

## **Strategi Pengembangan Pariwisata Kota Semarang (Studi Kasus Peningkatan Obyek Wisata Taman Margasatwa Semarang)**

**<sup>1)</sup>Dina Locita Praniti; <sup>2)</sup>Nina Widowati; <sup>3)</sup>Ari Subowo**  
FISIP-Jurusan Administrasi Publik, Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Soedarto, SH Tembalang 1269, Semarang  
Email: [dlpraniti@gmail.com](mailto:dlpraniti@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Salah satu program pengembangan urusan pariwisata yang dikelola oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, yang menjadi program adalah program Pengembangan Destinasi Pariwisata dengan kegiatan Pengembangan Obyek Pariwisata yaitu “Peningkatan Taman Margasatwa Semarang”. Obyek wisata Taman Margasatwa Semarang menjadi salah satu destinasi wisata yang dikembangkan oleh Pemerintah karena merupakan salah satu obyek wisata di Kota Semarang yang memiliki potensi besar dan memberikan sumbangan terbesar bagi PAD. Studi ini menggunakan metode penelitian kualitatif bersifat deskriptif dengan menggunakan teori manajemen strategik untuk mengungkapkan isu-isu strategi yang tepat bagi pengembangan obyek wisata Taman Margasatwa Semarang dengan menggunakan analisis data SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata pada UPTD Taman Margasatwa Semarang belum membuahkan hasil yang maksimal. Hal ini tampak dari kurangnya perawatan terhadap sarana prasarana seperti toilet kotor, keluhan masyarakat terhadap kebersihan kandang satwa dan kelengkapan fasilitas yang ada, hingga masalah sosialisasi yang kurang dan promosi yang belum optimal. Penulis merekomendasikan saran sebagai berikut yang harus diperhatikan dalam penawaran pariwisata adalah *Attraction* (daya tarik), seperti wahana permainan untuk anak, adanya papan petunjuk lokasi obyek wisata, pameran atau atraksi panggung. *Accesable* (bisa dicapai), seperti akses jalan menuju obyek wisata mudah dijangkau dan tidak rusak. Fasilitas (*Amenities*), adanya tempat duduk & istirahat bagi pengunjung di sekitar obyek wisata, tempat makan, kios/pasar penjual oleh-oleh dan Adanya kerjasama dengan Lembaga Pariwisata (*Ancillary*), seperti BKSL (Badan Konservasi Satwa Langka), Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang.

**Kata Kunci: Pengembangan Pariwisata, Manajemen Strategi**

### **ABSTRACT**

One of the programs of tourist affair development which is managed by department of culture and tourism of Semarang City is developing tour destination especially developing the tourist area named “Upgrading the Semarang Zoo”. Semarang Zoo area becomes one of flagship programs developed by the government because the area has a great potential to give its largest contribution for PAD. This study used descriptive qualitative method and strategic management theory in explaining appropriate strategic issues for Semarang Zoo

development by using SWOT data analysis. The data are collected from interview, field notes, a photograph, documents and observation. The result of this research indicates that tourist area development at UPTD Semarang Zoo has not brought maximal result. It can be seen from the lack of facility maintenance, such as the dirty toilet, people's complaint of sleazy cage, incomplete facility, lack of socialization and promotion. Therefore, it is need new technology in managing and developing the tourist area at Semarang Zoo. For example there is no cage reconstruction but rather there are addition of animal collections, cleaning services and attraction to promote it.

## PENDAHULUAN

Sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia, dan dengan begitu banyaknya sumber daya alam yang semakin berkurang jumlahnya, serta dengan penduduk yang begitu beragam yang tersebar di seluruh nusantara yang memiliki begitu banyak gunung berapi, dan dengan 237 juta orang menggantungkan hidupnya dengan kurang dari \$2 per hari, Indonesia memiliki masa depan yang cerah sekaligus penuh tantangan. Tantangan yang dihadapi Indonesia sangat beragam. Berbicara tentang tantangan yang ada di Indonesia sangat luas dan kompleks, pengembangan kegiatan pariwisata dinilai sangat penting karena pariwisata memiliki keterkaitan dengan sektor-sektor lain seperti sektor pertanian, jasa, perdagangan, dan sektor transportasi. Pengembangan dan pendayagunaan pariwisata secara optimal akan mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat dan pendapatan daerah. Apalagi dengan adanya Undang-undang No. 32 tahun 2004 tentang "Pemerintahan Daerah" dan Undang-Undang No. 33 tahun 2004 tentang "Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah

Daerah" yang memberikan wewenang kepada pemerintah daerah untuk mengurus dan mengelola kekayaan sumber daya yang dimiliki, tentu akan memacu semangat pemerintah daerah untuk mengoptimalkan setiap potensi yang ada guna meningkatkan jumlah Pendapatan Asli Daerah (PAD), termasuk yang berasal dari kegiatan pariwisata.

Kegiatan pariwisata berkaitan erat dengan tingkat perekonomian yang dicapai oleh suatu negara. Semakin tinggi tingkat perekonomian yang dicapai, maka kegiatan pariwisata di negara tersebut juga relatif lebih tinggi dibandingkan dengan negara yang memiliki tingkat perekonomian lebih rendah dan semakin besar pendapatan seseorang, maka akan semakin besar pula bagian yang disisihkan untuk berpariwisata. Dengan semakin meningkatnya perekonomian saat ini, maka peranan pariwisata dalam mendorong perekonomian juga akan semakin tinggi. Di dalam menyelenggarakan otonomi, daerah mempunyai kewajiban diantaranya yaitu mengembangkan sumber daya produktif di daerah, melestarikan lingkungan hidup, menyediakan fasilitas sosial dan fasilitas umum yang layak, menyusun perencanaan

dan tata ruang daerah. Ada beberapa alasan mengapa pariwisata dijadikan salah satu alternatif bagi peningkatan pendapatan negara untuk pembiayaan pembangunan seperti yang disebutkan oleh (Bambang Indrayanto; 2001, 1-3) antara lain (1) Pengembangan industri pariwisata di Indonesia mempunyai masa depan yang cerah, mengingat banyak potensi obyek wisata alam dan budaya yang menarik untuk dijual di pasaran internasional, (2) Dalam upaya pengembangan industry pariwisata tidak perlu mendatangkan mesin-mesin atau teknologi canggih lainnya sebagai penunjang. (3) Pengembangan sektor pariwisata Indonesia berdasarkan animo masyarakat di negara-negara maju di Eropa, AS, Jepang dan Australia yang memiliki ekonomi relatif tinggi serta amat ketat dalam memanfaatkan waktu luang.

Kota Semarang merupakan Ibukota Provinsi Jawa Tengah, posisi geografis Kota Semarang terletak di pantai utara Jawa Tengah, yang dibatasi oleh sebelah barat Kabupaten Kendal, sebelah Timur Kabupaten Demak, sebelah selatan Kabupaten Semarang dan sebelah utara laut Jawa tepat pada garis 6 ° LS dan 110 °, 35 ° bujur timur. Luas wilayah sekitar 373.67 km<sup>2</sup> yang terdiri dari dataran rendah dan dataran tinggi. Kota Semarang sebagai kota transit regional Jawa Tengah, juga mempunyai posisi yang penting ditingkat nasional baik dari segi ekonomi, politik, budaya, maupun tingkat keamanan. Sejak zaman penjajahan Belanda kota ini merupakan kota strategis di daerah pesisir utara kota Jawa, Semarang tumbuh menjadi kota perdagangan

dan pusat pemerintahan kolonial Belanda. Selama ini strategi pengembangan pariwisata Kota Semarang dikelola oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dengan visi sebagaimana tercantum dalam Renstra SKPD Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang tahun 2010-2015 yaitu ” ***Semarang sebagai Kota Tujuan Wisata yang berdaya saing*** “. Dari beberapa program pengembangan urusan pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, yang menjadi program unggulan adalah program Pengembangan Destinasi Pariwisata dengan kegiatan Pengembangan Obyek Pariwisata yaitu “Peningkatan Taman Margasatwa Semarang”. Obyek wisata Taman Margasatwa Semarang menjadi salah satu program yang dikembangkan oleh Pemerintah karena merupakan salah satu obyek wisata di Kota Semarang yang memiliki potensi sangat besar dan memberikan sumbangan terbesar bagi PAD. Fungsi dan peran dari Taman Margasatwa Semarang itu sendiri adalah sebagai tempat Konservasi, Pendidikan, Riset dan Penelitian, serta Rekreasi. Potensi ini dapat dilihat dari kunjungan wisatawan yang setiap tahunnya mengalami peningkatan dibandingkan dengan obyek wisata alam yang lain yang dikelola pemerintah. Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian pendahuluan (mengumpulkan data) dengan cara melakukan *interview* kepada Staf Bagian Pengembangan Destinasi Wisata, pengelolaan Taman Margasatwa Semarang masih belum optimal. Masih banyak keluhan dari masyarakat tentang

masalah kebersihan kandang satwa, toilet, dan sampah. Selain itu, sarana prasarana yang ada belum memadai, kurangnya tempat istirahat bagi pengunjung, jalanan yang becek saat musim hujan, wahana permainan yang sudah berkarat dan rusak tetapi dibiarkan begitu saja.

## **METODE PENELITIAN**

Pembahasan penelitian ini menggunakan metode kualitatif bersifat deskriptif. Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2008:4) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Deskriptif merupakan laporan yang berisi kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan. Data tersebut berasal dari naskah, observasi, wawancara, foto dan dokumen resmi lainnya. Survei lapangan dilakukan sebagai bahan utama untuk menganalisis kondisi dan situasi untuk kemudian dapat menjadi konsep dasar untuk mengetahui bagaimana strategi yang harus dikembangkan dalam peningkatan obyek wisata Taman Margasatwa Semarang. Situs penelitian adalah UPTD Taman Margasatwa Semarang. Analisis data menggunakan analisis data SWOT. Analisis SWOT merupakan metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan-kekuatan ( *strengths* ), kelemahan-kelemahan ( *weaknesses* ), peluang-peluang ( *opportunities* ), dan ancaman-ancaman ( *threats* ) dalam suatu proyek, program atau unit-unit organisasi. Faktor kekuatan

dan kelemahan terdapat dalam tubuh suatu organisasi termasuk suatu bisnis tertentu, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh organisasi atau perusahaan atau satuan bisnis yang bersangkutan (Sondang P. Siagian, 2004:172). Analisis SWOT adalah suatu pekerjaan yang cukup berat karena hanya dengan itu alternatif-alternatif strategik dapat disusun. Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah informan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dan observasi lapangan yang dilakukan di Obyek wisata Taman Margasatwa Semarang serta instansi terkait. Data sekunder dapat diperoleh secara tidak langsung dari studi pustaka berupa buku-buku literatur, brosur-brosur, catatan-catatan, Koran, dokumen, laporan data statistik dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dan sumber-sumber lain yang berhubungan dengan penelitian.

## **HASIL & PEMBAHASAN**

### **1. Kondisi Internal dan Eksternal Taman Margasatwa Semarang**

Di dalam pelaksanaan pengelolaan obyek wisata diperlukan adanya pengetahuan tentang kondisi lingkungan strategis. Kondisi lingkungan strategis tersebut meliputi lingkungan internal atau organisasi dan lingkungan eksternal atau lingkungan di luar organisasi yang mempengaruhi perumusan

strategi dalam pengembangan obyek wisata. Berikut ini akan dibahas tentang kondisi lingkungan internal dan eksternal yang ada di Taman Margasatwa Semarang :

### **1.1 Kondisi Internal**

Kondisi internal adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam organisasi yang mencakup kekuatan dan kelemahan suatu organisasi. Kondisi lingkungan internal yang dapat dilihat dari faktor-faktor yang berada di Unit Pelaksana Tingkat Daerah Taman Margasatwa Semarang adalah sebagai berikut :

#### **a. Pencapaian Visi, Misi dan Tujuan Organisasi**

Di dalam usaha pencapaian suatu tujuan, salah satunya dalam pengembangan obyek wisata Taman Margasatwa Semarang memerlukan adanya perencanaan dan tindakan nyata untuk dapat mewujudkannya, secara umum hal ini dapat dikatakan bahwa visi dan misi dari UPTD Taman Margasatwa Semarang yang sudah menjadi pedoman atau acuan adalah sesuatu konsep perencanaan pengembangan yang disertai dengan tindakan sesuai apa yang ditetapkan untuk mencapai tujuan tersebut. Hal itulah yang saat ini terjadi dalam pengelolaan Taman Margasatwa Semarang, yang tujuannya sebagai tempat konservasi, edukasi, pengembangan riset dan tempat rekreasi. Melihat perkembangan saat ini di Taman Margasatwa Semarang, pelaksanaan kegiatan dalam mengembangkan obyek wisata sudah sesuai dengan visi dan misi yang ditetapkan dan diharapkan pemerintah. Salah

satu tujuan yang diharapkan adalah menjadikan kota Semarang sebagai kota wisata, oleh karena itu bagaimana caranya mendatangkan orang sebanyak-banyaknya untuk berkunjung ke Semarang dan memperkenalkan obyek wisata unggulan yang ada di Semarang seperti Taman Margasatwa Semarang ke masyarakat luas.

#### **b. Pengelolaan Pariwisata**

Taman Margasatwa merupakan salah satu destinasi wisata di Kota Semarang yang dapat dikatakan sebagai salah satu penyumbang PAD (Pendapatan Asli Daerah) terbesar di Kota Semarang. Keberadaan obyek wisata tersebut yang letaknya dekat dengan jalan raya, mudah dijangkau oleh berbagai jenis kendaraan merupakan suatu keuntungan tersendiri bagi pihak pengelola. Letaknya yang strategis dapat menjadikan daya tarik wisata untuk berkunjung ke Taman Margasatwa Semarang, akan tetapi pengelolaannya di lapangan masih belum optimal. Hal ini dapat dilihat dari pengelolaan kebersihan yang masih kurang seperti untuk kebersihan di sekitar obyek wisata, kandang, sampah masih sering ditemui dimana-mana, kebersihan kamar mandi yang terkesan seadanya sehingga banyak keluhan mengenai kondisi kamar mandi. Kebersihan kandang satwa juga kebanyakan kurang terawat, hal ini terlihat dari beberapa kandang satwa yang sudah berkarat. Kondisi jalan yang ada dalam obyek wisata Taman

Margasatwa sudah cukup baik, akan tetapi ada jalan yang apabila musim penghujan sudah dapat dipastikan akan rusak dan becek. Ada juga jalan di sekitar obyek wisata yang pavingnya jeblok atau amblas.

**c. Sumber Daya Manusia**

Kualitas sumber daya manusia yang ada di UPTD Taman Margasatwa Semarang belum cukup memadai. Hal ini merupakan salah satu ancaman (*weakness*) dalam setiap strategi sebuah organisasi begitupula di UPTD Taman Margasatwa Semarang, akan tetapi dalam hal pelaksanaan tugas dan tanggungjawab pegawai sudah sesuai dengan *job description* masing-masing bahkan terkadang pegawai mengerjakan pekerjaan lain karena keterbatasan jumlah tenaga kerja. Sumber daya manusia yang ada di Taman Margasatwa cukup kreatif dalam bekerja dan dapat mengatasi setiap masalah yang ada, misalnya pada saat awal tahun seperti sekarang ini terkadang anggaran dari pusat terjadi keeterlambatan dalam pencairannya, akan tetapi mereka dapat mengatasinya terbukti tidak ada hewan yang kelaparan dan pangan tetap mereka berikan kepada satwa. Hal tersebut terbiasa mereka lakukan dalam menghadapi realitas yang terjadi di lapangan dan mereka mampu menjalankannya. Untuk meningkatkan kinerja pegawai, biasanya pihak UPTD Taman Margasatwa Semarang

mengadakan diklat atau pelatihan untuk pegawai.

**d. Anggaran Dinas**

Anggaran adalah hal yang sangat penting dalam menjalankan sebuah program yang telah dibuat, agar suatu program yang dibuat sesuai dengan yang direncanakan maka perlu adanya dukungan dari anggaran, dengan adanya anggaran yang mencukupi maka semua program dapat berjalan sesuai dengan tujuan. Di dalam pengelolaan Taman Margasatwa Semarang sampai saat ini, anggaran yang ada sudah mencukupi kebutuhan dalam upaya pengembangan obyek wisata. Penggunaan anggaran yang terpenting adalah untuk pakan satwa dan kesehatan satwa serta anggaran rutin untuk pegawai. Alokasi anggaran yang tersedia sesuai kebutuhan dan rencana yang diajukan kepada pemerintah dalam rangka pengembangan Taman Margasatwa. Sampai saat ini dalam pengelolaan obyek wisata Taman Margasatwa belum pernah terjadi kekurangan dana yang signifikan karena masih bisa mengatasinya dan sering menjalin kerjasama dengan pihak swasta atau sponsor apabila ada kegiatan/*event* yang diadakan di Taman Margasatwa Semarang.

**e. Infrastruktur**

Infrastruktur atau sarana prasarana dari sebuah obyek wisata merupakan faktor fundamental terkait dengan kenyamanan pengunjung. Ketika pengunjung merasa nyaman,

maka mereka akan berusaha kembali lagi dan menarik wisatawan lain untuk mengunjungi objek wisata yang ditawarkan. Sarana dan prasarana yang ada di Taman Margasatwa Semarang seperti akses jalan, tempat parkir, tempat ibadah, toilet, wahana permainan, sedangkan sarana prasarana penunjang (faslitas penunjang) seperti ketersediaan rumah makan di sekitar objek wisata. Selain sarana prasarana bentuk fisik, infrastruktur di sini juga menyangkut media yang digunakan dalam menyampaikan informasi terkait dengan objek wisata Taman Margasatwa Semarang. Sampai saat ini infrastruktur yang ada di Taman Margasatwa Semarang yang disediakan untuk pengunjung cukup baik dan lengkap, terbukti sudah ada tempat khusus untuk ibu menyusui, akan tetapi masih belum optimal dan masih kurang dalam pengelolaan infrastruktur yang ada. Kebanyakan keluhan dari pengunjung adalah masalah kebersihan kandang, toilet umum dan tempat istirahat pengunjung. Keterbatasan pengelolaan sarana dan prasarana tersebut kembali lagi pada masalah awal yaitu adanya kekurangan jumlah tenaga kerja di obyek wisata tersebut.

## 1.2 Kondisi Eksternal

Kondisi eksternal yaitu faktor-faktor yang berasal dari luar organisasi yang mencakup peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dari UPTD Taman Margasatwa Semarang. Berikut adalah kondisi lingkungan eksternal

dari Taman Margasatwa Semarang meliputi :

### a. Faktor Politik

Kondisi politik yang tenang dan stabil merupakan prasyarat perkembangan usaha dan bisnis. Kondisi yang tidak aman dan tidak nyaman untuk investasi tentu saja investor tidak akan datang. Hal ini sejalan dengan kondisi wisatawan mancanegara, keamanan suatu daerah atau negara dan stabilnya kondisi politik akan mendukung kedatangan dan hadirnya wisatawan. Melihat kondisi politik yang ada di Kota Semarang yang stabil dan menurut hasil wawancara dengan infroman, UPTD Taman Margasatwa Semarang tidak ada kaitannya sama sekali baik secara langsung maupun tidak langsung dengan politik manapun. Tidak adanya gejolak politik di Kota Semarang yang berupa konflik dan tidak terdapat gangguan dari kelompok-kelompok kepentingan berupa huru-hara, demonstrasi penolakan untuk pengembangan Taman Margasatwa Semarang, hal ini cukup mendukung upaya pengelolaan dan pengembangan Taman Margasatwa Semarang. Kondisi politik secara umum Kota Semarang tidak menutup kemungkinan untuk mendatangkan investor yang menanamkan modalnya untuk mengembangkan Taman Margasatwa Semarang karena mereka merasa aman dengan kondisi politik yang stabil.

**b. Faktor ekonomi**

Kondisi ekonomi di Kota Semarang yang mendukung, hal ini diharapkan wisatawan di obyek wisata Taman Margasatwa Semarang dapat terus meningkat. Apabila kondisi ekonomi bagus, orang-orang tidak segan untuk berwisata dan beranggapan bahwa wisata adalah sebuah kebutuhan. Disisi lain, dengan ekonomi yang mendukung secara otomatis mengundang investor untuk menginvestasikan uang mereka untuk pengembangan Taman Margasatwa Semarang, akan tetapi dalam kenyataannya pengelolaan Taman Margasatwa Semarang belum dapat memaksimalkan potensi yang ada. Hal ini disebabkan kurangnya kerjasama dengan pihak investor. Meskipun demikian, Taman Margasatwa Semarang memberikan kontribusi yang besar terhadap penerimaan PAD kota Semarang. Hal itu bisa terjadi tentunya berkat kerjasama dari banyak pihak dalam upaya pengembangan Taman Margasatwa Semarang. Kondisi perekonomian masyarakatlah yang sebenarnya berpengaruh, karena apabila pendapatan masyarakat tinggi, pasti mereka akan menyisihkan sebagian pendapatannya untuk berekreasi atau berwisata.

**c. Faktor Sosial Budaya**

Di dalam mewujudkan peran serta masyarakat dalam melestarikan dan menjaga obyek wisata yang ada dilakukan dengan berbagai usaha dan

upaya untuk tetap mempertahankan kelestarian wisata dengan memperhatikan faktor sosial budaya yang ada di lingkungan obyek wisata Taman Margasatwa Semarang tanpa mengganggu kerusakan lingkungan. Faktor sosial masyarakat secara tidak langsung mempengaruhi keberlangsungan pariwisata itu sendiri. Pola pikir yang terbentuk dalam masyarakat dan adat kebiasaan juga turut berperan serta dalam menentukan jalannya kegiatan pariwisata. Kondisi sosial budaya masyarakat di sekitar Taman Margasatwa Semarang sangat mendukung dan komunikasi dengan masyarakat cukup baik, karena dengan keberadaan masyarakat sekitar dapat diuntungkan dengan membuka usaha di sekitar tempat wisata tersebut.

Selain itu kondisi sosial budaya masyarakat di sekitar obyek wisata cukup baik dan dapat diberdayakan karena melibatkan masyarakat sekitar merupakan salah satu prinsip ekowisata. Budaya atau tradisi masyarakat sekitar Taman Margasatwa Semarang juga mempengaruhi dalam perkembangan pariwisata, akan tetapi kelompok sadar wisata ini belum begitu optimal karena kegiatan ini dilakukan hanya pada hari-hari tertentu. Taman Margasatwa Semarang sendiri, untuk kelompok masyarakat sadar wisata belum begitu aktif dalam berpartisipasi terhadap pengelolaan dan pengembangan

obyek wisata tersebut. Berdasarkan informasi yang di dapat, pihak UPTD Taman Margasatwa Semarang masih seringkali melaksanakan program kelompok masyarakat sadar wisat, akan tetapi program tersebut belum bisa terlaksana secara maksimal.

#### d. Faktor Teknologi

Promosi tempat pariwisata merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat daya tarik pengunjung. Sebagai salah satu obyek wisata unggulan kota Semarang, Taman Margasatwa Semarang mempunyai sistem promosi dengan memanfaatkan teknologi yang terus berkembang. Sistem promosi yang dilakukan oleh Dinas terkait maupun Taman Margasatwa itu sendiri sudah saling berkaitan dan memanfaatkan teknologi yang ada dengan tujuan ingin menjadikan kota Semarang sebagai kota Pariwisata sehingga dapat mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya ke kota Semarang. Salah satu pemanfaatan teknologi sebagai media promosi adalah menggunakan media elektronik berupa promosi lewat televisi dan media cetak seperti majalah, brosur dan baliho unuk mempromosikan obyek wisata Taman Margasatwa Semarang agar dapat diketahui masyarakat.

## 2. Analisis Perumusan Strategi

Analisis perumusan strategi bersumber dari lingkungan strategis yang berdasarkan kondisi lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang sudah dibahas di atas, maka

dapat diketahui apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pelaksanaan strategi yang akan dirumuskan. Berikut ringkasan analisis lingkungan internal dan eksternal. Adapun faktor-faktor tersebut diantaranya :

#### a. Faktor Kekuatan ( *Strength* )

1. Adanya kesesuaian antara visi, misi dan tujuan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang maupun UPTD Taman Margasatwa Semarang. Kesesuaian visi dari Dinas maupun badan pengelola merupakan kekuatan untuk merumuskan suatu strategi pengelolaan dimana kesesuaian visi misi akan mempengaruhi bagi strategi pengelolaan yang dilaksanakan oleh pihak terkait.
2. Letak obyek wisata yang sangat strategis.  
Letak suatu obyek wisata yang strategis akan memberikan keuntungan bagi pihak pengelola karena letak Taman Margasatwa Semaarang yang dekat dengan jalan raya dan terminal Mangkang yang bisa dijangkau oleh semua jenis kendaraan darat.
3. Memiliki Atraksi Wisata yang cukup baik.  
Atraksi wisata yang dimaksud di sini yaitu apa aja kegiatan/*event* yang dapat dilihat dan dilakukan di obyek wisata tersebut yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke sana. Taman Margasatwa Semarang seringkali mengadakan *event* baik dari pihak luar maupun pihak pengelola, seperti *Live Music*, Festival Cinta Puspa dan

Satwa yang diadakan setiap satu tahun sekali dengan mengundang berbagai komunitas untuk mengikutinya.

4. Tugas dan tanggungjawab pegawai sudah sesuai *job description*.

Sumber daya manusia di Taman Margasatwa Semarang sudah sesuai dengan *job descriptionnya* masing-masing. Hal ini akan mempermudah untuk pelaksanaan pengelolaan yang lebih baik karena para pegawai di Taman Margasatwa telah mengerti dimana mereka akan bekerja dan apa yang harus mereka lakukan.

5. Adanya pelatihan khusus/diklat bagi pegawai.

Pihak UPTD maupun Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam rangka meningkatkan kinerja dan kualitas pegawai dengan melakukan pelatihan maupun diklat yang diselenggarakan bekerjasama dengan pihak/dinas lain.

6. Program yang dilaksanakan sesuai dengan perencanaan.

Di dalam pengelolaan pariwisata di Taman Margasatwa Semarang, pelaksanaan program-programnya telah sesuai dengan program yang telah direncanakan dalam upaya pengembangan pariwisata.

7. Kinerja pegawai Taman Margasatwa Semarang cukup kreatif

Sumber daya manusia yang ada di Taman Margasatwa Semarang cukup kreatif dalam menghadapi keterlambatan turunnya anggaran dari pusat, misalnya

pada saat awal tahun seperti sekarang. Kinerja pegawai tersebut dapat dibuktikan dengan tidaknya adanya satwa yang kelaparan atau sakit, mereka tetap bisa memenuhi kebutuhan satwa.

8. Anggaran dinas mencukupi untuk kebutuhan rutin setiap tahunnya

Anggaran dinas yang diberikan dari pemerintah dirasa dapat mencukupi kebutuhan rutin setiap tahunnya, misalnya untuk kebutuhan gaji pegawai setiap tahunnya dan untuk anggaran biaya satwa setiap tahun.

9. Kemampuan menutup kekurangan dana

Apabila dalam upaya pengembangan pariwisata terjadi kekurangan dana atau anggaran, pihak pengelola Taman Margasatwa dapat mengatasinya dan menutup kekurangan anggaran tersebut salah satunya dengan mengadakan kerjasama dengan pihak swasta/luar yang melakukan kegiatan atau *event* di obyek wisata tersebut.

#### **b. Faktor Kelemahan (*weakness*)**

1. Kondisi lingkungan khususnya kebersihan yang kurang terawat  
Kondisi kebersihan lingkungan yang kurang terawat akan mempengaruhi minat pengunjung menurun. Masih banyak sampah yang berserakan dimana-mana, serta apabila musim hujan, jalan di dalam Taman Margasatwa Semarang banyak yang berlumpur. Hal ini disebabkan karena sistem drainasinya yang kurang diperhatikan. Melihat kondisi seperti ini maka akan membuat

- pengunjung merasa tidak nyaman bila sedang berada di sana.
2. Pengelolaan kebersihan satwa dan kandang kurang terawat  
Kondisi kebersihan kandang satwa juga banyak yang sudah mulai berkarat serta kebersihan di dalam kandang masih perlu diperhatikan. Apabila kondisi kandang terawat maka kesehatan satwa juga pasti akan terjamin dan pengunjung juga senang melihatnya.
  3. Kurangnya konsep pemasaran  
Dalam memasarkan obyek wisata masih belum optimal, terbukti masih banyak masyarakat pendatang yang belum mengetahui bahwa di Kota Semarang memiliki kebun binatang. Selain itu belum ada sesuatu yang menarik minat wisatawan / pengunjung untuk datang ke obyek wisata, kegiatan/ *event* yang diselenggarakan terkadang monoton yang menyebabkan pengunjung bosan dan tidak mau berkunjung ke obyek wisata tersebut.
  4. Kualitas dan kuantitas SDM kurang memadai dan kurang produktif  
Salah satu penyebab pengelolaan pariwisata di Taman Margasatwa Semarang belum optimal karena masih kurangnya tenaga kerja yang ada di sana dan rata-rata pegawainya tingkat pendidikannya juga masih tergolong rendah.
  5. Pengelolaan dan perawatan sarana prasarana masih belum optimal
- Terbatasnya jumlah pegawai di Taman Margasatwa Semarang salah satunya mengakibatkan kurang optimalnya pengelolaan sarana dan prasarana yang ada di obyek wisata. Hal ini juga disebabkan karena belum adanya tenaga khusus *maintanance* yang memadai, karena mereka hanya terfokus pada urusan kesehatan satwa saja.
6. Infrastruktur belum memadai  
Meskipun sudah tergolong cukup lengkap untuk infrastruktur yang ada di obyek wisata TMS, tetapi pada kenyataannya infrastruktur tersebut belum cukup memadai dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung. Salah satunya adalah belum adanya jalan untuk kaum *difable*.
- c. Faktor Peluang (*Opportunities*)**
1. Kondisi politik yang stabil  
Melihat kondisi politik di Semarang stabil akan membawa dampak yang baik bagi pihak pengelola. Dimana strategi yang berkaitan dengan pengelolaan akan dapat terealisasi tanpa adanya gangguan dai kepentingan-kepentingan politik.
  2. Faktor ekonomi masyarakat yang mendukung.  
Apabila tingkat ekonomi masyarakat tinggi, maka masyarakat beranggapan bahwa wisata sebagai kebutuhan. Hal ini akan menjadi peluang bagi pihak pengelola untuk menyusun startegi guna menambah minat pengunjung.
  3. Kondisi sosial budaya masyarakat sekitar yang mendukung.

Kondisi sosial budaya masyarakat di sekitar Taman Margasatwa Semarang sangat mendukung dengan keberadaan obyek wisata tersebut, karena keberadaannya masyarakat sekitar diuntungkan dengan membuka usaha di sekitar tempat wisata tersebut.

4. Pemanfaatan teknologi untuk media promosi.

Salah satu media yang digunakan oleh dinas dan Pengelola Taman Margasatwa Semarang sebagai promosi obyek wisata adalah dengan memanfaatkan teknologi yang ada dan terus berkembang. Salah satu contohnya adalah dengan memanfaatkan media massa baik cetak maupun elektronik dalam mempromosikan TMS. Selain itu, pengelola obyek wisata tersebut juga memiliki website yang dapat digunakan sebagai media promosi.

**d. Faktor Ancaman ( *Threats* )**

1. Kurangnya kerjasama dengan pihak ketiga.

Kerjasama dengan pihak ketiga akan mempermudah bagi pihak pengelola Taman Margasatwa Semarang, dimana untuk pengelolaan menuju kawasan wisata tidak dapat berjalan sendiri tanpa para pendukung lainnya mengingat anggaran yang diberikan oleh pemerintah tergantung dari APBD.

2. Kurangnya kelompok masyarakat sadar wisata.

Peran masyarakat sekitar obyek wisata belum berperan aktif sehingga pihak pengelola seringkali mengadakan program masyarakat sadar wisata.

Apabila tidak mengikutsertakan peran masyarakat guna untuk berpartisipasi dan menjaga lingkungan hal ini akan menjadi ancaman bagi strategi ke depan.

3. Daya saing sektor regional

Kota Semarang sebagai ibukota Jawa Tengah, akan tetapi untuk sektor pariwisata masih kurang diminati oleh masyarakat, karena kebanyakan masyarakat sekitar Semarang lebih memilih tempat wisata di tempat lain/di luar Semarang, seperti di Yogyakarta, Solo, Jepara atau sekitarnya yang memiliki destinasi wisata yang menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya. Hal tersebut dapat menjadi ancaman bagi kota Semarang sendiri karena bersaing dengan daerah sekitar regionalnya.

4. Tingkat kepuasan masyarakat yang berbeda.

Setiap pengunjung atau masyarakat memiliki tingkat kepuasan tersendiri dan berbeda-beda terhadap setiap pelayanan yang diberikan dari setiap obyek wisata. Apabila pihak pengelola tidak meningkatkan pelayanan dan pengelolaan obyek wisata Taman Margasatwa Semarang, maka ini akan menjadi sebuah ancaman yang berat bagi pemerintah, karena akan menurunkan minat wisatawan.

**3. Perumusan Strategi**

Perumusan strategi merupakan tahap terakhir dari sebuah perencanaan strategis. Strategi dirumuskan dari tahap-tahap sebelumnya. Seperti memprakarsai dan menyepakati suatu proses

perencanaan strategis, memperjelas mandat organisasi, memperjelas misi dan nilai-nilai organisasi, menilai lingkungan eksternal, menilai lingkungan internal, mengidentifikasi isu strategis.

1. Peningkatan atraksi wisata/*event* dengan memanfaatkan teknologi sebagai media promosi.

Upaya yang dilakukan dalam pengembangan obyek wisata Taman Margasatwa Semarang salah satunya dengan meningkatkan atraksi wisata yang ada di TMS. Kegiatan atraksi wisata ini juga memerlukan kerjasama berbagai pihak untuk menarik minat wisatawan. Dalam hal ini meningkatkan atraksi wisata dapat dilakukan dengan mempromosikan atraksi wisata apa yang akan dilakukan di Taman Margasatwa Semarang dengan memanfaatkan teknologi sebagai media promosi.

2. Peningkatan kinerja pegawai dalam rangka mengelola wahana-wahana permainan baru untuk anak-anak

Salah satu upaya pengembangan pariwisata adalah dengan menambah wahana atau atraksi wisata, khususnya di Taman Margasatwa Semarang, dengan munculnya wahana atau atraksi wisata baru berarti menambah daftar pekerjaan baru juga bagi pegawai. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan kinerja pegawai untuk mengelola wahana permainan baru untuk anak-anak, agar pegawai dalam mengelola wahana/atransi wisata di Taman Margasatwa Semarang dapat bekerja dengan maksimal.

3. Meningkatkan program atau kegiatan untuk mengembangkan TMS dengan meningkatkan kerjasama dengan investor.

Salah satu ancaman yang dihadapi oleh Taman Margasatwa Semarang adalah kurangnya kerjasama dengan investor. Oleh karena itu, upaya pengembangan obyek wisata Taman Margasatwa Semarang kurang optimal. Di dalam upaya pengembangan obyek wisata TMS, baik pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata maupun UTPD seharusnya melakukan kerjasama dengan pihak investor/swasta dalam meningkatkan program/kegiatan yang dapat menarik pengunjung. Selama ini kerjasama dengan investor dirasa kurang optimal, apabila kerjasama tersebut lebih ditingkatkan lagi dengan membuat program baru maupun kegiatan yang dapat menarik wisatawan, hal tersebut dapat menambah jumlah pengunjung di Taman Margasatwa Semarang.

4. Menambah atraksi wisata untuk meningkatkan daya saing sektor regional

Perlu adanya tambahan atraksi wisata atau *event* yang menarik minat pengunjung untuk datang ke Taman Margasatwa. Selain untuk meningkatkan jumlah pengunjung, menambah atraksi wisata ini juga untuk meningkatkan daya saing regional. Dapat diketahui bahwa walaupun Kota Semarang sebagai ibukota Jawa Tengah, minat masyarakat untuk

berwisata ke Semarang lemah. Dibandingkan dengan kota tujuan wisata lain seperti Solo, Yogyakarta, Jepara, kota Semarang masih lemah tingkat kunjungan wisatanya dibandingkan dengan kota-kota di sekitarnya.

5. Meningkatkan kinerja pegawai yang kreatif dalam meningkatkan kepuasan pelayanan kepada orang.

Strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat salah satunya dengan meningkatkan kinerja pegawai yang kreatif, cakap dan tanggap terhadap masalah yang terjadi di Taman Margasatwa Semarang. Peningkatan kinerja pegawai dapat dilakukan dengan pelatihan, diklat maupun seminar dengan tujuan pegawai lebih kreatif dan lebih meningkatkan kinerjanya dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung sehingga apabila dalam suatu organisasi publik pelayanannya baik, maka kepuasan masyarakat dapat terpenuhi dan kinerja pegawai di organisasi tersebut dapat dikatakan cukup baik.

6. Peningkatan konsep promosi/pemasaran dengan mengotimalkan penggunaan teknologi.

Konsep pemasaran atau yang sering disebut dengan promosi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam pengembangan pariwisata, karena tanpa adanya promosi, suatu produk wisata tidak akan dikenal oleh wisatawan. Di dalam melakukan kegiatan

promosi atau pemasaran ini, tidak dilakukan asal-asalan, akan tetapi memerlukan konsep yang baik. Konsep pemasaran yang dimiliki oleh Taman Margasatwa Semarang dirasa kurang baik, oleh karena itu perlu adanya peningkatan konsep promosi. Teknologi yang semakin canggih sangat berguna bagi upaya pengembangan pariwisata, khususnya pariwisata di Kota Semarang. Perkembangan teknologi canggih ini juga dapat digunakan dalam proses pemasaran produk wisata unggulan di Semarang.

7. Peningkatan kebersihan lingkungan dengan mengadakan kerjasama dengan masyarakat sekitar untuk menjaga kebersihan.

Salah satu permasalahan terbesar yang dihadapi Taman Margasatwa Semarang adalah masalah kebersihan lingkungan di sekitar obyek wisata. Menjaga kebersihan lingkungan obyek wisata tidak dapat dilakukan semata-mata oleh pihak UPTD saja, akan tetapi memerlukan peran serta dan kerjasama dari berbagai pihak salah satunya masyarakat atau pengunjung di obyek wisata tersebut. Apabila dalam pengelolaan kebersihan di Taman Margasatwa Semarang sudah optimal, akan tetapi peran serta masyarakat masih tidak mau menjaga kebersihan lingkungan obyek wisata, hal tersebut akan sia-sia.

8. Pengembangan konsep pemasaran untuk meningkatkan partisipasi kelompok masyarakat sadar wisata.

Konsep pemasaran adalah hal yang sangat penting dalam suatu pengembangan pariwisata. Oleh karena itu konsep pemasaran harus terus ditingkatkan. Partisipasi masyarakat merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam pengembangan pariwisata. Semua program yang dibuat dalam pengembangan pariwisata ditujukan untuk masyarakat dan selalu berhubungan dengan masyarakat. Tanpa adanya partisipasi masyarakat suatu kegiatan tidak akan terlaksana dengan optimal, termasuk pengembangan obyek wisata Taman Margasatwa Semarang.

9. Meningkatkan infrastruktur yang dapat menarik pihak investor untuk dapat bekerjasama.

Upaya pengembangan pariwisata salah satunya dengan menambah dan meningkatkan infrastruktur yang ada di obyek wisata sehingga dapat menarik pengunjung. Apabila dana atau anggaran dari pemerintah dan pihak UPTD khususnya Taman Margasatwa Semarang belum bisa memenuhi infrastruktur yang dibutuhkan masyarakat, maka dapat menarik pihak investor untuk dapat bekerjasama membangun infrastruktur untuk pengembangan obyek wisata. Selain untuk meningkatkan infrastruktur di Taman Margasatwa Semarang, strategi ini juga dapat meningkatkan minat investor atau pihak swasta untuk mau bekerjasama dengan pemerintah dalam rangka

pengembangan obyek wisata TMS. Pihak swasta atau investor biasanya lebih inovatif dan kreatif dalam membuat program atau rencana yang bagus dalam upaya mencapai tujuan, salah satunya upaya pengembangan pariwisata di obyek wisata Taman Margasatwa Semarang dengan meningkatkan infrastruktur.

## **PENUTUP**

### **1. Kesimpulan**

Strategi pengembangan Taman Margasatwa Semarang yang sudah dilakukan oleh dinas terkait dan UPTD belum optimal. Beberapa penyebab belum optimalnya pengelolaan dapat dilihat dari kondisi fisik dan non fisik Taman Margasatwa Semarang sebagai berikut :

- a. Lokasi Taman Margasatwa cukup luas yaitu seluas 10 hektar, cukup membuat pengunjung puas dan kelelahan apabila berkeliling di obyek wisata, akan tetapi akses jalan masih kurang karena ada beberapa jalan yang apabila hujan jalannya becek, banyak jalan yang pavingnya jebol dan kurangnya tempat istirahat atau berteduh apabila pengunjung kelelahan setelah berkeliling.
- b. Lingkungan di sekitar obyek wisata masih sangat memprihatinkan, banyak sampah dimana-mana, bahkan di dekat kandang hewan terdapat tumpukan sampah yang terkadang menimbulkan bau tak sedap, sampah juga terdapat di

pinggiran danau buatan di TMS, tempat sampah yang disediakan pihak TMS sudah ada hanya saja terkesan seadanya dan petugas membersihkannya tidak rutin. Selain itu banyak wahana permainan anak yang rusak tetapi tidak diperbaiki hanya dibiarkan begitu saja. Kandang hewan banyak yang sudah berkarat kurang diperhatikan pihak TMS dan satwa yang ada di sana terlihat lemas-lemas tidak bersemangat.

## 2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, untuk mengatasi kendala-kendala yang menjadi hambatan Taman Margasatwa Semarang serta strategi yang harus diprioritaskan dalam strategi ke depannya, maka saran yang harus dilakukan dalam strategi pengembangan obyek wisata Taman Margasatwa Semarang yang harus diperhatikan diantaranya yaitu penawaran pariwisata. Aspek-aspek penawaran pariwisata meliputi :

- a) *Attraction* (daya tarik), diantaranya adanya kartu berlangganan atau pemberian diskon bagi pengunjung, adanya papan informasi/denah obyek wisata TMS sehingga pengunjung mengetahui letak setiap kandang satwa, wahana permainan untuk anak-anak, menambah pameran atau atraksi

- panggung, serta *event/pertunjukan* dengan satwa.
- b) *Accesable* (bisa dicapai), diantaranya akses jalan menuju Taman Margasatwa Semarang mudah dijangkau dan tidak rusak serta perbaikan jalan/paving di sekitar obyek wisata.
- c) Fasilitas (*Amenities*), tersedianya fasilitas tempat duduk & istirahat bagi pengunjung di sekitar obyek wisata, tempat makan, kios penjual oleh-oleh khas Semarang, poliklinik bagi pengunjung.
- d) Adanya Lembaga Pariwisata (*Ancillary*), yaitu BKSL (Badan Konservasi Satwa Langka), Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Lukiastuti, Fitri dan Muliawan Hamdani. (2008). *Manajemen Strategik Dalam Organisasi*. Yogyakarta : Media Pressindo.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Salusu, J. (2006). *Pengambilan Keputusan Strategik*. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Siagian, P, Sondang. (2004). *Manajemen Stratejik*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Suwantoro, Gamal. (2004). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta : ANDI.
- Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.