

EVALUASI KEBIJAKAN PEMERINTAH KOTA SEMARANG TENTANG BADAN PROMOSI PARIWISATA KOTA SEMARANG

Oleh:

Odiakta Iqtyar, R. Slamet Santoso

Departemen Ilmu Administrasi Publik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

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

Telepon (024) 7465407 / Fax (024) 7465405

Email: odiakta06@gmail.com

ABSTRACT

Tourism in Semarang City has enormous potential, but in its implementation it is still inferior to other big cities, this is due to the lack of tourism promotion carried out. To assist and develop Semarang tourism, the Semarang City Government has formed the Semarang City Tourism Promotion Board (BP2KS) which is regulated in Semarang City Mayor Regulation Number 2 of 2012 concerning the Semarang City Tourism Promotion Board. This study attempts to evaluate the Semarang City Government Policy regarding the Semarang City Tourism Promotion Board regarding whether or not BP2KS should be formed. This research uses a qualitative approach and descriptive methods. This study uses evaluation indicators according to William Dunn based on Semarang Mayor Regulation Number 2 of 2012 concerning the Semarang City Tourism Promotion Board. The results of this study indicate that although BP2KS plays an important role in marketing and tourism development, the organization itself is still not optimal. BP2KS as an independent body still has many shortcomings such as a lack of clarity on the role of the organization, and the fulfillment of organizational tasks and functions that are still not optimal. Suggestions given to optimize BP2KS are making BP2KS infrastructure facilities so that the management and members of BP2KS can focus optimally on improving the tourism image of Semarang City, as well as implementing sustainable programs involving all elements, especially tourism industry players and the general public.

Keywords: Evaluation, Mayor Regulation, Tourism Promotion Board

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata sendiri adalah salah satu dari industri gaya baru, yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan (Wahab, 2003:5). Potensi pariwisata di Indonesia sangat beragam jenisnya, mulai dari wisata yang

bertemakan alam, wisata yang bertemakan taman rekreasi, wisata kuliner, wisata bertemakan religi, wisata budaya, wisata bertema pendidikan, dan lain-lain. Keunikan pariwisata Indonesia bahkan mampu mempesona banyak wisatawan asing hingga tidak jarang pariwisata di Indonesia menjadi pemberitaan bahkan menjadi tren di dunia internasional.

Di Provinsi Jawa Tengah terdapat banyak potensi pariwisata yang dapat dikembangkan baik itu oleh pemerintah maupun masyarakatnya. Di Kota Semarang sendiri yang merupakan ibukota Provinsi Jawa Tengah juga memiliki potensi yang cukup bagus dalam hal pariwisata karena Kota Semarang sendiri memiliki kontur dataran yang beragam. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah wisatawan yang datang ke Kota Semarang berdasarkan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Data Wisatawan Kota Semarang

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Domestik
2013	35.241	3.122.417
2014	88.927	3.661.424
2015	51.880	4.324.479
2016	56.192	4.627.782
2017	59.672	4.964.804

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang

Namun, dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Semarang, industri pariwisata di Kota Semarang sendiri masih belum dapat dikatakan baik apabila dibandingkan dengan industri pariwisata di kota maupun daerah lain di Indonesia. Oleh sebab tidak maksimalnya proses pemasaran tersebut maka pada tahun 2012 Pemerintah Kota Semarang mengeluarkan kebijakan baru yaitu Peraturan Walikota Kota Semarang Nomor 2 Tahun 2012 Tentang Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang. Peraturan ini berisi tentang pembentukan Badan Promosi Pariwisata di Kota Semarang (BP2KS) yang memiliki tujuan dan fungsi antara lain:

Tugas Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang

1. Meningkatkan citra kepariwisataan Daerah (Kota Semarang) dan Indonesia;
2. Meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara dan penerimaan sektor pariwisata;
3. Meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara dan pembelanjaan;
4. Menggalang pendanaan dari sumber selain APBN, APBD Provinsi dan APBD sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan
5. Melakukan riset dalam rangka pengembangan usaha dan bisnis pariwisata.

Fungsi Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang

1. Pengkoordinasian promosi pariwisata yang dilakukan dunia usaha; dan
2. Mitra kerja Pemerintah, Pemerintah Daerah Provinsi dan Pemerintah Daerah (Kota Semarang);

Namun didalam kenyataannya, Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang kurang mengambil peran di dalam pengembangan pemasaran pariwisata di Kota Semarang. Hal tersebut dapat dilihat dari ketidak tahuan masyarakat akan adanya Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang ini, sehingga patut dipertanyakan oerlu atau tidaknya pembentukan Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang ini.

Keraguan tersebut bukannya tidak beralasan, karena apabila Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang hanya mendapat porsi sedikit dalam tugasnya maka pembentukan badan baru tersebut hampir tidak ada bedanya dengan bidang pemasaran di dalam Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang. Selain seperti disebutkan diatas bahwa pendanaan dan anggaran masih bergantung pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, BP2KS juga tidak memiliki program maupun kegiatan yang diprakarsai oleh mereka sendiri melainkan hanya mengikuti apa yang diikuti oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata saja.

Dengan adanya keraguan tersebut maka perlu adanya evaluasi yang lebih rinci mengenai sebab dikeluarkannya Peraturan Walikota Kota Semarang Nomor 2 Tahun 2012 Tentang Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang terkait dengan penting atau tidaknya Badan tersebut dibentuk.

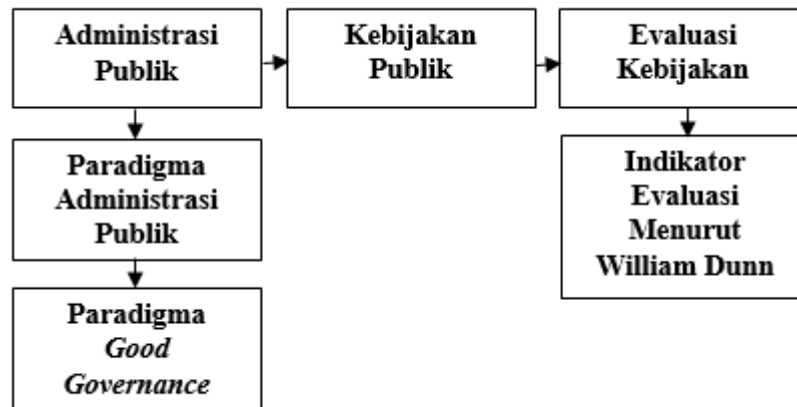
B. Rumusan Masalah

Perlukah adanya Peraturan Walikota Kota Semarang Nomor 2 Tahun 2012 Tentang Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan dan mengevaluasi perlunya Peraturan Walikota Kota Semarang Nomor 2 Tahun 2012 Tentang Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang.

D. Kerangka Teori



1. Kebijakan Publik

Thomas Dye (Subarsono, 2013:2) mengatakan bahwa kebijakan publik adalah apapun pilihan pemerintah untuk melakukan atau tidak melakukan (*public policy is whatever governments choose to do or not to do*).

2. Evaluasi Kebijakan

Secara umum evaluasi kebijakan dapat dikatakan sebagai kegiatan yang menyangkut estimasi atau penilaian kebijakan yang mencakup substansi, implementasi, dan dampak. Dalam hal ini evaluasi kebijakan dianggap sebagai suatu kegiatan fungsional. Artinya evaluasi kebijakan tidak hanya dilakukan pada tahap akhir saja, melainkan dilakukan dalam seluruh proses kebijakan. Dengan demikian, evaluasi kebijakan dapat meliputi tahap perumusan masalah kebijakan, implementasi, maupun tahap dampak kebijakan. Untuk mengetahui apabila ada penyimpangan. Evaluasi juga bertujuan untuk mengetahui adanya penyimpangan-penyimpangan yang mungkin terjadi, dengan cara membandingkan antara tujuan dan sasaran dengan pencapaian target (Winarno, 2014:229).

Untuk menilai keberhasilan suatu kebijakan perlu dikembangkan beberapa indikator, karena penggunaan indikator yang tunggal akan membahayakan, dalam arti hasil penilaiannya dapat bias dari yang sesungguhnya. Indikator atau kriteria evaluasi yang dikembangkan oleh Dunn mencakup enam indikator sebagai berikut:

Tabel 1.2| Indikator Evaluasi Kebijakan menurut William Dunn

No	Kriteria	Penjelasan
1.	Efektivitas	Apakah hasil yang diinginkan telah tercapai?
2.	Efisiensi	Seberapa banyak usaha diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan?
3.	Kecukupan	Seberapa jauh hasil yang telah tercapai dapat memecahkan masalah?
4.	Pemerataan	Apakah biaya dan manfaat didistribusikan merata kepada kelompok masyarakat yang berbeda?
5.	Responsivitas	Apakah hasil kebijakan memuat preferensi/nilai kelompok dan dapat memuaskan mereka?
6.	Ketepatan	Apakah hasil yang dicapai bermanfaat?

Sumber: Dunn, 2000:611.

E. Operasionalisasi Konsep

Penelitian memaparkan tentang aspek- aspek yang terkait dengan persoalan penelitian dan apa saja yang akan digali oleh peneliti dalam menggambarkan yang terjadi terkait dengan masalah yang akan diteliti. Fenomena yang akan diamati dalam penelitian ini adalah mengenai "Evaluasi Kebijakan Pemerintah Kota Semarang Tentang Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang". Penelitian ini berusaha untuk meneliti dan mengetahui hal-hal apa saja yang terjadi terutama berusaha untuk mengulas dan menggambarkan mengenai bagaimana kinerja dari Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang (BP2KS) dalam tugas dan fungsinya untuk memasarkan pariwisata yang ada di Kota Semarang serta meningkatkan kunjungan dari wisatawan dan meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata di Kota Semarang.

Dalam evaluasi kebijakan kebijakan antara lain terdapat beberapa indikator yang dikemukakan oleh beberapa ahli dalam bidang kebijakan publik, salah satunya adalah yang dikemukakan oleh William Dunn (*Subarsono, 2013:126*) yang mana terdapat lima indikator dalam proses evaluasi yang antara lain adalah efektivitas, kecukupan, pemerataan, responsivitas dan ketepatan.

Terkait dengan evaluasi kebijakan Pemerintah Kota Semarang tentang Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang maka indikator-indikator tersebut dapat diterapkan ke dalam evaluasi kebijakan tersebut seperti berikut:

1. Efektivitas berkenaan dengan bagaimana BP2Ks menjalankan tugas dan fungsinya yang tercantum dalam Peraturan Walikota Kota Semarang Nomor 2 Tahun 2012 Tentang Badan Promosi Pariwisata selama ini..
2. Efisiensi berkaitan dengan berapa jumlah dana yang terkumpul diluar dana APBFD yang digunakan untuk operasional BP2KS.

3. Kecukupan berkaitan dengan seberapa sukses program-program yang diinisiasi oleh BP2KS sejauh ini.
4. Pemerataan berkaitan dengan bagaimana pengaruh yang diberikan BP2KS terhadap para pelaku pariwisata lainnya.
5. Responsivitas berkaitan dengan bagaimana daya tanggap BP2KS terhadap permasalahan yang ada di sektor pariwisata Kota Semarang.
6. Ketepatan berkaitan dengan kesesuaian langkah-langkah yang dilakukan oleh BP2KS dengan misi daerah Kota Semarang di bidang pariwisata.

F. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Informan dalam penelitian ini ditentukan dengan metode *purposive sampling* dengan informan kunci yaitu Kasi Informasi dan Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dan anggota Badan Promosi Pariwisata Kota Ssemarang. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif berupa kata-kata, skema, dan gambar yang diperoleh dari wawancara dan observasi.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara yang mendalam dengan informan, observasi lapangan, dan peninjauan kembali dokumen-dokumen terkait penelitian. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis dan diinterpretasikan melalui reduksi data, kemudian dipilah dan disajikan yang pada akhirnya dapat ditarik kesimpulan dari jawaban yang diperoleh dari informan.

PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Selanjutnya, agar dapat mengetahui kebijakan tersebut terlaksana dengan baik atau tidak, maka dalam penelitian ini akan dibahas mengenai hal-hal yang terkait dengan Evaluasi Peraturan Walikota Kota Semarang Nomor 2 Tahun 2012 Tentang Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang yang didasarkan pada indikator-indikator evaluasi menurut William Dunn yang meliputi efektivitas, efisiensi, kecukupan, pemerataan, responsivitas, dan ketepatan.

1. Efektivitas

Efektivitas berkenaan dengan bagaimana BP2Ks menjalankan tugas dan fungsinya yang tercantum dalam Peraturan Walikota Kota Semarang Nomor 2 Tahun 2012 Tentang Badan Promosi Pariwisata selama ini. Berikut adalah pembahasannya:

1. Meningkatkan citra kepariwisataan Daerah (Kota Semarang) dan Indonesia.

Dalam memenuhi tugasnya untuk meningkatkan citra pariwisata Daerah di Kota Semarang, BP2KS sejauh ini belum berfokus pada peningkatan citra kepariwisataan, karena Kota Semarang sampai saat ini belum memiliki *brand* sebagai Kota Wisata, hal ini disebabkan oleh para pengurus dari BP2KS yang tidak berfokus pada branding tersebut namun berfokus hanya pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan

2. Meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara dan penerimaan sektor pariwisata.
Untuk memenuhi tugas meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara dan penerimaan sektor pariwisata, BP2KS melakukan beberapa kegiatan diantaranya Studi Banding di KBRI Tokyo dan Pertemuan dengan Sekretaris Negara Republik Ceko pada saat kunjungannya di Kota Semarang, mengundang *blogger* dan *youtuber* yang berasal dari luar negeri untuk mengikuti kegiatan *FamTrip*.
3. Meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara dan pembelanjaan.
Untuk memenuhi tugasnya dalam meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara dan pembelanjaan, BP2KS telah ikut serta dalam program seperti ICMITM (*Indonesia Corporate Meeting & Incentive Travel Mart*), Borobudur *Travel Mart*, Pameran Kuliner di TMII, hingga Pemilihan Denok Kenang Kota Semarang yang diadakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang sebagai perwakilan dari Dinas.
4. Menggalang pendanaan dari sumber selain APBN, APBD Provinsi dan APBD sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
Dalam menggalang pendanaan dari sumber selain APBN, APBD Provinsi dan APBD, untuk saat ini pihak BP2KS belum memiliki sumber dana selain dari dana yang didapat dari APBD Kota Semarang. Hal ini sangat disayangkan karena dengan banyaknya potensi pariwisata di Kota Semarang seharusnya BP2KS dapat memanfaatkan itu untuk memperoleh sumber dana untuk operasionalnya.
5. Melakukan riset dalam rangka pengembangan usaha dan bisnis pariwisata.
Dalam memenuhi tugas ini, BP2KS mengikuti pertemuan-pertemuan dengan berbagai organisasi budaya, organisasi pegiat pariwisata maupun pengelola pariwisata di Kota Semarang. yang diadakan tiap tahunnya di Kota Semarang. Namun dalam perkembangannya, pertemuan-pertemuan yang dilakukan kurang memberikan manfaat dari segi inovasi karena minimnya inovasi pada bidang pariwisata.

Selain memiliki tugas, BP2KS juga memiliki fungsi yang tercantum dalam Peraturan Walikota Kota Semarang Nomor 2 Tahun 2012 Tentang Badan Promosi Pariwisata antara lain:

1. Pengkoordinasian promosi pariwisata yang dilakukan dunia usaha.

Dalam fungsi ini BP2KS menggandeng beberapa pihak yang berada dalam dunia usaha seperti hotel, penerbangan, sekolah pariwisata, UMKM, dan pihak terkait hubungan masyarakat yang mana memiliki keterkaitan dengan organisasi dari para pengurus dan anggotanya.

2. Mitra kerja Pemerintah, Pemerintah Daerah Provinsi dan Pemerintah Daerah (Kota Semarang).

Dalam melaksanakan fungsi tersebut BP2KS berpartisipasi pada program yang diluncurkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang seperti menjadi salah satu perwakilan dari Kota Semarang yang melakukan kegiatan pemasaran pariwisata pada Gebyar Wisata dan Budaya Nusantara di Jakarta, Borobudur *Travel Mart* di Magelang, Pameran Kuliner di Taman Mini Indonesia Indah di Jakarta, dan ICMITM (*Indonesia Corporate Meeting & Incentive Travel Mart*) di Semarang, menjadi bagian dari panitia penyelenggara pada Festival Jamu Tradisional di Semarang, Gebyar UMKM di Semarang, dan Pandanaran *Artfest* di Semarang, dan membantu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dengan melakukan roadshow untuk pencarian peserta dalam penyelenggaraan Denok Kenang di Semarang dan Pemilihan Duta Wisata Jawa Tengah di Semarang.

Dari data yang telah disampaikan di atas sejauh ini BP2KS memiliki efektivitas yang masih kurang karena dari tugas dan fungsi yang dimiliki oleh BP2KS sebagaimana tercantum dalam Peraturan Walikota Kota Semarang Nomor 2 Tahun 2012, BP2KS hanya mampu memenuhi beberapa tugas dan fungsi saja, sedangkan tugas dan fungsi lainnya masih belum berjalan dengan baik.

2. Efisiensi

Efisiensi berkaitan dengan berapa jumlah dana yang terkumpul diluar dana APBFD yang digunakan untuk operasional BP2KS. Dalam hal ini BP2KS memperoleh anggaran yang berasal dari dana APBD Kota Semarang. Dalam pelaksanaannya selama ini BP2KS selain menggunakan dana yang didapat dari APBD juga menggunakan dana pribadi dari masing-masing pengurus dan anggota, besaran dana yang dikeluarkan oleh tiap anggota juga berubah-ubah tergantung pada kegiatan yang akan diadakan atau diikuti oleh BP2KS itu sendiri.

3. Kecukupan

Kecukupan berkaitan dengan seberapa sukses program-program yang diinisiasi oleh BP2KS sejauh ini. Program-program yang diikuti oleh BP2KS antara lain:

1. Kegiatan Promosi Pariwisata melalui pembuatan dan pemasangan baliho pariwisata, promosi iklan media elektronik di bandara, *guide book*, *calendar event*, promosi pariwisata di majalah penerbangan, promosi pariwisata di media cetak nasional dan lokal.
2. Pelaksanaan Promosi Pariwisata Nusantara di dalam dan luar negeri antara lain Borobudur *Travel Mart*, *morning tea* dengan pegiat pariwisata, Bali *Beyon Travel Fair*, *FamTrip blogger*, *FamTrip Ayo Wisata ke Semarang*, dan *roadshow* luar daerah.
3. Penyelenggara pada Festival Jamu Tradisional di Semarang, Gebyar UMKM di Semarang, dan Pandanaran *Artfest* di Semarang.
4. Penyelenggaraan pemeliharaan dan pengelolaan web pariwisata.
5. Penyelenggaraan pemilihan Denok Kenang, pengiriman duta wisata, dan fasilitasi Denok Kenang.

Dari kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan oleh BP2KS diatas, tidak semuanya berjalan sukses. Untuk program penyelenggaraan pemeliharaan dan pengelolaan web pariwisata, BP2KS dapat dianggap gagal melaksanakannya karena hingga saat ini BP2KS masih belum memiliki situs web pariwisatanya sendiri. Dengan begitu, dapat diambil simpulan bahwa BP2KS cukup berhasil dalam menjalankan program yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Semarang.

4. Pemerataan

Terkait hal ini BP2KS dalam kegiatan promosinya sejauh ini sudah banyak menggandeng pihak-pihak lain yang bergerak dibidang kepariwisataan, seperti Pembuatan Wayang Suket di Kawasan Kota Lama, bekerjasama dengan organisasi Sahabat Pecinta Wayang Orang untuk menggelar pentas Kalimasada Murca, dan menggandeng 110 *travel agent* yang berasal dari 20 provinsi di Indonesia dalam kegiatan *Jogjavaganza FamTrip*. Namun kegiatan-kegiatan yang dilakukan tersebut hanya mengikut sertakan organisasi maupun pemilik industri wisata saja, BP2KS belum mengikut sertakan masyarakat sebagai pelaku pariwisata di dalam kegiatan yang dilaksanakan.. Hal tersebut dapat dilihat dari media yang dimiliki yaitu akun *instagram* dari BP2KS (*bp2ks*), didalam postingan-postingannya kebanyakan kegiatan yang dilakukan oleh BP2KS hanya diikuti oleh para pengurus serta anggotanya saja. Ini juga

adalah salah satu sebab kurangnya manfaat yang didapatkan oleh masyarakat dari adanya BP2KS.

5. Responsivitas

Responsivitas berkaitan dengan bagaimana daya tanggap BP2KS terhadap permasalahan yang ada di sektor pariwisata Kota Semarang. Saat ini permasalahan di sektor pariwisata yang muncul di Kota Semarang antara lain adalah:

1. Kurangnya minat masyarakat terhadap program pariwisata khususnya pada program Denok Kenang Kota Semarang.
2. Kurangnya SDM pariwisata yang memiliki sertifikasi khusus di bidang kepariwisataan.

Dalam menghadapi permasalahan yang muncul terkait kepariwisataan ini, BP2KS telah melakukan beberapa inisiatif dalam penanganannya seperti membantu dalam pencarian calon peserta Denok Kenang melalui roadshow yang dilakukan baik di sekolah-sekolah maupun universitas dengan memberikan informasi pemilihan Denok Kenang kepada masyarakat. Sedangkan untuk masalah kurangnya SDM bersertifikat khusus kepariwisataan, BP2KS masih belum melakukan inisiatif untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

6. Ketepatan

Ketepatan berkaitan dengan kesesuaian langkah-langkah yang dilakukan oleh BP2KS dengan misi daerah Kota Semarang di bidang pariwisata. Dalam Program Pengembangan Pariwisata, BP2KS telah melakukan berbagai macam kegiatan promosi yang berdampak pada meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik tiap tahunnya. Dalam Program Pengembangan Destinasi Pariwisata, BP2KS berperan dalam penyelenggaraan event MICE kepariwisataan dengan pengembangan akomodasi pada saat penyelenggaraan MICE. Dalam Program Pengembangan Kemitraan Kepariwisata, BP2KS masih belum maksimal dalam pelaksanaannya dikarenakan BP2KS sejauh ini masih kurang gencar dalam melakukan kerjasama dengan pihak pelaku industri pariwisata selain dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dan Pengelola UPTD di Kota Semarang.

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Dilihat dari indikator evaluasi menurut William Dunn maka dapat diambil kesimpulan bahwa BP2KS ditinjau dari efektivitasnya dalam melaksanakan tugasnya BP2KS masih belum maksimal melaksanakan semuanya. Dari lima tugas yang dimiliki baru terlaksana sebanyak

dua, yaitu peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik, itupun jumlah peningkatannya masih fluktuatif. Sedangkan sisanya masih belum terlaksanakan dikarenakan kurang fokusnya para pengurus dan anggota dalam meningkatkan citra pariwisata Kota Semarang. Ditinjau dari efisiensinya BP2KS tergolong buruk dalam hal ini dikarenakan tidak adanya sumber pendanaan non-APBD yang dapat menopang operasional dari BP2KS selain dari dana pribadi pengurus dan anggota dalam melaksanakan kegiatannya. Ditinjau dari kecukupannya, BP2KS sudah cukup baik dengan suksesnya beberapa program yang dijalankan oleh BP2KS yang bekerjasama dengan dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang. Program-program seperti pemasaran pariwisata nusantara di dalam dan luar negeri serta penyelenggaraan Denok Kenang dan pemilihan Duta Wisata Kota Semarang sendiri telah meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Semarang seperti tujuan dari pelaksanaan program tersebut.

Ditinjau dari pemerataannya, sejauh ini dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan organisasi BP2KS sudah merangkul pihak-pihak yang berkecimpung dalam industri pariwisata untuk bersama-sama meningkatkan kualitas pariwisata di Kota Semarang. Namun masih perlu dalam melibatkan masyarakat umum didalamnya agar antusiasme masyarakat juga meningkat. Ditinjau dari responsivitasnya, BP2KS masih belum dapat merespon dengan baik terkait permasalahan yang ada di sektor pariwisata Kota Semarang. BP2KS sendiri terhalang dalam penyampaian informasi kepada masyarakat dikarenakan tidak adanya media yang dapat digunakan dalam penyampaiannya, hal ini mengakibatkan BP2KS tidak cepat tanggap dalam menghadapi permasalahan khususnya apabila terkait antusiasme masyarakat. Dan apabila ditinjau dari ketepatannya, program dan kegiatan BP2KS sudah sesuai dengan misi yang dicanangkan oleh Pemerintah Kota Semarang dalam bidang kepariwisataan.

B. Saran

Saran yang dapat penulis berikan terkait Evaluasi Kebijakan Pemerintah Kota Semarang Tentang Badan Promosi Pariwisata adalah BP2KS perlu melakukan beberapa inovasi-inovasi pada organisasi dan program-program yang akan dilaksanakan. Hal tersebut diperlukan agar semakin menguatkan BP2KS dalam keorganisasiannya sebagai Badan yang mandiri. Inovasi-inovasi yang dapat dilakukan oleh BP2KS untuk menguatkan organisasi antara lain:

1. Perlu mendirikan sarana prasarana yang dapat mendukung kinerja BP2KS dan dapat meningkatkan fokus kerja dari BP2KS seperti kantor, website resmi, aplikasi ponsel, dan sebagainya.

2. Perlu melaksanakan kegiatan-kegiatan yang bersifat berkelanjutan, seperti memperbanyak event berupa festival, pameran maupun kegiatan FamTrip agar dapat digunakan sebagai sumber penggalangan dana bagi BP2KS.
3. Perlu mengikutsertakan masyarakat umum dalam setiap pelaksanaan kegiatan dari BP2KS agar antusiasme masyarakat Kota Semarang semakin meningkat terhadap kegiatan kepariwisataan.

DAFTAR PUSTAKA

Dokumen

- Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP) Pemerintah Kota Semarang Tahun 2012
- Laporan Keterangan Pertanggung Jawaban (LKPJ) Walikota Kota Semarang Tahun Anggaran 2013
- Laporan Keterangan Pertanggung Jawaban (LKPJ) Walikota Kota Semarang Tahun Anggaran 2017
- Peraturan Walikota Kota Semarang Nomor 2 Tahun 2012 Tentang Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang
- Rencana Strategis (Renstra) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang Tahun 2010-2015

Buku

- Keban, Yermias T. 2008. *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik: Konsep, Teori, dan Isu*. Yogyakarta: Gava Media.
- Pitana, I Gde, I Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI OFFSET
- Prastowo, Andi. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media
- Safi'i, H.M. 2008. *Paradigma Baru Kebijakan Pembangunan Ekonomi Daerah*. Malang: Averroes Press.
- Subarsono, AG. 2013. *Analisis Kebijakan Publik: Konsep Teori, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Syafiie, Inu Kencana. 2010. *Ilmu Administrasi Publik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Winarno, Budi. 2014. *Kebijakan Publik: Teori, Proses, dan Studi Kasus*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service)

Jurnal

- Bagiastuti, Ni Ketut. *Wewenang Atribusi Terhadap Pembentukan Badan Promosi Pariwisata Di Provinsi Bali*. Jurnal Ilmiah Sekolah Tinggi Pariwisata Triatma Jaya.
- Nuraini, Siti. *Evaluasi Kebijakan Pemekaran Wilayah di Kabupaten Bekasi Berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah*. Jurnal Kybernan
- Permana, Zelado A. 2017. "Implementation of Tourism Promotion Policy in Semarang City". *Journal of Public Policy and Managenet Review* Vol. 6 No.4
- Sartika, Ika. *Evaluasi kebijakan Pemberdayaan Nelayan*. Institut Pemerintahan Dalam Negeri
- Syahrudin. *Evaluasi Implementasi Kebijakan Pengembangan Kawasan Industri*. Bagian Pelayanan Risalah dan Putusan Setjen dan Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi RI
- Wibowo, Sukarno. *Pariwisata Sebagai Disiplin Ilmu Mandiri*. Jurnal Ilmiah Pariwisata

Internet

- <http://loenpia.net/blog/semarangan/badan-promosi-wisata-semarang-perlukah.html>
diakses pada Kamis, 5 November 2015 pukul 15.22
- <http://sistempemerintahan-indonesia.blogspot.co.id/2013/12/letak-astronomis-indonesia-posisi.html> diakses pada Rabu, 4 November 2015 pukul 21.12
- <http://nurfatimahdaulay18.blogspot.co.id/> diakses pada Senin, 16 Mei 2016 pukul 12.33