

# Potensi dan Tantangan Pengembangan Kawasan Kota Lama Semarang sebagai Destinasi Wisata dengan Pendekatan *Smart Tourism*

N. Pinasthika<sup>1</sup>, W. Pradoto<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Diponegoro, Indonesia

## Article Info:

Received: 28 June 2018

Accepted: 2 August 2018

Available Online: 7 September 2018

## Keywords:

Old City Semarang, Smart City, Smart Tourism, Tourism

## Corresponding Author:

Noval Pinasthika  
Diponegoro University,  
Semarang, Indonesia  
Email:  
[noval.pinasthika17@pwk.undip.ac.id](mailto:noval.pinasthika17@pwk.undip.ac.id)

**Abstract:** Semarang City Old Town is one of the tourist icon of Semarang City. The interesting thing about the Old Town area of Semarang is the historic building which makes it dubbed as one of the World Heritage City. But the city of Semarang tourism is considered still less attractive than the city of Solo or Yogyakarta. At the same time, Semarang City won an award from Indonesia Smart Nation Award (ISNA) in 2015 with the smart city's highest index. Implementation of the concept of integrated smart city in Semarang City will certainly encourage the Old City of Semarang to apply the concept of intelligent tourism. This study aims to determine the potential and challenges of the concept of intelligent tourism applied in the Old Town area of Semarang. The method used is descriptive quantitative with the analysis technique of Service Quality and Importance Performance Analysis (IPA). The results of this study indicate that the Old Town area of Semarang still has many challenges because of the 13 important elements of smart tourism The Old City area of Semarang only has 5 elements. The elements are those that have not yet optimal performance levels.

Copyright © 2016 TPWK-UNDIP  
This open access article is distributed under a  
Creative Commons Attribution (CC-BY-NC-SA) 4.0 International license.

Pinasthika, N., & Pradoto, W. (2018). Potensi dan Tantangan Pengembangan Kawasan Kota Lama Semarang sebagai Destinasi Wisata dengan Pendekatan Smart Tourism. *Jurnal Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Dan Kota)*, 7(3), 153–164.

## 1. PENDAHULUAN

Pengembangan sektor pariwisata dianggap menjadi salah satu jalan untuk pengembangan ekonomi lokal. Menurut Kusuma (2014), pariwisata menjadi sektor yang sangat menarik dan menjanjikan untuk dikembangkan dimana diperkirakan bahwa sektor pariwisata menyumbang hingga 10% dari produk domestik bruto global, sehingga pariwisata menjadi industri terbesar di dunia. Berdasarkan laporan kerja Kementerian Pariwisata tahun 2016, sektor pariwisata telah berkontribusi sebesar 4,23% terhadap PDB Nasional pada tahun 2015. Selain itu, sektor pariwisata memiliki kontribusi langsung terhadap peningkatan devisa, pengurangan tingkat pengangguran, serta indeks daya saing pariwisata.

Sektor pariwisata terdiri atas enam faktor yang saling terkait antara lain *attractions, accessibility, amenity, available packages, activities*, dan *ancillary services* (Buhalis & Amaranggana, 2014). Keenam faktor tersebut kemudian dijelaskan dalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 yang menyebutkan usaha pariwisata meliputi daya tarik wisata; kawasan pariwisata; jasa transportasi wisata; jasa perjalanan wisata; jasa makanan dan minuman; penyediaan akomodasi; penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi; penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran; jasa informasi pariwisata; jasa konsultan pariwisata; jasa pramuwisata; wisata tirta; dan spa. Melalui keenam faktor pariwisata, dapat diketahui bahwa objek wisata atau atraksi wisata merupakan hal yang paling utama dimiliki karena menjadi faktor penarik pengunjung atau wisatawan. Setelah itu, aksesibilitas menjadi faktor pendukung utama untuk memudahkan wisatawan mengunjungi lokasi pariwisata.

Pengembangan sektor pariwisata dapat dilakukan dengan beberapa pendekatan-pendekatan yang sesuai dengan karakteristik pariwisata yang dimiliki oleh suatu daerah. Konsep *smart tourism* atau pariwisata cerdas menjadi konsep pengembangan sektor pariwisata yang sedang dikembangkan beberapa

tahun terakhir dengan mengikuti perkembangan teknologi informasi. Konsep *smart tourism* muncul sebagai turunan dari konsep pembangunan kota cerdas atau *smart city*. Secara mendasar, konsep *smart tourism* memiliki tiga karakteristik yaitu (1) mempresentasikan penggabungan industri pariwisata dengan teknologi informasi dan komunikasi, (2) bersifat sosial dengan adanya interaksi sosial antara para wisatawan dan penduduk lokal, dan (3) adanya keterhubungan antara berbagai macam stakeholder terkait pengembangan industri pariwisata (Park, Lee, Yoo, & Nam, 2016). Namun, di Indonesia masih jarang ditemui pengembangan pariwisata yang telah memanfaatkan teknologi informasi dalam kegiatan pariwisatanya. Hal ini dikarenakan keberagaman pengunjung yang terkadang belum memahami kegunaan dari sistem teknologi dan informasi, sehingga yang terpenting dari penerapan *smart tourism* adalah kemudahan akses informasi dan perjalanan yang dapat diperoleh oleh pengunjung meskipun dengan karakteristik yang berbeda-beda.

Konsep *smart tourism* memiliki 13 elemen-elemen penting yang perlu diperhatikan dalam penerapannya. Elemen-elemen tersebut dijelaskan oleh Wang, Robert, Zhen, & Zhang (2016) antara lain *tourist attraction homepage, smart vehicle-scheduling, personal-itinerary design, free wifi, smart cards, intelligent-guide system, crowd handling, mobile payment, tourist-flow monitoring, online information access, travel safety protection, e-tourism recommendation system, dan real time traffic broadcast*. Elemen-elemen ini memiliki keterkaitan dengan keenam faktor pariwisata yang telah dijelaskan. Apabila suatu lokasi pariwisata telah menerapkan ke-13 elemen ini maka pengembangan *smart tourism* dapat dikatakan berhasil. Namun hal ini kembali lagi dengan tingkat kepuasan pengunjung terhadap pelayanan yang diberikan. Beberapa pengunjung akan merasa lebih mudah dengan menggunakan sistem manual dibandingkan yang berbasis teknologi. Oleh karena itu, kemudahan pelayanan yang didapatkan oleh pengunjung dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengembang pariwisata untuk juga memberikan sosialisasi terkait sistem dan konsep pengembangan pariwisata yang diterapkan.

Saat ini, setiap daerah telah memiliki kewenangan untuk mengelola dan mengembangkan potensi daerahnya sendiri. Hal ini didasari oleh Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah. Salah satu daerah yang sedang mengembangkan sektor pariwisata sebagai poin penting pembangunan adalah Kota Semarang. Berdasarkan Rencana Strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, visi kepariwisataan yang dituju oleh Kota Semarang adalah "Semarang sebagai Kota Tujuan Wisata yang Berdaya Saing". Namun dalam penerapannya, Kota Semarang masih belum menarik untuk menjadi tujuan wisata dibandingkan dengan Kota Solo atau Kota Yogyakarta, sehingga hanya berfungsi sebagai kota transit untuk tujuan wisata (Ismiyati et al., 2016). Hal ini dikarenakan Kota Semarang kurang memberikan promosi dan perawatan bagi pelayanan pariwisata yang telah dimiliki. Padahal, Kota Semarang memiliki sektor pariwisata yang beragam mulai dari morfologi kotanya, kuliner, budaya, hingga peninggalan bangunan bersejarah.

Konsentrasi pengembangan wisata Kota Semarang berada pada kawasan Kota Lama Semarang. Menurut RTRW Kota Semarang tahun 2011-2031, Kota Lama merupakan kawasan strategis sosial budaya. Kawasan strategis adalah kawasan yang penataan ruangnya diprioritaskan karena mempunyai pengaruh sangat penting dalam lingkup daerah terhadap ekonomi, sosial, budaya, dan/atau lingkungan. Dengan demikian, Kota Lama bagi Kota Semarang termasuk ke dalam kawasan yang memiliki pengaruh terhadap sosial dan budaya. Menurut artikel "*Kota Lama Semarang Tercatat di UNESCO sebagai Old Town Semarang*" yang diterbitkan oleh *tribunnews.com* pada 17 April 2017 menyebutkan bahwa Kota Lama Semarang juga sudah menjadi *tentative list* dari World Heritage City yang ditetapkan oleh UNESCO. Berdasarkan "*The Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage 1972*", Kota Pusaka Dunia ini ditetapkan karena kota tersebut memiliki "*Outstanding Universal Value* (Keunggulan Nilai Sejangad)".

Anggapan bahwa Kota Semarang hanya dijuluki sebagai kota transit untuk tujuan wisata tentunya menjadi dorongan untuk mengembangkan sektor pariwisata menjadi lebih baik dan dikenal oleh masyarakat luas. Sesuai dengan konsep pembangunan kotanya yang menerapkan konsep *smart city*, saat ini Kota Semarang bersama dengan Badan Pengelola Kawasan Kota Lama Semarang mengangkat konsep *smart tourism* untuk pengembangan pariwisata di Kawasan Kota Lama Semarang. Kota Semarang mulai dikenal sebagai salah satu kota yang menerapkan konsep *Smart City* dengan diraihnya penghargaan dari *Indonesia Smart Nation Award* (ISNA) pada tahun 2015. Selain itu, Kota Semarang juga menjadi kiblat pembangunan kota yang menerapkan konsep *smart city* dengan diraihnya indeks *smart city* tertinggi

bersama dengan Kota Surabaya, Kota Bandung, dan Kota Makassar. Oleh karena itu jika dikaitkan dengan konsep *smart city*, pengembangan sektor wisata pada Kawasan Kota Lama Semarang dapat disesuaikan melalui konsep *smart tourism* yang memanfaatkan teknologi untuk memudahkan pengunjung dalam melakukan pergerakan (mobilitas), mengakses informasi, dan memudahkan mendapatkan kebutuhan lain dalam aktivitas wisata. Namun, Kawasan Kota Lama Semarang masih perlu melakukan kajian lebih lanjut terkait konsep *smart tourism* tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana potensi dan tantangan pengembangan Kawasan Kota Lama Semarang untuk menerapkan konsep *smart tourism*, yang merupakan turunan dari konsep *smart city*, sehingga dapat berjalan selaras dengan pengembangan kawasan Kota Lama Semarang.

## 2. DATA DAN METODE

Ruang lingkup wilayah pada penelitian ini adalah Kawasan Kota Lama Semarang yang memiliki luas sebesar ± 40 ha dengan batas wilayah meliputi Stasiun Kereta Api Tawang di bagian Utara, Jalan Haji Agus Salim di bagian Selatan, Kali Semarang di bagian Barat, dan Jalan Ronggowarsito di bagian Timur.

**Gambar 1.** Peta Citra Kawasan Kota Lama Semarang (Analisis, 2018)



Penentuan unit data dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling berupa *accidental sampling* dengan rumus *Lemeshow* sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

Dengan keterangan sebagai berikut:

n = jumlah sampel

Z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estingasi = 0,5

d =  $\alpha$  = 0,05 (*margin error*)

Maka diperoleh perhitungan sampel untuk Kawasan Kota Lama Semarang sebagai berikut:

$$n \text{ Kawasan Kota Lama Semarang} = \frac{1,96^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,05^2} = 384 \text{ responden}$$

Sementara untuk pusat wisata Kawasan Kota Lama Semarang yang memiliki luas 2 Ha adalah sebagai berikut:

$$n \text{ Pusat Wisata Kawasan Kota Lama Semarang } \frac{2 \text{ Ha}}{9 \text{ Ha}} \times 384 = 85 \text{ responden}$$

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif kuantitatif ini dilakukan untuk mengukur dan mengolah data dari variabel 6A pariwisata yang di dalamnya mengandung indikator *smart tourism*. Teknik analisis yang digunakan sebagai alat penelitian yang utama adalah *Importance-Performance Analysis* (IPA). Analisis ini merupakan alat yang efektif dalam menganalisa kualitas kinerja dan kepentingan dari suatu fenomena kepariwisataan (Lai & Hitchcock, 2015). Boley, Gard, & Hammett (2017), menjelaskan bahwa teknik analisis IPA fokus pada pengalaman, pelayanan yang didapatkan, produk, dan seberapa baik pelayanan pariwisata yang dibandingkan dengan ekspektasi dari wisatawan. Hasil dari analisis ini adalah berupa diagram *cartesius* yang dibagi menjadi empat kuadran dengan keterangan meliputi *concentrate here, keep up with the good work, low priority, dan possible overkill* (Martilla & James, 1977). Data yang dibutuhkan dari analisis ini adalah persepsi responden terhadap tingkat kepuasan kinerja dan kepentingan dari suatu variabel pariwisata di Kawasan Kota Lama Semarang. Kemudian dari data tersebut dapat diolah ke dalam kuadran pada **Gambar 2**. melalui rumus sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan:

$\bar{X}$  : Skor rata-rata nilai kinerja

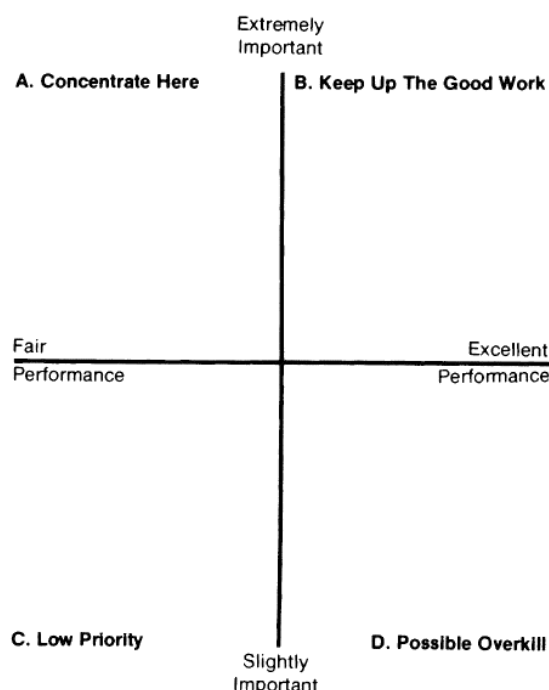
$\bar{Y}$  : Skor rata-rata nilai kepentingan

$\sum Xi$  : Skor total nilai kinerja

$\sum Yi$  : Skor total nilai kepentingan

$n$  : Jumlah responden

**Gambar 2.** Diagram Cartesius *Importance Performance Analysis* (Martilla & James, 1997)



### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil survei kuesioner kepada sejumlah sampel, dapat diketahui bahwa tingkat kinerja seluruh faktor pariwisata rata-rata sebesar 3,26 sedangkan menurut pandangan pengunjung rata-rata tingkat kepentingan faktor-faktor pariwisata yaitu 3,94. Hal ini dapat terlihat bahwa pelayanan pariwisata di Kawasan Kota Lama Semarang masih belum dapat memuaskan pengunjung. Selain itu, Pemerintah Kota

Semarang bersamaan dengan Badan Pengelola Kawasan Kota Lama Semarang memiliki tantangan untuk mengembangkan dan meningkatkan pelayanan melalui penilaian terhadap tingkat kepentingan dari masing-masing faktor pariwisata.

**Tabel 1.** Hasil Penilaian Terhadap Faktor Pariwisata (Analisis, 2018)

Variabel	Skor Rata-rata	
	Tingkat Kinerja	Tingkat Kepentingan
Attraction	3.51	4.01
Accessibility	3.52	3.98
Amenity	3.16	3.98
Activity	3.45	3.73
Ancillary Services	2.91	3.98
Available Packages	2.99	3.96
Rata-rata	3.26	3.94

### Attraction

Keberadaan 105 bangunan cagar budaya yang ada di Kawasan Kota Lama menjadi salah satu daya tarik yang ditawarkan. Berdasarkan penilaian para wisatawan bahwa *attraction* yang ada di Kawasan Kota Lama Semarang masih kurang memuaskan. Penilaian ini didasarkan pada tingkat keaslian bangunan sejarah, tingkat keragaman objek wisata, tingkat pelayanan objek wisata, dan tingkat pelayanan fasilitas ICT. Keempat hal ini dapat saling mendukung dalam meningkatkan daya tarik wisatawan. Selain keempat hal tersebut, terdapat pula aplikasi “Wis Semar” yang sudah disediakan pemerintah.

Sesuai dengan kondisi yang ada, tingkat keaslian bangunan sejarah, tingkat keragaman objek wisata, dan tingkat pelayanan objek wisata yang dibantu dengan keberadaan aplikasi “Wis Semar” dapat mendukung *e-tourism recommendation*. Keberadaan *e-tourism recommendation* akan memberikan pengalaman yang berbeda kepada setiap wisatawan. Namun hal ini harus disertai dengan peningkatan pelayanan objek wisata yang dinilai masih rendah performanya. Berdasarkan penilaian wisatawan, tingkat pelayanan objek wisata lebih penting dibandingkan tingkat keragaman objek wisata. Sehingga dapat dikatakan bahwa akan percuma jika memiliki objek wisata yang beragam namun pelayanannya masih kurang memuaskan.

Untuk meningkatkan daya tarik wisatawan, Kawasan Kota Lama Semarang memiliki tantangan untuk menyediakan atau menambahkan *tourist attraction homepage*, *personal-itinerary design*, *smart card*, *intelligent-guide system*, *crowd handling*, *tourist-flow monitoring*, *mobile payment*, dan *travel safety protection*. *Tourist attraction homepage* atau *homepage* wisata adalah *website* khusus yang berisikan atraksi apa saja yang ada di Kawasan Kota Lama Semarang, sehingga para wisatawan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan terkait atraksi yang ada. *Personal-itinerary design* atau desain rencana pribadi sudah banyak diterapkan diberbagai tempat wisata yang menerapkan konsep *smart tourism*. Tujuannya adalah memberikan pengalaman berbeda kepada para wisatawan dengan mendesain rencana perjalanan wisata mereka. Sehingga setiap wisatawan merasakan pengalaman yang berbeda. Keberadaan 105 bangunan yang ada di Kawasan Kota Lama Semarang akan memberikan berbagai opsi rencana perjalanan wisatawan yang disesuaikan dengan keinginan pribadi.

*Smart card* dan *mobile payment* adalah inovasi dalam pembayaran yang dilakukan menggunakan teknologi. Keberadaan inovasi ini diharapkan dapat mempermudah para wisatawan untuk melakukan pembayaran tanpa menggunakan alat pembayaran fisik, sehingga para wisatawan asing dapat membayar menggunakan mata uang mereka secara *online* menggunakan *mobile payment*. Sedangkan *smart card* berfungsi untuk memudahkan para wisatawan yang ingin mengunjungi 105 bangunan yang ada dengan hanya melakukan pemindaian, sehingga tidak perlu membeli tiket ataupun membayar untuk memasuki setiap bangunan.

Untuk *intelligent-guide system* akan sangat membantu para Duta Kola dalam melakukan penjelasan. Keberadaan inovasi ini dapat memberikan informasi terkait bangunan, sejarah, ataupun hal yang ada pada bangunan tersebut kepada para wisatawan. Sehingga para wisatawan bisa melakukan wisata mandiri tanpa dibantu oleh para Duta Kola. Selain itu terdapat *tourist-flow monitoring*, *crowd handling* dan *travel safety*

*protection* yang dapat diterapkan untuk mengoptimalkan *attraction* yang ada di Kawasan Kota Lama Semarang. *Crowd Handling* berguna untuk memberitahukan bangunan mana saja yang sudah penuh berdasarkan kapasitas gedung tersebut sesuai dengan kenyamanannya. Sehingga para wisatawan dapat mengunjungi gedung yang lainnya tanpa harus berdesakan dan tetap mendapatkan pengalaman yang mereka harapkan dengan bantuan *tourist-flow monitoring* yang memberikan informasi terkait jalur yang sedang padat wisatawan. Untuk *travel safety protection* dapat berupa peringatan terkait cuaca ataupun bencana yang ada di kawasan wisata, serta panduan untuk menuju titik evakuasi terdekat.

Sedangkan tingkat pelayanan fasilitas ICT berdasarkan penilaian wisatawan memiliki skor terendah pada *attraction*. Secara fisik, keberadaan fasilitas ini dapat mendukung *free Wi-Fi*, namun masih belum optimal pemakaiannya. Keberadaan *free Wi-Fi* seharusnya dapat memudahkan wisatawan untuk mendapatkan informasi terkait keberadaan bangunan yang ada di Kawasan Kota Lama Semarang, namun masih banyak wisatawan yang belum mengetahui keberadaan *free Wi-Fi* dan belum digunakan secara optimal untuk mengakses informasi terkait wisata terutama Kawasan Kota Lama Semarang. Namun secara umum, kemudahan akses informasi secara *online* atau *online information access* sudah cukup baik dengan keberadaan “Wis Semar” dan fasilitas ICT yang ada di Kawasan Kota Lama Semarang.

### Accessibility

Kawasan Kota Lama Semarang sebagai salah satu objek wisata yang tergolong mudah diakses. Hal tersebut dibuktikan dengan skor yang cukup baik dari wisatawan mengenai jarak dari pusat kota, kondisi jalan, kondisi penerangan, tingkat kemudahan akses transportasi pribadi, tingkat kemudahan akses transportasi umum, tingkat kemudahan akses parkir. Selain itu, Kota Semarang sudah memiliki aplikasi “BRT Semarang”. Pada aplikasi ini memiliki beberapa fitur yang membantu para pengguna BRT yaitu adanya fitur BRT Terdekat yang dapat memberikan informasi posisi bus BRT berdasarkan jarak, kecepatan, dan waktu tempuh. Sehingga para wisatawan dapat memperkirakan kedatangan bus BRT yang mereka tunggu. Selain itu terdapat fitur Sebaran Shelter dan Rute BRT yang memberikan rekomendasi kepada pengguna BRT untuk pemilihan rute yang digunakan dan lokasi *shelter* terdekat. Fitur lainnya adalah Lalulintas Semarang yang memberikan informasi terkait pantauan lalu lintas beberapa titik di Kota Semarang berbasis kamera CCTV secara *realtime*.

Sesuai dengan kondisi yang ada, jarak dari pusat kota, kondisi jalan, kondisi penerangan, tingkat kemudahan akses transportasi pribadi, tingkat kemudahan akses transportasi umum, tingkat kemudahan akses parkir yang dibantu dengan aplikasi “BRT Semarang” dapat mendukung *smart vehicle-scheduling*, *e-tourism recommendation*, dan *real time traffic broadcast*. Selain itu *smart card* sebagai inovasi dalam pembayaran sudah dapat dilakukan pada bus BRT Kota Semarang, dimana pemerintah sudah bekerjasama dengan salah satu bank untuk menyediakan kartu yang digunakan untuk pembayaran tarif bus tersebut.

Untuk meningkatkan kemudahan akses wisatawan, Kawasan Kota Lama Semarang memiliki tantangan untuk menyediakan atau menambahkan *personal-itinerary design* dan *mobile payment* untuk mempermudah akses para wisatawan. Keberadaan aplikasi “BRT Semarang” secara mendasar sudah dapat mendukung *personal-itinerary design*, dimana para wisatawan dapat merencanakan perjalanan mereka menuju Kawasan Kota Lama Semarang menggunakan BRT, namun untuk kedepannya dapat diintegrasikan dengan transportasi lainnya seperti pesawat, kereta api, dan persewaan alat transportasi. Sehingga para wisatawan dapat memesan ataupun merencanakan mobilitas mereka. Untuk keberadaan *mobile payment* akan mempermudah dalam melakukan pembayaran secara *online* melalui *gadget* para wisatawan, terutama pada hal ini terkait dengan moda transportasi yang mereka gunakan. Seperti pembayaran tiket ataupun transportasi pribadi yang ingin mereka sewa.

Namun selain akses menuju Kawasan Kota Lama Semarang, akses yang ada didalam kawasan juga harus diperhatikan. Sesuai dengan penilaian para wisatawan bahwa tingkat kenyamanan pejalan kaki, tingkat keamanan pejalan kaki, dan tingkat kemudahan pejalan kaki masih memiliki skor yang rendah dibandingkan dengan komponen akses lainnya. Untuk kedepannya keberadaan jalur pejalan kaki atau *pedestrian* sangat mendukung *personal-itinerary design*, dimana untuk mengelilingi Kawasan Kota Lama Semarang para wisatawan diharapkan bisa berjalan kaki. Sehingga keberadaan *pedestrian* yang saling terhubung, nyaman, dan aman akan sangat dibutuhkan untuk mendukung *personal-itinerary design*. Selain mendukung *personal-itinerary design* keberadaan *pedestrian* yang sesuai juga dapat mendukung *tourist-flow*

*monitoring* dan *travel safety protection*. *Tourist-flow monitoring* nantinya akan memberikan informasi terkait jalur *pedestrian* yang sedang padat wisatawan, sehingga para wisatawan dapat menghindari melalui jalur lain yang sudah disediakan. Selain itu untuk *travel safety protection* akan memberikan informasi terkait bencana ataupun cuaca yang ada, sehingga *pedestrian* akan berguna sebagai jalur evakuasi jika terjadi bencana. Keberadaan *personal-itinerary design*, *tourist-flow monitoring*, dan *travel safety protection* diharapkan dapat meningkatkan keinginan wisatawan untuk berjalan kaki.

### **Amenity**

Kawasan Kota Lama Semarang memiliki fasilitas pendukung yang cukup lengkap seperti hotel, restoran, toko/warung, dan tempat berkumpul. Berdasarkan penilaian wisatawan bahwa kondisi dan kelengkapan fasilitas tempat berkumpul, restoran, hotel/penginapan, dan toko/warung/retail memiliki skor yang baik. Selain itu, Pemerintah Kota Semarang sudah menyediakan aplikasi “Wis Semar” untuk mempermudah wisatawan dalam mendapatkan informasi terkait *amenity* yang ada di Kota Semarang. Pada aplikasi “Wis Semar” terdapat rekomendasi lokasi hotel, restoran, dan toko oleh-oleh yang ada di Kota Semarang, keberadaan informasi ini sangat membantu untuk memberikan rekomendasi kepada wisatawan.

Sesuai dengan kondisi yang ada, kondisi dan kelengkapan fasilitas tempat berkumpul, restoran, hotel/penginapan, dan toko/warung/retail yang dibantu dengan aplikasi “Wis Semar” dapat mendukung *e-tourism recommendation* dan *online information access*. Namun Kawasan Kota Lama Semarang masih belum memiliki fasilitas pusat informasi dan peta wisata/denah, dimana kedua hal ini dianggap lebih penting oleh para wisatawan dibandingkan dengan keberadaan fasilitas lainnya. Selain itu, untuk mempermudah wisatawan, Kawasan Kota Lama Semarang memiliki tantangan untuk menyediakan atau menambahkan *personal-itinerary design* dan *mobile payment*. Kedua hal tersebut sangat membantu para wisatawan untuk melakukan pemesanan ataupun pembelian terkait fasilitas yang ada di Kawasan Kota Lama Semarang. Sehingga para wisatawan dapat memesan sebelum kedatangan mereka ke Kota Lama Semarang.

Keberadaan *personal-itinerary design* juga dapat didukung dengan kondisi lingkungan yang ada di Kawasan Kota Lama Semarang. Kondisi lingkungan yang dimaksud adalah kondisi penghijauan lingkungan, tingkat polusi udara, tingkat kebisingan, tingkat pelayanan air bersih, dan tingkat pelayanan persampahan. Berdasarkan penilaian wisatawan, kondisi lingkungan Kawasan Kota Lama Semarang masih kurang memuaskan. Terutama untuk mendukung *personal-itinerary design* yang seharusnya kondisi lingkungan Kawasan Kota Lama Semarang mendukung untuk para wisatawan berjalan kaki mengelilingi kawasan ini. Selain itu, dengan berjalan kaki akan mengurangi tingkat polusi udara dan suara yang dianggap masih mengganggu oleh para wisatawan.

### **Activity**

Menurut para wisatawan tingkat aktivitas yang dapat dilakukan dan tingkat pergerakan dari satu objek wisata ke objek wisata lainnya sudah baik. Kawasan Kota Lama Semarang memiliki luas ±4.5 ha, seharusnya kegiatan para wisatawan tidak hanya terpusat di sekitar Taman Srigunting saja. Sehingga dengan keberadaan aplikasi yang sudah dimiliki Kota Lama Semarang, para wisatawan seharusnya sudah bisa berkeliling Kawasan Kota Lama Semarang yang memiliki 105 bangunan. Untuk meningkatkan daya tarik wisatawan, Kawasan Kota Lama Semarang memiliki tantangan untuk menyediakan atau menambahkan *personal-itinerary design*, *online information access*, dan *e-tourism recommendation* diharapkan dapat memberikan informasi kepada wisatawan terkait lokasi-lokasi menarik yang ada di Kawasan Kota Lama Semarang, sehingga kegiatan tidak hanya terpusat di Taman Srigunting saja. Untuk memberikan pengalaman berbeda kepada para wisatawan, keberadaan fitur *personal-itinerary design* sangat penting. Keberadaan fitur ini dapat memberikan rekomendasi ataupun pilihan aktivitas lainnya yang dapat dilakukan wisatawan sesuai dengan preferensi mereka.

### **Ancillary Service**

Fasilitas pendukung aktivitas wisata seperti ATM, Kantor Pos, tempat ibadah, rumah sakit, toilet umum, dan sebagainya sangat dibutuhkan para wisatawan untuk melayani aktivitas mereka. Berdasarkan penilaian wisatawan, kondisi fasilitas umum yang ada di Kawasan Kota Lama masih kurang baik. Terutama kondisi toilet umum yang memiliki performa paling buruk dibandingkan dengan ATM dan tempat ibadah. Untuk memberikan kemudahan kepada wisatawan, Pemerintah Kota Lama Semarang menyediakan aplikasi “Semarang

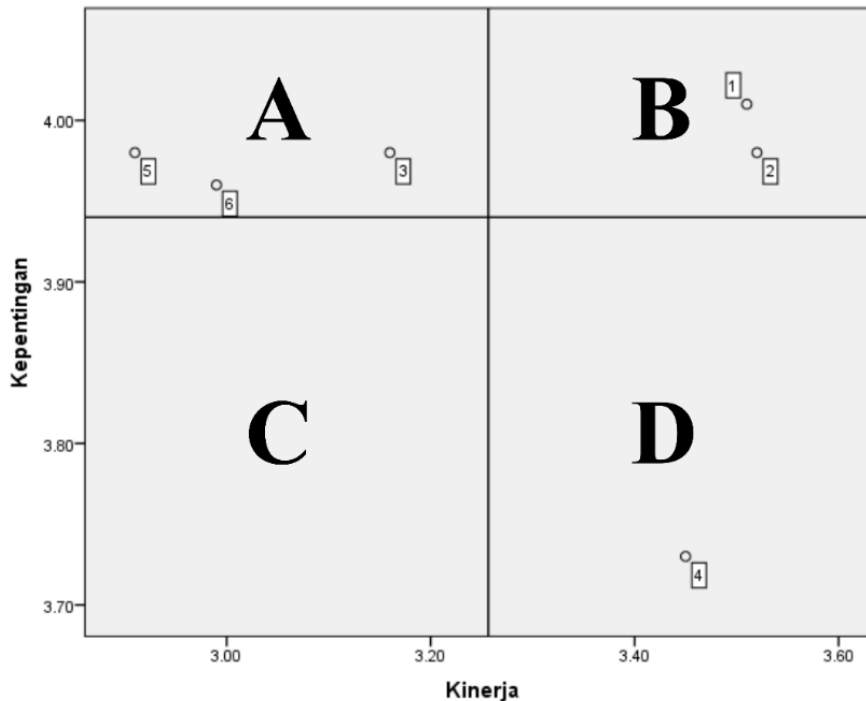
*Smart City*” yang memiliki fitur rekomendasi fasilitas terdekat seperti, bank & ATM, tempat ibadah, rumah sakit, dan pos polisi.

Sesuai dengan kondisi yang ada, tingkat kemudahan akses ke ATM, toilet umum, dan tempat ibadah yang dibantu dengan aplikasi “Semarang *Smart City*” dapat mendukung *e-tourism recommendation* dan *online information access*. Namun untuk mempermudah wisatawan, Kawasan Kota Lama Semarang memiliki tantangan untuk menyediakan atau menambahkan *tourist-flow monitoring* dan *travel safety protection*. Kedua hal tersebut berfungsi untuk menjaga kenyamanan dan keamanan wisatawan dalam berwisata. *Tourist-flow monitoring* akan dibutuhkan untuk mengendalikan para wisatawan yang berdatangan, sehingga tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. Sedangkan *travel safety protection* dapat membantu wisatawan dalam evakuasi saat bencana ataupun saat terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. Sehingga pihak BPK2L sebagai pengelola harus bekerja sama dengan pihak keamanan untuk menjaga keamanan lingkungan Kawasan Kota Lama Semarang.

**Available Packages**

Berdasarkan penilaian wisatawan, tingkat kegiatan promosi dan ketersediaan paket wisata dinilai masih kurang. Kedua hal ini dapat digunakan sebagai alat promosi dan meningkatkan daya tarik wisatawan. Untuk mendukung kegiatan promosi Kawasan Kota Lama Semarang, pemerintah Kota Semarang seharusnya menyediakan *platform (website/aplikasi)* yang berisikan informasi terkait Kawasan Kota Lama Semarang. Keberadaan *website khusus (tourist attraction homepage)* yang dapat digunakan sebagai sarana untuk mengakses informasi secara *online (online information access)* dan fitur yang memberikan rekomendasi terkait tempat wisata yang ada di Kawasan Kota Lama (*e-tourism recommendation*). Selain itu, untuk penawaran paket wisata dapat didukung dengan *personal-itinerary design* yang diharapkan memberikan pengalaman berbeda pada para wisatawan dan kemudahan dengan adanya *smart card* dan *mobile payment* yang memudahkan wisatawan dalam melakukan pembayaran.

**Gambar 3.** Diagram Cartesius *Importance-Performance Analysis* Variabel Pariwisata (Analisis, 2018)



*Kuadran A (Concetrate Here)*

Pada kuadran ini berisi variabel yang dianggap penting oleh para pengunjung Kawasan Kota Lama Semarang, namun pada kenyataannya variabel yang ada pada kuadran ini memiliki kinerja yang belum sesuai atau dapat dikatakan tingkat kepuasan yang didapatkan masih rendah. Sehingga dapat dikatakan variabel yang ada pada kuadran ini harus ditingkatkan kinerjanya dimana variabel yang ada pada kuadran ini dapat menjadi ancaman atau permasalahan. Dari diagram diatas dapat dilihat bahwa terdapat tiga variabel yang



berada pada kuadran A yaitu, *amenity* (3), *ancillary services* (5), dan *available packages* (6). Variabel *amenity* memiliki performa yang cukup baik pada ketersediaan fasilitas pendukung yang ada, namun keberadaan dari fasilitas tersebut belum memiliki kualitas yang baik sehingga skor yang didapatkan masih rendah dibandingkan dengan tingkat kepentingan dari variabel tersebut. Seperti fasilitas restoran atau café, dimana para wisatawan merasa kurang puas dengan sedikitnya makanan khas atau tradisional yang dijual disekitar Kawasan Kota Lama Semarang. Hal tersebut juga terjadi pada variabel *ancillary service*, dimana ketersediaan fasilitas pelayanan yang ada belum memadai baik dari kuantitas ataupun kualitas. Sedangkan untuk variabel *available packages*, para wisatawan menganggap bahwa tingkat promosi yang dilakukan masih kurang menarik sehingga perlu dilakukan peningkatan.

#### *Kuadran B (Keep Up the Good Work)*

Pada kuadran ini berisi variabel yang dianggap penting oleh para pengunjung Kawasan Kota Lama Semarang dan tingkat kinerja dari variabel yang ada pada kuadran ini juga sudah sesuai atau dapat dikatakan tingkat kepuasan yang didapatkan tinggi. Sehingga variabel yang ada pada kuadran ini harus dipertahankan kinerjanya dimana variabel yang ada pada kuadran ini bisa menjadi potensi. Dari diagram diatas dapat dilihat bahwa terdapat dua variabel yang ada pada kuadran B yaitu, *attraction* (1) dan *accessibility* (2). Variabel *attraction* memiliki performa yang baik dalam melindungi keaslian bangunan sejarah yang ada di Kawasan Kota Lama Semarang dan hal tersebut juga dianggap penting oleh para wisatawan sehingga performa dan tingkat kepentingan pada variabel ini hampir sesuai. Namun, butuh peningkatan dalam masalah pelayanan dari setiap objek yang ada. Sedangkan untuk variabel *accessibility* memiliki performa yang baik didukung dengan kemudahan akses transportasi menuju Kawasan Kota Lama Semarang dan tingkat kepentingan dari variabel ini juga dianggap penting oleh wisatawan. Namun, butuh peningkatan pada penyediaan akses untuk para pejalan kaki sehingga dapat meningkatkan kenyamanan.

#### *Kuadran D (Possible Overkill)*

Pada kuadran ini berisi variabel yang dianggap tidak penting oleh para pengunjung Kawasan Kota Lama Semarang namun pada kenyataannya variabel yang ada pada kuadran ini memiliki kinerja yang sesuai. Sehingga variabel yang ada pada kuadran ini dapat dikurangi atau disesuaikan kinerjanya. Dari diagram diatas dapat dilihat bahwa terdapat satu variabel yang ada pada kuadran tersebut yaitu *activity* (4). Variabel *activity* menempati kuadran D disebabkan oleh penilaian wisatawan yang sudah cukup puas dengan keragaman aktivitas yang dapat dilakukan, namun variabel ini dianggap belum terlalu penting oleh para wisatawan.

**Tabel 2.** Hasil Imporetance-Performance Analysis Variabel Pariwisata (Analisis, 2018)

No	Variabel	Tingkat Kesesuaian	Kuadran	Prioritas
1	Attraction	87.7%	B	2
2	Accessibility	88.4%	B	1
3	Amenity	79.4%	A	3
4	Activity	92.6%	D	6
5	Ancillary Services	72.9%	A	5
6	Available Packages	75.4%	A	4

Tabel diatas adalah prioritas penanganan variabel pariwisata Kawasan Kota Lama Semarang yang didapatkan dari hasil perhitungan tingkat kesesuaian dan diagram cartesius. Variabel *attraction* dan *accessibility* menjadi potensi yang ada pada pelayanan pariwisata Kawasan Kota Lama Semarang. Untuk potensi yang lebih unggul adalah *accessibility* walaupun skor tingkat kesesuaiannya masih < 100% sehingga dikatakan kurang memuaskan atau butuh peningkatan. Sedangkan untuk variabel yang menjadi tantangan adalah variabel *amenity*, *activity*, *ancillary services*, dan *available packages*. Namun untuk prioritas utama tantangan yang harus diperhatikan adalah *ancillary services* dimana variabel tersebut memiliki skor tingkat kesesuaian yang paling rendah.

## Potensi

Kawasan Kota Lama Semarang memiliki potensi-potensi pariwisata yang dalam penerapannya mengembangkan *smart tourism* dapat mendukung *e-tourism recommendation*, *online information access*, *smart-vehicle scheduling*, *real time traffic broadcast*, dan *smart card*. Potensi ini didapatkan melalui keberadaan aplikasi yang mendukung kegiatan wisata di Kawasan Kota Lama Semarang yaitu Wis Semar, Semarang *Smart City*, BRT Kota Semarang. Aplikasi tersebut mendukung wisata Kota Lama Semarang sekaligus Kawasan Kota Lama Semarang dengan keberadaan fitur-fitur yang memberikan informasi kepada para wisatawan. Keberadaan aplikasi tersebut membantu para wisatawan untuk mendapatkan informasi terkait Kawasan Kota Lama Semarang melalui internet, sehingga mengakses informasi secara *online (online information access)* oleh para wisatawan dapat dikatakan cukup mudah. Seluruh variabel pariwisata (6A) membutuhkan keberadaan *online information access* untuk mengoptimalkan kinerja pariwisata. Selain itu, *e-tourism recommendation* juga menjadi hal yang dibutuhkan setiap variabel pariwisata (6A). Fitur yang ada memberikan rekomendasi kepada wisatawan terkait pariwisata (*e-tourism recommendation*) berupa lokasi wisata, fasilitas terdekat (hotel, restoran, toko oleh-oleh, bank & ATM, tempat ibadah, rumah sakit, pos polisi), dan alat transportasi yang ada. Sehingga para wisatawan tidak kebingungan untuk mencari lokasi yang mereka butuhkan. Untuk BRT Kota Lama Semarang sudah didukung dengan *smart-vehicle scheduling* yang memudahkan para wisatawan yang ingin menggunakan BRT mendapatkan informasi terkait jadwal bus yang akan mereka gunakan. Selain itu terdapat informasi terkait halte terdekat dan pilihan rute yang harus diambil, sehingga para wisatawan tidak akan kebingungan dalam memilih rute ataupun mencari halte. Pantauan arus lalu lintas juga dapat dilakukan melalui aplikasi yang ada, dimana Pemerintah Kota Lama Semarang sudah meletakkan CCTV pada beberapa titik di Kota Lama Semarang. Keberadaan fitur *real time traffic broadcast* membantu wisatawan untuk mengetahui kondisi lalu lintas yang ada, sehingga dapat menghindari kemacetan lalu lintas. Pemerintah Kota Lama Semarang juga memberikan fasilitas *smart card* untuk membayar tiket bus BRT Kota Lama Semarang, sehingga memudahkan wisatawan dalam melakukan pembayaran.

## Tantangan

Kawasan Kota Lama Semarang perlu meningkatkan *free Wi-Fi* dan *smart card* serta menambahkan *tourist attraction homepage*, *personal-itinerary design*, *intelligent-guide system*, *tourist-flow monitoring*, *mobile payment*, *travel safety protection*, dan *crowd handling* sebagai salah satu bentuk strategi untuk menghadapi tantangan pengembangan *smart tourism*. Kawasan Kota Lama Semarang secara eksisting sudah memiliki akses *free Wi-Fi* yang terletak di Taman Srigunting. Namun hal tersebut masih belum dapat melayani Kawasan Kota Lama Semarang yang memiliki luas  $\pm 4.5$  ha, seharusnya para wisatawan dapat mengakses jaringan tersebut tanpa terputus selama masih berada pada Kawasan Kota Lama Semarang. Selain itu, para wisatawan juga masih belum menggunakan fasilitas ini dengan optimal, dimana para wisatawan masih banyak yang belum mengetahui keberadaan *free Wi-Fi* dan masih belum menggunakannya untuk mengakses informasi terkait wisata. Keberadaan *smart card* yang sudah diimplementasikan pada bus BRT Kota Lama Semarang untuk mendukung *accessibility*, seharusnya lebih dioptimalkan untuk diterapkan pada *attraction* dan *amenity* yang ada di Kawasan Kota Lama Semarang. Sehingga memudahkan dalam melakukan pembayaran untuk mengakses bangunan/fasilitas tersebut.

Untuk mendukung promosi dan sebagai sumber informasi, keberadaan *tourist attraction homepage* sangat dibutuhkan. Namun pengelola maupun pemerintah belum memiliki *website* yang dapat digunakan sebagai alat promosi ataupun informasi terkait bangunan yang ada di Kawasan Kota Lama Semarang. *Personal-itinerary design* dibutuhkan untuk memberikan kemudahan pembuatan rencana wisatawan, dimana para wisatawan dapat menentukan objek wisata yang akan dikunjungi ataupun fasilitas atau moda transportasi yang akan digunakan. Sehingga para wisatawan akan mendapatkan pengalaman wisata sesuai dengan keinginan mereka. Kemudahan ini juga didukung dengan keberadaan *mobile payment* yang memudahkan para wisatawan untuk melakukan pembayaran secara *online*. Untuk memberikan kenyamanan dalam berwisata, keberadaan *intelligent-guide system*, *crowd handling* dan *tourist-flow monitoring* sangat dibutuhkan. *Intelligent-guide system* berguna untuk memberikan informasi terkait sejarah dari bangunan yang ada di Kawasan Kota Lama Semarang. Sehingga para wisatawan bisa mendapatkan informasi secara mandiri, mengingat terdapat 105 bangunan cagar budaya yang ada dan sangat kecil kemungkinannya untuk para Duta Kota dapat melayani setiap wisatawan yang berkunjung. Untuk *crowd handling* dan *tourist-flow monitoring* dapat memberikan informasi terkait kapasitas maksimal

dari sebuah bangunan ataupun jalur yang sedang padat wisatawan, sehingga kenyamanan wisatawan akan selalu terjaga. Selain kenyamanan para wisatawan, keamanan juga harus diperhatikan dimana keberadaan *travel safety protection* yang memberikan informasi terkait ramalan cuaca ataupun jalur evakuasi menuju titik aman terdekat.

**Tabel 3.** Potensi dan Tantangan *Smart Tourism* Di Kawasan Kota Lama Semarang (Analisis, 2018)

TOURISM	SMART TOURISM	
	POTENSI	TANTANGAN
<b>ATTRACTION</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. E-Tourism Recommendation</li> <li>2. Online Information Access</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Free Wi-Fi</li> <li>2. Tourist Attraction Homepage</li> <li>3. Personal-Itinerary Design</li> <li>4. Smart Card</li> <li>5. Intelligent-Guide System</li> <li>6. Tourist-Flow Monitoring</li> <li>7. Crowd Handling</li> <li>8. Mobile Payment</li> <li>9. Travel Safety Protection</li> </ol>
<b>ACCESSIBILITY</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Smart Vehicle-Scheduling</li> <li>2. E-Tourism Recommendation</li> <li>3. Real Time Traffic Broadcast</li> <li>4. Smart Card</li> <li>5. Online Information Access</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Free Wi-Fi</li> <li>2. Personal-Itinerary Design</li> <li>3. Tourist-Flow Monitoring</li> <li>4. Travel Safety Protection</li> <li>5. Mobile Payment</li> </ol>
<b>AMENITIES</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. E-Tourism Recommendation</li> <li>2. Online Information Access</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Free Wi-Fi</li> <li>2. Personal-Itinerary Design</li> <li>3. Mobile Payment</li> </ol>
<b>ACTIVITY</b>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Free Wi-Fi</li> <li>2. E-Tourism Recommendation</li> <li>3. Online Information Access</li> <li>4. Personal-Itinerary Design</li> </ol>
<b>ANCILLIARY SERVICE</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. E-Tourism Recommendation</li> <li>2. Online Information Access</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Free Wi-Fi</li> <li>2. Crowd Handling</li> <li>3. Travel Safety Protection</li> </ol>
<b>AVAILABLE PACKAGES</b>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tourist Attraction Homepage</li> <li>2. E-Tourism Recommendation</li> <li>3. Online Information Access</li> <li>4. Personal-Itinerary Design</li> <li>5. Smart Card</li> <li>6. Mobile Payment</li> </ol>

#### 4. KESIMPULAN

Secara keseluruhan Kawasan Kota Lama Semarang masih jauh untuk menjadi *smart tourism*. Hal tersebut terbukti dari 13 elemen penting, Kawasan Kota Lama Semarang hanya memiliki 5 elemen dan masih belum terlalu optimal. Sehingga untuk kedepannya butuh beberapa penambahan ataupun peningkatan. Jika mengacu pada prioritas pengembangan, maka *accessibility* dan *attraction* adalah indikator *tourism* yang harus diprioritaskan. Selain itu, kedua hal ini juga dianggap menjadi sesuatu yang

penting dalam pengembangan *smart tourism*. Berikut adalah hal-hal yang perlu ditambahkan ataupun ditingkatkan untuk menjadi *smart tourism*:

1. *Free Wi-Fi*, membutuhkan peningkatan agar para wisatawan dapat mengakses tanpa terputus selama masih dalam lingkup Kawasan Kota Lama Semarang dan mendorong wisatawan untuk mengakses informasi terkait pariwisata.
2. *Smart card*, membutuhkan peningkatan agar kemudahan pembayaran tidak hanya pada bus BRT namun pada semua bagian yang ada di Kawasan Kota Lama Semarang (*attraction, accessibility, dan amenity*).
3. *Tourist attraction homepage*, melalui penambahan *website* khusus Kawasan Kota Lama Semarang yang berfungsi untuk mendukung promosi dan penyebaran informasi mengenai wisata.
4. *Personal-itinerary design*, melalui penambahan fitur pada aplikasi dan peningkatan kualitas fasilitas yang ada di Kawasan Kota Lama Semarang, sehingga nantinya para wisatawan mendapatkan pengalaman wisata yang berbeda.
5. *Mobile payment*, melalui penambahan fitur pada aplikasi yang nantinya akan memudahkan wisatawan untuk membayar secara *online*.
6. *Intelliget-guide system*, sangat membantu para Duta Kota untuk melayani dan menjelaskan kepada para wisatawan.
7. *Tourist-flow monitoring*, melalui sebuah teknologi GPS yang akan memberikan informasi mengenai arus wisatawan yang sedang padat pada suatu titik, sehingga kenyamanan wisatawan akan selalu terjaga.
8. *Crowd handling*, akan memberikan informasi terkait bangunan yang sudah pada batas maksimal kapasitas, sehingga para wisatawan akan lebih nyaman dalam menikmatinya.
9. *Travel safety protection*, secara mendasar adalah menyediakan informasi terkait ramalan cuaca dan peta jalur evakuasi.

Namun kembali lagi bahwa pelayanan dasar Kawasan Kota Lama juga perlu diperhatikan, seperti peningkatan pelayanan fasilitas ICT (*attraction*), jalur *pedestrian* (*accessibility*), keberadaan peta wisata (*amenity*), penyebaran aktivitas wisatawan (*activity*), fasilitas toilet umum (*ancillary services*), dan inovasi dalam kegiatan promosi (*available packages*). Dengan demikian, tersedianya pelayanan dasar dari Kawasan Kota Lama Semarang akan menunjang elemen-elemen lain dalam menerapkan konsep pengembangan *smart tourism*.

## 5. REFERENSI

- Boley, B. B., Gard, N., & Hammett, A. L. T. (2017). Importance-performance analysis (IPA) of sustainable tourism initiatives: The resident perspective. *Tourism Management*, 58, 66–77. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.002>
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2014). Smart Tourism Destinations. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2014* (p. 553).
- Kusuma, B. M. A. (2014). Pembangunan Terintegrasi dalam Mewujudkan Kota Pariwisata Bertaraf Internasional: Studi Kasus di Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur. *JKMP (Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik)*, 2(2), 117–130.
- Lai, I. W. K., & Hitchcock, M. (2015). Importance e performance analysis in tourism: A framework for researchers. *Tourism Management*, 48, 242–267. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.11.008>
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-performance analysis. *The Journal of Marketing*, 77–79.
- Park, J. H., Lee, C., Yoo, C., & Nam, Y. (2016). An analysis of the utilization of Facebook by local Korean governments for tourism development and the network of smart tourism ecosystem. *International Journal of Information Management*, 36(6), 1320–1327.
- Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 14 tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Semarang Tahun 2011-2031
- Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan
- Undang-Undang Nomor 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah
- Wang, X., Li, X. R., Zhen, F., & Zhang, J. (2016). How smart is your tourist attraction?: Measuring tourist preferences of smart tourism attractions via a FCEM-AHP and IPA approach. *Tourism Management*, 54, 309–320.

