

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

##### **4.1.1 Identifikasi *Stakeholders* dalam Pengembangan Objek Wisata Museum dan Monumen Palagan Ambarawa di Kabupaten Semarang**

###### 1. Identifikasi *Stakeholders*

- a. *Stakeholders* kunci meliputi Bupati Semarang, Disparta Kabupaten Semarang, Bapperida Kabupaten Semarang, dan BKUD Kabupaten Semarang,
- b. *Stakeholders* primer meliputi UPTD objek wisata dan koordinator lapangan pengelola objek wisata,
- c. *Stakeholders* sekunder meliputi DPU Kabupaten Semarang, Dishub Kabupaten Semarang, Kodam IV/Diponegoro, DLH Kabupaten Semarang, FK Metra Kabupaten Semarang, Sekolah Tinggi Agama Buddha Raden Wijaya Wonogiri, Biro pariwisata dan *Tour leader*, SCTv Jawa Tengah, masyarakat setempat serta wisatawan lokal.

2. Identifikasi *stakeholders* dalam pengembangan objek wisata Museum dan Monumen Palagan Ambarawa cukup jelas karena setiap *stakeholders* telah menyadari pengaruh dan kepentingannya masing-masing, sehingga pengembangan objek wisata menjadi lebih terarah, partisipatif, dan berkelanjutan.

#### **4.1.2 Peran *Stakeholders* dalam Pengembangan Objek Wisata Museum dan Monumen Palagan Ambarawa di Kabupaten Semarang**

- a. *Policy creator* meliputi Bupati Semarang, Disparta Kabupaten Semarang, Bapperida Kabupaten Semarang dan BKUD Kabupaten Semarang telah berperan sebagai pembuatan kebijakan dengan membentuk suatu kerangka yang jelas dan efektif yang menjadi pedoman pengembangan kepariwisataan.
- b. Koordinator meliputi Disparta Kabupaten Semarang, UPTD Objek Wisata dan koordinator lapangan pengelola objek wisata. Disparta Kabupaten Semarang yang paling berperan dalam peran koordinator masih belum maksimal karena masyarakat yang memiliki sikap yang sulit diatur dan mengutamakan kepentingan pribadi sehingga menghambat proses koordinasi. Kemudian, keterlibatan pihak swasta belum nampak sehingga menunjukkan peran koordinator yang dijalankan oleh ketiga *stakeholders* tersebut belum mampu menjalin kerjasama secara menyeluruh.
- c. Fasilitator meliputi Disparta Kabupaten Semarang, DPU Kabupaten Semarang, Dishub Kabupaten Semarang, DLH Kabupaten Semarang, dan SCTv Jawa Tengah. *Stakeholders* dengan paling berperan dalam peran fasilitator adalah Disparta Kabupaten Semarang, namun belum maksimal karena kurangnya anggaran dalam pembangunan fasilitas dan infrastruktur objek wisata.

- d. Implementator meliputi Disparta Kabupaten Semarang, UPTD Objek Wisata dan koordinator lapangan pengelola objek wisata. Peran implementator oleh UPTD Objek Wisata dan koordinator lapangan mengalami kekurangan jumlah Sumber Daya Manusia pengelola objek wisata.
- e. Akselerator meliputi Disparta Kabupaten Semarang, SCTv Jawa Tengah, Sekolah Tinggi Agama Buddha Raden Wijaya Wonogiri, FK Metra Kabupaten Semarang, masyarakat setempat dan wisatawan. Peran akselerator oleh Disparta Kabupaten Semarang masih belum optimal karena keterbatasan anggaran dalam mempromosikan objek wisata. Kemudian, kurangnya daya tarik wisata menjadikan peran ini belum optimal.

#### **4.1.3 Faktor Pendorong dan Penghambat Peran *Stakeholders* dalam Pengembangan Objek Wisata Museum dan Monumen Palagan Ambarawa di Kabupaten Semarang**

1. Faktor pendorong pertama dalam pengembangan objek wisata Museum dan Monumen Palagan Ambarawa adalah aksesibilitas. Disparta Kabupaten Semarang telah memberikan kemudahan bagi seluruh *stakeholders* dengan memberikan informasi seputar kepariwisataan kepada *stakeholders* lain melalui situs web dan sosial media Instagram. Kedua peran penentu tindakan sendiri sangat penting sebagai acuan yang mempengaruhi keputusan dan langkah yang diambil oleh para

*stakeholders* untuk pengembangan objek wisata Monumen Palagan Ambarawa.

2. Faktor penghambat pertama dalam pengembangan objek wisata Museum dan Monumen Palagan Ambarawa adalah perspektif *stakeholders*. Terjadinya perbedaan persepsi antar pelaksana dan perbedaan pendapat dengan *stakeholders* lain. Kedua, kurangnya partisipasi dan keterlibatan aktif *stakeholders* pihak swasta dan masyarakat juga menjadi permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan objek wisata Monumen Palagan Ambarawa.

## **4.2 Saran**

### **4.2.1 Identifikasi dan Peran *Stakeholders* dalam Pengembangan Objek Wisata Museum dan Monumen Palagan Ambarawa di Kabupaten Semarang**

1. Setiap *stakeholders* yang terlibat dalam pengembangan objek wisata Museum dan Monumen Palagan Ambarawa agar menjalankan tugas pokok fungsi masing-masing *stakeholders* secara maksimal, sehingga pengembangan pariwisata dapat berkembang dengan optimal,
2. Guna mengoptimalkan peran koordinator dengan meningkatkan kepercayaan antar *stakeholders* untuk menjalin kerjasama yang efektif dalam pelaksanaan tugas dan tanggung jawab dalam pengembangan objek wisata Museum dan Monumen Palagan Ambarawa,

3. Guna mengoptimalkan peran fasilitator dalam pemenuhan kebutuhan yang belum terpenuhi dengan memulai bekerjasama dengan pihak swasta untuk membantu dalam adanya sumber pendanaan dengan melalui perjanjian kemitraan yang jelas dan saling
4. Guna mengoptimalkan peran implementator dengan pembangunan kualitas Sumber Daya Manusia dan penambahan jumlah tenaga kerja pengelola secara langsung di lapangan melalui kerjasama dengan dinas lain agar meningkatkan pengelolaan objek wisata lebih efektif dan berkualitas.
5. Guna mengoptimalkan peran akselerator dengan penambahan daya tarik wisata melalui pemanfaatan teknologi digital dan menjalin kerjasama secara berkelanjutan dengan media massa SCTv Jawa Tengah melalui pembuatan MoU.

#### **4.2.2 Faktor Penghambat Peran *Stakeholders* dalam Pengembangan Objek Wisata Museum dan Monumen Palagan Ambarawa di Kabupaten Semarang**

1. Meningkatkan keselarasan pemahaman antar pelaksana dengan meningkatkan komunikasi secara terbuka melalui pertemuan rutin dan memanfaatkan saluran komunikasi seperti grup *whatsapp* untuk memaksimalkan berbagi informasi dan umpan balik.
2. Perlunya meningkatkan strategi komunikasi yang inklusif dan inovatif dengan *stakeholders* lain untuk membangun rasa kepemilikan yang lebih kuat sehingga dapat mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan.