

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada hakekatnya SDGs merupakan perpanjangan dari ESD yang sudah disosialisasikan sebelumnya. Dimana ESD ini merupakan hasil kesepakatan yang lahir pada tahun 1992 dalam *conference* di Rio Summit. Pada tahun 2002, KTT Dunia pada Pembangunan Berkelanjutan (Rio+10, Johannesburg), Majelis Umum PBB mengadopsi Resolusi tentang DESD. Kemudian tahun 2005 diadakan *UN Decade of ESD launched* (2005-2014). Lalu tahun 2014 merupakan Tahun Terakhir DESD - Konferensi Dunia UNESCO tentang ESD (Aichi-Nagoya). Deklarasi Aichi dan peluncuran Program Aksi Global tentang ESD (GAP)(-2019). Pada tahun 2019, merupakan *launching ESD* untuk target tahun 2030.

Sustainable Development Goals (SDG's) merupakan rancangan untuk tujuan pembangunan yang berkelanjutan. Pada 25 September 2015, di Markas Besar Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), New York, kurang lebih 193 negara telah menyetujui SDGs sebagai tujuan bersama. SDGs terdiri dari 169 indikator dan 17 tujuan yang harus dicapai sebelum tahun 2030. Adapun 17 tujuan tersebut meliputi pengentasan kemiskinan dan kelaparan, perbaikan kesehatan, pendidikan berkualitas, kesetaraan gender, air bersih dan sanitasi yang layak, energi bersih dan terjangkau, pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, industri inovatif dan infrastruktur, berkurangnya kesenjangan, kota dan komunitas berkelanjutan, konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab, penanganan perubahan iklim, ekosistem laut, ekosistem daratan, perdamaian, keadilan dan kelembagaan yang tangguh, serta kemitraan untuk mencapai tujuan (Sri et al., 2020).

SDG's memiliki lima prinsip yang dapat menyeimbangkan dimensi ekonomi, lingkungan, dan sosial, yaitu prinsip manusia, planet, kemakmuran, kolaborasi, dan perdamaian (Fitri, 2015). Indonesia berkomitmen untuk mencapai Indonesia Inklusif pada 2030. Presiden Jokowi memimpin langsung strategi dan tindakan Indonesia untuk mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan melalui Peraturan Presiden Indonesia (Perpres) No.59 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan

Tujuan Pembangunan Berkelanjutan, yang menunjukkan komitmen pemerintah Indonesia untuk melaksanakan dan mencapai SDGs.



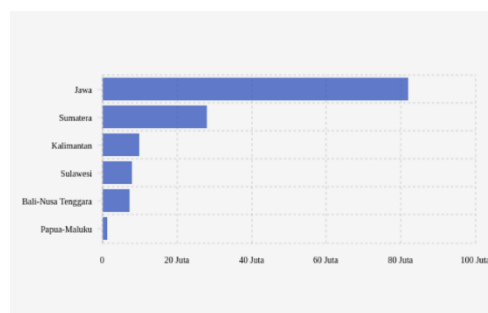
Gambar 1.1 Tujuan SDG's
Sumber: Wikipedia, Esiklopedia Bebas

Pariwisata adalah salah satu sektor yang memiliki kemampuan untuk mewujudkan SDG's secara menyeluruh, bekerja sama untuk mewujudkan tujuan ke-8 (pertumbuhan ekonomi) dan ke-17 (kemitraan untuk mencapai tujuan). Pariwisata adalah sektor industri yang berpeluang dan berpengaruh mendukung perekonomian Indonesia dapat menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan devisa negara (Ginting et al., 2021). Pariwisata memiliki peran penting dalam ekonomi dunia, dampaknya pun dapat dirasakan di berbagai sektor baik ekonomi, lingkungan dan sosial. Pemerintah sebagai pemeran utama dalam mengembangkan wisata harus berorientasi dalam mewujudkan SDGs dan konsep wisata bersifat berkelanjutan, selain pemerintah, pelaku industry pariwisata, dan masyarakat sekitar harus berorientasi pada pembangunan berkelanjutan. (Jones, Hillier, & Comfort, 2017). Adapun tujuan pariwisata berkelanjutan yaitu: “economic viability, local prosperity, employment quality, social equity, visitor fulfilment, local control, community wellbeing, cultural richness, physical integrity, biological diversity, resource efficiency, environmental purity.” (UNWTO, 2013:16).

Harbani Pasolong (2010) membagi teori administrasi publik ke dalam beberapa aspek yang mencerminkan bagaimana sumber daya manusia publik diorganisir dan dikomunikasikan untuk merumuskan, melaksanakan, serta mengelola kebijakan publik. Dalam konteks ini, administrasi publik menjadi inti dari manajemen publik yang berperan dalam mengoptimalkan penyelenggaraan pemerintahan dan pelayanan masyarakat. Mahmudi (2010) memperkuat perspektif

ini dengan mengemukakan teori manajemen publik yang memiliki tujuh karakteristik khas yang membedakan sektor publik dari sektor swasta, termasuk akuntabilitas yang lebih kompleks, orientasi pada kepentingan publik, serta pengelolaan sumber daya yang tidak berorientasi profit. Aplikasi Lunpia, sebagai bagian dari inisiatif pemerintah dalam mendukung sektor pariwisata di Kota Semarang, termasuk dalam ranah manajemen publik karena dirancang untuk memberikan layanan berbasis teknologi kepada wisatawan. Dalam perspektif administrasi publik, aplikasi ini berfungsi sebagai instrumen pelayanan publik yang bertujuan memudahkan wisatawan dalam merencanakan perjalanan wisata mereka, sejalan dengan upaya pemerintah dalam meningkatkan kualitas layanan kepariwisataan berbasis digital.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata terdiri dari berbagai kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh individu, pengusaha, dan pemerintah. Karena jumlah wisatawan yang mengunjungi Indonesia, sektor pariwisata dapat menjadi salah satu sumber devisa yang signifikan. Saat ini, pemerintah pusat dan daerah dari pemerintah provinsi hingga pemerintah kabupaten/kota mengambil alih sektor pariwisata. Peraturan Presiden No. 3 Tahun 2016 Tentang Percepatan Pelaksanaan Proyek Strategis Nasional menunjukkan kesungguhan pemerintah. Pemerintah mempercepat pembangunan infrastruktur transportasi, listrik, dan air bersih untuk mendukung pertumbuhan kawasan pariwisata unggulan melalui Perpres ini.

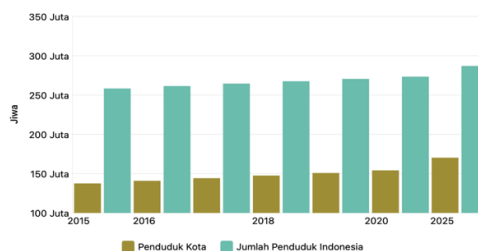


Gambar 1.2 Proyeksi Penduduk Pulau Jawa Tahun 2024
Sumber: Badan Pusat Statistik 2024

Prediksi menunjukkan bahwa jumlah penduduk di Pulau Jawa akan mencapai 148,7 juta jiwa pada tahun 2024. Ini menandakan bahwa Pulau Jawa akan menjadi wilayah dengan populasi terbesar di Indonesia, membentuk sekitar 53% dari total penduduk Indonesia. Kenaikan jumlah penduduk di Pulau Jawa telah terjadi secara konsisten selama beberapa dekade terakhir dan diperkirakan akan terus berlanjut di masa depan. Faktor-faktor seperti tingginya tingkat kelahiran, migrasi ke Pulau Jawa, dan penurunan angka kematian berperan dalam tren ini.

Menurut Dr. Fahmi Radhi, M.Sc., pakar pariwisata dari Universitas Gadjah Mada, distribusi penduduk di Pulau Jawa tidak merata, dengan wilayah perkotaan memiliki kepadatan penduduk yang tinggi sementara wilayah pedesaan memiliki kepadatan yang lebih rendah. Provinsi Jawa Barat memimpin dalam jumlah penduduk di Pulau Jawa dengan 67,8 juta jiwa, diikuti oleh Jawa Tengah dengan 55,2 juta jiwa, dan Jawa Timur dengan 25,7 juta jiwa.

Peningkatan jumlah penduduk di Pulau Jawa memiliki dampak penting pada upaya digital dalam industri pariwisata. Diperkirakan kenaikan jumlah penduduk, terutama dari kalangan menengah, akan meningkatkan permintaan untuk wisata domestik.



Gambar 1.3 Jumlah Penduduk Kota terhadap Jumlah Penduduk Indonesia
Sumber: Databoks, Lembaga Worldmeter Tahun 2019

Antara 2015 dan 2025, populasi Indonesia mengalami pertumbuhan yang stabil. Pada 2015, jumlah penduduk mencapai 255,58 juta jiwa, dan pada 2025, diproyeksikan akan mencapai 287 juta jiwa. Selama periode tersebut, pertumbuhan penduduk di kota juga menunjukkan tren yang lebih tinggi daripada pertumbuhan keseluruhan. Pada 2015, persentase penduduk di kota adalah 55,1%, dan pada 2025 diproyeksikan akan mencapai 59,3%.

Urbanisasi yang cepat membawa tantangan yang beragam, terutama dalam konteks implementasi transformasi digital di sektor pariwisata. Peningkatan jumlah penduduk di kota dan urbanisasi yang pesat menunjukkan peningkatan segmen wisatawan kota. Hal ini perlu dipertimbangkan oleh industri pariwisata dalam pengembangan produk dan layanan wisata yang dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi wisatawan di kota.

Data mengenai jumlah penduduk dan karakteristiknya dapat dimanfaatkan untuk memahami kebutuhan dan perilaku wisatawan di Indonesia, terutama mereka yang berasal dari kota.

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2018-2023

No.	Tahun	Jumlah Penduduk	Presentase Perubahan (%)
1.	2018	34,490,835	0,00
2.	2019	34,718,204	0,66
3.	2020	36,516,035	5,18
4.	2021	36,742,501	0,62
5.	2022	37,032,410	0,79
6.	2023	37,540,962	1,37

Sumber: Badan Pusat Statistik 2023

Antara 2018 dan 2023, jumlah penduduk Jawa Tengah menunjukkan konsistensi dalam peningkatan. Pada 2018, populasi mencapai 34.490.835 jiwa, dan pada 2023, mencapai 37.540.962 jiwa. Ini menandakan peningkatan rata-rata sekitar 1,03 juta jiwa per tahun. Meskipun terjadi peningkatan umum, fluktuasi tahunan terjadi dalam pertumbuhan penduduk, seperti yang terjadi pada 2021 dengan pertumbuhan yang lebih tinggi (1,35%) dibandingkan 2022 (0,90%). Fluktuasi ini dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti laju kelahiran, kematian, dan migrasi.

Dibandingkan dengan provinsi lain di Indonesia, pertumbuhan penduduk Jawa Tengah tergolong moderat. Pada 2020, pertumbuhan populasi Jawa Tengah sebesar 1,03%, sedangkan Jawa Barat 1,17%, Jawa Timur 0,94%, dan DKI Jakarta 0,56%. Pertumbuhan penduduk Jawa Tengah memiliki dampak penting pada transformasi digital pariwisata di wilayah tersebut.

Kenaikan jumlah penduduk Jawa Tengah menandakan potensi pasar yang lebih besar bagi wisatawan domestik. Ini menjadi peluang bagi industri pariwisata

Jawa Tengah untuk berkembang dan menarik lebih banyak pengunjung. Data mengenai jumlah penduduk dan karakteristiknya dapat digunakan untuk memahami kebutuhan dan perilaku wisatawan di Jawa Tengah. Hal ini membantu industri pariwisata untuk mengembangkan produk dan layanan digital yang lebih sesuai dengan permintaan pasar.

Jumlah turis yang mengunjungi Jawa Tengah terus meningkat selama lima tahun terakhir, mulai dari 2013, menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS). Dimulai pada tahun 2016, jumlah wisatawan asing ke Jawa Tengah meningkat dengan cepat, mencapai sekitar 200 ribu. Pada tahun 2017, lonjakan serupa terjadi untuk wisatawan lokal, dengan lonjakan tertinggi hampir 9 juta wisatawan lokal dari tahun sebelumnya. Secara umum, pariwisata Jawa Tengah sedang berkembang pesat dan memiliki banyak potensi untuk dieksplorasi dalam beberapa tahun mendatang.

Tabel 1.2 Jumlah Wisatawan di Jawa Tengah (2018-2023)

No.	Tahun	Wisatawan		
		Lokal (%)	Mancanegara (%)	Jumlah
1.	2018	49.943.607 (98,66%)	677.168 (1,34%)	50.620.775
2.	2019	57.900.863 (98,82%)	691.699 (1,18%)	58.592.562
3.	2020	22.629.085 (99,66%)	78.290 (0,34%)	22.707.375
4.	2021	21.332.409 (99,99%)	1.793 (0,01%)	21.334.202
5.	2022	46.465.437 (99,69%)	144.691 (0,31%)	46.610.128
6.	2023	56.485.087 (99,18%)	464.719 (0,82%)	56.949.806

Sumber : Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Jawa Tengah

Pada tahun 2018 dan 2019, jumlah wisatawan lokal dan mancanegara terus meningkat, mencerminkan pertumbuhan sektor pariwisata konvensional. Namun, pada 2020 dan 2021, terjadi penurunan drastis akibat pandemi (jumlah total wisatawan hanya 22,7 juta pada 2020 dan 21,3 juta pada 2021). Pada masa ini, teori dari Sigala (2020) menjadi relevan, yang menyatakan bahwa teknologi digital, seperti pemasaran berbasis media sosial dan pengalaman virtual, menjadi solusi untuk menjaga eksistensi destinasi wisata selama krisis.

Pemulihan terlihat pada 2022 dan 2023, ketika jumlah wisatawan kembali meningkat secara signifikan (46,6 juta pada 2022 dan 56,9 juta pada 2023). Hal ini dapat dikaitkan dengan optimalisasi teknologi digital, seperti penggunaan platform pemesanan daring dan promosi melalui media sosial, untuk menarik wisatawan lokal maupun mancanegara. Teori dari Gretzel et al. (2015) menekankan pentingnya smart tourism dalam menciptakan pengalaman wisata yang terintegrasi dengan teknologi, yang dapat mendorong wisatawan kembali melakukan perjalanan setelah pembatasan dicabut.

Tabel 1.3 Jumlah Pendapatan Pariwisata di Jawa Tengah 2021-2023.

No.	Kabupaten/Kota	Jumlah Pendapatan (Rp)		
		2021	2022	2023
1.	Klaten	25.220.043.087 (24,46%)	75.418.833.580 (26,99%)	194.179.450.098 (51,94%)
2.	Kab. Semarang	17.018.431.149 (16,51%)	72.302.052.995 (25,87%)	52.317.875.166 (13,99%)
3.	Purbalingga	11.164.948.019 (10,83%)	34.247.045.202 (12,25%)	33.255.108.890 (8,90)
4.	Banjarnegara	20.476.776.004 (19,86%)	30.434.490.794 (10,89%)	32.498.952.936 (8,69%)
5.	Surakarta	4.154.997.500 (4,03%)	10.558.810.560 (3,78%)	31.981.547.599 (8,55%)
6.	Kebumen	6.458.323.044 (6,26%)	15.801.290.660 (5,65%)	16.290.389.925 (4,36%)
7.	Boyolali	392.881.100 (0,38%)	2.224.292.500 (0,80%)	10.362.819.511 (2,77%)
8.	Semarang Kota	18.214.155.033 (17,67%)	38.483.411.709 (13,77%)	2.957.421.072 (0,79%)

Sumber: Buku Statistik Pariwisata Jawa Tengah 2021-2023

(Diurutkan dari jumlah pendapatan terbesar dengan Kota Semarang)

Pendapatan sektor pariwisata di berbagai kabupaten/kota di Jawa Tengah menunjukkan dinamika yang beragam selama periode 2021 hingga 2023. Dalam perspektif teori pariwisata oleh Butler (1980), perkembangan destinasi wisata sering mengikuti "Tourism Area Life Cycle" (TALC), yang menggambarkan tahap eksplorasi, keterlibatan, perkembangan, hingga kematangan. Berdasarkan data, Klaten menampilkan pertumbuhan luar biasa dengan kenaikan dari Rp25,2 miliar (2021) menjadi Rp194,1 miliar (2023). Hal ini menunjukkan potensi Klaten berada pada tahap perkembangan daya tarik wisata.

Sebaliknya, Semarang Kota mengalami penurunan drastis dari Rp38,4 miliar (2022) menjadi hanya Rp2,9 miliar (2023), yang dapat dikaitkan dengan tahap stagnasi atau bahkan penurunan dalam TALC akibat kurangnya inovasi atau perubahan daya tarik wisata. Hal ini sejalan dengan pandangan Cooper dan Hall (2008), yang menekankan pentingnya diversifikasi produk wisata untuk mempertahankan daya tarik destinasi.

Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk memilih kota Semarang dikarenakan terdapat penurunan pendapatan Kota Semarang yang signifikan pada tahun 2023 menjadi hanya 0,79% dibandingkan kontribusi tahun-tahun sebelumnya menunjukkan adanya tantangan serius yang perlu segera diatasi, terutama karena Kota Semarang merupakan ibu kota Provinsi Jawa Tengah. Sebagai pusat pemerintahan dan ekonomi, Kota Semarang memegang peranan strategis dalam mendorong pertumbuhan wilayah di sekitarnya. Penurunan ini juga mengindikasikan perlunya evaluasi mendalam terhadap kebijakan pembangunan, pengelolaan keuangan, dan mitigasi permasalahan. Kondisi tersebut juga dapat memengaruhi daya tarik investasi, pariwisata, dan stabilitas ekonomi lokal. Dengan optimalisasi kebijakan yang berbasis data dan teknologi, serta penanganan komprehensif, Kota Semarang dapat kembali memaksimalkan potensinya sebagai pusat pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di Jawa Tengah.

Di sisi lain, kabupaten seperti Boyolali yang menunjukkan pertumbuhan dari Rp392 juta (2021) menjadi Rp10,3 miliar (2023) mencerminkan tahapan awal dalam TALC, yaitu eksplorasi dan keterlibatan, di mana potensi destinasi mulai dikenal dan menarik perhatian pengunjung.

Menurut Dwyer dan Forsyth (1997), kontribusi ekonomi pariwisata sangat dipengaruhi oleh strategi pemerintah lokal dalam pengembangan infrastruktur dan pemasaran. Pertumbuhan signifikan di Klaten mungkin didukung oleh kebijakan proaktif dalam promosi dan pengelolaan destinasi. Sebaliknya, Semarang Kota yang cenderung menurun bisa menjadi indikasi kurang optimalnya pengelolaan atau pergeseran preferensi wisatawan.

Penurunan jumlah pendapatan pariwisata, seperti yang terjadi di Kota Semarang dari Rp38,4 miliar pada tahun 2022 menjadi Rp2,9 miliar pada tahun

2023, dapat dijelaskan melalui teori "Destination Competitiveness" yang dikemukakan oleh Ritchie dan Crouch (2003). Mereka berpendapat bahwa daya saing destinasi sangat dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal (seperti manajemen destinasi, infrastruktur, dan pengalaman wisata) dan eksternal (seperti tren pasar dan preferensi wisatawan).

Ketika pengelolaan destinasi tidak optimal, seperti kurangnya inovasi dalam produk wisata atau pembaruan fasilitas, destinasi dapat kehilangan daya tariknya. Selain itu, pergeseran preferensi wisatawan, seperti peningkatan minat terhadap wisata berbasis alam, budaya, atau pengalaman unik, dapat menjauhkan perhatian dari destinasi yang tidak menyesuaikan diri dengan tren baru. Dalam konteks ini, Pine dan Gilmore (1999) melalui teori "The Experience Economy" menekankan bahwa wisatawan modern mencari pengalaman otentik dan berkesan, sehingga destinasi yang hanya menawarkan atraksi standar tanpa diferensiasi bisa kehilangan relevansi di pasar.

Tabel 1.4 Jumlah Daya Tarik Wisata di Jawa Tengah 2021-2023

No.	Kabupaten/Kota	Daya Tarik Wisata dan Desa Wisata		
		2021	2022	2023
1	Klaten	3	73	77
2	Kab. Semarang	52	54	56
3	Purbalingga	7	104	106
4	Banjarnegara	38	36	36
5	Surakarta	50	14	18
6	Kebumen	36	23	24
7	Boyolali	23	60	42
8	Semarang Kota	46	50	50

Sumber: Buku Statistik Pariwisata Provinsi Jawa Tengah 2021-2023

Digitalisasi pariwisata memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik wisata, termasuk efektivitas promosi dan pengelolaan destinasi. Dalam konteks ini, teori *Digital Tourism Ecosystem* oleh Stamboulis dan Skayannis (2003) menekankan bahwa penerapan teknologi digital dapat meningkatkan visibilitas destinasi wisata, memungkinkan pemasaran yang lebih luas, serta memberikan pengalaman interaktif bagi wisatawan. Penggunaan platform digital untuk promosi,

seperti media sosial, website, atau aplikasi khusus, dapat menarik lebih banyak wisatawan, terutama generasi muda yang sangat terhubung dengan teknologi.

Berdasarkan tabel, kabupaten seperti Klaten dan Purbalingga yang mengalami peningkatan jumlah daya tarik wisata dan desa wisata secara signifikan (Klaten: dari 3 pada 2021 menjadi 77 pada 2023; Purbalingga: dari 7 pada 2021 menjadi 106 pada 2023) juga menunjukkan peningkatan pendapatan pariwisata yang signifikan. Klaten, misalnya, mencatat kenaikan pendapatan dari Rp25,2 miliar pada 2021 menjadi Rp194,1 miliar pada 2023. Hal ini menunjukkan korelasi positif antara pengembangan daya tarik wisata yang didukung oleh strategi digitalisasi dengan pertumbuhan ekonomi pariwisata.

Sebaliknya, destinasi seperti Semarang Kota, meskipun memiliki daya tarik wisata yang cukup stabil (50 pada 2022 dan 2023), justru mengalami penurunan pendapatan dari Rp38,4 miliar pada 2022 menjadi Rp2,9 miliar pada 2023. Hal ini menunjukkan pentingnya tidak hanya meningkatkan jumlah daya tarik wisata tetapi juga memastikan bahwa strategi digital diterapkan secara optimal untuk menarik wisatawan. Menurut Buhalis dan Law (2008), digitalisasi memungkinkan destinasi untuk menciptakan "smart tourism destinations," yang mampu mengintegrasikan teknologi dengan infrastruktur fisik dan layanan untuk memberikan pengalaman wisata yang unggul.

Selain itu, data dari Boyolali, yang menunjukkan fluktuasi jumlah daya tarik wisata (60 pada 2022 menjadi 42 pada 2023) dengan pendapatan yang meningkat (Rp392 juta pada 2021 menjadi Rp10,3 miliar pada 2023), menyiratkan bahwa digitalisasi dapat membantu mengoptimalkan potensi destinasi yang terbatas secara fisik. Hal ini sesuai dengan teori *Experience Economy* dari Pine dan Gilmore (1999), yang menyatakan bahwa teknologi dapat digunakan untuk menciptakan pengalaman unik yang memikat wisatawan. Apabila ditarik benang merah nya data ini mengindikasikan bahwa pengembangan daya tarik wisata harus diiringi dengan digitalisasi yang strategis untuk memastikan keberlanjutan dan daya saing destinasi wisata.

Tabel 1.5 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Semarang (2019-2023)

No.	Tahun	Wisatawan		
		Lokal (%)	Mancanegara (%)	Jumlah
1.	2019	7.223.529 (98,88%)	82.030 (1,12%)	7.305.559
2.	2020	3.260.303 (99,80%)	6.628 (0,20%)	3.266.931
3.	2021	2.663.684 (100,00%)	77 (0,00%)	2.663.761
4.	2022	5.338.233 (99,91%)	4.918 (0,09%)	5.343.151
5.	2023	6.478.883 (99,78%)	13.992 (0,22%)	6.492.875

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang

Data jumlah kunjungan wisatawan di Kota Semarang dari tahun 2019 hingga 2023 menunjukkan dinamika yang signifikan, terutama akibat dampak pandemi COVID-19. Pada tahun 2019, total kunjungan wisatawan mencapai puncaknya dengan 7.305.559 wisatawan, terdiri dari 7.223.529 wisatawan lokal dan 82.030 wisatawan mancanegara. Namun, tahun 2020 terjadi penurunan drastis menjadi 3.266.931 kunjungan, terutama disebabkan oleh pembatasan perjalanan akibat pandemi. Tahun 2021 menunjukkan penurunan lebih lanjut dengan total 2.663.761 kunjungan, di mana wisatawan mancanegara hampir tidak tercatat (77 orang). Pada tahun 2022, pariwisata mulai pulih, dengan jumlah kunjungan meningkat menjadi 5.343.151, termasuk sedikit peningkatan wisatawan mancanegara (4.918 kunjungan). Tren positif ini berlanjut pada tahun 2023, dengan jumlah kunjungan mencapai 6.492.875, mencerminkan pemulihan yang signifikan baik dari wisatawan lokal (6.478.883) maupun mancanegara (13.992).

Menurut Buhalis dan Law (2008), digitalisasi dalam pariwisata memungkinkan integrasi teknologi informasi dan komunikasi (ICT) untuk meningkatkan efisiensi promosi, penyampaian informasi, dan pengalaman wisatawan. Dalam kasus Kota Semarang, penggunaan media sosial, platform reservasi daring, serta kampanye digital selama pandemi berkontribusi pada peningkatan jumlah wisatawan lokal, yang mendominasi data kunjungan 2022 dan 2023. Selain itu, Gretzel et al. (2015) memperkenalkan konsep Smart Tourism,

yang menekankan penggunaan teknologi berbasis data untuk menciptakan pengalaman wisata yang personal dan responsif terhadap kebutuhan wisatawan.

Tabel 1.6 Objek Wisata di Kota Semarang

No	Kategori	Unit				
		2019	2020	2021	2022	2023
1	Objek Wisata Budaya	35	35	35	59	59
2	Objek Wisata Bahari	4	4	5	5	5
4	Objek Wisata Pertanian	6	6	6	6	6
6	Objek Wisata Alam	27	27	27	43	43
7	Objek Wisata Sejarah	5	5	5	5	5
8	Objek Wisata Religi	22	22	22	41	41
9	Objek Wisata Pendidikan	3	3	3	3	3
10	Objek Wisata Kuliner	14	14	15	151	15
11	Objek Wisata Belanja	22	22	23	23	23
12	Objek Wisata Buatan	57	58	58	76	58
Jumlah		195	196	199	412	258

Sumber: Portal Semarang, 2024 (diolah)

Menurut Buhalis dan Amaranggana (2015), konsep smart tourism yang mengintegrasikan teknologi informasi dengan destinasi wisata dapat mendukung personalisasi, interaksi, dan aksesibilitas, sehingga meningkatkan daya tarik berbagai jenis objek wisata. Data menunjukkan bahwa jumlah objek wisata mengalami fluktuasi dari 2019 hingga 2023, terutama pada kategori wisata budaya, alam, dan religi yang menunjukkan pertumbuhan signifikan.

Pada 2019 hingga 2021, jumlah objek wisata relatif stabil dengan pertumbuhan minim, menunjukkan bahwa sektor ini masih dalam tahap adaptasi terhadap digitalisasi. Namun, lonjakan terlihat pada 2022 dengan peningkatan signifikan pada objek wisata budaya (dari 35 menjadi 59), alam (dari 27 menjadi 43), dan religi (dari 22 menjadi 41). Lonjakan ini sejalan dengan teori dari Gretzel et al. (2015), yang menyatakan bahwa teknologi digital, seperti aplikasi berbasis lokasi dan platform media sosial, memungkinkan pengelola wisata untuk mempromosikan objek wisata yang sebelumnya kurang dikenal kepada audiens yang lebih luas.

Kategori wisata yang lebih kompleks, seperti budaya dan religi, memerlukan strategi digital yang lebih terfokus karena melibatkan elemen sejarah, tradisi, dan pengalaman unik. Digitalisasi dapat mempermudah akses informasi melalui tur virtual, platform cerita interaktif, atau panduan berbasis aplikasi, yang sesuai dengan teori Pine dan Gilmore (1998) tentang *experience economy*. Wisatawan cenderung mencari pengalaman yang mendalam dan autentik, yang dapat disediakan melalui teknologi.

Namun, kategori lain seperti wisata pendidikan, belanja, dan kuliner tampak stagnan. Hal ini mencerminkan potensi yang belum dioptimalkan untuk digitalisasi dalam kategori-kategori ini. Dengan memanfaatkan peluang teknologi, seperti integrasi *e-commerce* untuk wisata belanja atau pemetaan pengalaman kuliner interaktif, kompleksitas kategori ini dapat ditingkatkan untuk mendukung pertumbuhan wisata yang lebih berkelanjutan.

Pariwisata merupakan sektor strategis yang perlu mendapatkan perhatian dalam pembangunan nasional. Kebijakan pemerintah sering kali mencakup rencana untuk mengembangkan objek wisata di berbagai wilayah Indonesia (Sudiarta et al., 2021). Sektor ini telah menjadi kontributor devisa terbesar keempat bagi Indonesia (Septiandari et al., 2021) dan dianggap sebagai salah satu sektor yang paling efisien dalam menciptakan lapangan kerja, baik dari segi regulasi maupun investasi pemerintah (Surjaya, 2014). Bahkan, pada tahun 2020, sektor pariwisata diproyeksikan menjadi penyumbang devisa terbesar. Untuk itu, pemerintah telah menetapkan pariwisata sebagai sektor prioritas pembangunan melalui kebijakan strategis, seperti penguatan branding, kemudahan investasi, dan alokasi anggaran yang memadai (Dritasto & Anggraeni, 2013).

Di era globalisasi, tantangan dan peluang besar muncul bagi berbagai negara, termasuk Indonesia. Transparansi dan independensi memberikan dampak positif maupun negatif terhadap perkembangan nasional. Salah satu dampak positif yang signifikan adalah kemajuan pesat dalam ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK). Perkembangan teknologi informasi telah dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mengakses informasi global, termasuk informasi tentang pariwisata dan kebudayaan suatu negara (Permatasari et al., 2013).

Berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 10 Tahun 2012 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Jawa Tengah Tahun 2012–2027, pembangunan kepariwisataan di Jawa Tengah diarahkan untuk mewujudkan visi "Jawa Tengah sebagai Destinasi Pariwisata Utama". Visi ini diwujudkan melalui empat misi strategis, yaitu:

1. Pengembangan destinasi pariwisata yang memiliki keunikan lokal, aman, nyaman, menarik, mudah diakses, berwawasan lingkungan, serta mampu meningkatkan pendapatan masyarakat dan daerah.
2. Pelaksanaan pemasaran pariwisata yang efektif, sinergis, dan bertanggung jawab untuk meningkatkan kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara.
3. Pengembangan industri pariwisata yang berdaya saing, mendukung kemitraan usaha, serta bertanggung jawab terhadap pelestarian lingkungan alam dan sosial budaya.
4. Peningkatan kapasitas organisasi pemerintah daerah, partisipasi swasta dan masyarakat, pengembangan sumber daya manusia, optimalisasi regulasi, dan pelayanan, serta efisiensi mekanisme operasional guna mendukung pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan.

Strategi ini dirancang untuk menciptakan sistem kepariwisataan yang terintegrasi, kompetitif, dan berkelanjutan, sesuai dengan potensi lokal dan dinamika global.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 5 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Semarang Tahun 2015–2025, pembangunan kepariwisataan di Kota Semarang diarahkan untuk mewujudkan visi "Semarang sebagai Destinasi Pariwisata yang Berdaya Saing, Berkelanjutan, Mampu Mendorong Pembangunan, dan Meningkatkan Kesejahteraan Rakyat." Visi ini dijabarkan melalui empat misi utama, yaitu:

1. Pengembangan destinasi pariwisata yang memiliki keunikan, aman, nyaman, menarik, mudah diakses, dan berwawasan lingkungan.
2. Pelaksanaan pemasaran pariwisata yang efektif, sinergis, dan bertanggung jawab.

3. Pengembangan industri pariwisata lokal yang kompetitif, mendukung kemitraan usaha, serta bertanggung jawab terhadap pelestarian lingkungan alam dan sosial budaya.
4. Penguatan kelembagaan pariwisata melalui sinergi antara Pemerintah Kota, swasta, dan masyarakat.

Strategi ini bertujuan untuk menciptakan sektor pariwisata yang kompetitif, inklusif, dan berkelanjutan, sehingga mampu berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi serta peningkatan kesejahteraan masyarakat di Kota Semarang.

Baik Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 10 Tahun 2012 maupun Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 5 Tahun 2015 menekankan pentingnya pemasaran pariwisata yang efektif sebagai salah satu pilar utama dalam pembangunan kepariwisataan. Dalam konteks Provinsi Jawa Tengah, strategi pemasaran diarahkan untuk meningkatkan sinergi antar pemangku kepentingan serta memaksimalkan kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara melalui penguatan branding destinasi. Hal ini sejalan dengan teori Kotler, Bowen, dan Makens (2014), yang menekankan bahwa pemasaran pariwisata harus didasarkan pada segmentasi pasar, diferensiasi produk, dan strategi branding yang menarik untuk memperluas pasar wisata. Di sisi lain, Peraturan Daerah Kota Semarang menekankan pemasaran pariwisata yang tidak hanya efektif tetapi juga bertanggung jawab, dengan menitikberatkan pada integrasi antara keunikan lokal dan pelestarian sosial budaya. Pendekatan ini relevan dengan pandangan Buhalis (2000), yang menggarisbawahi bahwa pemasaran destinasi harus mengakomodasi keberlanjutan, baik dari aspek ekonomi, sosial, maupun lingkungan.

Berdasarkan Peraturan Walikota Semarang Nomor 111 Tahun 2021 tentang Tugas Pokok dan Fungsi (Tupoksi) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, institusi ini memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan, mempersiapkan, dan mengelola sistem informasi budaya dan pariwisata melalui berbagai media, seperti situs web, media sosial, dan dokumentasi publik. Langkah ini bertujuan untuk menyediakan akses informasi dan pelayanan pariwisata yang mudah bagi wisatawan domestik maupun internasional. Salah satu implementasi dari tanggung jawab tersebut adalah peluncuran platform digital untuk mendukung

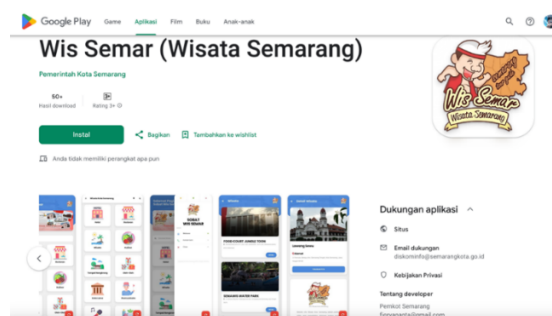
informasi, promosi, dan pelayanan pariwisata di Kota Semarang, termasuk aplikasi berbasis *smartphone* “Lunpia” yang menjadi inovasi terbaru.

Tabel 1.7 Platform Media Digital Disbudpar Kota Semarang

No.	Jenis Platform	Nama Akun	Tanggal Pembuatan
1.	Website	https://infowisata.semarangkota.go.id	2016
2.	Instagram	disbudparkotasemarang	6 Mei 2016
3.	Facebook	Disbudpar Kota Semarang	30 Maret 2019
4.	Youtube	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang	18 Februari 2013
5.	Twitter	@disbudparkotasmg	Desember 2014
6.	Aplikasi	Wis Semar	29 Desember 2019
7.	Aplikasi	Smart Tourism (Lunpia)	20 Juli 2020

Sumber: Firdaus, 2022

Aplikasi Lunpia merupakan inisiatif yang dikembangkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Semarang bekerja sama dengan PT. Nusantara Global Inovasi. Aplikasi ini dirancang untuk mempermudah wisatawan domestik dan mancanegara dalam menjelajahi destinasi wisata di Kota Semarang. Selain memberikan informasi mengenai tempat-tempat wisata menarik, Lunpia juga menjadi platform promosi gratis bagi pelaku bisnis pariwisata untuk mempublikasikan produk dan acara mereka (PPID Kota Semarang, 2022).



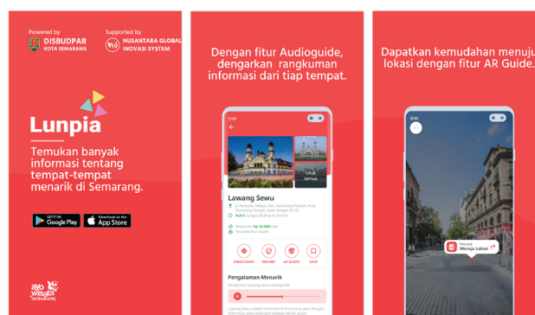
Gambar 1.4 Aplikasi Wis Semar Pada Platform Playstore

Sumber: Tangkapan Layar Penulis (12 Desember 2024)

Aplikasi Wis Semar yang dikelola oleh Pemerintah Kota Semarang tampaknya sudah tidak efektif dalam mencapai tujuannya, sebagaimana terlihat dari jumlah unduhan yang hanya mencapai 50+ pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa minat atau kesadaran masyarakat terhadap aplikasi ini sangat rendah. Salah satu alasan utamanya adalah fokus aplikasi yang terlalu terbatas, yakni hanya

memberikan informasi tentang tempat wisata di Kota Semarang. Padahal, kebutuhan wisatawan maupun masyarakat lokal mencakup aspek yang lebih luas, seperti informasi mengenai restoran, hotel, tempat ibadah, pusat oleh-oleh, dan layanan lainnya. Oleh karena itu, menggantikan aplikasi Wis Semar dengan aplikasi Lunpia dapat menjadi solusi yang lebih efektif.

Aplikasi Lunpia memiliki cakupan layanan yang lebih komprehensif, sehingga dapat memenuhi berbagai kebutuhan pengguna dalam satu platform. Dengan menyediakan fitur yang lebih beragam, aplikasi Lunpia berpotensi menarik lebih banyak pengguna dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi wisatawan maupun masyarakat lokal. Langkah ini juga dapat meningkatkan promosi pariwisata Semarang.



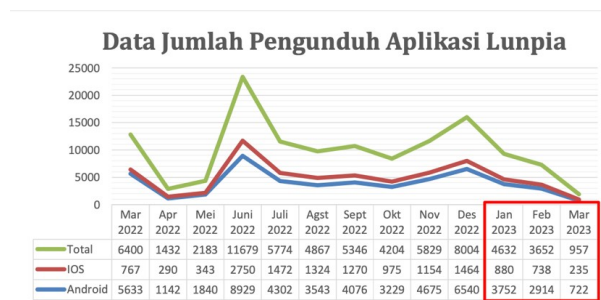
Gambar 1.5 Tampilan Aplikasi Lunpia
Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang

Landasan hukum pengembangan Aplikasi Lunpia didasarkan pada Keputusan Sekretaris Daerah Kota Semarang Nomor 556/160 Tahun 2020 tentang Pembentukan Tim *Smart Tourism* Penggerak Kepariwisataan di Kota Semarang, yang menjadi pijakan dalam pengembangan destinasi pariwisata cerdas (*smart tourism destination*) di Kota Semarang. Selain itu, kolaborasi dalam pengembangan Aplikasi Lunpia telah tersirat dalam Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 5 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan (RIPPARKOT) Kota Semarang Tahun 2015–2025, yang mengarahkan strategi pembangunan pariwisata secara terpadu dan berkelanjutan.

Salah satu keunggulan utama Lunpia dibanding Wis Semar adalah fitur pemesanan tiket, seperti tiket wisata Museum Kota Lama, yang diintegrasikan dalam sistem tunggal (*single system*), sesuai dengan arahan Walikota Semarang,

Hendrar Prihadi (Detik.com, 2022). Berbeda dari "Wis Semarang" yang hanya menyediakan informasi destinasi dan fitur *augmented reality* untuk jarak tempuh, Lunpia menawarkan pengalaman yang lebih komprehensif dan fungsional bagi wisatawan maupun pelaku integrasi pariwisata.

Pengembangan aplikasi Lunpia oleh Disbudpar Kota Semarang mencerminkan upaya nyata dalam memperkuat pariwisata digital sebagai bagian dari strategi modernisasi layanan wisata. Inisiatif ini sejalan dengan teori *smart tourism* yang dikemukakan oleh Gretzel et al. (2015), yang menyatakan bahwa teknologi digital harus dimanfaatkan untuk menciptakan pengalaman wisata yang lebih terhubung, personal, dan efisien. Dengan 18 integrasi fitur seperti pemesanan tiket melalui sistem tunggal (single system) dan promosi gratis bagi pelaku usaha pariwisata, aplikasi Lunpia tidak hanya mempermudah wisatawan, tetapi juga mendukung pengembangan ekosistem pariwisata yang inklusif.

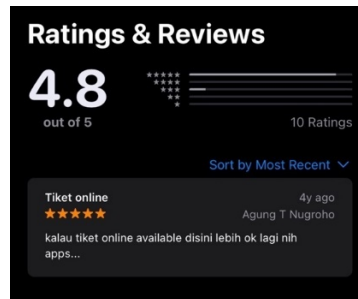


Gambar 1.6 Jumlah Unduhan Aplikasi Lunpia
Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang

Berdasarkan grafik jumlah pengunduh Aplikasi Lunpia, terlihat adanya penurunan signifikan dalam data unduhan pada awal tahun 2023. Pada Januari 2023, total unduhan aplikasi tercatat sebanyak 4.632, namun angka ini terus menurun hingga hanya mencapai 722 pada Maret 2023. Penurunan serupa terjadi pada unduhan di platform Android (dari 3.752 pada Januari menjadi 722 pada Maret) dan iOS (dari 880 pada Januari menjadi 235 pada Maret). Penurunan drastis ini menunjukkan adanya indikasi ketidakefektifan aplikasi dalam mempertahankan daya tarik dan relevansinya di kalangan pengguna.

Penurunan jumlah unduhan ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kurangnya pembaruan fitur yang menarik, ketidaksesuaian dengan kebutuhan

pengguna, atau minimnya strategi pemasaran yang berkelanjutan. Hal ini mencerminkan bahwa Aplikasi Lunpia belum mampu menjadi alat yang efektif dalam mendukung promosi pariwisata Kota Semarang secara konsisten. Data tersebut menegaskan bahwa Aplikasi Lunpia saat ini belum efektif dalam menarik dan mempertahankan pengguna.



Gambar 1.7 *Rating, Reviews dan Total Rating*
Sumber: Tangkapan Layar Penulis Pada Aplikasi Appstore

Gambar tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Lunpia memiliki rating tinggi, yaitu 4.8 dari 5, berdasarkan 10 ulasan pengguna. Tingginya rating ini mencerminkan kepuasan pengguna terhadap aplikasi, yang berarti aplikasi ini berhasil memenuhi kebutuhan sebagian besar penggunanya. Namun, jumlah ulasan yang hanya 10 menunjukkan bahwa pengguna aplikasi ini masih tergolong sedikit, yang bisa jadi disebabkan oleh kurangnya promosi, fitur yang terbatas, atau ketidaktahuan masyarakat tentang aplikasi tersebut. Salah satu ulasan menyarankan penambahan fitur tiket *online*, yang mengindikasikan kebutuhan pengguna akan fungsi yang lebih luas. Dari perspektif efektivitas penggunaan, aplikasi ini tampaknya sudah memberikan pengalaman yang baik, tetapi keberhasilan lebih besar dapat dicapai dengan peningkatan fungsionalitas sesuai kebutuhan pasar. Dalam pengelolaan aplikasi, pengembang harus melihat masukan seperti ini sebagai peluang untuk meningkatkan daya tarik aplikasi dan memperluas basis penggunanya. Penambahan fitur yang relevan serta upaya promosi yang lebih gencar dapat meningkatkan jumlah pengguna dan ulasan, sekaligus memperkuat posisi aplikasi.

Keberhasilan aplikasi Lunpia dibandingkan pendahulunya, Wis Semar, menunjukkan pentingnya inovasi dan adaptasi teknologi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan modern yang semakin bergantung pada aplikasi digital. Fitur-

fitur seperti informasi destinasi yang terintegrasi dan kemudahan pemesanan layanan wisata mencerminkan prinsip *digital tourism experience* yang diungkapkan oleh Neuhofer et al. (2014), di mana teknologi memungkinkan penciptaan pengalaman wisata yang relevan dan mendalam. Upaya ini tidak hanya meningkatkan daya saing Kota Semarang sebagai destinasi wisata, tetapi juga menunjukkan bagaimana digitalisasi dapat menjadi solusi strategis untuk mengatasi tantangan dalam pemasaran dan pelayanan wisata di era globalisasi.

Meskipun Disbudpar Kota Semarang telah berupaya mengembangkan pariwisata digital melalui inovasi aplikasi Lunpia, realitas di lapangan menunjukkan bahwa dampaknya belum signifikan terhadap pengembangan sektor pariwisata digital secara menyeluruh. Meskipun aplikasi ini mencatat pencapaian 50.000+ unduhan, jumlah ini masih relatif kecil dibandingkan dengan potensi jumlah wisatawan domestik dan mancanegara yang dapat dijangkau. Selain itu, fitur-fitur dalam aplikasi Lunpia, seperti promosi gratis bagi pelaku usaha pariwisata dan pemesanan tiket berbasis *single system*, belum memberikan kontribusi optimal dalam meningkatkan kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku usaha.

Pendekatan ini belum sepenuhnya sejalan dengan teori smart tourism dari Gretzel et al. (2015), yang menekankan pentingnya integrasi teknologi dengan data yang kuat, kolaborasi lintas sektor, dan pengalaman pengguna yang inovatif. Tanpa adanya ekosistem digital yang lebih luas dan terintegrasi seperti penggunaan data analitik untuk memahami perilaku wisatawan atau pengembangan fitur interaktif berbasis *real-time* aplikasi ini hanya menjadi alat tambahan, bukan solusi strategis.

Selain itu, rendahnya pengakuan publik terhadap aplikasi ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital yang diimplementasikan belum efektif dalam menjangkau *audiens target*. Hal ini bertentangan dengan pandangan Buhalis dan Amaranggana (2015), yang menyebutkan bahwa teknologi pariwisata harus mampu menciptakan nilai tambah yang nyata bagi pengguna dan meningkatkan efisiensi pengelolaan destinasi. Oleh karena itu, meskipun aplikasi Lunpia adalah langkah awal yang baik, upaya Disbudpar Kota Semarang masih memerlukan strategi yang lebih komprehensif dan inklusif untuk menjadikan pariwisata digital sebagai pilar

utama pembangunan pariwisata daerah. Kelemahan pada aplikasi Lunpia, seperti kurangnya fitur interaktif, keterbatasan informasi destinasi, dan minimnya integrasi dengan layanan transportasi atau akomodasi, menunjukkan perlunya perbaikan dalam sistem layanan digital pariwisata Kota Semarang. Oleh karena itu, aplikasi Kocodolan harus dikembangkan dengan mengatasi kelemahan tersebut, misalnya dengan menyediakan fitur pemetaan destinasi yang lebih detail, rekomendasi perjalanan berbasis preferensi pengguna, serta integrasi dengan layanan lokal. Dengan perbaikan ini, Kocodolan dapat menjadi solusi yang lebih efektif dalam meningkatkan pengalaman wisatawan dan mendorong pertumbuhan sektor pariwisata di Kota Semarang.

Permasalahan utama yang dihadapi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Semarang adalah efektivitas penerapan aplikasi Lunpia dalam meningkatkan penerapan pada Aplikasi Lunpia. Meskipun aplikasi ini telah diperkenalkan sebagai inovasi digital untuk mendukung promosi pariwisata, tingkat penggunaannya masih rendah, dan dampaknya terhadap peningkatan kunjungan wisatawan belum optimal. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Semarang dari tahun 2021 hingga 2023 menunjukkan tren peningkatan, namun belum mampu menyamai pencapaian pada tahun 2019, yang menandakan bahwa aplikasi Lunpia belum sepenuhnya efektif dalam memperluas jangkauan promosi dan mempermudah akses informasi wisata. Selain itu, minimnya ulasan dan penilaian dari pengguna menjadi indikator bahwa aplikasi ini kurang dikenal dan dimanfaatkan secara maksimal. Oleh karena itu, diperlukan perubahan dalam penerapan sistem digital pariwisata dengan beralih ke aplikasi Koncodolan, yang diharapkan dapat mengatasi keterbatasan Lunpia dan meningkatkan efektivitas layanan wisata berbasis teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi efektivitas perubahan penerapan aplikasi Lunpia ke Koncodolan, dengan meneliti sejauh mana aplikasi baru ini mampu meningkatkan keterjangkauan informasi wisata, memperluas pasar wisatawan digital, serta menciptakan pengalaman wisata yang lebih interaktif dan menarik. Maka, pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah mengapa Aplikasi Lunpia perlu dirubah menjadi Aplikasi KoncoDolan. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi

bagi Disbudpar Kota Semarang dalam mengembangkan strategi digital yang lebih efektif guna mendukung pertumbuhan sektor pariwisata secara berkelanjutan.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Aplikasi Lunpia belum efektif sebagai referensi utama bagi wisatawan dalam menunjang pengalaman berwisata di Kota Semarang, sehingga diperlukan perubahan penerapan ke Aplikasi Koncodolan.
2. Pemanfaatan Aplikasi Lunpia dalam menarik wisatawan lokal dan mancanegara, terutama dalam promosi destinasi wisata unggulan, masih kurang optimal, sehingga perlu evaluasi efektivitas perubahan ke Aplikasi Koncodolan.
3. Konten dan fitur dalam Aplikasi Lunpia belum mampu sepenuhnya memenuhi kebutuhan wisatawan karena minimnya integrasi dengan layanan lain, sehingga Aplikasi Koncodolan diharapkan dapat memberikan solusi yang lebih efektif.
4. Strategi promosi Aplikasi Lunpia masih kurang efektif, baik dalam hal jumlah unduhan maupun perannya sebagai layanan pemandu wisatawan, sehingga perubahan penerapan ke Aplikasi Koncodolan perlu dievaluasi untuk meningkatkan jangkauan dan pemanfaatannya.

1.3 Rumusan Masalah

1. Mengapa penerapan Aplikasi Lunpia oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang belum efektif, sehingga diperlukan perubahan ke Aplikasi Koncodolan?
2. Apa saja faktor yang menyebabkan ketidakefektifan Aplikasi Lunpia dalam pengembangan pariwisata di Kota Semarang, dan perubahan ke Aplikasi Koncodolan dapat menjadi solusi yang lebih optimal?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan dan menganalisis efektivitas perubahan penerapan dari Aplikasi Lunpia ke Aplikasi KoncoDolan dalam upaya meningkatkan pengalaman wisatawan di Kota Semarang.
2. Mendeskripsikan dan menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan ketidakefektifan Aplikasi Lunpia serta bagaimana perubahan ke Aplikasi

KoncoDolan dapat menjadi solusi dalam meningkatkan pengalaman wisatawan di Kota Semarang.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu menghadirkan informasi yang menyajikan kemanfaatan sebagai berikut:

1.5.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu administrasi publik, khususnya dalam pemanfaatan teknologi informasi dalam meningkatkan efektivitas layanan publik melalui perubahan penerapan aplikasi digital pariwisata. Dengan meneliti efektivitas perubahan dari Aplikasi Lunpia ke Aplikasi Koncodolan, penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai tantangan dan peluang dalam implementasi aplikasi digital, memberikan kontribusi terhadap analisis kebijakan publik di sektor pariwisata, serta menjadi referensi bagi penelitian lebih lanjut mengenai optimalisasi teknologi dalam pengembangan pariwisata di tingkat lokal maupun nasional.

1.5.2 Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan peneliti dan pembaca mengenai efektivitas perubahan penerapan Aplikasi Lunpia ke Aplikasi Koncodolan yang dijalankan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam meningkatkan pengalaman wisatawan. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pemerintah, pembuat kebijakan, serta Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital untuk pengelolaan sektor pariwisata. Hasil penelitian ini juga dapat membantu mengidentifikasi perbaikan yang diperlukan dalam Aplikasi Koncodolan, baik dari segi fitur, strategi promosi, maupun koordinasi antar pemangku kepentingan, sehingga pengembangan pariwisata di Kota Semarang dapat lebih efektif dan berkelanjutan.

1.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang dapat membantu menemukan bahan yang sebanding sehingga mendapatkan pandangan baru untuk melakukan penelitian berikutnya. Selain itu, penelitian terdahulu juga meringankan peneliti membuktikan dan mencantumkan keaslian penelitian.

Peneliti akan menyajikan beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan di sini. Sebagian besar penelitian yang direferensikan oleh peneliti membahas efektivitas aplikasi Lunpia dalam peningkatan angka wisatawan dengan teorinya. Peneliti akan memberikan deskripsi singkat penelitian sebelumnya berdasarkan kesamaan teori.

Bagian ini merupakan bagian dimana peneliti memuat bermacam-macam temuan pada penelitian terdahulu terkait penelitian yang akan dilakukan, kemudian menyusunnya dalam bentuk paragraf dan tabel abstrak yang dapat dipilih dari penelitian yang dipublikasikan (jurnal, skripsi, tesis, disertasi, dan lainnya). Berikut ini beberapa penjelasan penelitian terdahulu dan tabel penelitian terdahulu terlampir di belakang skripsi:

Zumrotun Nafiah dan Yovita Mumpuni Hartarini (2022) melakukan penelitian mengenai efektivitas aplikasi Tumbasin.id selama masa pandemi Covid-19 di Kota Semarang menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Penelitian mereka berfokus pada tingkat kepuasan pelanggan dan rekomendasi pelanggan terhadap pelayanan aplikasi Tumbasin.id. Sementara itu, penulis meneliti efektivitas aplikasi Lunpia dalam meningkatkan angka kunjungan wisatawan di Kota Semarang. Dalam penelitian terkait, teori sistem informasi (Yustiani & Yunanto, 2017) dan teori efektivitas (Mardiasmo, 2017) digunakan sebagai dasar analisis. Berdasarkan data Net Promoter Score (NPS), tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan aplikasi Tumbasin.id tercatat sebesar 11,65% pada 2020, 10,25% pada 2021, dan 12,58% pada 2022, dengan total 34,47% selama periode 2020–2022. Sementara itu, skor rekomendasi pelanggan menunjukkan 12,42% pada 2020, 12,11% pada 2021, dan 13,51% pada 2022, dengan total 38,04% dalam periode yang sama.

Delfiazi Puji Lestari dan Destyana Ramadhanti (2024) melakukan penelitian tentang analisis e-government dalam penggunaan aplikasi Srikandi Versi 2 di Dinas Pariwisata Kota Palembang menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian mereka berfokus pada bagaimana aplikasi tersebut diterapkan untuk mendukung pelayanan publik berbasis digital di sektor pariwisata, dengan menggunakan teori e-government Heeks (2002) dan konsep digitalisasi Indrajit (2004). Penelitian menunjukkan bahwa aplikasi Srikandi telah didukung oleh pemerintah kota dengan kapasitas sumber daya finansial yang memadai melalui anggaran pengembangan, meskipun ketersediaan sumber daya teknis masih terbatas. Secara keseluruhan, aplikasi ini dinilai mampu mempermudah pekerjaan pegawai, sehingga memenuhi prinsip efektivitas dalam pelayanan publik. Sementara itu, penelitian saat ini berfokus pada efektivitas aplikasi Lunpia sebagai salah satu upaya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang untuk meningkatkan angka kunjungan wisatawan melalui digitalisasi.

Ingla Pamela Aulia May dan Eva Hany Fanida (2022) melakukan penelitian tentang analisis efektivitas aplikasi Wargaku Surabaya dalam menunjang pelayanan publik masyarakat Kota Surabaya dengan metode deskriptif kualitatif. Penelitian tersebut berangkat dari permasalahan dualisme media yang membingungkan masyarakat karena terdapat dua platform dengan fungsi dan peran yang hampir sama. Penelitian menggunakan teori keefektifan aplikasi (Delone & Lean, 2003) serta teori efektivitas (Mahmudi, 2005) dan menunjukkan bahwa aplikasi Wargaku Surabaya yang dikembangkan oleh Pemerintah Kota Surabaya secara keseluruhan telah terbukti efektif dalam mendukung pelayanan publik. Selain itu, aplikasi ini menerima masukan dan saran yang bertujuan untuk meningkatkan serta mengoptimalkan kinerjanya. Sementara itu, penelitian saat ini berfokus pada efektivitas penggunaan aplikasi Lunpia sebagai pengganti aplikasi sebelumnya, dengan tujuan untuk mendukung pengelolaan pariwisata di Kota Semarang dan meningkatkan angka kunjungan wisatawan.

Serly Wulandari dan Firmansyah Nur Abdul Ghonni (2021) melakukan penelitian mengenai efektivitas pengelolaan aplikasi Tulungagung Tourism dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Tulungagung, Provinsi Jawa Timur,

dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian tersebut berfokus pada bagaimana aplikasi dapat memberikan informasi dan menarik minat calon wisatawan untuk berkunjung. Berdasarkan teori pengembangan pariwisata (Mac Intosh dalam Pitana, 2005) dan teori pariwisata (Leiper dalam Richardson dan Flicker, 2004), hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan aplikasi Tulungagung Tourism belum mencapai tingkat efektivitas yang optimal, karena empat dari lima dimensi pengelolaannya masih belum ideal. Sementara itu, penelitian saat ini berfokus pada efektivitas aplikasi Lunpia dalam meningkatkan angka kunjungan wisatawan di Kota Semarang sebagai bagian dari upaya pengembangan pariwisata digital yang lebih terintegrasi.

Hilda Yulastuti dan Moh. Jawahir (2023) melakukan penelitian tentang analisis efektivitas pemanfaatan aplikasi layanan kesehatan JKN Mobile di Indonesia, sedangkan Fittia Restiane, Eko Priyo Purnomo, dan Lubna Salsabila (2020) meneliti efektivitas penerapan aplikasi Lapor Sleman dalam mewujudkan Sleman Smart Regency dengan pendekatan kualitatif berbasis tinjauan literatur. Penelitian terdahulu berfokus pada mengukur efektivitas dari pembiayaan iuran dan jumlah kepesertaan aplikasi JKN Mobile, sementara penelitian ini mengukur efektivitas aplikasi Lunpia dalam meningkatkan angka kunjungan wisatawan di Kota Semarang. Berdasarkan teori layanan (Tjiptono, 2004) dan teori persepsi layanan (Purwadarminto, 2015), aplikasi layanan kesehatan digital JKN Mobile dinilai berhasil memberikan kepuasan kepada penggunanya, yang berdampak pada peningkatan pengguna dan menempatkan aplikasi tersebut dalam kategori sangat baik. Hal ini menjadi pembelajaran bagi pengembangan aplikasi Lunpia untuk memberikan layanan yang optimal dalam mendukung promosi wisata dan menarik lebih banyak wisatawan.

Fittia Restiane, Eko Priyo Purnomo, dan Lubna Salsabila (2020) melakukan penelitian mengenai efektivitas penerapan aplikasi Lapor Sleman dalam mewujudkan Sleman Smart Regency dengan pendekatan kualitatif, menggunakan data sekunder berupa buku, jurnal akademis, artikel, tesis, disertasi, serta sumber-sumber relevan lainnya. Penelitian terdahulu berfokus pada penguatan digitalisasi melalui pengabdian masyarakat, sementara penelitian saat ini tidak membahas

aspek pengabdian. Berdasarkan teori efektivitas (Hidayat, 2006) dan teori smart regency (Winardi, 2017), keberhasilan program Lapor Sleman menjadi langkah penting dalam mewujudkan konsep Smart Regency, yang tercermin dari pencapaian target pengguna dan tujuan program yang berhasil mendukung terwujudnya Smart Regency di Sleman. Penelitian ini memberikan gambaran tentang bagaimana aplikasi berbasis digital dapat berkontribusi pada pengembangan daerah, yang dapat dijadikan acuan untuk menganalisis efektivitas aplikasi Lunpia dalam meningkatkan angka kunjungan wisatawan di Kota Semarang.

Andreas Martinino Watratan dan Vitri Tundjungsari (2024) melakukan penelitian mengenai pengembangan aplikasi pemandu wisata budaya dan alam di Kabupaten Maluku Tenggara berbasis Android dengan metode Waterfall. Penelitian tersebut berfokus pada pengembangan aplikasi yang tidak hanya memberikan informasi tetapi juga memandu wisatawan selama perjalanan. Sementara itu, penulis saat ini berfokus pada pengelolaan aplikasi Lunpia sebagai upaya untuk meningkatkan angka kunjungan wisatawan di Kota Semarang. Berdasarkan teori platform Android (Sulfikar, Purnawansyah, & Hayati, 2020) dan teori penggunaan smartphone (Budiarto & Pancaningrum, 2019), efektivitas aplikasi dapat diukur melalui tanggapan responden, yang menunjukkan bahwa aplikasi tersebut memiliki potensi signifikan dalam menyediakan informasi sekaligus mempromosikan pariwisata. Temuan ini relevan dalam menilai bagaimana aplikasi Lunpia dapat digunakan untuk mendukung promosi pariwisata dan memberikan pengalaman wisata yang lebih interaktif di Kota Semarang.

Mira Maharani dan Ignatius Fajar Pandin (2022) melakukan analisis efektivitas aplikasi pada pembelian paket wisata berjenis open trip di Explore.Id dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui efektivitas aplikasi yang digunakan oleh Explorer.id, sementara penulis saat ini berfokus pada efektivitas pengelolaan aplikasi Lunpia oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Berdasarkan teori destinasi digital (Heliany, 2019:28) dan teori wisatawan (Nuriatahani, Viverawati, dan Mustafa, 2008:423; Nuriata, 2014:36),

penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa korelasi sebesar 0,830 antara efektivitas aplikasi dan minat beli menunjukkan hubungan yang kuat. Efektivitas aplikasi berkontribusi sebesar 68,8% terhadap minat beli, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Temuan ini mengindikasikan bahwa efektivitas aplikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yang juga relevan dalam konteks efektivitas aplikasi Lunpia dalam mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Kota Semarang.

Ferdian Dzikri Ananda Harahap dan Rizki Rahmadini Nurika (2022) melakukan penelitian mengenai efektivitas city branding "Sparkling Surabaya" yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Surabaya dalam menarik wisatawan mancanegara dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian tersebut berfokus pada efektivitas city branding yang telah diterapkan, sementara penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas peningkatan angka wisatawan melalui aplikasi Lunpia yang dikelola oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang. Berdasarkan teori Diagram Hexagon City Branding (Simon Anholt, 2007), penggunaan media sosial dan partisipasi berbagai pemangku kepentingan berkontribusi pada perkembangan representasi city branding Sparkling Surabaya. Hal ini mendukung pembentukan citra yang sesuai dan mendorong inovasi di sektor pariwisata Kota Surabaya. Temuan ini relevan dengan aplikasi Lunpia, yang juga berpotensi menjadi alat untuk membangun citra dan mempromosikan destinasi wisata di Kota Semarang, guna meningkatkan kunjungan wisatawan.

Dimas Billi Budiarto, Dian Kagungan, dan Nana Mulyana (2020) melakukan analisis pengelolaan sistem informasi dan manajemen website sebagai media promosi pariwisata di Provinsi Lampung dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi, baik faktor pendukung maupun penghambat, dalam pengelolaan sistem informasi dan manajemen website sebagai media promosi. Sementara itu, penulis saat ini berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas pengelolaan aplikasi dalam meningkatkan angka wisatawan. Berdasarkan konsep pengelolaan website (Ratminto, 2018:207) dan teori pengembangan pariwisata (Meutia, 2018), hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan SIM-Website di

Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Disparekraf) Provinsi Lampung telah dianalisis melalui lima aspek: *audience*, *content*, *interactivity*, *usability*, dan *innovation*. *Website* ini telah memenuhi beberapa aspek dengan dukungan sarana prasarana yang memadai dan konten informasi yang beragam, meskipun masih dalam tahap pengembangan. Temuan ini relevan dalam menganalisis bagaimana aplikasi Lunpia dapat dikelola dengan lebih efektif untuk mendukung promosi pariwisata dan meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Semarang.

Rino A. Nugroho dan Septiani M. Lestari (2023) melakukan penelitian berjudul "Kolaborasi Pentahelix dalam Smart Tourism Destination Kota Semarang: Studi Kasus pada Aplikasi Lunpia" dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini membahas kolaborasi antar stakeholder dalam pengembangan aplikasi Lunpia di Kota Semarang, dengan fokus khusus pada kinerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Semarang dalam pengelolaan dan pengembangannya. Mengacu pada Teori Pengembangan Pariwisata (Karyono, 1997), hasil penelitian menunjukkan bahwa kolaborasi antar stakeholder dalam pengembangan aplikasi Lunpia di Kota Semarang belum sepenuhnya berjalan secara optimal.

Teddy Rosadi dan Akhmad Rizqi (2021) dalam penelitian berjudul "Strategi Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan" menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran yang secara umum diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kota Banjarmasin untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Sebagai perbandingan, penelitian penulis lebih menitikberatkan pada peran Disbudpar Kota Semarang dalam meningkatkan angka kunjungan wisatawan melalui aplikasi Lunpia. Teori yang digunakan adalah Teori Pemasaran (John Westwood, 2004), hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran pariwisata yang diterapkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin belum sepenuhnya efektif dalam mendorong peningkatan kunjungan wisatawan.

Adya Hermawati, Choirul Anam, Suhermin, dan Rahayu Puji Suci (2020) dalam penelitian berjudul "Efektivitas Pengembangan Sektor Pariwisata Jawa

Timur dengan Pendekatan *Human Resources Strategy* dan *Marketing Strategy*" menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Penelitian ini berfokus pada efektivitas strategi pemasaran pariwisata di Jawa Timur untuk meningkatkan kinerja SDM UMKM di sektor pariwisata. Sementara itu, penelitian saat ini lebih menitikberatkan pada strategi peningkatan angka wisatawan melalui aplikasi Lunpia yang dikelola oleh Disbudpar Kota Semarang. Dengan menggunakan Teori Manajemen Sumber Daya Manusia (Robbins & Judge, 2006) dan Teori Manajemen Pemasaran (Sarkar et al., 2012), hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai harapan dan kenyataan yang diterima oleh karyawan dan wisatawan berada di kuadran 3 dan 4. Selisih terbesar antara harapan dan kenyataan memiliki interval nilai 0,2 hingga 0,69 pada masing-masing variabel.

I Nengah Wirata (2021) dalam penelitian berjudul "Perbandingan Efektivitas Media Konvensional dan Digital Marketing terhadap Minat Pengunjung Bali Blues Festival Nusa Dua Bali" menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini berfokus pada perbandingan efektivitas antara media konvensional dan digital marketing dalam menarik minat pengunjung acara Bali Blues Festival di Nusa Dua, Bali. Sebagai perbandingan, penelitian penulis lebih menitikberatkan pada penggunaan aplikasi Lunpia sebagai media dalam meningkatkan angka wisata di Kota Semarang. Teori yang digunakan adalah Teori Event Pariwisata (Higgins, 2017) dan Teori Media Sosial (Paramitha, 2012), hasil penelitian Wirata menunjukkan bahwa media digital marketing memiliki tingkat efektivitas yang lebih tinggi dibandingkan media konvensional, dengan perbedaan kontribusi sebesar 14% dalam menarik minat pengunjung.

Novellia Chika Alifionny, Udaya Madjid, dan Maria Ekowati (2020) dalam penelitian berjudul "Efektivitas *Tourism Information Center* (TIC) dalam Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Sidoarjo Provinsi Jawa Timur" menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-induktif. Penelitian ini berfokus pada efektivitas penyelenggaraan TIC dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Sidoarjo. Sebagai perbandingan, penelitian saat ini menitikberatkan pada efektivitas pelaksanaan aplikasi Lunpia dalam meningkatkan angka wisatawan. Teori yang digunakan adalah Teori Efektivitas (Tunas, 2013;

Makmur, 2011; Siagian, 2015), hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan informasi pariwisata melalui TIC di Kabupaten Sidoarjo belum berjalan efektif jika diukur menggunakan indikator Teori Efektivitas menurut Sondang P. Siagian (2015:20-21).

Rolan Nurrahman dan Yuliati (2019) dalam penelitian berjudul "Efektivitas Media Sosial Instagram @Visitbengkulu sebagai Media Promosi Pariwisata Provinsi Bengkulu" menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Penelitian ini berfokus pada pengaruh efektivitas media sosial Instagram @visitbengkulu terhadap promosi pariwisata di Provinsi Bengkulu. Sebagai perbandingan, penelitian penulis berfokus pada pengaruh efektivitas aplikasi Lunpia dalam meningkatkan angka wisatawan dan mendukung promosi pariwisata. Teori yang digunakan adalah Teori Media Sosial (Nasrullah, 2015:39-47), hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram @visitbengkulu memiliki pengaruh positif terhadap promosi pariwisata di Provinsi Bengkulu.

1.6.1 Administrasi Publik

Teori administrasi publik, menurut para ahli, dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kategori yang berbeda. Pertama, terdapat teori deskriptif eksplanatif yang bertujuan untuk menyelidiki akar sejarah utama dari fenomena birokrasi dan masalah epistemologis yang terkait dengan profesi pelayanan publik, baik dari sudut pandang praktisi maupun akademisi. Kedua, terdapat teori normatif yang bertujuan untuk merumuskan kondisi ideal di masa depan, seringkali sebagai kontras dengan keadaan yang ada saat ini. Contohnya adalah teori kepemimpinan ideal di masa depan. Ketiga, terdapat teori asumptif yang menekankan pada asumsi dasar atau prakondisi yang mendasari suatu realitas sosial yang terdapat di balik teori atau proposisi tertentu. Sebagai contoh, teori X dan Y yang diajukan oleh McGregor (2010) mengenai sifat manusia.

Stephen K. Bailey (1994) mengklasifikasikan teori administrasi publik menjadi dua jenis utama, yakni deskriptif dan preskriptif. Teori deskriptif bertujuan untuk memahami struktur dan fungsi pelayanan publik, sementara teori preskriptif berupaya untuk mengidentifikasi cara-cara untuk meningkatkan praktik

administrasi. Bailey juga menegaskan bahwa peran teori dalam studi administrasi publik adalah untuk memahami dan meningkatkan praktek administratif.

Felix A. Nigro memberikan definisi administrasi publik sebagai kolaborasi kelompok dalam mengelola urusan publik yang melibatkan cabang-cabang pemerintahan eksekutif, legislatif, dan yudikatif. Sementara Grover Starling menggambarkan administrasi publik sebagai usaha pemerintah yang ditujukan untuk mewujudkan janji-janji kebijakan yang telah diumumkan selama masa kampanye.

Harbani Pasolong (2010) membagi teori administrasi publik menjadi beberapa aspek yang berbeda. Baginya, administrasi publik adalah proses di mana sumber daya manusia publik diorganisir dan dikomunikasikan untuk merumuskan, melaksanakan, dan mengelola keputusan-keputusan dalam kebijakan publik. Selain itu, administrasi publik juga merupakan kerja sama yang dilakukan oleh sekelompok orang atau lembaga dalam menjalankan tugas-tugas pemerintahan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat secara efisien dan efektif.

1.6.2 Paradigma Administrasi Publik

Teori paradigma administrasi publik menurut Nicholas Henry (1975) membagi perkembangan administrasi publik ke dalam enam paradigma yang mencerminkan perubahan fokus dan pendekatan dalam disiplin ini. Paradigma pertama adalah Dikotomi Politik-Administrasi (1900–1926), yang berfokus pada pemisahan politik sebagai pembuat kebijakan dan administrasi sebagai pelaksana kebijakan secara netral dan efisien. Hal ini didasarkan pada pemikiran Woodrow Wilson dalam esainya "The Study of Administration" (1887).

Pada Prinsip-Prinsip Administrasi (1927–1937), perhatian bergeser ke pencarian prinsip-prinsip universal yang dapat diterapkan di semua organisasi. Luther Gulick dan Lyndall Urwick memperkenalkan konsep POSDCORB, yang menjadi pedoman utama dalam manajemen administrasi. Sementara itu, pada Administrasi Publik sebagai Ilmu Politik (1950–1970), administrasi dipandang sebagai bagian dari ilmu politik, dengan fokus pada hubungan antara administrasi dan kebijakan publik, sebagaimana ditekankan oleh Dwight Waldo (1955).

Selanjutnya, Administrasi Publik sebagai Ilmu Administrasi (1956–1970-an) mulai memisahkan administrasi publik dari ilmu politik. Pendekatan ini berfokus pada efisiensi dan penggunaan pendekatan ilmiah, dengan Herbert A. Simon menekankan pentingnya rasionalitas dalam pengambilan keputusan. Pada Administrasi Publik sebagai Administrasi Publik (1970–Kini), administrasi publik mulai diakui sebagai disiplin unik, dengan fokus pada nilai-nilai pelayanan publik, keadilan, dan akuntabilitas.

Terakhir, Administrasi Publik sebagai *Governance* (1990–Kini) melihat administrasi publik sebagai kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat. Pendekatan ini menekankan transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi aktif dalam tata kelola. Paradigma ini mencerminkan adaptasi administrasi publik terhadap tantangan modern dengan menempatkan kolaborasi dan partisipasi masyarakat sebagai inti pengelolaan publik. Penelitian ini dapat dikategorikan administrasi publik sebagai *governance*.

1.6.3 Manajemen Publik

Mahmudi (2010) mengemukakan Teori Manajemen Publik dengan menyoroti tujuh karakteristik khas manajemen sektor publik yang membedakannya dari sektor swasta. Karakteristik-karakteristik tersebut meliputi: tidak berbasis pasar, berfokus pada kebutuhan sumber daya, memberikan informasi, tidak mencari keuntungan, orientasi pada kebijakan publik, menggunakan fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan, serta berorientasi pada kepentingan publik. Dengan demikian, manajemen publik menekankan penggunaan alat-alat manajemen untuk mentransformasi kebijakan menjadi tindakan nyata.

Dalam upaya meningkatkan kualitas layanan publik, penting bagi aparat pemerintah untuk tidak hanya bekerja keras tetapi juga cerdas. Layanan publik harus dipandang sebagai bentuk pengabdian komprehensif dan komitmen yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Di sisi lain, Ratminto dan Winarsih (2005) membedakan dua jenis layanan publik yang diselenggarakan oleh pemerintah: layanan primer, yang mencakup penyediaan barang/jasa publik yang

diharapkan oleh masyarakat, dan layanan sekunder, yang lebih spesifik dan berfokus pada kepentingan masyarakat.

Teori Manajemen Publik juga berkembang dalam konteks *New Public Management* (NPM), yang menekankan perlunya memberikan dasar motivasi dan argumen yang logis dalam setiap keputusan. NPM menyoroti kontribusi manajemen publik dalam membangun kesepahaman dan berbagi gagasan tentang kepentingan publik. Pendekatannya bukan hanya tentang menemukan solusi cepat dari pilihan individu, tetapi juga menciptakan pembagian tanggung jawab dan kepentingan yang lebih luas. Dalam konteks ini, Fadel Muhammad *Resource Center* (2014) dan para ahli lainnya menekankan pentingnya manajemen publik yang berorientasi pada kepentingan publik serta memberikan kontribusi yang signifikan bagi masyarakat.

1.6.4 Kepariwisata

Pengertian Kepariwisata oleh Ida dan Gita (2020) merupakan suatu landasan konseptual yang komprehensif, mengintegrasikan berbagai aspek penting dalam industri pariwisata. Terinspirasi oleh tiga pilar utama, pengertian ini membahas aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan:

1. **Pilar Ekonomi**

Pilar ini menyoroti peran pariwisata dalam memacu pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja. Konsep ini menjelaskan bagaimana industri pariwisata dapat memberikan kontribusi terhadap pendapatan negara, meningkatkan penerimaan pajak, dan menarik investasi.

2. **Pilar Sosial**

Fokus pada dampak pariwisata terhadap masyarakat lokal, pilar ini menggambarkan bagaimana pariwisata dapat meningkatkan kesejahteraan sosial, memperluas akses terhadap pendidikan dan kesehatan, serta memelihara warisan budaya.

3. **Pilar Lingkungan**

Pilar ini menyoroti hubungan antara pariwisata dan pelestarian lingkungan. Teori ini membahas bagaimana industri pariwisata dapat memainkan peran dalam mempromosikan praktik ramah lingkungan, seperti pemanfaatan

energi terbarukan, pengurangan polusi, dan pelestarian keanekaragaman hayati.

Ketiga pilar ini saling terkait dan saling mendukung. Pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan bertanggung jawab harus mempertimbangkan ketiga aspek ini secara bersamaan. Pengertian Ida dan Gita (2020) menekankan pentingnya mencapai keseimbangan antara manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam pembangunan pariwisata.

Selain itu, pengertian menurut Ida dan Gita (2020) memperkenalkan beberapa konsep kunci terkait pariwisata Kota Semarang, seperti Pariwisata Berkelanjutan Kota Semarang, yang menitikberatkan pada tanggung jawab terhadap lingkungan, sosial, dan budaya di Kota Semarang. Ada juga konsep Pariwisata Inklusif Kota Semarang, yang bertujuan memberikan manfaat bagi semua pihak, termasuk masyarakat lokal, wisatawan, dan pelaku usaha pariwisata di kota tersebut. Selanjutnya, terdapat konsep Pariwisata Ramah Lingkungan Kota Semarang, yang berfokus pada upaya meminimalisir dampak negatif terhadap lingkungan di kota tersebut. Dan yang terakhir, ada konsep Pariwisata Budaya Kota Semarang, yang berupaya mempromosikan dan melestarikan warisan budaya lokal di Kota Semarang.

1.6.5 Wisatawan

Dalam konteks pariwisata, wisatawan didefinisikan sebagai individu yang melakukan aktivitas wisata, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009. Berdasarkan definisi ini, setiap individu yang melakukan perjalanan wisata dapat dikategorikan sebagai wisatawan, dengan syarat bahwa perjalanan tersebut tidak bertujuan untuk menetap atau mencari nafkah di lokasi yang dikunjungi.

Menurut Spillane (1987:27), wisatawan dapat dikategorikan menjadi dua kelompok utama berdasarkan durasi kunjungan mereka. Kelompok pertama adalah wisatawan, yaitu individu yang mengunjungi suatu destinasi dan tinggal selama minimal 24 jam. Kelompok kedua adalah pelancong, yang merujuk pada individu yang melakukan kunjungan sementara dengan durasi kurang dari 24 jam.

Pembagian ini menyoroti perbedaan pola kunjungan yang dapat memengaruhi kebutuhan layanan dan strategi pengelolaan destinasi wisata.

Pacific Area Travel Association (PATA) memberikan batasan lebih spesifik mengenai wisatawan, yaitu individu yang melakukan perjalanan selama minimal 24 jam hingga maksimal 3 bulan di suatu wilayah yang bukan tempat tinggal tetapnya. Wisatawan menurut definisi ini mencakup beberapa kategori, antara lain:

1. Individu yang melakukan perjalanan untuk tujuan rekreasi, kepentingan pribadi, atau kesehatan.
2. Individu yang melakukan perjalanan untuk menghadiri pertemuan, konferensi, musyawarah, atau sebagai perwakilan organisasi tertentu.
3. Individu yang melakukan perjalanan untuk keperluan bisnis.
4. Pejabat pemerintahan atau militer beserta keluarganya yang ditempatkan di luar negeri, namun ketika mereka melakukan perjalanan ke negara lain di luar penugasannya, mereka dapat diklasifikasikan sebagai wisatawan (Pendit, 1994: 38).

Definisi ini menegaskan bahwa wisatawan adalah subjek dalam konteks pariwisata yang tidak hanya terbatas pada rekreasi, tetapi juga mencakup berbagai motivasi dan tujuan perjalanan selama memenuhi kriteria tertentu.

Menurut Yoeti (1991), wisatawan dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama berdasarkan asal tempat tinggal dan destinasi tujuan mereka, yaitu wisatawan nusantara (wisnus) dan wisatawan mancanegara (wisman). Wisatawan nusantara merujuk pada individu yang melakukan perjalanan wisata di dalam wilayah negaranya sendiri. Sebaliknya, wisatawan mancanegara adalah individu yang melakukan perjalanan lintas batas negara asal untuk mengunjungi destinasi di negara lain dengan tujuan berwisata. Klasifikasi ini mencerminkan perbedaan geografis yang memengaruhi pola perjalanan wisatawan.

Menurut Sugiyama (2011), wisatawan dapat diklasifikasikan ke dalam berbagai jenis berdasarkan sejumlah kategori berikut:

1. Berdasarkan Asal:
 - a. *Inbound Tourist*: Wisatawan yang berasal dari dalam negeri.
 - b. *Outbound Tourist*: Wisatawan yang berasal dari luar negeri.

2. Berdasarkan Produk:
 - a. *Mass Tourism*: Pariwisata dalam kelompok besar atau wisata umum.
 - b. *Alternative Tourism*: Pariwisata yang bersifat khusus dan berbeda dari wisata massal.
3. Berdasarkan Aktivitas:
 - A. *Active Tourism* (kegiatan aktif), meliputi:
 - a. *Adventure Tourism* (wisata petualangan).
 - b. *Ecotourism* (wisata berbasis alam).
 - c. Golf.
 - B. *Passive Tourism* (kegiatan pasif), meliputi:
 - a. *Sightseeing* (melihat pemandangan).
 - b. *Beach Holiday* (liburan pantai).
 - c. *Cruise* (wisata pelayaran).
4. Berdasarkan Lokasi Pilihan:
 - a. Pedesaan atau pedalaman.
 - b. Perkotaan.
 - c. Pegunungan.
 - d. Danau.
5. Berdasarkan Lama dan Jarak Perjalanan:
 - a. *Day Trip*: Perjalanan sehari untuk wisata lokal.
 - b. *Weekend Break*: Liburan akhir pekan untuk wisata nasional atau domestik.
 - c. *Annual Holiday*: Liburan tahunan.
6. Berdasarkan Tujuan Perjalanan:
 - a. *Business*: Perjalanan untuk tujuan bisnis.
 - b. *Pleasure*: Perjalanan untuk rekreasi, mencari pengetahuan baru, atau berbagai tujuan lain seperti mempelajari budaya, sejarah, mengunjungi keluarga/teman, kesehatan, dan meningkatkan status sosial.
7. Berdasarkan Usia atau Kelompok Sosial-Ekonomi:

- a. *Backpackers*: Wisatawan berusia 18-24 tahun yang belum memiliki anak dan tertarik pada wisata petualangan dengan layanan berbiaya rendah.
- b. *Double Income No Kids* (DINKS): Wisatawan berusia 23-35 tahun, belum memiliki anak, dan kedua pasangan memiliki pendapatan.
- c. *Single Income No Kids* (SINKS): Wisatawan berusia 23-35 tahun, belum memiliki anak, dengan salah satu pasangan memiliki pendapatan.
- d. *Early/Active Retirees*: Wisatawan berusia 45-55 tahun yang telah memiliki anak, berpenghasilan tinggi, dan memiliki tingkat pendidikan yang baik.
- e. *Youth*: Wisatawan berusia 18-25 tahun, dengan pendidikan yang belum memadai dan penghasilan rendah.

1.6.6 Aplikasi

Istilah aplikasi berasal dari bahasa Inggris "application", yang bermakna penerapan, penggunaan, atau pemakaian. Dalam literatur, aplikasi didefinisikan sebagai program yang telah dirancang dan mampu melaksanakan tugas-tugas tertentu secara mandiri tanpa memerlukan pengawasan langsung (Jogiyanto, 2005: 67). Hendrayudi (2009: 143) menjelaskan aplikasi sebagai kumpulan instruksi program yang dirancang untuk melaksanakan pekerjaan tertentu secara khusus. Sementara itu, Noviansyah (2008: 4) mengartikan aplikasi sebagai implementasi atau penerapan dari suatu konsep yang menjadi topik bahasan.

Berdasarkan ketiga pandangan tersebut, aplikasi dapat dipahami sebagai perangkat lunak (software) yang dikembangkan untuk mempermudah pekerjaan manusia. Aplikasi ini biasanya berada dalam sistem komputer dan berfungsi dengan menjalankan instruksi dari pengguna, disesuaikan dengan fitur-fitur yang telah disediakan dalam program tersebut.

Menurut Buyens (2001), aplikasi didefinisikan sebagai suatu unit perangkat lunak yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dalam berbagai aktivitas. Lebih lanjut, Buyens menjelaskan bahwa istilah aplikasi mobile berasal dari gabungan kata *application* dan *mobile*. *Application* merujuk pada penerapan, penggunaan,

atau pengaplikasian, sedangkan *mobile* mengacu pada kemampuan untuk berpindah dari satu lokasi ke lokasi lain.

1.6.7 Efektivitas

Teori efektivitas dari Gibson, Ivancevich, dan Donnelly (1994) merupakan salah satu pendekatan yang mengacu pada konsep goal attainment theory, yang menyatakan bahwa efektivitas hanya dapat diukur melalui sejauh mana tujuan yang telah dirumuskan sebelumnya tercapai. Pendekatan ini menempatkan pencapaian tujuan sebagai indikator utama dan satu-satunya dalam menentukan keberhasilan suatu tindakan, program, atau kebijakan. Dengan kata lain, jika tujuan yang ditetapkan dapat dicapai, maka program tersebut dianggap efektif, tanpa memperhitungkan bagaimana proses pelaksanaannya atau sumber daya yang digunakan. Landasan teoritis dari pendekatan ini adalah:

1. Orientasi pada Hasil (Results-Oriented Approach): Pendekatan ini berfokus pada output atau hasil akhir. Program atau tindakan tidak dinilai dari proses pelaksanaannya, melainkan hanya dari hasil yang dicapai.
2. Rasionalitas Tujuan: Efektivitas bergantung pada kejelasan, spesifikasi, dan keberlanjutan tujuan yang ditetapkan. Tujuan yang jelas dan dapat diukur menjadi prasyarat utama untuk menilai efektivitas.
3. Keselarasan antara Hasil dan Tujuan: Efektivitas dianggap tercapai hanya ketika ada kesesuaian atau keselarasan penuh antara hasil aktual (actual outcomes) dengan tujuan awal (intended outcomes).

Teori ini sangat relevan dalam konteks program atau kebijakan, di mana keberhasilan diukur dari tercapainya hasil spesifik yang diharapkan, tanpa mempertimbangkan aspek lain seperti biaya atau durasi yang digunakan untuk mencapainya.

1.6.8 Efektivitas Aplikasi

DeLone dan McLean (2003) mengembangkan model kesuksesan sistem informasi yang digunakan untuk mengevaluasi keefektifan aplikasi berdasarkan enam faktor utama yang saling berkaitan. Faktor tersebut antara lain:

1. *System Quality* (Kualitas Sistem)

Mengukur kinerja teknis aplikasi, seperti keandalan, kemudahan penggunaan, efisiensi, dan fleksibilitas.

2. *Information Quality* (Kualitas Informasi)

Menilai kualitas informasi yang dihasilkan oleh aplikasi, termasuk aspek akurasi, relevansi, kelengkapan, dan kejelasan.

3. *Service Quality* (Kualitas Layanan)

Berfokus pada kualitas dukungan teknis dan layanan kepada pengguna, seperti responsivitas, keandalan, dan perhatian terhadap kebutuhan pengguna.

4. *Use* (Penggunaan)

Mengukur tingkat adopsi aplikasi oleh pengguna, baik dari segi frekuensi maupun cara pengguna memanfaatkan fitur aplikasi.

5. *User Satisfaction* (Kepuasan Pengguna)

Menggambarkan tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi berdasarkan pengalaman mereka.

6. *Net Benefits* (Manfaat Bersih)

Menilai dampak keseluruhan dari penggunaan aplikasi terhadap individu, organisasi, atau masyarakat. Faktor ini mencakup manfaat seperti peningkatan efisiensi, produktivitas, atau pengambilan keputusan.

DeLone dan McLean (1992) mendefinisikan kualitas sistem sebagai kinerja sistem yang mencakup kemampuan perangkat keras, perangkat lunak, kebijakan, dan prosedur sistem informasi dalam memenuhi kebutuhan pengguna. Dalam model kesuksesan sistem informasi, DeLone dan McLean (2003) menyatakan bahwa kualitas sistem secara langsung memengaruhi tingkat penggunaan. Sistem dengan kualitas rendah cenderung menghambat pengguna dalam mengoperasikan fitur-fiturnya, sehingga menurunkan kepuasan pengguna. Sebaliknya, sistem dengan kualitas tinggi mampu memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan.

Selain itu, kualitas informasi didefinisikan sebagai karakteristik output sistem yang diharapkan oleh pengguna (DeLone dan McLean, 2016). Menurut DeLone dan McLean (2003), kualitas informasi yang tinggi akan berdampak positif

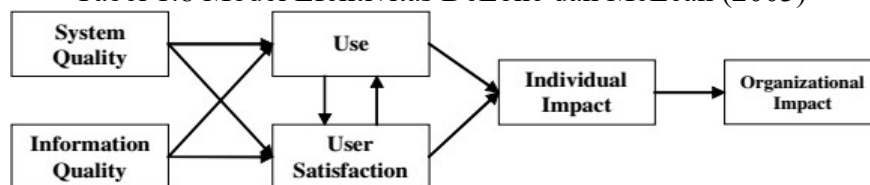
pada kepuasan pengguna. Informasi yang akurat, relevan, dan mudah diakses meningkatkan pengalaman pengguna, sementara kualitas informasi yang buruk memaksa pengguna untuk berusaha lebih dalam mencari informasi yang dibutuhkan, yang dapat meningkatkan biaya, baik dalam bentuk waktu maupun usaha. Hal ini pada akhirnya menurunkan kepuasan pengguna (Jung et al., 2009).

Selanjutnya, kualitas layanan mengacu pada tingkat dukungan yang diberikan oleh pengembang sistem kepada pengguna (DeLone dan McLean, 2003). Menurut DeLone dan McLean (2003), kualitas layanan yang baik berperan penting dalam meningkatkan tingkat penggunaan sistem, karena dukungan yang responsif dan profesional menciptakan pengalaman yang lebih positif bagi pengguna.

Teori ini memberikan kerangka evaluasi yang sistematis untuk menilai keberhasilan aplikasi di berbagai konteks. Dengan menganalisis enam faktor utama, dapat diidentifikasi efektivitas aplikasi.

Penelitian ini mengutamakan penggunaan aplikasi sebagai ukuran efektivitas, menggantikan aspek niat menggunakan. Hubungan antara penggunaan, kepuasan pengguna, dan tiga variabel kualitas (kualitas sistem, informasi, dan layanan) dianalisis berdasarkan kerangka DeLone dan McLean. Dalam konteks aplikasi Lunpia, penggunaan dan kepuasan pengguna memiliki keterkaitan yang erat. Pengalaman positif selama penggunaan aplikasi, seperti kelancaran layanan dan akses informasi yang relevan, akan meningkatkan tingkat kepuasan pengguna. Selanjutnya, kombinasi penggunaan dan kepuasan pengguna akan menghasilkan manfaat bersih yang dirasakan, seperti efisiensi waktu dan kemudahan dalam memesan produk melalui aplikasi.

Tabel 1.8 Model Efektivitas DeLone dan McLean (2003)



Sumber: DeLone dan McLean (2003)

Teori DeLone dan McLean (2003) memberikan kerangka kerja yang relevan untuk menganalisis efektivitas aplikasi Lunpia. Teori ini mencakup beberapa penyesuaian, seperti penambahan variabel kualitas layanan (service

quality), penggabungan dampak individu dan dampak organisasional menjadi satu variabel manfaat bersih (net benefits), serta penambahan aspek keinginan untuk menggunakan (intention to use) dalam variabel penggunaan (use) untuk lebih memahami perilaku pengguna. Selain itu, model ini juga menambahkan hubungan umpan balik dari variabel manfaat bersih (net benefits) ke variabel penggunaan (use) dan kepuasan pengguna (user satisfaction).

Dengan landasan teori ini, penelitian mengenai efektivitas aplikasi Lunpia Dinas Kebudayaan dan pariwisata Kota Semarang dalam meningkatkan angka kunjungan wisatawan dapat mengevaluasi kinerja aplikasi secara holistik, mencakup dimensi operasional, strategis, dan kepuasan pengguna, yang kesemuanya berkontribusi pada peningkatan angka kunjungan wisatawan secara menyeluruh.

1.6.9 Faktor Ketidakefektifan

Teori O'Brien dan Marakas (2010) menyoroti bahwa keberhasilan implementasi sistem informasi tidak hanya bergantung pada aspek teknis, tetapi juga melibatkan elemen-elemen yang saling terintegrasi, yaitu manusia (people), proses (process), dan teknologi (technology). Ketiga elemen ini harus dikelola secara seimbang dan strategis untuk mencapai tujuan sistem informasi secara efektif.

1. Faktor Manusia (People) adalah faktor ini mencakup semua individu yang terlibat dalam penggunaan dan pengelolaan sistem informasi, baik dari sisi pengembang, pengguna akhir, hingga pemangku kebijakan. Kompetensi pengguna, komitmen manajemen, dan budaya organisasi memainkan peran penting dalam keberhasilan implementasi. O'Brien dan Marakas menekankan bahwa keberhasilan sistem informasi sangat bergantung pada kemampuan manusia untuk mengadopsi teknologi baru, memahami perannya, dan memanfaatkannya secara optimal. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:
 - a. Kompetensi Pengguna: Kemampuan individu dalam memahami, mengoperasikan, dan memanfaatkan sistem informasi secara efektif.

- b. **Komitmen Manajemen:** Dukungan manajemen dalam mendukung adopsi teknologi baru, seperti penyediaan sumber daya dan kebijakan yang mendukung.
- 2. **Faktor Proses (Process)** adalah proses dalam implementasi sistem informasi melibatkan perencanaan strategis, pengelolaan perubahan, dan evaluasi kinerja sistem secara berkelanjutan. Proses yang tidak terstruktur atau tidak disesuaikan dengan kebutuhan organisasi dapat mengakibatkan kegagalan sistem informasi. O'Brien dan Marakas menekankan pentingnya analisis kebutuhan, pengujian sistem, pelatihan pengguna, dan penerapan yang terarah agar sistem dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:
 - a. **Analisis Kebutuhan:** Proses identifikasi kebutuhan pengguna dan organisasi untuk memastikan sistem informasi dirancang sesuai dengan tujuan.
 - b. **Pelatihan Pengguna:** Kegiatan edukasi dan pendampingan untuk memastikan pengguna mampu mengoperasikan sistem dengan optimal.
- 3. **Faktor Teknologi (Technology)** adalah teknologi mencakup perangkat keras, perangkat lunak, infrastruktur jaringan, dan integrasi sistem yang menjadi fondasi teknis dari sistem informasi. O'Brien dan Marakas menyoroti bahwa keandalan teknologi menjadi faktor kritis dalam memastikan sistem informasi dapat mendukung kebutuhan pengguna. Teknologi yang tidak sesuai, tidak stabil, atau tidak terintegrasi dengan baik dapat menghambat kinerja sistem informasi dan merugikan organisasi. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:
 - a. **Keandalan Infrastruktur:** Stabilitas perangkat keras, perangkat lunak, dan jaringan untuk mendukung operasional sistem informasi.
 - b. **Integrasi Sistem:** Kemampuan teknologi untuk terhubung dan bekerja secara harmonis dengan sistem lain dalam organisasi.

Pendekatan teoritis ini menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi sistem informasi adalah hasil sinergi dari manusia yang kompeten, proses yang

terencana dan terorganisir dengan baik, serta teknologi yang andal dan relevan. Ketidakseimbangan atau kegagalan dalam salah satu elemen ini dapat mengakibatkan sistem informasi menjadi tidak efektif atau gagal mencapai tujuan yang diharapkan.

Kemudian apabila teori ini dikaitkan dengan pertanyaan penelitian terkait faktor ketidakefektifan Aplikasi Lunpia dalam upaya pengembangan pariwisata di Kota Semarang, maka potensi masalah dapat ditelusuri pada ketiga faktor tersebut. Pada faktor manusia, mungkin terdapat kurangnya pemahaman atau keterampilan dari pengguna aplikasi, seperti pelaku pariwisata, wisatawan, atau masyarakat umum. Selain itu, dukungan pemerintah atau pemangku kepentingan terkait juga dapat menjadi faktor yang kurang optimal. Dari sisi proses, ketidakefektifan dapat terjadi akibat perencanaan yang tidak matang, kurangnya sosialisasi aplikasi kepada masyarakat, atau tidak adanya evaluasi terhadap efektivitas aplikasi. Sementara pada faktor teknologi, permasalahan seperti antarmuka pengguna yang tidak intuitif, ketersediaan fitur yang tidak sesuai kebutuhan, atau masalah teknis pada aplikasi dapat menghambat keberhasilan implementasi Aplikasi Lunpia.

Dengan menentukan kerangka teori O'Brien dan Marakas (2010) sebagai teori yang penulis ambil serta memaami substansi dari teori ini, peneliti dapat menganalisis secara komprehensif apa saja kendala yang menyebabkan aplikasi ini tidak efektif dalam mendukung pengembangan pariwisata di Kota Semarang. Pendekatan ini juga memungkinkan identifikasi solusi yang lebih terarah untuk meningkatkan kinerja aplikasi tersebut.

1.7 Operasional Konsep

Aplikasi Lunpia merupakan sebuah platform digital yang dikembangkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Semarang bekerja sama dengan PT Nusantara Global Inovasi. Platform ini dirancang untuk mendukung kemudahan akses informasi bagi wisatawan, baik domestik maupun internasional, Aplikasi Lunpia dibentuk dengan tujuan untuk memfasilitasi wisatawan dalam menemukan berbagai destinasi menarik di Kota Semarang.

1.7.1 Efektivitas Sistem Aplikasi Lunkia

Dari fenomena di atas akan dilihat dari sub fenomena sebagai berikut:

1. *System Quality* (Kualitas Sistem) adalah sistem untuk mengukur bagaimana kinerja teknis aplikasi berjalan dengan baik dan mendukung pengguna.

Gejala yang akan diamati:

- a. Keandalan: Aplikasi dapat diandalkan untuk berfungsi tanpa gangguan atau kesalahan.
- b. Kemudahan penggunaan: Aplikasi mudah dipahami dan digunakan oleh semua pengguna, termasuk yang kurang mahir teknologi.
- c. Efisiensi: Aplikasi dapat bekerja cepat dan hemat sumber daya, seperti data atau baterai.
- d. Fleksibilitas: Aplikasi dapat menyesuaikan diri dengan berbagai kebutuhan atau perangkat pengguna.

2. *Information Quality* (Kualitas Informasi) adalah ukuran untuk menilai seberapa baik informasi yang diberikan aplikasi dapat membantu pengguna.

Gejala yang akan diamati:

- a. Akurasi: Informasi yang disediakan tepat dan bebas dari kesalahan.
- b. Relevansi: Informasi sesuai dengan kebutuhan atau minat pengguna.
- c. Kelengkapan: Informasi mencakup semua aspek penting yang diperlukan.
- d. Kejelasan: Informasi disampaikan dengan jelas, mudah dimengerti, dan tidak membingungkan.

3. *Service Quality* (Kualitas Layanan) adalah tolak ukur fitur ataupun layanan yang berfokus pada dukungan teknis dan layanan yang diberikan aplikasi kepada penggunanya. Gejala yang akan diamati:

- a. Responsivitas: Tim dukungan cepat menanggapi pertanyaan atau masalah pengguna.
- b. Konsistensi: Layanan teknis selalu siap membantu pengguna secara konsisten.
- c. Kebutuhan pengguna: Dukungan teknis memahami dan menyesuaikan dengan kebutuhan pengguna.

4. *Use* (Penggunaan) adalah keseluruhan jumlah yang mengukur seberapa sering dan sejauh mana pengguna menggunakan aplikasi untuk memenuhi kebutuhan mereka.
 - a. Frekuensi penggunaan: Mengukur seberapa sering pengguna membuka dan menggunakan aplikasi dalam periode tertentu, seperti harian, mingguan, atau bulanan.
 - b. Variasi Pemanfaatan Fitur Aplikasi: mengukur sejauh mana pengguna memanfaatkan fitur utama, tambahan, atau spesifik dalam aplikasi, mencerminkan kedalaman penggunaan oleh pengguna.
5. *User Satisfaction* (Kepuasan Pengguna) adalah sebuah kesimpulan yang menggambarkan tingkat kepuasan pengguna berdasarkan pengalaman mereka saat menggunakan aplikasi.
 - a. Ulasan: Masukan dari pengguna tentang pengalaman mereka, baik positif maupun negatif.
 - b. Penilaian aplikasi: Skor atau rating yang diberikan pengguna sebagai evaluasi kualitas aplikasi.
6. *Net Benefits* (Manfaat Bersih) adalah penilaian dari hasil yang menilai dampak positif dari penggunaan aplikasi bagi individu, organisasi, atau masyarakat.
 - a. Peningkatan efisiensi: Aplikasi membantu pekerjaan atau aktivitas dilakukan lebih cepat.
 - b. Produktivitas: Aplikasi mendukung pengguna untuk menyelesaikan lebih banyak tugas.
 - c. Pengambilan keputusan: Aplikasi menyediakan informasi atau fitur yang membantu pengguna membuat keputusan yang lebih baik.

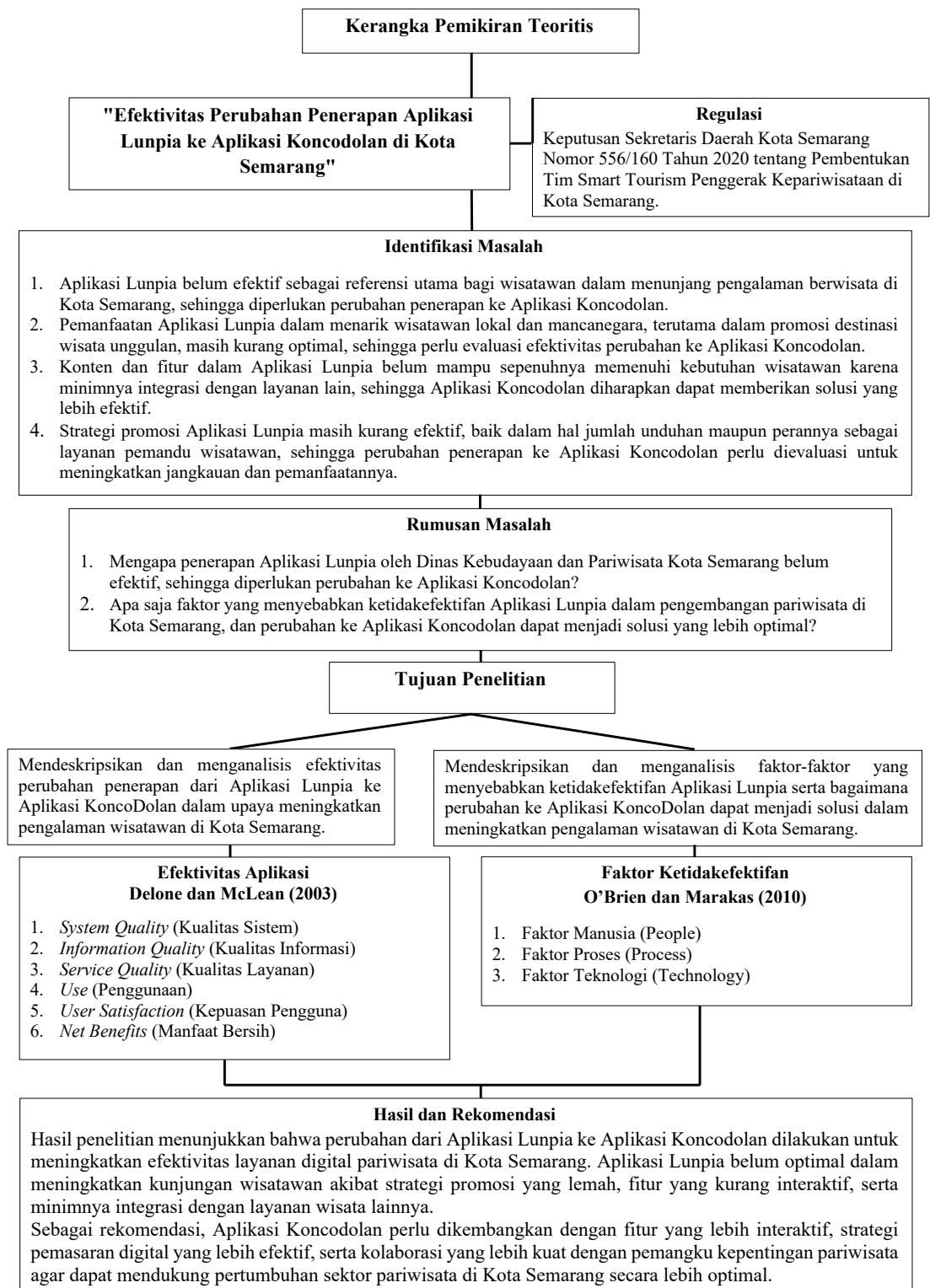
1.7.2 Faktor Ketidakefektifan Aplikasi Lunpia

Dari fenomena di atas akan dilihat dari sub fenomena sebagai berikut:

1. Faktor Manusia (People) adalah faktor ini mencakup semua individu yang terlibat dalam penggunaan dan pengelolaan sistem informasi, baik dari sisi pengembang, pengguna akhir, hingga pemangku kebijakan. Gejala yang akan diamati meliputi:

- a. Kompetensi Pengguna: Kemampuan individu dalam memahami, mengoperasikan, dan memanfaatkan sistem informasi secara efektif.
 - b. Komitmen Manajemen: Dukungan manajemen dalam mendukung adopsi teknologi baru, seperti penyediaan sumber daya dan kebijakan yang mendukung.
2. Faktor Proses (Process) adalah proses dalam implementasi sistem informasi yang melibatkan perencanaan strategis, pengelolaan perubahan, dan evaluasi kinerja sistem secara berkelanjutan. Gejala yang akan diamati meliputi:
- a. Analisis Kebutuhan: Proses identifikasi kebutuhan pengguna dan organisasi untuk memastikan sistem informasi dirancang sesuai dengan tujuan.
 - b. Pelatihan Pengguna: Kegiatan edukasi dan pendampingan untuk memastikan pengguna mampu mengoperasikan sistem dengan optimal.
3. Faktor Teknologi (Technology) adalah teknologi yang mencakup perangkat keras, perangkat lunak, infrastruktur jaringan, dan integrasi sistem yang menjadi fondasi teknis dari sistem informasi. Gejala yang akan diamati meliputi:
- a. Keandalan Infrastruktur: Stabilitas perangkat keras, perangkat lunak, dan jaringan untuk mendukung operasional sistem informasi.
 - b. Integrasi Sistem: Kemampuan teknologi yang terhubung dan bekerja secara harmonis dengan sistem lain dalam organisasi.

1.8 Kerangka Pemikiran Teoritis



1.9 Metodologi Penelitian

Menurut Nawawi (2014) dalam bukunya "Metodologi Penelitian", pendekatan penelitian haruslah terakar pada landasan teori yang kukuh dan terstruktur. Ia menggambarkan teori sebagai kerangka referensi yang esensial untuk menguraikan dan meramalkan fenomena, baik dalam ranah sosial maupun alam. Dalam pandangannya, metodologi penelitian haruslah memperhitungkan teori-teori yang relevan, serta membandingkan temuan penelitian dengan teori tersebut untuk meningkatkan reliabilitas dan mutu penelitian.

Sugiyono (2017) dalam bukunya "Metode Penelitian Kualitatif" juga menegaskan bahwa fondasi penelitian haruslah bersandar pada teori. Dia menjelaskan bahwa teori membantu dalam identifikasi serta pemahaman fenomena, serta dalam pembentukan hipotesis dan teknik penelitian. Sugiyono juga berpandangan bahwa teori turut berperan dalam menganalisis dan menafsirkan data penelitian, serta dalam menyusun simpulan dan rekomendasi.

Keduanya menekankan bahwa metodologi penelitian harus ditempuh dengan landasan teori yang kokoh dan terstruktur. Mereka memandang bahwa teori mendukung dalam mengenali serta memahami fenomena sosial dan alam, serta dalam merumuskan hipotesis dan teknik penelitian. Oleh karena itu, pendekatan penelitian haruslah mempertimbangkan teori-teori yang relevan dan memeriksa konsistensi antara temuan penelitian dengan teori tersebut guna meningkatkan keandalan serta mutu hasil penelitian.

1.9.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, sebuah metode yang menekankan pengamatan mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Dalam pendekatan kualitatif, data diperoleh dari beragam sumber untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang informasi yang spesifik melalui berbagai teknik dan sumber data (Lestari, 2018). Umumnya, data dihimpun melalui wawancara langsung dengan subjek penelitian, memungkinkan peneliti untuk merespons dinamika lapangan dan berinteraksi secara langsung dengan aktor yang terlibat.

1.9.2 Situs Penelitian

Situs penelitian adalah tempat di mana peneliti melakukan penelitian untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan. Lokasi penelitian ini dilakukan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Semarang karena Aplikasi Lunpia dikelola langsung oleh instansi tersebut. Sebagai pengelola utama, Disbudpar bertanggung jawab atas operasional, pengembangan, dan pemanfaatan aplikasi dalam mendukung program budaya dan pariwisata di Kota Semarang.

Penelitian di lokasi ini memungkinkan akses langsung terhadap data terkait implementasi aplikasi, pengelolaan teknis, serta evaluasi tingkat adopsi dan kepuasan pengguna. Selain itu, sebagai institusi strategis, Disbudpar memiliki pemahaman mendalam mengenai tujuan aplikasi dan dampaknya terhadap promosi budaya dan pariwisata lokal, sehingga lokasi penelitian ini menjadi relevan untuk mengukur efektivitas Aplikasi Lunpia dalam meningkatkan angka kunjungan wisatawan.

1.9.3 Fenomena Penelitian

Efektivitas Perubahan Penerapan Aplikasi Lunpia ke Aplikasi KoncoDolan di Kota Semarang, Fenomena penulis rangkum dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1.9 Fenomena Penelitian

No.	Fenomena	Sub Fenomena	Gejala Penelitian	Informan
1.	Sistem Aplikasi Lunpia oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang.	1. <i>System Quality</i> (Kualitas Sistem)	a. Keandalan b. Kemudahan c. Efisiensi d. Fleksibilitas	1. Pengelola Aplikasi di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang 2. Pengguna Internal Aplikasi 3. Masyarakat Umum sebagai Pengguna Eksternal Aplikasi 4. Pelaku Usaha Pariwisata 5. Teknisi atau Penyedia Dukungan Layanan Teknis 6. Ahli atau Pakar Teknologi Informasi 7. Komunitas Budaya dan Pariwisata
		2. <i>Information Quality</i> (Kualitas Informasi)	a. Akurasi b. Relevansi c. Kelengkapan d. Kejelasan	
		3. <i>Service Quality</i> (Kualitas Layanan)	a. Responsivitas b. Konsistensi c. Kebutuhan Pengguna	
		4. <i>Use</i> (Penggunaan)	a. Frekuensi Penggunaan b. Variasi Pemanfaatan Fitur Aplikasi	
		5. <i>User Satisfaction</i> (Kepuasan Pengguna)	a. Ulasan b. Penilaian Aplikasi	
		6. <i>Net Benefits</i> (Manfaat Bersih)	a. Peningkatan Efisiensi b. Produktivitas c. Pengambilan Keputusan	
2.	Faktor yang menyebabkan ketidakefektifan Aplikasi Lunpia.	1. Faktor Manusia (People)	a. Kompetensi Pengguna b. Komitmen Manajemen	
		2. Faktor Proses (Process)	a. Analisis Kebutuhan b. Pelatihan Pengguna	
		3. Faktor Teknologi (Technology)	a. Keandalan Infrastruktur b. Integrasi Sistem	

1.9.4 Subjek Penelitian

Objek penelitian ini mencakup individu maupun kelompok yang berperan sebagai penyedia data dan informasi, serta memiliki pemahaman mendalam terkait fenomena yang diteliti berdasarkan bidang keahlian mereka.

Teknik snowball sampling digunakan untuk menentukan subjek penelitian secara bertahap berdasarkan rekomendasi dari informan sebelumnya, dengan tujuan mendapatkan data yang lebih mendalam dan relevan. Menurut Goodman (1961), teknik snowball sampling merupakan metode pengambilan sampel di mana informan pertama merekomendasikan calon informan lainnya yang dianggap memiliki pengetahuan atau pengalaman terkait fenomena yang diteliti. Proses ini berlanjut hingga jumlah sampel dianggap mencukupi untuk kebutuhan penelitian.

Pendekatan ini sangat relevan dalam penelitian yang memerlukan pemahaman mendalam terhadap fenomena spesifik, seperti efektivitas sistem informasi. Dalam konteks penelitian ini, teknik snowball digunakan untuk menentukan subjek penelitian yang memiliki pengetahuan atau pengalaman terkait pengelolaan dan implementasi Aplikasi Lunpia. Informan utama dalam penelitian ini adalah Kepala Dinas atau tim teknis, yang kemudian merekomendasikan individu lain yang dianggap memiliki wawasan spesifik, seperti pengguna aplikasi, pelaku usaha pariwisata, atau masyarakat yang memanfaatkan fitur aplikasi. Pendekatan ini memastikan data yang diperoleh lebih komprehensif dan terarah.

Pendekatan *snowball* digunakan untuk memastikan terpilihnya informan tambahan yang memiliki wawasan dan pengetahuan mendalam yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Informan utama dalam penelitian ini adalah Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang sebagai pihak yang bertanggung jawab di lokasi penelitian.

Informan dalam penelitian ini terdiri dari individu atau kelompok yang memiliki keterlibatan langsung serta pemahaman mendalam terkait pengelolaan dan implementasi Aplikasi Lunpia yang berada di bawah naungan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang.

1.9.5 Jenis Data

Dalam metodologi penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah kualitatif, yang memfokuskan pada pengumpulan dan analisis data teks. Data teks ini mencakup dokumentasi tertulis yang menggambarkan individu, kegiatan, dan peristiwa yang diamati selama penelitian. Proses pengamatan dan interaksi dengan narasumber menghasilkan catatan teks yang merefleksikan observasi dan wawancara, serta termasuk bukti visual seperti foto kegiatan.

Hasil interaksi dengan narasumber, termasuk staf operasional dan petugas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, serta masyarakat yang terlibat, direkam dalam bentuk wawancara yang kemudian ditranskripsikan menjadi teks. Transkripsi ini menjadi dasar bagi peneliti dalam menganalisis dan mengurai data yang diperoleh dari interaksi dengan narasumber.

Selain data yang diperoleh dari interaksi langsung, penelitian juga memanfaatkan data dari berbagai dokumen yang relevan dengan topik penelitian, seperti kebijakan, peraturan, dan jurnal penelitian terkait. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendekati penelitian dari perspektif yang beragam dan menyediakan kerangka kerja yang substansial untuk menganalisis dan menginterpretasikan data secara mendalam.

Pendekatan yang berfokus pada pengumpulan data teks, baik melalui observasi, wawancara, maupun analisis dokumen, memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang implementasi dan dampak kebijakan atau inisiatif tertentu, dalam hal ini adalah dalam analisis efektivitas aplikasi Lunpia dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Semarang.

Melalui transkripsi wawancara, peneliti dapat mengakses informasi yang kaya tentang pengalaman, persepsi, dan pandangan berbagai pihak terkait layanan tersebut, seperti pengguna dan penyedia layanan. Hal ini memberikan kesempatan untuk memahami secara holistik bagaimana layanan tersebut diterima, diimplementasikan, dan dijalankan di dalam masyarakat.

Selain itu, analisis dokumen seperti kebijakan dan peraturan terkait dapat memberikan konteks yang penting dalam memahami bagaimana keputusan diputuskan dan dampaknya terhadap implementasi layanan tersebut. Jurnal

penelitian sebelumnya juga dapat memberikan wawasan tambahan tentang praktik terbaik atau tantangan yang mungkin dihadapi dalam konteks yang serupa.

Dengan memadukan data teks dari berbagai sumber ini, penelitian dapat menawarkan pemahaman yang lebih lengkap dan mendalam tentang fenomena yang diteliti, serta memberikan dasar yang kuat untuk rekomendasi kebijakan atau tindakan lanjutan. Ini mencerminkan pentingnya pendekatan yang holistik dan multi-sumber dalam penelitian kualitatif untuk memahami konteks yang kompleks dan dinamis seperti implementasi layanan publik.

1.9.6 Sumber Data

Arikunto (2010:172) dan Moleong (2013:157) dalam kerangka penelitian kualitatif, sumber data meliputi representasi verbal, perilaku, rekaman tertulis, dan elemen-elemen lainnya yang dapat membantu peneliti memahami fenomena yang diteliti secara lebih mendalam. Sumber data ini membentuk dasar bagi analisis dan interpretasi dalam penelitian. Selain itu, subjek penelitian juga menjadi sumber data yang penting, di mana informasi relevan dapat diperoleh dari partisipan atau individu yang menjadi fokus penelitian.

Sumber data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari subjek atau sumber aslinya. Di sisi lain, sumber data sekunder merujuk pada informasi yang telah dikumpulkan oleh peneliti sebagai pelengkap dari sumber data primer atau yang tersedia dalam bentuk dokumen yang bisa diakses. Pemahaman tentang perbedaan antara kedua jenis sumber data ini penting dalam memandu proses pengumpulan dan analisis data dalam penelitian kualitatif, yang pada gilirannya akan mempengaruhi kedalaman interpretasi dan validitas temuan penelitian.

Pada tahap yang paling strategis dalam suatu penelitian, pengumpulan data menjadi aspek yang sangat penting. Proses pengumpulan data ini menjadi penentu utama dalam menentukan tingkat kualitas serta keakuratan hasil penelitian. Fokus utama dari penelitian adalah untuk menghimpun data yang diperlukan guna menjawab pertanyaan penelitian serta mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Pengumpulan data ini sendiri dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Sumber Primer:

Sumber primer merujuk pada informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari individu atau pihak yang dipilih secara sengaja. Contohnya, dalam konteks penelitian ini, wawancara dengan berbagai pihak yang terlibat dalam Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, struktur kepengurusan pada aplikasi Lunpia dan pihak pengembang dilakukan untuk mendapatkan informasi yang mendalam tentang efektivitas aplikasi Lunpia Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Semarang. Pihak-pihak ini termasuk Kepala Dinas, pejabat di bidang perencanaan, pengembangan, dan pemasaran pariwisata, staf IT, media sosial, website, serta pihak pengembang aplikasi Lunpia.

2. Sumber Sekunder:

Sumber sekunder merujuk pada informasi yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti, tetapi diambil dari sumber-sumber yang telah ada sebelumnya. Ini bisa berupa literatur sebelumnya, dokumen, atau hasil penelitian lainnya. Misalnya, dalam penelitian ini, data sekunder mencakup laporan tahunan jumlah wisatawan, artikel ilmiah tentang transformasi digital, dokumen kebijakan terkait pariwisata, serta statistik penggunaan aplikasi Lunpia dalam industri pariwisata di Kota Semarang.

Creswell (2007) dalam bukunya "Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches" menekankan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami makna dari suatu fenomena, dan data dikumpulkan dari berbagai sumber, seperti observasi, wawancara, dan dokumen.

Pemilihan jenis sumber data, baik itu primer atau sekunder, bergantung pada karakteristik penelitian, tujuan penelitian, dan ketersediaan sumber daya. Terkadang, kombinasi dari kedua jenis sumber data digunakan untuk mendapatkan gambaran yang lebih lengkap dan mendalam serta untuk mendukung analisis penelitian. Dengan memanfaatkan kedua jenis sumber data ini, peneliti dapat menyusun gambaran yang lebih utuh tentang fenomena yang diteliti, sehingga hasil penelitian menjadi lebih akurat dan dapat diandalkan.

1.9.7 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendalami makna suatu fenomena dengan mendalam. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi pengumpulan data yang sesuai dengan fokus penelitian perlu diimplementasikan dengan cermat.

Creswell (2007) mengidentifikasi empat teknik utama dalam pengumpulan data kualitatif, yang mencakup:

1. Wawancara:

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang menggali informasi secara mendalam melalui interaksi langsung antara peneliti dan informan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami perspektif serta pengalaman informan secara langsung. Bogdan dan Biklen (1998) dalam bukunya "Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory, Methods, and Practice" menjelaskan bahwa wawancara kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami perspektif dan pengalaman informan secara langsung.

2. Observasi:

Observasi melibatkan pengamatan langsung terhadap fenomena yang diteliti. Baik melalui partisipan atau non-partisipan, observasi memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang kaya dan kontekstual tentang fenomena tersebut. Miles dan Huberman (1994) dalam bukunya "Analisis Data Kualitatif" menekankan bahwa observasi memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data yang kaya dan kontekstual tentang fenomena yang diteliti.

3. Analisis Dokumen:

Metode analisis dokumen melibatkan pengkajian terhadap dokumen-dokumen terkait fenomena yang diteliti, seperti teks, gambar, *audio*, atau *video*. Pendekatan ini membantu peneliti dalam memahami konteks sejarah dan budaya dari fenomena yang sedang diteliti. Yin (2014) dalam bukunya "Case Study Research: Design and Methods" menjelaskan bahwa analisis dokumen dapat membantu peneliti untuk memahami konteks sejarah dan budaya dari fenomena yang diteliti.

4. Focus Group Discussion (FGD):

FGD melibatkan sekelompok kecil informan yang berkumpul untuk berdiskusi tentang topik tertentu. Pendekatan ini memfasilitasi pengumpulan beragam perspektif dan sudut pandang tentang fenomena yang sedang diteliti. Morgan (1997) dalam bukunya "Focus Groups as Qualitative Research" menjelaskan bahwa FGD dapat membantu peneliti untuk menggali ide-ide baru dan memahami bagaimana informan berinteraksi satu sama lain.

Pemilihan teknik pengumpulan data yang sesuai dengan tujuan penelitian, pertanyaan penelitian, dan jenis data yang diinginkan sangat penting. Selain itu, peneliti juga perlu memperhatikan prinsip etika penelitian dan memastikan bahwa partisipasi informan didasari oleh persetujuan yang jelas.

Pengumpulan data merupakan tahap yang krusial dalam penelitian kualitatif. Dengan menerapkan teknik pengumpulan data yang tepat, peneliti dapat memperoleh wawasan yang mendalam tentang fenomena yang diteliti, yang pada akhirnya akan menghasilkan temuan penelitian yang berarti dan bermakna.

1.9.8 Teknik Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data kualitatif mempersembahkan suatu rangkaian proses sistematis yang bertujuan untuk merapikan, memahami, serta menafsirkan data yang terkumpul dalam konteks penelitian kualitatif. Di tengah-tengah upaya ini, tujuan utama adalah menghasilkan temuan penelitian yang berarti dan relevan bagi pemahaman fenomena yang sedang diteliti.

Miles dan Huberman (1994), dalam karya mereka "Analisis Data Kualitatif", merinci tiga tahap utama dalam analisis data kualitatif, yaitu:

1. Kondensasi Data:

Pada tahap ini, fokus peneliti adalah untuk mengurangi, mempersempit, dan mengkondensasikan data yang terkumpul. Tugasnya adalah memilih dengan cermat data yang paling relevan dan signifikan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang dihadapi.

2. Display Data:

Tahap ini mendorong peneliti untuk menyajikan data yang telah dianalisis dalam format yang dapat dengan mudah dimengerti dan diinterpretasikan. Berbagai teknik display data seperti tabel, matriks, diagram, dan kutipan langsung dari narasumber dapat digunakan dalam upaya ini.

3. Verifikasi Data:

Verifikasi data bertujuan untuk memastikan bahwa temuan yang dihasilkan dari analisis data adalah valid, dapat diandalkan, dan kredibel. Dalam konteks ini, peneliti mengadopsi pendekatan triangulasi data, memanfaatkan berbagai sumber data serta metode pengumpulan data untuk menguji konsistensi temuan.

Sementara itu, teknik interpretasi data kualitatif adalah langkah penting dalam memberikan makna pada data yang telah dianalisis. Menurut Creswell (2007) dalam "Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches", beberapa teknik interpretasi data kualitatif meliputi analisis tematik, analisis naratif, dan analisis grounded theory. Setiap teknik tersebut memberikan pendekatan unik untuk mengurai dan menggali makna yang tersembunyi dalam data.

Analisis dan interpretasi data kualitatif merupakan proses yang iteratif dan dinamis, memerlukan kesinambungan dan refleksi terus-menerus dari peneliti terhadap data yang ada. Tidak ada satu pendekatan tunggal yang benar dalam menganalisis dan menginterpretasikan data kualitatif. Peneliti akan lebih selektif dalam melakukan teknik yang paling sesuai untuk mengolah data penelitian agar dapat berkorelasi dengan tujuan penelitian, pertanyaan penelitian, serta sifat data yang dikumpulkan. Melalui proses analisis yang cermat, peneliti dapat menggali wawasan yang mendalam dan merumuskan pemahaman baru tentang fenomena yang sedang dipelajari.

1.9.9 Validasi Data

Validasi data dalam penelitian kualitatif memegang peranan penting dalam memastikan bahwa data yang terkumpul dan dianalisis memiliki tingkat kevalidan, keandalan, dan kredibilitas yang tinggi.

Creswell (2007), dalam bukunya "Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches", menyajikan beberapa teknik validasi data kualitatif, antara lain:

1. Triangulasi Data:

Triangulasi data adalah pendekatan validasi data yang menggunakan berbagai sumber data, metode pengumpulan data, serta peneliti untuk menguji hasil temuan penelitian. Patton (2002) menjelaskan bahwa triangulasi data bisa dilakukan melalui triangulasi sumber (penggunaan berbagai sumber data), triangulasi metode (penerapan metode pengumpulan data yang berbeda), dan triangulasi peneliti (melibatkan beberapa peneliti dalam analisis).

2. Pengecekan Anggota:

Pengecekan anggota merupakan teknik validasi data yang melibatkan partisipasi informan dalam meninjau hasil temuan penelitian guna memastikan kesesuaian dengan pengalaman mereka. Lincoln dan Guba (1985) menjelaskan bahwa pengecekan anggota dapat dilakukan melalui wawancara, focus group discussion, atau survei.

3. Analisis Anggota Tim:

Analisis anggota tim merupakan pendekatan validasi data dengan melibatkan kolaborasi beberapa peneliti dalam menganalisis data untuk memastikan objektivitas dan minimisasi bias. Miles dan Huberman (1994) menyarankan metode ini melalui diskusi kelompok, pertemuan rutin, dan peninjauan hasil analisis secara berkala.

4. Audit Ketertelusuran:

Audit ketertelusuran adalah teknik validasi data yang mencatat secara rinci proses penelitian, termasuk langkah-langkah pengumpulan, analisis, dan interpretasi data. Yin (2014) menjelaskan bahwa audit ketertelusuran memungkinkan peneliti lain untuk memeriksa ulang proses penelitian dan memastikan verifikasi hasil penelitian.

Validasi data adalah proses berkelanjutan yang memerlukan peninjauan terus menerus untuk memastikan keabsahan data selama proses penelitian

berlangsung. Dengan menerapkan teknik validasi data yang tepat, peneliti dapat menghasilkan temuan penelitian yang valid, reliabel, dan bermakna, yang pada akhirnya akan memberikan kontribusi yang berharga dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan mempermudah dalam mengolah data mengenai efektivitas aplikasi Lunpia Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Semarang.