

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata memiliki sejumlah peran penting yang memengaruhi berbagai aspek kehidupan dan perkembangan global. Pariwisata adalah aktivitas berpindah dari satu lokasi ke lokasi lain, baik secara individu maupun dalam kelompok, selama periode tertentu. Tujuan utama pariwisata adalah untuk menikmati perjalanan dan melakukan rekreasi, yang membantu memenuhi berbagai keinginan pelancong sesuai dengan rencana masing-masing. Aktivitas pariwisata dianggap sementara, di mana orang-orang mengunjungi destinasi di luar tempat tinggal dan tempat kerja mereka serta melakukan berbagai kegiatan di sana. Selain itu, pariwisata juga mencakup penyediaan fasilitas yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan para pengunjung.

Pariwisata memberikan dasar bagi wisatawan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka selama perjalanan. Salah satu industri yang mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan adalah pariwisata, yang memiliki keterkaitan erat dengan SDGs (*Sustainable Development Goals*). Pariwisata dapat memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, terhadap pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan. Namun, jika tidak dikelola dengan baik, pariwisata dapat menjadi penghambat dalam mencapai tujuan tersebut. Dengan pengelolaan yang efektif, pariwisata dapat membantu mengatasi berbagai masalah, termasuk pengurangan kemiskinan dan kelaparan, peningkatan kesehatan masyarakat, dorongan terhadap inovasi dan industri, serta promosi

produksi dan konsumsi yang etis. Selain itu, pariwisata juga berpotensi mendorong kesetaraan gender dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan dalam kegiatan terkait pariwisata.(Indriatno Sari, M., & Widodo, A., 2024)

SDGs (*Sustainable Development Goals*) atau Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) adalah serangkaian tujuan global yang ditetapkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) untuk mengatasi berbagai tantangan global, termasuk kemiskinan, ketidaksetaraan, perubahan iklim, kerusakan lingkungan, perdamaian, dan keadilan. SDGs terdiri dari 17 tujuan yang saling terkait, yang diadopsi pada tahun 2015 sebagai bagian dari agenda 2030 untuk Pembangunan Berkelanjutan. Setiap tujuan memiliki target spesifik yang harus dicapai pada tahun 2030. SDGs didesain agar bersifat universal dan mengajak semua negara, baik yang sedang berkembang maupun negara maju, untuk bekerja sama dalam mencapai pembangunan berkelanjutan secara holistik, berimbang, dan berkeadilan.



Sumber : Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (2024)

Gambar 1. 1 Pilar SDGs (*Sustainable Development Goals*)

Pengembangan pariwisata termasuk dalam *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang ke-8, yaitu Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi. Tujuan ini menekankan pentingnya pariwisata yang berkelanjutan dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta promosi budaya dan produk lokal.

Tabel 1. 1 Peringkat Pariwisata Indonesia di ASEAN

No	Negara ASEAN	Persentase (%)
1	Malaysia	28,5%
2	Thailand	23,2%
3	Singapura	15,4%
4	Vietnam	13,2%
5	Indonesia	11,0%
6	Filipina	5,7%
7	Kamboja	1,8%
8	Laos	0,9%
9	Myanmar	0,7%
10	Brunei Darussalam	0,5%

Sumber : Data *VN Express International* tahun 2023

Berdasarkan data tahun 2023, Indonesia menempati peringkat kelima destinasi wisata di Asia Tenggara dengan kontribusi sebesar 11% dan jumlah wisatawan mancanegara mencapai 11,7 juta orang. Di Indonesia, penyelenggaraan pariwisata diatur dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 yang menekankan keterlibatan pemerintah, swasta, dan masyarakat. Untuk mendukung pengembangan sektor ini, Pemerintah Provinsi Jawa Tengah melalui Renstra Disporapar melaksanakan program pengembangan destinasi, promosi pariwisata, serta peningkatan kualitas SDM pariwisata dan ekonomi kreatif.

Kota Semarang merupakan salah satu kota besar di Provinsi Jawa Tengah, memiliki potensi wisata yang cukup besar, didukung oleh berbagai infrastruktur seperti pelabuhan, jalan tol, bandara, dan fasilitas lainnya. Dahulu, kota ini dikenal sebagai pusat perdagangan, namun seiring perkembangan waktu, Semarang telah bertransformasi menjadi kota yang berorientasi pada sektor pariwisata dengan berbagai atraksi seperti situs bersejarah, desa wisata, keanekaragaman budaya dan etnis, serta tradisi masyarakat lokal. Pemerintah Kota Semarang kini aktif memajukan sektor pariwisata sebagai salah satu prioritas pembangunan. Komitmen ini tercermin melalui penetapan kebijakan dalam bentuk Peraturan Daerah (Perda) Kota Semarang Nomor 5 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Semarang untuk periode 2015 hingga 2025 (Aryadi, 2022).

Dalam upaya pengembangan sektor pariwisata, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (DISBUDPAR) Kota Semarang merencanakan untuk menggabungkan potensi unggulan daerah dengan strategi promosi berbasis *event*, seperti yang telah mulai diterapkan oleh Pemerintah Kota Semarang saat ini. Kepala DISBUDPAR Kota Semarang, Wing Wiyarso, menyatakan bahwa potensi pariwisata Kota Semarang sangat terbuka untuk dikembangkan hingga menjadi ikon di tingkat nasional maupun internasional. Ia meyakini bahwa dengan pengelolaan yang optimal dan dukungan dari semua pihak, pariwisata Semarang dapat berkembang pesat dan menjadi destinasi unggulan yang diperhitungkan di kancah lebih luas RMOL Jawa Tengah, 2024).

Tabel 1. 2 Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Kabupaten/Kota Tujuan di Jawa Tengah 2024

No	Kabupaten/Kota	Desember
1	Kabupaten Cilacap	413.579
2	Kabupaten Banyumas	637.710
3	Kabupaten Purbalingga	227.417
4	Kabupaten Banjarnegara	251.103
5	Kabupaten Kebumen	313.335
6	Kabupaten Purworejo	245.424
7	Kabupaten Wonosobo	314.766
8	Kabupaten Magelang	522.284
9	Kabupaten Boyolali	417.003
10	Kabupaten Klaten	493.353
11	Kabupaten Sukoharjo	479.739
12	Kabupaten Wonogiri	304.969
13	Kabupaten Karanganyar	642.356
14	Kabupaten Sragen	263.738
15	Kabupaten Grobogan	315.357
16	Kabupaten Blora	182.449
17	Kabupaten Rembang	135.350
18	Kabupaten Pati	259.226
19	Kabupaten Kudus	272.673
20	Kabupaten Jepara	242.704
21	Kabupaten Demak	302.276
22	Kabupaten Semarang	581.755
23	Kabupaten Temanggung	233.845
24	Kabupaten Kendal	243.497
25	Kabupaten Batang	213.836
26	Kabupaten Pekalongan	239.281
27	Kabupaten Pemalang	271.778
28	Kabupaten Tegal	431.852
29	Kabupaten Brebes	328.640
30	Kota Magelang	141.124
31	Kota Surakarta	641.497
32	Kota Salatiga	163.806
33	Kota Semarang	1.206.023
34	Kota Pekalongan	144.933
35	Kota Tegal	178.499
	Total	12.257.177

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Tengah (2024)

Tabel I.2 menyajikan data jumlah perjalanan wisatawan nusantara di berbagai kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah selama bulan Desember 2024. Dari total 12.257.177 perjalanan, Kota Semarang mencatat angka tertinggi dengan lebih dari 1,2 juta kunjungan, menunjukkan posisinya sebagai pusat aktivitas pariwisata dan ekonomi. Data ini penting sebagai acuan pemerintah daerah dan pelaku industri pariwisata untuk merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan, promosi destinasi, serta pengembangan infrastruktur pendukung yang lebih merata demi mendorong pemerataan dan pertumbuhan sektor pariwisata di Jawa Tengah.

Tabel 1.3 Banyaknya Pengunjung Daya Tarik Wisata dan *Event* Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Tengah 2024

Kabupaten/Kota	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah
Kabupaten Cilacap	-	1.318.012	1.318.012
Kabupaten Banyumas	375	4.598.066	4.598.441
Kabupaten Purbalingga	25	2.713.938	2.713.963
Kabupaten Banjarnegara	5.987	1.768.113	1.774.100
Kabupaten Kebumen	-	2.791.985	2.791.985
Kabupaten Purworejo	36	635.024	635.060
Kabupaten Wonosobo	1.410	2.435.569	2.436.979
Kabupaten Magelang	296.916	3.343.283	3.640.199
Kabupaten Boyolali	1.099	1.266.674	1.267.773
Kabupaten Klaten	214.812	6.634.733	6.849.545
Kabupaten Sukoharjo	19	95.052	95.071
Kabupaten Wonogiri	16	265.472	265.488
Kabupaten Karanganyar	7.772	1.970.729	1.978.501
Kabupaten Sragen	632	491.406	492.038
Kabupaten Grobogan	-	482.656	482.656
Kabupaten Blora	-	918.695	918.695
Kabupaten Rembang	19	2.664.179	2.664.198
Kabupaten Pati	89	1.028.035	1.028.124
Kabupaten Kudus	174	3.602.089	3.602.263
Kabupaten Jepara	18.858	1.976.338	1.995.196
Kabupaten Demak	194	3.913.112	3.913.306
Kabupaten Semarang	2.333	4.328.318	4.330.651

Kabupaten Temanggung	1.783	598.562	600.345
Kabupaten Kendal	2.832	1.028.544	1.031.376
Kabupaten Batang	-	870.287	870.287
Kabupaten Pekalongan	40	878.536	878.576
Kabupaten Pemalang	19	971.840	971.859
Kabupaten Tegal	-	822.713	822.713
Kabupaten Brebes	-	429.755	429.755
Kota Magelang	349	971.099	971.448
Kota Surakarta	12.786	4.389.194	4.401.980
Kota Salatiga	11	108.467	108.478
Kota Semarang	24.296	7.321.077	7.345.373
Kota Pekalongan	281	286.032	286.313
Kota Tegal	5	969.974	969.979
Provinsi Jawa Tengah	593.168	68.887.558	69.480.726

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Tengah (2024)

Berdasarkan Tabel I.3, jumlah kunjungan wisatawan ke Jawa Tengah pada tahun 2024 mencapai lebih dari 69,4 juta kunjungan, yang didominasi wisatawan nusantara. Kota Semarang menjadi destinasi dengan jumlah kunjungan tertinggi, diikuti Kabupaten Klaten dan Kota Surakarta. Sementara itu, Kabupaten Magelang dan Klaten mencatat kunjungan wisatawan mancanegara yang cukup tinggi karena didukung destinasi unggulan seperti Candi Borobudur. Namun, beberapa daerah seperti Batang, Tegal, dan Brebes belum menerima kunjungan wisatawan mancanegara. Kondisi ini menunjukkan masih adanya ketimpangan perkembangan pariwisata antarwilayah sehingga diperlukan peningkatan promosi, infrastruktur, dan daya tarik destinasi untuk memperluas pasar wisata serta mendukung pertumbuhan ekonomi daerah

Tabel 1.4 Jumlah Pengunjung Daya Tarik Wisata dan *Event* Kota Semarang (2020–2024)

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah
2020	6.628	3.260.303	3.266.931
2021	77	2.670.281	2.670.358
2022	4.918	5.338.233	5.343.151
2023	5.568	3.620.739	3.626.307
2024	24.296	7.321.077	7.345.373

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Tengah

Berdasarkan Tabel I.4, jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Semarang mengalami penurunan pada tahun 2021 akibat pandemi COVID-19, terutama wisatawan mancanegara. Namun, sejak tahun 2022 kunjungan wisata mulai meningkat dan terus menunjukkan tren positif hingga mencapai puncaknya pada tahun 2024 dengan total 7.345.373 kunjungan. Data ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata Kota Semarang telah pulih dan terus berkembang, sehingga memerlukan dukungan berbagai *stakeholder* untuk menjaga keberlanjutan pengembangannya.



Sumber : Diolah oleh Peneliti, 2026

Gambar 1. 2 Persentase Kenaikan Jumlah Pengunjung Wisata Kota Semarang

Grafik menunjukkan persentase perubahan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Semarang selama periode 2020 hingga 2024. Persentase dihitung menggunakan rumus $\text{Persentase Kenaikan} = \frac{(\text{Jumlah Tahun Ini} - \text{Jumlah Tahun Sebelumnya})}{\text{Jumlah Tahun Sebelumnya}} \times 100\%$. Hasil perhitungannya menunjukkan bahwa pada tahun 2021 terjadi penurunan sebesar -18,26%

dibanding tahun 2020, akibat dampak pandemi COVID-19. Namun, pada tahun 2022 terjadi lonjakan signifikan sebesar 100,09%, menandakan awal pemulihan sektor pariwisata. Tahun 2023 kembali mengalami penurunan sebesar -32,13%, sebelum akhirnya melonjak tajam pada tahun 2024 dengan pertumbuhan tertinggi sebesar 102,56%. Grafik ini mencerminkan fluktuasi yang tajam dan menunjukkan potensi kebangkitan sektor pariwisata Kota Semarang, khususnya setelah melewati masa krisis.

Pada Tabel I.5 data jumlah daya tarik wisata Kota Semarang 2023, dapat diidentifikasi sejumlah permasalahan utama pada berbagai objek wisata yang berdampak pada optimalisasi pengelolaan pariwisata daerah. Taman Margasatwa Semarang (Semarang Zoo), misalnya, meskipun berhasil menarik lebih dari 370 ribu wisatawan dan menghasilkan pendapatan asli daerah (PAD) sebesar Rp2,5 miliar, hanya dikelola oleh 26 orang tenaga kerja. Kondisi ini menimbulkan risiko terhadap kualitas layanan dan kenyamanan wisatawan karena minimnya jumlah sumber daya manusia dibandingkan jumlah kunjungan (Dwiastuti, 2023). Begitu pula dengan Pantai Marina yang dikunjungi lebih dari 750 ribu wisatawan, namun kurangnya data pengelolaan lingkungan serta potensi pencemaran menjadi tantangan tersendiri dalam menjaga keberlanjutan wisata berbasis alam (Puspitasari A., 2022). Sementara itu, destinasi wisata budaya unggulan seperti Kota Lama dan Gedung Lawangsewu menerima kunjungan yang sangat tinggi, bahkan Kota Lama mencapai lebih dari 2,6 juta wisatawan pada 2024. Namun, jumlah tenaga kerja yang tersedia masih terbatas, berisiko terhadap kapasitas pelayanan, keamanan, dan konservasi aset budaya.

Tabel 1. 5 Jumlah Daya Tarik Wisata Kota Semarang Tahun 2023

KABUPATEN/KOTA	JENIS	SDM		SUBTOTAL		
		L	P	WISNUS	WISMAN	PENDAPATAN
Semarang Kota						
CFD Pemuda Dan Pahlawan	Lain Lain	10	4	-	-	-
Curug Gondoriyo	Wisata Alam	15	10	464	-	4640000
Desa Wisata Kandri	wisata buatan	10	10	5055	6	261460000
Desa Wisata Kedungpane	Desa Wisata	0	0	12818	-	-
Destinasi MICE	wisata buatan	1	1	799897	-	-
Dpong	wisata buatan	5	5	10436	-	-
Dugderan	Lain Lain	1	1	-	-	-
Festival Banjir Kanal Barat	Lain Lain	1	1	-	-	-
Festival Kota Lama	Lain Lain	1	1	84146	-	-
Firdaus Fatimah Zahra	wisata buatan	10	5	18905	-	4
Gedung Lawangsewu	wisata budaya	34	8	678583	5818	8
Gelanggang Pemuda Manunggal	wisata buatan	52	6	142681	-	8
Goa Kreo	Wisata Alam	7	1	89191	8	56403003
Gravity Indoor Trampoline Park	wisata buatan	7	4	-	-	-
Hutan Wisata Tinjomoyo	Wisata Alam	4	1	10201	-	-
Internasional Sport Club (Sic)	wisata buatan	17	6	-	-	-
Jateng Fair	Lain Lain	1	1	-	-	-
Jungle Toon	wisata buatan	11	8	24289	-	-
Kampoeng Wisata Taman Lele	Wisata Alam	6	2	73669	-	1
Kampung Jawi	Desa Wisata	17	8	35119	3	3
Kota Lama & Lawang Sewu Dskt	wisata budaya	6	4	-	-	-
Kota Lama Semarang	wisata budaya	20	12	2658103	2924	9
Loenpia Jazz	Lain Lain	1	1	-	-	-
Mahakarya Legenda Goa Kreo	Lain Lain	1	1	-	-	-
Makam Sunan Pandanaran	wisata budaya	2	0	-	-	-
Masjid Agung Jawa Tengah	wisata budaya	15	12	110441	-	4
Mec Tapak Tugurejo	Wisata Alam	2	2	-	-	-
Museum Mandala Bakti	wisata budaya	3	2	-	-	-
Museum Rekor Indonesia	wisata budaya	4	2	-	-	-
Museum Ronggowarsito	wisata budaya	35	21	-	-	-
Ngrembel Asri	wisata buatan	10	15	3566	-	-
Nirwana Stable	wisata buatan	12	6	1743	-	-
Old City 3D Trick Art Museum Semarang	wisata buatan	5	3	-	-	-
Pantai Marina	Wisata Alam	4	3	751695	756	10
Pura Agung Girinatha	wisata budaya	0	0	30977	-	3
Rintisan Wisata Kota Semarang	minat khusus	80	10	83748	-	1
Sam Poo Kong	wisata budaya	24	10	89129	2662	3
Semarang Bridge Fountain	Lain Lain	1	1	-	-	-
Semarang Night Carnival	Lain Lain	1	1	72406	-	-
Sesaji Rewanda	Lain Lain	1	1	1232	-	-
Silayur Park	wisata buatan	15	10	2600	-	-
Taman Budaya Raden Saleh	wisata budaya	15	2	104950	-	-
Taman Marga Satwa Semarang (Semarang Zoo)	wisata buatan	20	6	370132	64	6
Taman Mini Jawa Tengah Puri Maerokoco	wisata buatan	8	3	147527	190	2514919002
Taman Rekreasi Marina	wisata buatan	4	3	-	-	-
Vihara Budha Gaya	wisata budaya	5	2	23986	268	4
Water Blaster	wisata buatan	100	45	-	-	-
Wisata Danau Bsb City	wisata buatan	5	2	12997	-	-
Wisata Dung Tungkul	Wisata Alam	10	10	8003	-	119999000
Wisata Perahu Waduk Jatibarang	wisata buatan	10	10	11348	-	3
Sub Total		629	283	6470037	12699	2957421072

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Tengah (2023)

Permasalahan juga ditemukan pada destinasi-destinasi yang memiliki potensi besar tetapi belum dimaksimalkan secara ekonomi. Contohnya, Desa Wisata Kedungpane dikunjungi lebih dari 12 ribu wisatawan namun tidak tercatat

menyumbang PAD. Sam Poo Kong juga mengalami kondisi serupa, dengan jumlah wisatawan mancanegara cukup signifikan (2.662 orang), namun hanya menyumbang Rp 3.000.000 dalam pendapatan. Hal ini menunjukkan bahwa potensi monetisasi dan strategi *pricing* belum dikembangkan secara optimal. Di sisi lain, beberapa destinasi seperti Water Blaster dan Museum besar lainnya tidak mencatatkan data jumlah wisatawan atau pendapatan sama sekali, menandakan lemahnya sistem pelaporan dan transparansi (Fitriyani, 2022). Permasalahan-permasalahan ini menggambarkan bahwa pengelolaan pariwisata Kota Semarang masih menghadapi tantangan serius terkait SDM, sistem pelaporan, kapasitas layanan, dan monetisasi, yang semuanya memerlukan peran aktif *stakeholder* untuk ditangani secara menyeluruh dan berkelanjutan.

Strategi promosi digital Kota Semarang juga dinilai masih lemah, identitas pariwisata kota belum dibentuk secara kuat melalui *city branding* digital, sementara aktivitas promosi daring melalui media sosial, *website* resmi, dan platform pariwisata nasional masih sangat terbatas (Nurhayati D., 2022). Dilihat dari partisipasi *stakeholder* lokal, terutama dalam pengelolaan dan promosi desa wisata seperti Desa Wisata Kedungpane dan Kampung Jawi, juga belum dioptimalkan. Minimnya kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat menjadi hambatan dalam menciptakan sinergi promosi wisata yang berkelanjutan (Astuti, 2021). Permasalahan lain yaitu absennya sistem pelaporan dan evaluasi efektivitas promosi secara berkala.

Banyak destinasi tidak memiliki data kunjungan dan pendapatan yang tercatat dengan baik, sehingga sulit untuk mengukur dampak strategi promosi

yang telah dijalankan (Nurlatifah H., 2023). Pesatnya kemajuan teknologi informasi menjadi tantangan bagi Pemerintah Kota Semarang untuk menyajikan informasi yang akurat dan menarik guna meningkatkan daya tarik wisatawan (Laporan Akhir Kajian Strategi Peningkatan PDRB Kota Semarang, 2022). Permasalahan-permasalahan ini secara keseluruhan menunjukkan bahwa promosi pariwisata Kota Semarang memerlukan penguatan kolaborasi *stakeholder* untuk mewujudkan promosi yang efektif dan berkelanjutan.



Sumber : KBRN Semarang (RRI Semarang), 28 November 2025

Gambar 1.3 Pemberitaan Tentang Koordinasi Pariwisata Semarang

Belum optimalnya koordinasi antar *stakeholder* dalam pengembangan pariwisata Kota Semarang dapat dilihat dari pemberitaan KBRN Semarang (2025) yang menyebutkan bahwa DPRD Kota Semarang mendorong peningkatan kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, swasta, media, pengelola wisata, dan dinas terkait untuk mengembangkan sektor pariwisata. Ketua Komisi D DPRD Kota Semarang menyatakan bahwa sinergitas antara pengelola wisata, masyarakat sekitar destinasi, dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sangat diperlukan untuk mendukung keberhasilan pengelolaan destinasi wisata. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa koordinasi dan kerja sama antar *stakeholder* belum berjalan

optimal, akibatnya pengelolaan pariwisata belum menciptakan sistem pengembangan destinasi yang terpadu dan berkelanjutan.

Selain itu, adanya dorongan untuk mengencangkan promosi, memperbanyak penyelenggaraan event, serta melibatkan media dalam publikasi destinasi wisata melalui foto dan video mengindikasikan bahwa upaya pemasaran yang dilakukan selama ini belum mampu menjangkau pasar wisata secara optimal. Potensi 13 desa wisata dan berbagai destinasi unggulan Kota Semarang juga masih memerlukan eksposur yang lebih luas agar dikenal oleh wisatawan. Dengan demikian, berita ini menunjukkan bahwa peran *stakeholder* dalam promosi dan pemasaran pariwisata Kota Semarang, khususnya melalui media digital, publikasi media, penyelenggaraan event, dan penguatan citra destinasi (city branding), belum optimal, terpadu, dan terintegrasi sehingga potensi wisata yang dimiliki belum termanfaatkan secara optimal.

Mbak Ita Ajak Masyarakat Ikut Terlibat Promosikan Pariwisata di Kota Semarang

Penulis: Alif Nazala Rizqi 01/05/2024



Sumber : Jateng News, 01 Mei 2024

Gambar 1.4 Pemberitaan Tentang Promosi Dan Pemasaran Pariwisata

Berdasarkan berita tersebut, keterlibatan *stakeholder* dalam pengembangan pariwisata Kota Semarang belum optimal. Hal ini terlihat dari pernyataan Wali Kota Semarang yang masih meminta masyarakat untuk ikut terlibat dalam promosi pariwisata dan membantu pemerintah dalam meramaikan destinasi wisata. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat dalam mendukung pengembangan pariwisata masih perlu ditingkatkan.

Adanya Bimbingan Teknis (Bimtek) yang melibatkan pemerintah, Kemenparekraf, DPR RI, dan pelaku ekonomi kreatif menunjukkan bahwa pemerintah masih berupaya membangun kolaborasi antar *stakeholder* agar pengelolaan pariwisata dapat berjalan lebih berkelanjutan. Wakil Ketua Komisi X DPR RI juga menegaskan perlunya semangat bersama antara pemerintah dan warga dalam memajukan destinasi wisata Kota Semarang. Di sisi lain, pendampingan dari Kemenparekraf kepada pemerintah daerah mengindikasikan bahwa kapasitas dan sinergi antar *stakeholder* dalam pengembangan destinasi wisata masih membutuhkan penguatan. Dengan demikian, berita ini menunjukkan bahwa keterlibatan *stakeholder* seperti pemerintah, masyarakat, pelaku usaha, komunitas, akademisi, dan media belum optimal terintegrasi secara merata dalam pengembangan pariwisata Kota Semarang.

Mbak Ita: Standarisasi SDM Perlu Dilakukan untuk Wujudkan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan

Admin: Redaksi Rabu, 8 Mei 2024 @07:10



Sumber : Jateng Pos, 08 Mei 2024

Gambar 1.5 Pemberitaan tentang Standarisasi SDM Pariwisata

Wali Kota Semarang mengakui bahwa Kota Semarang memiliki beragam potensi wisata yang pengembangannya masih memerlukan SDM kompeten agar destinasi wisata dapat berkembang secara berkelanjutan. Pokdarwis sebagai pelaku utama pengelolaan desa wisata masih membutuhkan dukungan peningkatan kapasitas, pelatihan, dan kolaborasi yang lebih kuat. Pernyataan bahwa pemerintah akan terus mendukung peningkatan SDM serta dorongan dari DPR RI dan Kemenparekraf untuk memperkuat standar, sertifikasi, dan kompetensi pelaku pariwisata menunjukkan bahwa kualitas SDM pariwisata masih menjadi tantangan. Bahkan disebutkan bahwa destinasi wisata yang baik tidak akan berkembang optimal apabila SDM-nya belum siap atau belum tergarap dengan baik. Dengan demikian, berita ini mengindikasikan bahwa kolaborasi *stakeholder* dalam penguatan kapasitas SDM pariwisata belum optimal, sehingga berpengaruh terhadap kualitas pelayanan, pengelolaan destinasi, daya saing pariwisata, serta keberlanjutan pengembangan pariwisata Kota Semarang

Sistem pelaporan, pengelolaan data, dan evaluasi program pariwisata antar *stakeholder* di Kota Semarang belum optimal dan terintegrasi. Hal ini ditunjukkan oleh penelitian Wulandari (2024) yang menemukan bahwa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang belum optimal dalam melakukan sosialisasi dan penyebaran informasi terkait aplikasi LUNPIA kepada masyarakat sehingga informasi pariwisata belum tersampaikan secara merata. Selain itu, proses sosialisasi dan edukasi aplikasi dinilai berlangsung lambat yang menyebabkan penyebaran informasi pariwisata tidak menjangkau seluruh masyarakat secara efektif. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan informasi, transparansi data, monitoring, dan evaluasi program pariwisata antar *stakeholder* belum optimal.

Dewan Minta Pemkot Optimalkan Potensi Objek Wisata untuk Tingkatkan PAD

by Yulianto Babel 6 Januari 2025, 2:01 pm



Sumber : Halo Semarang, 06 Juni 2025

Gambar 1.6 Pemberitaan tentang PAD Pariwisata Semarang

Berdasarkan pemberitaan tersebut, masih terdapat potensi wisata di Kota Semarang yang belum dikelola dan dikembangkan secara optimal sehingga kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) belum maksimal. DPRD

Kota Semarang menilai bahwa sejumlah destinasi wisata daerah masih memerlukan optimalisasi pengelolaan, pengembangan fasilitas, dan peningkatan daya tarik wisata agar mampu menghasilkan manfaat ekonomi yang lebih besar. Kondisi ini menunjukkan bahwa peran *stakeholder*, baik pemerintah, pengelola wisata, pelaku usaha, maupun pihak terkait lainnya, dalam mengembangkan potensi ekonomi destinasi wisata belum optimal. Akibatnya, potensi pariwisata yang dimiliki Kota Semarang belum mampu meningkatkan pendapatan daerah serta mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat secara maksimal

Pengembangan pariwisata di Kota Semarang masih dipengaruhi oleh perbedaan kepentingan, kapasitas, dan tingkat partisipasi antar *stakeholder*. Perbedaan kepentingan terlihat dari adanya hambatan dalam proses pengambilan keputusan terkait pengalokasian anggaran pengembangan pariwisata. Selain itu, kapasitas *stakeholder* yang beragam menyebabkan perlunya pembinaan, pendampingan, dan peningkatan kompetensi bagi kelompok masyarakat dan Pokdarwis. Di sisi lain, rendahnya kesadaran dan kepercayaan sebagian masyarakat terhadap pentingnya pengembangan pariwisata menunjukkan bahwa tingkat partisipasi *stakeholder* belum merata. Kondisi tersebut menyebabkan proses kolaborasi dan pengembangan pariwisata belum berjalan secara optimal dan efektif Hadi dan Hariani (2023).

Pengembangan pariwisata Kota Semarang masih menghadapi tantangan dalam menciptakan tata kelola kolaboratif yang mampu mengintegrasikan seluruh *stakeholder* secara efektif. Penelitian menemukan adanya kurangnya integrasi kelembagaan antar pemangku kepentingan, mekanisme koordinasi yang belum

berjalan optimal, perbedaan kepentingan antar aktor, rendahnya partisipasi masyarakat, serta ketidakjelasan pembagian peran antar lembaga. Selain itu, meskipun telah dibentuk lembaga koordinatif seperti BPK2L, mekanisme koordinasi antara pemerintah, komunitas, dan pelaku usaha pariwisata belum sepenuhnya efektif karena belum tersedia forum pengambilan keputusan yang mengikat dan representatif. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa implementasi *collaborative governance* dalam pengembangan pariwisata Kota Semarang masih menghadapi berbagai hambatan sehingga integrasi stakeholder belum optimal (Ardani, 2025).

Pernyataan Mantan Wali Kota Semarang Mbak Ita dalam kegiatan FGD Pelaku Usaha Jasa Hotel dan Restoran menunjukkan bahwa kolaborasi antar *stakeholder* pariwisata di Kota Semarang belum optimal. Meskipun sinergi antara pemerintah dan pelaku usaha telah dimulai, namun implementasinya dinilai belum maksimal, seperti belum meratanya dukungan hotel terhadap promosi UMKM lokal dan kurangnya promosi bersama yang menyasar pasar internasional. Hal ini diperkuat oleh pengakuan bahwa Kota Semarang belum dikenal secara luas di mancanegara, sehingga diperlukan upaya kolaboratif yang lebih strategis antar pelaku industri pariwisata untuk memperkuat citra dan daya saing daerah (Portal Berita Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, 2024)

Menurut Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, Wing Wiyarso, pengembangan sektor pariwisata di Kota Semarang perlu didorong melalui peran *stakeholder* pariwisata secara optimal, sebagaimana diatur dalam Peraturan Wali Kota. Ia menjelaskan bahwa pembangunan kepariwisataan harus

dilakukan secara menyeluruh, mencakup penguatan destinasi, strategi pemasaran, pengembangan industri, serta kelembagaan pariwisata. Wing Wiyarso berharap, penguatan aspek-aspek tersebut mampu memberikan nilai tambah yang signifikan terhadap pertumbuhan daerah dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Ia juga menyampaikan bahwa selama 10 tahun terakhir, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Semarang selalu menjadi yang tertinggi di Jawa Tengah.

Posisi strategis pemerintah daerah yang memiliki kekuasaan dan pengaruh besar dalam menjalin hubungan antar *stakeholder*. Pemerintah daerah merupakan aktor perantara yang paling signifikan dalam memengaruhi *stakeholder* untuk berkolaborasi, (Abidin & Subowo, A., 2024). Pemerintah tidak dapat bertindak sebagai satu-satunya pelaku, karena memiliki keterbatasan dalam kapasitas dan sumber daya, sehingga membutuhkan partisipasi dari berbagai pihak lainnya (Abidin & Subowo, A., 2024). Pemerintah Kota Semarang berupaya untuk mengembangkan pariwisata dengan melakukan kolaborasi dengan berbagai pihak seperti Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga, akademisi, media, pelaku usaha dan komunitas. Namun, tidak diketahui sejauhmana keterlibatan dari pihak-pihak terkait dalam pengembangan pariwisata Kota Semarang.

Pengembangan pariwisata di Kota Semarang membutuhkan kerjasama antar seluruh *stakeholder* yang terkait. Melihat fenomena yang sudah dijelaskan di atas, bahwa masalah penelitian berupa *stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan pariwisata di Kota Semarang belum optimal, maka pertanyaan penelitian yang akan dijawab mengapa *stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan pariwisata di Kota Semarang belum optimal.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Belum optimalnya koordinasi antar *stakeholder* dalam pengembangan pariwisata Kota Semarang sehingga pengelolaan destinasi wisata belum berjalan secara terpadu dan berkelanjutan.
2. Keterlibatan *stakeholder* dalam pengembangan pariwisata Kota Semarang masih belum merata, khususnya antara pemerintah, pelaku usaha, komunitas, akademisi, media, dan masyarakat.
3. Peran *stakeholder* dalam promosi dan pemasaran pariwisata Kota Semarang, terutama melalui media digital dan city branding, belum berjalan secara efektif dan terintegrasi.
4. Kolaborasi *stakeholder* dalam penguatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) pariwisata masih belum optimal sehingga mempengaruhi kualitas pelayanan dan pengelolaan destinasi wisata.
5. Sistem pelaporan, pengelolaan data, dan evaluasi program pariwisata antar *stakeholder* belum berjalan secara baik dan terintegrasi.
6. Belum optimalnya peran *stakeholder* dalam pengembangan potensi ekonomi destinasi wisata sehingga kontribusi sektor pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) belum maksimal.
7. Masih terdapat hambatan komunikasi, koordinasi, dan sinergi antar *stakeholder* dalam pengembangan pariwisata Kota Semarang.

8. Perbedaan kepentingan, kapasitas, dan tingkat partisipasi antar *stakeholder* mempengaruhi efektivitas pengembangan pariwisata Kota Semarang.
9. Pengembangan pariwisata Kota Semarang masih menghadapi tantangan dalam menciptakan *collaborative governance* yang mampu mengintegrasikan seluruh *stakeholder* secara efektif.

1.2.2. Rumusan Masalah

1. Siapa *stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan pariwisata di Kota Semarang?
2. Bagaimana peran *stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan pariwisata di Kota Semarang?
3. Faktor-faktor apa yang menjadi pendukung dan penghambat sehingga *stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan pariwisata di Kota Semarang belum maksimal?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi *stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan pariwisata Kota Semarang.
2. Menganalisis peran *stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan pariwisata Kota Semarang.
3. Menganalisis faktor-faktor pendukung dan penghambat *stakeholder* dalam pengembangan pariwisata di Kota Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan teori-teori politik dan ilmu sosial, yang bisa memiliki manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya Manajemen Publik dalam Ilmu Administrasi Publik.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Selain kegunaan teoritis, terdapat kegunaan praktis bagi beberapa pihak, diantaranya :

1.4.2.1 Bagi Mahasiswa

- a. Dapatkan menyelesaikan penelitian dalam syarat kelulusan Magister Administrasi Publik Universitas Diponegoro.
- b. Menambah pengetahuan dan pemahaman terkait pengembangan pariwisata Kota Semarang.

1.4.2.2 Bagi Universitas

- a. Penelitian diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan informasi tambahan untuk penelitian berikutnya terkait pengembangan Pariwisata Kota Semarang.
- b. Universitas Diponegoro dapat meningkatkan kualitas lulusannya melalui kerjasama mahasiswa melalui Tesis.

1.4.2.3 Bagi Pemerintah Kota Semarang

- a. Terjalinnya hubungan baik dan kerjasama antara Pemerintah Kota Semarang dan Universitas Diponegoro.

- b. Menjadi bahan pertimbangan dan masukan kepada Pemerintah Kota Semarang terkait pengembangan pariwisata Kota Semarang.

1.5 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan suatu proses sistematis dalam penelitian atau kajian yang melibatkan pengumpulan, pemilihan, dan evaluasi sumber-sumber teoretis dan empiris yang relevan dengan topik yang diteliti. Proses ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang pengetahuan yang sudah ada terkait pengembangan pariwisata Kota Semarang.

Tabel 1. 6 Tinjauan Pustaka

No	Peneliti & Tahun	Tujuan Penelitian	Landasan Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Grace Ginting, Kismartini, Tri Yuniningsih & Teuku Afrizal. 2021	Menganalisis peran-peran dari <i>stakeholder</i> dalam mengembangkan lembaga wisata Siosar	1. Teori peran <i>stakeholder</i> Rahmi (dalam Alamsyah 2016) ada tiga <i>stakeholder</i> pemerintah, swasta, dan masyarakat. 2. Teori <i>stakeholder</i> (Hetifah dalam Reski, 2016) <i>Stakeholder</i> adalah individu, kelompok, atau	Metode penelitian yang digunakan yaitu studi literature <i>review</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Siosar memiliki potensi wisata besar, namun pengembangan belum optimal karena peran <i>stakeholder</i> belum dijalankan secara maksimal. Pemerintah, swasta, dan masyarakat belum bersinergi sesuai harapan. Dinas Pariwisata dinilai kurang aktif, pihak swasta belum

			organisasi yang memiliki kepentingan, terlibat, serta terdampak atau dapat memengaruhi suatu kegiatan atau program pembanguna 3. Teori pengembangan pariwisata, (Suharyanto et al., 2020; Lubis et al., 2020) Pengembangan pariwisata menjadi strategi untuk meningkatkan pendapatan daerah, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja dan manfaat sosial budaya bagi masyarakat		menyediakan fasilitas yang memadai, dan masyarakat belum dilibatkan. Oleh karena itu, perlu perencanaan yang matang, kolaborasi antar pihak, serta pemberdayaan masyarakat agar pengembangan wisata Siosar lebih efektif dan berkelanjutan
2	Destiana, R., Kismartini, & Yuningsih, T. (2020)	Menganalisis peran <i>stakeholder</i> dalam pengembangan	1. Teori identifikasi <i>stakeholder</i> , Kategori <i>stakeholder</i>	Deskriptif kualitatif: wawancara daring, dokument	Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata halal

		gan destinasi pariwisata halal di Pulau Penyengat, Provinsi Kepulauan Riau	primer, <i>stakeholder</i> kunci, dan <i>stakeholder</i> sekunder 2. Teori peran <i>stakeholder</i> , menurut Nugroho dkk., (2014) <i>stakeholder</i> memiliki peran sebagai <i>Policy creator</i>, <i>Koordinator</i>, <i>Fasilitator</i>, <i>implementor</i>, dan <i>ekselerator</i> 3. Teori hubungan antar <i>stakeholder</i> (Knoke & Kulinski) Berdasarkan Bentuk: <i>individual evaluations</i>, <i>transfer material resources</i>, <i>transfer non-material resources</i>, <i>interaction</i>, <i>movement</i>, <i>formal roles</i>, <i>kinship</i>. Berdasarkan Aktivitas: kerja sama, komunikasi, koordinasi 4. Teori faktor	asi, observasi	di Pulau Penyengat melibatkan lima unsur <i>Pentahelix</i> , namun peran pembuat kebijakan dan <i>Koordinator</i> belum optimal. Hubungan antar <i>stakeholder</i> berlangsung dalam bentuk kerjasama, komunikasi, dan koordinasi. faktor pendukung mencakup kepemimpinan dan profesionalitas, sementara hambatannya adalah kurangnya regulasi, koordinasi, fasilitas, dan promosi digital. Diperlukan regulasi, peningkatan koordinasi, dan pelibatan aktif komunitas serta akademisi.
--	--	--	---	----------------	---

			Pendukung dan Penghambat (nilai, komunikasi, kepercayaan, kebijakan)		
3	Sabaruddin, A., Maulid, M., Fait, T., & Maharani, M. (2023).	Mengidentifikasi para pemangku kepentingan dan peran mereka dalam pengembangan pariwisata Kea-Kea penting dilakukan, mengingat Kea-Kea adalah destinasi wisata yang memiliki potensi untuk meningkatkan perekonomian masyarakat berkat keindahan alamnya	1. Teori identifikasi <i>stakeholder</i> Kategori <i>stakeholder</i> primer, <i>stakeholder</i> kunci, dan <i>stakeholder</i> sekunder 2. Teori peran <i>stakeholder</i> , menurut Nugroho dkk., (2014) <i>stakeholder</i> memiliki peran sebagai <i>Policy creator</i>, <i>Koordinator</i>, <i>Fasilitator</i>, <i>implementor</i>, dan <i>ekselerator</i> 3. Teori faktor Pendukung dan Penghambat (nilai, komunikasi, kepercayaan, kebijakan)	Pendekatan kualitatif dengan metodologi deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pemangku kepentingan yang terlibat dalam pengembangan wisata alam Kea-Kea meliputi Dinas Pariwisata Kabupaten Kolaka, Balai Konservasi Sumber Daya Alam (BKSDA) Provinsi Sulawesi Tenggara, kelompok masyarakat yang tergabung dalam Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), pengusaha, serta masyarakat setempat.
4	Lazuardina, A., & Suhirman, S. (2023)	Merekomendasikan peran aktif yang seharusnya dijalankan	1. Teori Pengaruh & Kepentingan <i>Stakeholder</i> (Aden dan Ackerman)	Menggunakan jenis penelitian deskriptif melalui pendekatan	Hasil penelitian identifikasi <i>stakeholder</i> menjadi langkah penting guna menjamin

		oleh para pemangku kepentingan dalam pengembangan Desa Wisata Panundaan, serta menjelaskan alur koordinasi yang ideal antara <i>stakeholder</i> dalam proses pengembangan desa wisata tersebut	Reed et.al 2009 berfokus pada <i>power</i> dan <i>interest</i> terdiri dari <i>Players</i>, <i>Subjects</i>, <i>Context Setter</i>, dan <i>Crowd</i> 2. Teori hubungan antar <i>stakeholder</i> (Knoke & Kulkinski) Berdasarkan Bentuk: <i>individual evaluations</i>, <i>transfer material resources</i>, <i>transfer non-material resources</i>, <i>interaction</i>, <i>movement</i>, <i>formal roles</i>, <i>kinship</i>. Berdasarkan Aktivitas: kerja sama, komunikasi, koordinasi 3. Teori peran <i>stakeholder</i> , menurut Nugroho dkk., (2014) <i>stakeholder</i> memiliki peran sebagai <i>Policy creator</i>,	n kualitatif	tercapainya visi bersama. Terdapat 10 <i>stakeholder</i> dengan tingkat pengaruh dan kepentingan yang bervariasi. Keberhasilan pengembangan desa wisata sangat dipengaruhi oleh partisipasi aktif dan kolaborasi semua pihak. Dalam pemetaan, ditemukan <i>keyplayer</i> eksternal seperti Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung, serta aktor internal seperti pemilik <i>homeStay</i>. Meskipun hubungan koordinasi dan kerjasama antar <i>stakeholder</i> sudah terbentuk, penguatannya masih diperlukan.
--	--	---	---	---------------------	--

			<i>Koordinator, Fasilitator, implementor, dan ekselerator</i>		
5	Iswanto, D. (2024)	Menganalisis peran <i>stakeholder</i> dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan di Pulau Derawan	1. Teori Pengaruh & Kepentingan <i>Stakeholder</i> (Aden dan Ackerman) Reed et.al 2009 berfokus pada <i>power</i> dan <i>interest</i> terdiri dari <i>Players, Subjects, Context Setter</i>, dan <i>Crowd</i> 2. Teori peran <i>stakeholder</i> , menurut Nugroho dkk., (2014) <i>stakeholder</i> memiliki peran sebagai <i>Policy creator, Koordinator, Fasilitator, implementor, dan ekselerator</i>	Deskriptif kualitatif: wawancara, dokumentasi, observasi, analisis interaktif Miles & Huberman	Pemetaan <i>stakeholder</i> yang mempertimbangkan tingkat pengaruh dan kepentingan masing-masing pihak menjadi kunci dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan di Pulau Derawan. Melalui pemetaan ini, peran <i>stakeholder</i> dapat diidentifikasi secara jelas, terutama dalam menjaga kelestarian lingkungan. Kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, masyarakat, dan organisasi lingkungan perlu diperkuat, disertai pengawasan, penerapan praktik ramah lingkungan, serta pelibatan aktif masyarakat

					lokal, agar pengembangan pariwisata dapat berjalan berkelanjutan dan memberi manfaat merata bagi seluruh pihak.
6	Alvianita, V., Subowo, A., & Santoso, R. S. (2024)	Mengidentifikasi <i>stakeholder</i> dan menganalisis perannya dalam pengembangan pariwisata di Dieng	1. Teori <i>Stakeholder</i>, Reed (dalam Saputro, 2011) <i>stakeholder</i> adalah orang, kelompok, atau institusi yang memiliki kepentingan dalam suatu proses atau pariwisata. 2. Teori peran <i>stakeholder</i> Menurut Nugroho dkk., (2014) yaitu <i>Policy creator</i>, <i>Koordinator</i>, <i>Fasilitator</i>, <i>implementor</i>, dan <i>ekselerator</i> 3. Teori identifikasi <i>stakeholder</i> berdasarkan kategori <i>stakeholder</i> (Crosby, 1992) yaitu <i>stakeholder</i>	Kualitatif deskriptif: wawancara, observasi, dokumentasi; lokasi di Dieng, Banjarnegara	Pengembangan pariwisata di Dieng melibatkan berbagai <i>stakeholder</i> dengan peran berbeda, namun belum optimal karena terkendala koordinasi, infrastruktur, dan pemberdayaan masyarakat yang masih lemah.

			primer, <i>stakeholder</i> kunci, dan <i>stakeholder</i> sekunder,		
7	Sofyan, H. A., Rahman, A. Z., & Hanani, R. (2024).	Menganalisis peran <i>stakeholder</i> dalam pengelolaan Hutan <i>Mangrove</i> Tapak di Kelurahan Tugurejo, Kota Semarang	1. Teori <i>Quadruple Helix</i> (Carayannis & Campbell, 2009) terdiri dari Pemerintah, Akademisi, Swasta, Masyarakat 2. Teori peran <i>stakeholder</i> Menurut Nugroho dkk., (2014) yaitu <i>Policy creator</i>, <i>Koordinator</i>, <i>Fasilitator</i>, <i>implementor</i>, dan <i>ekselerator</i>	Kualitatif deskriptif; observasi, wawancara, dokumentasi, teknik triangulasi sumber	DLHK Provinsi sebagai <i>Policy creator</i> ; Kelurahan Tugurejo dan kelompok masyarakat sebagai <i>Koordinator</i> ; akademisi dan swasta sebagai <i>Fasilitator</i> dan <i>Akselerator</i> . Terdapat kendala dalam koordinasi, keterlibatan swasta, dan komitmen pemerintah, sehingga pengelolaan belum optimal
8	Rintawati, R. A., & Santoso, R. S. (2024)	Menganalisis peran serta faktor pendukung dan penghambat <i>stakeholder</i> dalam pengembangan Museum dan Monumen	1. Teori identifikasi <i>stakeholder</i> primer, sekunder, dan kunci (Maryono et al., 2021) 2. Teori Peran <i>stakeholder</i> menurut Nugroho et al. (2014)	Kualitatif deskriptif; wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, triangulasi	<i>Stakeholder</i> seperti Bupati, Disparta, UPTD, media, akademisi dan masyarakat memiliki peran yang beragam. faktor penghambat berupa kurangnya koordinasi,

		Palagan Ambarawa	yaitu <i>Policy creator, Koordinator, Fasilitator, implemento, Akselerator</i> 3. Teori Pengembangan Pariwisata Menurut Meutuah dkk., (2023) yaitu <i>Attraction, Accessibility, Amenities, Accommodation, Activities, Ancillary Services</i>		keterbatasan tenaga dan dana, serta promosi digital yang belum optimal. Disarankan peningkatan sinergi dan pemanfaatan teknologi
9	Salsabila, F. Y., Purnaweni, H., & Herawati, A. R. (2025)	Mengidentifikasi <i>stakeholder</i> yang terlibat dalam konservasi sumber daya air di Waduk Jatibarang. Mengetahui peran masing-masing <i>stakeholder</i>	1. Teori Pengaruh & Kepentingan <i>Stakeholder</i> Bryson (2004) (Aden dan Ackerman) berfokus pada <i>power</i> dan <i>interest</i> terdiri dari <i>Players, Subjects, Context Setter</i>, dan <i>Crowd</i> 2. Teori Peran <i>stakeholder</i> menurut Nugroho et al. (2014) yaitu <i>Policy</i>	Kualitatif deskriptif, wawancara, observasi, studi dokumen, triangulasi sumber.	Penelitian menunjukkan bahwa konservasi sumber daya air di Waduk Jatibarang melibatkan berbagai <i>stakeholder</i> yang memiliki peran dan tingkat pengaruh berbeda. Berdasarkan analisis <i>power-interest, stakeholder</i> terbagi menjadi empat kategori: <i>players, subjects, context setters</i> , dan <i>crowd</i> . Peran

			<i>creator, Koordinator, Fasilitator, implemento, Akselerator</i>		mereka meliputi pembuat kebijakan, pelaksana, <i>Koordinator, Fasilitator</i> , dan <i>Akselerator</i> . Ditemukan bahwa sinergi dan kolaborasi antar <i>stakeholder</i> , khususnya antara instansi pemerintah, masyarakat, dan komunitas lokal, menjadi kunci dalam mendukung upaya konservasi yang berkelanjutan.
10	Andriyani, L. A., Yuniningsih, T., & Djumiarti, T. (2025).	Menganalisis peran <i>stakeholder</i> dan faktor pendukung/ penghambat dalam pengembangan pariwisata di Desa Wisata Lerep, Kabupaten Semarang	1. Teori Pengaruh & Kepentingan <i>Stakeholder</i> Bryson (2004) (Aden dan Ackerman) berfokus pada <i>power</i> dan <i>interest</i> terdiri dari <i>Players, Subjects, Context Setter</i>, dan <i>Crowd</i> 2. Teori Peran <i>stakeholder</i> menurut Nugroho et al. (2014) yaitu <i>Policy creator</i>,	Kualitatif deskriptif; lokasi di Desa Lerep, Kabupaten Semarang; teknik wawancara dan dokumentasi; analisis data melalui reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan; validitas diuji dengan	<i>Stakeholder</i> terdiri dari <i>key players</i> (Pemerintah Desa, POKDARWIS Rukun Santoso), <i>subjects</i> (BUMDes, Karang Taruna, KKN), <i>context setters</i> (Dinas Pariwisata, DISPERMASDES, PLN), dan <i>crowd</i> (POKDARWIS Soka Ceria). Peran mereka terbagi dalam lima klasifikasi utama. faktor pendukung meliputi

			<i>Koordinator, Fasilitator, implemento, Akselerator</i> 3. Teori faktor Pendukung dan Penghambat (nilai, komunikasi, kepercayaan, kebijakan)	triangulasi sumber	keativitas dan kepercayaan, sementara hambatan meliputi lemahnya koordinasi dan penguatan organisasi
11	Nugroho, A. Y., Rahman, A. Z., & Kismartini, K. (2022).	Mengetahui peran <i>stakeholder</i> serta faktor pendorong dan penghambat dalam pengembangan Desa Wisata Nongkosawit di Kota Semarang	1. Teori Peran <i>Stakeholder</i> Nugroho et al. (2014) <i>Policy creator, Koordinator, Fasilitator, implemento, Akselerator.</i> 2. Teori <i>Collaborative Governance</i> adalah pendekatan yang melibatkan aktor pemerintah dan non-pemerintah secara bersama dalam merumuskan dan melaksanakan kebijakan publik (Ansell & Gash, 2008)	Deskriptif kualitatif, <i>purposive</i> dan <i>snowball sampling</i> , teknik triangulasi data	<i>Stakeholder</i> berperan sebagai: <i>Policy creator, Koordinator, Fasilitator, implementor, dan Akselerator.</i> Masalah utama: koordinasi belum optimal antar POKDARWIS dan masyarakat. Pemerintah dan akademisi (UNNES) berperan besar sebagai <i>Akselerator</i> melalui KKN. Masih minim dukungan sektor swasta.

12	Jannata, F. M., Marom, A., & Nurcahyanto, H. (2023).	Menganalisis peran <i>stakeholder</i> dalam pengembangan Desa Wisata Jatirejo, Kota Semarang.	1. Teori Administasi Publik Nicholas Henry (dalam Keban, 2008) menjelaskan bahwa administrasi publik merupakan cara untuk menunjukkan hubungan antara pemerintah sebagai atasan dan masyarakat sebagai bawahan, dengan tujuan mendorong pemerintah lebih peduli terhadap permasalahan sosial yang ada. 2. Teori <i>Pentahelix</i> terdiri akademisi, Pemerintah, Swasta, Masyarakat dan Media Massa. 3. Teori kebijakan publik Easton dalam Dunn (2012) menyebut	Deskriptif kualitatif, teknik <i>purposive</i> dan <i>snowball sampling</i> , observasi, wawancara, dokumentasi	Peran <i>stakeholder</i> meliputi: pembuat kebijakan, Koordinator, Fasilitator, pelaksana, dan Akselerator. Penghambat: lemahnya koordinasi dan keterlibatan masyarakat. Pendukung: semangat gotong royong, program pelatihan, forum komunikasi. <i>Stakeholder</i> utama berasal dari 5 unsur <i>Pentahelix</i>
----	--	---	--	---	--

			kebijakan sebagai penerapan nilai secara paksa kepada masyarakat.		
13	Rahmawati, A., & Marom, A. (2024).	Menganalisis kontribusi dan peran <i>stakeholder</i> serta faktor pendorong dan penghambat dalam pengembangan Serulingmas <i>Interactive Zoo</i> .	1. Teori Klasifikasi <i>Stakeholder</i> Eden dan Ackerman (dalam Reed dkk., 2009) Key Player, Subject, Context Setter, Crowd 2. Peran <i>Stakeholder</i> Nugroho (2015) yaitu Peneliti, Bisnis, Pemerintah, Penduduk Lokal, Media, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), Penduduk Lokal. 3. Teori faktor Pendukung dan Penghambat, yaitu nilai, komunikasi, kepercayaan, serta kebijakan (Destiana et al., 2020)	Kualitatif deskriptif; wawancara, observasi, dokumentasi, triangulasi ; <i>purposive</i> & <i>snowball sampling</i>	Perumda TRMS Serulingmas sebagai <i>stakeholder</i> kunci berperan aktif bersama pemerintah dan masyarakat. Hubungan <i>stakeholder</i> didominasi koordinasi & kerjasama. Hambatan: minimnya anggaran, miskomunikasi, perbedaan nilai, dan belum ada keterlibatan swasta. Perlu strategi pemasaran inovatif, kemitraan dengan investor, dan perbaikan fasilitas wisata

14	Kismartini, K., Roziqin, A., & Penulis, N. (2023).	Mengkaji peran dan hubungan antar <i>stakeholder</i> berdasarkan kekuatan dan kepentingan dalam mewujudkan pembangunan Desa Maritim berkelanjutan di Tambaklorok, Semarang.	1. Teori Katagori <i>Stakeholder</i> Clarkson (1995) <i>Key stakeholder</i>, <i>Primary stakeholder</i>, <i>Secondary stakeholder</i>. 2. Teori Pemetaan Pemangku Kepentingan Berdasarkan Kekuasaan dan Kepentingan (Ackermann dan Eden, 2011; Bryson, 2004). 3. Teori Peran <i>stakeholder</i> menurut Nugroho et al. (2014) <i>Policy creator</i>, <i>Koordinator</i>, <i>Fasilitator</i>, <i>implementor</i>, <i>Akselerator</i>.	Kualitatif: wawancara mendalam, FGD, observasi, dokumentasi & berita daring	<i>Stakeholder</i> diklasifikasikan menjadi pemain kunci, penentu konteks, subjek, dan kerumunan berdasarkan <i>power-interest</i> . Peran <i>stakeholder</i> meliputi: <i>policy maker</i> , <i>Koordinator</i> , <i>Fasilitator</i> , <i>implementor</i> , dan <i>Akselerator</i> . Diperlukan penguatan koordinasi agar program berjalan optimal.
15	Meliana, M., Akbar, G. G., & Kania, I. (2025).	Menganalisis kolaborasi multi- <i>stakeholder</i> dalam pengembangan desa wisata Garut	1. Teori <i>Collaborative Governance</i> dari Ansell dan Gash (2008), yang mencakup empat komponen utama: kondisi awal,	Kualitatif: FGD, wawancara	Implementasi tata kelola kolaboratif sudah ada, namun koordinasi dan kapasitas masyarakat masih menjadi tantangan. Diperlukan penguatan kolaborasi yang

			desain kelembagaan, dan fasilitasi. kepemimpinan, dan proses kolaboratif. 2. Teori <i>Pentahelix</i> yang terdiri dari pemerintah, masyarakat, akademisi, pelaku bisnis, dan media, 3. Teori Peran <i>Stakeholder</i> menurut Nugroho et al. (2014) <i>Policy creator, Koordinator, Fasilitator, implementor, Akselerator</i>		lebih terstruktur.
16	Rozuli, M. R. S., Bisri, M., Surjono, S., & Imron, A. (2024).	Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengembangan Kampoeng Kajoetangan Malang melalui analisis pemangku kepentingan.	1. Teori Partisipatif Sherry Arnstein (1969) pelibatan masyarakat secara aktif dalam seluruh proses, dari perencanaan hingga evaluasi, melalui dialog dua arah dan	Kualitatif: wawancara, observasi, studi dokumen	Identifikasi hambatan partisipasi masyarakat dan usulan strategi berbasis dialog serta peningkatan kapasitas lokal.

			pendekatan <i>bottom-up</i> 2. Teori <i>Inklusivitas</i> Amartya Sen (1999) Mendorong keterlibatan semua kelompok, termasuk yang terpinggirkan dalam sistem yang adil dan setara.		
17	Salman, A., Jaafar, M., Mohamad, D., Ebekozen, A., & Rasul, T. (2024).	Meninjau peran multi- <i>stakeholder</i> dalam keberlanjutan ekowisata di Asia secara sistematis.	1. Teori Pemangku Kepentingan (Freeman, 1984) setiap kelompok atau individu yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. 2. Teori <i>Collaborative Governance</i> dari Ansell dan Gash (2008), yang mencakup empat komponen utama: kondisi awal, desain kelembagaan, dan	<i>Systematic Review</i> (34 artikel dari Scopus & WoS)	Tiga tema utama muncul: pentingnya lingkungan pendukung penelitian, perlunya intervensi kebijakan, dan kolaborasi pemangku kepentingan untuk keberlanjutan jangka panjang.

			fasilitasi. kepemimpinan, dan proses kolaboratif.		
18	Ardiansyah, I., & Martadina, Y. (2023).	Menilai peran <i>stakeholder</i> dalam pengembangan ekowisata Desa Wisata Jatiluwih, Bali.	1. Teori <i>Stakeholder Power-Interest Grid</i> Eden dan Ackerman (dalam Reed dkk., 2009) <i>Key Player, Subject, Context Setter, Crowd</i> 2. Teori Peran <i>Stakeholder</i> menurut Nugroho et al. (2014) <i>Policy creator, Koordinator, Fasilitator, implementor, Akselerator</i>	Kuantitatif dan Kualitatif, Analisis <i>Stakeholder</i>	Ditemukan 15 <i>stakeholder</i> dalam empat kuadran. Terdapat ketimpangan peran, dan perlu sinergi lebih erat untuk mewujudkan kawasan wisata berkelanjutan
19	Mudarra-Fernández, A. B., Ricoy-Cano, A. J., De La Fuente-Robles, Y. M., & Muñoz de Dios, M. D. (2020)	Meninjau sikap, kebutuhan, dan tren <i>stakeholder</i> dalam pariwisata yang aksesibel.	1. Teori <i>Inclusive Tourism</i> Amartya Sen (1999), adalah pendekatan pembangunan pariwisata yang memastikan setiap orang, tanpa terkecuali,	<i>Systematic Review</i> (sintesis tematik dari studi kualitatif)	Kurangnya pelatihan, koordinasi, dan pemahaman terhadap wisatawan disabilitas. Perlu integrasi teknologi dan desain inklusif untuk meningkatkan pengalaman wisata.

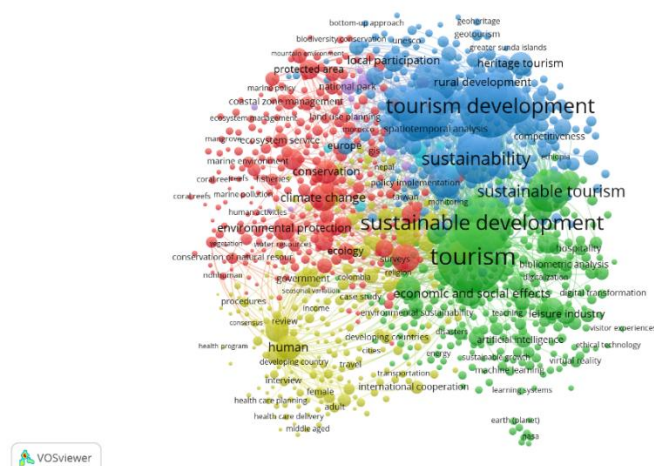
			dapat berpartisipasi, menikmati, dan merasakan manfaat dari kegiatan wisata. 2. Teori <i>Accessible Tourism</i> Simon Darcy & Dimitrios Buhalis (2011) menekankan pentingnya aksesibilitas sepanjang perjalanan wisata (<i>before, during, after</i>) 3. Teori <i>Co-creation</i> Campos et al. (2018) dalam konteks wisata, dengan penekanan pada interaktivitas, personalisasi, dan keterlibatan komunitas lokal.		
20	Sastrodiningrat, M. R., Bisri, M., Surjono, & Imron R. (2024).	Menganalisis <i>stakeholder</i> dan strategi peningkatan partisipasi masyarakat dalam	1. Teori Klasifikasi <i>Stakeholder</i> Eden dan Ackerman (dalam Reed dkk., 2009) <i>Key Player</i> ,	Kualitatif wawancara, observasi, dokumentasi	Partisipasi masyarakat masih terbatas. Diperlukan peningkatan kesadaran, kolaborasi lintas pihak, dan

		pengembangan wisata Kampoeng Heritage Kajoetangan, Malang.	<i>Subject, Context Setter, Crowd.</i> 2. Teori <i>Collaborative Governance</i> dari Ansell dan Gash (2008), yang mencakup empat komponen utama: kondisi awal, desain kelembagaan, dan fasilitasi. kepemimpinan, dan proses kolaboratif. 3. Teori Peran <i>Stakeholder</i> menurut Nugroho et al. (2014) <i>Policy creator, Koordinator, Fasilitator, implementor, Akselerator</i>		penguatan kapasitas masyarakat.
--	--	--	--	--	---------------------------------

Sumber : Diolah oleh Peneliti, 2026

Penelitian-penelitian yang terdapat pada tabel di atas memiliki fokus beragam dalam mengkaji *stakeholder* pariwisata, antara lain mengenai peran *stakeholder* dalam pengembangan destinasi wisata (Ginting Kismartini, K., Yuniningsih, T., & Afrizal, T., 2022), pengembangan wisata halal (Destiana

Kismartini, & Yuningsih, T., 2020), pemetaan *stakeholder* berbasis kekuasaan dan kepentingan (Iswanto & Faradillah, 2023), hingga kolaborasi *multistakeholder* dalam pengembangan desa wisata (Aqila et al., 2025). Beberapa penelitian juga menyoroti faktor pendukung dan penghambat keterlibatan *stakeholder* dalam pengembangan wisata daerah tertentu seperti di Pulau Derawan, Pulau Penyengat, Dieng, dan Kampoeng Kajoetangan. Meskipun demikian, belum terdapat kajian yang secara spesifik mengulas identifikasi *stakeholder*, analisis peran, serta faktor pendukung dan penghambatnya dalam konteks pengembangan pariwisata di Kota Semarang. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kontribusi kebaruan dengan menitikberatkan pada analisis *stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan pariwisata Kota Semarang. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi baru baik secara teoritis maupun praktis dalam literatur administrasi publik dan pengembangan pariwisata.



Sumber : Hasil analisis VOSviewer (2026)

Gambar 1.7 Analisis *Co-Occurance Analysis* VOSviewer

Hasil visualisasi bibliometrik menggunakan VOSviewer menunjukkan bahwa kata kunci *tourism*, *sustainable development*, dan *tourism development* berada pada posisi paling sentral dengan ukuran node yang besar dan tingkat keterhubungan (*link strength*) yang tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa ketiga konsep tersebut menjadi fokus utama dalam kajian pariwisata. Keterhubungan yang kuat antara *tourism development* dengan *sustainability* serta *sustainable tourism* memperlihatkan bahwa arah penelitian pariwisata saat ini semakin menekankan pada pembangunan yang berkelanjutan, baik dari aspek ekonomi, sosial, maupun lingkungan.

Kehadiran kata *bibliometric analysis* dalam klaster ini juga mengindikasikan meningkatnya penggunaan pendekatan kuantitatif dalam menganalisis tren penelitian pariwisata. Di sisi lain, klaster berwarna kuning yang memuat kata seperti *human*, *case study*, *government*, dan *international cooperation* menunjukkan adanya perhatian terhadap aspek manusia, kebijakan, serta kerja sama antar negara dalam pengembangan pariwisata. Berdasarkan keseluruhan visualisasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kajian pariwisata telah berkembang secara multidisipliner dengan empat fokus utama, yaitu pengembangan pariwisata. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki posisi strategis untuk mengisi celah tersebut dengan mengkaji peran *stakeholder* dalam pengembangan pariwisata secara lebih komprehensif.

Kebaruan penelitian ini terletak pada upaya mengintegrasikan analisis *stakeholder* dengan isu pembangunan pariwisata berkelanjutan di wilayah

perkotaan. Berbeda dengan sebagian besar penelitian yang berfokus pada aspek lingkungan atau ekonomi secara terpisah, penelitian ini akan menyoroti bagaimana interaksi antar aktor pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta mempengaruhi keberhasilan pengembangan pariwisata. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam literatur pariwisata, khususnya dalam memperkuat pendekatan kolaboratif dan tata kelola berbasis *stakeholder* dalam pengembangan pariwisata.

1.6 Landasan Teori

1.6.1 Administrasi Publik

Administrasi publik merupakan cabang ilmu yang berfokus pada pengelolaan organisasi pemerintahan dan kebijakan publik untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat secara efektif dan efisien. Menurut Denhardt & Denhardt (Bakar, 2021), administrasi publik modern telah berkembang dari pendekatan birokratis Weberian menuju paradigma yang lebih kolaboratif dan partisipatif. Menurut Nicholas Henry (Jannata, 2023), administrasi publik merupakan suatu pendekatan yang bertujuan untuk menggambarkan relasi antara pihak atasan, yakni pemerintah, dan masyarakat sebagai bawahan, dengan menekankan pentingnya perhatian terhadap permasalahan sosial yang tengah berlangsung. Menurut Chandler dan Plano (Jannata, 2023), administrasi publik merupakan proses pengelolaan serta integrasi seluruh sumber daya organisasi guna mendukung pemimpin dalam pengambilan keputusan dan penetapan kebijakan. Seiring dengan perubahan pemikiran serta dinamika sosial dan politik, terjadi pergeseran orientasi dalam administrasi publik dari pendekatan yang berfokus

pada negara (*state centered*) menuju pendekatan yang berorientasi pada masyarakat (*public centered*). Pendekatan ini menempatkan masyarakat bukan hanya sebagai penerima layanan, melainkan juga sebagai aktor aktif dalam perumusan kebijakan dan pengambilan keputusan publik (Syadiyah et al., 2024). Artinya, makna “publik” dalam administrasi publik kini mencerminkan peran serta masyarakat yang lebih luas dan partisipatif dalam proses pemerintahan.

Dari pendapat pakar di atas dapat disimpulkan bahwa administrasi publik adalah proses pengelolaan kegiatan pemerintahan untuk melayani masyarakat secara efektif dan efisien. Administrasi publik tidak hanya dijalankan oleh pemerintah, tetapi juga melibatkan peran masyarakat dan berbagai pihak lain agar tercipta tata kelola yang terbuka, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kepentingan publik. Dalam perkembangannya, administrasi publik modern menekankan prinsip-prinsip seperti keterbukaan informasi (transparansi), tanggung jawab lembaga (akuntabilitas), partisipasi warga, serta pelayanan publik yang efisien dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Nilai-nilai ini mencerminkan perubahan menuju tata kelola pemerintahan yang demokratis dan kolaboratif, di mana sektor pemerintah, swasta, dan masyarakat sipil saling bersinergi untuk mewujudkan pembangunan berkelanjutan (Nurmalasyiah, 2025). Dengan demikian, administrasi publik tidak lagi hanya dipandang sebagai instrumen negara untuk menjalankan kewenangan, tetapi juga sebagai media pemberdayaan masyarakat guna menciptakan tata kelola yang adil, efisien, dan adaptif terhadap perubahan zaman (Goldsmith & Yang, J., 2025).

Dalam konteks Kota Semarang, pengembangan pariwisata tidak dapat dilepaskan dari peran lintas aktor, baik itu pemerintah daerah, pelaku industri, akademisi, komunitas lokal, maupun media. Dengan menggunakan landasan teori administrasi publik, penelitian ini dapat menganalisis bagaimana peran *stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan pariwisata di Kota Semarang, faktor pendukung dan penghambat. Oleh karena itu, administrasi publik menjadi kerangka utama untuk memahami struktur tata kelola dan posisi strategis *stakeholder* dalam pengembangan pariwisata di Kota Semarang.

1.6.2 Paradigma Administrasi Publik

Paradigma merupakan cara pandang, nilai, metode, prinsip dasar, ataupun cara menyelesaikan masalah dalam sebuah masyarakat ilmiah dalam waktu yang ditentukan. Nicholas Henry memaparkan pada buku *Public Administration and Public Affairs* (Bojang, 2021) menjelaskan bahwa administrasi publik telah mengalami pergeseran paradigma yang signifikan dari era klasik hingga era modern, yaitu:

a. Dikotomi Politik-Administrasi (1887-1926)

Administrasi harus dipisahkan dari politik (Woodrow Wilson). Goodnow (1900) membagi fungsi pemerintahan menjadi dua, yaitu politik yang mengatur perumusan kebijakan dan administrasi yang bertugas melaksanakannya secara netral (Henry, 1975). Pemisahan ini didukung oleh Woodrow Wilson (1887) yang menyebut administrasi sebagai bidang teknis yang harus bebas dari pengaruh politik. Dwight

Waldo juga menegaskan pentingnya pemisahan tersebut, dan menghubungkannya dengan dikotomi antara nilai dan fakta. Paradigma ini mendorong penguatan birokrasi sebagai lembaga profesional. Di Amerika, studi administrasi mulai berkembang melalui gerakan *Public Service Movement*. Legitimasi akademiknya diperkuat dengan terbitnya buku *Introduction to the Study of Public Administration* oleh Leonard D. White pada 1926, yang menandai administrasi publik sebagai bidang keilmuan tersendiri.

b. Prinsip-Prinsip Administrasi (1927-1937)

Administrasi sebagai ilmu manajemen dengan prinsip universal (POSDCORB: *Planning, Organizing, Staffing, Directing, Coordinating, Reporting, Budgeting*). Willoughby (1927) menerbitkan karya penting tentang prinsip-prinsip administrasi yang menekankan bahwa manajemen dapat dipelajari secara ilmiah, sehingga manajer publik bisa menjadi ahli di bidangnya. Pada 1930-an hingga awal 1940-an, kemampuan manajerial para administrator publik sangat dibutuhkan, baik di sektor pemerintahan maupun swasta. Gulick dan Urwick (1937) kemudian memperkenalkan konsep POSDCORB serangkaian fungsi manajerial seperti perencanaan, pengorganisasian, penempatan staf, pengarahan, koordinasi, pelaporan, dan penganggaran yang menjadi panduan dalam praktik administrasi publik. Namun, pendekatan ini dikritik oleh Herbert A. Simon dalam karyanya *Administrative Behavior*. Simon menilai bahwa prinsip-prinsip administrasi tidak konsisten secara

logis dan kurang ilmiah. Ia juga menolak pemisahan mutlak antara politik dan administrasi, serta mendorong agar administrasi dikembangkan berdasarkan metode ilmiah dan pemisahan antara fakta dan nilai. Melalui esainya *The Science of Public Administration* (1947), Simon mengusulkan paradigma baru yang menekankan pentingnya membangun ilmu administrasi yang objektif dan berkontribusi dalam perumusan kebijakan publik.

c. Administrasi Publik sebagai Ilmu Politik (1940-1950)

Administrasi mulai dikaitkan dengan ilmu politik dan kebijakan publik. Paradigma ketiga berkembang sekitar tahun 1940-an hingga 1950-an sebagai respons terhadap kelemahan pendekatan sebelumnya yang menganggap administrasi bersifat netral dan terpisah dari politik. Paradigma ini dipelopori oleh pemikir seperti Dwight Waldo, yang menekankan bahwa administrasi publik tidak mungkin sepenuhnya bebas dari nilai-nilai, ideologi, dan kepentingan politik. Ia berpendapat bahwa birokrasi tidak hanya menjalankan kebijakan secara teknis, tetapi juga berperan dalam proses perumusan kebijakan itu sendiri.

Dalam pandangan ini, administrasi publik merupakan bagian yang tak terpisahkan dari ilmu politik karena turut menentukan arah dan isi kebijakan publik. Proses administrasi dilihat sebagai arena yang penuh pertimbangan nilai, konflik kepentingan, dan pengambilan keputusan strategis. Oleh karena itu, paradigma ini menolak gagasan netralitas mutlak birokrasi dan mendorong pemahaman bahwa penyelenggaraan

pemerintahan selalu berkaitan erat dengan dinamika politik dan aspirasi masyarakat. Paradigma ini menjadi tonggak penting dalam memperluas perspektif administrasi publik dari sekadar efisiensi teknis menjadi instrumen demokrasi dan akuntabilitas publik.

d. Administrasi Publik sebagai Ilmu Administrasi (1956-1970)

Fokus pada efisiensi dan efektivitas dalam penyelenggaraan pemerintahan. Paradigma ini lahir sebagai reaksi terhadap sikap merendahkan dari para ilmuwan politik terhadap bidang administrasi publik. Dalam paradigma ini, administrasi diposisikan sebagai disiplin yang berdiri sendiri, tidak tergantung pada konteks di mana ia diterapkan. Para akademisi mulai mengarahkan perhatian mereka pada pengembangan teori administrasi, dengan menekankan pentingnya teori organisasi sebagai landasan utama studi administrasi. Pada dekade 1960-an, konsep pengembangan organisasi mulai tumbuh pesat sebagai spesialisasi dalam ilmu administrasi. Namun, paradigma ini menghadapi dilema, yaitu kecenderungan menghilangkan unsur "publik" dari administrasi, sehingga berisiko diserap menjadi bagian dari administrasi bisnis. Tantangan ini turut dipengaruhi oleh perbedaan karakter antara sektor publik dan swasta dalam konteks masyarakat Amerika.

e. Administrasi Publik sebagai Administrasi Publik (1970-1990)

Menurut Nicholas Henry, paradigma administrasi publik menempatkan teori organisasi dan ilmu manajemen sebagai lokus, dengan kepentingan serta urusan publik sebagai fokus utamanya. Terjadi

transformasi orientasi dari yang semula kaku pada birokrasi beralih ke pelayanan publik. Dalam ekosistem ini, administrasi negara berfungsi sebagai sistem implementasi kebijakan di mana setiap *level* aparatur dari staf hingga pejabat tinggi memiliki andil strategis. Seiring dengan kenaikan jenjang jabatan, tanggung jawab administrator dalam proses kebijakan publik pun menjadi kian krusial.

f. *Governance* (1990-sekarang)

Menekankan kolaborasi antara pemerintah, swasta, dan masyarakat. Berkembangnya pendekatan *Governance* sejak 1990-an. Pendekatan ini menekankan kolaborasi antar aktor pemerintah, swasta, dan masyarakat dalam penyelesaian masalah publik. Konsep ini memperkuat peran partisipatif, horizontal, dan dialogis dalam tata kelola. Rhodes (1996) memopulerkan ide *Governance networks*, di mana pemerintah berperan sebagai *Fasilitator*, bukan pengendali tunggal. *Governance* lebih sesuai dalam konteks pembangunan inklusif dan kolaboratif seperti pariwisata dan pengelolaan daerah.

Dari pendapat pakar di atas dapat disimpulkan bahwa paradigma administrasi publik adalah cara pandang atau pola berpikir tentang bagaimana pemerintah harus dikelola, apa peran birokrasi, bagaimana hubungan pemerintah dengan politik, serta bagaimana pelayanan publik seharusnya dijalankan. Dalam bidang pengembangan pariwisata Kota Semarang, terdapat keterlibatan banyak aktor mulai dari Dinas

Pariwisata, pelaku usaha, akademisi, komunitas lokal, hingga media yang harus bekerja secara sinergis. Paradigma administrasi publik menekankan bahwa keberhasilan kebijakan publik, termasuk sektor pariwisata, tidak hanya ditentukan oleh efisiensi birokrasi, tetapi juga oleh kapasitas jejaring, partisipasi aktif *stakeholder*, dan tata kelola kolaboratif. Dengan demikian, dapat memberikan landasan konseptual yang kuat untuk menganalisis bagaimana peran *stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan pariwisata di Kota Semarang.

1.6.3 Manajemen Publik

Manajemen publik merupakan tata kelola manajemen dalam badan sebuah pemerintah. Manajemen publik merupakan studi interdisipliner yang terdiri dari elemen umum sebuah organisasi, serta penggabungan fungsi manajemen dengan Sumber Daya Manusia (SDM), finansial, fisik, informasi serta politik. Manajemen publik menggambarkan apa saja yang menjadi poin penting untuk diprioritaskan pelaksanaannya serta hal apa saja yang menjadi penting yang sudah dilaksanakan oleh para manager publik di badan sebuah pemerintahan. Wilson meletakkan 4 prinsip dasar administrasi publik yang memberikan warna pada manajemen publik, antara lain pemerintah merupakan pengatur utama organisasi fokus utama berupa fungsi eksekutif pengembangan kompetensi administrasi melalui prinsip serta teknik manajemen yang lebih efektif metode perbandingan sebagai metode studi serta pengembangan administrasi publik (Widiastuti, 2025).

Manajemen publik merupakan seperangkat praktik, proses, dan aktivitas yang dirancang untuk mengelola sumber daya publik secara efektif dan efisien. Sumber daya publik tersebut mencakup anggaran, sumber daya manusia, sarana dan prasarana, informasi, serta berbagai aset yang dimiliki pemerintah. Fokus utama manajemen publik adalah mengatur dan memanfaatkan sumber daya tersebut secara optimal guna memberikan manfaat nyata bagi masyarakat serta menjawab beragam kebutuhan yang mereka miliki (Hasbiah et.al., 2024). Menurut George R. Terry, manajemen publik adalah proses khas yang terdiri dari tindakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian untuk menentukan dan mencapai tujuan dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya dalam organisasi publik (Syahputra N., 2023).

Dari pendapat pakar di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen publik adalah proses pengelolaan sumber daya yang dimiliki pemerintah, seperti keuangan, manusia, dan fasilitas, agar dapat digunakan secara efektif dan efisien untuk kepentingan masyarakat. Manajemen publik juga melibatkan kerja sama antara pemerintah dan berbagai pihak lain untuk mencapai tujuan pembangunan serta memberikan pelayanan yang terbaik bagi publik. Dalam konteks pengembangan pariwisata di Kota Semarang, pendekatan manajemen publik menjadi sangat relevan karena memungkinkan keterlibatan berbagai *stakeholder* termasuk pemerintah daerah, pelaku usaha pariwisata, komunitas lokal, dan sektor swasta dalam perumusan kebijakan, perencanaan program, hingga implementasi kegiatan wisata. Prinsip-prinsip yang diletakkan oleh Wilson, seperti pengembangan kompetensi administrasi dan penerapan teknik manajemen yang

efektif, dapat digunakan sebagai kerangka kerja dalam mengelola sektor pariwisata secara lebih sistematis dan kolaboratif. Dengan demikian, manajemen publik berperan sebagai fondasi penting dalam mengorkestrasi sinergi antar *stakeholder* demi menciptakan tata kelola pariwisata yang transparan, partisipatif, dan berkelanjutan di Kota Semarang.

1.6.4 Governance

Pergeseran paradigma penyelenggaraan pemerintahan dari *government* ke *Governance* memiliki ciri dengan adanya banyak aktor dalam penyelenggaraan pemerintahan, yang terdiri dari negara, swasta dan masyarakat sipil. Monopoli negara dalam proses penyelenggaraan pemerintahan berakhir dengan keterlibatan multi aktor ini (Novita et al., 2025). *Governance*, berdasarkan terminologi umum, merupakan keterkaitan antara organisasi, keterlibatan organisasi publik dalam formulasi dan pelaksanaan kebijakan, dan koordinasi seluruh organisasi terlibat dalam pencapaian tujuan publik (Fadri & Fil, S., 2024). Asian Development Bank (ADB) dalam Hasanah & Sholeh, C (2024) mendefinisikan *Governance* adalah proses terselenggaranya pemerintahan melalui artikulasi akuntabilitas, partisipasi, keterbukaan serta kemampuan prediksi yang jelas.

Afrida (2024) menyebutkan bahwa dari berbagai literatur administrasi publik diketahui *Governance* berasal dari teori kelembagaan serta teori jaringan. Teori *Governance* berfokus pada koordinasi, kolaborasi, serta distribusi kekuasaan yang awalnya berpusat di negara kemudian disebarkan kepada pihak swasta dan masyarakat. World Bank dalam (Riyanto L. K., 2024) menjelaskan

bahwa ada tiga elemen *Governance*, antara lain negara, sektor privat, dan masyarakat sipil yang melakukan interaksi serta berperan sesuai fungsinya.

Negara berperan dalam menciptakan kondisi politik dan hukum yang mendukung, sementara sektor swasta bertugas menyediakan lapangan kerja. Di sisi lain, masyarakat turut berkontribusi melalui keterlibatannya dalam aktivitas sosial, ekonomi, dan politik, termasuk pelibatan berbagai kelompok dalam proses tersebut. Konsep *Governance* bertumpu pada tiga pilar utama: ekonomi, politik, dan administrasi. Pilar ekonomi mencakup pengambilan keputusan dalam aktivitas ekonomi di tingkat nasional serta hubungan antar pelaku ekonomi, yang berdampak pada pemerataan, kesetaraan, dan kualitas hidup. Pilar politik berkaitan dengan proses penyusunan kebijakan publik, sedangkan pilar administratif menyangkut pelaksanaan kebijakan tersebut. *Good Governance* tercapai ketika terdapat keseimbangan, kesetaraan, harmoni, dan mekanisme kontrol yang adil di antara ketiga unsur tersebut (Salsabila et al., 2024).

Dari pendapat pakar di atas dapat disimpulkan bahwa *governance* adalah proses pengelolaan pemerintahan yang melibatkan kerja sama antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat dalam mencapai tujuan bersama. *Governance* menekankan pentingnya transparansi, akuntabilitas, partisipasi, serta koordinasi antarpihak agar penyelenggaraan pemerintahan menjadi lebih terbuka, adil, dan berorientasi pada kepentingan publik. Kota Semarang merupakan contoh nyata di mana pengembangan sektor pariwisata tidak bisa hanya dilakukan oleh pemerintah. Dibutuhkan keterlibatan pelaku usaha, komunitas lokal, akademisi, serta media untuk menciptakan pariwisata yang berdaya saing dan berkelanjutan.

Oleh karena itu, teori *Governance* menjadi kerangka analisis yang tepat, karena menjelaskan bagaimana tata kelola kolaboratif dapat terbentuk, bagaimana kekuasaan didistribusikan, dan bagaimana kepentingan publik dapat dicapai melalui interaksi antar aktor. Teori ini menekankan pentingnya akuntabilitas, partisipasi, transparansi, dan koordinasi dalam mencapai tujuan bersama yang merupakan elemen-elemen kunci dalam membangun pariwisata yang inklusif dan adaptif terhadap tantangan lokal.

1.6.5 Stakeholder

1.6.5.1 Definisi Stakeholder

Stakeholder atau pemangku kepentingan adalah individu atau kelompok yang memiliki kepentingan atau pengaruh terhadap suatu organisasi atau proyek. Mereka dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh keputusan, kebijakan, dan operasi organisasi tersebut. Pengembangan sektor pariwisata di suatu wilayah tentu tidak terlepas dari dukungan dan kontribusi berbagai pihak terkait. Para *stakeholder* memainkan peran krusial dalam proses pengembangan destinasi wisata. *Stakeholder* dapat berupa individu, kelompok, atau organisasi yang memiliki kepentingan, keterlibatan, dan pengaruh terhadap pelaksanaan kegiatan atau program pembangunan. Dalam setiap tahapan pembangunan, para *stakeholder* membawa sumber daya dan kepentingannya masing-masing yang perlu diakomodasi dalam pengambilan keputusan agar pengembangan pariwisata dapat berjalan secara optimal (Ginting et al., 2022).

Terdapat tiga kelompok *stakeholder* utama yang memiliki peranan strategis dalam pengembangan pariwisata, yakni pemerintah, sektor swasta, dan

masyarakat. Tanpa keterlibatan aktif dari para *stakeholder* lokal, upaya pengembangan pariwisata tidak akan mencapai hasil yang maksimal. Seperti yang disampaikan oleh Wanner (Wachid & Rahmatin, 2024), keterlibatan *stakeholder* mampu menghasilkan perencanaan strategi pariwisata yang dapat diterima secara luas, meminimalkan potensi konflik selama pelaksanaan kebijakan, serta menyatukan berbagai pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam kegiatan pariwisata (Ginting et al., 2022). Kadiwaraka (Lailia K.; Rahman, A. Z., 2021) menyebutkan bahwa *stakeholder* merupakan individu atau kelompok yang dipengaruhi dan/atau memberikan pengaruh pengambilan keputusan dan proses mencapai tujuan kegiatan. Menurut John M. Bryson (Noor F.; Mardiyanta, A., 2022) menyebutkan beberapa definisi *stakeholder* yaitu sebagai berikut :

1. Nutt and Backoff (1992) : seluruh partai yang terdampak atau memberikan dampak pada startegi organisasi
2. Eden and Ackermann (1998) : orang atau kelompok keil dengan kekuasaan untuk merespon, bernegosiasi dan mengubah stratgei masa depan organisasi
3. Johnson and Scholes (2002) : individu atau kelompok yang bergantung pada organisasi untuk memenuhi tujuan mereka dan sebaliknya organisasi pun bergantung pada mereka

Menurut Gonsalves (Noor et al, 2022), pemangku kepentingan diartikan sebagai pihak yang berperan dalam memberikan pengaruh atau menjadi pihak yang terdampak oleh pelaksanaan suatu program, kebijakan, maupun kegiatan pembangunan. Pemangku kepentingan ini dapat berupa individu, kelompok sosial,

komunitas, ataupun lembaga yang berasal dari berbagai lapisan masyarakat (Yatimah & Adman, 2025). menjabarkan definisi *stakeholder* adalah perseorangan atau kelompok yang mempunyai legitimasi pada lembaga untuk mengambil peran dalam pembuatan keputusan karena mereka diberikan pengaruh oleh praktek, kebijakan serta tindakan lembaga. Berbagai definisi *stakeholder* yang sudah disebutkan di atas memberikan kesimpulan bahwa *stakeholder* adalah semua pihak (individu maupun kelompok) yang memiliki kepentingan dan kekuatan untuk mempengaruhi/dipengaruhi oleh sebuah program atau kebijakan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepentingan dan kekuasaan yang dimiliki masing-masing *stakeholder* berpengaruh dalam menjalankan peran dalam sebuah program atau kebijakan.

Dari pendapat pakar di atas dapat disimpulkan bahwa *stakeholder* adalah individu, kelompok, atau lembaga yang memiliki kepentingan, keterlibatan, atau pengaruh terhadap suatu kebijakan, program, maupun kegiatan tertentu. *Stakeholder* berperan penting karena keputusan dan tindakan mereka dapat memengaruhi, atau dipengaruhi oleh, hasil dari suatu proses pembangunan. Dalam konteks pengembangan pariwisata, *stakeholder* mencakup pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama secara berkelanjutan.

Penggunaan landasan teori *stakeholder* dalam penelitian ini sangat relevan dan penting karena berkaitan langsung dengan analisis peran berbagai pihak dalam pengembangan pariwisata di Kota Semarang. *Stakeholder* atau pemangku kepentingan, mencakup individu, kelompok, atau institusi yang memiliki

kepentingan, keterlibatan, dan pengaruh terhadap suatu kebijakan atau proyek dalam hal ini adalah sektor pariwisata. Teori ini digunakan sebagai dasar untuk memahami siapa saja aktor-aktor yang terlibat, apa kepentingan dan kekuatan mereka, serta bagaimana interaksi mereka dapat mendukung atau menghambat proses pengembangan destinasi wisata.

1.6.5.2 Identifikasi *Stakeholder*

Identifikasi *stakeholder* ke dalam tiga kelompok antara lain *stakeholder* utama, *stakeholder* pendukung serta *stakeholder* kunci. *Stakeholder* juga dapat dikelompokkan dalam *stakeholder* swasta, publik serta masyarakat (Sugandi et al., 2025). Berdasarkan tingkat kekuatan, posisi strategis, dan pengaruhnya terhadap suatu isu, para pemangku kepentingan dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori, yakni pemangku kepentingan primer, sekunder, dan kunci (Aini & Putra, T., 2024). Dalam (Sugandi et al., 2025) membagi *stakeholder* menjadi tiga kelompok antara lain:

1. *Stakeholder* primer merupakan pihak-pihak, baik individu maupun kelompok, yang memiliki peran krusial terhadap kelangsungan hidup suatu perusahaan. Kelompok ini terdiri atas pemegang saham, investor, karyawan, konsumen, pemasok, serta entitas publik seperti pemerintah dan masyarakat. Clarkson menyatakan bahwa perusahaan tidak akan mampu bertahan tanpa adanya keterlibatan aktif dan terus-menerus dari *stakeholder* utama tersebut.
2. *Stakeholder* kunci mencakup pihak-pihak yang secara hukum memiliki kewenangan dalam proses pengambilan keputusan dan sangat

mempengaruhi keberhasilan suatu kegiatan atau proyek. Mereka meliputi pejabat eksekutif, legislatif, serta lembaga-lembaga yang terlibat langsung dalam pelaksanaan suatu program. Contohnya adalah pemerintah kabupaten, DPRD kabupaten, dan dinas terkait lainnya (Suwitri, 2021).

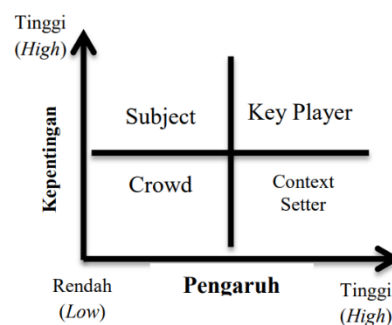
3. *Stakeholder* sekunder atau pendukung adalah kelompok yang memiliki potensi untuk mempengaruhi atau dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan, tetapi tidak memiliki keterikatan langsung melalui hubungan bisnis ataupun transaksi, serta tidak memainkan peran vital dalam operasi perusahaan. Kelompok ini adalah *Fasilitator* dalam suatu kegiatan dan memiliki pengaruh pada pengambilan keputusan, contohnya swasta, LSM, serta peneliti.

Menurut David Viney (Suwitri, S. 2021) mengelompokkan aktor kebijakan sebagai berikut:

1. Aktor primer, mempunyai peran penting implementasi kebijakan, biasanya mempunyai pengaruh serta kepentingan tinggi.
2. Aktor sekunder, memiliki pengaruh tinggi namun kepentingan rendah, untuk proses perekrutan kelompok ini melalui cara *consult*.
3. Aktor tersier, memiliki pengaruh rendah namun kepentingan tinggi.
4. Aktor kwarter, memiliki pengaruh serta kepentingan rendah, untuk proses perekrutan kelompok ini melalui cara kontrol.

Stakeholder dapat dikelompokkan berdasarkan tingkat kepentingan dan pengaruhnya terhadap suatu proyek atau organisasi, menurut Bryson (Andriyani & Djumiarti, 2025) terdapat empat kategori utama:

1. *Key players* (Pemain Kunci): *Stakeholder* yang memiliki kepentingan dan pengaruh tinggi terhadap pelaksanaan kebijakan.
2. *Context setters* (Penentu Konteks): *Stakeholder* dengan pengaruh tinggi tetapi memiliki sedikit kepentingan dalam proses pelaksanaan kebijakan.
3. *Subjects* (Subjek): *Stakeholder* dengan kepentingan tinggi tetapi pengaruh rendah.
4. *Crowd* (Massa): *Stakeholder* dengan kepentingan dan pengaruh rendah dalam pelaksanaan kebijakan.



Sumber : (Bryson, 2004) dalam (Salsabila et al., 2024)

Gambar 1.8 Model Analisis Grid

Bryson (Masrurun D. M., 2023) menyatakan bahwa proses menguraikan peran *stakeholder* menggunakan matriks pengaruh (*influence*) serta kekuatan (*power*), dan kemudian diklasifikasikan dalam kategori yaitu:

1. *Context setter*, dengan pengaruh tinggi namun kepentingan rendah. Kelompok ini menjadi risiko yang signifikan sehingga harus diawasi.
2. *Key player*, memiliki kepentingan serta pengaruh tinggi pada suatu program.
3. *Subjects*, dengan kepentingan tinggi namun pengaruh rendah serta walaupun mereka mendukung kegiatan, kapasitasnya terhadap dampak tidak ada.
4. *Crowd*, dengan kepentingan serta pengaruh rendah terhadap hasil yang diinginkan (Buana & Setyono, J. S., 2022) menjelaskan bahwa Crosby menjelaskan dalam analisis *stakeholder* terdapat dua hal penting yaitu kepentingan (*interest*) serta pengaruh (*influence*). Kepentingan dianalisis melalui analisis sosial (untuk *stakeholder* utama) serta dokumen kelembagaan (untuk *stakeholder* penunjang). Kepentingan berkaitan dengan harapan, manfaat, sumber daya, komitmen, potensi konflik, serta jalinan hubungan.

Penilaian terhadap aspek pengaruh dapat dilakukan dengan faktor-faktor berikut:

1. *Stakeholder* utama
 - a. Status sosial ekonomi
 - b. Organisasi, konsensus serta kepemimpinan
 - c. Kontrol pada sumber daya strategis
 - d. Pengaruh informal pada sesama *stakeholder*
 - e. Tingkat ketergantungan antar *stakeholder*

2. *Stakeholder* penunjang

- a. Dana serta kontrol
- b. Kekuasaan serta kepemimpinan
- c. Kontrol pada sumber daya strategis
- d. Eksistensi tenaga ahli
- e. Kemampuan negosiasi

Keterlibatan para pemangku kepentingan memiliki peran yang sangat vital dalam keberhasilan pembangunan sektor pariwisata. Partisipasi mereka ditujukan untuk membantu menyelesaikan berbagai persoalan sumber daya, termasuk pelestarian budaya lokal. Reacher et al. (Sabaruddin, 2023) menekankan pentingnya melibatkan *stakeholder* dalam seluruh tahapan perencanaan, pengembangan, hingga pengelolaan. Sementara itu, menurut Abdul Sabaruddin et al keterlibatan *stakeholder* harus dilakukan secara seimbang dan efektif, serta mampu memberikan kontribusi dalam bentuk informasi, kebijakan, dan menjaga stabilitas dalam proses pengembangan pariwisata (Sabaruddin, 2023).

Menurut Alonso (Destiana & Yuningsih, 2020), keberlanjutan dalam pengembangan pariwisata sangat bergantung pada partisipasi para pemangku kepentingan. Firdaus (Destiana, 2020) menambahkan bahwa memperkuat peran mereka berdampak signifikan dalam jangka panjang terhadap aspek ekonomi, lingkungan, serta sosial budaya. Keterlibatan aktif *stakeholder* membantu menghasilkan perencanaan strategi pariwisata yang lebih diterima oleh berbagai pihak, meminimalkan potensi konflik dalam pelaksanaan kebijakan, dan

mengintegrasikan seluruh pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam sektor pariwisata (Wanner, 2019). Oleh karena itu, peran *stakeholder* dinilai krusial dalam pengembangan pariwisata, karena selain mewakili beragam kepentingan dalam penyusunan strategi, mereka juga berkontribusi pada terciptanya sistem pengelolaan yang efektif dan pembangunan pariwisata berkelanjutan (Destiana, 2020).

Menurut Nugroho (Andriyani et al., 2025) menyebutkan pengklasifikasian *stakeholder* menurut perannya, yaitu:

- 1) *Policy creator* adalah *stakeholder* dengan peran pengambil keputusan serta penentu kebijakan.
- 2) *Koordinator* adalah *stakeholder* dengan peran pengkoordinasian antara *stakeholder* yang terlibat.
- 3) *Fasilitator* adalah *stakeholder* dengan peran memfasilitasi dan mencukupi kebutuhan kelompok sasaran.
- 4) *Implementor* adalah *stakeholder* dengan peran pelaksana kebijakan, termasuk kelompok sasaran.
- 5) *Akselerator* adalah *stakeholder* dengan peran percepatan serta pemberian kontribusi pada program agar sesuai dengan tujuan atau pelaksanaannya lebih cepat waktu pencapaiannya

Dari pendapat pakar di atas dapat disimpulkan bahwa identifikasi *stakeholder* adalah proses untuk mengenali dan mengelompokkan pihak-pihak yang memiliki kepentingan, pengaruh, atau keterlibatan terhadap suatu program

atau kegiatan. Proses ini penting agar setiap *stakeholder* dapat dilibatkan sesuai perannya, baik sebagai pihak utama, pendukung, maupun kunci, sehingga kerja sama dan pengambilan keputusan dapat berjalan efektif dan mendukung keberhasilan tujuan bersama.

Landasan teori identifikasi *stakeholder* digunakan karena sangat relevan dengan analisis peran para pihak dalam pengembangan pariwisata di Kota Semarang. Teori menurut David Viney (Suwitri, 2021) Dengan teori ini, peneliti dapat mengetahui siapa yang perlu dilibatkan secara aktif, siapa yang cukup dikonsultasikan, dan siapa yang cukup dimonitor. Hal ini penting karena pengembangan pariwisata melibatkan berbagai pihak pemerintah, swasta, dan masyarakat yang memiliki peran berbeda. Maka, teori ini menjadi dasar untuk memahami, mengelola, dan mengoptimalkan sinergi antar *stakeholder* demi mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan dan partisipatif.

1.6.5.3 Analisis Stakeholder

Freeman menyatakan bahwa "*Stakeholder analysis is the identification of those groups or individuals who can affect or are affected by the achievement of an organization's objectives.*" Artinya, analisis *stakeholder* adalah proses mengidentifikasi kelompok atau individu yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi secara positif maupun negatif oleh kegiatan atau program pembangunan (Latianingsih & Sofia, M., 2022). Sedangkan menurut Grimble & Chan (Suryani et al., 2025) analisis pemangku kepentingan merupakan suatu pendekatan dan serangkaian prosedur yang bertujuan untuk memahami suatu sistem dengan cara mengidentifikasi para pemangku kepentingan utama serta

mengevaluasi kepentingan mereka terhadap suatu model tertentu. Analisis *stakeholder* pada hakekatnya merupakan analisis peran pemangku kepentingan berdasarkan kekuatan dan kepentingan terhadap suatu permasalahan atau kebijakan (Iswanto & Faradillah, 2023).

Menurut Brown (Suryani et al., 2025) analisis *stakeholder* adalah sistem untuk mengumpulkan informasi dari individu atau kelompok yang memberikan pengaruh terhadap pengambilan keputusan, serta untuk mengevaluasi potensi konflik antara kelompok kepentingan. Schmeer menyatakan bahwa analisis pemangku kepentingan adalah suatu proses yang dilakukan secara sistematis untuk mengumpulkan dan menelaah informasi kualitatif, dengan tujuan mengidentifikasi siapa saja yang perlu dilibatkan dalam perumusan dan pelaksanaan kebijakan, maupun dalam proses partisipatif guna mencapai kesepakatan melalui musyawarah (Latianingsih et al., 2022).

Menurut Mitchell (Irawan A. J. S., 2022) menyatakan bahwa analisis *stakeholder* dilakukan untuk menentukan siapa yang benar-benar penting berdasarkan tiga atribut kekuatan (*power*), legitimasi (*legitimacy*), dan urgensi (*urgency*), yang digunakan untuk mengelompokkan dan memprioritaskan *stakeholder* dalam pengambilan keputusan organisasi. Analisis terhadap pemangku kepentingan merupakan proses pemetaan posisi mereka terhadap program atau kegiatan yang direncanakan atau dilaksanakan oleh organisasi publik. Proses ini menjadi krusial karena dapat memberikan panduan bagi organisasi dalam membangun kerja sama dengan para *stakeholder* yang memiliki tingkat kepentingan dan pengaruh yang beragam (Masrurun D. M., 2023).

Peran *stakeholder* dapat dianalisis melalui matriks dua dimensi yang mengacu pada tingkat kepentingan (*interest*) terhadap suatu kebijakan dan tingkat kekuasaan (*power*) dalam memengaruhi kebijakan tersebut (Salsabila et al., 2024). Analisis *stakeholder* bertujuan untuk mengenali suatu fenomena sosial yang terdampak oleh sebuah keputusan, mengidentifikasi individu, kelompok masyarakat, dan lembaga yang terkena pengaruh dari isu sosial dan lingkungan, serta menetapkan prioritas terhadap pihak-pihak yang berperan dalam proses pengambilan keputusan (Irawan & Firdaus, M., 2022). Proses analisis *stakeholder* berguna untuk memahami kepentingan para pemangku kepentingan dan bagaimana cara melibatkannya dalam menangani permasalahan tersebut (Meutiasari K.; Hanani, R., 2024). Langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam pemetaan dan analisis *stakeholder* meliputi dalam menganalisis *stakeholder* terdapat beberapa tahap yaitu:

1. Tingkat Ketertarikan *Stakeholder*
2. Pengaruh dan Kepentingan *Stakeholder*
3. Identifikasi *Stakeholder*

Robbins (Al-Fattih Putra, A. S. H., & Hasanah, N., 2025) memberikan definisi peran sebagai seperangkat pola perilaku yang dapat diperkirakan dan menjadi atribut untuk seseorang menduduki posisi yang diberikan dalam sebuah sistem sosial. Menurut Soekanto (Ariyani & Bianca, 2025) peran merupakan elemen dinamis pada status, jika kewajiban dan hak dilaksanakan maka peran telah dijalankan. Peran juga merupakan konsep perihal penting yang dilakukan perseorangan bagi sistem sosial dalam masyarakat. Peran terdiri dari sekumpulan

norma yang dikembangkan dengan posisi individu dalam masyarakat, yang merupakan peraturan yang membimbing seseorang bermasyarakat. Peran normatif berhubungan pada pelaksanaan tugas serta kewajiban, dan peran ideal merupakan peran yang seharusnya dijalankan oleh pemilik peran. Peran juga merupakan rangkaian tindakan tertentu yang eksis karena suatu jabatan. Peran diterima sebagai normatif, harapan yang dibagikan menentukan dan menjelaskan perilaku (Biddle dalam Alonso, 2017).

Setiap peran membawa sikap, emosi atau aksi dengan karakteristik yang bervariasi (Wickens, 2002). Biddle (Alonso, 2017) mengidentifikasikan lima perspektif berbeda dalam teori peran, yaitu perspektif fungsional yang fokus pada perilaku individu yang menempati posisi sosial dalam sistem sosial yang stabil; perspektif "*symbolic interactionist*" menonjolkan peran aktor tunggal; perspektif struktural berdasarkan struktur sosial, organisasi stabil yang diklaim sejumlah orang sebagai status atau posisi sosial; perspektif kelembagaan dimana teori peran menekankan sistem sosial yang hirarki berorientasi tugas dan pra perencanaan; perspektif kognitif diasosiasikan dengan psikologi sosial kognitif dan menggarisbawahi hubungan antara perilaku dan harapan peran.

Grimble (Bara Fadlia, F., & Sari, N., 2022) menjelaskan bahwa kepentingan serta agenda *stakeholder* bisa dianalisis melalui aspek kepentingan *stakeholder*, dampak potensial, tingkat kepentingan relatif serta pengaruh kelompok. Cleland dan Ireland (Lalan, 2022) mengidentifikasikan kepentingan pribadi *stakeholder* menurut variabel misi yang relevan, kepentingan ekonomi, hak hukum, dukungan politik, kesehatan dan keselamatan, gaya hidup, tantangan

serta kelangsungan hidup. Penilaian tingkat kepentingan diukur oleh de Groot (Nasution et al., 2025) melalui aspek fungsi regulasi, ekologi, ekonomi, informasi, serta fungsi carrier ekosistem. Sedangkan tingkat pengaruh diukur dengan variabel instrumen kekuatan, antara lain kelayakan, kompensasi, kondisi serta sumber kekuatan terdiri atas kekuatan individu serta organisasi. Menurut Reed et al., (Pratama H., 2024), tingkat kepentingan setiap *stakeholder* diukur menggunakan variabel yang meliputi keterlibatan *stakeholder*, perolehan manfaat, bentuk upaya *stakeholder*, program kerja *stakeholder* serta tingkat ketergantungan *stakeholder* dalam program.

Kekuasaan menurut Mintzberg (Hiplunudin, 2022) adalah kapasitas untuk membuat seseorang melakukan apa yang dia lakukan tidak akan melakukannya. Mintzberg (Hiplunudin, 2022) menyarankan lima basis kekuatan yaitu pengendalian sumber daya, kontrol keterampilan teknis kontrol atas tubuh pengetahuan, kekuasaan dari hak prerogatif, dan akses kepada mereka yang dapat mengandalkan sumber daya sebelumnya. Etzione (Ulya et al., 2024) mengemukakan bahwa kekuatan kemungkinan akan dihasilkan dari tiga dimensi kontekstual kekuatan normatif, kekuatan koersif, dan kekuatan utilitarian.

Dari pendapat pakar di atas dapat disimpulkan bahwa analisis *stakeholder* adalah proses untuk mengidentifikasi, memahami, dan memetakan pihak-pihak yang memiliki kepentingan serta pengaruh terhadap suatu program atau kebijakan. Melalui analisis ini, dapat diketahui siapa yang perlu dilibatkan, sejauh mana pengaruh mereka, serta bagaimana hubungan antar pihak dapat dikelola agar tujuan program dapat tercapai secara efektif dan kolaboratif. Teori analisis

stakeholder digunakan karena membantu mengidentifikasi dan memetakan peran, kepentingan, serta pengaruh para pihak yang terlibat dalam pengembangan pariwisata Kota Semarang. Melalui alat seperti *power-interest grid* dan matriks *stakeholder*, peneliti dapat menentukan siapa saja yang perlu dilibatkan, siapa yang berpengaruh, serta potensi konflik atau kolaborasi antar aktor.

1.6.5.4 Faktor Pendukung dan Penghambat

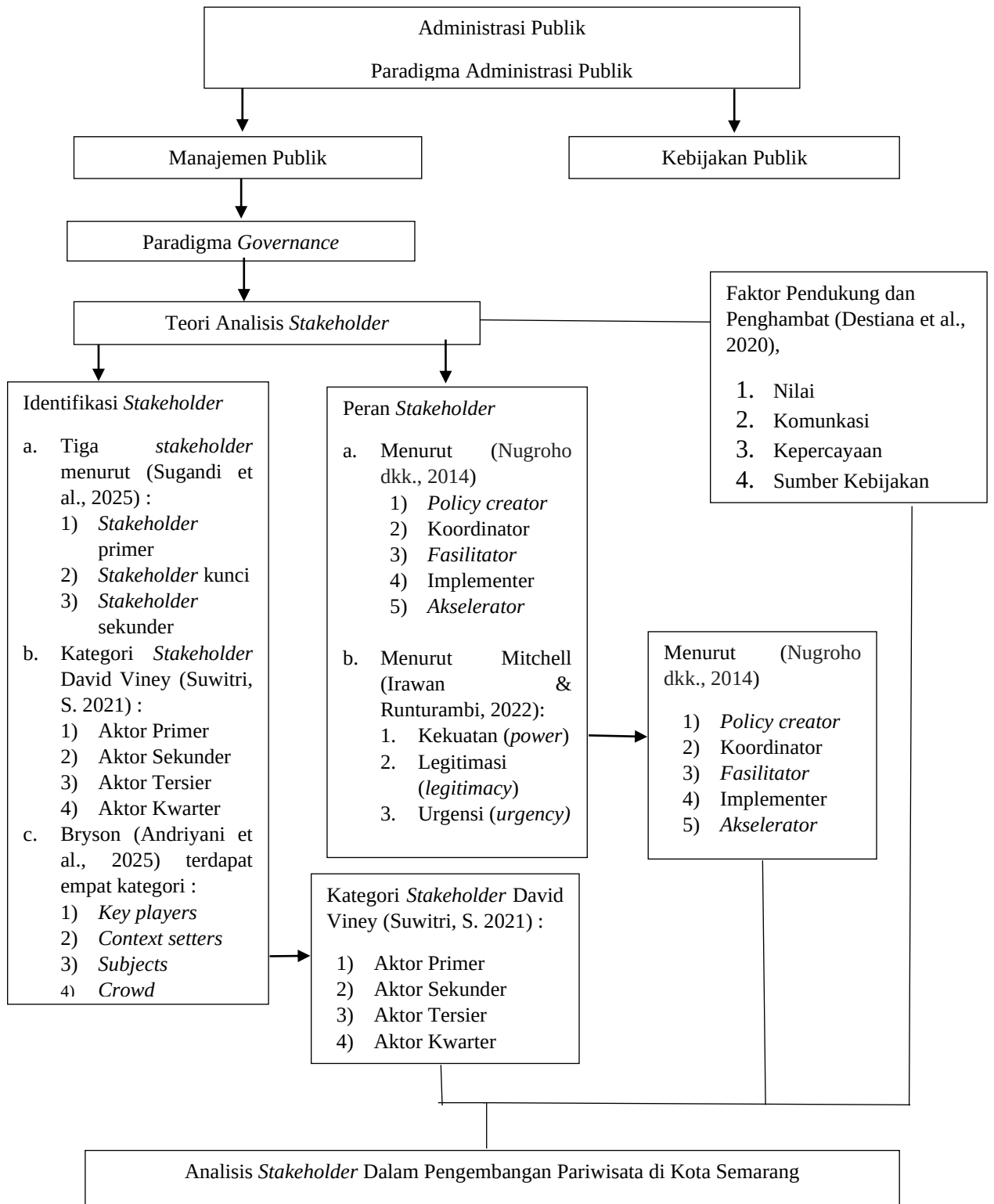
Faktor yang mendukung serta menghambat dalam peran *stakeholder* (Destiana et al., 2020), yang terlibat dalam pengembangan destinasi pariwisata dapat digambarkan dalam;

- 1) Nilai (individu, organisasi, profesional, legal serta kepentingan umum) yang ada dan dibawa *stakeholder*.
- 2) Komunikasi, intensitas *stakeholder* melakukan komunikasi, koordinasi serta kerjasama secara lisan atau tertulis untuk pencapaian tujuan.
- 3) Kepercayaan, berasal dari *stakeholder* untuk berhubungan dengan *stakeholder* lain dalam pencapaian tujuan.
- 4) Sumber kebijakan, regulasi mampu memediasi hubungan antar *stakeholder* atau jaringan yang terbentuk untuk pencapaian tujuan

Dari pendapat pakar di atas dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung dan penghambat adalah unsur-unsur yang memengaruhi keberhasilan atau kegagalan suatu program atau kegiatan. faktor pendukung mencakup hal-hal yang memperlancar proses kerja, seperti nilai, komunikasi, kepercayaan, dan kebijakan yang baik. Sementara itu, faktor penghambat adalah hal-hal yang menimbulkan

kendala, seperti kurangnya koordinasi, rendahnya kepercayaan, atau lemahnya dukungan kebijakan antar *stakeholder*. Teori ini digunakan karena membantu memahami faktor yang mendukung atau menghambat peran *stakeholder* dalam pengembangan pariwisata di Kota Semarang. faktor seperti nilai, komunikasi, kepercayaan, dan dukungan kebijakan sangat menentukan efektivitas kolaborasi antar pihak (Destiana et al., 2020). Dengan teori ini, analisis tidak hanya melihat siapa *stakeholder* yang terlibat tetapi juga bagaimana interaksi mereka berpengaruh terhadap keberhasilan pengembangan pariwisata.

1.7 Kerangka Pikir Teori



Sumber : Diolah oleh Peneliti, 2026

1.8 Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep merupakan proses penjabaran konsep teoritis menjadi bentuk yang dapat diukur dan diamati secara empiris melalui indikator-indikator yang spesifik, sehingga konsep tersebut dapat digunakan dalam proses pengumpulan dan analisis data penelitian (Sugiyono, 2019). Fenomena penelitian akan dilihat dari :

1.8.1 Identifikasi *Stakeholder*

Identifikasi *stakeholder* merupakan proses mengenali dan mengklasifikasikan aktor-aktor yang memiliki kepentingan, keterlibatan, pengaruh, ataupun potensi terdampak dalam proses pengembangan pariwisata. Dalam penelitian ini, klasifikasi *stakeholder* mengacu pada kategori yang dikembangkan oleh David Viney (dalam Suwitri, 2021), yang membagi *stakeholder* ke dalam empat kategori berdasarkan tingkat kepentingan dan pengaruh terhadap kebijakan publik yaitu :

1. Aktor Primer

Aktor yang memiliki tingkat pengaruh tinggi dan kepentingan tinggi dalam pengembangan pariwisata. Aktor ini biasanya memiliki peran langsung dalam perumusan dan implementasi kebijakan. Contoh: Pemerintah daerah, Dinas Pariwisata, DPRD.

2. Aktor Sekunder

Aktor yang memiliki pengaruh tinggi, tetapi kepentingan rendah. Biasanya bertindak sebagai pihak yang bisa diajak berkonsultasi atau memberi dukungan strategis. Contoh: Akademisi, media, investor besar. Contoh: Akademisi, media, investor besar.

3. Aktor Tersier

Aktor dengan pengaruh rendah tetapi kepentingan tinggi. Mereka terdampak langsung oleh kebijakan, namun memiliki daya tawar rendah. Contoh: Komunitas lokal, pelaku UMKM, wisatawan lokal.

4. Aktor Kuarter

Aktor dengan pengaruh rendah dan kepentingan rendah, tetapi tetap perlu diperhatikan untuk jangka panjang karena bisa berubah posisi. Contoh: Organisasi relawan, masyarakat umum yang belum aktif dalam pengembangan wisata.

1.8.2 Peran *Stakeholder*

Peran *stakeholder* adalah bentuk keterlibatan aktif dari individu, kelompok, atau institusi yang memiliki pengaruh atau kepentingan terhadap suatu kebijakan atau program, yang mencakup fungsi sebagai perancang kebijakan, pelaksana, pendukung teknis, hingga penggerak dalam mencapai tujuan bersama. (Andriyani et al., 2025). Menurut (Nugroho & Purbokusumo, 2020) peran *stakeholder* terdiri dari

a. *Policy creator*

Stakeholder yang memiliki kewenangan dalam menentukan arah dan isi kebijakan pengembangan pariwisata memiliki peran yaitu :

1. Peran sebagai pengambil keputusan

Stakeholder dilibatkan atau memiliki posisi dalam struktur pengambilan keputusan, seperti penetapan program, penentuan prioritas kegiatan, dan pengalokasian sumber daya.

2. Peran sebagai penentu suatu kebijakan

Stakeholder memiliki otoritas atau pengaruh besar dalam menyusun peraturan, rencana strategis, atau kebijakan turunan yang berkaitan langsung dengan pengembangan pariwisata.

b. *Koordinator*

Stakeholder yang berfungsi sebagai penghubung dan penyelaras antar pihak untuk memastikan program berjalan dengan sinergis.

1. Mengkoordinasikan *stakeholder* yang terlibat, berperan aktif

dalam menyusun alur kerja bersama, dan menyatukan kegiatan antar aktor, serta memastikan kolaborasi berjalan lancar.

2. Mengakomodir kebutuhan dan kepentingan masing-masing

stakeholder. Menjembatani dan menyesuaikan kepentingan para aktor yang terlibat agar semua pihak merasa didengar dan mendapat manfaat.

3. Menyatukan komitmen *stakeholder* yang terlibat, membangun kesepahaman dan komitmen bersama agar setiap aktor konsisten dalam menjalankan peran dan tanggung jawabnya.

c. *Fasilitator*

Stakeholder yang berperan mendukung secara teknis dan administratif kelompok sasaran agar dapat menjalankan program atau kebijakan.

1. Memfasilitasi serta mencukupi kebutuhan kelompok sasaran. Memberikan dukungan seperti pelatihan, pendanaan, atau bantuan teknis kepada masyarakat atau pelaku wisata agar dapat terlibat aktif dalam pengembangan pariwisata.
2. Menjembatani kebijakan ke dalam program yang aplikatif. Menerjemahkan dokumen kebijakan atau rencana strategis menjadi program nyata yang bisa dipahami dan dijalankan oleh pelaku di lapangan.

d. *Implementor*

Stakeholder yang menjalankan kebijakan di tingkat operasional secara langsung.

1. Pelaksana kebijakan
Menjalankan kegiatan teknis dan program yang telah

dirancang, seperti pengelolaan destinasi, promosi, pelatihan, atau pembangunan infrastruktur wisata.

2. Kelompok sasaran

Masyarakat atau pelaku wisata yang menjadi objek sekaligus subjek dari program, dan ikut terlibat dalam pelaksanaannya secara langsung.

e. *Akselerator*

Stakeholder yang berperan mempercepat proses implementasi kebijakan agar tujuan cepat tercapai.

1. Mempercepat waktu pelaksanaan kebijakan
Mendorong percepatan realisasi program dengan menghilangkan hambatan administratif, memperkuat koordinasi, atau memberikan dukungan cepat.
2. Memberikan kontribusi agar kebijakan berjalan sesuai sasaran
Aktif memberikan dukungan yang bersifat mempercepat pencapaian target, baik melalui pendanaan, inovasi teknologi, promosi digital, maupun advokasi kebijakan.

1.8.3 Faktor Pendukung dan Penghambat

Faktor pendukung dan penghambat adalah elemen-elemen yang memengaruhi efektif atau tidaknya keterlibatan *stakeholder* dalam pengembangan pariwisata. Faktor-faktor ini dapat memperkuat (mendorong) atau justru melemahkan (menghambat) proses kerjasama, pelaksanaan

kebijakan, serta ketercapaian tujuan pembangunan sektor pariwisata. (Destiana et al., 2020).

1) Nilai

Nilai merujuk pada prinsip-prinsip yang diyakini dan dianut oleh para *stakeholder* yang menjadi dasar dalam menjalin kerjasama.

- a. Nilai yang mendasari kerjasama antar aktor
Merupakan kesamaan pandangan, norma, atau kepentingan bersama yang menjadi fondasi dalam membangun kolaborasi antar *stakeholder*.
- b. Harapan dari kerjasama antar aktor (*feedback*)
Menggambarkan ekspektasi atau tujuan yang ingin dicapai oleh masing-masing aktor melalui kerjasama, serta tanggapan terhadap hasil atau proses kolaborasi yang terjadi.

2) Komunikasi

Komunikasi menjadi aspek penting dalam memperlancar koordinasi, penyampaian informasi, dan pembangunan kepercayaan antar aktor.

- a. Pola komunikasi antar aktor dalam kerjasama
Menggambarkan bagaimana hubungan komunikasi terbentuk apakah satu arah, dua arah, terbuka, tertutup dan lain-lain.

- b. Media yang digunakan untuk komunikasi
Jenis saluran komunikasi yang digunakan antar aktor, baik formal (rapat, surat resmi) maupun informal (*WhatsApp*, media sosial).

3) Kepercayaan

Kepercayaan mencerminkan tingkat keyakinan antar *stakeholder* terhadap keseriusan, konsistensi, dan integritas pihak lain dalam menjalankan peran mereka.

- a. Tingkat kepercayaan aktor dalam kerjasama
Sejauh mana masing-masing aktor percaya terhadap komitmen, tanggung jawab, dan kemampuan pihak lain dalam mendukung pengembangan pariwisata.

4) Sumber kebijakan

Sumber kebijakan merupakan landasan normatif dan legal yang mendasari adanya kerjasama antar *stakeholder* dalam suatu program atau kegiatan.

- a. Kebijakan yang mendasari kerjasama antar aktor
Peraturan, keputusan, atau dokumen resmi yang menjadi dasar hukum bagi *stakeholder* untuk terlibat dalam pengembangan pariwisata.
- b. Implementasi kebijakan kerjasama antar aktor
Bentuk penerapan dari kebijakan tersebut di lapangan, baik

melalui program, kegiatan bersama, ataupun bentuk koordinasi yang nyata.

Tabel 1. 7 Fenomena Penelitian

FENOMENA	GEJALA	SUB GEJALA
Identifikasi <i>Stakeholder</i>	a. Kategori <i>Stakeholder</i>	1) Aktor Primer 2) Aktor Sekunder 3) Aktor Tersier 4) Aktor Kwartir
Peran <i>Stakeholder</i>	a. <i>Policy creator</i>	1) Peran sebagai pengambil keputusan 2) Peran sebagai penentu suatu kebijakan
	b. <i>Koordinator</i>	1) Mengkoordinasikan <i>stakeholder</i> yang terlibat 2) Mengakomodir kebutuhan dan kepentingan masing-masing <i>stakeholder</i> yang terlibat 3) Menyatukan komitmen <i>stakeholder</i> yang terlibat
	c. <i>Fasilitator</i>	1) Memfasilitasi serta mencukupi kebutuhan kelompok sasaran 2) Menjembatani kebijakan yang tertuang dalam dokumen perencanaan menjadi program yang aplikatif serta mampu diterjemahkan oleh kelompok sasaran
	d. Implementor	1) Pelaksana kebijakan 2) Kelompok sasaran
	e. <i>Akselerator</i>	1) Mempercepat waktu pelaksanaan kebijakan 2) Memberikan kontribusi agar kebijakan berjalan sesuai sasaran

Faktor Penghambat dan Pendukung	1. Nilai	1) Nilai yang mendasari kerjasama antar aktor 2) Harapan dari kerjasama antar aktor (<i>feedback</i>)
	2. Komunkasi	1) Pola komunikasi antar aktor dalam Kerjasama 2) Media yang digunakan untuk komunikasi
	3. Kepercayaan	1) Tingkat kepercayaan aktor dalam Kerjasama
	4. Sumber Kebijakan	1) Kebijakan yang mendasari kerjasama antar aktor 2) Implementasi kebijakan kerjasama antar aktor

Sumber : Diolah oleh Peneliti, 2026

1.9 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan serangkaian kegiatan yang sistematis dalam sebuah penelitian yang dimulai dari pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis data sehingga hasil akhirnya dapat dipertanggungjawabkan.

1.9.1 Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Creswell (Mulyana et al., 2024) pendekatan kualitatif dalam penelitian adalah upaya untuk membangun pemahaman pengetahuan berdasarkan perspektif konstruktif, yang fokusnya adalah pada analisis dan interpretasi terhadap perilaku atau proses sosial masyarakat yang terstruktur. Penelitian kualitatif menekankan pada pemahaman

mendalam terhadap proses dan makna, yang tidak dapat didekati secara ketat melalui pengukuran kuantitatif seperti jumlah, intensitas, atau frekuensi. Studi ini menguraikan data yang diperoleh dari penelitian terkait peran *stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan pariwisata Kota Semarang.

1.9.2 Ruang Lingkup Atau Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah untuk memberikan batasan studi penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, peneliti menetapkan fokus sebagai pengganti masalah dan didasarkan pada data, urgensi isu, dan fenomena yang terjadi di lapangan. Fokus penelitian mempunyai tujuan agar objek penelitian tidak meluas. Penelitian kualitatif menghendaki ditetapkannya batas dalam penelitian atas dasar fokus yang timbul sebagai masalah penelitian, sehingga memudahkan peneliti untuk menentukan data yang terkait dengan tema penelitiannya. Tanpa adanya fokus penelitian ini, peneliti akan kurang memahami dari jumlah data yang diperoleh pada saat di lapangan (Inayah, 2025). Fokus penelitian terhadap peran *stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan pariwisata Kota Semarang.

1.9.3 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Semarang, yang merupakan ibu kota Provinsi Jawa Tengah dan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi serta pariwisata di wilayah tengah Pulau Jawa. Dengan mempertimbangkan karakteristik wilayah, keberagaman potensi wisata, serta dinamika kolaborasi antar pemangku kepentingan, Kota Semarang dinilai sebagai lokasi yang tepat untuk menganalisis *stakeholder* dalam pengembangan pariwisata daerah. Kota Semarang dapat

dijadikan sebagai *best practice* atau contoh pembelajaran bagi daerah lain dalam merancang strategi pembangunan pariwisata yang inklusif, partisipatif, dan berkelanjutan.

1.9.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

- a. Data primer adalah data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber pertama. Data ini merupakan informasi yang diperoleh secara langsung dari observasi lapangan, wawancara, kuesioner, eksperimen, atau pengamatan langsung oleh peneliti sendiri. Data primer biasanya dikumpulkan untuk tujuan penelitian tertentu dan belum pernah dipublikasikan sebelumnya.
- b. Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain atau telah dipublikasikan sebelumnya untuk tujuan lain. Data ini bisa berupa literatur, artikel, jurnal, laporan, statistik, dan informasi dari sumber lain yang sudah ada sebelumnya. Peneliti menggunakan data sekunder untuk mendukung, memperkuat, atau membandingkan dengan data primer yang dikumpulkan sendiri.

1.9.5 Informan Penelitian

Pemilihan informan digunakan untuk memperoleh data atau informasi yang mendalam dan jelas mengenai berbagai aspek yang terkait dengan masalah

penelitian. Dalam memilih informan ini menggunakan *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah metode sampling di mana responden awal membantu mengidentifikasi dan merekomendasikan responden tambahan untuk penelitian berikutnya (Inayah, 2025). Kategori informan dalam penelitian ini seperti:

Tabel 1. 8 Informan Penelitian

No	Kategori Informan	Alasan
1	Pemerintah	memiliki kewenangan strategis yang memengaruhi arah dan keberlanjutan pengembangan pariwisata
2	Akademisi	memberikan perspektif ilmiah dan objektif terkait penelitian ini.
3	Pelaku Usaha	memahami dinamika bisnis, kebutuhan pasar, serta tantangan di lapangan
4	Komunitas	Perspektif komunitas menunjukkan sejauh mana keterlibatan, dampak bagi sosial serta masyarakat
5	Media Massa	memberikan gambaran mengenai strategi komunikasi, pemberitaan, hingga citra pariwisata Kota Semarang.
6	Wisatawan	memberikan informasi mengenai kepuasan, motivasi berkunjung, persepsi layanan, serta faktor yang memengaruhi keputusan berwisata ke Kota Semarang

1.9.6 Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan peneliti sebagai instrumen utama, dengan menggunakan pedoman wawancara yang berupa sejumlah pertanyaan tertulis maupun tidak tertulis untuk mengumpulkan informasi. Sebagai alat bantu dalam pengumpulan data digunakan buku catatan, alat dokumentasi (kamera dan alat perekam) dan pedoman wawancara. Pedoman dokumentasi juga digunakan untuk bukti mengumpulkan data selama penelitian berlangsung. Tujuan utama dari

penggunaan instrumen dalam penelitian ini adalah untuk mempermudah pengumpulan dan analisis data yang lebih mendalam dan komprehensif.

1.9.7 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengumpulan data yang terbagi dalam tiga cara yaitu :

- a. Teknik observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati langsung situasi atau fenomena yang sedang diselidiki di lapangan. Tujuan utama dari observasi adalah untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai perilaku, interaksi, atau kondisi yang terjadi dalam konteks yang diamati. Observasi dapat dilakukan dengan berbagai pendekatan, baik partisipatif (peneliti aktif terlibat dalam kegiatan yang diamati) maupun non-partisipatif (peneliti sebagai pengamat yang tidak ikut dalam kegiatan tersebut).
- b. Teknik wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan responden. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi yang detail dan mendalam mengenai pengalaman, sikap, pendapat, serta persepsi responden terkait dengan topik penelitian. Wawancara bisa dilakukan secara langsung atau melalui media komunikasi seperti telepon atau *video call*. Pertanyaan dalam wawancara dapat berupa terstruktur (pertanyaan sudah ditentukan sebelumnya) atau tidak terstruktur (pertanyaan disesuaikan dengan tanggapan dan arah percakapan).

- c. Teknik dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang memanfaatkan informasi dari dokumen atau rekaman yang relevan dengan topik penelitian. Dokumen yang digunakan dapat berupa tulisan (seperti laporan, buku, jurnal), gambar, video, rekaman audio, atau dokumen elektronik lainnya. Dokumentasi bertujuan untuk mendukung atau memperkuat data yang diperoleh dari observasi dan wawancara, serta memberikan konteks atau latar belakang yang lebih komprehensif terkait dengan fenomena atau kejadian yang sedang diteliti.

1.9.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Miles dan Huberman (Korosando M. N., 2025) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus – menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam teknik analisis data, yaitu data *reduction*, data *display* dan *conclution drawing verification*, yaitu :

- a. Kondensasi data adalah proses interpretasi dan analisis mendalam terhadap informasi yang diperoleh dari catatan lapangan, observasi, serta wawancara dalam penelitian. Dalam kondensasi data, peneliti melakukan identifikasi tema-tema utama, merangkum catatan lapangan, dan memilih elemen-elemen yang esensial untuk difokuskan. Pendekatan ini bertujuan untuk menyederhanakan kompleksitas data agar lebih mudah dipahami dan dianalisis.

- b. Setelah proses kondensasi data dilakukan, langkah selanjutnya adalah penyajian data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat berupa uraian singkat, pembuatan bagan, atau pengelompokan data ke dalam kategori-kategori tertentu. Penyajian data membantu dalam memvisualisasikan dan memahami fenomena yang diteliti secara lebih jelas dan terstruktur.
- c. Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam proses analisis data. Pada tahap ini, peneliti menginterpretasikan kembali data yang telah dikondensasi untuk mengevaluasi makna dan implikasi dari temuan penelitian. Penarikan kesimpulan ini didasarkan pada pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, sehingga memberikan pemahaman yang mendalam terhadap topik yang diteliti.

1.9.9 Validitas Data

Dalam proses analisis data, peneliti juga perlu memastikan keabsahan data agar informasi yang diperoleh bersifat valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Untuk menjamin validitas data terkait isu yang diteliti, digunakan metode triangulasi. Moleong (Diaz, 2022) menyatakan bahwa triangulasi merupakan teknik untuk memverifikasi keabsahan data dengan memanfaatkan elemen lain di luar data utama sebagai alat pembanding atau pemeriksa. Sementara itu, Sugiyono (Mustika, 2024) membagi triangulasi menjadi tiga jenis, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Penelitian ini menerapkan triangulasi sumber sebagai pendekatan validasi data.

Berdasarkan penjelasan Moleong (Setiawati & Shofwan, 2023) triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang sejenis dari berbagai sumber yang berbeda. Dalam hal ini, peneliti melakukan *cross check* terhadap tingkat kepercayaan informasi dari berbagai informan. Hal ini penting dilakukan agar data yang diperoleh memiliki validitas dan kredibilitas yang tinggi. Dengan melibatkan informan yang beragam, hasil penelitian tidak hanya merepresentasikan satu sudut pandang, tetapi juga memungkinkan untuk memahami fenomena dari berbagai perspektif.

Alasan memilih triangulasi sumber dalam penelitian ini adalah untuk meningkatkan keabsahan, kredibilitas, dan akurasi data yang diperoleh dari berbagai *stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan pariwisata di Kota Semarang. Triangulasi sumber memungkinkan peneliti melakukan perbandingan (*cross check*) antar informasi yang berasal dari beragam informan, seperti pemerintah, pelaku usaha, komunitas, akademisi, media massa, dan wisatawan.. Selain itu, triangulasi sumber membantu peneliti meminimalisir bias dan meningkatkan validitas hasil penelitian, karena setiap data yang diperoleh akan diverifikasi melalui perbandingan dengan data lain dari sumber yang berbeda.