

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang mempunyai sumber daya dan mineral/tambang yang kaya keindahan. Beragam seni dan budaya, pariwisata, flora, fauna. Hal ini dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan dan meningkatkan industri pariwisata. Jika dimanfaatkan dengan baik, berpotensi meningkatkan pendapatan masyarakat di sektor pariwisata.

Dalam aneka ragam budaya dan geografisnya, berbagai daerah Indonesia memiliki pariwisata yang menarik dan unik. Sektor pariwisata diharapkan dikelola dengan baik oleh Pemerintah Daerah sesuai Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah yang menyerahkan urusan pariwisata kepada daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakatnya. Mereka tidak hanya mengandalkan dana perimbangan pusat dan daerah, tetapi juga menggali potensi sumber – sumber pendapatan daerah dengan tetap memperhatikan prinsip – prinsip keadilan dan berkelanjutan¹.

Dalam peraturan tersebut, Pemerintah Daerah dapat mengelola Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang bersumber dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain – lain pendapatan asli daerah yang sah.

Pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan daerah. Pariwisata berperan aktif dalam menciptakan lapangan kerja, pendapatan, dll. Dalam UU No 10 Th. 2009 tentang Kepariwisataan Pasal 3 menjelaskan bahwa kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan fisik, mental, dan intelektual setiap wisatawan melalui pemulihan, kepariwisataan, dan peningkatan pendapatan negara. Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan industri pariwisata karena dapat mendongkrak devisa negara. Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi di

¹ Muh Taufiq Jaenuddin, 'Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Melalui Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Mamuju', *Government: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 2019, 67–71.

Indonesia yang memiliki budaya yang kuat dan unik, salah satunya kota Semarang yang mempunyai banyak obyek wisata.

Tabel 1.1. Data Jumlah Obyek Wisata di Kota Semarang Tahun 2019

No	Obyek Wisata	Jumlah Obyek Wisata (Unit)	Jumlah Kunjungan Wisatawan (orang)
1	Obyek Wisata Budaya	35	1.638.167
2	Obyek Wisata Bahari	4	1.313.550
3	Obyek Wisata Pertanian	6	9.916
4	Obyek Wisata Alam	27	1.357.179
5	Obyek Wisata Sejarah	5	1.638.167
6	Obyek Wisata Religi	22	599.921
7	Obyek Wisata Pendidikan	3	809
8	Obyek Wisata Kuliner	14	2.379.966
9	Obyek Wisata Belanja	22	5.696.270
10	Obyek Wisata Buatan	57	1.198.582
Total		195	15.832.527

Sumber : situs web data.semarangkota.go.id (2019)

Pada tabel tersebut diketahui kota Semarang memiliki banyak objek wisata, pada tahun 2019 tercatat sebanyak 195 unit dengan jumlah pengunjung sebanyak 15.832.527 orang. Objek wisata buatan sebanyak 57 unit, objek wisata budaya sebanyak 35 unit, dan objek wisata alam sebanyak 27 unit. Ketiga objek wisata ini menjadi tiga jenis wisata paling populer di kota Semarang. Jumlah wisatawan terbesar berasal dari objek wisata belanja sebanyak 5.696.270 pengunjung, diikuti oleh objek wisata kuliner sebanyak 2.379.966 orang dan yang ketiga adalah objek wisata buatan sebanyak 1.198.582 orang. Kota Lama termasuk sebagai salah satu obyek wisata budaya, berdasarkan tabel di atas jumlah pengunjung mencapai 1.638.167 orang. Angka ini menunjukkan minat masyarakat yang besar untuk mengunjungi tempat-tempat wisata budaya, antara lain Kota Lama.

Tabel 1.2. Data Jumlah Obyek Wisata di Kota Semarang Tahun 2020

No.	Obyek Wisata	Jumlah Obyek Wisata (Unit)	Jumlah Kunjungan Wisatawan (orang)
1	Obyek Wisata Budaya	35	521.860
2	Obyek Wisata Bahari	4	429.251
3	Obyek Wisata Pertanian	6	3.241
4	Obyek Wisata Alam	27	433.998
5	Obyek Wisata Sejarah	5	523.860
6	Obyek Wisata Religi	22	112.222
7	Obyek Wisata Pendidikan	3	920
8	Obyek Wisata Kuliner	14	777.742
9	Obyek Wisata Belanja	22	1.872.882
10	Obyek Wisata Buatan	58	3.207.951
	Total	196	7.363.448

Sumber : situs web data.semarangkota.go.id

Pada tahun 2020, jumlah kunjungan turun menjadi 7.363.448 orang. Namun, ada tambahan Obyek Wisata sebanyak 196 unit. Penambahan ini untuk objek wisata buatan pada tahun 2019 sebanyak 57 unit, pada tahun 2020 bertambah 1 objek wisata buatan dengan 58 unit. Tabel 1.2 menunjukkan penurunan jumlah semua sektor wisata. Kota Lama yang masuk dalam kategori objek wisata budaya mengalami penurunan kunjungan wisatawan yang signifikan dengan angka 521.860. Angka tersebut menunjukkan penurunan tajam hingga 50% dibandingkan jumlah kunjungan pada 2019 dan 2020 akibat wabah Covid-19 pada 2020.

Tabel 1.3. Pendapatan Tiap Obyek Wisata di Kota Semarang Tahun 2019 & 2020 Pariwisata Jawa Tengah 2019 dan 2020

No	Nama Wisata	Pendapatan (Rp)		Jumlah Kunjungan Wisatawan (orang)	
		2019	2020	2019	2020
1	Kota Lama & Lawang Sewu	13.825.768.750	6.220.212.000	3.104.784	1.191.682
2	Taman Margasatwa	9.482.928.250	4.008.809.250	517.763	196.902
3	Taman Mini Puri Maerokoco	4.116.130.000	2.661.795.000	411.613	252.472
4	Sam Poo Kong	2.202.241.000	2.044.091.000	155.465	149.835
5	Pantai Marina	1.831.955.000	1.282.050.000	366.391	256.410
Total Pendapatan 5 besar Obyek Wisata		29.627.068.000	14.934.907.250	4.189.625	1.790.891
Total Pendapatan Seluruh Obyek Wisata		43.080.114.117	26.149.652.379	7.232.342	3.266.926

Sumber : data diolah dari Disporapar Prov Jawa Tengah, Statistik Buku

Kota Lama yang termasuk dalam kategori wisata budaya, menjadi penyumbang utama pendapatan Kota Semarang. Pada tahun 2019, pendapatan dari kunjungan ke Kota Lama dan sebesar Rp13.825.768.750 dengan total kunjungan sebanyak 3.104.784 kali. Pada tahun 2020, ketika wabah Covid-19 merebak, pendapatan dari kegiatan wisata di Kota Lama turun 50%, menjadi Rp 6.220.212.000 dengan total 1.191.682 wisatawan. Penurunan pendapatan pada tahun 2020 menunjukkan penurunan yang signifikan karena pendapatan dari mengunjungi Kota Lama tidak mencapai lebih dari 10 miliar, berbeda dengan tahun 2019 yang mencapai lebih dari 10 miliar.

Tabel 1.4. Pendapatan Pemerintah Kota Semarang Tahun 2019

Jenis Pendapatan Daerah	Pendapatan(Rp)
1.Pendapatan Asli Daerah (PAD)	2.066.333.418.588
1.1.Pajak Daerah	1.561.698.569.340
1.2.Retribusi Daerah	113.680.849.539
1.3.Hasil Perusahaan Milik Daerah dan Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan	41.241.433.982

Jenis Pendapatan Daerah	Pendapatan(Rp)
1.4.Lain – lain PAD yang Sah	349.712.565.727
2.Dana Perimbangan	1.738.443.043.620
2.1.Bagi Hasil Pajak	112.727.953.883
2.2.Bagi Hasil Bukan Pajak	1.367.400.200
2.3.Dana Alokasi Umum	1.317.186.595.000
2.4.Dana Alokasi Khusus	307.161.094.537
3.Lain – lain Pendapatan yang Sah	760.564.365.209
3.1.Pendapatan Hibah	113.338.107.487
3.2.Dana Darurat	0
3.3.Dana Bagi Hasil Pajak dari Provinsi dan Pemerintah Daerah Lainnya	548.361.407.823
3.4.Dana Penyesuaian dan Otonomi Daerah	83.443.826.000
3.5.Bantuan Keuangan dari Provinsi atau Pemerintah Lainnya	15.421.023.899
3.6.Lainnya	0

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Semarang (2019)

Berdasarkan Tabel 1.4, total Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Semarang tahun 2019 adalah sebesar Rp 2.066.333.418.588, dana perimbangan Rp 1.738.443.043.620, lain - lain pendapatan yang sah Rp 760.564.365.209 dengan pendapatan Rp 4.565.340.827.417. Berdasarkan data website.semarangkota.go.id, pada tahun 2019 total penerimaan daerah dari pariwisata sektor pajak adalah sebesar Rp312.195.496.037. Untuk sektor retribusi sebesar Rp2.183.106.175. Kota Semarang total PAD bidang pariwisata sebesar Rp 312.195.496.037. Dalam perolehan PAD Kota Semarang Sektor Pariwisata, Kota Lama sebagai obyek wisata turut menyumbang Pendapatan Asli Daerah Kota Semarang.

Tabel 1.5. Pendapatan Pemerintah Kota Semarang Tahun 2020

Jenis Pendapatan Daerah	Pendapatan(Rp)
1.Pendapatan Asli Daerah (PAD)	1.947.490.659.665

Jenis Pendapatan Daerah	Pendapatan(Rp)
1.1.Pajak Daerah	1.427.517.034.054
1.2.Retribusi Daerah	88.759.174.010
1.3.Hasil Perusahaan Milik Daerah dan Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan	53.323.875.693
1.4.Lain – lain PAD yang Sah	377.890.575.908
2.Dana Perimbangan	1.669.101.931.826
2.1.Bagi Hasil Pajak	160.265.571.365
2.2.Bagi Hasil Bukan Pajak	1.987.720.492
2.3.Dana Alokasi Umum	1.183.614.821.000
2.4.Dana Alokasi Khusus	323.233.818.969
3.Lain – lain Pendapatan yang Sah	588.823.918.347
3.1.Pendapatan Hibah	27.501.795.510
3.2.Dana Darurat	0
3.3.Dana Bagi Hasil Pajak dari Provinsi dan Pemerintah Daerah Lainnya	419.569.268.392
3.4.Dana Penyesuaian dan Otonomi Daerah	0
3.5.Bantuan Keuangan dari Provinsi atau Pemerintah Lainnya	26.781.465.445
3.6.Lainnya	114.971.389.000

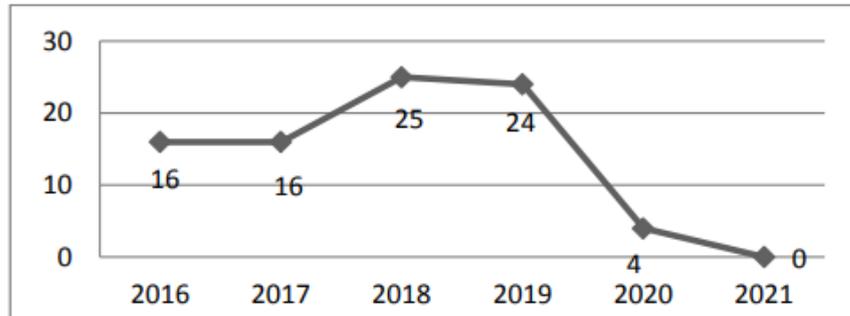
Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Semarang (2020)

Menurut tabel 1.5 jumlah Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Semarang pada tahun 2020 sebesar Rp 1.947.490.659.665, dana perimbangan Rp 1.669.101.931.826, lain – lain pendapatan yang sah sebesar Rp 588.823.918.347. Pendapatan Pemerintah Kota Semarang pada tahun 2020 mengalami penurunan yang cukup signifikan mengingat adanya wabah Covid-19 dan sektor pariwisata juga mengalami penurunan pendapatan termasuk Kota Lama.

Gambar 1.1. Grafik Jumlah Kunjungan Kapal Pesiar di Tanjung Emas-Semarang

1) Kapal Pesiar (Unit)

a. Jumlah Kunjungan Kapal Pesiar di Tanjung Emas-Semarang



Sumber : Buku Statistik Pariwisata Jawa Tengah dalam Angka 2021

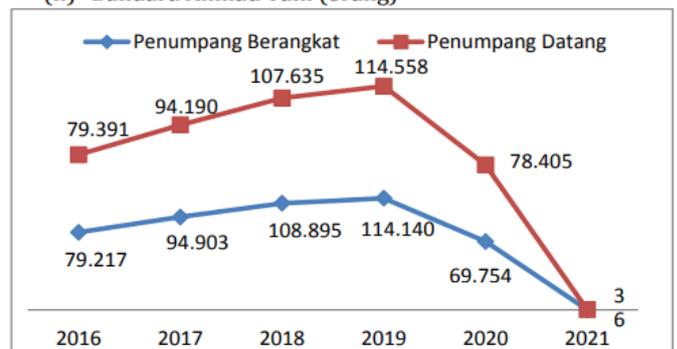
Gambar 1.1 menunjukkan grafik kunjungan kapal pesiar yang berlabuh di Pelabuhan Tanjung Emas Semarang jumlah kunjungan kapal pesiar di Pelabuhan Tanjung Emas Semarang pada tahun 2020 hanya menerima 4 kunjungan kapal pesiar dan pada tahun 2021 sama sekali tidak menerima kunjungan kapal pesiar. Hal tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pariwisata di Kota Semarang pada saat Pandemi Covid-19 berlangsung melemah karena dampak dari pemberlakuan PPKM yang lebih ketat. Gambar 3.3 menunjukkan adanya penurunan angka yang sangat signifikan melihat dari jumlah kunjungan kapal pesiar di Pelabuhan Tanjung Emas Semarang bahwa pada tahun 2019 telah menerima sebanyak 24 kunjungan kapal pesiar dan pada tahun 2018 menjadi tahun dengan perolehan jumlah kunjungan kapal pesiar tertinggi yakni sebesar 25 kunjungan kapal pesiar. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya Pandemi Covid-19 telah menjadikan sektor pariwisata melemah dan hal tersebut berdampak pada perekonomian masyarakat yang mengandalkan sektor pariwisata.

Gambar 1.2. Grafik Jumlah Penerbangan Domestik dan Internasional di Bandara Ahmad Yani Semarang

(ii) Bandara Ahmad Yani (orang)



(ii) Bandara Ahmad Yani (orang)



Sumber : Buku Statistik Pariwisata Jawa Tengah dalam Angka 2021²

Pada gambar 1.2 yakni grafik jumlah penerbangan domestik dan internasional di Bandara Ahmad Yani Semarang mengalami penurunan yang drastik apabila melihat dari data pada tahun 2016. Pada tahun 2016 – 2018 untuk penerbangan domestik mengalami peningkatan hingga pada tahun 2019 angka penerbangan domestik mengalami penurunan hingga 50% yang kemudian pada tahun 2020 – 2021 terus mengalami penurunan. Pada penerbangan internasional, data menunjukkan tren peningkatan dari tahun 2016 – 2019 yang kemudian memasuki tahun Pandemi Covid-19 yakni pada tahun 2020 – 2021 angkanya mengalami penurunan yang sangat signifikan. Sektor pariwisata mengalami penurunan yang sangat berdampak bagi perekonomian masyarakat yang mengandalkan pariwisata dalam hal ini masyarakat sekitar kawasan Kota Lama Semarang. Kota Semarang telah menetapkan RPJMD (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah) tahun 2016 – 2021 sebagai acuan pembangunan Kota Semarang tentang arah kebijakan pengembangan pariwisata meliputi:

a. Urusan Kepariwisataan

Letak geografis Kota Semarang yang berupa perbukitan dan pantai memiliki potensi besar untuk dijadikan objek wisata alam yang sangat menarik. Penambahan objek wisata memang meningkat, namun tidak banyak. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah masih perlu terus mengoptimalkan upaya pengembangan dan pengelolaan objek dan daya tarik wisata di Kota Semarang.

b. Pajak Daerah

² Keterangan : Penerbangan Domestik (atas) & Internasional (bawah)

Pajak daerah merupakan komponen tertinggi dalam pembentukan pendapatan asli daerah (PAD) di Kota Semarang. Selain pajak daerah, PAD juga dibentuk oleh retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan PAD lain yang sah.

c. Rencana Kerja Pemerintah Daerah

Dalam rencana kerja pemerintah daerah dalam RPJMD Kota Semarang tahun 2016 - 2021 disebutkan bahwa rencana kerja di bidang pariwisata merupakan strategi penguatan manajemen daya saing pariwisata dan panduan kebijakan untuk meningkatkan manajemen pariwisata.

d. Program pembangunan Daerah

Program pembangunan daerah merupakan strategi pengembangan budaya lokal dan arah kebijakan pelestarian seni dan budaya yang berbasis kearifan lokal program pembangunan meliputi program pengembangan nilai warisan budaya dan program kekayaan cagar budaya.

e. Peningkatan Kawasan strategis

Kawasan strategis merupakan Kawasan cagar budaya yang harus dilindungi dan dilestarikan keberadaannya. Kawasan strategis ini meliputi:

- Kawasan Masjid Agung Semarang di Kecamatan Semarang Tengah;
- Kawasan Masjid Agung Jawa Tengah di Kecamatan Gayamsari;
- Kawasan Gedong Batu di Kecamatan Semarang Barat;
- Kawasan Kota Lama di Kecamatan Semarang Utara.

Dengan pemanfaatannya, fungsi situs cagar budaya dapat ditingkatkan untuk mendukung kegiatan pariwisata yang akan memberikan kontribusi pendapatan bagi industri pariwisata. Dari penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang **Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mengembangkan Kota Lama Semarang 2021 Pasca Pandemi COVID - 19**. Berdasarkan data yang peneliti temukan di atas, terlihat bahwa objek wisata Kota Lama dapat bertahan dari wabah Covid-19 dengan kontribusi pendapatan yang besar pada sektor wisata. Kota Lama merupakan obyek wisata yang menarik untuk diteliti karena peneliti menilai kedua obyek wisata tersebut sebagai salah satu obyek penting yang perlu diakui oleh pemerintah kota Semarang khususnya Dinas Pariwisata dalam

mengembangkan strategi pengembangan obyek wisata di Kota Semarang tahun 2021.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi Dinas Pariwisata dalam meningkatkan Pendapatan Daerah khususnya obyek wisata Kota Lama tahun 2021 pasca pandemic COVID - 19?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan strategi tersebut?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi Dinas Pariwisata dalam meningkatkan Pendapatan Daerah khususnya obyek wisata Kota Lama tahun 2021 pasca pandemic COVID - 19
2. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor pendukung dan penghambat Dinas Pariwisata dalam melaksanakan strategi tersebut

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
Penelitian ini dapat berguna sebagai tambahan referensi ilmu pemerintahan di bidang pariwisata.
2. Manfaat Praktis
 1. Penelitian ini dapat bermanfaat bagi pemerintah agar melek mata terhadap sektor pariwisata di daerah masing – masing.
 2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan cara meningkatkan Pendapatan Asli Daerah pada sektor pariwisata.

1.5. Penelitian Terdahulu

Adanya peraturan daerah tentang pemerintahan sendiri memungkinkan pemerintah daerah untuk mengatur daerahnya secara bebas. Pemerintah daerah berperan lebih partisipatif atau suportif dalam sistem pemerintahan daerah. Pariwisata merupakan sektor yang dapat menjadi sumber pendapatan daerah bagi pemerintah daerah. Pentingnya memaksimalkan sektor pariwisata untuk menarik wisatawan dan menghasilkan pendapatan daerah. Sehubungan dengan itu, berikut

adalah kajian-kajian yang telah dilakukan sebelumnya untuk dijadikan sebagai acuan bagi penulis dalam menganalisis objek penelitian ini. Yang berbeda dengan penelitian sebelumnya yang peneliti ambil dari penelitian yang ingin saya tuliskan disini adalah fokus saya pada strategi Dinas Pariwisata dalam mengembangkan daya tarik wisata di kota Lama Semarang tahun 2021.

Untuk jurnal yang pertama, ditulis oleh Zahra Ferlanika dan Maesaroh Tahun 2015 dengan judul “Strategi Peningkatan Pariwisata Di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang Tahun 2010 – 2015”. Penelitian tersebut menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik *snowball* sebagai teknik penentuan informan. Temuan yang dihasilkan dari penelitian ini menjelaskan bahwa dalam upaya strategi peningkatan pariwisata di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang terdapat beberapa pihak yang terlibat dapat pengambilan keputusan terhadap langkah strategi yang akan diambil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang. Pihak-pihak tersebut meliputi pemerintah, pihak swasta, para akademisi dan unsur masyarakat. Jurnal tersebut juga menemukan adanya mandat dan kejelasan misi serta nilai organisasi dapat mendorong tercipta strategi peningkatan pariwisata di Kota Semarang. Jurnal ini peneliti jadikan sebagai referensi dalam penelitian yang dilakukan untuk menganalisis pihak-pihak yang terlibat di dalam proses pengembangan obyek wisata di Kota Semarang. Peneliti juga berupaya untuk mengidentifikasi mandat dan kejelasan misi serta nilai yang dibawa dari pihak-pihak yang terlibat dalam proses pengembangan obyek wisata di Kota Semarang.

Kedua, yaitu jurnal yang ditulis oleh Agus Ananto Widodo dan Hesti Lestari Tahun 2016 dengan judul “Strategi Pengembangan Pariwisata Kabupaten Semarang”. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik *purposive sampling* sebagai teknik sampling dengan pertimbangan tertentu. Temuan yang dihasilkan dari penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat beberapa program strategi di dalam Rencana Strategis Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Semarang antara lain Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata, Strategi Pengembangan Pemasaran Pariwisata dan Pengembangan

Kemitraan Pariwisata. Pada Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata dilakukan dengan tujuan untuk pengembangan sosialisasi dan penerapan serta pengawasan standarisasi, pengembangan daerah tujuan wisata, dan peningkatan pembangunan sarana prasarana pariwisata. Pada Strategi Pengembangan Pemasaran Pariwisata dilakukan dengan tujuan untuk pengembangan *statistic* obyek, daya tarik, dan usaha jasa wisata, pengembangan jaringan kerja sama promosi pariwisata, dan pelaksanaan promosi pariwisata nusantara dan di luar negeri. Pada Pengembangan Kemitraan Pariwisata dilakukan dengan tujuan untuk peningkatan peran serta masyarakat dalam pengembangan kemitraan pariwisata dan pengembangan sumber daya manusia dan profesionalisme bidang pariwisata. Jurnal ini peneliti jadikan sebagai referensi dalam penelitian yang dilakukan untuk menganalisis bentuk-bentuk strategi pengembangan, strategi pemasaran dan pola kemitraan yang dilakukan Dinas Pariwisata Kota Semarang dalam implementasi strategi dalam proses pengembangan obyek wisata di Kota Semarang.

Untuk yang ketiga, terdapat jurnal yang ditulis oleh Amelia Rahmayani dan Aldri Frinaldi Tahun 2022 yang berjudul “Strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang Dalam Upaya Promosi Pariwisata Pada masa Pandemi Covid – 19”. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Temuan yang dihasilkan dari penelitian ini menjelaskan bahwa upaya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang dalam implementasi strategi promosi pariwisata pada masa pandemi Covid-19 mencakup aspek iklan, aspek promosi penjualan, aspek penjualan personal dan aspek hubungan masyarakat. Jurnal ini juga menemukan faktor penghambat yang dialami Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang dalam implementasi strategi promosi pariwisata karena proses promosi yang terbatas akibat regulasi pelarangan aktivitas kegiatan promosi. Jurnal ini peneliti jadikan sebagai referensi dalam penelitian yang dilakukan untuk menganalisis upaya Dinas Pariwisata Kota Semarang dalam melakukan kegiatan promosi sebagai bentuk strategi pengembangan obyek wisata di Kota Semarang beserta faktor penghambat yang dialami Dinas Pariwisata Kota Semarang.

1.6. Kerangka Teori

1.6.1. Manajemen Strategis

Manajemen strategis berarti serangkaian keputusan dan Tindakan manajerial yang menentukan kinerja organisasi dalam jangka waktu panjang. Manajemen strategis meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang) implementasi strategis, dan evaluasi serta pengendalian³. Adapun proses manajemen strategis menurut David J Hunger dan Thomas L. Wheelen yang meliputi empat elemen dasar yaitu:

1. Mengamati Lingkungan (*Environment Scanning*)

Mengamati lingkungan merupakan kegiatan memonitoring faktor internal dan eksternal organisasi melalui konsep kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), kesempatan (*opportunity*), dan ancaman (*threats*).

2. Penyusunan strategi (*Strategy Formulation*)

Penyusunan strategi membahas mengenai pengembangan rencana jangka panjang seperti menentukan visi dan misi, tujuan yang akan dicapai, mengembangkan strategi yang diwujudkan dalam suatu program maupun prosedur untuk pedoman dalam melakukan kegiatan organisasi.

3. Pelaksanaan Strategi (*Strategy Implementation*)

Pelaksanaan strategi adalah penerapan kebijakan yang telah ditentukan melalui pengembangan program, budget, dan prosedur. Pelaksanaan strategi pada setiap organisasi dapat berbeda – beda atau menyesuaikan dengan keadaan dari lingkungan organisasi tersebut.

4. Evaluasi atau *control*

Untuk mengetahui apakah suatu organisasi berjalan sesuai dengan strategi yang telah disusun, maka organisasi memerlukan sebuah pengawasan baik dari keanggotaan atau pihak internal maupun pihak ketiga atau eksternal.⁴

³ J. David Hunger dan Tomas L. Wheelen, *Management Strategis*, Diterjemahkan oleh: Julianto Agung, (Yogyakarta: Andi, 2003), hlm. 4.

⁴ Ismail Sholihin, *Manajemen Strategik*, (Bandung: Erlangga, 2012), hlm. 78.

1.6.1.1. Analisis SWOT

SWOT adalah akronim dari *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman), dimana SWOT dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi pada *profit* dan *non profit* dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif.⁵

Menurut salah satu pakar SWOT, Fredy Rangkuti, analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada hubungan atau interaksi antara unsur internal, yaitu kekuatan dan kelemahan, terhadap unsur – unsur eksternal yaitu peluang dan ancaman.⁶

Analisis SWOT bergantung pada kemampuan para penentu strategi untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisir kelemahan serta ancaman yang harus dihadapi. Matriks kekuatan- kelemahan- peluang- ancaman adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang dapat membantu para pengambil kebijakan mengembangkan empat jenis strategi yaitu SO, WO, ST, dan WT.

1. Strategi SO (*Strengths – Opportunities*) adalah strategi yang digunakan organisasi dalam mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan berbagai peluang.
2. Strategi WO (*Weakness – Opportunities*) adalah strategi yang digunakan organisasi dalam meminimalisir kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada.
3. Strategi ST (*Strengths – Threats*) adalah strategi yang digunakan organisasi dalam mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki untuk mengurangi ancaman.

⁵ Irham Fahmi, *Manajemen Strategis*, Bandung: CV Alfabeta, 2015, h. 252

⁶ Rachmat, *Manajemen Strategik*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2014, h. 285

4. Strategi WT (*Weakness – Threats*) adalah strategi yang digunakan organisasi dalam meminimalisir kelemahan organisasi untuk menghindari ancaman yang dapat membahayakan organisasi.⁷

Jadi fungsi Analisis SWOT adalah menganalisa mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan, serta Analisa mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi eksternal perusahaan.

1.6.2. Pariwisata

Pariwisata muncul dari pergerakan jutaan individu yang mengarah pada pengembangan berbagai kegiatan, peluang, dan pendekatan yang terkait dengan industri ini. Pariwisata adalah peristiwa sosial, dan budaya serta ekonomi yang menyertakan pergerakan orang ke negara atau tempat di luar lingkungan mereka yang biasa untuk tujuan pribadi atau bisnis/profesional⁸. Orang-orang ini disebut pengunjung (yang dapat berupa turis atau eksekursi; penduduk atau bukan penduduk) dan pariwisata berkaitan dengan aktivitas mereka, beberapa di antaranya melibatkan pengeluaran pariwisata. Pariwisata terdiri dari kegiatan orang yang bepergian ke dan tinggal di tempat-tempat di luar lingkungan biasa mereka selama tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk liburan, bisnis atau tujuan lain⁹.

Pariwisata destinasi memiliki karakteristik berwujud dan terdiri dari sejumlah atribut fisik, antara lain; atraksi, fasilitas, bangunan, lanskap dan sebagainya. Sebagian besar destinasi dikelola sampai batas tertentu, baik yang alami maupun yang dibangun. Taman nasional biasanya dibiarkan dalam keindahan alamnya sejauh mungkin. Namun demikian, perlu dikelola melalui penyediaan akses, parkir, fasilitas, akomodasi, tempat sampah dan sebagainya. Secara garis besar, pariwisata destinasi sebagai berikut:

⁷ Freddy Rangkuti, Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015, h. 83.

⁸ Freya Higgins-Desbiolles, 'Sustainable Tourism: Sustaining Tourism or Something More?', *Tourism Management Perspectives*, 25 (2018), 157–60.

⁹ Berhanu Esubalew Bayih and Apar Singh, 'Modeling Domestic Tourism: Motivations, Satisfaction and Tourist Behavioral Intentions', *Heliyon*, 6.9 (2020).

1. Wisata Petualangan, misalnya olahraga dingin yang umumnya dikaitkan dengan situs pedesaan. Resor pegunungan sering dikembangkan untuk menarik penggemar olahraga musim dingin.
2. Wisata Kuliner, destinasi ini dianggap sebagai komponen vital dari pengalaman pariwisata. Berbagai jenis restoran termasuk dalam beberapa klasifikasi industri berdasarkan menu, konsep, dan harga.
3. Wisata Budaya, berkaitan dengan keterlibatan wisatawan dengan budaya suatu negara atau wilayah. Para wisatawan biasanya tertarik pada sejarah, seni, arsitektur, agama, dan elemen lain yang membantu mereka membentuk cara hidup mereka.
4. Ekowisata, bentuk pariwisata yang berkaitan dengan pariwisata yang bertanggung jawab terhadap flora dan fauna.
5. Wisata Pendidikan, pariwisata ini melibatkan para wisatawan yang melakukan perjalanan ke suatu tujuan untuk pendidikan. Misalnya para pelajar yang mengejar kursus khusus untuk belajar bahas asing di tujuan wisata.
6. Wisata Kesehatan, dapat ditawarkan oleh resor dan spa. Mereka mungkin berbasis di daerah pedesaan, tepi laut, dan perkotaan.
7. Wisata Medis, melibatkan orang – orang yang bepergian untuk mendapatkan perawatan medis di negara lain.
8. MICE (*Meetings, incentives, conferences, and exhibitions*), jenis pariwisata bisnis yang melibatkan kelompok besar pelancong yang dibawa bersama untuk untuk tujuan tertentu.
9. Wisata Religi, jenis wisata dimana wisatawan dapat melakukan perjalanan secara individu atau kelompok untuk tujuan ziarah, misionaris, atau rekreasi.
10. Wisata Pedesaan, mencakup wisata danau dan gunung, tetapi dapat juga dari wisata pedesaan, produk wisata pertanian, seperti liburan pertanian, memetik buah, berkebun, kunjungan dan menginap di peristirahatan pedesaan, liburan sungai dan kanal, taman kehidupan liar dan taman nasional, dan lain-lain.
11. Wisata Tepi Laut, meliputi resor tepi laut, pantai alami, persewaan perahu dan jet ski, rencana perjalanan memancing, jalan setapak pesisir, selam scuba, dan lain – lain.

12. Wisata Olahraga, mengacu pada perjalanan yang melibatkan mengamati atau berpartisipasi dalam acara olahraga.
13. Urban Tourism, mencakup kunjungan ke kota – kota besar, kota – kota besar, ibu kota dan sejenisnya.
14. Wisata Anggur, mengacu pada wisata yang berhubungan dengan mencicipi anggur, konsumsi atau pembelian anggur.¹⁰

Pariwisata domestik memiliki makna sosial budaya dan ekonomi yang berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi nasional dan lokal. Dampak positif dari pariwisata domestik meliputi penyebaran geografis manfaat pariwisata, dan manfaat non-ekonomi seperti dukungan untuk pembangunan bangsa dan integrasi. Pariwisata domestik bertindak sebagai elemen penstabil dalam ekonomi pariwisata karena melindungi pendapatan dan pekerjaan penyedia produk pariwisata selama musim sepi. Pariwisata domestik membantu pengusaha lokal dan usaha kecil untuk berkembang dan dapat menghindari arus keluar keuntungan karena pengembangannya tidak memerlukan investasi besar dan kadang-kadang berkembang tanpa kontrol dan investasi eksternal. Pariwisata domestik dapat menjadi pengembangan ekonomi lokal, karena wisatawan domestik cenderung membeli barang dan jasa lokal tidak seperti wisatawan internasional yang hanya fokus pada produk wisata.¹¹

1.6.3. Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan implementasi desentralisasi yang menggambarkan dan mengukur perkembangan ekonomi di daerah. Semakin banyak nilai pendapatan asli daerah maka semakin banyak pula alokasi pembangunan daerah agar masyarakat sejahtera¹². PAD menunjukkan seberapa tinggi pertumbuhan ekonomi masyarakat dan campur tangan Pemerintah Daerah

¹⁰ Mark Anthony Camilleri and Mark Anthony Camilleri, *The Tourism Industry: An Overview* (Springer, 2018).

¹¹ K H Mkwizu and H G Mtae, 'Selfie and Marketing of Domestic Tourism', *International Journal of Research & Methodology in Social Science*, 4.4 (2018), 77–87.

¹² Titi Darmi, 'Locally-Generated Revenue as A Capacity Parameters of New Regional Autonomy Management', *Jurnal Kebijakan Dan Administrasi Publik*, 22.1 (2018), 1–13.

yang berperan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat. Tanpa program pembangunan ekonomi dari Pemerintah Daerah, sepertinya sulit bagi daerah untuk maju dalam bidang ekonomi. Daerah yang bisa dijadikan indikator pertumbuhan ekonomi masyarakat, misalnya; pengembangan sektor pertanian, pengembangan sektor pertambangan dan energi, pengembangan sektor industri, pengembangan sektor pariwisata, dan lain-lain.

Berdasarkan Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah, Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan pendapatan daerah yang bersumber dari:

- a. pajak daerah
- b. retribusi daerah
- c. hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan
- d. lain – lain pendapatan asli daerah yang sah

1.7.Operasionalisasi Konsep

Peneliti akan menyusun operasionalisasi konsep sesuai dengan teori manajemen strategis oleh David J Hunger dan Thomas L. Wheelen yang meliputi Mengamati Lingkungan (*Environment Scanning*); Penyusunan strategi (*Strategy Formulation*); Pelaksanaan Strategi (*Strategy Implementation*); Evaluasi atau *control*¹³ serta melakukan pendekatan menggunakan analisis SWOT sebagai acuan utama. Peneliti juga melakukan elaborasi menggunakan Strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Semarang sebagai strategi pengembangan pariwisata yang dilakukan untuk meningkatkan potensi pariwisata yang ada di suatu kawasan, cara yang dilakukan dapat berupa melakukan perbaikan terhadap infrastruktur yang ada baik itu secara fisik maupun non fisik, semua itu bertujuan untuk meningkatkan

¹³ J. David Hunger dan Tomas L. Wheelen, Management Strategis, dalam Ismail Sholihin, *Manajemen Strategik*, (Bandung: Erlangga, 2012), hlm. 78.

kesejahteraan masyarakat yang berada di sekitar daerah tujuan wisata. Adapun operasionalisasi konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengamati Lingkungan (*Environment Scanning*) berdasarkan analisis SWOT
2. Penyusunan Strategi (*Strategy Formulation*)

Indikator berdasarkan Rencana Strategi Dinas Pariwisata Kota Semarang aspek Memelihara Obyek Wisata dan Memfasilitasi Kesenian Lokal meliputi :

- a. Peningkatan Kesadaran dan Kepedulian Masyarakat dan Wisatawan Terhadap Obyek Wisata Kota Lama seperti kebijakan tanda larangan seperti dilarang membuang sampah sembarangan, dilarang merusak obyek wisata dan fasilitas sarana dan prasarana, dsb.
- b. Peningkatan dan Pengembangan Atraksi Budaya dan Kualitas Kesenian Lokal yang bertujuan untuk menarik wisatawan agar datang ke Kota Semarang.

3. Pelaksanaan Strategi (*Strategy Implementation*)

Indikator berdasarkan Rencana Strategi Dinas Pariwisata Kota Semarang aspek Peningkatan Promosi Pariwisata, Atraksi Wisata, Produk dan Jasa Kepariwisataaan meliputi :

- a. Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kalangan Masyarakat sekitar Kota Lama.
- b. Peningkatan SDM Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Kota Lama.
- c. Peningkatan Kesadaran dan Partisipasi Masyarakat Kota Semarang khususnya sekitar Kota Lama Dalam Menciptakan Atraksi Baru
- d. Peningkatan Kerjasama Pariwisata Dari Daerah Maupun Negara Lain.

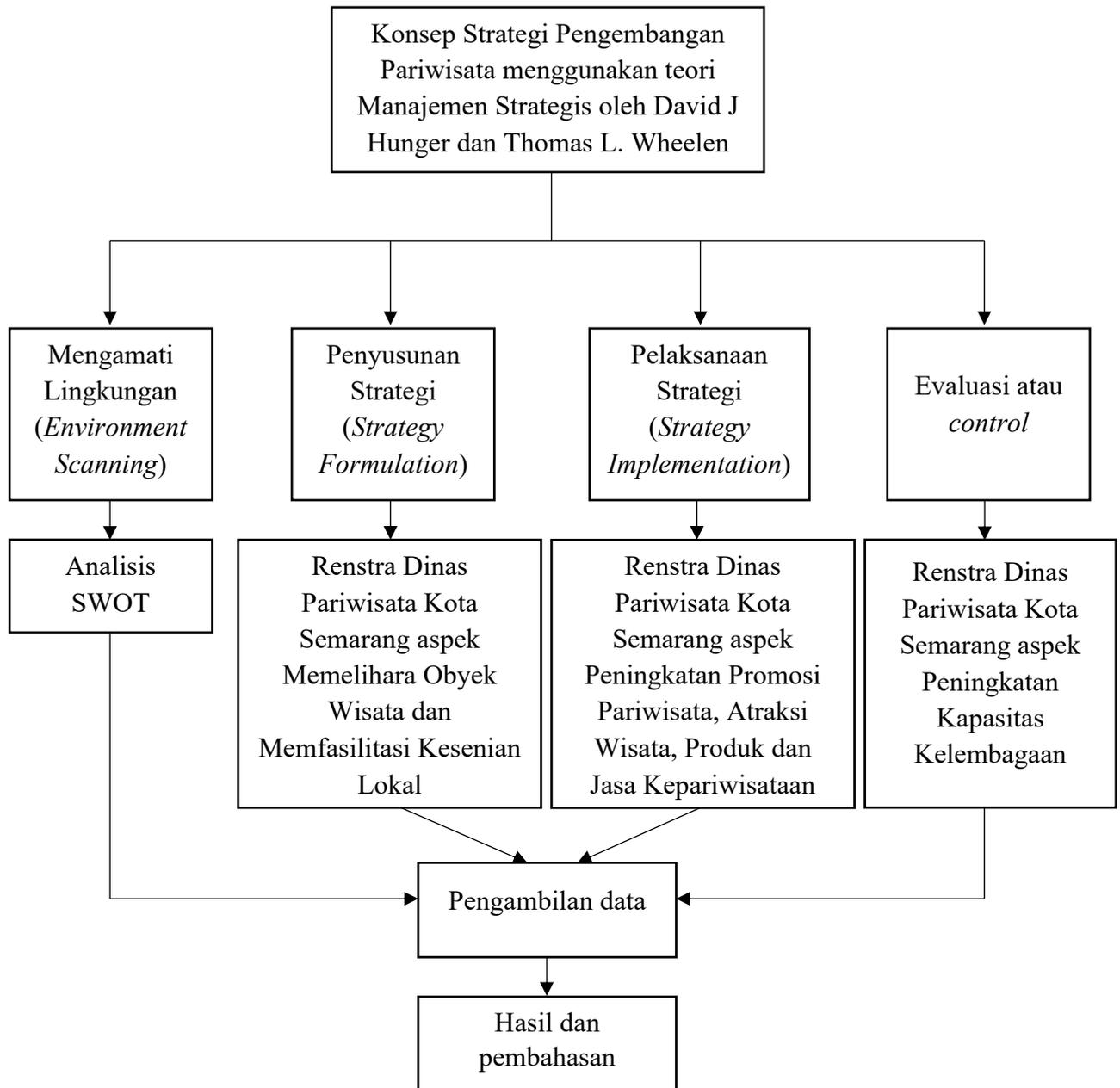
4. Evaluasi atau *control*

Indikator berdasarkan Rencana Strategi Dinas Pariwisata Kota Semarang aspek Peningkatan Kapasitas Kelembagaan meliputi :

- a. Peningkatan Pelaporan Kinerja dan Keuangan Dinas Pariwisata Kota Semarang yang berkaitan dengan anggaran biaya yang dikeluarkan untuk memfasilitasi obyek wisata Kota Lama.
- b. Peningkatan Sarana dan Prasarana Aparatur, untuk mendorong dan membantu memantau dan mengevaluasi obyek wisata Kota Lama.
- c. Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia agar dapat memberikan ide atau gagasan terbaik untuk mengembangkan obyek wisata Kota Lama.

1.8. Kerangka Berpikir

Bagan 1.1
Kerangka Berpikir



Sumber: Ditulis oleh penulis

1.9. Metode Penelitian

1.9.1. Desain Penelitian

Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bermaksud untuk memahami suatu fenomena melalui perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata baik tertulis maupun lisan, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah¹⁴. Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang melalui pendekatan dalam mengeksplorasi suatu gejala sentral dengan melakukan wawancara kepada partisipan penelitian dengan mengajukan pertanyaan yang umum serta luas, kemudian informasi tersebut nantinya dikumpulkan, dianalisa, dan diinterpretasi lebih mendalam¹⁵. Peneliti kualitatif berusaha membangun makna tentang suatu fenomena berdasarkan pandangan-pandangan dari para partisipan¹⁶. Disini peneliti akan menggunakan pengumpulan data atau informasi melalui wawancara secara mendalam dan detail untuk mendapatkan informasi-informasi baik tertulis dan tidak tertulis secara terbuka agar dapat mengumpulkan pandangan-pandangan dari partisipan.

1.9.2. Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini, akan dilaksanakan di Kantor Dinas Budaya dan Pariwisata Kota Semarang dan Obyek Kota Lama guna mendapatkan informasi dan data tentang permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Dengan itu mempermudah peneliti untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan.

1.9.3. Jenis Penelitian

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data terhadap pengumpul data¹⁷. Data primer merupakan data yang diambil dan didapatkan melalui pengamatan di lapangan. Data primer didapatkan

¹⁴ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Posda Karya, 2013).

¹⁵ John W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Sage Publication Inc, 2009).

¹⁶ Creswell.

¹⁷ D Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013).

melalui pengamatan obyek penelitian ataupun berasal dari wawancara. Wawancara yang diterapkan dalam penelitian kualitatif adalah menggunakan wawancara mendalam (*in-depth interview*)¹⁸ Pengambilan data primer ini dilakukan dengan informan untuk menggali mengenai informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data, ataupun dokumen¹⁹ Data sekunder merupakan berkas maupun data yang ada atau berkaitan dengan penelitian. Data sekunder dapat berupa laporan, catatan, ataupun data lainnya yang akan diolah nantinya oleh peneliti. Data sekunder juga dapat sebagai data pelengkap yang berasal dari referensi bukti, jurnal, skripsi, thesis, dan lainnya.

1.9.4. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan individu atau kelompok yang diharap dapat memberikan informasi yang jujur dan aktual dengan kasus yang di teliti. Dalam melakukan penelitian, harus sekali untuk memperhatikan kecermatan dalam memilih informan. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling untuk mengambil data penelitian melalui berbagai pertimbangan. Pertimbangan tersebut dapat berupa anggapan bahwa informan terkait telah memenuhi kualifikasi karena menguasai situasi sosial yang diteliti. Data yang diraih nantinya berkualitas. Dengan itu mempermudah peneliti untuk mendapatkan dan menganalisis informasi dari berbagai perspektif. Berikut informan yang peneliti pilih untuk mencari data yang dicari terkait permasalahan yang diangkat oleh peneliti:

a. Pemerintah

- Ketua Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang: R Wing Wiyarso Poespojoedho, S.Sos, M.Si

¹⁸ M B Gainau, *Pengantar Metode Penelitian* (Depok: PT Kanisius, 2016).

¹⁹ Sugiyono.

- b. Pihak Swasta
 - Para Pelaku Usaha UMKM
- c. Masyarakat/Pengunjung sekitar Kota Lama Semarang

1.9.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara untuk mendapatkan data dan mengolah data yang telah didapatkan. Peneliti disini menggunakan tiga metode sumber data.

a. Observasi

Observasi atau pengamatan yang dilakukan oleh seseorang mengenai hal yang sudah terencana ataupun yang belum terencana serta terpintas atau dengan jangka waktu yang cukup lama. Pada observasi biasanya memiliki makna salah satu cara guna mengumpulkan data-data yang sesuai dengan realita atau fakta yang ada di lapangan. Peneliti mengobservasi objek penelitian seperti sarana dan prasarana agar menemukan permasalahan yang diteliti.

b. Wawancara

Wawancara merupakan tindakan pengumpulan informasi melalui mekanisme tanya jawab yang mempertemukan antara penulis dan informan bahkan *key informan* untuk bertukar informasi melalui mekanisme tanya jawab, dapat dikonstruksikan dalam penelitian tertentu²⁰. Dalam proses wawancara, memiliki salah satu ciri yang ada yaitu dengan adanya interaksi antara pemberi informasi dengan pencari informasi. Dalam wawancara terdapat proses tanya jawab sebagai rangkaian untuk mencari suatu informasi guna mencari data untuk menunjang penelitian. Peneliti mewawancarai beberapa pihak yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti oleh peneliti seperti pada sub bab informan di atas.

²⁰ Sugiyono.

c. Dokumen

Dokumen merupakan salah satu cara yang digunakan guna mengumpulkan data – data yang bersifat tertulis. Teknik dokumentasi dilakukan dengan cermat melalui analisa secara mendalam dokumen yang telah dibuat oleh subjek sendiri atau orang lain perihal penelitian²¹. Hal itu digunakan untuk di pelajari serta di kumpulkan. Dalam dokumen, data – data dapat berasal dari beberapa arsip, laporan ataupun teks yang berkaitan dengan obyek penelitian.

1.9.6. Teknik Analisis Data

Tahap analisis ditujukan dalam mengidentifikasi serta menjelaskan makna dari data-data yang telah didapat²². Jelas, data informasi yang telah diberikan oleh narasumber dianalisis menggunakan pemahaman penulis serta merujuk pada sumber ilmiah. Terdapat tiga tahap dalam menganalisis data kualitatif menurut Huberman²³ yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah langkah untuk memilah dan memilih beberapa hal yang diperlukan guna diteliti. Setelah itu, kita bisa mencari pola yang dibutuhkan untuk peneliti di tahap ini melakukan seleksi informasi yang berkaitan dengan penelitian. Dan juga informasi mana yang memiliki maupun tidak memiliki keterkaitan dengan penelitian. Jika ada beberapa data yang dikurangi makan berbentuk kerucut, hal itu dapat mengurangi dan mengarah pada point permasalahan dapat memberikan objek penelitian yang lebih teliti dan jelas²⁴.

²¹ M Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2020).

²² A Manzilati, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, Dan Aplikasi* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2017).

²³ Ahmad Rijali, ‘Analisis Data Kualitatif’, *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17.33 (2019), 81–95 <<https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>>.

²⁴ Rijali.

b. Penyajian Data

Dari data – data yang sudah didapatkan dan disajikan melalui deskripsinya yang berbentuk teks, data – data yang ditampilkan oleh peneliti baiknya harus disajikan dengan seteliti mungkin melalui fakta – fakta yang benar adanya. Hal ini bertujuan agar bisa menyajikan data yang sudah direduksi dengan benar dan sesuai seperti yang ada di lapangan. Penyajian data ini dapat mempermudah peneliti dalam menengok dan memahami gambaran mulai dari data tertentu hingga menyeluruh²⁵.

c. Penarikan Kesimpulan

Proses yang dilakukan dalam tahap pengambilan keputusan merupakan langkah verifikasi setelah seluruh data terkumpul. Dengan menarik kesimpulan maka harus didasari dengan pengambilan keputusan pada tahap akhir ini, setelah itu semua permasalahan yang menjadi objek penelitian bisa dipahami, dianalisis dan ditemukan jawaban yang tepat. Kesimpulan yang dihasilkan merupakan hasil dari penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan pada hasil dari analisis data²⁶.

²⁵ Rijali.

²⁶ Rijali.