

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia merupakan negara hukum, begitu yang dinyatakan dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945 pasal 1 ayat (3), sehingga seluruh sendi kehidupan dalam bermasyarakat, berbangsa dan bernegara harus berdasarkan pada norma-norma hukum. Hukum harus dijadikan dasar dalam penyelesaian masalah-masalah yang berkenaan dengan perorangan maupun kelompok, baik masyarakat maupun negara, juga dalam berbagai aktifitas seperti tentang masalah pariwisata

Pariwisata merupakan sektor yang ikut berperan penting dalam usaha peningkatan pendapatan. Indonesia merupakan negara yang memiliki keindahan alam dan keanekaragaman budaya, sehingga perlu adanya peningkatan sektor pariwisata. Hal ini dikarenakan pariwisata merupakan sektor yang dianggap menguntungkan dan sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai salah satu aset yang di gunakan sebagai sumber yang menghasilkan bagi Bangsa dan Negara.

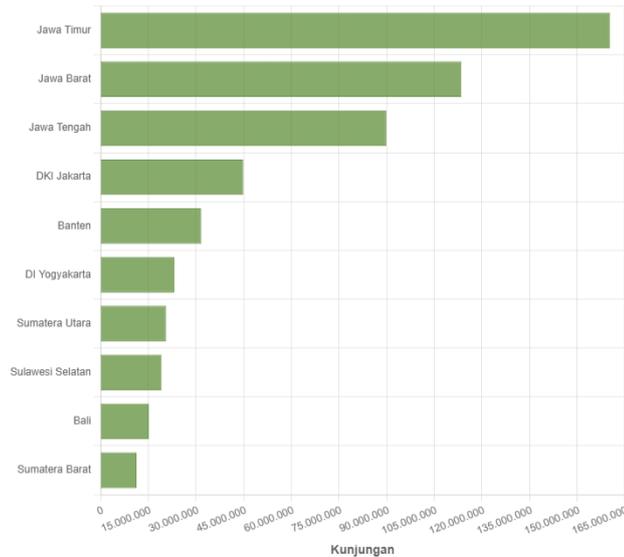
Saat ini sektor pariwisata merupakan sektor yang bisa dikatakan sangat penting, karena akan membantu pemerintah mendapatkan tambahan devisa. Pengembangan pariwisata menimbulkan dampak ekonomi bagi masyarakat. Sektor pariwisata merupakan sektor yang berpotensi yang berperan untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), penyerapan tenaga kerja, mendorong pemerataan Pembangunan nasional, pemasukan devisa,

meningkatkan tingkat produksi dan efek multiplier. Menurut Todaro dan Smith, (2006) mengatakan bahwa pertumbuhan ekonomi merupakan suatu proses peningkatan kapasitas produktif dalam suatu perekonomian secara terus-menerus atau berkesinambungan sepanjang waktu sehingga menghasilkan tingkat pendapatan dan output nasional yang semakin lama semakin besar. Dalam hal ini, sektor pariwisata berperan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Industri pariwisata dan ekonomi kreatif di Tanah Air sudah semakin menunjukkan kebangkitan. Pada tahun 2022-2023 adalah tahun recovery pariwisata Indonesia. Momentum kebangkitan pariwisata global menjadi peluang mengembangkan potensi wisata lokal dan ekonomi kreatif

Indonesia meningkatkan performa yang dampak lanjutannya adalah memperbesar peluang usaha dan lapangan kerja. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara sedangkan wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. Berikut gambar grafik 10 provinsi dengan data tujuan wisata nusantara dari Januari 2023 hingga Desember 2023:

Gambar 1.1 10 Provinsi Tujuan Wisata Nusantara



Sumber: Badan Pusat Statistik (Januari 2024)

Pada gambar diatas menjelaskan bahwa terdapat 10 provinsi dengan tujuan wisata nusantara terbanyak dari Januari 2023 hingga Desember 2023. Melansir data Badan Pusat Statistik (BPS), Jawa Timur menempati posisi pertama sebagai provinsi yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan nusantara selama 2023, periode Januari hingga September. Angka kunjungannya pun jauh di atas Provinsi Bali yang kerap dianggap destinasi wisata favorit di Indonesia. BPS mencatat terdapat 160.324.462 kunjungan wisatawan domestik ke Jawa Timur. Sementara itu, Provinsi Bali berada peringkat sembilan dengan total 15.173.617 kunjungan wisatawan domestik pada tahun lalu. Meskipun begitu, Provinsi Bali tetap menjadi destinasi wisata favorit wisatawan mancanegara. Tercatat hingga 390.238 kunjungan wisatawan asing melalui

Bandara Ngurah Rai, Bali, pada November 2023. Angka ini jauh lebih tinggi dibandingkan dengan kunjungan wisatawan mancanegara ke Bandara Soekarno Hatta yang sebanyak 181.024 kunjungan. Menyusul Jawa Timur, terdapat Provinsi Jawa Barat dengan angka kunjungan wisatawan nusantara hingga 113.517.757 perjalanan. Salah satu kota favorit masyarakat Indonesia untuk berwisata juga berada di provinsi ini, yakni Kota Bandung. Bandung tidak hanya dikenal dengan kotanya yang asri, tetapi juga wisata kulinernya yang beragam. Bahkan, Bandung dinobatkan sebagai kota dengan kuliner terbaik di ASEAN versi Taste Atlas 2023. Pada urutan ketiga terdapat Provinsi Jawa Tengah dengan total 89.926.347 kunjungan wisatawan domestik pada 2023. DKI Jakarta pun menyusul dengan 44.845.453 kunjungan dan Banten mengekor dengan 31.606.599 kunjungan, hal ini harusnya dijadikan evaluasi oleh Pemerintah Provinsi yang bertujuan untuk dapat bersaing dalam hal kunjungan wisata tersebut. Sementara itu, kota pilihan nomor satu masyarakat Indonesia untuk berwisata, yakni Yogyakarta, mencatat sebanyak 23.158.305 kunjungan wisatawan nusantara.

Sandiaga selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) mengatakan untuk mendorong target kunjungan wisatawan, Sandiaga bersama kementeriannya bakal menerapkan berbagai strategi, salah satunya dengan mempersiapkan inovasi, atraksi, kolaborasi.

Perencanaan dalam pariwisata sangat dibutuhkan karena untuk mengetahui konsekuensi dari perkembangan yang dapat mempengaruhi aspek-aspek pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu bagian penting di dalam suatu

negara dan dapat membantu dalam peningkatan pendapatan nasional maupun pendapatan daerah. Perencanaan pembangunan adalah suatu proses penyusunan tahapan-tahapan kegiatan yang melibatkan berbagai unsur pemangku kepentingan di dalamnya, guna pemanfaatan dan pengalokasian sumber daya yang ada, dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat pada suatu lingkungan wilayah atau daerah dalam jangka waktu tertentu.

Kota Semarang secara geografis dan sosiologis memiliki daya tarik pariwisata dengan karakter dan keunikan tersendiri dibandingkan kota lain di Indonesia. Secara geografis kota Semarang terdiri atas daerah perbukitan dan daerah pantai yang memiliki potensi alam yang memiliki nilai jual pariwisata yang apabila dikelola dan dikembangkan dengan baik akan memberikan kontribusi terhadap pendapatan asli daerah. Sementara itu, secara sosiologis seni dan budaya masyarakat yang majemuk dan multi kultur memberikan kekhasan terhadap seni dan budaya masyarakat Kota Semarang yang harmonis.

Beragam objek wisata yang dimiliki oleh Kota Semarang menjadi daya tarik bagi wisatawan. Di samping itu, Kota Semarang merupakan ibu kota Jawa Tengah yang memiliki banyak akses untuk menuju ke tempat wisata. Hal ini menjadi suatu keuntungan bagi Kota Semarang dalam pengembangan pariwisata sehingga menjadi pemasukan pendapatan asli daerah. Berikut terdapat berbagai macam kategori pariwisata yang dimiliki oleh Kota Semarang.

Tabel 1.1 Objek Wisata di Kota Semarang

No	Kategori	Unit				
		2018	2019	2020	2021	2022
1	Objek Wisata Budaya	25	35	35	35	59
2	Objek Wisata Bahari	3	4	4	5	5
4	Objek Wisata Pertanian	4	6	6	6	6
6	Objek Wisata Alam	17	27	27	27	43
7	Objek Wisata Sejarah	5	5	5	5	5
8	Objek Wisata Religi	19	22	22	22	41
9	Objek Wisata Pendidikan	3	3	3	3	3
10	Objek Wisata Kuliner	9	14	14	15	151
11	Objek Wisata Belanja	12	22	22	23	23
12	Objek Wisata Buatan	47	57	58	58	76
Jumlah		144	196	196	199	412

Sumber: Portal Semarang, 2023 (diolah)

Berdasarkan tabel di atas, Kota Semarang memiliki berbagai macam jenis objek wisata ada sebagai daya tarik bagi Kota Semarang. Daya tarik wisata yang bervariasi dan berkualitas merupakan hal yang penting untuk memberi motivasi wisatawan dalam berwisata khususnya dalam pertimbangan seseorang atau kelompok memilih destinasi wisata tersebut (Ritchie and Crouch, 2003). Maka dari itu, Kota Semarang pun menjadi tujuan wisatawan untuk berlibur baik itu wisatawan domestik maupun mancanegara. Dalam 12 kategori tersebut terdapat

objek wisata yang dapat dimaksimalkan dikembangkan dan dibudidayakan oleh Pemerintah Kota Semarang.

**Tabel 1.2 Kunjungan Wisatawan Kota Semarang
Kategori Domestik dan Mancanegara**

No	Kategori	2018	2019	2020	2021	2022
1	Wisatawan Domestik	5.703.283	7.223.529	2.063.574	2.663.684	5.338.233
2	Wisatawan Mancanegara	66.105	82.030	5.501	77	4.918

Sumber: Portal Semarang, 2023 (dolah)

Berdasarkan tabel di atas, kunjungan wisatawan dari tahun 2018-2019 selalu naik kunjungan wisatawannya. Namun, pada tahun 2020 terjadi penurunan signifikan pada wisatawan domestik dan mancanegara. Wisatawan domestik dari angka 7.223.529 wisatawan menjadi 2.063.574 wisatawan yang mengalami penurunan sebesar 71,4%. Pada wisatawan mancanegara pun mengalami penurunan signifikan dari angka 82.030 wisatawan menjadi 5.501 wisatawan yang mengalami penurunan sebesar 93,2%. Penurunan tersebut disebabkan oleh kebijakan Pemerintah terkait pembatasan kegiatan masyarakat yang menyebabkan wisatawan luar negeri tidak dapat masuk ke Indonesia dan wisatawan domestik juga terbatas dalam melakukan aktivitasnya termasuk aktivitas pariwisata.

Tabel 1. 3 Kunjungan Wisata Pada 3 Objek Wisata di Kota Semarang

Bulan & Tahun	Makam Mbah Depok	Kota Lama	Hutan Wisata Tinjomoyo
Januari 2023	-	114.198 Orang	1.120 Orang
Februari 2023	-	224.753 Orang	609 Orang
Maret 2023	-	265.596 Orang	494 Orang
April 2023	-	617.639 Orang	390 Orang
Mei 2023	547 Orang	957.167 Orang	698 Orang
Juni 2023	540 Orang	1.039.856 Orang	827 Orang
Juli 2023	1.366 Orang	1.214.561 Orang	1.050 Orang
Agustus 2023	1.184 Orang	1.302.025 Orang	478 Orang
September 2023	1.181 Orang	1.282.212 Orang	900 Orang
Oktober 2023	2.614 Orang	1.229.668 Orang	1.031 Orang

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang (2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa kunjungan wisata tertinggi ada di Kota Lama Semarang. Kota Lama Semarang juga sudah ditetapkan sebagai Kawasan Cagar Budaya Nasional. Kota Lama juga memiliki beberapa spot foto bangunan Belanda, restoran, taman, dan lainnya. Sudah tidak dipungkiri bahwa Kota Lama Semarang menjadi kunjungan wisata tertinggi diantara para objek wisata lainnya. Selanjutnya terdapat Makam Mbah Depok. Kota Semarang memang memiliki banyak tokoh agama yang berpengaruh dalam penyebaran agama Islam. Salah satu dari tokoh tersebut adalah Habib Thoah bin Muhammad Al-Qadhi, atau biasa dikenal dengan sebutan Mbah Depok. Maka, tak heran jika memang makam Mbah Depok yang terletak Jalan Depok, Kota Semarang ini tak sepi pengunjung yang berziarah setiap harinya. Makam Mbah Depok sendiri merupakan situs religi bersejarah yang

menggabungkan unsur-unsur budaya Jawa dan Islam. Kemudian untuk objek wisata dengan kunjungan rendah ada di Hutan Wisata Tinjomoyo. Hutan Wisata Tinjomoyo. Populasi pohon jati serta pinus, menjadi tumbuhan yang paling banyak ditemukan di hutan ini. Selain itu, juga terdapat kegiatan seru seperti outbond, jogging, permainan airsoft gun bahkan berkemah. Hanya saja dengan luas Hutan Wisata Tinjomoyo yang berhektar hektar dan memiliki potensi wisata tersendiri, objek wisata tersebut masih minim peminat dan pengunjung.

Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) merupakan dokumen perencanaan pembangunan daerah sebagai landasan dan pedoman bagi Pemerintah Daerah dalam melaksanakan pembangunan 5 (lima) tahun. Pada RPJMD Kota Semarang Tahun 2021-2026 merupakan penjabaran dari tahapan pembangunan periode keempat atau terakhir RPJPD Kota Semarang Tahun 2005-2025. Tema pembangunan RPJPD periode ini menjadi salah satu rujukan kepala daerah dalam menyusun Visi dan Misi Kota Semarang untuk tahun 2021-2026. Visi pembangunan Kota Semarang Tahun 2021-2026 berdasarkan visi Walikota dan Wakil Walikota Semarang terpilih adalah: *“Terwujudnya Kota Semarang Yang Semakin Hebat Berlandaskan Pancasila Dalam Bingkai Nkri Yang Ber-Bhineka Tunggal Ika”* Makna dari visi tersebut adalah Kota Semarang yang hebat akan menjadi semakin hebat kedepannya. Untuk mewujudkan visi tersebut, dirumuskan 5 misi sebagai berikut:

1. Meningkatkan Kualitas dan Kapasitas Sumber Daya Manusia yang Unggul dan Produktif untuk Mencapai Kesejahteraan dan Keadilan Sosial.

2. Meningkatkan Potensi Ekonomi Lokal yang Berdaya Saing dan Stimulasi Pembangunan Industri, Berlandaskan Riset dan Inovasi Berdasar Prinsip Demokrasi Ekonomi Pancasila.
3. Menjamin Kemerdekaan Masyarakat Menjalankan Ibadah, Pemenuhan Hak Dasar dan Perlindungan Kesejahteraan Sosial serta Hak Asasi Manusia bagi Masyarakat Secara Berkeadilan.
4. Mewujudkan Infrastruktur Berkualitas yang Berwawasan Lingkungan untuk Mendukung Kemajuan Kota.
5. Menjalankan Reformasi Birokrasi Pemerintahan secara Dinamis dan Menyusun Produk Hukum yang Sesuai Nilai-Nilai Pancasila dalam Kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia

Pelaksanaan pembangunan pada misi keempat tersebut yaitu “*Mewujudkan Infrastruktur Berkualitas Yang Berwawasan Lingkungan Untuk Mendukung Kemajuan Kota*” diprioritaskan pada Pengelolaan keanekaragaman hayati (KEHATI) yang difokuskan pada: (1) Pembangunan Taman Tematik; (2) Penghijauan Sempadan Sungai Semarang; dan (3) Pembangunan Kebun Raya Tinjomoyo.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang mendukung misi keempat dengan program pengelolaan keanekaragaman hayati, yang terdiri dari pembangunan kebun raya Tinjomoyo. Kebun raya adalah suatu lahan yang ditanami berbagai jenis tumbuhan yang ditujukan untuk keperluan koleksi, penelitian dan konservasi diluar habitat. Kebun raya ini juga dapat berfungsi

sebagai sarana wisata dan pendidikan atau edukasi bagi pengunjung. Kawasan Tinjomoyo dengan luas lebih dari 50 hektar, memiliki potensi untuk dapat dikembangkan menjadi kebun raya. Hal ini dapat dilengkapi dengan berbagai jenis tanaman dan dilengkapi dengan sarana prasarana pendukungnya. sehingga bisa menjadi destinasi wisata alam baru di Kota Semarang yang dilengkapi dengan penyelenggaraan event seni budaya.

Dalam Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata menyebutkan dalam Bab IV Pasal 6 bahwa pentingnya meningkatkan sarana prasarana umum, fasilitas umum, dan fasilitas pariwisata. Pengembangan sarana prasarana wisata bertujuan untuk menciptakan kepuasan wisatawan dalam menikmati waktu berliburnya. Integrasi dengan pemanfaatan Tinjomoyo sebagai tempat wisata minat khusus antara lain untuk pengembangan sarana dan prasarana perkotaan dan peningkatan konektivitas wilayah. Dalam objek wisata di Hutan Wisata Tinjomoyo, pastinya dibutuhkan sarana prasarana yang inovatif dan adaptif. Prasarana dan sarana dapat menjadi penunjang penting agar daya tarik wisata banyak diminati wisatawan, karena apabila prasarana dan sarana tidak dikembangkan dengan baik akan berakibat berkurangnya minat wisatawan yang berkunjung. Juga pastinya sarana dan prasarana ini dapat diartikan sebagai sarana prasana yang berkelanjutan dan berkualitas.

Hutan Wisata Tinjomoyo berada dalam kewenangan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang yang pada pelaksanaannya membentuk UPTD dengan

Peraturan Walikota Semarang Nomor 122 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Hutan Wisata Tinjomoyo Kota Semarang. UPTD Tinjomoyo memiliki tugas untuk melaksanakan sebagian kegiatan teknis operasional Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang meliputi pengelolaan dan pemberian pelayanan objek wisata Tinjomoyo. Berikut adalah strategi yang menjadikan pedoman Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang:

Tabel 1. 4 Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang

Landasan	Strategi
Rencana Strategi DISBUDPAR Mendukung Misi Kedua Kota Semarang	<p>Program Prioritas dengan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Program pemberdayaan ekonomi lokal yang terdiri dari dukungan kegiatan pemberdayaan (non fisik) pada rumpun ekonomi dan agenda event tahunan lokal - Program pemasaran produk yang terdiri dari promosi pariwisata, kerjasama promosi wisata, gelaran seni, amphibi bus (paket bus) - Program kemitraan usaha yang terdiri dari Semarang creative makerspace, fasilitas startup lokal sektor musik, seni, pertunjukan film - Peningkatan daya saing daerah dengan pengembangan sportourism, fasilitasi HAKI
Rencana Strategi DISBUDPAR Mendukung Misi Keempat Kota Semarang	<p>Program prioritas dengan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Program pengelolaan keanekaragaman hayati di Hutan Wisata Tinjomoyo - Program pengembangan sarana dan prasarana perkotaan - Program peningkatan konektivitas wilayah
Strategi pada Rencana Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang	<ul style="list-style-type: none"> - Memelihara warisan budaya dan memfasilitasi kesenian lokal - Peningkatan kapasitas kelembagaan - Peningkatan promosi pariwisata, atraksi wisata, produk dan jasa kepariwisataan

Sumber: Rencana Strategi DISBUDPAR 2023

Dapat dilihat dari tabel di atas, bahwa strategi eksisting dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang yaitu berlandaskan pada Rencana Strategi. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang diprioritaskan pada promosi pariwisata bersama (daerah hinterland), promosi Kota Semarang, open rooftop, double decker bus. Untuk mendukung misi kedua yaitu meningkatkan potensi ekonomi lokal yang berdaya saing dan stimulasi pembangunan industri, berlandaskan riset dan inovasi berdasar prinsip demokrasi ekonomi Pancasila. Sedangkan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam mendukung misi keempat dengan program prioritas yaitu pengelolaan keanekaragaman hayati di Hutan Wisata Tinjomoyo. Disbudpar tidak terlibat secara langsung tetapi mendukung karena Kebun Raya Tinjomoyo terletak di asset UPTD Tinjomoyo yang merupakan naungan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang tetapi yang terlibat yaitu Dinas Lingkungan Hidup.

Tabel 1. 5 Kegiatan Nasional di Hutan Wisata Tinjomoyo

Bulan & Tahun	Acara atau Program
Mei 2023	Jembatan Kaca (belum dioperasikan)
Maret 2023	Jambore Pokdarwis
Februari 2023	Gerakan Masyarakat Para Pemilik Tanah untuk memasang tanda batas (GEMAPATAS)
November 2022	Penanaman 1200 Pohon
Desember 2021	Launching Bersertifikat CHSE (Clean, Health, Safety, Environment)

Sumber: Instagram Disbudpar & Tinjomoyo (diolah)

Pada tahun 2023 kegiatan yang dilakukan di Hutan Wisata Tinjomoyo dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dan pihak yang terkait yaitu acara Jambore Pokdarwis pada 10 Maret 2023. Jambore Pokdarwis adalah pertemuan para Kelompok Sadar Wisata. Acara Jambore Pokdarwis Kota Semarang dihadiri oleh 25 Pokdarwis se-Kota Semarang. Dalam kegiatan tersebut juga sekaligus launching Lomba Foto-Video yang bekerja sama dengan Pawon Semar (Paguyuban Wong Semarang). Strategi yang dilakukan Pemerintah Kota Semarang juga baik dalam konteks kolaborasi, dimeriahkan dengan berbagai kegiatan seperti Jambore Pokdarwis, hiburan Wayang Orang Truthug, Pasar Tani, Bazar UMKM, lomba foto dan video, dan masih banyak lagi. Jika ada partisipan online dari luar kota maupun luar pulau, bisa ditonton secara live di Youtube Channel Semarang. Kegiatan termasuk strategi pengembangan pariwisata dengan kolaborasi dan bertujuan untuk menggenjot sektor pariwisata Kota Semarang. Walaupun masih terdapat saran dan kritik seperti kurangnya sosialisasi dan branding acara tersebut, dukungan media, tidak berkelanjutan, kurangnya akomodasi yang bisa mencakup masyarakat yang ingin naik transportasi umum, tetapi untuk acara pertama Jambore Pokdarwis sudah cukup bagus dan bermanfaat.

Strategi pengembangan pariwisata adalah upaya 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 nonfisik, sehingga semua itu bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berada disekitar daerah tujuan

wisata. A.Yoeti menyatakan bahwa dalam perencanaan strategis suatu daerah tujuan wisata dilakukan analisis lingkungan dan analisis sumber daya, tujuan analisis ini tidak lain adalah untuk mengetahui kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) organisasi atau lembaga yang bertanggung jawab terhadap pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata tersebut. Perencanaan dalam pariwisata sangat dibutuhkan karena untuk mengetahui konsekuensi dari perkembangan yang dapat mempengaruhi aspek-aspek pariwisata. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti merasa tertarik untuk mengangkat pertanyaan penelitian **“Bagaimana Strategi Yang Dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam Mengembangkan Pariwisata Pada Hutan Wisata Tinjomoyo?”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari berbagai permasalahan di atas, maka yang menjadi identifikasi masalah adalah:

1. Belum terimplementasi program prioritas dalam Rencana Strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang Tahun 2021-2026
2. Perlunya peningkatan infrastruktur pariwisata berdasarkan Perda Nomor 5 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata
3. Dibutuhkan strategi pengembangan pariwisata di Hutan Wisata Tinjomoyo sustainable guna meningkatkan daya saing pariwisata yang berpedoman pada misi kedua Kota Semarang mengenai peningkatan potensi ekonomi lokal yang berdaya saing.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Kondisi Lingkungan Internal dan Eksternal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang?
2. Apakah Isu Isu Strategis Selaras dengan Strategi Eksisting Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang?

1.4 Tujuan Penelitian

Bertitik tolak dari rumusan masalah yang akan dijadikan inti pembahasan maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk Menganalisis Lingkungan Internal dan Eksternal dengan Teknik SWOT Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang.
2. Untuk Menganalisis Isu-Isu Strategis dan Menyelaraskan dengan Strategi Eksisting Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang

1.5 Kegunaan Penelitian

Tanpa adanya suatu tujuan tertentu yang jelas maka kegiatan tersebut tidak dapat terarah karena tidak tahu apa yang ingin dicapai dari kegiatan yang dilakukan tersebut. Menurut Sugiyono (2017:290) bahwa kegunaan penelitian adalah untuk menemukan, mengembangkan dan membuktikan pengetahuan.

1.4.1 Kegunaan Akademis

1. Hasil penelitian dan penulisan ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau acuan untuk penulisan atau penelitian dengan topik yang serupa
2. Hasil penelitian dan penulisan ini diharapkan dapat berguna dalam pengembangan ilmu yang berhubungan dengan Administrasi Publik

terutama tentang Strategi Pengembangan Pariwisata Pasca Pandemi di Hutan Wisata Tinjomoyo Kota Semarang.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti. Penelitian ini menjadi sarana untuk belajar dan menambah pengalaman bagi peneliti. Penelitian ini juga dapat menjadi acuan dalam metode penelitian dan untuk perbandingan penelitian selanjutnya.
2. Bagi Masyarakat. Penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai strategi pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang pada Hutan Wisata Tinjomoyo untuk mempermudah masyarakat dalam memperoleh informasi dan pelayanan yang diberikan.
3. Bagi Pemerintah. Penelitian ini bermanfaat untuk peningkatan kualitas pariwisata dan sebagai tolak ukur untuk mengembangkan strategi-strategi selanjutnya

1.4.3 Kegunaan Umum

Penelitian memberikan informasi dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah dan membuat keputusan

1.6 Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan sumber lampau dari hasil penelitian yang nantinya diupayakan oleh peneliti untuk membandingkan penelitian yang akan dilaksanakan. Selain itu peneliti juga bisa memeriksa apa yang

kurang dan kelebihan untuk dikembangkan. Sehingga peneliti juga bisa membuat sebuah penelitian yang lebih baru karena tahu mana yang sudah ditemukan dan mana yang belum. Penelitian terdahulu berguna untuk mengetahui bagaimana metode penelitian dan hasil-hasil penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu digunakan sebagai tolak ukur peneliti untuk menulis dan menganalisis suatu penelitian. Tujuan penelitian terdahulu sendiri guna mengetahui langkah penulis salah atau benar. Hasil penelitian terdahulu ini juga menjadi bahan acuan peneliti dalam melaksanakan penelitian ini.

Penelitian Rusdiana & Hardjati, (2019) yang berjudul “Pengembangan Destinasi Wisata Mangrove Kecamatan Wonorejo Kota Surabaya.” *Jurnal Public Administration* Vol. 1 Nomor 7, bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengembangan destinasi wisata Mangrove Wonorejo Kecamatan Rungkut Kota Surabaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan adalah informan dan dokumen yang berhubungan dengan penelitian. Pengambilan sample dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik purposive sampling dan snowball.

Penelitian Cornelia Inri Laipi (2020) yang berjudul “Strategi Pengembangan Pariwisata di Kecamatan Airmadidi dan Kecamatan Kalawat Kabupaten Minahasa Utara”. Berdasarkan hasil penelitian, potensi daya tarik wisata yang ada di Kecamatan Airmadidi dan Kecamatan

Kalawat Kabupaten Minahasa Utara, yaitu; (1) mempunyai beragam daya tarik wisata alam, budaya dan buatan, seperti; Gunung Klabat, Arung Jeram Sawangan, Peninggalan warisan budaya Waruga, Mata Air Tumatenden, Goa Jepang, Monumen Walanda Maramis, River Park Sawangan, Raeway Hills, Hutan Kota Kuwil, Hutan Kota Kenangan, dan Kaki Dian. (2) aksesibilitas jalan, (3) fasilitas pariwisata yang memadai, seperti akomodasi, warung makan dan minum, tempat belanja oleh-oleh, air bersih, aliran listrik dan sistem telekomunikasi. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Bersifat deskriptif yaitu suatu metode penelitian yang berusaha mendeskripsikan atau menggambarkan atau melukiskan fenomena atau hubungan antar fenomena yang diteliti dengan sistematis, faktual dan akurat (Natsir, 1998).

Penelitian Enderwita (2021) yang berjudul “Strategi Pengembangan Objek Wisata Linjuang Melalui Pendekatan Analisis SWOT” bertujuan untuk Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor eksternal dan internal berupa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan pariwisata Linjuang objek wisata di Lubuk Sikaping, Kabupaten Pasaman, Sumatera Barat. Setelah analisis adalah dilaksanakan, strategi pengembangan dirumuskan dengan meminimalkan kelemahan dan ancaman dan kemudian memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan alat analisis SWOT (Strengths, Kelemahan, Peluang, Ancaman). Teknik pengumpulan data melalui literatur studi, observasi dan

wawancara terhadap pemilik, komunitas dan pengunjung Linjuang objek wisata. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa strategi untuk pengembangan objek wisata Linjuang antara lain dengan melengkapi fasilitas dan pasar seperti toilet, musala dan lokasi parkir serta pemeliharannya kawasan daya tarik wisata, kemudian mempromosikan objek wisata melalui online dan cetak media dan melibatkan pemerintah, swasta dan masyarakat dalam pengelolaan. objek wisata.

Penelitian Ibnu Imam Sholeh, Budi Hartono yang berjudul “Strategi Pengembangan Pemasaran Kerupuk UD AGUNG dengan Metode Analisis SWOT” Desain penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data survei digunakan dalam penelitian ini. Jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT Matriks IFE-EFE untuk mengidentifikasi faktor-faktor Internal dan Eksternal yang berpengaruh dalam penjualan produk. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kekuatan dan kelemahan internal UMKM terkait dengan cita rasa, hubungan baik, jangkauan pasar, alat produksi. Selanjutnya hasil dari faktor eksternal terdapat peluang dan ancaman UMKM yaitu tingginya permintaan, potensi pasar, lapangan kerja, dan ancaman yang dihadapi yaitu bahan baku fluktuatif, cuaca, muncul pesaing, dan kurangnya dukungan dalam perizinan dan pengembangan usaha. Strategi yang harus diterapkan usaha kerupuk UD AGUNG adalah strategi intensif atau strategi integratif.

Penelitian Ferina Angela Pangaribuan, Yance, Ainun Mardhiyah (2022) yang berjudul “Penerapan Analisis Swot Dalam Mengembangkan Usaha Industri Keripik” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi UD. Rezeki Baru dalam mengembangkan usaha industri keripik ubi dan pisang Cap Rumah Adat Minang serta mencari strategi alternatif yang tepat dalam mengembangkan usahanya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data penelitian diperoleh dari observasi, wawancara dan studi kepustakaan. Informan penelitian ini dibagi dalam tiga kelompok, yaitu informan kunci, informan utama dan informan tambahan ditentukan dengan purposive sampling. Teknik analisis data adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa UD. Rezeki Baru menggunakan strategi intensif dalam mengembangkan usahanya, mengembangkan produk yang ada dan memperluas pasar. Rekomendasi alternatif strategi yang tepat adalah strategi W-T, dengan mempertahankan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada, serta meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman.

Penelitian Merdiyana (2022) yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode Analisis SWOT Pada Home Industri Wen-Dang Jahe Di Kabupaten Kukar” Penelitian ini bertujuan sebagai bahan pertimbangan strategi yang cocok diterapkan dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pada Home Industri Wen-Dang di distrik Kukar. Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara mendalam

informan, dan informan dalam penelitian adalah pemilik usaha, penjual dan konsumen sementara para penipu dikumpulkan melalui studi kepustakaan, jurnal penelitian jurnal dan gambaran umum objek penelitian, visi dan misi sebuah perusahaan yang diakuisisi langsung dari wenker home industri's. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif paste-kualitatif.

Penelitian Yuyun S., Campina I. P., Nursalam, Musoffan, Darwis (2022) yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan dengan Analisis SWOT Sebagai Kawasan Wisata Unggulan Daerah. Studi Kasus Kawasan Wisata Jumiang Kabupaten Pamekasan”. Penelitian ini dilakukan dengan metode analisis deskriptif kualitatif, yakni analisis SWOT. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengembangan kawasan wisata Jurniang dapat memanfaatkan berbagai cara sesuai dengan hasil analisis SWOT yang telah dijabarkan dalam penelitian ini. Harapannya, hasil kajian dari penelitian ini dapat menjadi dasar dan bahan pertimbangan dalam pengembangan wisata edukasi yang berkelanjutan di Kabupaten Pamekasan, sehingga masyarakat dapat lebih mandiri dalam kehidupan ekonomi.

Penelitian Aulia Shalsabila, R. R. Wening Ken Widodasih (2023) yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis Swot Pada Umkm In” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha melalui analisis swot pada UMKM IIN Collection di Cikarang Pusat dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Data dari penelitian ini diambil dari hasil wawancara dan observasi pada UMKM IIN Collection dengan jumlah sebanyak 15

responden. Hasil studi menyampaikan Bahwa strategi pengembangan usaha yang dapat diterapkan dalam UMKM IIN Collection yaitu dalam hasil skor perhitungan IFAS menunjukkan bahwa kekuatan (Strength) lebih besar daripada kelemahan (Weakness) dan EFAS menunjukkan bahwa peluang (Opportunity) lebih besar daripada ancaman (Threat). Artinya UMKM IIN Collection berada di kuadran I dalam diagram SWOT dengan skor 0,47 - 0,54 yang berarti memiliki kekuatan dan peluang (SO). Situasi ini memungkinkan UMKM IIN Collection untuk menerapkan strategi agresif dengan memanfaatkan peluang. Strategi agresif ini lebih fokus terhadap strategi SO (Strength - Opportunities), yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Penelitian Mamik M. Fuadi , Ernawati, Dina Asipa Rizki (2023) yang berjudul “Analisis Swot Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Warung Nasi Priangan Di Tasikmalaya” penelitian ini menggunakan metode penelitian yang digunakan untuk mengambil kebutuhan data adalah metode kualitatif deskriptif. Dari data yang diperoleh dilakukan analisis dengan menggunakan metode analisis SWOT dengan tujuan untuk menyusun strategi pengembangan usaha Warung Nasi Priangan guna meningkatkan omset penjualan. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi yang tepat untuk digunakan oleh Warung Nasi Priangan adalah Strategi SO yaitu dengan mempertahankan rasa masakan yang enak, pelayanan yang baik dan fasilitas memadai untuk membuat pelanggan tetap loyal, serta memperluas pemasaran untuk meningkatkan omset dengan

menjaga hubungan baik antar karyawan dan konsumen. Akan tetapi, hasil analisis SWOT dengan keadaan sebenarnya tidak relevan.

1.5.2 Kajian Teori

1.5.2.1 Administrasi Publik

Administrasi publik menurut Chandler dan Plano (1998: 29-30) adalah proses dimana sumber daya dan personel publik diorganisir dan dikoordinasikan untuk memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengelola keputusan-keputusan dalam kebijakan publik. Pengarang tersebut memaparkan juga bahwa administrasi publik adalah ilmu dan seni untuk mengatur dan melaksanakan tugas yang sudah ditetapkan oleh administrasi publik yang bertujuan memecahkan masalah publik dengan penyempurnaan terutama di bidang sumber daya manusia, bidang organisasi serta keuangan. Mengutip pendapat Trecker dalam Donovan dan Jackson (1991:10) bahwa administrasi adalah proses yang dinamis dan berkelanjutan, yang bertujuan memanfaatkan secara bersama orang melalui koordinasi dan kerjasama. Menurut mereka, kegiatan keorganisasian secara implisit termasuk kedalam definisi tersebut. Tugas administrasi adalah meliputi kegiatan mengidentifikasi kebutuhan dan mendefinisikan kembali serta menginterpretasi dan menggunakan tujuan organisasi sebagai tuntutan program dan pelayanan, mengamankan sumber daya keuangan, fasilitas, staff, dan berbagai bentuk dukungan lainnya.

1.5.2.2 Manajemen Publik

Pengertian manajemen publik menurut para ahli yang akan disebutkan tergantung latar belakang pendidikan, pengalaman, atau perspektif yang dianut oleh para ahli tersebut. Diantaranya pengertian manajemen publik adalah sebagai berikut: Menurut Nor Ghofur (2014) Mengartikan bahwa manajemen publik adalah manajemen pemerintah, yang artinya manajemen publik juga bermaksud untuk melakukan perencanaan, pengorganisasian, pengontrolan terhadap pelayanan kepada masyarakat. Manajemen Publik Menurut Shafritz dan Russel (dalam Keabab, 2008:93) diartikan sebagai upaya seseorang untuk bertanggungjawab dalam menjalankan suatu organisasi, dan pemanfaatan sumber daya (orang dan mesin) guna mencapai tujuan organisasi. Menurut Overman dalam Keabab (2004:85) mengemukakan bahwa manajemen publik bukanlah “scientific management”, meskipun sangat dipengaruhi oleh “scientific manajemen”. Manajemen publik bukanlah “policy analysis”, bukanlah juga administrasi publik, merefleksikan tekanan-tekanan antara orientasi politik kebijakan di pihak lain. Manajemen publik adalah suatu studi interdisipliner dari aspek-aspek umum organisasi, dan merupakan gabungan antara fungsi manajemen seperti planning, organizing dan controlling satu sisi, dengan SDM, keuangan, fisik, informasi dan politik disisi lain. Menurut Donovan dan Jackson (2013:11-12) manajemen publik diartikan sebagai aktivitas yang dilakukan dengan serangkaian keterampilan (skill). Adapun penjelasan mengenai fungsi-fungsi manajemen menurut ahli Henry Fayol adalah sebagai berikut :

a. Perencanaan (Planning).

Perencanaan (planning) adalah fungsi dasar (fundamental) manajemen, karena pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian dan pengendalian pun harus terlebih dahulu direncanakan.

b. Pengorganisasian (Organizing)

Pengorganisasian dapat diartikan penentuan pekerjaan-pekerjaan yang harus dilakukan, pengelompokkan tugas-tugas dan membagi-bagikan pekerjaan kepada setiap karyawan, penetapan departemen-departemen (subsistem) dan penentuan hubungan-hubungan.

c. Pengarahan (Commanding)

Fungsi pengarahan (commanding) merupakan fungsi yang dapat diterapkan setelah rencana, organisasi, dan karyawan ada. Jika fungsi ini diterapkan maka proses manajemen dalam merealisasi tujuan bisa dimulai.

d. Pengkoordinasian (Coordinating)

Setelah dilakukan pendelegasian wewenang dan pembagian pekerjaan kepada para karyawan oleh manajer, langkah selanjutnya adalah pengkoordinasian. Setiap bawahan mengerjakan hanya sebagian dari pekerjaan perusahaan, karena itu masing-masing pekerjaan bawahan harus disatukan, diintegrasikan, dan diarahkan untuk mencapai tujuan. Tanpa koordinasi tugas dan pekerjaan dari

setiap individu karyawan maka tujuan perusahaan tidak akan tercapai. Koordinasi itu sangat penting di dalam suatu organisasi.

e. Pengendalian (controlling)

Fungsi pengendalian (controlling) adalah fungsi terakhir dari proses manajemen. Fungsi ini sangat menentukan pelaksanaan proses manajemen, karena itu harus dilakukan dengan sebaik-baiknya.

1.5.2.3 Manajemen Strategis

Manajemen Strategi secara umum dapat dipahami sebagai kombinasi model pemikiran strategis beserta manfaat manajemen, yakni persiapan, pengorganisasian, penerapan serta evaluasi. Menurut Viljoen dalam Heene (2010:76) manajemen strategis merupakan cara mengidentifikasi, memilih serta melaksanakan kegiatan yang bisa meningkatkan kinerja berkepanjangan organisasi, menentukan arah dan tujuan, keterikatan berkelanjutan atau penyesuaian antara keterampilan internal fasilitas dari organisasi serta perubahan lingkungan dimana organisasi beroperasi.

Dalam merumuskan suatu strategi tidak lepas dari pengertian tentang manajemen strategis. Menurut Fred R. David (dalam Tripomo dan Udan, 2005:27). Manajemen strategis adalah seni dan ilmu untuk formulasi, implementasi, dan evaluasi. keputusan-keputusan yang bersifat lintas fungsional, yang digunakan sebagai panduan tindakan bagi fungsi SDM, pemasaran, keuangan, produksi, dan lain-lain agar organisasi dapat mencapai tujuannya. Pendapat sejenis dikemukakan juga oleh Wahyudi (1996: 15) yang mengartikan manajemen strategik sebagai berikut

manajemen strategis adalah suatu seni dan ilmu dari pembuatan (formulating), penerapan (implementing), dan evaluasi (evaluating) keputusan-keputusan strategis antar fungsi-fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan-tujuan masa datang. Dari definisi diatas, terdapat 2 (dua) hal penting yang dapat disimpulkan, yaitu bahwa:

1. Manajemen strategis terdiri atas tiga proses :
 - a. Pembuatan strategi, yang meliputi pengembangan misi dan tujuan jangka panjang, pengidentifikasian peluang dan ancaman dari luar serta kekuatan dan kelemahan perusahaan/organisasi, pengembangan alternatif-alternatif strategi dan penentuan strategi yang sesuai untuk diadopsi.
 - b. Penerapan strategi, meliputi penentuan sasaran-sasaran operasional tahunan, kebijakan perusahaan/organisasi, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumber- sumber daya agar strategi yang telah ditetapkan dapat diimplementasikan.
 - c. Evaluasi/control strategi, mencakup usaha-usaha untuk memonitor seluruh hasil-hasil dari pembuatan dan penerapan strategi, termasuk mengukur kinerja individu dan organisasi/perusahaan serta mengambil langkahlangkah perbaikan jika diperlukan.
2. Manajemen strategis memfokuskan pada penyamanan atau penggabungan aspek-aspek pemasaran, riset dan pengembangan,

keuangan atau akuntansi dan produksi atau operasional dari sebuah bisnis.

Selain manajemen strategis, dalam proses penyusunan strategi suatu organisasi, konsep yang tidak dapat dipisahkan adalah konsep mengenai perencanaan strategis, konsep ini penting karena dalam setiap proses perumusan strategi harus melalui perencanaan strategis agar dapat mengarahkan organisasi untuk menyusun strategi yang efektif.

Bryson (2007) mengemukakan delapan tahapan strategic planning for public atau strategi untuk publik and nonprofit organizations yang harus diperhatikan adalah sebagai berikut:

1. Memprakarsai Dan Menyepakati Proses Perencanaan Strategis. Tujuan langkah pertama adalah menegosiasikan kesepakatan dengan orang-orang penting (decision makers) atau pembentuk opini (opinion leaders) internal (dan mungkin eksternal) tentang seluruh upaya perencanaan strategis dan langkah perencanaan yang terpenting. Salah satu tugas pemrakarsa adalah menetapkan secara tepat siapa saja yang tergolong orang-orang penting pembuat keputusan. Tugas berikutnya adalah menetapkan orang kelompok, unit, atau organisasi manakah yang harus dilibatkan dalam perencanaan.
2. Memperjelas Mandat Organisasi. Mandat formal dan informal yang ditempatkan pada organisasi adalah “keharusan” yang dihadapi organisasi.

3. **Memperjelas Misi Dan Nilai-Nilai Organisasi.** Bagi perusahaan atau lembaga pemerintah, atau bagi organisasi nirlaba, hal ini berarti organisasi harus berusaha memenuhi kebutuhan sosial dan politik yang dapat diidentifikasi. Namun menetapkan misi lebih dari sekedar mempertegas keberadaan organisasi. Memperjelas maksud dapat mengurangi banyak sekali konflik yang tidak perlu dalam suatu organisasi dan dapat membantu menyalurkan diskusi dan aktivitas secara produktif.
4. **Menilai Lingkungan Eksternal.** Tim perencanaan harus mengeksplorasi lingkungan diluar organisasi untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi organisasi. Sebenarnya, faktor “didalam” merupakan faktor yang dikontrol oleh organisasi dan faktor “diluar” adalah faktor yang tidak terkontrol oleh organisasi (Preffer dan Salancik, 1978).
5. **Menilai lingkungan internal.** Agar dapat mengenali kekuatan dan kelemahan internal, organisasi harus memantau sumber daya (inputs), strategi sekarang (process) dan kinerja (outputs).
6. **Mengidentifikasi isu strategis yang dihadapi organisasi.** Secara khas, perencanaan itu merupakan masalah yang sangat penting bahwa isu-isu strategis dihadapi dengan cara terbaik dan efektif jika organisasi ingin mempertahankan kelangsungan hidup dan berhasil baik. Organisasi yang tidak menanggapi isu strategis dapat menghadapi akibat yang tak diingini dari ancaman, peluang yang lenyap, atau keduanya.

7. Merumuskan strategi untuk mengelola isu-isu. Strategi didefinisikan sebagai pola tujuan, kebijakan, program, bagaimana organisasi, apa yang dikerjakan organisasi, mengapa organisasi harus mengerjakan hal itu. Strategi dapat berbeda-beda karena tingkat, fungsi dan kerangka waktu. Strategi Pengembangan Pariwisata
8. Menciptakan Visi Organisasi Yang Efektif Untuk Masa Depan. Langkah terakhir dalam proses perencanaan, organisasi mengembangkan deskripsi mengenai bagaimana seharusnya organisasi itu sehingga berhasil mengimplementasikan strateginya dan mencapai seluruh potensinya.

Perencanaan strategis berperan penting untuk sebuah organisasi di sektor publik agar lebih efektif dan efisien dalam melakukan suatu tindakan. Steiner, dkk (dalam Bryson, 2007) menjelaskan bahwa perencanaan strategis dapat membantu suatu organisasi sebagai berikut:

- a. Berpikir secara strategis dan mengembangkan strategi yang efektif. Berpikir strategis berarti berpikir secara keseluruhan dengan menelaah situasi yang sebenarnya. Tindakan strategis harus dikembangkan agar situasi masalah yang muncul dapat diatasi.
- b. Memperjelas arah masa depan. Untuk mengetahui arah masa depan, perlu melalui tujuan yang belum tercapai sehingga organisasi mengetahui kelemahan mana yang diperbaiki dan kekuatan mana yang perlu dipertahankan.

- c. Menciptakan prioritas. Setelah memperjelas arah masa depan, maka harus menciptakan prioritas yang akan membuat suatu organisasi lebih fokus terhadap tujuan yang akan dicapai dengan memahami isu-isu strategis yang sedang berkembang.
- d. Membuat keputusan sekarang dan mengingat konsekuensi masa depan. Keputusan yang telah diambil sekarang sebaiknya telah memperhitungkan konsekuensi yang akan ditemukan di masa yang akan datang, sehingga dapat meminimalisir kemungkinan buruk yang akan dihadapi oleh organisasi.
- e. Mengembangkan landasan yang kokoh bagi pembuatan keputusan. Sebuah pengambilan keputusan harus memahami latar belakang dari situasi yang akan diatasi. Perlu adanya alasan yang kuat untuk dapat membentuk suatu pemikiran kuat bagi pembuat keputusan, agar dapat mengembangkan strategi yang akan dicapai, dengan mempertimbangkan tujuan maupun sasaran yang telah ditentukan sebelumnya.
- f. Menggunakan keleluasaan yang maksimum dalam bidang-bidang yang berada dibawah kontrol organisasi. Keleluasaan yang dimaksudkan adalah dalam menjalankan kebijakan yang telah ditetapkan dari atas kebawah. Koordinasi dengan menciptakan suatu komunikasi yang baik antara pusat dan daerah akan memudahkan kontrol dalam pengembangan suatu organisasi.

- g. Membuat keputusan yang melintasi tingkat dan fungsi. Ketika membuat suatu keputusan, sebelumnya perlu untuk memahami hal-hal apa saja yang dibutuhkan oleh suatu organisasi. Berdasarkan pemahaman yang ada. Keputusan yang akan diambil mengarah kepada pemenuhan kebutuhan organisasi dalam menjalankan arah maupun kebijakan yang telah ditentukan.
- h. Memecahkan masalah utama organisasi. Masalah akan melemahkan kinerja dari organisasi. Masalah dapat ditemukan didalam organisasi (internal) oleh individu maupun kelompok, maupun dari luar organisasi (eksternal) seperti perubahan lingkungan seiring dengan perkembangan dunia.
- i. Memperbaiki kinerja organisasi. Kinerja suatu organisasi sangat menentukan keberhasilan organisasi yaitu dengan memperhatikan kualitas sumber daya manusia dalam organisasi yang merupakan alat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sumber daya manusia yang dimaksud adalah mampu bersaing dengan mengandalkan kemampuan yang dimiliki. Sumber daya yang kompetitif akan memberikan pengaruh yang positif dan menjadikan organisasi lebih memiliki karakter.
- j. Menangani keadaan yang berubah dengan cepat secara efektif. Lingkungan organisasi yang cenderung berubah karena pengaruh ekonomi, sosial, politik, maupun teknologi, akan menguji kesiapan organisasi. Apabila suatu organisasi tidak cepat tanggap dengan

perubahan lingkungan, maka sulit untuk bersaing di masa yang akan datang.

- k. Membangun kerja kelompok dan keahlian. Keahlian merupakan prioritas dari organisasi. Seseorang yang profesional akan membawa organisasi ke dalam suatu perubahan ke arah yang lebih baik. Organisasi merupakan kumpulan orang-orang yang memiliki tujuan yang sama. Oleh karena itu kerjasama antar kelompok yang ada didalam suatu organisasi perlu diciptakan untuk mempertahankan eksistensi di masa yang akan datang. Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa perencanaan strategis mempunyai peran penting di dalam suatu organisasi karena memiliki banyak manfaat dalam menyusun proses pencapaian tujuan suatu organisasi sehingga dengan adanya sebuah perencanaan strategis maka organisasi dapat mempersiapkan tindakan-tindakan terbaik apa sajakah yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa perencanaan strategis mempunyai peran penting di dalam suatu organisasi karena memiliki banyak manfaat dalam menyusun proses pencapaian tujuan suatu organisasi sehingga dengan adanya sebuah perencanaan strategis maka organisasi dapat mempersiapkan tindakan-tindakan terbaik apa sajakah yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi.

1.5.2.3.1 Analisis Lingkungan Strategis

Analisis lingkungan strategis merupakan bagian dari komponen perencanaan strategis dan merupakan proses untuk selalu menempatkan perusahaan dalam posisi strategis, sehingga dalam perkembangannya akan selalu berada pada posisi yang menguntungkan. David (2011) menjelaskan bahwa analisis lingkungan strategis merupakan bagian dari komponen perencanaan strategis dan merupakan proses untuk selalu menempatkan perusahaan dalam posisi yang strategis, sehingga dalam perkembangannya akan selalu berada pada posisi yang menguntungkan. Ruang lingkup analisis lingkungan strategis meliputi analisis lingkungan internal dan analisis lingkungan eksternal.

1. Lingkungan Internal

Menurut Rangkuti (dalam Tangkilisan, 2005) lingkungan internal adalah lingkungan yang berada di dalam suatu organisasi yang elemenelemen di dalamnya berpengaruh terhadap organisasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Indikator-indikator dalam lingkungan internal meliputi:

- Visi dan Misi Organisasi. Visi merupakan tujuan yang akan dicapai oleh suatu organisasi, sedangkan misi adalah upaya yang akan dilakukan oleh organisasi agar visi yang telah ditentukan dapat tercapai.
- Sumber Daya Manusia. Sumber daya manusia merupakan semua orang/karyawan yang terlibat langsung dengan suatu

kegiatan dalam organisasi yang mengupayakan tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi tersebut.

- Anggaran. Anggaran merupakan sumber daya yang penting bagi suatu organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi tersebut yang dinyatakan secara kuantitatif atau berupa jumlah.
- Sarana dan Prasarana. Sarana dan prasarana merupakan perlengkapan yang dibutuhkan dan digunakan untuk menunjang suatu kegiatan

2. Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal merupakan seluruh elemen yang berada di luar organisasi yang berkaitan dengan kegiatan operasional perusahaan. Indikator-indikator dalam lingkungan eksternal meliputi:

- Faktor Sosial Budaya. Faktor sosial budaya merupakan kehidupan masyarakat yang berhubungan dengan budaya yang ada pada suatu masyarakat dan saling berinteraksi sehingga dapat mempengaruhi nilai-nilai sosial
- Faktor Ekonomi. Faktor ekonomi merupakan faktor yang mempengaruhi kegiatan ekonomi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari untuk mencapai kemakmuran.

- Faktor Teknologi. Teknologi dapat diterapkan pada berbagai pekerjaan manusia karena teknologi membantu pekerjaan manusia menjadi lebih efektif dan efisien,
- Faktor Politik. Faktor politik merupakan keadaan dalam ruang lingkup politik yang memperhatikan keadaan sosial masyarakat.
- Partisipasi Masyarakat. Partisipasi masyarakat merupakan keterlibatan atau keikutsertaan masyarakat yang didorong oleh kesadaran tentang pentingnya keikutsertaan masyarakat dalam hal tersebut.
- Keterlibatan Stakeholders. Individu atau organisasi yang membantu dan memberikan kontribusi yang baik dalam menjalankan suatu kegiatan.

1.5.2.3.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT (Strength Weakness Opportunity Threat) adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar faktor internal dan eksternal akan mempengaruhi perusahaan. Pendekatan ini merupakan evaluasi untuk mengubah faktor negatif baik dari kelemahan perusahaan dan ancaman pasar menjadi faktor positif kekuatan dan peluang dari faktor eksternal (Thompson & Strickland, 2007). Analisis SWOT didasarkan pada konsep dasar bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi keberhasilan perusahaan. Singh & Kohli (2006) menjelaskan faktor pengaruh pertama adalah faktor dalam pengendalian

manajemen karena itu harus diakali untuk mengoptimalkan/memaksimalkan keunggulan dan meminimalkan kelemahan. Faktor kedua adalah faktor di luar kendali manajemen yang dicoba dieksploitasi (peluang) dan dihilangkan (ancaman). Analisa ini secara logis dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan berkaitan dengan visi dan misi perusahaan serta tujuan perusahaan. Sehingga analisis SWOT dapat digunakan sebagai alat efektif untuk menganalisis faktor- faktor yang mempengaruhi perusahaan, sebagai proses pengambilan keputusan untuk menentukan strategi:

2. Kekuatan (Strengths). Kekuatan merupakan sumber daya/kapabilitas yang dikendalikan oleh perusahaan atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibanding dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Kekuatan muncul dari sumber daya dan kompetensi yang tersedia bagi Perusahaan/Instansi.
3. Kelemahan (Weakness). Kelemahan merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kapabilitas suatu perusahaan relatif terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif. Dalam praktek keterbatasan dan kelemahan -kelemahan tersebut bisa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang

tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh konsumen atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

4. Peluang (Opportunities) Peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Kecenderungan utama merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi atas segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perubahan dalam kondisi persaingan/regulasi, perubahan teknologi, dan membaiknya hubungan dengan pembeli/pemasok dapat menjadi peluang bagi perusahaan.
5. Ancaman (Threats) Ancaman merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Ancaman merupakan penghalang utama bagi perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau yang diinginkan. Masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lamban, meningkatnya kekuatan tawar-menawar dari pembeli/ pemasok utama, perubahan teknologi, dan direvisinya atau pembaharuan peraturan, dapat menjadi penghalang bagi keberhasilan perusahaan.

Setelah hasil analisis SWOT dilakukan dan menemukan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman), kemudian dari hasil tersebut dapat digunakan untuk menentukan strategi-strategi dengan menggunakan matrik SWOT:

Tabel 1.6 Matriks SWOT

Internal Eksternal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Peluang (O)	Strategi SO Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (T)	Strategi ST Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis (Rangkuti, 1998)

Dapat diperoleh 4 strategi sebagai berikut:

- Strategi SO, program ini dilaksanakan sesuai cara berpikir organisasi, menggunakan semua kekuatan untuk menarik serta menggunakan peluang sebanyak banyaknya.
- Strategi WO, program ini untuk memperkecil kelemahan organisasi beserta menggunakan peluang di luar organisasi.
- Strategi ST adalah program yang dilaksanakan berlandaskan penggunaan kekuatan yang ada untuk memberantas ancaman
- Strategi WT adalah program yang dilaksanakan untuk memperkecil kelemahan dan menghindari atau mengatasi ancaman

Hasil analisis SWOT ini disusun berdasarkan pada prioritas dan akan memberikan sebuah arah di mana organisasi akan memberiuakan

perumusan strategi yang dapat memperkecil kelemahan bahkan memprediksi ancaman di masa depan serta menghasilkan cara-cara untuk mengantisipasinya.

1.5.2.4 Strategi Pengembangan Pariwisata

Strategi pengembangan pariwisata adalah upaya 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 nonfisik, sehingga semua itu bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berada disekitar daerah tujuan wisata. A.Yoeti menyatakan bahwa dalam perencanaan strategis suatu daerah tujuan wisata dilakukan analisis lingkungan dan analisis sumber daya, tujuan analisis ini tidak lain adalah untuk mengetahui kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) organisasi atau lembaga yang bertanggung jawab terhadap pengembangan pariwisata didaerah tujuan wisata tersebut. Adapun hal yang harus diperhatikan dalam melakukan pengembangan daerah wisata, dengan kata lain pengembangan yang dilakukan tidak bisa hanya sembarangan saja harus ada target dan tujuan yang dicapai, sehingga apa yang diharapkan dari pengembangan daerah tujuan wisata tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan. Adapun syarat yang harus dipenuhi agar daerah tujuan wisata tersebut benar-benar menjadi daerah wisata yang baik yaitu:

- Daerah tersebut memiliki daya tarik yang lain atau berciri khas, baik itu obyek wisatanya ataupun atraksi yang ditampilkan. Dalam

mengembangkan potensi pariwisata di suatu daerah harus bertumpu pada apa yang dicari oleh wisatawan.

- Adanya fasilitas-fasilitas penunjang lainnya seperti permainan rekreasi yang dapat membuat wisatawan lebih betah. Segala macam fasilitas sarana dan prasarana sangat diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah wisata, seperti penginapan, rumah makan, transportasi, mushola, dll. Fasilitas-fasilitas di daerah wisata secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, dan keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke destinasi pariwisata.
- Tersedianya tempat berbelanja baik itu cinderamata, tempat jual makanan khas dan lain sebagainya. Cinderamata merupakan salah satu kekuatan utama pariwisata yang selalu dicari wisatawan. Perbelanjaan wisatawan saat berwisata berbedadengan perbelanjaan mereka saat berada di daerah asal. Wisatawan cenderung tidak memperhatikan harga melainkan lebih mementingkan dan keunikan produk.
- Terdapat fasilitas-fasilitas umum yang vital seperti toilet, tempat parkir, tempat makan dan sebagainya sehingga mempermudah pengunjung, dan jalan yang memadai untuk pengunjung.

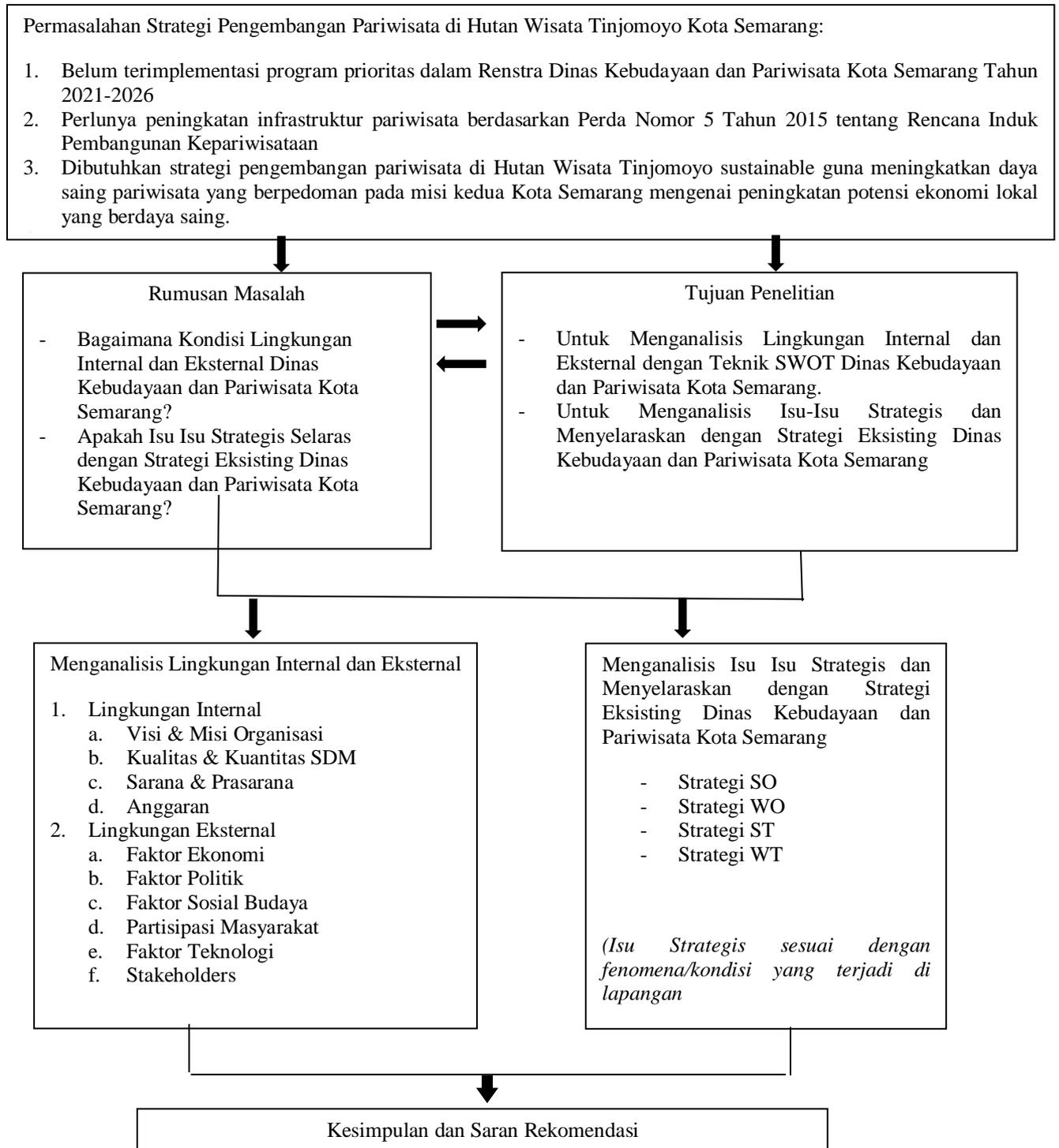
Dengan adanya fasilitas-fasilitas umum tersebut dapat menarik minat wisatawan begitu juga dengan fasilitas-fasilitas yang mendukung. Yoeti menjelaskan bahwa ada tiga faktor yang menentukan keberhasilan pengembangan kepariwisataan yaitu tersedianya objek dan daya tarik

wisata, kemudian adanya fasilitas accesibility yaitu sarana dan prasarana sehingga memungkinkan wisatawan mengunjungi kawasan wisata tersebut, terjadinya adminities yaitu sarana kepariwisataan yang dapat memberikan kenyamanan pelayanan kepada masyarakat.

1.7 Kerangka Berpiikir

Kerangka berpikir adalah suatu dasar pemikiran yang mencakup penggabungan antara teori, fakta, observasi, serta kajian pustaka, yang nantinya dijadikan landasan dalam melakukan menulis karya tulis ilmiah. Karena menjadi dasar, kerangka berpikir ini dibuat ketika akan memaparkan konsep-konsep dari penelitian. Menurut Sugiyono menyatakan kerangka berpikir adalah model konseptual yang dimanfaatkan sebagai teori yang ada kaitannya dengan beberapa faktor yang diidentifikasi sebagai masalah penting. Sedangkan menurut Eecho menyatakan kerangka berpikir adalah dasar pemahaman yang akan mempengaruhi dasar pemahaman orang lain. Berikut adalah gambar bagan teori penelitian ini:

Gambar 1.2 Bagan Teori Penelitian



Sumber: Analisis Peneliti (2023)

1.8 Operasional Konsep

Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam mengembangkan pariwisata Hutan Wisata Tinjomoyo dapat dilakukan dengan merumuskan, merencanakan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi strategi berdasarkan lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Berikut konsep yang akan digunakan dalam penelitian ini:

a. Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal mencakup kekuatan dan kelemahan yang berkaitan dengan visi & misi, sumber daya manusia, anggaran, sarana dan prasarana. Analisis terhadap lingkungan internal berguna untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan serta aspek-aspek yang membantu atau merintangi pencapaian misi dan mandat organisasi. Analisis lingkungan internal mencakup kekuatan dan kelemahan yang berkaitan dengan visi & misi, sumber daya manusia, anggaran, sarana dan prasarana.

1. Visi dan Misi Organisasi

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang berpedoman pada RPJMD yang mana mencakup Visi dan Misi Kota Semarang Tahun 2024 dan diturunkan menjadi Rencana Strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang yang berisi Tujuan dan Sasaran dari Disbudpar. Visi dan Misi organisasi dapat dikaitkan dengan kelebihan karena menjadikan kerja yang efektif, memiliki tujuan, memberikan kelebihan pada kerja dan dapat dikaitkan dengan kelemahan karena menjadi

kurang efektif kerja apabila visi dan misi organisasi tersebut tidak dilaksanakan.

2. Sumber Daya Manusia

Salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur pelaksanaan strategi adalah sumber daya manusia. Tercapainya tujuan yang telah ditetapkan melalui strategi yang ada tergantung dari kuantitas dan kualitas sumber daya manusia yang ada. Poin poin yang akan diteliti dalam indikator seperti kuantitas sumber daya manusia seperti jumlah karyawan dan kualitas sumber daya manusia seperti pelatihan atau hardskill yang dimiliki. Dengan adanya kuantitas dan kualitas sumber daya manusia, akan menyimpulkan bahwa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang memiliki kelebihan dan kekurangan dari indikator Sumber Daya Manusia.

3. Anggaran

Anggaran merupakan rencana mengenai kegiatan suatu organisasi yang dinyatakan berapa jumlah dalam waktu tertentu. Keberhasilan pengelolaan anggaran dapat dilihat dari kesesuaian antara perencanaan dan pelaksanaan anggaran. Dalam hal ini bagaimana penganggaran yang sudah terimplementasi pada pariwisata Hutan Wisata Tinjomoyo.

4. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana yang ada di Hutan Wisata Tinjomoyo merupakan unsur-unsur yang melengkapi dan bertujuan untuk memudahkan dalam proses berpariwisata. Jika dalam sarana dan prasarana sudah mendukung hal ini dapat dikatakan sebagai kekuatan dan sebaliknya dapat dikatakan sebagai kelemahan jika sarana dan prasarana masih belum mendukung. Dengan adanya sarana dan prasarana ini sebagai upaya pengembangan pariwisata.

b. Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal mencakup peluang dan ancaman yang berkaitan dengan faktor ekonomi, faktor sosial dan budaya, faktor politik, faktor teknologi, faktor politik, keterlibatan stakeholders, partisipasi masyarakat. Analisis terhadap lingkungan eksternal berguna untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman serta aspek-aspek yang membantu atau merintangi pencapaian misi dan mandat organisasi.

1. Faktor Sosial dan Budaya

Faktor sosial dan budaya merupakan sesuatu yang dicapai, dihasilkan dan ditetapkan dalam interaksi yang ada di masyarakat. Faktor sosial dan budaya juga merujuk pada elemen-elemen di sekitar sikap, perilaku, dan nilai-nilai dalam masyarakat secara keseluruhan. Tren dan perkembangan mereka berkaitan erat dengan populasi, gaya hidup, budaya, selera, adat

dan tradis. Dalam hal ini kaitannya dengan komposisi populasi berkaitan aspek seperti tingkat pendidikan, jenis kelamin, usia, usia, ras, etnis, agama, dan lain lain. Juga berkaitan dengan adat yang ditinggalkan pada masyarakat area Hutan Wisata Tinjomoyo. Hal tersebut menjadikan peluang atau ancaman dalam konteks pengembangan pariwisata, dan dengan adanya aspek sosial budaya yang ditinggalkan dapat menjadikan strategi dalam pengembangan pariwisata di Hutan Wisata Tinjomoyo

2. Faktor Ekonomi

Faktor ekonomi merupakan suatu faktor yang mempengaruhi tindakan dari masyarakat sehingga masyarakat akan mencari cara sebisa mungkin untuk menghemat pengeluaran dan meningkatkan pendapatannya. Hal tersebut menjadikan peluang dan ancaman faktor ekonomi di Hutan Wisata Tinjomoyo dan masyarakat, dengan adanya faktor ekonomi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dapat memberikan strategi untuk menghemat pengeluaran dan meningkatkan pendapatan.

3. Faktor Politik

Faktor politik mengacu pada faktor faktor di luar organisasi yang berkaitan dengan pemerintah guna mempengaruhi organisasi. Faktor politik ini berkaitan dengan perubahan kepemimpinan negara, kondisi politik suatu negara, kebijakan pemerintah, dll. Juga termasuk seperti kelayakan politik dalam arti apakah

kebijakan pemerintah dapat diterima oleh para stakeholders nantinya. Dalam hal ini dengan adanya faktor politik dapat memberikan masukan dalam peluang dan ancaman, nantinya ancaman yang ada dapat diminimalisir dan peluang yang ada dapat dijadikan strategi untuk pengembangan pariwisata di Hutan Wisata Tinjomoyo.

4. Faktor Teknologi

Faktor eksternal yang mendapat pengaruh dari internet dan perkembangan teknologi lainnya yang ada di masyarakat. Pengaruh teknologi ini dapat memberikan peluang dan ancaman dan hal itu dapat dilakukan perencanaan strategi untuk pengembangan pariwisata.

5. Partisipasi Masyarakat

Partisipasi masyarakat tidak hanya tentang kontribusi tenaga, waktu, dan materi lokal secara cuma cuma, guna memberikan dukungan atas program dan kegiatan pembangunan tetapi juga keterlibatan secara aktif dalam keseluruhan proses kegiatan. Pada Hutan Wisata Tinjomoyo memiliki masyarakat yang mana hal tersebut akan dilihat aktif atau pasifnya masyarakat terhadap program dan kegiatan yang mana nantinya memberikan peluang atau ancaman bagi instansi dan dapat diatasi dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang memberikan suatu perencanaan strategi.

6. Keterlibatan Stakeholders

Keterlibatan suatu individu atau organisasi yang memiliki kepentingan dan berhubungan dengan penertiban parkir liar sehingga dapat mempengaruhi keberhasilan suatu program. Hal ini pentingnya adanya stakeholders yang bertujuan untuk berkolaborasi guna memberikan dampak kepada Hutan Wisata Tinjomoyo.

1.9 Fenomena Penelitian

Menurut (Waluyo,2011:18) fenomena adalah rangkaian peristiwa serta bentuk keadaan yang dapat diamati dan dinilai lewat kaca mata ilmiah atau lewat disiplin ilmu tertentu. (Waters,1994:30) aliran fenomena lahir sebagai reaksi metodologi positivistic yang diperkenalkan Comte. Fenomena adalah sesuatu yang dapat disaksikan atau dilihat dengan pancaindra,kenyataan yang ada, tanda-tanda, gejala, sesuatu yang luar biasa, keajaiban, fakta. Sedangkan masalah adalah persoalan, sesuatu yang harus dipecahkan, sesuatu yang harus diselesaikan.

Fenomena penelitian meliputi perspektif yang bersangkutan pada masalah yang mau digali oleh peneliti dengan cara menggambarkan kejadian yang sebenarnya serta masalah yang diteliti. Dalam fenomena ini yang akan diamati pada penelitian ialah Strategi Pengembangan Pariwisata Pasca Pandemi di Hutan Wisata Tinjomoyo Kota Semarang dengan menggunakan teori John M. Bryson (2007), menurut John M. Bryson mengatakan proses perencanaan strategis adalah dapat dipandang sebagai pola kebijakan umum, program,

penilaian kondisi, identifikasi masalah strategis, pembangunan strategi, tindakan dan evaluasi. John M. Bryson mengemukakan tahapan perencanaan strategis yaitu:

- a. Memprakarsai Dan Menyepakati Proses Perencanaan Strategis
- b. Memperjelas Mandat Organisasi.
- c. Memperjelas Misi Dan Nilai-Nilai Organisasi.
- d. Menilai Lingkungan Eksternal.
- e. Menilai lingkungan internal.
- f. Mengidentifikasi isu strategis yang dihadapi organisasi.
- g. Merumuskan strategi untuk mengelola isu-isu.
- h. Menciptakan Visi Organisasi Yang Efektif Untuk Masa Depan.

Merujuk pada pandangan Bryson, mengkaji penyusunan strategos satu lembaga memerlukan tahap tahap strategis semacam mengamati lingkungan strategis serta mengamati keadaan lingkungan internal maupun eksternal lembaga. Mengamati lingkungan internal bisa mencakup SDM, Fasilitas dan Infrastruktur, dan stakeholders. Sementara itu mengamati lingkungan eksternal melingkupi keadaan ekonomi, sosial, serta budaya. Mengamati ini dipakai untuk mengidentifikasi keadaan yang bisa membantu dan menghalangi pencapaian strategi lembaga

- a. Strategi Pengembangan Pariwisata Pada Hutan Wisata Tinjomoyo Kota Semarang

Strategi pengembangan pariwisata adalah potensi objek wisata yang masih terus dikembangkan sehingga menjadi sumber pemikat wisata utama Kota Semarang. Strategi pengembangan pariwisata yang benar benar direncanakan sera ditangani dengan baik oleh UPTD Hutan Wisata Tinjomoyo berlandaskan pada analisis SWOT atau menganalisis lingkungan internal dan eksternal maka nantinya dapat memberikan gambaran jelas mengenai isu isu strategis dalam organisasi. Dalam lingkungan internal terdiri dari visi misi organisasi, kualitas dan kuantitas SDM, sarana dan prasarana, dan anggaran. Pada lingkungan eksternal terdiri dari faktor ekonomi, faktor politik, faktor sosial dan budaya, partisipasi masyarakat, teknologi, stakeholders.

b. Analisis Isu Strategis dengan SWOT

Menurut Bryson (1995) untuk penetapan isu strategis adalah pertanyaan kebijakan fundamental yang mempengaruhi mandat, misi dan nilai, produk atau tingkat pelayanan atau campuran (produk dan pelayanan), klien pemakai, keuangan, manajemen atau desain organisasi. Menurut (Bryson, 1999:142) keuntungan menggunakan analisis SWOT adalah: (1) adanya kesiapan untuk memusatkan perhatian kepada isu strategi kunci yang berasal dari konvergensi tugas, misi, kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman organisasi, dan (2) membantu tim perencana untuk menerapkan strategi yang efektif dalam menanggapi isu strategi.

1.10 Metode Penelitian

1.9.1 Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif dilakukan pada obyek yang berkembang apa adanya, sehingga dapat mengetahui keadaan sebenarnya yang terjadi di lapangan. Menurut Sukmadinata (2009:53-60), penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan orang secara individual maupun kelompok. Sukmadinata (2009:18), menyatakan bahwa penelitian deskriptif bertujuan mendefinisikan suatu keadaan atau fenomena secara apa adanya. Dalam penelitian ini analisis datanya berupa kata-kata tertulis atau lisan dan mempertimbangkan pendapat orang lain yang bisa disebut dengan narasumber. Dalam penelitian ini, peneliti adalah sebagai instrumen kunci yang mana melakukan proses penelitian secara langsung dan aktif mewawancarai, mengumpulkan berbagai materi atau bahan yang berkaitan dengan Hutan Wisata Tinjomoyo. Untuk menemukan hasil penelitian ini, maka peneliti menempuh beberapa langkah yaitu pengumpulan data, pengolahan data atau analisis data, penyusunan laporan serta penarikan kesimpulan.

1.9.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat atau letak dimana peneliti mendapatkan informasi dan data dari masalah yang akan diteliti. Dengan

ditetapkannya lokasi penelitian berarti objek dan tujuannya sudah ditentukan sehingga mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti mengambil lokasi di Hutan Wisata Tinjomoyo. Situs penelitian merupakan tempat dimana peneliti menangkap keadaan yang sebenarnya terjadi pada suatu objek untuk memperoleh data dan informasi. Sesuai dengan permasalahan yang ditulis pada bab 1 maka peneliti menetapkan situs penelitiannya pada Hutan Wisata Tinjomoyo, Jl. Tinjomoyo Barat, Sukorejo, Kec. Gn. Pati, Kota Semarang, Jawa Tengah 50221

1.9.3 Jenis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis data kualitatif, yaitu dengan menggunakan teks atau kata-kata tertulis untuk mendeskripsikan Strategi Pengembangan Pariwisata Pada Hutan Wisata Tinjomoyo Kota Semarang yang diterapkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dan UPTD Hutan Wisata Tinjomoyo.

1.9.4 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut.

- Data Primer

Data primer dari penelitian ini diperoleh melalui wawancara kepada pihak-pihak yang terlibat wawancara dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (DISBUDPAR) Kota Semarang, UPTD Tinjomoyo, karyawan, dan masyarakat sebagai pendukung informasi mengenai penelitian.

- Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu didapat dari arsip dinas, dokumen-dokumen, dokumentasi foto, serta aturan/kebijakan pemerintah terkait Strategi Pengembangan Pariwisata Pada Hutan Wisata Tinjomoyo Kota Semarang

1.9.5 Analisis dan Interpretasi Data

Tahapan dalam penelitian ini menggunakan:

- a. Reduksi data, yaitu kegiatan yang memfokuskan pada poin-poin inti dari hal penting. Kegiatan reduksi data yang dilakukan peneliti adalah membuat ringkasan mengenai hal-hal pokok yang dilakukan Dinas Perhubungan Kota Semarang.
- b. Penyajian data, yaitu data yang ada akan terorganisasikan dan tersusun berupa uraian yang memiliki pola sehingga mudah untuk dipahami.
- c. Analisis data, yaitu merangkum sejumlah besar data yang masih mentah, untuk selanjutnya diolah menjadi sebuah informasi yang dapat diinterpretasikan. Semua bentuk analisis berusaha menggambarkan pola-pola secara konsisten dalam data sehingga hasilnya dapat dipelajari dan diterjemahkan dengan mudah, singkat dan penuh dengan arti. Pada tahap analisis data, peneliti menggunakan teknologi Atlas TI sebagai alat untuk menganalisis data-data yang telah didapatkan dari narasumber melalui tahap wawancara, observasi dan dokumentasi.

- d. Analisis SWOT, yaitu dengan menganalisis faktor internal yang berupa kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang berupa peluang dan ancaman.

Dari empat langkah analisis dan interpretasi data tersebut saling berkaitan satu sama lain di mana dalam melakukan penelitian dibutuhkan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kemudian dari data yang diperoleh tersebut dilakukan reduksi data atau merangkum data dengan memfokuskan pada hal-hal yang penting sesuai dengan topik penelitian, yaitu strategi Dinas Perhubungan Kota Semarang dalam mengembangkan pariwisata di Hutan Wisata Tinjomoyo. Selanjutnya dari reduksi data tersebut akan disajikan dalam bentuk teks naratif dan membuat analisis data dengan software Atlas.Ti, terakhir membuat kesimpulan sesuai data dan informasi yang diperoleh, setelah itu menggunakan SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, sehingga dapat diketahui isu strategis mana yang paling utama untuk diselesaikan

1.9.6 Kualitas Data

Penelitian ini dilakukan untuk menguji kualitas data, peneliti biasanya menggunakan teknik triangulasi untuk mengetahui keabsahan atau validitas suatu data. Teknik triangulasi adalah suatu teknik yang digunakan untuk memeriksa keabsahan data dengan menggunakan hal-hal selain data untuk pemeriksaan data atau perbandingan dengan data. Triangulasi Waktu Metode ini digunakan untuk menemukan data yang orisinil dengan cara

mengecek data observasi, dokumentasi maupun cara yang lain di waktu yang berbeda. Menurut (Sugiyono, 2016) terdapat 3 teknik triangulasi yang meliputi sebagai berikut :

- Triangulasi Sumber Metode ini digunakan untuk menemukan data yang orisinal, hal ini dilakukan dengan cara mengecek data yang telah ada dengan beberapa sumber yang diperoleh.
- Triangulasi Teknik. Metode ini digunakan untuk menemukan data yang orisinal dengan cara mengecek data yang telah ada dengan cara yang berbeda. Misalnya jika data diperoleh dengan cara dokumentasi, maka pengecekan data bisa melalui wawancara, observasi dan cara yang lainnya.
- Triangulasi Waktu. Metode ini digunakan untuk menemukan data yang orisinal dengan cara mengecek data observasi, dokumentasi maupun cara yang lain di waktu yang berbeda.