

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Hal Pariwisata menjadi sektor industri yang berperan penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi, baik sebagai peluang penciptaan lapangan kerja ataupun sebagai sumber devisa bagi pendapatan Negara. itu terbukti dengan posisi pariwisata sebagai sumber devisa terbesar ketiga setelah migas dan minyak kelapa sawit. Menurut Kementerian Pariwisata pada tahun 2019, pariwisata menyumbang devisa Negara sebesar Rp.280 triliun (Zabur Karuru, 2019). Hal ini menarik, melihat bagaimana beberapa daerah merespons secara cepat target pemerintah pusat melalui Kementerian Pariwisata untuk menjadikan sektor pariwisata sebagai penyumbang devisa terbesar Indonesia pada tahun 2019. Salah satunya Kota Semarang yang terus berupaya menggeser citra kotanya dari kota industri menjadi kota perdagangan dan jasa yang fokus pada sektor pariwisata. Hal itu tertuang dalam visi&misi Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Semarang tahun 2016-2021, yaitu “Semarang Kota Perdagangan dan Jasa yang Hebat Menuju Masyarakat Semakin Sejahtera”.

Menurut Suwanto (Aufa Almaqhosid, 2019) mengemukakan bahwa adanya sektor pariwisata akan sangat mendukung pertumbuhan ekonomi dengan terjadinya permintaan wisatawan untuk berpariwisata ke obyek-obyek wisata tertentu, dimana akan menjadi sumber pendapatan daerah serta sumber penghasil devisa bagi negara. Pariwisata merupakan salah satu kunci pendongkrak

perekonomian masyarakat karena kegiatan ini berhubungan langsung dengan kehidupan masyarakat daerah wisata. Peran pentingnya pariwisata pada dasarnya membawa berbagai manfaat bagi masyarakat daerah. Seperti diungkapkan (Suryadana, 2013) manfaat pariwisata lokal dapat berpengaruh pada politik, dan tingkat perekonomian. Pariwisata dapat memberikan tempat bagi pengenalan kebudayaan, menciptakan kesempatan kerja sehingga dapat mengurangi jumlah pengangguran. Sarana sarana pariwisata seperti hotel dan perusahaan perjalanan merupakan yang padat karya yang membutuhkan jauh lebih banyak tenaga kerja dibandingkan dengan usaha lain dan perusahaan perjalanan merupakan yang padat karya yang membutuhkan jauh lebih banyak tenaga kerja dibandingkan dengan usaha lain. Pariwisata menciptakan lapangan kerja, baik secara langsung maupun tidak langsung (Gunawan et al., 2016). Terciptanya lapangan kerja sebagai dampak langsung pengembangan pariwisata dapat dilihat dari terserapnya tenaga kerja disektor perhotelan, rumah makan, biro perjalanan, dan tempat tempat rekreasi lainnya. Pengembangan pariwisata sering menyerap tenaga kerja yang cukup banyak karena sifat industri pariwisata itu sendiri yang lebih banyak menggunakan tenaga kerja daripada mesin. Lebih lanjut industri pariwisata banyak mempekerjakan perempuan sehingga banyak perempuan yang telah mengalami pemberdayaan melalui pengembangan sektor ini. Oleh karena perempuan memainkan peran penting dalam ekonomi rumah tangga, maka keterlibatan mereka dengan sendirinya akan ikut mengurangi kemiskinan pada rumah tangga. Kegiatan pariwisata juga akan mendorong berkembangnya *entrepreneur* rlokal. Para pengusaha lokal terlibat dengan membuka usaha sesuai

dengan kebutuhan para wisatawan (Meyer, 2006). Wisatawan melakukan perjalanan wisata, kegiatan ini memerlukan penginapan, restoran, biro perjalanan, dan toko souvenir atau toko oleh-oleh. Keperluan wisatawan dapat dipenuhi oleh masyarakat daerah tujuan wisata. Oleh sebab itu, masyarakat dituntut untuk kreatif di dalam aktivitas pariwisata sehingga dapat memberikan kesan bagi wisatawan dan menguntungkan bagi masyarakat sekitar.

Sesuai dalam UU No.23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah dan UU No. 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah, daerah memiliki peluang yang besar untuk mengelola sumber daya alam yang dimiliki agar dapat memberikan hasil yang optimal. Setiap pemerintah daerah berupaya keras meningkatkan perekonomian daerahnya sendiri. Dengan kemajuan teknologi saat ini, persaingan global tidak hanya terjadi antar Negara, melainkan antar daerah dan kota. Dengan demikian, kota atau daerah harus mampu untuk mengembangkan potensi yang dimiliki tiap daerah. Maka dari itu kota atau daerah haruslah mempersiapkan diri sedemikian rupa, tidak hanya di tingkat regional atau nasional, tetapi juga global untuk memasarkan diri, agar dapat menarik sebanyak-banyaknya pendatang, dan agar suatu kota atau daerah menjadi suatu tempat yang diidamkan bagi semua orang atau bisa disebut kota layak huni. Harus ada langkah-langkah yang mendukung upaya pemerintah tersebut. Salah satu solusi yang bisa dikemukakan untuk membantu mengatasi persoalan pariwisata adalah pengembangan media promosi dan pemasaran berbasis teknologi.

Sebagai ibukota Provinsi Jawa Tengah, menurut data Badan Pusat Statistik Kota Semarang, Kota Semarang yang berpenduduk 1,6 juta jiwa lebih, dengan

luas wilayah 373,70 km², dan secara administratif Kota Semarang terbagi menjadi 16 kecamatan dan 177 kelurahan, dengan batas wilayah administratif Kota Semarang sebelah barat adalah Kabupaten Kendal, sebelah timur dengan Kabupaten Demak, sebelah selatan dengan Kabupaten Semarang dan sebelah utara dibatasi oleh laut Jawa dengan panjang garis pantai mencapai 13,6 kilometer, sehingga Kota Semarang dapat dikategorikan sebagai Kota Metropolitan. Kota Semarang memiliki posisi geostrategis karena Kota Semarang berada pada jalur lalu lintas ekonomi pulau Jawa, dan merupakan koridor pembangunan Jawa Tengah yang terdiri dari empat simpul pintu gerbang yaitu koridor pantai Utara, koridor selatan ke arah kota-kota dinamis seperti Kabupaten Magelang, Kota Surakarta yang terkenal dengan koridor Merapi-Merbabu, koridor Timur ke arah Surabaya melewati Kabupaten Demak; dan Barat menuju Kabupaten Kendal yang selanjutnya menuju Kota Jakarta.

Kota Semarang menduduki peringkat ke-4 Kota Pariwisata Terbaik Nasional pada ajang *Yokatta Wonderful Indonesia Tourism Award*. Salah satu indikatornya adalah jumlah wisatawan yang meningkat dari 2,09 juta wisatawan pada 2011 menjadi 5.024.476 juta wisatawan pada 2017. Di tahun 2018 hingga awal Desember tercatat ada 5.028.508 wisatawan. Selain 10 Kota terbaik Nasional, pariwisata Kota Semarang terpilih menjadi Kabupaten/Kota terbaik di Provinsi Jawa Tengah. Kemudian pada tahun 2020, Kota Semarang berhasil meraih penghargaan sebagai *ASEAN Clean Tourist City Standard Award* atau Kota Wisata yang bersih standar Asia Tenggara. Penghargaan tersebut diterima Pemerintah Kota Semarang dalam ajang *ASEAN Tourism Award 2020*. Kota

Semarang menjadi juara 1 klaster kota dalam sektor tempat wisata, juara 2 sektor pasar tradisional, dan juara 3 sektor hotel. Hendrar Prihadi meyakini bahwa sektor pariwisata dapat menjadi sektor unggulan dan menjanjikan bagi Kota Semarang dalam menumbuhkan perekonomian di era saat ini (Semarang, n.d.). Keyakinan tersebut didasari oleh banyaknya potensi wisata Kota Semarang baik berupa bentang alam maupun atraksi wisata yang terus dikreasikan. *Google* merilis riset analisis tren penelusuran industri perjalanan yang dicari oleh warga net. Menurut data *Google*, Kota Semarang berada di posisi ke-7 sebagai daerah yang paling sering dicari oleh wisatawan nusantara di bawah Jakarta, Bandung, Yogyakarta, dan Surabaya yang sudah lebih dulu dikenal sebagai tujuan wisata. Tingginya pencarian terhadap Kota Semarang mencerminkan tingginya minat wisatawan untuk datang berkunjung.

Kota Semarang memiliki daya tarik wisata yang menarik. Oleh karena itu, salah satu terobosan yang dibuat oleh Pemerintah Kota Semarang bekerja sama dengan Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian Kota Semarang adalah membentuk sebuah aplikasi yang berbasis online yang diharapkan dapat membantu promosi wisata di Kota Semarang sekaligus sebagai pemandu wisatawan di Kota Semarang. Aplikasi Wis Semar mulai diinisiasi pada tahun 2015 dan dirilis pada tahun 2016. Pemerintah Kota Semarang bekerja sama dengan Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Kota Semarang sebagai lembaga yang berperan dan bertanggungjawab terhadap pariwisata di Kota Semarang meluncurkan sebuah aplikasi yang diberi nama Wis Semar (Wisata Semarang). Aplikasi ini memberi kemudahan wisatawan untuk menuju lokasi

wisata di kota Semarang. Selain itu dalam aplikasi Wis Semar juga terdapat informasi mengenai alamat lengkap tempat pusat oleh-oleh, restoran, hotel, mall, dan tempat ibadah di Kota Semarang. Aplikasi Wis Semar adalah aplikasi berbasis android yang memiliki fitur lengkap. Di antaranya yaitu dengan menggunakan teknologi *realtime* sehingga dapat mengetahui posisi terbaru. Wis Semar juga dilengkapi dengan peta tempat wisata untuk memudahkan wisatawan menuju tempat wisata tersebut. Selain itu juga terdapat database restoran, hotel, tempat ibadah, mall, SPBU, hingga ATM. Dengan adanya inovasi melalui aplikasi Wis Semar tersebut, diharapkan dapat mempermudah wisatawan dalam mendapatkan informasi mengenai wisata wisata yang ada di Kota Semarang, sehingga terjadi peningkatan wisatawan di Kota Semarang. Dengan adanya peningkatan daya tarik wisata, maka juga akan berdampak pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Semarang. Dengan adanya inovasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Semarang melalui aplikasi Wis Semar diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam PAD Kota Semarang dalam sektor pariwisata. Apalagi sektor pariwisata diharapkan menjadi salah satu sumber PAD terbesar Kota Semarang, sesuai dengan visi dan misi Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Semarang tahun 2016-2021, yaitu “Semarang Kota Perdagangan dan Jasa yang Hebat Menuju Masyarakat Semakin Sejahtera”. Menurut Badaruddin dalam (Qadarrochman, 2010) peran pariwisata bagi Kota Semarang yaitu dapat meningkatkan PAD Kota Semarang. Keterkaitan industri pariwisata dengan penerimaan daerah berjalan melalui jalur PAD dan bagi hasil pajak/bukan pajak. Komponen PAD yang menonjol adalah pajak daerah, retribusi

daerah dan laba badan usaha milik daerah. Mata rantai industri pariwisata yang berupa hotel/penginapan, restoran/jasa boga, usaha wisata (obyek wisata, souvenir, dan hiburan), usaha perjalanan wisata 52 (travel agent dan pemandu wisata), convention organizer, dan transportasi dapat menjadi sumber PAD yang berupa pajak daerah, retribusi daerah, laba BUMD, pajak dan bukan pajak).

Dengan media aplikasi pengenalan tersebut maka dapat mempermudah masyarakat untuk mengetahui seluruh tempat wisata di Kota Semarang karena memanfaatkan teknologi yang terpopuler dan di dalam aplikasi juga terdapat deskripsi singkat tentang objek wisata di Kota Semarang. Oleh karena itu, dirancang sebuah aplikasi berbasis android untuk mengenalkan beragam objek wisata di Kota Semarang kepada masyarakat, maka diperlukan inovasi yang baru dan tepat agar lebih mudah dipahami. Agar masyarakat mengetahui seluruh objek wisata di Kota Semarang. Salah satu cara untuk mendorong tercapainya pemahaman yang efektif, digunakanlah media pengenalan yang berbasis mobile. Hal tersebut menjadi latar belakang pemerintah Kota Semarang untuk merancang sebuah aplikasi yang dibutuhkan oleh masyarakat, yaitu Wis Semar. Dengan memanfaatkan teknologi yang dapat mengemas potensi objek wisata secara menarik, atraktif dan kekinian maka diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan daerah ke Kota Semarang.

Transformasi digital ditandai dengan kemudahan akses atau informasi melalui media digital dan menjadi salah satu penyebab banyaknya pergeseran dari situasi sosial masyarakat di berbagai sektor penting, termasuk pariwisata (Mahendrayani, I Gusti Ayu Putu Seri, 2018). Perubahan dan perkembangan ini

juga berujung pada pemanfaatan teknologi dalam bidang pariwisata. Dimana digital pariwisata memiliki arti pemanfaatan digital pada industri pariwisata yang mencakup pengelolaan dan pemasaran. Dengan adanya transformasi digital dapat memanfaatkan fasilitas sarana internet dengan berbagai media yang dekat dengan masyarakat. Transformasi digital telah memberikan perubahan cukup signifikan, di mana masyarakat memanfaatkan platform digital untuk mengakses sejumlah informasi terkait pariwisata. Pendekatan pariwisata dalam transformasi digital juga dilakukan melalui kebijakan pengembangan kawasan pariwisata digital yang dikemas melalui strategi pemasaran digital yang kekinian. Oleh karena itu, dari permasalahan tersebut pemerintah Kota Semarang mulai menggalakkan program-program untuk mengatasi masalah tersebut melalui berbagai macam inovasi pelayanan terbaru. Setiap inovasi yang dibuat pemerintah menjadi satu poin prestasi dalam menciptakan kesejahteraan yang lebih baik. Inovasi yang ada dianggap sebagai solusi yang dapat membantu pengguna layanan baik biaya, waktu, maupun tenaga. Dengan efisiensi biaya masyarakat dapat mudah untuk mendapatkan layanan yang setara. Sehingga inovasi pelayanan menjadi salah satu kunci dari peningkatan kemakmuran masyarakat.

E-Government adalah penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam intranet dan internet secara lebih efisien dan efektif antara pemerintah dengan masyarakat dan kalangan lain yang berkepentingan untuk memperbaiki mutu pelayanan kepada masyarakat (Paryati, 2010). Penggunaan teknologi informasi ini kemudian menghasilkan hubungan bentuk baru seperti: G2C (*Government to Citizen*), G2B (*Government to Business*), dan G2G (*Government*

to Government). Inovasi Pemerintah Kota Semarang melalui aplikasi Wis Semar juga merupakan salah satu perwujudan *e-governance* yang dilakukan sebagai bentuk layanan informasi oleh Pemerintah Kota Semarang melalui Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Semarang sebagai pembuat dan pengelola aplikasi Wis Semar.

Media pemerintah untuk melihat tempat wisata secara online dapat memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi, di antaranya adalah mengetahui tempat wisata, baik itu wisata alam, budaya dan sebagai informasi bagi para masyarakat tentang info harga tiket, dan kondisi suatu obyek wisata. Salah satu bentuk penerapan *e-government* dalam bidang pariwisata adalah dengan adanya pemasaran pariwisata melalui aplikasi Wis Semar yang dikelola oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Semarang. Jika dikaitkan dengan konsep *smart city*, pengembangan sektor wisata Kota Semarang dapat disesuaikan melalui konsep *smart tourism* yang memanfaatkan teknologi untuk memudahkan pengunjung dalam melakukan pergerakan (mobilitas), mengakses informasi, dan memudahkan mendapatkan kebutuhan lain dalam aktivitas wisata (Pinasthika & Pradoto, 2018). Konsep *smart tourism* menjadi konsep pengembangan sektor pariwisata yang sedang dikembangkan dengan mengikuti perkembangan teknologi informasi.

Pemerintah Kota Semarang selaku penyelenggara pelayanan publik terus berupaya melakukan perbaikan dan peningkatan dalam memberikan pelayanan yang lebih inovatif dan kreatif kepada masyarakat untuk memudahkan masyarakat dalam memperoleh pelayanan. Pemkot Semarang terus meningkatkan perwujudan

Semarang *Smart City* dengan memanfaatkan aplikasi Wis Semar. Aplikasi Wis Semar bisa diunduh melalui *smartphone* di *Play Store*. Pada aplikasi Wis Semar terdapat sebuah virtual relatiy dari tempat wisata yang ada di Kota Semarang. Dimana terdapat sebuah gambar 360 derajat terkait lokasi tersebut. Selain itu terdapat pula estimasi jarak dan peta untuk menuju lokasi wisata tersebut. Selain itu juga terdapat daftar lokasi dan peta untuk meuju restoran, bank, tempat ibadah, rumah sakit terdekat. Aplikasi ini juga memungkinkan masyarakat untuk mlakukan pelaporan kepada pemerintah terkait dengan fasilitas yang disediakan oleh pemerintah.

Di era teknologi seperti saat ini, pemerintah sangat gencar dalam memadukan program yang dimiliki dengan teknologi yang ada. Berbagai macam kebijakan yang dibuat saat ini, sebagian besar telah diintegrasikan dengan teknologi, pada umumnya direalisasikan dalam bentuk aplikasi yang dapat diakses secara online. Kemajuan teknologi memberikan dampak yang besar terhadap implementasi program pemerintah. Dari sisi pemerintah akan memberikan kemudahan koordinasi, pengawasan, pendataan dan lain-lain sedangkan bagi masyarakat akan memberikan keuntungan berupa efisiensi dan efektifitas pemenuhan kebutuhannya. Di berbagai daerah di Indonesia telah membuat kebijakan dalam memberikan pelayanan dalam bidang pariwisata kepada masyarakat, program tersebut mulai dari pengembangan objek wisata hingga pembuatan web pariwisata milik daerah. Dalam menarik minat wisatawan, maka strategi promosi dan pemasaran tentunya sangat penting. Umumnya wisatawan yang akan berkunjung ke suatu daerah wisata akan melakukan pencarian

mengenai wisata dalam suatu daerah. Oleh karena itu, pemerintah Kota Semarang membuat inovasi terbaru melalui program inovasi dengan dinas terkait untuk memudahkan masyarakat dalam mendapatkan pelayanan informasi pariwisata yang berada di Kota Semarang. Kebijakan pemerintah Kota Semarang dalam melakukan inovasi pelayanan publik di bidang pariwisata melalui aplikasi Wis Semar merupakan kebijakan yang sangat baik. Sehingga penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana inovasi Pemerintah Kota Semarang melalui Aplikasi Wis Semar dengan judul “Inovasi Pelayanan Informasi Pariwisata untuk Mendukung Pariwisata Kota Semarang (Studi Penelitian Aplikasi Wis Semar Tahun 2020)”.

1.2.Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1.2.1. Bagaimana inovasi aplikasi Wis Semar untuk mendukung pariwisata oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian Kota Semarang?

1.3.Tujuan Penelitian

Berikut tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

- 1.3.1. Untuk menganalisis bagaimana inovasi inovasi aplikasi Wis Semar dalam mendukung pariwisata oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian Kota Semarang

1.4.Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.4.1. Manfaat Teoritis dan Akademis

Memberikan pengetahuan kepada peneliti mengenai inovasi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian Kota Semarang melalui aplikasi Wis Semar dalam bidang pariwisata, serta bagaimana pelaksanaan inovasi aplikasi Wis Semar di bidang pariwisata oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian Kota Semarang kepada masyarakat sekaligus sebagai upaya meningkatkan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Kota Semarang

1.4.2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan evaluasi terhadap dampak inovasi kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah agar dapat dijadikan sebagai pedoman untuk menciptakan kebijakan dan pelayanan publik yang semakin baik kedepannya.

1.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang dapat dijadikan sebagai referensi dalam penelitian. Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini dijelaskan dalam tabel berikut :

Tabel 1.1.
Hasil Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Teori	Metode	Hasil	Kesimpulan
Agus Triyono (2012)	Inovasi Kota Semarang membang un citra melalui strategi <i>The Amazing City of Java</i>	Teori yang digunakan adalah teori strategi yang lebih menitik beratkan kepada strategi komunikasi melalui citra dan <i>merk</i> produk wisata	Penelitian deskriptif. Sumber data menggunakan sumber data primer dan sekunder. Teknik penentuan informan menggunakan <i>purposive sampling</i> . Teknik pengumpulan data menggunakan	Kota semarang memiliki banyak potensi wisata. Kota Semarang merupakan kota yang banyak memiliki keunggulan diberbagai aspek yang unik dan berbeda,seperti gerakan-gerakan ataupuneven yang dilakukan dalam "The Amazing City of Java". Humas Pemkot Semarang mengatakan berbagai gerakan dan even-even yang dilakukan dalam	Pada penelitian ini fokus kepada inovasi Kota Semarang melalui strategi membangun citra branding. Sedangkan saya berfokus pada inovasi pemkot Semarang

			metode wawancara.	<p>membangun kota Semarang. Mulai dari gerakanertib lingkungan, penghijauan, tata kota, kebersihan hingga gerakan disiplin yang terus ditegakkan. Kegiatan kegiatan tersebut dilakukan untuk memberikan warna tersendiri bagi dinamisasi kota, perubahan warna kota, yang mempunyai tujuan dan kepentingan yang sama yakni membangun kota menjadi sebuah ikon yang banyak diminati oleh masyarakat luas. pergerakan yang</p>	<p>melalui aplikasi yang dapat digunakan sebagai strategi pemasaran pariwisata.</p>
--	--	--	-------------------	--	---

				di lakukan Pemkot Semarang.	
Tri Yuningsih (2015)	Inovasi Kebijakan Pariwisata Kota Semarang menyongsong masyarakat ekonomi ASEAN melalui strategi promosi	Teori Kebijakan Publik, James Anderson, dalam Bambang Sunggono (1994:22) tentang definisi kebijakan publik dan inovasi menurut Jones (2004)	Penelitian ini bertipe deskriptif kualitatif. Sumber data; data primer diperoleh dari key informan, yakni Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Semarang, sedangkan data sekunder diperoleh dari kepustakaan, media elektronik, dan	Secara umum City Branding diarahkan pada potensi daerah yaitu: investasi dengan kelompok sasaran para investor, pariwisata atau tourism dengan kelompok sasaran turis domestik dan mancanegardan perdagangan dengan kelompok sasaran para trader. Ketiganya sering disebut dengan sebutan invest, tourism dan trade. Kegiatan branding belum dilakukan secara proaktif dan terintegrasi. Sebagian besar	Pada penelitian ini berfokus pada inovasi Kota Semarang melalui strategi promosi City Branding. Sedangkan saya berfokus pada strategi pemasaran pariwisata melalui Kota

	<p>“City Branding”</p>		<p>sumber lain yang dapat dijadikan sumber informasi. Teknik koleksi data; pengumpulan data dilakukan dengan Wawancara. Teknik penentuan informan adalah Snowball. Analisis dan interpretasi data; data disajikan dengan teknik naratif dan dianalisis dengan</p>	<p>aktivitas yang dilakukan masih sebatas pada promosi parsial dengan sekadar mengikuti kegiatan yang telah dijadwalkan secara regular. Inovasi kebijakan pengembangan pariwisata melalui strategi city branding belum optimal dilakukan mengingat slogan-slogan city branding masih bersifat kontemporer dan belum menunjukkan pada symbol keunikan daerah.</p>	<p>Semarang sebagai upaya mendukung inovasi Pemkot Semarang.</p>
--	------------------------	--	---	--	--

			teknik taksonomi.		
Mayang Vini Setya (2017)	Strategi Disbudpar Kota Semarang dalam Upaya Mengemb angkan Pariwisata Kota Semarang	Teori kepariwisataan menurut Gamal Suwanto, dalam kepariwisataan masyarakat dapat didefinisikan ke dalam 4 komponen pokok yang memiliki fungsi yang terjalin erat satu sama lain, yaitu Komponen Pemerintah, Komponen Penyelenggara	Penelitian deskriptif. Sumber data menggunakan sumber data primer dan sekunder. Teknik penentuan informan menggunakan <i>purposive sampling</i> . Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara.	Pelaksanaan strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam upaya mengembangkan pariwisata di Kota Semarang dapat disimpulkan sudah berjalan dengan baik namun belum maksimal dibeberapa strategi. Strategi yang sudah berhasil diantaranya adalah dalam meningkatkan apresiasi seni budaya tradisional untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan dalam	Penelitian ini menjelaskan mengenai strategi Disbudpar Kota Semarang dalam emngembangkan n pariwisata Kota Semarang, sedangkan penelitian saya menjelaskan

		Pariwisata, Komponen Masyarakat Penerima Pariwisata, dan Komponen Wisatawan		meningkatkan profesionalisme SDM kepariwisataan. Pelaksanaan strategi lainnya belum maksimal dikarenakan ditemukan hambatan-hambatan	mengenai pelayanna informasi untuk mendukung pariwisata kota Semarang oleh Diskominfo Kota Semarang.
--	--	---	--	--	--

Dari data penelitian terdahulu pada tahun 2012 dan 2015 tersebut maka dapat disimpulkan bahwa belum adanya penelitian sebelumnya yang berkaitan secara langsung dengan inovasi pemerintah Kota Semarang melalui aplikasi Wis Semar. Di beberapa penelitian masih berfokus pada inovasi Pemerintah Kota Kota Semarang melalui *City Branding*. Oleh karena itu, penulis menyadari bahwa topik mengenai inovasi aplikasi Wis Semar ini merupakan topik yang menarik untuk diteliti. Melalui penelitian ini, maka dapat ditemukan bagaimana langkah-langkah yang telah dilakukan oleh pemerintah dalam melakukan inovasi melalui aplikasi Wis Semar di Kota Semarang.

1.6. Tinjauan Teori

Tinjauan teori merupakan pendekatan teori yang digunakan peneliti untuk menjelaskan persoalan penelitian. Dalam bab ini peneliti akan menjelaskan tentang inovasi menurut teori M. Rogers. Teori inovasi menurut M. Rogers tersebut akan digunakan sebagai landasan untuk menjelaskan inovasi aplikasi Pemerintah Kota Semarang melalui aplikasi Wis Semar untuk mendukung pariwisata Kota Semarang.

1.6.1. Inovasi

Inovasi menurut Jones (Budiono, 2018) mendefinisikan inovasi adalah proses dimana organisasi menggunakan keahlian dan sumberdayanya untuk mengembangkan produk barang dan jasa yang baru atau untuk mengembangkan sistem produksi dan operasi yang baru sehingga organisasi mampu memberikan kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen. Sedangkan menurut Paul M. Romer

(Budio, 2018) mendefinisikan inovasi sebagai proses menciptakan dan menyalurkan nilai baru kepada pelanggan. Beberapa bentuk inovasi adalah terobosan teknologi (penciptaan transistor), penemuan baru, (*scooter* roda satu), model bisnis baru, proses produksi yang baru, dan desai baru.

Inovasi menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan daerah agar keberadaan pemerintah menjadi bermakna (Feinstein, PhD, 2012). Dalam melakukan pembangunan diperlukan kreativitas daerah dalam menggali potensi sumber pendapatan daerahnya salah satunya melalui sektor pariwisata. Oleh karena itu Pemerintah Kota Semarang menciptakan aplikasi Wis Semar sebagai salah satu upaya peningkatan pelayanan publik dengan berbasis teknologi informasi dan komunikasi.

Menurut Rogers (Mirnasari, 2013) inovasi adalah sebuah ide, praktik atau objek yang dianggap baru oleh individu satu unit adopsi lainnya. Sehingga sesuatu dapat dikatakan baru oleh individu apabila memiliki sifat kebaruan. Walaupun sebuah pembaruan atau inovasi sudah dilakukan oleh orang lain, pembaruan tersebut masih dapat dikatakan sebagai sebuah inovasi tergantung pada seberapa radikal kebaruan tersebut.

Menurut *Asian Development Bank*, inovasi adalah sesuatu yang baru, dapat di implementasikan, dan memiliki dampak yang menguntungkan (Wismanu et al., 2018). Inovasi bukan sebuah kejadian ataupun aktivitas, ini adalah konsep, proses, penerapan, dan kapabilitas yang menentukan kesuksesan organisasi. Inovasi dapat membantu sektor publik untuk membuat nilai untuk masyarakat.

. Inovasi berasal dari bahasa Latin, yaitu “*innovare*” atau “*innovatio*”. Kemudian diadaptasi oleh bahasa Inggris menjadi “*innovation*” yang berarti perubahan atau pembaharuan. *Innovation* berasal dari kata kerja “*innovo*” yang memiliki arti mengubah atau memperbaharui. Sehingga inovasi adalah suatu proses memperbaiki dan memperbaharui suatu cara, pengelolaan, maupun produk, ide atau gagasan yang baru. Inovasi adalah suatu pembaruan berupa penciptaan gagasan, ide, terobosan yang baru untuk meningkatkan atau memperbaiki produk yang sudah ada sebelumnya guna memperbaiki masalah sebelumnya dengan menciptakan sesuatu yang belum ada dan bersifat baru sehingga membawa kemajuan bagi individu atau tempat (Pangestika, 2019).

Inovasi dapat berupa pembaharuan yang sudah ada atau masih baru. Inovasi berupa pembaharuan dari yang sudah ada merupakan inovasi yang sebelumnya sudah ada namun diperbaharui untuk mengatasi masalah yang ada atau untuk meningkatkan produk yang ada. Adapun inovasi yang bersifat baru adalah suatu pembaruan yang dapat berupa ide, gagasan, produk dan sebagainya yang belum ada sebelumnya dan masih baru. Tujuan dari inovasi yang bersifat baru ini digunakan untuk meningkatkan suatu sistem, mengatasi masalah yang ada dan mengembangkan gagasan atau ide. Ide, gagasan, maupun produk inovasi itu kemudian diimplementasikan dan digunakan.

Secara umum, Rogers menyatakan inovasi mempunyai beberapa karakteristik, yaitu :

1. *Relative advantage* (Kemanfaatan)

Sebuah inovasi harus mempunyai keunggulan dan nilai lebih dibandingkan dengan inovasi sebelumnya. Selalu ada sebuah nilai kebaruan yang melekat dalam inovasi yang menjadi ciri yang membedakannya dengan yang lain.

2. *Compatibility* (Kesesuaian)

Inovasi juga sebaiknya mempunyai sifat kompatibel atau kesesuaian dengan inovasi yang digantinya. Hal ini dimaksudkan agar inovasi yang lama tidak serta merta dibuang begitu saja, selain karena alasan faktor biaya yang tidak sedikit, namun juga inovasi yang lama menjadi bagian dari proses transisi ke inovasi terbaru. Selain itu juga dapat memudahkan proses adaptasi dan proses pembelajaran terhadap inovasi itu secara lebih cepat.

3. *Complexity* (Kompleksitas)

Dengan sifatnya yang baru, maka inovasi mempunyai tingkat kerumitan yang boleh jadi lebih tinggi dibandingkan dengan inovasi sebelumnya. Namun demikian, karena sebuah inovasi menawarkan cara yang lebih baru dan lebih baik, maka tingkat kerumitan ini pada umumnya tidak menjadi masalah penting.

4. *Triability* (Diuji Coba)

Inovasi hanya bisa diterima apabila telah teruji dan terbukti mempunyai keuntungan atau nilai lebih dibandingkan dengan inovasi yang lama. Sehingga sebuah produk inovasi harus melewati fase “uji publik”,

dimana setiap orang atau pihak mempunyai kesempatan untuk menguji kualitas dari sebuah inovasi.

5. *Observability* (Pengamatan)

Sebuah inovasi harus juga dapat diamati, dari segi bagaimana ia bekerja dan menghasilkan sesuatu yang lebih baik. Inovasi merupakan cara baru untuk menggantikan cara lama dalam mengerjakan atau memproduksi sesuatu (Hutagalung & Hermawan, 2018).

Menurut Rogers menjelaskan inovasi sebagai “*an idea, practice, or object perceived as new by the individual.*” Selain itu inovasi juga tidak terlepas dari beberapa hal antara lain:

1. Pengetahuan baru. Sebuah inovasi hadir sebagai pengetahuan baru bagi masyarakat dalam sebuah sistem sosial tertentu. Pengetahuan ini merupakan faktor penting penentu perubahan sosial yang terjadi dalam masyarakat
2. Cara baru. Inovasi juga dapat berupa sebuah cara baru bagi individu atau sekelompok orang untuk memenuhi kebutuhan atau menjawab masalah tertentu. Cara baru ini merupakan pengganti cara lama yang sebelumnya berlaku
3. Objek baru. Sebuah inovasi adalah objek baru bagi penggunanya, baik berbentuk fisik (berwujud/*tangible*) maupun yang tidak berwujud (*intangible*)
4. Teknologi baru. Inovasi sangat identik dengan kemajuan teknologi. Banyak contoh inovasi yang hadir dari hasil kemajuan teknologi. Indikator kemajuan dari sebuah produk teknologi yang inovatif biasanya dapat langsung dikenali oleh fitur fitur yang melekat pada produk tersebut

5. Penemuan baru. Hampir semua inovasi merupakan hasil penemuan baru. Sangat jarang ada kasus inovasi hadir sebagai sebuah kebetulan. Inovasi merupakan produk dari sebuah proses yang sepenuhnya bekerja dengan kesadaran dan kesengajaan (Mukhlis, 2017)

Inovasi merupakan kunci untuk meningkatkan inovasi pertumbuhan ekonomi, daya saing daerah, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Setiap elemen negara meliputi pemerintah, swasta, dan masyarakat sipil harus melakukan inovasi.

1.6.2. Konsep Inovasi Daerah

Inovasi pemerintah adalah suatu hal yang penting dalam meningkatkan pelayanan yang lebih baik dan kompetitif. Tanpa inovasi, pemerintah tidak dapat merubah suatu hal dan apabila inovasi tidak dilakukan, maka akan terus tertinggal dan tidak bisa bersaing.

Strategi inovasi dalam pemerintahan menurut Sangkala (Mansur et al., 2020) yaitu :

1. Layanan terintegrasi, dimana sektor publik menawarkan peningkatan sejumlah layanan, warga memiliki harapan yang tidak sederhana dimana warga meminta layanan yang disediakan disertai dengan kenyamanan
2. Desentralisasi pemberian dan monitoring layanan lebih dekat dengan masyarakat dan biasanya membentuk kepastian terhadap tingkat permintaan yang tinggi sehingga meningkatkan kepuasan masyarakat atau pelaku bisnis

3. Pemanfaatan kerjasama, bermakna sebagai pemerintahan yang inovatif untuk memenuhi peningkatan pemenuhan agar lebih efisien dalam pemberian layanan publik, lebih kolaboratif antar organisasi dan juga terjadi kerjasama antara publik dan swasta
4. Pelibatan warga negara. Kewenangan pemerintah yang inovatif harus merealisasikan peran-peran pentingnya dengan mendorong peran warga untuk berpartisipasi dalam mendorong perubahan
5. Pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi

Dalam era global seperti saat ini, pembangunan perlu mengedepankan aspek pemanfaatan IPTEK dan inovasi sebagai terobosan baru dalam pemerintahan daerah. Hal tersebut sesuai dengan Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (amandemen IV) pada pasal 31 ayat 5 yang menyatakan bahwa “Pemerintah memajukan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) dengan menjunjung tinggi nilai nilai agama dan persatuan bangsa untuk kemajuan peradaban serta kesejahteraan umat manusia”. Sebagai pelaksana ketentuan tersebut, Pemerintah menerbitkan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi yang menngamanatkan kepada Pemerintah dan Pemerintah Daerah untuk memperkuat data dukung IPTEK. Kemudian disusul dengan Peraturan Pemerintah Nomor 38 tahun 2017 tentang Inovasi Daerah.

Peran inovasi pemerintah daerah dalam inovasi sangat penting karena pemerintah daerah dapat mengakselerasi inovasi swasta dan masyarakat dalam meningkatkan pelayanan publik (Widiastuti, 2019a). Pemerintah daerah menjadi

salah satu ujung tombak pelayanan publik yang wajib melakukan inovasi. Peran pemerintah daerah dalam pelayanan publik yang inovatif akan meningkatkan pelayanan, pemberdayaan masyarakat, pertumbuhan ekonomi, dan daya saing yang semakin tinggi. Kemampuan daya saing daerah yang tinggi akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, peran pemerintah daerah dalam melakukan inovasi merupakan bagian dari reformasi birokrasi. Reformasi birokrasi dilakukan untuk memperbaiki pelayanan sektor publik dan inovasi menjadi katalisator untuk mempercepat pelaksanaan reformasi birokrasi.

Penyelenggaraan inovasi daerah bertujuan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan publik, pemberdayaan dan peran serta masyarakat, dan peningkatan daya saing daerah. Penyelenggaraan inovasi daerah terdiri atas inovasi daerah dalam rangka pembaharuan terkait penyelenggaraan pemerintahan daerah dan inovasi daerah dalam rangka peningkatan produk atau proses produksi. Inovasi daerah dalam rangka pembaharuan penyelenggaraan pemerintahan daerah dapat terbentuk meliputi;

2. Inovasi tata kelola pemerintahan daerah merupakan inovasi dalam pelaksanaan manajemen Pemerintahan Daerah, meliputi tatapelaksanaan internal dalam pelaksanaan fungsi manajemen dan pengelolaan unsur manajemen
3. Inovasi pelayanan publik merupakan inovasi dalam penyediaan pelayanan kepada masyarakat yang meliputi proses pemberian pelayanan barang atau jasa publik, dan inovasi jenis dan bentuk barang atau jasa publik dan pelayanan administrasi

4. Inovasi daerah lainnya sesuai dengan urusan pemerintahan yang menjadikewenangan daerah. Inovasi daerah dalam rangka pembaharuan penyelenggaraan pemerintahan daerah harus memenuhi kriteria : (a) mengandung pembaharuan seluruh atau sebagian unsur obyek inovasi;(b)memberi manfaaat bagi daerah dan atau masyarakat;(c)tidak mengakibatkan pembebanan dan atau pembatasan pada masyarakat yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan;(d)merupakan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah, atau menjadikebutuhan masyarakat dalam rangka peningkatan proses dan atau produk barang dan atau jasa dan dapat direplikasi (Widiastuti, 2019b).

Inisiatif inovasi daerah dituangkan dalam bentuk kerangka acuan kerja inovasi daerah yang sekurang-kurangnya memuat alasan perlunya inovasi daerah, urusan penyelenggaraan pemerintahan yang akan dilakukan inovasi, metode inovasi, tahapan dan jadwal inovasi, keluaran inovasi dan penanggung jawab inovasi.

Inovasi pemerintahan daerah menurut Noor (Mukhlis, 2017) merupakan perpaduan dari lima komponen, yaitu :

1. *Strategy and Customers*

Pemerintahan daerah harus tahu kapan, dimana, dan bagaimana inovasi itu dilakukan

2. *Measures and Performance*

Yaitu harus diketahui bagaimana mengukur keberhasilan inovasi yang dilakukan

3. *Process and infrastructure*

Apakah inovasi yang dilakukan bersifat sementara atau menjadi bagian yang tak terpisahkan dari organisasi

4. *People*

Bagaimana budaya organisasi yang ada di dalam memahami inovasi tersebut

5. *Technology*

Bagaimana pemanfaatan alat dalam berinovasi tersebut

Dituntutnya pemerintah untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat maka memberikan makna pentingnya sebuah inovasi untuk mengatasi masalah pemerintah. Inovasi juga menjadi sebuah capaian bagi pemerintah daerah. Seperti yang dikemukakan oleh Schumpeter (Abdullah, 2013), *"Dengan inovasi maka didapat penambahan nilai dari produk, pelayanan, proses kerja, pemasaran, sistem pengiriman, dan kebijakan, tidak hanya bagi organisasi tapi juga stakeholder dan masyarakat"*.

Purwanto (Mukhlis, 2017) menjelaskan bahwa terdapat empat jenis inovasi pemerintahan, yaitu :

1. Inovasi kreatif, adalah program atau kebijakan inovasi yang rendah belum menunjukkan praktek positif di lapangan, cerdas dari segi gagasan dan berpotensi untuk menghasilkan efek langkah pendek yang positif
2. Inovasi strategis, adalah program atau kebijakan inovatif yang cerdas berpotensi menghasilkan dampak jangka panjang yang positif tetapi belum terbukti implementatif di lapangan

3. Inovatif produktif adalah program yang cerdas dari segi gagasan, berpotensi menghasilkan dampak jangka pendek yang pasif, terbukti implementasi di lapangan, namun belum cukup meyakinkan untuk jangka panjang.

Konsep inovasi pemerintah daerah lainnya dikemukakan oleh Yogi (Hutagalung & Hermawan, 2018) inovasi dalam pemerintahan daerah adalah salah satu jalan atau bahkan *breakthrough* untuk mengatasi kemacetan dan kebuntuan organisasi di sektor publik. Karakteristik dari sistem pemerintah kaku, maka harus dicairkan melalui penularan budaya inovasi. Inovasi yang biasanya ditemukan dalam sektor bisnis kini mulai diterapkan dalam sektor publik. Hal ini karena tuntutan perubahan yang cepat sehingga budaya inovasi harus dapat dipertahankan dan dikembangkan lebih baik lagi. Hal lainnya juga dikarenakan dinamika perubahan di masyarakat juga sangat penting, sehingga pemerintah daerah dapat mengakomodasi dan merespons secara cepat dan tanggap setiap perubahan yang terjadi dalam masyarakat.

Sebuah inovasi yang dilakukan oleh pemerintah daerah hendaknya memiliki sasaran yang tepat karena ketepatan sasaran dalam setiap inovasi yang dilakukan menjadi salah satu aspek yang berpengaruh terhadap keberhasilan suatu proses inovasi dalam mencapai tujuan yang diharapkan dan dalam mengatasi permasalahan yang ada.

Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2017 mendefinisikan inovasi daerah, pada pasal 1 dijelaskan inovasi daerah adalah semua bentuk pembaharuan dalam penyelenggaraan Pemerintahan Daerah. Pasal 2 ayat 1 menjelaskan bahwa inovasi

daerah bertujuan untuk meningkatkan kinerja penyelenggaraan Pemerintahan Daerah. Untuk mencapai tujuan sebagaimana dimaksud pada ayat satu, maka sasaran inovasi daerah diarahkan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui; 1. peningkatan pelayanan publik; 2. pemberdayaan dan peran serta masyarakat; dan 3. peningkatan daya suatu daerah.

Inovasi merupakan sebuah kunci bagi daerah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan sumber pendapatan daerah, meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan daya saing daerah. Inovasi pada instansi pemerintahan meliputi inovasi di Kementerian, pemerintah provinsi, pemerintah kabupaten/kota dan lembaga pemerintah non kementerian. Hal itu menunjukkan inovasi sangat penting baik dalam tingkat pusat maupun daerah.

Pemerintah daerah sebagai sektor pelayanan publik perlu melakukan inovasi. Pelayanan publik yang inovatif akan meningkatkan pelayanan, pemberdayaan masyarakat, pertumbuhan ekonomi dan juga daya saing antar pemerintah daerah. Kemampuan daya saing daerah yang tinggi maka akan sejalan dengan meningkatkan kesejahteraan masyarakat daerah itu sendiri. Pentingnya inovasi daerah tertulis dalam Undang Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah yang menjelaskan bahwa pemerintah memberikan peluang kepada pemerintah daerah untuk melakukan inovasi. Inovasi yang dimaksudkan adalah semua bentuk pembaharuan dalam penyelenggaraan Pemerintahan Daerah yang berpedoman pada prinsip peningkatan efisiensi, perbaikan efektifitas, perbaikan kualitas pelayanan, tidak ada konflik kepentingan, berorientasi kepada

kepentingan umum, dilakukan secara terbuka, memenuhi nilai nilai kepatutan, dan dapat dipertanggung jawabkan hasilnya tidak untuk kepentingan diri sendiri.

1.6.3. E-Government

Pemerintah sebagai sektor pelayanan publik memiliki kewajiban memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada masyarakat, sehingga dalam rangka melaksanakan tugasnya sebagai lembaga pelayanan publik maka pemerintah berusaha memperbaiki pelayanannya dengan menggunakan teknologi informasi yang sesuai dengan kebutuhan organisasi yang mapu mengelola data dengan cepat, efektif, efisien serta menghasilkan informasi yang tepat, cepat dan akurat. Dalam memenuhi kebutuhan tersebut pemerintah mengembangkan pelayanan berbasis elektronik (*e-government*).

Pengertian *e-government* atau *electronic government* menurut Prof Eko Indrajit (Indrajit, 2002) adalah penggunaan teknologi informasi oleh pemerintah untuk memberikan informasi dan pelayanan bagi warganya yang meliputi:

1. *Government to Citizen* (G2C) , yaitu sebuah tipe dari hubungan pemerintah dengan masyarakat. Hubungan ini bertujuan untuk dapat memperbaiki hubungan interaksi di antara pemerintah dengan masyarakat serta untuk mempermudah masyarakat di dalam mencari berbagai informasi mengenai pemerintahan
2. *Government to Business* (G2B), yaitu sebuah tipe dari hubungan pemerintah dengan bisnis. Dikarenakan sangatalah dibutuhkan relasi yang sangat baik, di antara pemerintah dengan kalangan bisnis. Dan tujuannya ialah demi sebuah kemudahan berbisnis masyarakat dari kalangan pebisnis

3. *Government to Government (G2G)*, yaitu sebuah tipe dari hubungan pemerintah dengan pemerintah lainnya. Hubungan ini bertujuan agar dapat memenuhi berbagai macam informasi yang dibutuhkan di antara pemerintah yang satu dengan pemerintah lainnya, dan untuk memperlancar dan juga mempermudah sebuah kerjasama di antara pemerintah yang bersangkutan
4. *Government to Employees (G2E)*, yaitu sebuah tipe hubungan antara pemerintah dengan pegawainya. Hubungan ini bertujuan agar para pegawai pemerintahan ataupun pegawai negeri dapat meningkatkan kinerja beserta kesejahteraan dari para pegawai yang bekerja pada salah satu institusi pemerintah
5. *Government to Non Profit (G2N)*, yaitu sebuah tipe hubungan antara pemerintah dengan lembaga atau institusi non profit, seperti NGO, partai politik, dan lain lain. Hubungan ini bertujuan agar lembaga atau institusi non profit dapat dikelola dengan baik, sehingga tujuan lembaga atau institusi dapat terwujud sesuai dengan fungsi dan wewenangnya masing .

Tujuan dari *e-government* adalah menyediakan pengelolaan informasi pemerintahan yang efisien kepada segenap warga negara. Pemberian layanan kepada masyarakat yang lebih baik, serta memberdayakan masyarakat melalui akses informasi dan partisipasi dalam pengambilan keputusan publik (Annisa, 2011). Konsep *e-government* dijelaskan oleh Al Glore dan Tony Blair dalam

(Indrajit, 2002) menggambarkan manfaat dari diterapkannya konsep *e-government* bagi suatu negara, yaitu :

1. Memperbaiki kualitas pelayanan pemerintah kepada para *stakeholder*-nya (masyarakat, kalangan bisnis, dan industri} terutama dalam hal kinerja, efektivitas, dan efisiensi di berbagai bidang kehidupan negara
2. Meningkatkan transparansi, kontrol, dan akuntabilitas penyelenggaraan pemerintahan dalam rangka penerapan konsep *Good Corporate Governmance*
3. Mengurangi secara signifikan total biaya administrasi, relasi dan interaksi yang dikeluarkan pemerintah maupun *stakeholdernya* untuk keperluan aktivitas sehari hari
4. Memberikan peluang bagi pemerintah untuk mendapatkan sumber-sumber pendapatan baru melalui interaksinya dengan pihak-pihak yang berkepentingan
5. Menciptakan suatu lingkungan masyarakat baru yang dapat secara cepat dan tepat menjawab berbagai permasalahan yang dihadapi sejalan dengan berbagai perubahan global dan trend yang ada
6. Memberdayakan masyarakat dan pihak-pihak lain sebagai mitra pemerintah dalam proses pengambilan berbagai kebijakan publik secara merata dan demokratis (Indrajit, 2002)

Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa negara-negara maju beranggapan bahwa implementasi *e-government* yang tepat akan dapat memperbaiki kualitas kehidupan masyarakat suatu negara dan berdampak secara

signifikan. Oleh karenanya, suatu negara harus mengimplementasikan *e-government* secara tepat dan cepat yang mana akan mendatangkan keunggulan kompetitif secara nasional.

Menurut Prof Richardus (Indrajit, 2002) konsep *e-government* berkembang didasarkan atas tiga kecenderungan, yaitu:

1. Masyarakat bebas memilih bilamana dan darimana yang bersangkutan ingin berhubungan dengan pemerintahnya untuk melakukan berbagai transaksi atau mekanisme interaksi yang diperlukan selama dua puluh empat jam sehari dan tujuh hari seminggu (non-stop)
2. Untuk menjalankan mekanisme interaksi tersebut masyarakat dapat dan boleh memilih berbagai kanal akses (*multiple channels*), baik yang sifatnya tradisional atau konvensional maupun yang paling modern, baik yang disediakan oleh pemerintah maupun kerja sama antar pemerintah dengan sektor swasta atau institusi non komersial lainnya
3. Seperti layaknya konduktor dalam sebuah orkestra, pemerintah dalam hal ini berperan sebagai koordinator utama yang memungkinkan berbagai hal yang diinginkan masyarakat tersebut terwujud, artinya yang bersangkutan akan membuat sebuah suasana yang kondusif agar tercipta sebuah lingkungan penyelenggaraan pemerintahan seperti yang dicita-citakan rakyatnya tersebut

Beberapa negara maju maupun berkembang menerapkan *e-government* sesuai dengan karakteristik negara masing masing dan jarang ditentukan negara negara tersebut melaksanakan tahapan yang sama. Secara umum, tahapan *e-*

government yang biasanya dipilih oleh suatu negara adalah :1. membangun sistem email dan jaringan; 2. meningkatkan kemampuan organisasi dan publik dalam mengakses informasi; 3. menciptakan komunikasi dua arah antar pemerintah dan masyarakat; 4. memulai pertukaran *value* antar pemerintah dan masyarakat, dan 5. menyiapkan portal yang informatif (Annisa, 2011).

Prof. Eko Indrajit (Annisa, 2011) menyatakan bahwa ada tiga penyebab *e-government* perlu dikembangkan, meliputi :

1. Era globalisasi yang datang lebih cepat dari yang diperkirakan telah membuat isu-isu semacam demokratisasi, hak asasi manusia, hukum, transparansi, korupsi, *civil society*, *good corporate governance*, perdagangan bebas, pasar terbuka dan lain sebagainya menjadi hal-hal utama yang harus diperhatikan oleh setiap bangsa jika tidak ingin diasingkan dari pergaulan dunia. Dalam format ini pemerintahan harus mengadakan reposisi terhadap perannya di dalam sebuah negara, dari yang bersifat internal dan fokus terhadap kebutuhan dalam negeri, menjadi lebih berorientasi kepada eksternal dan fokus bagaimana memposisikan masyarakat dan negaranya di dalam sebuah pergaulan global
2. Kemajuan teknologi informasi terjadi sedemikian pesatnya sehingga data informasi dan pengetahuan dapat diciptakan dengan sangat cepat dan dapat disebarkan keseluruh lapisan masyarakat di berbagai belahan dunia dalam hitungan detik. Hal ini berarti setiap individu berbagai negara dapat saling berkomunikasi secara langsung kepada siapapun yang dikehendaki tanpa dibutuhkan perantara apapun

3. Meningkatnya kualitas kehidupan masyarakat di dunia tidak terlepas dari semakin membaiknya kinerja industri swasta dalam melakukan kegiatan ekonominya. Keintiman antar masyarakat (sebagai pelanggan) dengan pelaku ekonomi telah membuat terbentuknya standar pelayanan yang semakin baik dari waktu ke waktu. Percepatan peningkatan kinerja di sektor swasta ini tidak diikuti dengan percepatan yang sama di sektor publik, sehingga masyarakat dapat melihat adanya kepincangan dalam standar kualitas pemberi pelayanan.

Oleh karena itu, maka sudah sepatutnya sebuah negara memiliki visi *e-government* masing masing, sesuai dengan karakteristik dan cita cita negaranya. Karena setiap negara memiliki karakteristik masing masing maka visi dari masing masing negara sehubungan dengan apa yang ingin dicapai dengan implementasi *e-government* yang beragam. Keberhasilan penerapan *e-government* terdiri dari sumber daya manusia, peran sumber daya manusia terhadap teknologi informasi merupakan sebuah faktor krusial, dimana manusia merupakan implementator *e-government*. Sumber daya manusia mempunyai kedudukan dan peran yang sangat penting sebagai pelaku dalam mencapai tujuan nasional pembangunan.

Dari beragam definisi *e-government*, setidaknya ada tiga kesamaan karakteristik dari setiap definisi *e-government*, yaitu :Pertama, merupakan suatu mekanisme interaksi baru (modern) antara pemerintah dengan masyarakat dan kalangan lain yang berkepentingan (*stakeholder*). Kedua, melibatkan penggunaan teknologi informasi terutama internet. Ketiga, tujuan yang akan dicapai adalah

memperbaiki mutu atau kualitas pelayanan terhadap masyarakat. *E-government* merupakan kegiatan yang terkait dengan upaya seluruh lembaga pemerintah dalam bekerja sama memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi sehingga dapat menyediakan jasa layanan elektronik dan informasi yang akurat kepada individu masyarakat dan dunia usaha. Inisiatif *e-government* adalah suatu proses yang berlangsung terus menerus untuk memperbaiki kinerja pemerintah dan penyelenggaraan layanan yang efisien bagi publik. Perlu ditekankan bahwa efisiensi sangat tergantung pada kurun waktu dan teknologi. *E-government* yang saat ini efisien belum tentu efisien beberapa tahun ke depan karena perkembangan teknologi informasi dan *demand* dari *stakeholder* (Sukyadi, 2009).

Penyelenggaraan *e-government* dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik yang diberikan oleh pemerintah kepada masyarakat. Dalam Inpres Nomor 3 Tahun 2003 dinyatakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi mencakup dua kegiatan yang berkaitan langsung, yaitu :

1. Pengelolaan data, pengelolaan informasi, sistem manajemen dan proses kerja secara elektronik
2. Pemanfaatan kemajuan teknologi informasi agar pelayanan publik dapat diakses secara mudah dan murah oleh masyarakat di seluruh wilayah negara.

Pelaksanaan dalam pengembangan *e-government* diarahkan untuk mencapai empat tujuan utama, yaitu :

1. Pembentukan jaringan informasi dan transaksi pelayanan publik yang memiliki kualitas dan lingkup yang dapat memuaskan masyarakat luas

serta dapat terjangkau di seluruh wilayah Indonesia pada setiap saat tidak dibatasi oleh sekat waktu dan dengan biaya yang terjangkau oleh masyarakat

2. Pembentukan hubungan interaktif dengan dunia usaha untuk meningkatkan perkembangan perekonomian nasional dan memperkuat kemampuan menghadapi perubahan dan persaingan perdagangan internasional
3. Pembentukan mekanisme dan saluran komunikasi dengan lembaga-lembaga negara serta penyediaan fasilitas dialog publik masyarakat agar dapat berpartisipasi dalam perumusan kebijakan negara
4. Pembentukan sistem manajemen dan proses kerja yang transparan dan efisien serta memperlancar transaksi dan layanan antar lembaga pemerintah dan pemerintah daerah otonom (Inpres Nomor 3 tahun 2003, 2004)

1.6.4. Konsep Pariwisata bagi Daerah

Berkaitan dengan pariwisata bagi daerah telah diatur dalam UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Dalam pasal 4 dinyatakan bahwa tujuan kepariwisataan adalah: Meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan lingkungan sumber daya alam, serta memajukan kebudayaan. Dengan prinsip penyelenggaraan kepariwisataan, tujuan kepariwisataan memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup dan memberdayakan masyarakat setempat (*UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan [JDIH BPK RI]*, 2021). Sebagai tindak lanjut dari UU Nomor 10 Tahun 2009,

Pemerintah Provinsi Jawa Tengah mengeluarkan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPPARDA) Provinsi Jawa Tengah Tahun 2012-2027. Pada pasal 2 dinyatakan bahwa arah pembangunan kepariwisataan dilaksanakan dengan: berdasarkan prinsip pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan, berorientasi pada upaya peningkatan kesempatan kerja, pengurangan kemiskinan, peningkatan pertumbuhan serta pelestarian lingkungan, tata kelola yang baik, dan mendorong kemitraan sektor publik dan privat (Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, 2012)

Dari peraturan RIPPERDA tersebut dapat dinyatakan bahwa pengembangan kepariwisataan bagi daerah bukan hanya dalam upaya peningkatan perekonomian, pemerataan pendapatan dan kesempatan kerja, namun juga menekankan pada keterlibatan pemerintah, masyarakat, dan swasta dalam rangka keberlanjutan kepariwisataan dan pelestarian sumber daya alam.

1.7. Operasionalisasi Konsep

Inovasi merupakan sesuatu hal yang didasari sifat kebaruan yang muncul berupa pengetahuan, cara, objek, teknologi, dan atau penemuan baru yang dimaksudkan untuk mengembangkan sesuatu yang belum ada sebelumnya ataupun pengelolaan baru. Suatu produk dapat dikatakan inovatif apabila memiliki sifat kebaruan di dalam masyarakat dengan memaksimalkan teknologi sebaik mungkin dalam memberikan pelayanan publik kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan pelayanan agar menjadi lebih efektif dan efisien. Inovasi yang dimaksud adalah inovasi aplikasi Wis Semar oleh Diskominfo Kota Semarang dalam pelayanan informasi kepada masyarakat di bidang pariwisata.

Dalam penelitian ini menjelaskan alur teori yang berkaitan dengan karakteristik inovasi pelayanan dalam aplikasi Wis Semar dang dijadikan sebagai produk inovasi baru di bidang pelayanan informasi di bidang pariwisata di Kota Semarang oleh Diskominfo Kota Semarang menjadi lebih optimal bagi masyarakat, serta mengidentifikasi faktor-faktor penghambat inovasi aplikasi Wis Semar. Penelitian ini didasarkan pada teori Everet M Rogers sebagai berikut:

1. *Relative Advantage* atau Keuntungan Relative
2. *Compability* atau Kompabilitas
3. *Complexity* atau Kerumitan
4. *Triability* atau Kemungkinan Diuji Coba
5. *Observability* atau Kemudahan Diamati

Teori ini relevan dalam menjelaskan penelitian ini karena berkaitan dengan karakteristik inovasi pelayanan informasi yang dijadikan terobosan dalam upaya peningkatan kualitas oleh Diskominfo Kota Semarang. Indikator dalam teori ini digunakan untuk mengetahui bagaimana keberjalanan inovasi aplikasi Wis Semarang yang telah dibuat oleh Diksominfo Kota Semarang.

1.8. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hal ini ditujukan untuk mengungkap fenomena atau fakta-fakta yang ada di lapangan melalui kata-kata secara tertulis atau secara lisan dari informan. Dalam metode penelitian deksriptif ini, digunakan untuk mengetahui bagaimana inovasi Pemerintah Kota Semarang

melalui aplikasi Wis Semar untuk mendukung pariwisata Kota Semarang dan bagaimana pelaksanaan inovasi aplikasi Wis Semar tersebut.

1.9. Situs Penelitian

Lokasi dalam melakukan penelitian ini adalah Dinas Informasi, Komunikasi, Statistik, dan Persandian Kota Semarang

1.10. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah pihak-pihak terkait yang akan diteliti sebagai sumber informasi dalam penelitian. Sementara objek penelitian yaitu yang menjadi fokus dalam penelitian. Objek dalam penelitian ini yaitu inovasi Pemerintah Kota Semarang melalui aplikasi Wis Semar.

Subjek penelitian merupakan suatu hal yang berhubungan dengan pihak-pihak yang terkait dengan inovasi tersebut. Oleh karena itu, subjek dalam penelitian ini yaitu :

1. Kepala Bidang Layanann *E-Government*, yaitu Arif Budiman, S.Kom,
2. Kepala Seksi Pengembangan dan Pengelolaan Aplikasi, yaitu Akil Edhi Wibowo, S.Kom
3. Inovator, yaitu Sukirno, S.Kom
4. Masyarakat pengguna aplikasi Wis Semar

1.11. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data penelitian kualitatif. Menurut Miles dan Hiberman data penelitian kualitatif yaitu sumber dari deskripsi yang luas dan berlandaskan kukuh, serta memuat penjelasan tentang proses-proses yang terjadi dalam lingkup setempat (Ahmadi Imam Muslim, 2017)

1.12. Sumber Data

Sumber data yang digunakan peneliti dalam membantu penelitian adalah :

1. Data Primer

Sumber data primer merupakan objek atau dokumen original yang diperoleh dari pelaku yang disebut "*first hand information*" (Juniantoro, 2021). Data primer yang digunakan adalah hasil wawancara dengan beberapa narasumber yang berkaitan. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara secara langsung dengan pegawai Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Semarang

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data-data yang diperoleh dari tangan kedua atau dari sumber sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan (Silalahi & Gunarsa, 2009). Data sekunder ini dapat berbentuk laporan, buku-buku, media cetak, jurnal, dan dokumen lainnya

1.13. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data atau sering disebut metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Adapun proses pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik yaitu sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku obyek sasaran (Abdurrahmat Fathoni, Haji, 2011).

Adapun cara yang digunakan dalam teknik ini adalah dengan melakukan interaksi dengan informan-informan bersangkutan. Observasi adalah mengadakan pengamatan secara langsung. Dalam penelitian ini observasi dilakukan dengan pengamatan secara langsung dengan apa yang dilakukan di lapangan terhadap kegiatan yang berhubungan dengan inovasi Pemkot Semarang melalui aplikasi Wis Semar

2. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh kedua belah pihak yaitu pewawancara dan yang diwawancarai (Nova Retnowati, 2015). Melalui wawancara ini, peneliti akan melangsungkan wawancara secara langsung kepada:

1. Kepala Bidang Layanann *E-Government*, yaitu Arif Budiman, S.Kom,
2. Kepala Seksi Pengembangan dan Pengelolaan Aplikasi, yaitu Akil Edhi Wibowo, S.Kom
3. Inovator, yaitu Sukirno, S.Kom
4. Masyarakat pengguna aplikasi Wis Semar

Analisis dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data yang bersumber dari arsip dan dokumen yang berada di tempat penelitian atau yang berada di luar tempat penelitian yang ada hubungannya dengan penelitian tersebut (H. Abdurrahmat Fathoni, 2006).

Dalam penelitian ini penulis akan mencari dan mendapatkan data dengan analisis yang berupa catatan, buku, transkrip, surat kabar maupun berita online

dan media sosial dan mencari sumber informasi juga data yang berkaitan dengan inovasi Pemkot Semarang melalui aplikasi Wis Semar

1.14. Analisis dan Interpretasi Data

1. Pengumpulan Seluruh Data

Dalam tahap ini, peneliti harus mampu menelaah seluruh data yang telah tersedia dan didapatkan dari berbagai sumber data baik data primer maupun data sekunder. Hal ini ditujukan agar setiap data bisa didapatkan secara lengkap untuk memenuhi kebutuhan penelitian

2. Reduksi Data

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal hal yang pokok, memfokuskan pada hal hal penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi memberikangambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan (Sugiyono, 2013). Pada tahap ini akan dilakukan abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses, pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap didalamnya. Pada tahap ini dilakukan pemilihan tentang relevan tidaknya antara data dengan tujuan penelitian. Informasi dari lapangan sebagai bahan mentah diringkas, disusun lebih sistematis, dan mengambil inti data yang dibutuhkan

3. Penyajian Data (Display Data)

Penyajian data merupakan rangkaian organisasi informasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan (Lexi & M.A., 2010). Pada tahap ini dapat muncul deskripsi tentang inovasi Pemkot Semarang melalui

aplikasi Wis Semar oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian
Kota Semarang

4. Pengambilan Keputusan Atau Verifikasi

Pada langkah ini, peneliti menarik kesimpulan dengan menafsirkan dalam bentuk uraian sebagai hasil dari proses penelitian yang dilakukan. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Verifikasi dimaksudkan agar penilaian tentang kesesuaian data dengan maksud yang terkandung dalam konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut lebih tepat dan obyektif.