

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Pembangunan dibidang pariwisata mempunyai beberapa tujuan utama, seperti meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar, meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar, dan berujung pada pertumbuhan ekonomi. Destinasi Pariwisata Kampong Djadhoel adalah suatu tempat wisata yang menyediakan nilai nilai budaya dan nilai nilai sejarah dalam atraksi wisatanya. Kampong Djadhoel adalah salah satu Desa Wisata yang berlokasi di Kampung Batik Tengah Kelurahan Rejomulyo Kota Semarang. Kampong Djadhoel diambil dari kata “*Djajan*” dan “*Dholan*” yang artinya belanja dan bermain, nama ini diambil untuk memudahkan dan gampang diingat oleh para wisatawan. Menganalisis dan mengidentifikasi komponen internal dan eksternal Kampong Djadhoel merupakan salah satu langkah yang dapat dilakukan sebelum menyusun strategi pengembangan pariwisata di kawasan tersebut. Peluang dan ancaman merupakan contoh unsur eksternal, sedangkan kekuatan dan kelemahan merupakan contoh unsur internal. Informasi yang digunakan dalam analisis ini dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka.

Berdasarkan penelitian tentang strategi pengembangan pariwisata di Kampong Djadhoel, dapat diketahui beberapa faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi yang digunakan, hal hal tersebut meliputi sebagai berikut:

Lingkungan Internal yaitu:

1. Atraksi: sudah memenuhi 3 faktor utama, yaitu *something to see* (sesuatu yang dapat dilihat), berupa kesenian/kebudayaan batik khas Semarang dan nilai-nilai sejarah Kota Semarang. *something to do* (sesuatu yang dapat dilakukan), berupa aktivitas membatik. dan *something to buy* (sesuatu yang dapat dibeli), berupa kerajinan batik dan makanan tradisional. Kampoeng Djadhoel sendiri memiliki beberapa atraksi/acara tahunan yang rutin, seperti Hari Batik Nasional, Titiran, dan Tirakatan.
2. Sumber Daya Manusia: Secara kualitas, SDM di Kampoeng Djadhoel dapat dikatakan sudah cukup baik karena rutin mengikuti pelatihan SDM yang diberikan oleh Disbudpar, tetapi secara kuantitas, seringkali pihak Kampoeng Djadhoel kekurangan staf untuk mengelola sebuah acara karena keragaman mata pencaharian utama para anggota pengelola destinasi pariwisatanya
3. Dana/Anggaran: Ketersediaan dana dan anggaran pada Kampoeng Djadhoel Kota Semarang dapat dikatakan masih kurang mencukupi pada konteks pemeliharaan, kendalanya karena wisata Kampoeng Djadhoel tidak memiliki HTM (Harga Tiket Masuk) sebagai pemasukan, hanya mengandalkan kotak sukarela, oleh karena itu mereka tidak punya pendapatan/pemasukan yang pasti, pihak dinas-pun hanya memiliki anggaran berbentuk non fisik seperti kegiatan atau pelatihan pengembangan SDM.
4. Sarana dan Prasarana: Sudah tersedia sarana dan prasarana standar, seperti mushola, *gazebo*, dan spot berfoto yang estetik(*selfie*), namun yang masih

menjadi kendala adalah minimnya lahan parkir terutama untuk wisatawan rombongan yang menggunakan kendaraan besar seperti mobil ataupun bus, toilet juga menjadi salah satu permasalahan karena hanya mengandalkan toilet pribadi milik para warga, belum ada toilet umum khusus wisatawan.

Lingkungan Eksternal Meliputi:

1. Faktor Ekonomi: Adanya kampoeng djadhoel sebagai destinasi pariwisata memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar karena membuka peluang lapangan pekerjaan baru melalui ekonomi kreatif.
2. Faktor Politik: Regulasi ataupun peraturan perundang-undangan yang mengatur soal aktivitas pariwisata di Kampoeng Djadhoel yang sudah ada berpedoman pada RPJMD Kota Semarang, artinya ada payung hukum yang jelas mengatur sesuai porsinya masing-masing. Hal ini berdampak positif bagi masyarakat sekitar karena adanya perlindungan secara hukum
3. Faktor Sosial: Keberagaman pada aspek sosial seperti keragaman latar belakang, suku, agama, ras menjadikan proses pendekatan antar masyarakat menjadi lebih beragam dan tingginya tingkat toleransi yang ada.
4. Faktor Teknologi: Pemanfaatan teknologi sudah dimanfaatkan oleh Kampoeng Djadhoel sebagai media promosi dan informasi seperti dibuatnya buku digital (*e-book*) yang berisikan informasi mengenai destinasi pariwisata Kampoeng Djadhoel dan aktivitas sosial media pada *Instagram*.
5. Partisipasi Masyarakat: Partisipasi masyarakat sekitar terhadap pengembangan pariwisata Kampoeng Djadhoel dapat dibilang cukup baik, keaktifan

masyarakat masih dapat dikembangkan dengan meningkatkan *awareness* mengenai potensi pariwisata

6. Keterlibatan *Stakeholder*: *Stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan pariwisata Kampoeng Djadhoel terdiri atas beberapa pihak dan bergerak pada bidang yang berbeda-beda, seperti komunitas, pemerintahan, swasta, bahkan akademisi. Namun yang menjadi kendala adalah minimnya bahkan belum adanya investor untuk meningkatkan *sustainability* pariwisata jangka menengah ataupun jangka panjang.

Langkah selanjutnya melibatkan penggunaan matriks SWOT untuk mengidentifikasi berbagai masalah strategis berdasarkan temuan analisis lingkungan internal dan eksternal. Kekuatan-peluang (SO), Kekuatan-ancaman (ST), Kelemahan-peluang (WO), dan Kelemahan-ancaman (WT) adalah empat masalah strategis yang diidentifikasi oleh matriks SWOT. Berikut ini adalah temuan dari pemeriksaan berbagai masalah strategis tersebut:

1. Meningkatkan kerja sama dengan berbagai aktor dari segala sektor untuk memanfaatkan potensi yang ada (S2-O7)
2. Mengadakan inovasi kegiatan baru karena adanya fleksibilitas dari regulasi yang mengatur kebijakan (S1-O4)
3. Memanfaatkan SDM yang ada untuk mempromosikan pariwisata melalui pemanfaatan teknologi modern (S2-O5)
4. Membuat terobosan baru (inovasi) agar wisatawan tertarik untuk berkunjung Kembali ke Kampoeng Djadhoel (S1-T3)

5. Mengadakan pelatihan SDM yang berfokus ke pemanfaatan teknologi industri 4.0 agar dapat membuat inovasi baru menggunakan teknologi terkini (S2-T2)
6. Meningkatkan kuantitas SDM dengan memanfaatkan pihak-pihak dari komunitas yang tertarik untuk ikut berpartisipasi dalam rangka pengembangan Kampung Djadhoel (W2-O7)
7. Mendapatkan anggaran dengan membuka kesempatan bagi investor untuk berinvestasi untuk pengembangan destinasi pariwisata Kampung Djadhoel (W3-O7)
8. Berkolaborasi dengan pihak ketiga untuk meningkatkan inovasi kegiatan (W1-T4)
9. Pemberdayaan masyarakat melalui ekonomi kreatif dan pelatihan mandiri (W3-T1)

Selanjutnya setelah mengidentifikasi sembilan (9) isu strategis di atas, dilanjutkan dengan melakukan evaluasi isu strategis menggunakan Uji Litmus oleh Bryson. Uji Litmus ini memiliki nilai berdasarkan tiga klasifikasi berbeda yaitu nilai 1 untuk jawaban yang sifatnya operasional dengan skor 13-21, lalu nilai 2 untuk jawaban yang sifatnya moderat dengan skor 22-30, dan nilai 3 untuk jawaban yang sifatnya strategis dengan skor 31 atau lebih. (Bryson, 2016). Berdasarkan Uji Litmus yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa dari 9 isu strategis yang ada, didapatkan 1 klasifikasi operasional, 5 klasifikasi moderat, dan 3 klasifikasi strategis. Isu yang bersifat strategis adalah “Meningkatkan kerja sama dengan berbagai aktor dari segala sektor untuk memanfaatkan potensi-potensi yang ada”, “Mendapatkan anggaran dengan membuka kesempatan bagi investor untuk berinvestasi untuk

pengembangan destinasi pariwisata Kampoeng Djadhoel”, dan “Berkolaborasi dengan pihak ketiga untuk meningkatkan inovasi kegiatan”. Oleh karena itu, sebaiknya ketiga isu tersebut menjadi prioritas dalam pengembangan Destinasi Pariwisata Kampoeng Djadhoel, terutama isu “Mendapatkan anggaran dengan membuka kesempatan bagi investor untuk berinvestasi untuk pengembangan destinasi pariwisata Kampoeng Djadhoel”, karena isu tersebut memiliki skor tertinggi pada Uji Litmus.

4.2 Saran

Perumusan strategi pengembangan pariwisata Kampoeng Djadhoel dapat dilakukan berdasarkan hasil analisis dan identifikasi lingkungan internal dan eksternal yang akan memunculkan isu-isu strategis yang akan dibandingkan dengan strategi yang sedang dijalankan. Berikut ini adalah beberapa rekomendasi yang dapat peneliti sampaikan:

1. Untuk mengoptimalkan potensi Kampoeng Djadhoel secara maksimal, perlu dilakukan kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti bekerja sama dengan investor, lembaga pemerintah, sektor swasta, masyarakat, dan akademisi. Misalnya, dengan bekerja sama untuk merancang acara bertema batik.
2. Melakukan koordinasi antar pengurus/pengelola destinasi wisata untuk menutupi kekurangan anggaran dari ketidakhadiran system tiket masuk sebagai akses untuk berwisata di Kampoeng Djadhoel, misalnya berkolaborasi dengan *stakeholder* untuk membuat paket wisata, bisa juga

dengan bekerja sama dengan destinasi pariwisata lain yang lokasinya berdekatan di area Kawasan Kota Lama agar wisatawan mendapatkan arahan dan tidak bingung untuk mengunjungi tempat-tempat wisata mana saja.

3. Memanfaatkan SDM anak muda yang ada di sekitar Kampoeng Djadhoel yang “melek teknologi” untuk membantu mengembangkan inovasi dan promosi pariwisata melalui teknologi terkini, seperti media social dan menyebarkannya.
4. Memaksimalkan anggaran dengan optimal, karena sumber dana yang didapat adalah mandiri ataupun dari CSR yang bentuknya hanya satu kali dalam jumlah yang cukup besar, oleh karena itu harus ada manajemen keuangan organisasi yang baik untuk kebutuhan jangka pendek, menengah, dan jangka panjang (*sustainability*)
5. Terus berpartisipasi dalam *event* pariwisata berskala nasional bahkan internasional, seperti lomba Jambore, agar mendapat perhatian dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dan menjadi desa wisata percontohan agar lebih diperhatikan masyarakat (*meningkatkan awareness*).