

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sustainable Development Goals (SDGs) merupakan kumpulan 17 sasaran universal yang disetujui oleh seluruh anggota negara Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada 2015, sebagai komponen utama dari program 2030 untuk Pembangunan Berkesinambungan. Inisiatif ini disusun untuk menangani masalah-masalah mendesak di tingkat global, termasuk kemiskinan, kesenjangan sosial, perubahan iklim, serta kerusakan lingkungan, melalui metode yang melibatkan semua pihak dan bertahan lama. Masing-masing sasaran dilengkapi dengan indikator khusus yang perlu direalisasikan dalam jangka waktu yang ditentukan, dengan harapan dapat memicu kolaborasi antar pemerintah, industri, dan publik guna mewujudkan kemajuan yang lestari dan adil di seluruh planet. Agenda *Sustainable Development Goals* (SDGs) dikembangkan oleh berbagai negara serta lembaga-lembaga PBB, seperti *The Economic and Social Council* (ECOSOC). Agenda ini mencakup 17 sasaran yang diklasifikasikan ke dalam 4 fondasi utama pembangunan berkesinambungan: Pilar Sosial, Pilar Ekonomi, Pilar Lingkungan, serta Pilar Hukum dan Tata Kelola. Masing-masing pilar mencakup 1/beberapa indikator secara keseluruhan. Berikut adalah 17 tujuan SDGs:

Tabel 1. 1 Sustainable Development Goals/SDGS

No.	Pilar SDGs	Tujuan
1.	<i>No Poverty</i>	Mengakhiri segala bentuk kemiskinan di manapun.
2.	<i>Zero Hunger</i>	Mengakhiri kelaparan, mencapai ketahanan pangan dan gizi yang baik, serta meningkatkan pertanian berkelanjutan.
3.	<i>Good Health and Well-being</i>	Menjamin kehidupan yang sehat dan meningkatkan kesejahteraan seluruh penduduk di segala usia.
4.	<i>Quality Education</i>	Menjamin pendidikan yang inklusif, adil, dan berkualitas serta mendukung kesempatan belajar sepanjang hayat.
5.	<i>Gender Equality</i>	Mencapai kesetaraan gender dan memberdayakan seluruh perempuan dan anak perempuan.
6.	<i>Clean Water and Sanitation</i>	Menjamin ketersediaan dan pengelolaan air bersih serta sanitasi yang berkelanjutan.
7.	<i>Affordable and Clean Energy</i>	Menjamin akses energi yang terjangkau, andal, berkelanjutan, dan modern bagi semua.
8.	<i>Decent Work and Economic Growth</i>	Mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan serta pekerjaan yang layak.
9.	<i>Industry, Innovation and Infrastructure</i>	Membangun infrastruktur yang tangguh, mendorong industrialisasi berkelanjutan, dan inovasi.
10.	<i>Reduced Inequalities</i>	Mengurangi ketimpangan di dalam dan antarnegara.
11.	<i>Sustainable Cities and Communities</i>	Menjadikan kota dan permukiman inklusif, aman, tangguh, dan berkelanjutan
12.	<i>Responsible Consumption and Production</i>	Menjamin pola konsumsi dan produksi yang berkelanjutan.
13.	<i>Climate Action</i>	Mengambil tindakan cepat untuk mengatasi perubahan iklim dan dampaknya.
14.	<i>Life Below Water</i>	Melestarikan dan memanfaatkan secara berkelanjutan sumber daya laut dan samudra.
15.	<i>Life on Land</i>	Melindungi, memulihkan, dan meningkatkan pemanfaatan berkelanjutan ekosistem daratan.

No.	Pilar SDGs	Tujuan
16.	<i>Peace, Justice and Strong Institutions</i>	Mendorong masyarakat yang damai, inklusif, serta akses terhadap keadilan.
17.	<i>Partnerships for the Goals</i>	Memperkuat sarana pelaksanaan dan kemitraan global untuk pembangunan berkelanjutan.

Sumber: www.sdg2030indonesia.org

Penelitian ini memiliki keterkaitan yang erat dengan beberapa pilar *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya Pilar ke-8 (*Decent Work and Economic Growth*), Pilar ke-9 (*Industry, Innovation and Infrastructure*), Pilar ke-11 (*Sustainable Cities and Communities*), dan Pilar ke-17 (*Partnerships for the Goals*). Pengembangan wisata religi di Kota Semarang tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja yang layak serta penguatan sektor pariwisata yang berkelanjutan. Strategi yang diusulkan mencakup peningkatan infrastruktur pendukung dan penerapan inovasi dalam pengelolaan serta promosi destinasi wisata, sehingga mampu meningkatkan daya saing wisata religi.

Selain itu, pengembangan ini diarahkan pada pelestarian warisan budaya, pengelolaan destinasi yang ramah lingkungan, serta penciptaan ruang publik yang aman dan inklusif melalui pelibatan aktif masyarakat. Keberhasilan strategi pengembangan wisata religi juga memerlukan kemitraan yang kuat antara pemerintah daerah, pengelola destinasi, masyarakat, dan sektor swasta, sehingga secara keseluruhan penelitian ini berpotensi mendukung pencapaian tujuan SDGs melalui pembangunan pariwisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan serta peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar.

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar dengan kemajemukan budaya serta kekayaan alam yang luar biasa, yang membuatnya menjadi kunci pertumbuhan pariwisata. Keanekaragaman etnis, bahasa, adat istiadat, dan warisan budaya dikombinasikan dengan pemandangan alam yang menakjubkan mulai dari pantai tropis hingga pegunungan vulkanik menciptakan daya tarik yang berbeda bagi pengunjung di dalam negeri dan di luar negeri. Potensi ini mendorong peningkatan beraneka ragam pariwisata, termasuk wisata budaya, ekowisata, hingga wisata religius. Jenis pariwisata ini bukan cuma menyuguhkan pengetahuan menarik bagi wisatawan, melainkan membantu perkembangan perekonomian nasional dalam penciptaan pekerjaan baru dan peningkatan jumlah devisa yang masuk ke negara. Oleh karena itu, untuk menjamin keberlanjutan industri pariwisata di masa depan, penting untuk mengelola dan melestarikan kekayaan budaya dan alam Indonesia.

Menurut data terbaru, kontribusi devisa dari sektor pariwisata Indonesia diperkirakan menghasilkan sekitar USD 16,7 miliar dalam devisa pada tahun 2024, dengan kontribusi sektor pariwisata terhadap produk domestik bruto (GDP) nasional diperkirakan mencapai sekitar 4,0-4,5 %, meskipun angka pastinya dapat bervariasi tergantung sumber dan metode perhitungan. Sektor ini juga mencatat realisasi nilai devisa wisata sebesar sekitar USD 14 miliar pada tahun 2023, yang jauh melampaui target awal pemerintah dan menunjukkan kontribusi yang signifikan terhadap ekonomi Indonesia

Pariwisata religius memiliki peran yang penting dalam sektor pariwisata nasional, terutama di negara-negara dengan keragaman budaya dan agama

seperti Indonesia. Industri ini meningkatkan pendapatan negara melalui ekspor internasional serta memperkuat identitas budaya dan spiritual masyarakat. Menurut Mulyana (2020), pariwisata religius memiliki potensi untuk mendorong pelestarian situs-situs bersejarah dan tempat ibadah serta meningkatkan kesadaran akan prinsip-prinsip agama dan budaya lokal. Pariwisata religi juga dapat menaikkan kesejahteraan masyarakat setempat dan menciptakan lapangan kerja, menyokong pengembangan perekonomian yang berkesinambungan. Dengan demikian, juga meningkatkan industri pariwisata nasional dan memperkuat posisi Indonesia sebagai destinasi wisata religi dunia, pengembangan pariwisata religi menjadi salah satu langkah penting.

Wisata religi berperan besar dalam pertumbuhan ekonomi dan sosial budaya di Indonesia karena dapat meningkatkan pendapatan lokal melalui kunjungan wisatawan, mempertahankan budaya dan identitas masyarakat, dan memperkuat hubungan agama. Menurut Aminudin (2024), pengembangan wisata religi dapat menciptakan lapangan kerja serta menaikkan kemakmuran masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Wisata religi juga membantu orang berbicara tentang budaya dan memahami agama lain, yang sangat penting dalam masyarakat yang majemuk. Kegiatan ini menarik wisatawan domestik dan internasional, meningkatkan reputasi Indonesia di seluruh dunia. Wisata religi memiliki potensi untuk meningkatkan keterkaitan sosial dan meningkatkan rasa memiliki masyarakat terhadap warisan budaya mereka dengan mempromosikan nilai-nilai spiritual dan budaya lokal. Ini searah dengan penelitian oleh Sari (2023) yang menunjukkan terkait

integrasi antara pariwisata religi dan pengembangan komunitas dapat menciptakan sinergi yang menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat.

Pariwisata berbasis agama di Indonesia kian maju seiring dengan bertambahnya ketertarikan wisatawan untuk menjelajahi lokasi-lokasi yang sarat nilai spiritual dan tradisi budaya. Ada lima destinasi utama yang populer sebagai tujuan wisata religi di negeri ini. Yang pertama adalah Masjid Istiqlal di Jakarta, seperti yang dilaporkan dari arsip detikTravel. Masjid ini tidak sekadar berfungsi sebagai tempat beribadah, melainkan juga menjadi atraksi wisata religi. Halamannya yang lapang sering digunakan oleh pengunjung untuk bersantai, menyantap makanan, atau mengambil foto kenangan. Atmosfer yang tenang dan rindang membuat siapa saja merasa nyaman, dari anak kecil hingga lansia. Yang kedua adalah Masjid Raya Al Jabbar di Bandung, yang bukan hanya digunakan untuk shalat. Masjid ini dilengkapi dengan beragam fasilitas, termasuk zona simulasi haji, akomodasi, perpustakaan, tempat rapat, serta museum tentang Rasulullah SAW dan Al-Qur'an. Keberagaman tersebut menjadikan Masjid Al Jabbar bukan hanya sebagai sentral ibadah, melainkan sebagai titik pembelajaran serta kebudayaan Islam.

Masjid ketiga yang unik di Surabaya adalah Masjid Cheng Ho. Masjid Cheng Ho pertama di Indonesia dibangun pada tahun 2002. Setelah itu, gedung serupa dibangun di kota-kota lain di Indonesia. Arsitekturnya mengambil inspirasi dari Masjid Niu Jie di Beijing, yang memiliki tembok Jawa dan pintu dengan nuansa Timur Tengah. Keempat, Masjid 99 Kubah mirip dengan rumah fantasi. Masjid ikonik ini kini merupakan salah satu landmark terbesar Kota

Makassar. Masjid ini terletak di atas lahan reklamasi Pantai Losari, dan pemandangannya sangat indah jika dilihat dari Anjungan Pantai Losari.

Tak mengherankan Masjid 99 Kubah berada di antara Top 30 Masjid Terindah di Dunia. Terakhir, Masjid Perahu Ungu di Desa Purwasari, Kecamatan Cicurug, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat, terkenal karena bentuknya yang luar biasa seperti perahu berwarna ungu. Masjid ini bukan hanya tempat ibadah itu juga memiliki ruang pertemuan, area panorama, dan restoran di bagian bawah. Destinasi ini tidak cuma tempat ibadah melainkan tempat wisata di mana orang bisa berfoto dan mengabadikan momen.

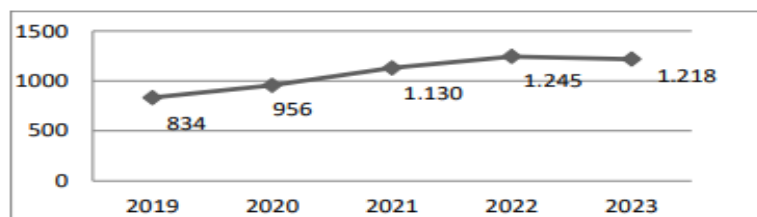
Pariwisata religi di Indonesia memiliki peranan penting dalam memperkuat identitas budaya dan spiritual masyarakat, serta berkontribusi terhadap perekonomian lokal. Sebagai negara dengan keragaman agama dan budaya yang kaya, Indonesia menawarkan berbagai destinasi religi yang tidak hanya menarik minat wisatawan domestik, tetapi juga internasional. Menurut Supriyanto (2018), pariwisata religi dapat menjadi sarana untuk mempromosikan toleransi antar umat beragama dan meningkatkan pemahaman lintas budaya. Melalui pengembangan infrastruktur dan layanan pariwisata yang berkualitas, Sektor ini juga memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan lokal dan membuat lapangan kerja baru. Dengan demikian, pariwisata religi meningkatkan nilai ekonomi dan sosial Indonesia selain berfungsi sebagai sarana rekreasi.

Pariwisata religi di Jawa Tengah memiliki hubungan yang signifikan dengan identitas budaya dan ekonomi provinsi tersebut, mengingat keberadaan

berbagai situs bersejarah dan tempat ibadah yang mencerminkan keragaman agama dan tradisi lokal. Selain itu, pariwisata religi mendorong pariwisata, memaksimalkan ekonomi lokal, membuat lapangan kerja, dan menyokong peningkatan prasarana yang mendukung aksesibilitas ke situs-situs tersebut. Dengan demikian, pariwisata religi di Jawa Tengah bukan hanya sebagai daya tarik wisata, melainkan sebagai alat untuk memperkuat faktor sosial dan ekonomi yang beragam.

Pariwisata tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, melainkan berperan dalam pelestarian budaya lokal dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Upaya pemerintah dalam meningkatkan infrastruktur dan promosi pariwisata yang berkelanjutan menjadi kunci untuk menarik minat pengunjung lokal dan asing. (Saputra, 2018). Perkembangan pariwisata di Jawa Tengah menunjukkan tren yang positif, dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang signifikan setiap tahunnya. Hal ini dipicu oleh keberagaman atraksi wisata yang ditawarkan, mulai dari situs sejarah seperti Candi Borobudur hingga keindahan alam di kawasan pegunungan dan pantai. Selain itu, pemerintah daerah aktif dalam mengembangkan infrastruktur dan fasilitas pendukung, seperti transportasi dan akomodasi, untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan. Kegiatan promosi yang lebih agresif, termasuk festival budaya dan acara tahunan, juga berkontribusi dalam menarik perhatian wisatawan domestik dan mancanegara. Oleh karena itu, pariwisata Jawa Tengah melindungi budaya dan lingkungan lokal selain menghasilkan uang. (Budi, 2020).

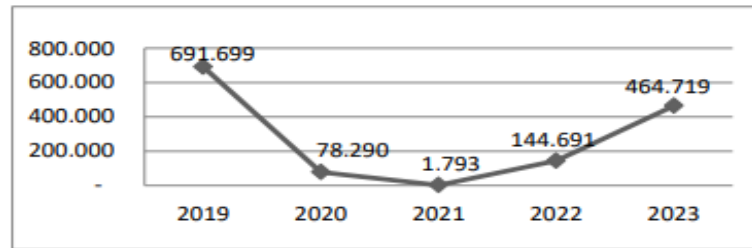
Untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai dinamika sektor pariwisata dalam beberapa tahun terakhir, diperlukan analisis terhadap data yang tersedia. Grafik-grafik yang disajikan menggambarkan perkembangan daya tarik wisata, jumlah wisatawan mancanegara, serta jumlah wisatawan nusantara pada periode 2019 hingga 2023. Analisis terhadap perubahan-perubahan tersebut menjadi penting untuk mengidentifikasi tren pertumbuhan, dampak berbagai faktor eksternal seperti pandemi global, serta upaya pemulihan yang dilakukan. Dengan demikian, pada bagian berikut dapat diuraikan diskusi mendalam terkait masing-masing indikator yang ditampilkan.



Gambar 1. 1 Perkembangan Pariwisata Jawa Tengah dalam Grafik

Sumber: Buku Statistik Pariwisata Jawa Tengah 2019-2023

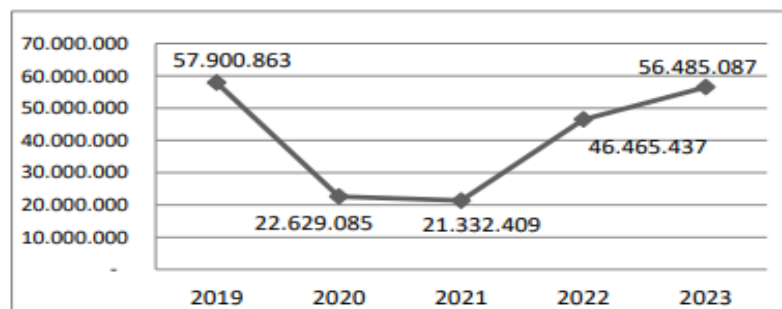
Grafik yang disajikan di atas menjelaskan bahwa daya tarik wisata menunjukkan pertumbuhan yang stabil dari 834 di 2019, meningkat sebanyak 1.245 di 2022, dan sedikit menurun menjadi 1.218 pada tahun 2023. Ini mencerminkan ketertarikan yang konsisten terhadap kegiatan wisata, meskipun ada sedikit penurunan di tahun terakhir.



Gambar 1. 2 Jumlah Wisatawan Mancanegara Jawa Tengah dalam Grafik

Sumber: BPS Jawa Tengah 2019-2023

Gambar bagan tersebut menyajikan informasi tentang jumlah wisatawan. Pada sub bagian 1 menunjukkan jumlah wisatawan mancanegara yang mengalami fluktuasi signifikan. Setelah mencapai 691.699 pada tahun 2019, angka ini terjun drastis menjadi 78.290 pada 2020, kemungkinan akibat dari pandemi covid. Meskipun ada pemulihan yang terlihat di tahun 2022 dengan 1.793 wisatawan, angka tersebut tetap jauh di bawah nilai awal, mencapai 464.719 pada tahun 2023.



Gambar 1. 3 Jumlah Wisatawan Nusantara Jawa Tengah dalam Grafik

Sumber: Buku Statistik Pariwisata Jawa Tengah 2019-2023

Pada sub bagian 2, jumlah wisatawan Nusantara juga menunjukkan tren yang serupa, dengan penurunan dari 57.900.863 pada tahun 2019 menjadi

21.332.409 pada tahun 2020, kemudian meningkat menjadi 46.465.437 pada tahun 2023. Pergerakan angka ini menunjukkan dampak yang jelas dari situasi global dan respons masyarakat terhadap kondisi yang berubah. Secara keseluruhan, grafik ini memberikan gambaran yang jelas tentang tantangan dan pemulihan di sektor pariwisata, dengan harapan untuk kembali ke angka pra-pandemi di masa mendatang.

Tabel 1. 2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Semarang pada Tahun 2022-2023

Jenis Wisatawan	Jumlah Kunjungan Wisatawan Menurut Jenis Wisatawan di Kota Semarang (Jiwa)		
	2022	2023	Persentase Kenaikan (%)
Wisatawan Nusantara	5.338.233	6.478.883	21.39%
Wisatawan Mancanegara	4.918	13.992	184.66%
Kota Semarang	5.343.151	6.492.875	21.43%

Sumber : DISBUDPAR Kota Semarang

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah wisatawan asing yang datang ke Indonesia tahun 2022 dan 2023 akan melonjak, terjadi kenaikan signifikan total wisatawan Nusantara dari 5.338.233 jiwa naik menjadi 6.478.833 jiwa (21.39%) yang menunjukkan semakin meningkatnya ketertarikan terhadap objek wisata di Kota Semarang. Lonjakan jumlah wisatawan mancanegara yang juga sangat drastis pada tahun 2023 yang sebelumnya pada tahun 2022 hanya 4.918 jiwa menjadi 13.992 jiwa (184.66%), ini menunjukkan bahwa Kota Semarang semakin menjadi destinasi menarik bagi wisatawan internasional. Total kunjungan wisatawan pada tahun 2022 sebesar 5.343.151 jiwa dan pada tahun 2023 mencapai 6.492.875 jiwa (21.43%)

mengalami kenaikan yang signifikan, mencerminkan pemulihan sektor pariwisata setelah dampak pandemi dan peningkatan promosi serta pengembangan fasilitas pariwisata di Kota Semarang.

Untuk kemajuan industri pariwisata, termasuk destinasi religius seperti wisata religi di Kota Semarang, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan memberikan kerangka hukum yang penting, contohnya pada MAJT, dan Masjid Kapal Semarang, Klenteng Sam Poo Kong, dll. Undang-undang ini menekankan pentingnya pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan yang mempertimbangkan pelestarian budaya dan lingkungan serta peningkatan ekonomi. Dalam situasi seperti ini, rencana pengembangan wisata religi di Kota Semarang dapat dioptimalkan dengan memanfaatkan nilai-nilai spiritual dan budaya yang ada serta meningkatkan layanan dan fasilitas untuk menarik lebih banyak pengunjung. Ini sejalan dengan upaya pemerintah untuk menjadikan pariwisata menjadi unsur penting dari pertumbuhan ekonomi nasional dan menaikan kesadaran publik akan pentingnya pariwisata yang didasarkan pada nilai-nilai budaya dan keagamaan lokal.



Gambar 1. 4 Masjid Agung Jawa Tengah Kota Semarang

Sumber : <https://id.pinterest.com/pin/899945938041985565/>

(2024)

Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) adalah suatu wisata religi utama di Jawa Tengah, Indonesia. MAJT adalah tempat ibadah dan tempat wisata yang menarik bagi pengunjung domestik dan internasional. MAJT, terkenal dengan arsitekturnya yang megah dan perpaduan antara gaya arsitektur Islam, Jawa, dan Eropa, menawarkan pengalaman spiritual yang luar biasa dan pelajaran tentang nilai-nilai budaya dan agama lokal. Menurut Hidayat (2021), MAJT tidak hanya menarik karena keindahan fisiknya, tetapi juga karena banyak aktivitas keagamaan dan budaya, misalnya pengajian, perayaan, dan pameran seni. Dengan fasilitas yang memadai dan mudah diakses, MAJT memainkan peran penting dalam mendorong pariwisata religi di Jawa Tengah. Selain itu, melalui peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, ini meningkatkan perkembangan ekonomi lokal dan berdampak pada usaha mikro,kecil,dan menengah di daerah sekitarnya. MAJT digunakan sebagai pusat kegiatan

keagamaan dan budaya, yang menjadikannya simbol toleransi dan keragaman dalam masyarakat yang heterogen.

Tabel 1. 3 Laporan Pengunjung Masjid Agung Jawa Tengah Berdasarkan Data Jumlah Kendaraan Pada Tahun 2024

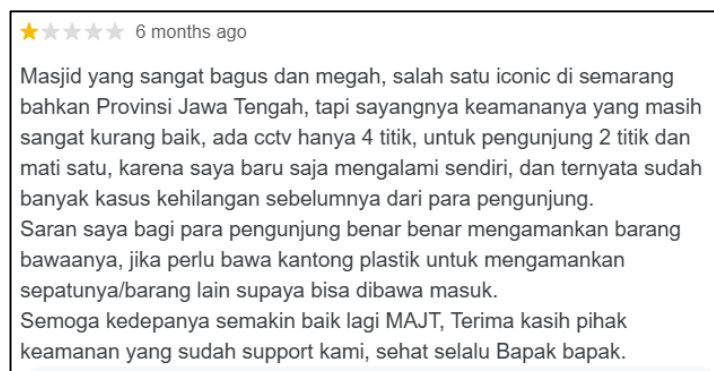
Bulan	Estimasi Pengunjung MAJT
Januari	129.876
Februari	140.080
Maret	102.284
April	133.884
Mei	138.128
Juni	171.534
Juli	154.054
Agustus	114.246
September	133.602
Oktober	158.574
November	98.526
Desember	150.390
Total	1.675.178

Sumber : Kantor Sekretariat MAJT (2024)

Berdasarkan laporan estimasi pengunjung Masjid Agung Jawa Tengah untuk tahun 2024, terlihat adanya fluktuasi dalam jumlah pengunjung sepanjang bulan. Di bulan Januari, estimasi pengunjung mencapai 129.876 orang, yang meningkat menjadi 140.080 pada bulan Februari. Meskipun pada bulan Maret terjadi penurunan menjadi 102.284, angka tersebut segera naik kembali di bulan April dengan 133.884 pengunjung. Bulan Mei menunjukkan lonjakan yang signifikan dengan 138.128 pengunjung dan terus meningkat hingga 171.534 pada bulan Juni. Pada bulan Juli, jumlah pengunjung mencapai 154.054, diikuti oleh bulan Agustus yang mencatatkan 114.246 pengunjung. September mengalami peningkatan sedikit dengan 133.602, sementara bulan Oktober mencatat puncaknya dengan 158.574 pengunjung. Namun, menjelang akhir

tahun, pada bulan November terjadi penurunan menjadi 98.526, sebelum kembali meningkat di bulan Desember dengan 150.390 pengunjung. Secara keseluruhan, total estimasi pengunjung Masjid Agung Jawa Tengah sepanjang tahun 2024 diperkirakan mencapai 1.675.178 orang, mencerminkan daya tarik masjid yang terus meningkat di kalangan masyarakat.

Di luar kemegahan dan keindahan MAJT yang sampai saat ini cukup populer di kalangan wisatawan, terdapat ulasan yang dimana wisatawan dapat memberikan aduan berupa kritik maupun saran pada berbagai media yang telah disediakan. Gambar di bawah ini diambil pada hari Senin, 17 March 2025 pada pukul 11:32:28 melalui media *Google* yang berupa aduan dari salah satu wisatawan yang berkunjung.



Sumber : (Media *Google* MAJT, 2024)

Berdasarkan ulasan dari salah satu wisatawan yang diakses melalui Google terkait kunjungan ke MAJT, terkait kunjungan ke MAJT, beberapa pengunjung memberikan penilaian yang dirasa kurang memuaskan. Keluhan utama yang disampaikan mencakup kurangnya tingkat keamanan di masjid ini seperti sering hilangnya barang, sepatu dan sandal di masjid ini. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk meningkatkan khususnya pada

pelayanan dan keamanan demi kenyamanan dalam peningkatan daya tarik wisatawan.



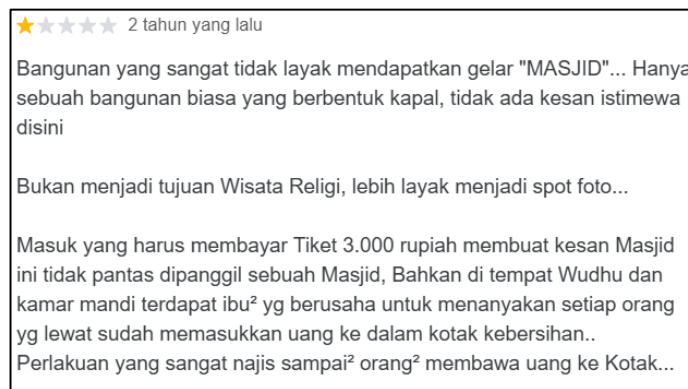
Gambar 1. 5 Masjid Kapal Semarang

Sumber : pergiyuk.com (2024)

Kota Semarang memiliki banyak tempat wisata religius yang populer selain Masjid Agung Jawa Tengah. Masjid Kapal Semarang adalah salah satunya. Tempat wisata religius adalah Masjid Kapal. Tempat ini adalah tempat dambaan bagi mereka yang mencari ketenangan, karena berada di pedesaan dan jauh dari hiruk pikuk kota. Masjid Kapal Semarang didirikan di atas tanah seluas 7,5 hektare dan sangat menarik karena desainnya yang unik. Desain itu menyerupai kapal berlantai kayu sebagai penghormatan kepada nabi Nuh.

Selain itu, di sekitar Masjid Kapal Semarang terdapat banyak fasilitas pendukung, termasuk perpustakaan, air mancur, kolam ikan, dan gedung serbaguna. Pengunjung dapat menikmati pemandangan indah dari atap masjid, yang memberi mereka pengalaman yang tak terlupakan. Dengan fasilitasnya yang lengkap dan desain unik, Masjid Kapal Semarang menjadi destinasi wisata religi yang memukau.

Terlepas dari keunikan arsitektur masjid yang menjadi daya tarik wisatawan, terdapat keluhan dari salah satu wisatawan yang berkunjung yang saya temukan pada ulasan *google*. Gambar di bawah ini diambil pada hari Sabtu, 22 Maret 2025 pada pukul 4:39:53 melalui media *Google* yang berupa aduan dari salah satu wisatawan yang berkunjung.



Sumber : Media Google Masjid Kapal Semarang (2024)

Berdasarkan ulasan yang diberikan, bangunan yang dijuluki "Masjid" ini dianggap tidak layak menyandang nama tersebut karena bentuknya yang biasa dan tidak menonjol, lebih mirip spot foto daripada tujuan wisata religi. Pengunjung harus membayar tiket masuk, yang memberikan kesan kurang pantas sebagai tempat ibadah. Selain itu, terdapat keluhan tentang kebersihan di area *wudhu*, di mana para pengunjung merasa tidak nyaman dengan perlakuan yang tampaknya tidak peduli pada kebersihan, membentuk kesan negatif terhadap pengalaman yang seharusnya suci dan khidmat di sebuah masjid.



Gambar 1. 6 Klenteng Sam Poo Kong

Sumber : bobobox.com (2024)

Salah satu tempat religius paling terkenal di Kota Semarang adalah Klenteng Sam Poo Kong. Tempat ini mempunyai nilai historis yang mendalam, sebab berkaitan erat dengan perjalanan penyebaran ajaran Buddha di Indonesia. Didirikan pada abad ke-15, Klenteng ini dibangun untuk menghormati Zheng He, seorang laksamana Tiongkok terkenal yang juga dikenal sebagai Sam Poo Tay Djien. Klenteng Sam Poo Kong tidak hanya memiliki nilai historis yang signifikan, tetapi juga memikat wisatawan karena arsitekturnya yang megah. Gaya bangunannya mencerminkan ciri khas arsitektur Tiongkok klasik dengan ornamen-ornamen yang artistik serta deretan patung unik yang menambah daya tarik visual dan spiritual tempat ini.

Klenteng Sam Poo Kong adalah suatu klenteng termegah di Kota Semarang, tetapi pengunjung masih mengeluh tentangnya. Ulasan berikut dibuat pada Sabtu, 22 Maret 2025 pukul 4:45:19 melalui media Google:.

Sangat materialistis !!
Baru kali ini berkunjung ke tempat ibadah serasa ke tempat wisata keluarga 🙄

Masuk ke area umum berbayar per orang 20rb, ditambah kalau mau masuk ke dalam kelenteng perlu bayar lagi 20rb/org. Jadi kalau mau akses ke seluruhnya perlu siapkan 40rb/org

Since ini tempat ibadah bersejarah, pengunjung sudah membayar tersebut jg tidak diberikan guide / panduan apa", murni explore sendiri saja tanpa tau makna sejarahnya apa.

Dan ini jg bisa di explor dalam waktu <30menit saja. Tidak worth it. Don't waste your time.

Sumber : Media Google, Klenteng Sam Poo Kong

Seorang pengunjung merasa kecewa dengan pengalaman mereka di sebuah tempat ibadah yang seharusnya memiliki nuansa spiritual, namun malah terasa seperti objek wisata yang materialistis. Pengunjung ini mencatat bahwa biaya masuk ke area umum adalah 20 ribu per orang, dan jika ingin mengunjungi bagian dalam kelenteng, perlu membayar tambahan 20 ribu lagi, sehingga totalnya menjadi 40 ribu. Mereka juga menggarisbawahi bahwa meskipun tempat ini merupakan situs bersejarah, tidak ada pemandu yang menjelaskan makna sejarahnya, membuat pengalaman menjadi kurang bermakna. Dengan waktu eksplorasi kurang dari 30 menit, pengunjung merasa bahwa tempat ini tidak layak untuk dikunjungi.

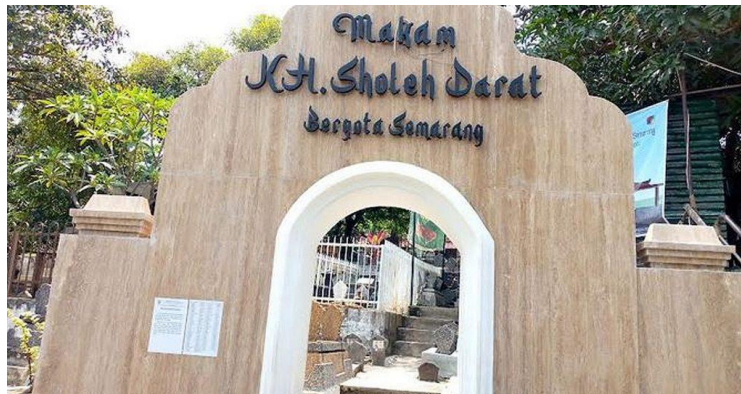


Gambar 1. 7 Klenteng Besar TITD Tay Kak Sie

Sumber : id.wikipedia.org (2024)

Salah satu tempat religius yang harus dikunjungi di Semarang selain Kelenteng Sam Poo Kong adalah Kelenteng Besar TITD Tay Kak Sie. Kelenteng termegah dan paling tua di Semarang memiliki banyak sejarah dan historis Tionghoa. Arsitekturnya yang agung dan meriah menjadikannya titik acara keagamaan dan kultur bagi kelompok Tionghoa di Semarang.

Selain itu, di area Klenteng Besar TITD Tay Kak Sie ada sejumlah kios yang menjual buah tangan asli Semarang, yang menawarkan berbagai macam makanan tradisional, karya seni, dan souvenir. Klenteng Besar TITD Tay Kak Sie adalah tempat yang harus dikunjungi jika Anda ingin menemukan pengalaman spiritual dan mengetahui historis agama Budha di Semarang.



Gambar 1. 8 Makam KH. Soleh Darat

Sumber : joglojateng.com (2024)

Salah satu tempat wisata religius yang menarik adalah Makam KH. Soleh Darat. Sejarah Islam di Semarang dan sekitarnya sangat dipengaruhi oleh Mahagurunya, Mbah KH. Soleh Darat. Ini adalah tempat untuk mengingat perjuangannya dan kontribusinya dalam menyebarkan ajaran Islam di Jawa.

Makam KH. Soleh Darat tetap tenang meskipun selalu penuh dengan peziarah dari berbagai kota. Anda dapat merenung, berdoa, dan mencari keberkahan spiritual dalam suasana tenang dan tenang di sekitar makam ini. Selain itu, tata ruang dan arsitektur makam yang dipelihara dengan baik menambah kesakralan lokasi.

Akan tetapi, kesakralan tempat ini tidak menutup kemungkinan adanya temuan keluhan dari salah satu wisatawan yang berkunjung. Gambar di bawah ini diambil pada hari Sabtu, 22 Maret 2025 pada pukul 4:50:23 melalui media Google yang dimana berisi keluhan dari salah satu wisatawan yang sempat berkunjung.

Tempat tidak cocok untuk di kunjungi, banyak sekali pungli , selalu minta sedekah dengan memaksa, Wudhu disana wajib bayar 2 ribu

Ada petugas yang main tiktok di samping kuburan
Tidak sopan Ndak punya attitude
Kalau bisa bintang -1 pun saya kasih segitu

Sumber : Media Google, Makam KH Soleh Darat

Ulasan ini mengindikasikan bahwa tempat tersebut tidak layak untuk dikunjungi karena banyaknya pengemis yang sering meminta sedekah secara paksa. Pengunjung diharuskan membayar biaya untuk berwudhu, yang dianggap tidak wajar. Selain itu, ada petugas yang tidak sopan dan lebih fokus bermain media sosial di area yang seharusnya dihormati, yaitu di samping kuburan. Penulis ulasan merasa sangat kecewa dan bahkan memberikan penilaian yang sangat rendah untuk pengalaman tersebut.



Gambar 1. 9 Vihara Buddhagaya Watugong

Sumber : infolainnya.murianews.com (2024)

Tempat wisata religius lain yang memikat di Semarang adalah Vihara Buddhagaya Watugong. Daya tarik utama kompleks vihara ini adalah pagoda 7 tingkat yang elegan. Vihara Buddhagaya Watugong, disekelilingi oleh taman yang indah dan banyak monumen, menyuguhkan kondisi yang asri dan tentram

bagi sang pengunjung. Tiga tempat di sini cukup baik. yaitu pagoda India dengan pohon *bodhi*, simbol tempat *Siddhartha Gautama* mendapatkan penerangan. Di lantai dua bangunan terbesar terdapat patung Budha emas. Terakhir, Patung Budha di sebelah kiri pagoda, diapit oleh pohon *sala* India, simbol keharmonisan.



Gambar 1. 10 Pura Agung Giri Natha

Sumber : setapaklangkah.com (2024)

Tempat wisata religius terakhir di Semarang adalah Pura Agung Giri Natha. Pura-pura ini menyuguhkan kondisi yang damai dan tenang yang ideal untuk berdoa. Pura ini berlokasi di atas dan memiliki pemandangan indah ke arah kota Semarang. Selain itu, keindahan alam sekitar menambah pengalaman spiritual. Arsitektur pura yang megah dan dekorasi yang kaya menarik wisatawan. Pura ini menjadi tempat yang ideal untuk menenangkan pikiran dan melepaskan stres, berkat suasananya yang damai serta pemandangan alamnya yang memikat..

Dari beberapa destinasi wisata religi terlaris di Kota Semarang yang terkenal memiliki bangunan arsitektur yang indah dan kental dengan nuansa

jawa yang sudah dipaparkan diatas, masih terdapat beberapa ulasan dari wisatawan yang dirasa kurang puas dan nyaman atas kunjungan yang telah dilakukan sehingga menuliskan ketidak puasannya pada media ulasan *Google*. Setiap destinasi wisata memiliki penilaian yang serupa melainkan mempunyai point lain. Inilah nantinya akan menjadi bahan analisis yang diharapkan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan kedepanya.

Pengambilan lokus pada penelitian ini didasarkan pada data yang menunjukkan potensi besar wisata-wisata ini selaku tempat wisata religi di Kota Semarang. Lokus pada studi ini dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa Semarang tidak hanya kaya akan warisan budaya, tetapi juga menghadapi tantangan dalam pengembangan sektor pariwisata, khususnya wisata religi. Dengan menganalisis strategi pengembangan yang tepat, penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan serta memperkuat posisi Semarang sebagai destinasi wisata religi yang kompetitif. Selain itu, pemilihan lokus ini mempertimbangkan bagaimana pemerintah daerah, masyarakat, dan bisnis pariwisata dapat bekerja sama untuk membangun ekosistem yang mendukung pertumbuhan wisata religi yang berkelanjutan.

Dukungan kebijakan pemerintah menjadi alasan kuat untuk memilih lokus ini selain potensi kunjungan. Dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD), pemerintah Provinsi Jawa Tengah telah menetapkan pariwisata menjadi suatu ranah yang paling utama guna dikembangkan secara berkelanjutan. Penelitian ini diharapkan dapat

memberikan rekomendasi strategis yang bukan cuma meningkatkan kunjungan melainkan mendukung pembangunan ekonomi dan pelestarian budaya pariwisata Kota Semarang yang sudah disebutkan di atas dengan melibatkan masyarakat lokal dan memanfaatkan potensi yang ada. Keterlibatan masyarakat dalam peningkatan pariwisata dapat mamaksimalkan kesejahteraan ekonomi dan membuat lapangan kerja baru.

Terdapat penelitian terdahulu yang berfokus pada pengembangan pariwisata khususnya wisata religi. Penelitian yang dilakukan oleh Tegar Raka. P, Achmad. (2011). memiliki memiliki kemiripan dengan menganalisis permasalahan memakai analisis SWOT. Dinyatakan bahwasany sudah optimalnya aksesibilitas yang ada dalam kategori baik menurut survei yang sudah dilakukan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Sandris Rintania. (2013). Penelitian tersebut menyelidiki perkembangan wisata religi Surakarta dan tempat-tempat yang menjadi daya tariknya. Hasilnya menunjukkan bahwa Wisata Religi Masjid Tua Surakarta memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu tujuan wisata di kota tersebut karena bangunan masjid tersebut telah dimasukkan ke dalam cagar budaya. Penelitian lain terkait peran UMKM dalam meningkatkan kunjungan wisata religi yang dilakukan oleh Mahfudz An Nuqud (2023) Temuan penelitian memperlihatkan keberadaan wisata religi memberikan kontribusi penting dalam proses pengembangan dan pemberdayaan UMKM, meskipun perannya sampai sekarang belum digunakan secara optimal.

Dengan demikian, permasalahan-permasalahan ini perlu diidentifikasi dan dianalisis lebih lanjut agar pengembangan wisata religi di Kota Semarang dapat dilakukan secara efektif dan berkelanjutan, sehingga dapat memberikan keuntungan bukan hanya bagi pengunjung, melainkan untuk masyarakat sekitar serta pelestarian nilai-nilai budaya serta religius yang ada. Melalui analisis pendekatan SWOT, mampu memberikan hasil yang didapatkan dari kekuatan, kelemahan, ancaman, serta peluang sehingga peneliti mampu menganalisis faktor internal dan eksternalnya.

Melihat permasalahan di atas terkait kurang maksimalnya Strategi Pengembangan Wisata Religi di Kota Semarang. Dengan demikian, pertanyaan penelitian yang harus ditanggapi yakni “Mengapa Pengembangan Wisata Religi di Kota Semarang masih belum maksimal?”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berikut beberapa persoalan yang ditemukan dalam Pengembangan Wisata Religi di Kota Semarang yang mampu diidentifikasi, di antaranya:

1. Masih banyak aduan dari masyarakat terkait pelayanan dari petugas parkir/satpam yang dirasa kurang sopan dalam penyampaian informasi.
2. Kurangnya sektor keamanan seperti keterbatasan CCTV dan pertanggungjawaban atas barang hilang yang menurunkan kepercayaan masyarakat untuk berkunjung kembali.
3. Belum ada strategi yang efektif untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.
4. Kurangnya evaluasi pada pengurus wisata yang sering mendapati keluhan dari wisatawan terkait pelayanan yang belum maksimal.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana pengembangan pariwisata pada obyek wisata religi di Kota Semarang?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan pengembangan Wisata Religi di Kota Semarang?
3. Strategi apa yang digunakan untuk pengembangan obyek Wisata Religi di Kota Semarang guna meningkatkan kunjungan wisatawan?

1.4 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut, akan didapatkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis bagaimana pengembangan pariwisata pada objek wisata religi berlangsung, termasuk aspek-aspek yang terlibat dalam manajemen dan promosi destinasi wisata tersebut
2. Menganalisis faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan wisata religi di Kota Semarang.
3. Merumuskan strategi yang efektif dan inovatif dalam memaksimalkan daya tarik dan kunjungan wisatawan pada objek wisata religi di Kota Semarang, sehingga dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan pelestarian budaya.

1.5 Kegunaan

Dari tujuan penelitian sebelumnya, kegunaan penelitian ini yaitu:

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Dengan menganalisis strategi yang efektif untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, penelitian ini nantinya mampu membantu mengembangkan teori terkait Strategi Pengembangan Wisata Religi. Selain itu dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan mengoptimalkan potensi obyek wisata religi, khususnya wisata religi di Kota Semarang.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini nantinya mampu menyampaikan saran yang jelas yang dapat digunakan langsung oleh pihak yang terkait, seperti pengelola obyek wisata dan pemerintah daerah. Dengan menilai efektivitas fasilitas dan layanan yang ada pada wisata religi di Kota Semarang, penelitian ini dapat membantu meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas di tempat tersebut sehingga menarik lebih banyak wisatawan. Selain itu, dengan menilai optimalitas pengelolaan pengunjung, penelitian ini juga dapat memberikan panduan dalam membuat pengalaman berkunjung yang lebih nyaman serta teratur untuk pengunjung, sehingga meningkatkan kepuasan dan minat pengunjung.

1.6 Kerangka Teori

1.6.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. 4 Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Judul, Tahun	Teori yang digunakan	Metode	Hasil Penelitian
1.	Agung Saputra, Khaidir Ali. ANALISIS KEBIJAKAN PARIWISATA TERHADAP PENGELOLAAN OBJEK WISATA DI KABUPATEN SAMOSIR. 2020	Rosita et al. (2016) mendefinisikan <i>Destination Management Organization</i> (DMO) sebagai konsep pengelolaan kawasan berbasis wilayah yang mampu mengintegrasikan berbagai komponen internal dan eksternal melalui kolaborasi antar- <i>stakeholder</i> dalam sistem pengelolaan pariwisata. Teori yang digunakan dalam penelitian ini berfokus pada kebijakan pariwisata dan pengelolaan destinasi wisata, dengan penekanan pada peran strategis kebijakan pemerintah dalam mendorong pengembangan pariwisata sebagai sektor unggulan yang berkontribusi terhadap pembangunan nasional.	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu pendekatan yang bertujuan menggambarkan objek atau subjek penelitian secara apa adanya dengan penyajian fakta dan karakteristik secara sistematis, guna memahami fenomena secara menyeluruh.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi kebijakan pariwisata di Kabupaten Samosir, sebagaimana diatur dalam Surat Keputusan Bupati Samosir Nomor 474 Tahun 2017, bertujuan untuk mempermudah pengelolaan destinasi wisata. Namun, pelaksanaannya masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan sumber daya manusia dari pihak pemerintah maupun masyarakat, serta kurangnya fasilitas pendukung bagi wisatawan. Penelitian ini juga menegaskan pentingnya peningkatan kapasitas sumber daya melalui pendidikan dan pelatihan guna mendorong pengelolaan pariwisata yang lebih kreatif dan berkelanjutan.
2.	Akhmad Amirudin. INOVASI PERAN PEMERINTAH DESA DALAM KEBIJAKAN	Penelitian ini menggunakan teori analisis data interaktif dari Miles, Huberman, dan Saldana yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu kondensasi data, penyajian data, serta	Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis studi kasus, menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldana. Pengumpulan data dilakukan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi peran perangkat desa dalam pengembangan destinasi wisata berbasis

	PARIWISATA DI KOTA BATU. 2017	penarikan kesimpulan atau verifikasi. Selain itu, penelitian ini juga merujuk pada teori implementasi kebijakan dari George C. Edward III.	melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan berlandaskan teori yang telah ada untuk menentukan arah serta fokus penelitian.	masyarakat, melalui kerja sama dengan kelompok sadar wisata (pokdarwis), telah melahirkan bentuk baru dalam kebijakan pariwisata di Kota Batu. Pengembangan desa wisata di tingkat lokal terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat serta mampu mendorong partisipasi masyarakat secara luas.
3.	Dewa Ayu Diah Sri Widari. KEBIJAKAN PENGEMBANGAN PARIWISATA BERKELANJUTAN: KAJIAN TEORITIS DAN EMPIRIS. 2020	Penelitian ini berlandaskan teori pengembangan pariwisata berkelanjutan yang menekankan keseimbangan aspek ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan. Menurut Lankford dan Lankford (2000), keberlanjutan pariwisata menuntut partisipasi masyarakat lokal dalam perencanaan dan pengelolaan, pendidikan bagi wisatawan dan warga, pelestarian lingkungan, efisiensi energi, serta penerapan transportasi ramah lingkungan..	Metode yang digunakan adalah studi dokumen, yaitu pengumpulan data melalui berbagai sumber pustaka untuk memperoleh teori dan hasil penelitian yang relevan dengan topik kajian..	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pariwisata berkelanjutan berpotensi meningkatkan devisa, neraca perdagangan, dan ekonomi lokal. Namun, tantangan tetap ada, terutama dampak sosial dan lingkungan, di mana masyarakat lokal sering menanggung beban lebih besar dibanding manfaat yang diperoleh.
4.	Anak Agung Adi Lestari, Ni Putu Noni Suharyanti. KEBIJAKAN PEMERINTAH INDONESIA DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA. 2020	Menurut Getz, terdapat lima pendekatan dalam pengembangan pariwisata, antara lain: (1) <i>Boosterism</i> , yaitu pandangan yang menilai pariwisata sebagai hal positif bagi suatu daerah dan penduduknya; (2) <i>Economic Industry Approach</i> , yang menitikberatkan pada tujuan ekonomi dibandingkan aspek sosial dan lingkungan, dengan pengalaman serta kepuasan pengunjung sebagai prioritas; dan (3) <i>Physical-Spatial Approach</i> , yang	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis kebijakan, berfokus pada pengembangan pariwisata melalui pendekatan fisik-keruangan, ekonomi-industri, dan kerakyatan. Penelitian juga menyoroti pentingnya keterlibatan masyarakat serta kebijakan pemerintah yang terencana untuk mewujudkan pariwisata berkelanjutan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata di Indonesia perlu dilakukan secara terencana dan menyeluruh agar memberikan manfaat optimal bagi masyarakat dari sisi ekonomi, sosial, dan budaya. Selain itu, diperlukan kebijakan pemerintah yang tepat serta partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahap pengembangannya.

		berlandaskan pada konsep penggunaan lahan secara geografis.		
5.	Rahmad Hidayat, M. Awaluddin, Candra . Implementasi Kebijakan Pariwisata Halal Di NTB (Studi Implementasi Kebijakan Peraturan Daerah Provinsi NTB No.2 Tahun 2016 Tentang Pariwisata Halal). 2018	Penelitian ini menggunakan teori Administrasi Publik menurut Chandler dan Plano dalam Pasolong (2011:7), yang mendefinisikan administrasi publik sebagai proses pengorganisasian dan koordinasi sumber daya serta personel publik untuk merumuskan, mengimplementasikan, dan mengelola kebijakan publik. Sementara itu, George J. Gordo dalam Inu Kencana (2015:51) menjelaskan bahwa administrasi publik mencakup seluruh proses yang dilakukan organisasi maupun individu dalam penerapan hukum dan peraturan yang ditetapkan oleh lembaga legislatif, eksekutif, maupun yudikatif.	Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang bertujuan menggambarkan secara sistematis dan faktual karakteristik objek penelitian agar lebih mudah dipahami dan disimpulkan (Muslimin, 2002:15).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi kebijakan Pariwisata Halal di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2016 telah berjalan baik namun belum optimal. Faktor komunikasi, sumber daya, disposisi, dan struktur birokrasi telah dijalankan dengan cukup baik, tetapi masih terdapat kendala seperti terbatasnya jumlah objek wisata halal dan rendahnya kesadaran pelaku usaha dalam menerapkan konsep pariwisata halal.
6.	Torang Nasution , KEBIJAKAN PARIWISATA INDONESIA PADA ERA PANDEMI COVID-19 INDONESIAN TOURISM POLICY IN THE ERA OF THE COVID-19 PANDEMIC. 2021	Penelitian ini menggunakan teori yang dikemukakan oleh UNWTO (2019) mengenai <i>Destination Management Organization</i> (DMO), yang awalnya berfokus pada pemasaran destinasi wisata, namun kini perannya telah berkembang menjadi lebih luas, mencakup perencanaan strategis, koordinasi, serta integrasi berbagai elemen destinasi dan pemangku kepentingan terkait.	Metode yang digunakan bersifat deskriptif analitis, yaitu dengan mendeskripsikan, menjelaskan, dan menganalisis kondisi suatu objek berdasarkan hasil studi literatur serta pengalaman empiris di beberapa kawasan pariwisata.	Hasil penelitian menegaskan bahwa pembangunan dan pengembangan pariwisata di Indonesia perlu melakukan pembenahan strategis melalui penerapan konsep <i>Destination Management Organization</i> (DMO) dan <i>Destination Governance</i> (DG) sebagai instrumen tata kelola yang berkelanjutan, bertanggung jawab, dan berkeadilan bagi masyarakat lokal. Penerapan platform DMO-DG diharapkan mampu menjadi solusi untuk menghidupkan

				kembali sektor pariwisata di berbagai daerah.
7.	Zulfa Harirah, Wazni Azwar , Isril , MELACAK EKSISTENSI KEARIFAN LOKAL DALAM KEBIJAKAN PENGEMBANGAN PARIWISATA KABUPATEN SIAK DI ERA GLOBALISASI. 2021	Penelitian ini menggunakan teori Model Evaluasi CIPP (<i>Context, Input, Process, Product</i>) sebagai alat analisis untuk menilai kebijakan pengembangan pariwisata. Model ini mencakup empat komponen: evaluasi konteks yang menelaah latar belakang dan tujuan program, evaluasi input yang menilai sumber daya dan strategi, evaluasi proses yang meninjau pelaksanaan kegiatan serta pihak yang terlibat, dan evaluasi produk yang menilai hasil serta dampak kebijakan.	Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui studi kasus, menggunakan teknik observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Data dianalisis dengan cara mengelompokkan, memberi kode, dan mengkategorikan untuk menemukan pola yang relevan dengan fokus penelitian.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kearifan lokal dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Siak masih terjaga secara formal, namun secara substansial mulai mengalami pergeseran nilai akibat minimnya peran Lembaga Adat Melayu. Secara konteks, masyarakat tetap mendukung pengembangan pariwisata berbasis budaya Melayu, namun pada aspek input, proses, dan produk masih diperlukan peningkatan kualitas sumber daya manusia, koordinasi antar lembaga, serta upaya pelestarian nilai-nilai budaya lokal.
8.	Tenggara Ngabalin, Alif Farhan Habibie, Eki Darmawan , STRATEGI PENGEMBANGAN EKOSISTEM EKONOMI KREATIF DALAM MENDUKUNG KEBIJAKAN PARIWISATA DI KOTA TANJUNGPINANG. 2023	Penelitian ini berlandaskan pada teori strategi yang dikemukakan oleh Chandler (1962), yang mendefinisikan strategi sebagai penetapan tujuan jangka panjang organisasi serta pemanfaatan dan pengalokasian sumber daya penting untuk mencapainya. Sementara itu, Porter (1985) memandang strategi sebagai alat utama untuk memperoleh keunggulan bersaing.	Penelitian berlokasi di Kota Tanjungpinang, ibu kota Provinsi Kepulauan Riau, yang memiliki karakteristik wisata berbasis budaya dan sejarah, khususnya di Pulau Penyengat. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan melibatkan pemerintah, masyarakat, pelaku industri kreatif, dan wisatawan sebagai subjek penelitian. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan mengacu pada konsep strategi dalam pengembangan ekosistem ekonomi kreatif.	Hasil penelitian menunjukkan perlunya perhatian pemerintah terhadap beberapa aspek strategis, yaitu peningkatan infrastruktur seperti jalan, listrik, dan jaringan komunikasi; penyelenggaraan pelatihan dan pendidikan di bidang ekonomi kreatif; serta promosi melalui pameran, festival, dan media digital. Selain itu, kemudahan akses pembiayaan, kebijakan yang mendukung, serta perlindungan hak kekayaan intelektual menjadi faktor penting

				dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Pulau Penyangat.
9.	Vivi Hendrita , KEBIJAKAN PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KABUPATEN TANAH DATAR. 2017	Penelitian ini didasarkan pada teori yang dikemukakan oleh Yoeti (2007) yang menekankan bahwa jalan merupakan infrastruktur utama dalam pengembangan destinasi wisata. Jalan yang memadai menjadi faktor penting karena berperan sebagai penghubung yang memperlancar mobilitas dan mendukung kelancaran kegiatan wisata. Selain itu, berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 1, pariwisata mencakup berbagai kegiatan wisata yang didukung oleh fasilitas, layanan, serta peran masyarakat, pengusaha, dan pemerintah. Pemerintah memiliki peran strategis dalam pengaturan dan penyediaan infrastruktur yang menunjang kebutuhan pariwisata.	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif sebagaimana dijelaskan oleh Nazir (1998), yaitu bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai situasi atau fenomena tertentu melalui pengumpulan data dasar. Metode penelitian dilakukan melalui survei di sejumlah objek wisata di Kabupaten Tanah Datar.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata di Kabupaten Tanah Datar masih belum optimal. Pemerintah daerah telah melakukan berbagai upaya melalui kebijakan yang tertuang dalam Renstra, RPJMD, serta peraturan daerah dan peraturan bupati. Namun, kebijakan tersebut masih lebih berfokus pada pelaksanaan acara dan promosi budaya, sementara pengembangan objek wisata secara langsung belum menjadi prioritas utama. Akibatnya, perkembangan sektor pariwisata di Kabupaten Tanah Datar belum menunjukkan hasil yang signifikan.
10.	Agustina Pallewa , IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PENGEMBANGAN PARIWISATA PADA DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KABUPATEN TORAJA UTARA. 2016	Penelitian ini berlandaskan pada teori yang dikemukakan dalam <i>Toraya Ma'kombongan</i> (2012), yang menjelaskan bahwa krisis budaya di Toraja berawal dari proses desakralisasi tradisi leluhur, yaitu pemisahan antara <i>aluk</i> (agama) dan <i>ada'</i> (adat). Nilai-nilai budaya Toraja sejatinya berakar pada <i>aluk</i> , dengan nilai inti berupa harmoni — yang mencerminkan kesatuan, keselarasan, dan keseimbangan (<i>equilibrium</i>) dalam hubungan antara manusia dengan Tuhan, sesama, dan alam (<i>tallu lolona</i>). Harmadi Sonny (2011)	Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, yang menekankan pada pemahaman makna dan proses dalam konteks alami dengan peneliti sebagai instrumen utama. Pendekatan ini menggunakan teknik triangulasi data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang diperoleh bersifat deskriptif dan dianalisis secara induktif untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam terhadap fenomena yang diteliti.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi kebijakan pengembangan pariwisata oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara, berdasarkan teori implementasi kebijakan George Edward III yang mencakup aspek komunikasi, sumber daya, disposisi, dan struktur birokrasi, masih belum berjalan secara optimal. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan koordinasi dan

		menambahkan bahwa perkembangan suatu wilayah merupakan hasil interaksi masyarakat dengan lingkungannya, di mana kebudayaan dapat menjadi potensi positif bila sumber daya alam dimanfaatkan secara bijak dan bertanggung jawab.		efisiensi dalam pelaksanaan kebijakan agar pengembangan pariwisata di daerah tersebut dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan.
11.	Maria Feninsia Asni Gabur, Made Sukana. Manajemen Pariwisata di Pulau Padar, Taman Nasional Komodo, Labuan Bajo, 2020	Penelitian ini berlandaskan pada teori yang dikemukakan oleh Suwanto (2004) yang mendefinisikan produk wisata sebagai keseluruhan layanan yang dirasakan wisatawan sejak meninggalkan tempat asal hingga kembali dari destinasi yang dikunjungi. Doswell (1997) menegaskan bahwa fungsi manajemen mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, koordinasi, dan pengawasan, sedangkan Mason (1995) menyoroti bahwa manajemen pariwisata berfokus pada pengelolaan sumber daya pariwisata serta interaksi antara wisatawan, alam, dan masyarakat lokal di destinasi wisata.	Penelitian ini dilaksanakan pada April 2019 di Pulau Padar, Taman Nasional Komodo, Labuan Bajo, Manggarai Barat, menggunakan paradigma kualitatif dengan teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif yang menggambarkan kondisi serta karakteristik objek penelitian secara mendalam.	Hasil penelitian menunjukkan tiga temuan utama: (1) profil pariwisata Pulau Padar berfokus pada daya tarik alam dengan aksesibilitas dan informasi yang mudah dijangkau; (2) pengelolaan kawasan Taman Nasional Komodo belum memiliki sistem manajemen khusus dalam pelaksanaan kegiatan wisata; dan (3) strategi pengelolaan sumber daya di Pulau Padar masih berpedoman pada prinsip konservasi guna mewujudkan pariwisata berkelanjutan.
12.	Yohanes Handrianus Laka , Cahyo Sasmito. MANAJEMEN STRATEGI KEBIJAKAN PUBLIK SEKTOR PARIWISATA DI DESA PUJON KIDUL KECAMATAN PUJON KABUPATEN MALANG JAWA TIMUR PADA ERA INDUSTRI 4.0. 2019	Penelitian ini berlandaskan pada teori manajemen strategi yang dikemukakan oleh Pearce II dan Robinson (2008), yang memandang manajemen strategi sebagai serangkaian keputusan dan tindakan untuk merumuskan serta mengimplementasikan rencana dalam mencapai tujuan organisasi atau pemerintah. Sementara itu, Wilson (2019) menjelaskan kebijakan publik sebagai bentuk upaya pemerintah, baik pusat maupun daerah, dalam memberikan pelayanan dan meningkatkan	Penelitian ini bersifat deskriptif dengan tujuan menggambarkan dan menganalisis strategi serta model efektif dalam pengelolaan retribusi sektor pariwisata guna meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD). Pendekatan yang digunakan melibatkan kajian teoritis dan komparasi literatur untuk memperoleh pemahaman sistematis dan faktual mengenai fenomena yang diteliti.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan manajemen strategi dalam kebijakan publik sektor pariwisata di Desa Pujon Kidul telah memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan PAD. Namun, masih terdapat kendala dalam aspek pelaporan dan keberlanjutan aset desa yang belum sepenuhnya terintegrasi dengan pendekatan berbasis revolusi industri 4.0. Oleh

		kesejahteraan masyarakat melalui kebijakan yang dirancang secara terarah.		karena itu, penelitian ini menawarkan model integrated management public policy sebagai solusi strategis untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan desa wisata secara berkelanjutan.
13.	Eno Larassanti , Zaenab , Khaerunnisa Tri Darmaningrum. Manajemen Wisata Religi Dalam Meningkatkan Daya Tarik Terhadap Makam Mbah Zakaria di Desa Rowolaku, 2023	Penelitian ini menggunakan teori pengembangan pariwisata menurut Swarbrooke (1999), yang menjelaskan bahwa pengembangan pariwisata merupakan serangkaian upaya terpadu dalam memanfaatkan sumber daya pariwisata secara berkelanjutan serta mengintegrasikan berbagai aspek di luar sektor pariwisata untuk mendukung proses pengembangannya.	Dari perspektif sosial ekonomi, kegiatan tawasil di Desa Rowolaku memiliki nilai penting karena mampu memberikan manfaat langsung bagi masyarakat sekitar, terutama dalam mendorong perputaran ekonomi lokal. Tradisi ziarah ke makam Mbah Kyai Zakaria juga mencerminkan adanya hubungan spiritual yang mendalam antara peziarah dan tokoh yang diziarahi, di mana kegiatan doa, tabur bunga, dan membawa air putih menjadi bagian dari ritual yang sarat makna.	Namun demikian, makam Mbah Zakaria hingga kini belum dikelola secara optimal dan masih jarang dikunjungi. Oleh karena itu, diperlukan pembentukan struktur pengelolaan makam agar situs tersebut dapat dilestarikan dan dikembangkan sebagai bagian dari budaya Islami masyarakat Desa Rowolaku sekaligus menjadi potensi wisata religi yang bernilai ekonomi dan spiritual.
14.	Muhammad Alhada Fuadilah Habib, Mahyuddin, EVALUASI PENGELOLAAN TEKNOLOGI TPS 3R DI DESA WISATA RELIGI GUNUNGPRING KABUPATEN MAGELANG. 2021	Penelitian ini menggunakan teori evaluasi program sebagaimana dijelaskan oleh Suharsimi (2007), yang menyatakan bahwa evaluasi program merupakan proses sistematis untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan informasi guna mengetahui sejauh mana tujuan suatu program telah tercapai. Selain itu, menurut Bickman dalam Wholey (2010), logic model digunakan sebagai kerangka evaluasi yang logis dan mudah dipahami untuk mengidentifikasi masalah serta menggambarkan kinerja yang diharapkan dari suatu program.	Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, yaitu penelitian yang dilakukan secara mendalam terhadap suatu program, peristiwa, atau aktivitas guna memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai fenomena yang diteliti (Denzim & Lincoln, 2009).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan TPS 3R belum berjalan optimal akibat keterbatasan jumlah tenaga pengelola, baik pada bagian pengangkutan maupun pemilahan. Selain itu, sebagian besar tenaga kerja hanya menjadikan kegiatan ini sebagai pekerjaan sampingan. Upaya penambahan dan penggantian tenaga pengelola masih terkendala oleh masalah biaya honor serta proses administrasi yang menunggu keputusan kepala desa baru.

15.	Afifah Nur Millatina, Fifi Hakimi, Irham Zaki, Isna Yuningsih. Peran Pemerintah Untuk Menumbuhkan Potensi Pembangunan Pariwisata Halal Di Indonesia. 2019	Penelitian ini menggunakan teori pembangunan ekonomi menurut Sukirno (2015) yang menjelaskan bahwa pembangunan ekonomi merupakan upaya untuk meningkatkan kegiatan ekonomi melalui penyediaan infrastruktur, peningkatan jumlah dan perkembangan perusahaan, serta kemajuan pendidikan dan teknologi. Sementara itu, Sadaq (2006) mendefinisikan ekonomi pembangunan dalam Islam sebagai proses yang menekankan keseimbangan antara aspek material dan spiritual dengan landasan moral Islam, yang bertujuan mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat.	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang menekankan pada pengungkapan makna dan proses dalam konteks alami dengan peneliti sebagai instrumen utama (Lincoln & Guba dalam Moleong, 2010).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat, di mana generasi muda, khususnya milenial, diharapkan lebih aktif memanfaatkan kemajuan teknologi untuk memasarkan potensi wisata secara kreatif dan inovatif. Pemerintah dan masyarakat perlu berkolaborasi dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata guna mendukung kemajuan ekonomi nasional. Melalui pemanfaatan media online maupun offline, pembelajaran ekonomi dan promosi pariwisata diharapkan dapat berjalan lebih efektif demi terciptanya perekonomian Indonesia yang lebih maju melalui sektor pariwisata.
16.	Hasna Azhaari. PARIWISATA RELIGI SEBAGAI PARIWISATA BERKELANJUTAN: PREFERENSI PENUNJANG EKONOMI KERAKYATAN DI KOTA SEMARANG. 2024	Penelitian ini menggunakan teori pariwisata berkelanjutan menurut Amelia & Prasetyo (2020) yang menjelaskan bahwa <i>sustainable tourism</i> merupakan kegiatan pariwisata yang mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan baik pada masa kini maupun masa depan, sesuai dengan asas dalam Peraturan Menteri No. 14 Tahun 2014 tentang pengelolaan destinasi wisata	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang berlokasi di Kota Semarang. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, pengelola Masjid Agung Jawa Tengah, masyarakat, akademisi, dan pemangku kepentingan terkait. Sedangkan data sekunder diperoleh dari studi pustaka dan dokumen pendukung lainnya.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pariwisata religi di Kota Semarang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai pariwisata berkelanjutan, meskipun belum menjadi sektor utama dalam perekonomian daerah. Peningkatan jumlah kunjungan wisata religi terbukti memberikan kontribusi terhadap

		berkelanjutan. Sementara itu, Arsvendo et al. (2022) menekankan pentingnya perencanaan pariwisata daerah yang matang untuk menciptakan nilai tambah, salah satunya melalui pembangunan kawasan wisata lokal sebagai langkah awal dan titik krusial dalam pelaksanaannya.		perekonomian lokal. Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah dalam mengembangkan pariwisata religi agar lebih kompetitif dan mampu berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi daerah.
17.	Fuad Amsyari, Kolaborasi Antar Stakeholder Dalam Pengembangan Sektor Pariwisata Religi Di Makam Sunan Ampel Kota Surabaya, 2018	Penelitian ini menggunakan teori proses kolaborasi yang dikemukakan oleh Agranoff (2003:23), di mana kolaborasi dipahami sebagai aktivitas vertikal dan horizontal antara berbagai pihak. Fokus utama dalam proses kolaborasi adalah bagaimana mekanisme kerja sama tersebut berjalan, apakah kolaborasi mampu mencapai <i>outcomes</i> yang diharapkan, serta apakah dapat dipertahankan secara berkelanjutan atau perlu dihentikan.	Penelitian ini menggunakan data kualitatif yang diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan data sekunder dari instansi terkait. Observasi dilakukan sebagai langkah awal untuk memahami kondisi nyata di lapangan sebelum proses wawancara dan pengumpulan dokumen dilakukan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata religi Sunan Ampel melibatkan berbagai stakeholder, seperti Dinas Pariwisata Kota Surabaya, Yayasan Pengelola Makam Sunan Ampel, serta masyarakat sekitar. Proses kolaborasi antar pihak dinilai berjalan cukup baik, terutama dalam tahapan diskusi langsung yang menghasilkan kesepakatan dan pembahasan konstruktif. Namun, intensitas pertemuan antar aktor masih terbatas, sehingga koordinasi belum berlangsung secara optimal untuk mendukung keberlanjutan pengembangan pariwisata religi tersebut.
18.	ILHAM SIDIK PERMANA, PENGELOLAAN WISATA RELIGI MASJID AGUNG ISLAMIC CENTER PASIR PENGARAIAN KABUPATEN ROKAN HULU DI MASA NEW NORMAL, 2021	Penelitian ini menggunakan teori yang dikemukakan oleh Terry dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, di mana pengelolaan berasal dari kata <i>kelola</i> yang berarti mengendalikan, menyelenggarakan, mengurus, serta menjalankan. Terry menjelaskan bahwa pengelolaan memiliki	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan memaparkan data lapangan yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdiri dari empat orang pengurus masjid dan satu orang pengunjung.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan wisata religi di Masjid Agung Islamic Center dilakukan melalui empat upaya utama, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Perencanaan

		makna yang sama dengan manajemen, yaitu proses yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengawasan dengan memanfaatkan ilmu maupun seni untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.		berfokus pada arah pengembangan wisata religi ke depan, pengorganisasian mencakup struktur dan kinerja pengurus masjid, pelaksanaan berkaitan dengan pihak-pihak yang berperan dalam menjalankan kegiatan wisata, sedangkan pengawasan dilakukan untuk memastikan seluruh kegiatan wisata berjalan tertib, terarah, dan terkendali dengan baik.
19.	PUTRI NUR FAUZIAH. STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA RELIGI MAKAM SUNAN AMANGKURAT I KABUPATEN TEGAL, 2024	Penelitian ini menggunakan teori yang dikemukakan oleh Cooper, yang menjelaskan bahwa terdapat empat komponen utama dalam pengembangan pariwisata, yaitu attraction (daya tarik wisata), accessibility (aksesibilitas), amenity (fasilitas), dan ancillary (fasilitas pendukung). Keempat komponen ini menjadi dasar dalam pengembangan wisata religi agar mampu menarik wisatawan sekaligus memberikan kenyamanan serta kemudahan selama berkunjung.	Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kualitatif. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan sekunder yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan fenomena secara mendalam dan faktual.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan wisata religi Makam Sunan Amangkurat I di Kabupaten Tegal dilakukan dengan memperhatikan empat aspek utama pariwisata. Dari sisi atraksi, pengelola berupaya mempertahankan tradisi dan kegiatan keagamaan yang menjadi ciri khas makam. Pada aspek aksesibilitas, dilakukan perbaikan infrastruktur jalan dan area parkir agar memudahkan pengunjung. Sementara dari sisi amenitas, telah dilakukan penambahan dan renovasi fasilitas seperti pembangunan kamar mandi dan pendopo. Adapun pada aspek ancillary, pengelola berkomitmen menjaga dan merawat seluruh aset makam serta menerapkan peraturan bagi

				pengunjung guna menjaga ketertiban dan kelestarian kawasan wisata religi tersebut.
20.	Rachmat Bryando Gunawan, Bambang Supriadi, Andini Risfandini. STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA MUSLIM FRIENDLY DI KOTA PASURUAN, 2024	Penelitian ini menggunakan teori yang dikemukakan oleh G. Mulgan (2009) serta mengacu pada Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, yang menjelaskan bahwa pariwisata merupakan berbagai bentuk kegiatan wisata yang didukung oleh fasilitas dan layanan dari masyarakat, pelaku usaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Definisi tersebut menegaskan pentingnya kolaborasi antar pemangku kepentingan dalam menyediakan sarana dan layanan yang mampu memenuhi kebutuhan wisatawan secara optimal.	Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang memusatkan perhatian pada pengembangan pariwisata di Kota Pasuruan. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, serta analisis dokumen, kemudian dianalisis menggunakan metode SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan pariwisata ramah Muslim.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari sisi faktor internal, Kota Pasuruan memiliki potensi budaya, sejarah, dan sumber daya alam yang mendukung pengembangan pariwisata, namun masih terkendala oleh infrastruktur yang belum optimal. Sementara dari sisi faktor eksternal, dukungan pemerintah serta tren global terhadap pariwisata Muslim memberikan peluang positif, meskipun masih terdapat tantangan berupa isu keamanan dan toleransi sosial yang perlu diperhatikan dalam upaya pengembangan pariwisata ramah Muslim secara berkelanjutan.
JURNAL INTERNASIONAL				
21.	Muthoifin, Dimas Setyo Fathoni, Phenomenon of the Rise of Sharia Tourism: A Case Study in Central Java Great Mosque, 2022	Menurut Suwanto (2004:3), pariwisata diartikan sebagai perpindahan sementara seseorang ke luar tempat tinggalnya dengan alasan tertentu yang tidak berkaitan dengan kegiatan mencari upah. Dengan kata lain, pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan individu atau kelompok untuk memperoleh kenikmatan, pengalaman baru, serta pemenuhan rasa ingin tahu terhadap suatu hal atau tempat tertentu.	Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif, yaitu menggunakan studi kasus berupa pengamatan dari penulis untuk melihat dan meneliti suatu kasus yang terjadi di masyarakat dengan menggunakan wawancara, tentunya hal ini dapat menghasilkan data deskriptif berupa tulisan atau ucapan untuk melengkapi data penelitian. Pendekatan yang dilakukan adalah yuridis-sosiologis, penulis mencari dan mengumpulkan data-data di lapangan serta	Fenomena maraknya pariwisata Syariah di kalangan masyarakat Jawa Tengah merupakan hal yang wajar, mayoritas penduduk Jawa Tengah merupakan pemeluk agama Islam, semakin menarik kesadaran akan pariwisata yang berprinsip Syariah telah lama terjadi di kalangan masyarakat Jawa Tengah. Kebutuhan akan jaminan halal dalam segala aspek

			mencari informasi melalui artikel-artikel atau bahan referensi lainnya yang dapat menjawab setiap permasalahan. Dalam penelitian ini, penulis terjun langsung ke daerah mencari data dari narasumber yang menjalankan objek wisata syariah dan masyarakat yang menggunakan dan menerapkan konsep wisata syariah yang marak dikalangan masyarakat dengan melakukan wawancara, selain itu penulis juga melakukan pengumpulan data dengan dokumen-dokumen yang didalamnya terdapat arsip yang berbentuk hardcopy dan softcopy yang dapat diakses secara online.	kehidupan juga mengharuskan masyarakat Jawa Tengah untuk menjamin kehalalannya, termasuk dalam bidang pariwisata. Oleh karena itu, kebutuhan tersebut dipenuhi dengan adanya tren baru di masyarakat, yaitu pariwisata berbasis Syariah. Fenomena ini harus menjadi momentum bagi kemajuan ekonomi syariah yang memiliki peluang cukup besar, perhatian pemerintah dan pemerintah daerah harus ditingkatkan agar pariwisata syariah di Indonesia dapat menjadi tulang punggung ekonomi dan pariwisata syariah dunia, dan pengelolaan yang berorientasi pada kemaslahatan umum tentu saja menjadi hal yang sangat penting.
22.	Indah Susilowati, Hapsari Ayu, Arisanti Ayu Wardhani, Gazi Md Nurul Islam. Situs Sejarah dan Religi sebagai Daya Tarik Wisata: Kasus Masjid Agung Demak, 2023	Penelitian ini menggunakan teori yang dikemukakan oleh George R. Terry (1977) yang menjelaskan bahwa manajemen merupakan proses yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian. Sementara itu, menurut Siagian (2004), strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang ditetapkan oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan,	Penelitian ini menggunakan metode photovoice untuk menggali pemaknaan pengunjung terhadap Masjid Agung Demak pada periode November hingga Desember 2022, melibatkan 12 partisipan. Selain itu, digunakan pula metode deskriptif kuantitatif untuk menjawab tujuan penelitian kedua dan ketiga, dengan sampel 104 responden wisatawan yang dipilih menggunakan teknik multistage sampling.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Masjid Agung Demak memiliki daya tarik wisata sejarah, religi, dan edukasi. Kawasan wisata ini mengalami kepadatan pengunjung tertinggi pada musim ramai, sementara fasilitas keagamaan dan non-keagamaan dinilai memuaskan oleh wisatawan. Daya tarik utama yang paling diminati adalah arsitektur masjid, sedangkan kelemahan yang dirasakan pengunjung adalah

		terutama dalam konteks bisnis dan pengelolaan organisasi.		minimnya area berteduh dari panas matahari. Secara keseluruhan, niat wisatawan untuk berkunjung kembali mencapai 89,42%, menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap destinasi tersebut.
23.	Adytira Rachmad, Mochamad Ardi Setyawan. Model Pengembangan Wisata Religi di Indonesia banyuwangi, 2020	Dewhurst (2001) menyebutkan bahwa Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan merupakan suatu konsep dalam kepariwisataan yang dicita-citakan oleh masyarakat yang memahami pentingnya keberlanjutan (sustainability), yang menitikberatkan pada keberlanjutan pembangunan suatu kawasan pariwisata, dengan tiga aspek yaitu lingkungan, sosial, budaya dan ekonomi	Teknik analisis data menggunakan teknik analisis data kualitatif yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta analisis SWOT yang meliputi penyusunan matrik IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan matrik EFAS (External Factor Analysis Summary) yang dilanjutkan dengan penyusunan matrik SWOT.	Kabupaten Banyumas memiliki banyak situs keagamaan yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai objek wisata religi, antara lain Peninggalan Lingga dan Yoni di Jambewangi, Alaspurwo, Situs Rowu Bayu, Ompak Songo, Situs Aningpatih, Situs Kawitan, Situs Goa di Alaspurwo, Situs Pemujaan Patung, Goa Maria, Makam Sayid Yusuf, Makam Mbah Dowo, Makam Bupati Kabupaten Banyuwangi, Konco Hoo Tong Bio, Makam Jogopati Rempeg, Sumur Sri Tanjung, Makam Mbah Kopek, dan Pura Giri Salaka.
24.	Mohammad Taufiq Rahman, Rully Khairul Anwar, Potensi Pengembangan Komunitas Lokal Wisatawan Religi dalam ziarah makam suci, 2022	Menurut Heydari Chianeh <i>et al.</i> (2018) dan Kim <i>et al.</i> (2020), wisata religi memiliki makna khusus pada tempat-tempat suci yang memiliki berbagai keunggulan seperti relevansi sejarah, adanya mitos dan legenda yang terkait dengan lokasi tersebut, atau keunikan arsitektur lokal (Bassano <i>et al.</i> , 2019).	Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif didasarkan pada pengalaman masyarakat, berdasarkan data yang dikumpulkan dari daerah tersebut. Penelitian dilakukan terhadap pegawai di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Tasikmalaya, Desa Pamijahan, pengunjung daerah tersebut, dan anggota masyarakat	Para peziarah yang berziarah ke Makam Wali untuk memenuhi kebutuhan psikologis dan spiritual mereka menciptakan lapangan pekerjaan bagi mereka yang berjualan, memberikan jasa, dan inisiatif lain yang meningkatkan ekonomi lokal.

			sekitar - semuanya melalui wawancara mendalam (Walter & Suina, 2019). Jumlah responden adalah 20 orang yang terdiri dari sepuluh pengunjung, enam penduduk setempat, dan empat petugas/karyawan pariwisata. Gambaran yang lebih lengkap tentang kegiatan, tindakan, percakapan, dan perilaku di daerah tersebut diwujudkan melalui pengamatan (Tracy, 2019).	Namun, hal ini juga berdampak pada sosial dan budaya. Oleh karena itu, pemerintah provinsi perlu menjaga, melindungi, dan merawat Makam dan Gua Safarwadi serta memanfaatkan dan mempromosikannya. Perlu juga mengundang semua pihak yang berkepentingan untuk menerapkan Konsep 4A yaitu Aktivitas, Amenitas, Aksesibilitas, dan Daya Tarik.
25.	Sangat Y, Londa, Welson Y. Rompas. Pengelolaan Obyek Wisata Religi Berbasis Kearifan Lokal, 2022	Menurut Gazalba, dalam Toyib dan Sugiyant (2002) menjelaskan pengertian wisata religi yaitu salah satu jenis produk wisata yang erat kaitannya dengan religi atau agama yang dianut oleh manusia. Agama dapat diartikan sebagai suatu kepercayaan terhadap hubungan manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa, yang terinternalisasi sebagai hakikat yang bersifat supranatural, hubungan yang terwujud dalam bentuk dan sistem aliran kepercayaan serta sikap hidup yang berlandaskan pada doktrin-doktrin tertentu.	Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif (Creswell, 2014). Penggunaan desain ini adalah untuk membantu peneliti mengeksplorasi data dan teori guna menganalisis pengelolaan pariwisata berbasis objek wisata religi di Provinsi Sulawesi Utara. Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu Oktober 2021 sampai dengan Juni 2022. Pengumpulan data dilakukan secara langsung melalui wawancara kepada informan pengelola objek wisata dan menggunakan Google Form bagi pimpinan instansi pemerintah yang terkait dengan tugas pokok dan fungsi di bidang pariwisata. Pengumpulan data juga dilakukan dengan melakukan kunjungan langsung ke objek wisata berbasis religi di Kota Manado, Kota Tomohon dan Kabupaten Minahasa. Pengumpulan juga dilakukan dengan memanfaatkan Google Scholar dan Researchgate dalam mencari dokumen-	Agar objek wisata tersebut dapat dikelola dengan baik dan mendukung program pariwisata daerah, maka perlu dilakukan penataan objek wisata yang dapat menarik minat wisatawan dan pemasaran wisata perlu dilakukan dengan melibatkan pelaku usaha pariwisata yang menonjolkan paket wisata religi dan kearifan lokal. Pemerintah daerah juga dituntut untuk berperan dalam menyediakan aksesibilitas dan fasilitas pendukung menuju dan di sekitar objek wisata. Pengelola dituntut untuk menyiapkan pemandu wisata atau pengurus yang memiliki kemampuan dan keahlian terkait keberadaan objek wisata dan ritual yang dilakukan selama berada di lokasi wisata. Serta dukungan dari masyarakat

			dokumen yang dapat memenuhi kebutuhan data penelitian. Analisis data dimulai dari terjun ke lapangan untuk melakukan penelitian.	sekitar objek wisata yang terkenal dengan semangat toleransi yang menjamin rasa aman bagi wisatawan.
--	--	--	--	--

Sumber : Diolah peneliti dari berbagai sumber (2025)

1.6.2 Administrasi Publik

Pada kata administrasi publik memiliki kata baku yaitu administrasi dan publik. Menurut Siagian dalam Widanti (2022:23) memberi pendapat bahwa administrasi merupakan sebuah kegiatan kerjasama antara 2 orang atau lebih yang terdapat asas rasionalitas tertentu serta dilakukan sebagai upaya mencapai tujuan. Sedangkan kata publik sendiri memiliki definisi yang diungkapkan oleh Jefkins dalam Widanti (2022 : 23) bahwa publik adalah orang – orang yang melakukan kegiatan saling berinteraksi atau berkomunikasi di dalam sebuah organisasi tertentu secara internal maupun eksternal. Secara keseluruhan makna administrasi publik memiliki pengertian yang cukup luas.

Menurut McDury dalam Keban (2014:3) pada studi literatur yang dilakukanya, McDurry berpendapat bahwa Administrasi publik merupakan sebuah ilmu yang dapat dikaji menggunakan pendekatan politik, artinya sebagai salah satu dari metode yang di dalamnya terdapat kegiatan melakukan sebuah perintah pada suatu wilayah yang di spesifikasikan sebagai negara, selain itu dapat diartikan sebagai cara prinsipil yang dilakukan untuk menjalankan fungsi-fungsi sebuah negara.

Berbeda dengan Mcdurrry, Barton dan Chappel memiliki pendapat yang dikutip oleh Stillman II dalam Keban (2014:5), menguraikan administrasi publik menjadi suatu kegiatan berupa sebuah pekerjaan yang dikerjakan oleh pemerintah, pada pendapat ini lebih

menekankan pada aspek terlibatnya personil atau orang dalam memberikan pelayanan kepada publik.

Pendapat ini selaras dengan pendapat Federick A.Cleveland dalam Widanti (2022:21) bahwa administrasi publik memiliki peran penting di dalam kegiatan pemberdayaan sosial dan menciptakan suasana demokrasi, administrasi publik juga diciptakan untuk melakukan tindakan pelayanan kepada masyarakat sehingga manfaat pada administrasi publik ini dapat dirasakan langsung oleh masyarakat apabila pemerintah menerapkan sikap profesionalismennya, menggunakan pedoman efektif dan efisien pada setiap kegiatan, dan lebih baik lagi apabila pemerintah dapat melakukan kegiatan memberi pemahaman kepada masyarakat sehingga masyarakat dapat menerima dan menjalankan beberapa tanggung jawab yang diberikan oleh pemerintah publik, dan membentuk sebuah *organized democracy*.

Menurut Pasolong dalam Widanti (2022:24), Administrasi publik dapat dimaknai sebagai bentuk kolaborasi antara kelompok individu atau lembaga dalam melaksanakan fungsi-fungsi pemerintahan secara efektif dan efisien guna memenuhi kebutuhan serta kepentingan masyarakat.

Menurut Hughes dalam Widanti (2022:24), administrasi publik dapat didefinisikan sebagai aktivitas yang mencakup tindakan memberikan pelayanan kepada masyarakat dan atau kegiatan yang

dilaksanakan oleh pelayan publik dalam rangka dalam melaksanakan sebuah kebijakan yang didapat melalui pihak lain.

Dari sebgaiian pendapat yang dicetuskan oleh beberapa ahli, Ada kemungkinan bahwa pemerintahan publik adalah sebuah kegiatan yang dilaksanakan oleh pemerintah dalam rangka menjalankan salah satu fungsi pemerintahan yaitu melakukan pemberdayaan dan pelayanan kepada publik atau masyarakat (Yuniningsih, 2025).

1.6.3 Paradigma Administrasi Publik

Adanya perubahan dan perkembangan mengenai disiplin ilmu dapat ditelusuri dengan mengkaji pergeseran paradigmanya. Menurut Kuhn dalam Keban (2014:31) Paradigma adalah sebuah cara melihat sesuatu yang terdiri dari metode, nilai, prinsip dasar, atau cara memecahkan masalah. Metode-metode ini telah digunakan oleh sekelompok orang atau komunitas ilmiah selama beberapa waktu. Cara pandang ini dapat berubah karena adanya kepercayaan yang dianut oleh sekelompok orang tersebut sudah bersifat krisis atau anomalies sehingga sekelompok orang tersebut mulai mencari cari padang baru yang lebih sesuai dan dengan kata lain mencari paradigma baru

Kemajuan teknologi dan dampak perkembangan lingkungan tidak dapat dihindari oleh administrasi publik. Untuk mampu mereformasi dirinya ke arah paradigma good governance, administrasi publik harus menyesuaikan diri dengan paradigmanya. Bicara tentang paradigma, Nicholas Henry adalah tokoh yang terkenal dengan

paradigma administrasi publiknya. Henry berpendapat bahwa ada lima paradigma administrasi publik pada tahun 1970an. Namun, Nicholas Henry merevisi bukunya pada tahun 2018 dan menemukan enam paradigma baru. (Yuniningsih, 2025) :

1. Paradigma Dikotomi Politik dan Administrasi (1900-1926)

Pada paradigma awal, prosedur yang menggambarkan keinginan masyarakat adalah bagian penting dari ranah politik. Ini terlihat dari pembagian tanggung jawab antara politik dan administrasi: badan legislatif bertanggung jawab untuk mewakili keinginan rakyat, sementara badan eksekutif bertanggung jawab untuk mengambil keputusan.

2. Paradigma Prinsip-Prinsip Administrasi (1927-1937).

Administrasi publik berfokus dalam penerapan prinsip-prinsip administrasi, seperti perancangan, koordinasi, pengelolaan SDA, arahan, penyelrsan, reportase, dan alokasi dana.

3. Paradigma Administrasi Negara sebagai Ilmu Politik (1950-1970)

Tahap ini menjelaskan bahwa administrasi publik menjadi bagian dari ilmu politik. Hal ini menyebabkan munculnya pandangan bahwa sebagian besar ilmu politik itu bagian dari administrasi publik. Namun, dalam era ini dianggap kehilangan identitasnya karena terlalu erat dengan ilmu politik.

4. Paradigma Administrasi Negara sebagai Ilmu Administrasi (1956-1970)

Pada tahap ke-empat, prinsip-prinsip manajemen yang telah berkembang mulai diteliti dan diterapkan dengan pendekatan yang lebih ilmiah. Dalam paradigma ini, terdapat dua arah utama dalam perkembangannya. Pertama, administrasi negara yang didasarkan pada berbagai disiplin ilmu, seperti psikologi sosial. Kedua, administrasi yang lebih berfokus pada kebijakan publik.

5. Paradigma Administrasi Negara sebagai Administrasi Negara (1970-an)

Paradigma kelima menetapkan batasan yang jelas dalam teori administrasi negara, dengan menekankan teori organisasi, teori manajemen, serta kebijakan publik. Sementara itu, fokus utama administrasi negara adalah pada persoalan-persoalan publik.

6. Paradigma Administrasi Publik sebagai *Governance* (1990-sekarang)

Paradigma ke-enam berfokus pada pengembangan pengelolaan pemerintahan yang handal dan dapat diandalkan. Untuk mewujudkan pemerintahan yang baik, tata pemerintahan berkeadilan harus dibangun dengan prinsip kejelasan, kemurnian, dan kehormatan. Paradigma ini melihat pemerintah sebagai pemegang kendali utama dan rakyat sebagai pemegang kendali utama. Ikatan antar 3 komponen penting pemerintah, masyarakat, dan swasta harus terarah secara seimbang, dan harmonis untuk penyelenggaraan pemerintahan yang baik.

Berdasarkan paradigma di atas, paradigma administrasi negara, yang ditemukan oleh Cheema dalam Keban (2014 : 37-38) pada point kelima, sesuai dengan tulisan ini. Paradigma ini membatasi banyak teori, terutama teori manajemen (Yuniningsih, 2025). Sementara itu, masalah publik adalah fokus utama administrasi negara. Hal ini selaras dengan fokus penelitian ini, yang akan mencari cara terbaik untuk menarik wisatawan ke Kota Semarang.

1.6.4 Manajemen Publik

Pada manajemen publik terdapat konsep dasar dari manajemen itu sendiri dialamnya. Menurut Shafritz dan Russel dalam Keban (2014: 92), manajemen mengacu pada individu yang dapat diandalkan atas operasi suatu asosiasi serta cara penggunaan sumber daya guna mendapatkan tujuan.

Menurut Donovan dan Jackson dalam Keban (2014 : 92) memandang manajemen adalah sesuatu kegiatan yang dilakukan di dalam sebuah hierarki pada organisasi tertentu yang dimaksudkan sebagai serangkaian tugas atau keterampilan. Manajemen sendiri memiliki tipe khusus salah satunya adalah mengenai manajemen pemerintah.

Menurut Overman dalam Keban (2014 : 92) manajemen publik merupakan sebuah ilmu indiscipliner yang di dalamnya terdiri dari unsur-unsur organisasi secara umum dan kombinasi dari berbagai macam

manfaat manajemen yaitu POAC yang di dalamnya terdapat unsur seperti manusia, keuangan, informasi, dan politik.

Menurut Wilson dalam Keban (2014 : 100) berpendapat bahwa terdapat empat studi administrasi publik yang ada di dalam manajemen publik hingga saat ini:

1. Pemerintah sebagai bagian penting dari sebuah organisasi
2. Manajer menjadi fungsi terpenting
3. Pengembangan kemampuan administrasi bergantung pada pencarian prinsip dan metode manajemen yang lebih efisien.
4. Metode komparatif untuk penelitian dan pengembangan administrasi publik

Menurut Ott, Hyde, dan Shafritz (1990) dalam Keban (2004), manajemen publik adalah bagian dari administrasi publik dan berfokus pada rancangan program dan restrukturisasi organisasi, manajemen SDM, penilaian, dan pemeriksaan, serta distribusi sumber daya melewati sistem anggaran manajemen ekonomi. Manajemen publik ini juga berfokus pada internal organisasi sektor publik, yang mengatur semua tindakan untuk mencapai tujuan. Selain itu, manajemen publik sangat berubah-ubah dan sangat bergantung pada lingkungannya.

Paradigma Manajemen Publik berkembang seiring berjalannya waktu. Ini dimulai dengan paradigma Manajemen Publik Lama (OPA), berkembang menjadi paradigma Manajemen Publik Baru (NPM), pemerintah, dan akhirnya menjadi paradigma Manajemen Publik. Istilah

baru, kolaborasi antar stakeholder, muncul sebagai hasil dari pergeseran paradigma. Selain pemerintah yang bekerja sama, kelompok masyarakat atau NGO juga terlibat dalam proses pengambilan keputusan dan penyelesaian masalah publik (Yuniningsih, 2025).

Menurut Loffler dan Bovaird (2009:165), konsep *governance* memiliki beberapa makna yang berkaitan dengan kemitraan dalam konteks jaringan (*governance as networks*). Pertama, *governance* menggambarkan bagaimana para pemangku kepentingan berinteraksi dan saling memengaruhi dalam proses pembuatan kebijakan. Kedua, istilah ini merujuk pada pola atau struktur yang terbentuk dalam sistem sosial-politik sebagai hasil dari interaksi dan intervensi berbagai aktor. Ketiga, *governance* juga mencakup koordinasi formal maupun informal antara sektor publik dan privat. Keempat, konsep ini dipahami sebagai teori yang menjelaskan koordinasi dalam sistem sosial yang melibatkan peran negara di dalamnya. Selain itu, Loffler dan Bovaird (2009:164) menegaskan bahwa elemen penting dalam *governance* terletak pada kemampuan berbagai pihak untuk berkolaborasi ketika persoalan kolektif tidak dapat diselesaikan hanya oleh otoritas publik. Oleh karena itu, diperlukan keterlibatan aktif dari masyarakat, dunia usaha, dan LSM melalui mekanisme mediasi, arbitrase, maupun *self-regulation* yang dinilai lebih efektif dibandingkan dengan intervensi langsung pemerintah.

Mahmudi (2010) membahas Teori Manajemen Publik dengan menekankan tujuh hal yang membedakan manajemen sektor publik dari sektor swasta. Karakteristik-karakteristik tersebut meliputi: tidak berbasis pasar, berfokus pada kebutuhan sumber daya, memberikan informasi, tidak mencari keuntungan, orientasi pada kebijakan publik, menggunakan perencanaan, pengorganisasian, mobilitas, dan pengawasan, serta berorientasi pada kepentingan publik. Dengan demikian, manajemen publik menekankan penggunaan alat-alat manajemen untuk mentransformasi kebijakan menjadi tindakan nyata.

Dalam upaya meningkatkan kualitas layanan publik, penting bagi aparat pemerintah untuk tidak hanya bekerja keras tetapi juga cerdas. Layanan publik harus dipandang sebagai bentuk pengabdian komprehensif dan komitmen yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Di sisi lain, Ratminto dan Winarsih (2005) membedakan dua jenis layanan publik yang diorganisir oleh pemerintah: layanan primer, mencakup pengadaan barang dan jasa publik diharapkan masyarakat, dan layanan sekunder, yang lebih spesifik dan berfokus pada kepentingan masyarakat.

Teori Manajemen Publik juga berkembang dalam konteks *New Public Management* (NPM), yang menekankan perlunya memberikan dasar motivasi dan argumen yang logis dalam setiap keputusan. NPM menunjukkan betapa pentingnya manajemen publik dalam membangun pemahaman dan pemahaman tentang apa yang penting bagi masyarakat.

Pendekatannya mencakup pembagian tanggung jawab dan kepentingan yang lebih luas daripada hanya mencari solusi cepat untuk pilihan individu. Dalam konteks ini, Fadel Muhammad *Resource Center* (2014) dan para ahli lainnya menekankan pentingnya manajemen publik yang berorientasi pada kepentingan publik serta memberikan kontribusi yang signifikan bagi masyarakat.

Jadi, sebagaimana pendapat di atas bisa diinterpretasikan yakni manajemen publik mengacu pada rangkaian aksi yang dicoba ataupun tidak dicoba oleh pemerintah dan berfokus pada internal organisasi terorientasi publik yang mengatur segala aktivitas organisasi ini bekerja sebaik mungkin untuk tujuan tertentu dengan memperhatikan masalah umum dan kepentingan umum. Atau lebih ringkasnya manajemen publik adalah proses yang di dalamnya terdapat usaha pencapaiannya suatu tujuan menggunakan sumber daya organisasi dan dalam lingkup pemerintahan sebagai seting utama (Yuniningsih, 2025). Menurut Zulkifli (2020), ada 7 (tujuh) item manajemen yang dipelajari, yaitu:

1. *Man* (manusia) merupakan komponen terpenting dalam manajemen karena berperan sebagai penggerak utama organisasi. Sebagai sumber daya manusia (SDM), mereka menjalankan seluruh aktivitas untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pengelolaan SDM dilakukan dengan menempatkan individu sesuai keahlian, kompetensi, minat, dan bakatnya agar dapat bekerja secara profesional. Apabila penempatan tidak sesuai, hasil kerja yang

dicapai cenderung tidak optimal. Oleh karena itu, manajemen memiliki peran penting dalam mengatur dan mengarahkan SDM agar mampu menghasilkan kinerja yang maksimal.

2. *Money/Uang* atau Sumber pendanaan pusat dalam bentuk uang, uang tunai, atau modal kegiatan organisasi, tanpa memiliki keuangan yang cukup dapat menghambat jalannya atau aktivitas organisasi atau perusahaan. Namun demikian, uang atau modal harus dapat dikelola dengan efisien sehingga tidak terjadi pemborosan dalam suatu organisasi atau perusahaan. Untuk mengelola keuangan perusahaan maka dibutuhkan manajemen agar tujuan organisasi atau perusahaan dapat dicapai.
3. *Materials* atau bahan materi sebagai komoditas primer untuk aktivitas yang berkaitan dengan pembuatan produk. Kepentingan bahan tersebut sama dengan kepentingan sumber daya lainnya. Oleh karena itu, manajemen memiliki peran penting untuk dapat mengelola material dengan baik agar tidak terjadi banyak barang yang rusak sehingga memberi keuntungan dan akhirnya tujuan perusahaan dapat dicapai.
4. *Methods* (metode) Metode adalah metode yang dipakai untuk melakukan aktivitas atau kegiatan organisasi perusahaan dalam rangka mencapai tujuan. Dengan metode kerja yang baik dan terstandar, dapat membuat pekerja memahami dan mudah dalam menjalankan aktivitas kerja mereka. Dengan metode pekerja dapat

menyelesaikan pekerjaannya dengan baik dan tepat waktu (efektif). Manajemen memiliki peran yang sangat penting agar metode yang digunakan dapat mencapai tujuan organisasi atau perusahaan.

5. *Mechines* (mesin) sebagai sesuatu yang membantu proses produksi produk perusahaan. Pengelolaan mesin bertujuan untuk mendukung kelancaran proses kerja agar dapat berfungsi secara optimal dan tidak mudah rusak. Pengelola mesin harus memiliki pemahaman yang baik mengenai cara pengoperasian dan perawatannya. Dalam hal ini, manajemen berperan penting dalam memastikan mesin digunakan secara efisien sehingga mampu menghasilkan produk sesuai dengan standar dan harapan yang ditetapkan.
6. *Markets* atau pasar merupakan kumpulan pembeli nyata maupun potensial dari suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Besarnya pasar dipengaruhi oleh jumlah individu yang memiliki kebutuhan serta keinginan untuk melakukan transaksi. Pasar berfungsi sebagai media untuk menyalurkan produk yang dihasilkan oleh organisasi atau perusahaan. Oleh karena itu, peran manajemen sangat penting dalam mengatur strategi agar perusahaan mampu memperluas dan mempertahankan pangsa pasarnya.
7. Waktu atau *minutes* perlu dikoordinir secara optimal sebagaimana keterbatasan jam kerja menuntut efisiensi dalam pelaksanaannya. Pengelolaan waktu yang baik akan membantu meningkatkan

efektivitas kerja, sehingga perusahaan dapat lebih mudah mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

1.6.5 Manajemen Strategi

Susanto (2014) mengatakan manajemen strategi adalah proses menentukan jalan dan metode yang dipakai guna menggapai tujuan organisasi dalam periode panjang. Metode dipilih melalui pengembangan dan pelaksanaan strategi yang direncanakan secara sistematis. Manajemen strategi juga memiliki arti sebagai suatu seni dan pengetahuan yang dipakai guna menggapai tujuan organisasi melewati proses perumusan, implementasi serta evaluasi yang menekankan pada pengamatan peluang dan ancaman yang timbul pada lingkungan dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi.

Dua elemen manajemen strategi, yaitu formulasi dan implementasi strategi. Organisasi menentukan arah strategi, visi misi, strategi dan sasaran dalam formulasi strategi sementara dalam implementasi strategi merupakan penetapan sistem organisasi, SDM, dan struktur sehingga seluruh unsur wajib dilandasi oleh kepemimpinan yang sesuai dengan budaya dengan organisasi. David (2011) mengatakan manajemen strategi merupakan seni dan pengetahuan perumusan, implementasi, evaluasi, dan keputusan strategis untuk mencapai tujuan organisasi. Perce II dan Robinsin (Susanto, 2014) mengartikan manajemen strategik sebagai sebuah keputusan maupun

tindakan yang dirancang guna mencapai tujuan organisasi dan menghasilkan sebuah rumusan dan penerapan rencana.

Berdasarkan pendapat berbagai ahli yang sudah dijabarkan di atas, mampu dikatakan sebagaimana manajemen strategis merupakan salah satu seni dan ilmu dalam melakukan tahapan keputusan lintas fungsional untuk mencapai tujuan organisasi. Manajemen strategis berkonsentrasi pada mengintegrasikan pemasaran, produksi, manajemen, sistem informasi, penelitian dan peningkatan, dan penelitian dan pengembangan untuk menggapai kesuksesan organisasi.

Grant (Juliansyah, 2017) menyatakan bahwasanya strategi memainkan 3 fungsi penting dalam menggapai tujuan manajemen.

1. Strategi sebagai pendukung pengambilan keputusan: Strategi adalah bagian dari mencapai sukses. Ini adalah bentuk atau tema yang menghubungkan keputusan yang dibuat oleh individu atau organisasi dengan keputusan yang dibuat.
2. Strategi selaku tempat komunikasi dan koordinasi: menyampaikan persamaan jalan untuk perusahaan adalah salah satu fungsi penting dari strategi ini.
3. Strategi sebagai tujuan: Untuk menentukan di mana perusahaan akan berada di masa depan, rancangan strategi akan disamakan dengan visi misi. Penetapan tujuan dilakukan untuk memberikan arah dalam perumusan strategi serta membangun aspirasi

perusahaan, sehingga strategi tersebut juga dapat berfungsi sebagai sasaran yang ingin dicapai perusahaan.

1.6.6 Manajemen Strategis

Menurut KBBI, strategi adalah "ilmu dan seni menggunakan sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu di perang dan damai, atau rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus." Kementerian Pendidikan Nasional, 2005:1902). Henry Mintzberg (1998) mengatakan bahwa ada lima cara untuk memahami strategi: sebagai rencana, pola, posisi, taktik, serta perspektif.

Siagian (2004) lebih cenderung menyatakan pendapatnya tentang bisnis, mengatakan bahwa itu didefinisikan sebagai kumpulan keputusan serta langkah strategis yang ditetapkan oleh manajemen puncak dan dilaksanakan oleh seluruh elemen organisasi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Stephanie K. Marrus, strategi adalah suatu hal yang berpusat pada tujuan jangka panjang perusahaan, bersama dengan pembuatan rencana atau tindakan untuk mencapainya. Craig dan Grant (1996) mengartikan Strategi dipahami sebagai proses penetapan tujuan dan sasaran jangka panjang perusahaan, disertai perencanaan tindakan serta pengalokasian sumber daya yang dibutuhkan untuk mewujudkannya. Pendapat ini tidak jauh berbeda.

Strategi, menurut Jauch dan Gluek (2003:12), adalah metode yang dipakai guna mencapai sasaran. Namun, strategi bukan hanya rancangan. Strategi adalah rancangan yang menggabungkan seluruh perusahaan menjadi satu. Strategi itu luas, mencakup semua unsur utama bisnis. Semua bagian rencana berfungsi bersama dan serasi satu sama lain karena strategi itu terpadu.

Menurut Effendy (2007:32), strategi pada hakikatnya merupakan bentuk perencanaan dan pengelolaan yang ditujukan untuk mencapai tujuan, dengan keharusan mampu menampilkan taktik operasional dalam pelaksanaannya.

Chandler dalam *Analisis SWOT* (2003:3) memandang strategi sebagai sarana untuk mencapai tujuan perusahaan melalui penetapan prioritas dalam alokasi sumber daya, penentuan sasaran jangka panjang, serta penyusunan program tindak lanjut.

Sementara itu, Hamel dan Prahalad dalam *Analisis SWOT* (2003:4) mendefinisikan strategi sebagai tindakan yang progresif dan konsisten dengan mempertimbangkan kebutuhan pelanggan di masa depan. Oleh karena itu, perencanaan strategis lebih berorientasi pada “apa yang mungkin terjadi” daripada “apa yang sedang terjadi,” guna menyesuaikan diri dengan inovasi pasar dan perubahan pola perilaku konsumen yang berlangsung cepat.

Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa manajemen strategis adalah sesuatu sistem yang tersusun atas berbagai unsur yang saling

berinteraksi dan berkoordinasi guna menggapai tujuan tertentu. Dalam konteks ini, strategi mencakup analisis pasar, segmentasi wisatawan, dan pengelolaan sumber daya yang ada, yang semuanya berkontribusi pada penciptaan pengalaman wisata yang menarik dan memuaskan. Selain itu, strategi pemasaran yang terencana dengan baik dapat meningkatkan visibilitas destinasi, sementara pendekatan yang berfokus pada keberlanjutan memastikan bahwa peningkatan wisata bukan untuk berguna secara ekonomi melainkan ramah sosial serta lingkungan. Akibatnya, integrasi antara strategi dan pengembangan wisata memungkinkan destinasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan memenuhi harapan wisatawan, yang menghasilkan nilai jangka panjang bagi semua pihak yang terlibat.

1.6.7 Alat Analisis SWOT Dalam Perencanaan Strategi

Daniel Start dan Ingie Hovland (1991) menjelaskan bahwa analisis SWOT merupakan alat perencanaan manajerial tradisional yang memanfaatkan kerangka analisis kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan tantangan eksternal. Metode ini digunakan untuk memperkirakan pendekatan paling efektif dalam penerapan suatu rencana. Alat ini membantu perencana mengetahui capaian yang mungkin diraih serta hal-hal yang perlu diperhatikan.

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) diartikan sebagai pendekatan analitis berbasis logika yang bertujuan menentukan langkah-langkah realistis sesuai kondisi

perusahaan. Menurut Rangkuti (2006), tujuan utama analisis ini adalah mengidentifikasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), dan peluang (opportunities) sambil secara bersamaan mengurangi kelemahan serta menghadapi ancaman (threats). Dengan demikian, penerapannya menjadi lebih mudah bagi berbagai jenis usaha.

Griffin (2004) menyebutkan bahwa analisis SWOT merupakan salah satu tahapan krusial dalam penyusunan strategi. Melalui pemanfaatan misi organisasi sebagai acuan, manajer dapat mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal serta menelaah peluang dan risiko eksternal.

Sementara itu, Kotler dan Armstrong (2008:64) mendefinisikan analisis SWOT sebagai proses penilaian komprehensif terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki perusahaan. Analisis ini berperan penting dalam menentukan arah strategi yang sedang diterapkan organisasi, termasuk dalam hal promosi dan penempatan produk.

Dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT merupakan proses pengenalan berbagai faktor secara sistematis untuk membantu merumuskan langkah yang tepat serta menentukan strategi terbaik bagi perusahaan. Konsep dasar analisis ini memungkinkan optimalisasi kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities) dengan cara mengurangi kelemahan (weaknesses) serta mengantisipasi ancaman (threats) (Putra, 2019)

Menurut Rangkuti (2006), matriks SWOT menggambarkan bagaimana perusahaan mampu menyeimbangkan peluang dan ancaman eksternal dengan kekuatan serta kelemahan internalnya. Melalui matriks ini, dapat dihasilkan empat alternatif strategi utama yang dapat dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan.

Tabel 1. 5 Matriks SWOT

IFAS EFAS	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
Peluang (Opportunity)	Strategi SO (Menyusun strategi dengan memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang)	Strategi WO (Membuat strategi yang mengurangi kelemahan agar dapat memanfaatkan peluang)
Ancaman (Threats)	Strategi ST (Merancang strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman)	Strategi WT (Menyusun strategi yang bertujuan meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman)

Sumber: Rangkuti (2006)

Berikut ini adalah keterangan dari matriks SWOT di atas :

1. Strategi SO (*Strength and Oppurtunity*). merupakan strategi yang disusun dengan memaksimalkan seluruh potensi kekuatan untuk mengambil peluang yang ada.
2. Strategi ST (*Strength and Threats*). yaitu strategi yang memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menghadapi dan mengurangi pengaruh ancaman eksternal.

3. Strategi WO (*Weakness and Opportunity*). merupakan strategi yang dijalankan dengan memanfaatkan peluang yang tersedia sambil berupaya mengurangi kelemahan yang dimiliki
4. Strategi WT (*Weakness and Threats*). yaitu strategi yang difokuskan pada upaya mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman dari luar.

Analisis SWOT berperan penting dalam organisasi untuk mengidentifikasi berbagai faktor internal maupun eksternal. Pendekatan ini memanfaatkan beragam unsur yang dapat dianalisis di dalam lingkungan organisasi. Melalui analisis SWOT, perusahaan dapat mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta tantangan baik dari aspek internal maupun eksternal. Selanjutnya, hasil analisis tersebut digunakan untuk memberikan rekomendasi pengembangan yang relevan dengan peluang yang ada. Selain itu, analisis SWOT juga dapat menjelaskan kondisi kekuatan dan kelemahan individu maupun organisasi. (Firdausi, 2020)

1.6.8 Pengembangan Pariwisata

Menurut Pebriyanti (2020) dalam (Annatasya Yunita Nugroho, Amni Zarkasyi Rahman, 2022) Menurut Pebriyanti (2020) dalam Annatasya Yunita Nugroho dan Amni Zarkasyi Rahman (2022), pengembangan pariwisata merupakan serangkaian tahapan atau langkah strategis yang dilaksanakan guna menggapai sasaran pembangunan yang ada. Sementara itu, Paturusi (2001) mengemukakan bahwa

pengembangan merupakan suatu strategi yang bertujuan untuk memajukan, memperbaiki, dan meningkatkan kualitas kepariwisataan pada suatu objek atau daya tarik wisata, sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung serta memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar dan pihak pemerintah. Selanjutnya, Gamal Suwanto (2004) mengaitkan peningkatan pariwisata dengan *Sapta Pengembangan Kebijakan* pemerintah, yang meliputi promosi, aksesibilitas, kawasan pariwisata, wisata bahari, produk wisata, sumber daya manusia, dan kampanye nasional sadar wisata. Dalam konteks penelitian ini, pengembangan pariwisata dimaknai sebagai upaya untuk meningkatkan serta mengoptimalkan potensi yang dimiliki Desa Wisata Nongkosawit, mencakup pengembangan sumber daya manusia, produk wisata, promosi, serta kampanye sadar wisata.

Menurut Oka A. Yoeti (2002), pengembangan pariwisata merupakan upaya yang dilakukan secara sadar dan terencana untuk meningkatkan kualitas produk yang sudah ada atau menambah variasi produk baru yang dapat ditawarkan serta dipasarkan kepada wisatawan. Sedangkan menurut Soetomo (2001) dalam (Suwanti, 2017) Dikatakan bahwa pengembangan pariwisata merupakan proses yang selalu berubah untuk menjawab tantangan yang dihadapi dunia pariwisata.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, pengembangan pariwisata adalah upaya untuk meningkatkan dan meningkatkan kondisi

pariwisata suatu objek atau daya tarik wisata yang memberi keuntungan kepada orang lain.

Lebih lanjut Yoeti (2022) menyebutkan bahwa untuk mendorong pertumbuhan pariwisata di tempat wisata tertentu, maka perlu memperhatikan lima aspek antara lain:

1. *Traveler* (turis)
2. *Transportation* (transport)
3. *Attraction* (Atraksi)
4. Fasilitas Pelayanan
5. Informasi dan promosi

Menurut UU nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, daerah tujuan wisata adalah area geografis tertentu yang terintegrasi dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat kegiatan kepariwisataan dan dilengkapi dengan ketersediaan daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait. Cooper dkk (1997) mengatakan destinasi wisata harus memiliki 4 (empat) komponen untuk meningkatkan potensi pariwisatanya, Menurut Yoeti (2002), ini adalah komponen pengembangan pariwisata:

1. Atraksi: sesuatu yang dapat disaksikan atau dinikmati oleh wisatawan, baik melalui pertunjukan tertentu maupun kegiatan khusus. Atraksi umumnya terbagi menjadi tiga jenis, yaitu wisata alam, wisata budaya, dan wisata buatan.

2. Aktivitas: beragam kegiatan yang menitikberatkan pada pergerakan dan dinamika kehidupan di suatu daerah wisata, yang memberikan pengalaman menyenangkan serta hiburan bagi pengunjung.
3. Aksesibilitas: mengacu pada fasilitas yang mempermudah perjalanan wisatawan, termasuk ketersediaan sarana transportasi dan jaringan jalan menuju kawasan wisata.
4. Amenitas: berbagai sarana penunjang fisik yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan dan kenyamanan wisatawan selama berkunjung.

Pengembangan pariwisata memiliki tujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi melalui pemanfaatan sumber daya yang telah tersedia. Oleh karena itu, kegiatan pengembangan pariwisata perlu dilakukan secara berkelanjutan dengan mempertimbangkan potensi serta peluang yang ada, guna melestarikan sumber daya untuk kepentingan jangka panjang.

1.6.9 Pariwisata

Yoeti (1996) menjelaskan bahwa perjalanan yang dilakukan seseorang dari suatu tempat ke tempat disebut pariwisata, karena istilah *tourist* berasal dari kata “pariwisata”. Selanjutnya, menurut E. Guyer Freuler dalam Oka A. Yoeti (1996), pariwisata merupakan suatu bentuk aktivitas yang didorong oleh berbagai kebutuhan hidup, seperti pemenuhan kesehatan, pergantian suasana, penilaian secara sadar, serta

dorongan untuk menumbuhkan rasa cinta akibat interaksi antarbangsa dan antar lapisan masyarakat.

Menurut Suwantoro dalam Suwena dan I Gusti Ngurah Widyatmaja (2017:21), pariwisata merupakan suatu proses perjalanan sementara yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang ke suatu tempat di luar tempat tinggalnya dengan alasan tertentu, bukan untuk tujuan mencari penghasilan. Sementara itu, berdasarkan Peraturan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 mengenai Kepariwisata, pariwisata diartikan sebagai beragam bentuk aktivitas wisata yang ditunjang oleh berbagai sarana serta pelayanan yang disiapkan oleh masyarakat, pelaku usaha, pemerintah, maupun pemerintah daerah. Adapun kepariwisataan mencakup keseluruhan aktivitas yang berkaitan dengan pariwisata dan memiliki sifat multidimensi dan multidisipliner, yang muncul sebagai respons terhadap keperluan individu maupun negara melalui hubungan antara wisatawan, komunitas lokal, sesama wisatawan, pihak pemerintah, serta dunia usaha. Secara keseluruhan, pariwisata telah menjadi bagian integral dari perkembangan suatu negara, bahkan seringkali menjadi faktor utama yang membuat suatu negara dikenal secara global melalui daya tarik destinasi wisatanya.

Oleh karena itu, pariwisata dapat diartikan sebagai aktivitas atau perjalanan dari satu tempat ke tempat lainnya dengan tujuan selain melakukan kegiatan yang bersifat komersial. (Yuniningsih, 2025).

Pengertian "perjalanan wisata" terkait erat dengan istilah "pariwisata", yang berarti bahwa seseorang meninggalkan tempat tinggalnya karena alasan lain daripada melakukan aktivitas yang memberikan penghasilan ekonomi. Dengan kata lain, pariwisata bisa dijelaskan sebagai bentuk perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang untuk memperoleh kesenangan pribadi dan memenuhi rasa ingin tahu terhadap dunia di sekitarnya. Bisa juga karena alasan seperti aktivitas olahraga untuk kebugaran, tradisi, ibadah, maupun kebutuhan lainnya. (Gamal, 2004: 3)

Kepariwisataan diartikan sebagai keseluruhan aktivitas yang berhubungan dengan pariwisata, yang memiliki sifat multidimensi dan multidisipliner. Aktivitas ini muncul sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan individu maupun negara serta mencerminkan hubungan antara wisatawan dengan komunitas lokal, wisatawan lainnya, pemerintah pusat, pemerintah daerah, serta pelaku industri pariwisata (UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pembaruan dari UU No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan).

Pariwisata merupakan beragam jenis aktivitas perjalanan yang disokong oleh berbagai sarana serta pelayanan yang disediakan oleh masyarakat, pelaku usaha, pemerintah, maupun pemerintah daerah (UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pembaruan dari UU No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan). Istilah "pariwisata" sendiri pertama kali dikenalkan oleh Presiden Soekarno sebagai padanan dari

istilah asing *tourism*. Menurut beliau, pariwisata memiliki arti bahwa tanpa adanya wisatawan, segala bentuk pembangunan seperti hotel, transportasi, serta fasilitas lainnya tidak akan mempunyai makna atau nilai kepariwisataan yang sesungguhnya. (Soekadijo R.G., 2000:1).

Setiap aktivitas pariwisata memerlukan berbagai fasilitas penunjang yang memadai untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, salah satunya yaitu sarana akomodasi. Tanpa tersedianya akomodasi yang layak, kegiatan pariwisata tidak akan berjalan secara maksimal. Sebaliknya, tanpa kegiatan pariwisata, bisnis akomodasi pun tidak akan tumbuh atau beroperasi dengan optimal. Di antara berbagai jenis layanan kepariwisataan, yang paling utama dan lengkap adalah yang biasa dikenal sebagai hotel. Seluruh kegiatan yang dilakukan dunia usaha dan masyarakat tersebut ditujukan untuk mengatur kebutuhan perjalanan serta tempat singgah bagi wisatawan.

Soekadji (1996:86) menyatakan bahwa kepariwisataan bertumpu pada tiga jenis potensi, yaitu

1. Modal dan potensi alam,
2. Modal dan potensi Kebudayaan,
3. Modal dan potensi manusia

Pariwisata dapat didefinisikan sebagai aktivitas seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan dari tempat tinggal asal ke tempat lain untuk jangka waktu tertentu, bukan secara permanen, untuk tujuan rekreasi, bisnis, atau alasan lainnya. Unsur utama dari

pengertian ini mencakup perpindahan tempat, kegiatan perjalanan, tujuan untuk memperoleh kesenangan, serta masa tinggal yang bersifat sementara.

Dengan ini, dapat disimpulkan bahwasannya bahwa pariwisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dari daerah asal menuju tempat lain di luar lokasi tempat tinggalnya.

Menurut Suwena dan Widyatmaja (2017) berikut ini merupakan ciri atau kriteria perjalanan pariwisata yakni:

1. Perjalanan dilakukan dalam periode waktu bersifat sementara
2. Perjalanan tersebut mengimplikasikan peralihan dari suatu lokasi ke lokasi lainnya.
3. Seseorang yang melakukan kegiatan perjalanan tidak bermaksud mencari penghasilan di lokasi tujuan, tetapi berfungsi sebagai pihak yang menikmati dan mengonsumsi layanan wisata yang tersedia di destinasi tersebut.

Selain itu, Suwena dan Widyatmaja (2017) juga menyebutkan bahwa terdapat berbagai macam jenis pariwisata antara lain:

1. Berdasarkan letak geografisnya, perkembangan kegiatan pariwisata dapat diklasifikasikan sebagai berikut:
 - a. Pariwisata lokal (*local tourism*) yaitu kegiatan wisata yang memiliki cakupan wilayah minim pada area khusus.
 - b. Pariwisata regional (*regional tourism*) yakni aktivitas pariwisata yang berkembang pada satu kawasan khusus, baik pada lingkup

nasional maupun internasional terbatas, seperti pariwisata di Yogyakarta dan Bali.

- c. Pariwisata nasional (*national tourism*) Dapat diartikan sebagai bentuk kegiatan pariwisata yang terjadi dan berkembang dalam batas wilayah nasional, diikuti oleh warga negara tersebut maupun penduduk luar yang menetap di wilayah itu, contohnya ada di berbagai daerah di Indonesia.
- d. Pariwisata regional-internasional yaitu kegiatan pariwisata yang mencakup wilayah antarnegara pada satu kawasan tertentu, biasanya melibatkan dua atau lebih negara, seperti pariwisata di kawasan ASEAN.
- e. Pariwisata internasional (*International tourism*) merupakan aktivitas pariwisata yang berlangsung dan ditingkatkan di berbagai negara di dunia.

2. Menurut pengaruhnya terhadap neraca pembayaran

- a. Pariwisata aktif (*in bound tourism*) merupakan merupakan aktivitas pariwisata yang ditunjukkan atau dicirikan oleh dengan proses masuknya pengunjung asing ke dalam negara tertentu sehingga akan mendapatkan profit devisa bagi negara yang dikunjungi secara langsung berkontribusi dalam meningkatkan keseimbangan ekonomi negara yang menjadi tujuan wisata.
- b. Pariwisata pasif (*outgoing tourism*) merupakan aktivitas kepariwisataan yang ditandai oleh adanya warga negara yang

melakukan perjalanan ke luar negeri sebagai wisatawan. Dari sudut pandang devisa, kegiatan ini dapat merugikan negara asal karena pengeluaran wisatawan terjadi di luar negeri, sehingga tidak memberikan kontribusi langsung terhadap pemasukan devisa nasional.

3. Berdasarkan Objeknya

- a. *Cultural tourism* adalah bentuk pariwisata yang didorong oleh ketertarikan wisatawan terhadap seni, tradisi, dan kebudayaan suatu daerah atau destinasi tertentu.
- b. *Recuperational tourism* merupakan jenis pariwisata yang dilakukan dengan tujuan pemulihan kesehatan, misalnya berendam di sumber air panas, mandi lumpur, atau terapi alam lainnya.
- c. *Commercial tourism* adalah Kegiatan pariwisata yang dilakukan atas dasar motivasi ekonomi, khususnya yang berhubungan dengan aktivitas perdagangan dalam skala domestik maupun global.
- d. *Sport tourism* merupakan wisata yang dilakukan guna menyaksikan atau mengikuti kegiatan olahraga di lokasi tertentu.
- e. *Political tourism* adalah jenis pariwisata yang memiliki tujuan melihat secara langsung kejadian atau kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas kenegaraan, misal upacara peringatan hari kemerdekaan.

- f. *Social tourism* merupakan kegiatan wisata yang penyelenggaraannya tidak berorientasi pada keuntungan finansial, contohnya kegiatan *study tour* atau piknik.
- g. *Religion tourism* adalah pariwisata yang dilatarbelakangi oleh motivasi keagamaan, seperti menghadiri atau menyaksikan acara keagamaan, misalnya acara Bali Krama di Besakih atau ibadah haji dan umrah bagi umat Islam.
- h. *Marine tourism* mencakup kegiatan wisata bahari yang difasilitasi oleh sarana dan prasarana untuk aktivitas seperti berenang, menyelam, memancing, serta olahraga air lain, seperti fasilitas pendukung seperti penginapan dan kuliner.

Berdasarkan jenisnya, pariwisata di Kota Semarang dapat diklasifikasikan sebagai berikut. Pertama, dari segi letak geografis, termasuk dalam kategori pariwisata lokal (*local tourism*) karena memiliki cakupan wilayah yang relatif sempit dan terbatas. Kedua, jika ditinjau dari pengaruhnya terhadap neraca pembayaran, termasuk dalam pariwisata aktif (*inbound tourism*) karena mampu memberikan kontribusi terhadap pemasukan devisa negara. Ketiga, berdasarkan objek wisatanya, dapat digolongkan ke dalam *cultural tourism* dan *religious tourism*, mengingat Kota Semarang memiliki ketertarikan wisata religi dan budaya seperti MAJT, Kelenteng Sam Poo Kong, serta Gereja Belenduk di kawasan Kota Lama, yang masing-masing menampilkan keunikan arsitektur dan nilai budaya tersendiri.

1.6.10 Pariwisata Religi

Perjalanan religi bukanlah fenomena baru dalam dunia pariwisata. Sejak dahulu, aspek keagamaan telah menjadi salah satu motivasi utama manusia untuk melakukan perjalanan dan bahkan dianggap sebagai suatu perjalanan wisata paling tua (Jackowski dan Smith, 1992 dalam Vukonic, 2002). Jackowski (2000) dalam Olsen dan Timothy (2006) memprediksi setiap tahun sekitar 240 jt pengunjung menempuh perjalanan dengan tujuan religi, yang sebagian besar berasal dari kalangan penganut agama Kristen, Islam, dan Hindu. Dalam beberapa dekade terakhir, perjalanan dengan motivasi spiritual dan keagamaan mengalami perkembangan pesat dan semakin populer, sehingga membentuk segmen penting dalam pariwisata internasional. Dengan tren peningkatan yang berkelanjutan, pariwisata religi dipandang memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu sektor utama dalam perkembangan pariwisata di masa mendatang (Olsen dan Timothy, 2006).

Wisata religi adalah suatu bentuk karya pariwisata yang memiliki keterkaitan dengan unsur keagamaan maupun spiritualitas. Wisata ini dapat disebut sebagai kegiatan perjalanan menuju lokasi yang memiliki makna tertentu, pada dasarnya berupa rumah ibadah atau situs suci yang mempunyai nilai sejarah, mitos, legenda, maupun keunikan arsitektur tertentu. Aktivitas wisata religi sering kali dilakukan dengan tujuan memperoleh berkah, pelajaran hidup (*ibrah*), nasihat moral

(*tausiyah*), serta kebijaksanaan spiritual. Dalam beberapa kasus, perjalanan ini juga dilakukan untuk tujuan simbolis atau pribadi, seperti memperkuat keimanan, memperoleh ketenangan batin, atau bahkan sebagai wujud pencarian spiritual yang lebih dalam. Pada hakikatnya, wisata religi merupakan upaya untuk menyegarkan kembali jiwa yang kering melalui nilai-nilai keagamaan dan refleksi spiritual. Dengan cakupan yang sangat luas, wisata religi mencakup seluruh bentuk perjalanan yang mampu menggugah kesadaran religius, memperkaya wawasan keagamaan, serta memperdalam pengalaman spiritual seseorang. (Larassanti et al., 2023).

Menurut Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, wisata didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan mengunjungi suatu tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan diri, atau untuk mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu terbatas. Pada hal ini, wisata religi dapat dipahami sebagai bentuk perjalanan wisata yang berfokus pada pengembangan spiritual dan pemahaman nilai-nilai keagamaan melalui kunjungan ke tempat-tempat yang memiliki makna religius.

Wisata religi merupakan suatu wisata yang bertujuan guna memenuhi kepentingan spiritual serta meningkatkan keimanan melalui kunjungan ke tempat-tempat yang mempunyai unsur religius. Selain itu, wisata ini juga mencakup kegiatan perjalanan menuju lokasi yang

dianggap suci atau sakral, seperti masjid, peninggalan kerajaan Islam, makam tokoh-tokoh yang dihormati, maupun gunung atau bukit yang dipercaya memiliki kekuatan spiritual. Aktivitas ini dilakukan dengan tujuan, baik secara individu ataupun kelompok memperoleh ketenangan batin, kepuasan spiritual, serta wawasan keagamaan. (Anwar, 2019).

Wisata religi memiliki beberapa tujuan utama, menurut Mufid dalam Rosadi (2011:13):

1. Sebagai kegiatan luar maupun dalam ruangan, baik secara individu ataupun kelompok, yang memiliki tujuan memperoleh penyegaran serta membangkitkan motivasi kehidupan, secara fisik maupun spiritual.
2. Berfungsi untuk melaksanakan ibadah, seperti salat, dzikir, dan berdoa.
3. Menjadi bagian dari aktivitas yang bernilai religi.
4. Merupakan suatu destinasi wisata bagi agama Islam.
5. Menjadi wadah kegiatan sosial dan kemasyarakatan.
6. Berperan dalam membantu seseorang mendapatkan kedamaian jasmani rohani.
7. Menjadi sarana untuk meningkatkan kualitas diri manusia serta sebagai media pembelajaran dan pengambilan hikmah (*ibrah*).

Bentuk-bentuk wisata religi umumnya berupa lokasi atau tempat yang memiliki nilai dan makna spiritual tertentu bagi umat beragama:

1. Masjid merupakan pusat kegiatan keagamaan yang berfungsi sebagai tempat untuk melaksanakan ibadah, seperti salat, i'tikaf, adzan, dan iqamah.
2. Dalam tradisi Jawa, makam adalah tempat yang mengandung kesakralan. Istilah "*pesarean*" berasal dari kata *sare*, yang berarti tidur. Makam atau pesarean dianggap sebagai tempat peristirahatan terakhir seseorang setelah kematian.
3. Candi merupakan peninggalan masa kuno yang pada awalnya berfungsi untuk pemujaan atau acara keagamaan, serta dalam perkembangan selanjutnya perannya digantikan oleh keberadaan makam sebagai simbol penghormatan terhadap leluhur

Tujuan dari wisata religi memiliki arti mendalam, yaitu untuk sarana memperluas ajaran Islam kepada seluruh dunia, menjadi media penelaahan, serta pengingat akan ke-Esaan Allah. Selain itu, wisata religi juga berperan dalam mengajak dan membimbing manusia agar terhindar dari perbuatan syirik maupun ingkar (Ruslan, 2007:10).

Empat faktor penting yang menentukan keberhasilan pengelolaan wisata religi meliputi aspek lingkungan luar, sumber daya, kapasitas internal, dan target yang menjadi sasaran. Lingkungan internal mencakup situasi atau kekuatan yang dapat dihandel oleh asosiasi, sebaliknya lingkungan luar meliputi faktor-faktor di luar kendali organisasi. Hubungan antara wisata religi dan aktivitas di dalamnya

berkaitan erat dengan tujuan utama dari pelaksanaan wisata ziarah itu sendiri (Jatmiko, 2003:30).

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh melalui kegiatan wisata religi antara lain:

1. Setelah berwisata, umumnya, seseorang menjadi lebih berenergi dan antusias dalam melaksanakan rutinitas harian. Melalui wisata religi, penyegaran tersebut tidak hanya bersifat fisik, tetapi juga mampu menenangkan serta menyegarkan pikiran.
2. Dapat menambah wawasan serta memperkuat keyakinan terhadap Tuhan Yang Maha Esa.
3. Memberikan pengalaman dan pengetahuan baru mengenai kondisi sosial, budaya, serta suasana di daerah tujuan wisata.
4. Memperkaya pemahaman dan pengalaman dalam bidang keagamaan sehingga mampu meningkatkan kematangan spiritual seseorang.

1.6.11 Faktor Pendukung dan Penghambat

Menurut Sunaryo (2013), faktor pendukung dan penghambat dalam kegiatan wisata, yang termasuk dalam unsur pariwisata dan biasanya terwujud dalam bentuk rangkaian destinasi wisata, umumnya terdiri atas beberapa komponen utama sebagai berikut:

1. Faktor Pendukung

Faktor pendukung mengacu pada elemen atau situasi yang memiliki potensi untuk mendukung atau memajukan aktivitas, upaya, atau proses produksi.

- a. Daya tarik pariwisata yang dapat bersumber dari unsur alam, budaya, maupun minat khusus yang menjadi alasan utama wisatawan berkunjung ke suatu destinasi.
- b. Penyediaan mencakup akomodasi, fasilitas penunjang, dan akses transportasi baik lewat udara, darat, maupun laut.
- c. Infrastruktur yakni berbagai fasilitas umum yang menunjang kelancaran aktivitas pariwisata seperti jalan, jaringan listrik, air, dan komunikasi.
- d. Fasilitas berupa sarana tambahan yang membantu kenyamanan dan kepuasan wisatawan dalam melakukan aktivitas wisata.
- e. Peran masyarakat yang berfungsi memberikan pelayanan, menciptakan suasana ramah, serta menjaga nilai dan budaya di destinasi wisata.

2. Faktor Penghambat

- a) Masih terdapat pengelolaan yang kurang optimal oleh instansi terkait, serta belum adanya keteraturan dalam pengembangan sarana dan prasarana yang seharusnya dapat menjadi elemen pendukung bagi peningkatan daya tarik wisata di daerah tersebut.
- b) Keterbatasan pada aspek infrastruktur, fasilitas, dan

pengelolaan potensi wisata menunjukkan bahwa kondisi pengembangannya belum maksimal. Situasi ini disebabkan oleh rendahnya alokasi dana yang diperuntukkan bagi peningkatan sektor pariwisata.

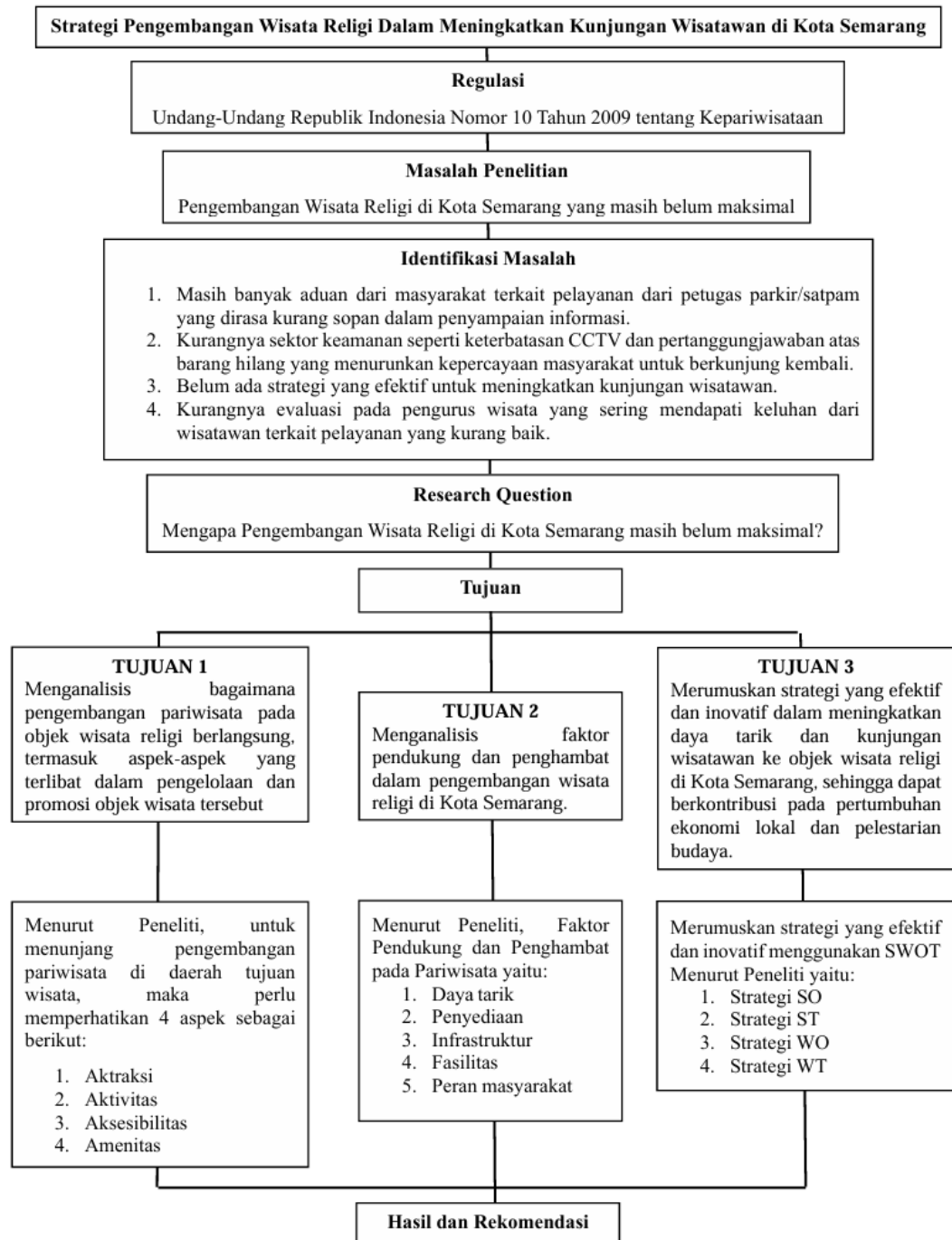
Dalam upaya mengembangkan objek wisata menarik, perlu mempertimbangkan kondisi dan pihak-pihak yang bisa menghambat kemajuan pengembangan sektor pariwisata dalam suatu wilayah atau negara. Faktor penghambat merujuk pada elemen atau kondisi yang memiliki potensi untuk menghalangi atau menghambat jalannya suatu kegiatan, usaha, atau produksi.

Menurut (Ummah, 2019) Perkembangan objek daya tarik pariwisata tentu saja terkait dengan elemen-elemen berikut :

1. Partisipasi masyarakat dalam sektor pariwisata yang kurang memadai.
2. Rendahnya tingkat prioritas pembangunan sektor pariwisata oleh pemerintah kabupaten.
3. Keterbatasan SDA di dinas terkait, dari unsur jumlah dan keahlian spesifik.
4. Kerja sama yang kurang efektif dengan pihak investor.
5. Ketidakberadaan sistem promosi yang efektif dan menarik.
6. Kendala dalam hal infrastruktur di dinas yang berkaitan dan lokasi-lokasi destinasi.

7. Kondisi terbatas dan minimnya upaya pemeliharaan sarana pendukung di lokasi-lokasi pariwisata.

1.6.12 Kerangka Pemikiran Teoritis



Gambar 1. 11 Kerangka Pemikiran

Sumber : Data diolah Peneliti, 2025

1.7 Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep merupakan tahapan untuk mengubah suatu konsep yang bersifat abstrak atau teoritis menjadi variabel yang dapat diukur secara nyata dalam penelitian. Dengan kata lain, operasionalisasi berfungsi menjelaskan bagaimana suatu konsep diamati, diukur, atau diterapkan secara praktis agar dapat dianalisis secara ilmiah. Adapun penekanan studi ini yakni menganalisis strategi pengembangan wisata religi dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Semarang. Pengembangan pariwisata sendiri mencakup berbagai langkah yang ditempuh untuk menggapai tujuan pembangunan yang telah dirumuskan. Sementara itu, pariwisata dapat diartikan suatu kegiatan bepergian yang dilakukan seseorang dari satu tempat ke tempat lainnya. Dari fokus diatas, maka fenomena yang menjadi objek studi ini meliputi:

1.7.1 Pengembangan Pariwisata

1. Atraksi

Atraksi dapat diartikan sebagai segala bentuk kegiatan, objek, maupun pengalaman yang memiliki daya tarik sehingga mendorong wisatawan untuk datang ke suatu destinasi. Dalam konteks wisata religi, atraksi berhubungan dengan berbagai aspek yang mencerminkan nilai spiritual, budaya, dan sejarah yang melekat pada tempat ibadah atau kegiatan keagamaan yang diselenggarakan di lokasi tersebut antara lain:

a. Spiritual

Atraksi yang berfokus pada kegiatan keagamaan atau kepercayaan, seperti tempat ibadah, ziarah, dan ritual keagamaan yang memberikan pengalaman batin dan ketenangan jiwa bagi pengunjung.

b. Budaya

Atraksi yang menonjolkan kekayaan tradisi, kesenian, adat istiadat, dan kehidupan sosial masyarakat, seperti festival budaya, tarian daerah, atau kuliner khas.

c. Sejarah yang khas

Atraksi yang memiliki nilai historis dan menjadi bukti perjalanan masa lalu suatu daerah, seperti bangunan tua, situs peninggalan, dan monumen bersejarah yang merefleksikan identitas serta perkembangan peradaban setempat.

2. Aktivitas

Aktivitas dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh wisatawan saat ada di suatu destinasi wisata sebagai bagian dari pengalaman berwisata mereka untuk memperoleh pengalaman, hiburan, pengetahuan, atau kepuasan, seperti berkunjung ke objek wisata, mengikuti kegiatan budaya, berbelanja, berfoto, atau menikmati kuliner lokal. Aktivitas dalam pengembangan wisata religi seperti:

- a. Promosi: Upaya memperkenalkan dan menarik minat wisatawan terhadap destinasi wisata religi.

- b. Peningkatan fasilitas: Penyediaan dan perbaikan sarana prasarana agar wisatawan merasa nyaman.
- c. Penguatan peran masyarakat: Melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaan dan pengembangan wisata.
- d. Kegiatan wisatawan seperti ziarah dan mengikuti acara keagamaan, yang semuanya bertujuan meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan ke Kota Semarang.

3. Aksesibilitas

Aksesibilitas dapat diartikan sebagai kemudahan wisatawan untuk menggapai dan mengunjungi objek wisata religi di Semarang, seperti:

a. Kemudahan transportasi

Mengindikasikan kemudahan wisatawan mencapai objek wisata melalui sarana transportasi pribadi atau umum, dengan dukungan jalan yang memadai dan penunjuk arah yang jelas.

b. Kemudahan akses fisik untuk semua kalangan

Menunjukkan ketersediaan fasilitas yang ramah bagi semua pengunjung, termasuk lansia, anak-anak, dan penyandang disabilitas, seperti jalur landai, pegangan tangan, serta area parkir dan toilet yang mudah diakses.

c. Ketersediaan informasi yang jelas.

Berkaitan dengan kemudahan memperoleh informasi mengenai lokasi, rute, jam operasional, serta panduan wisata melalui papan petunjuk, brosur, atau media digital yang informatif dan mudah dipahami.

4. Amenitas

Amenitas adalah fasilitas dan layanan pendukung yang ada pada destinasi wisata religi, seperti:

a. Ketersediaan tempat ibadah

Merupakan fasilitas pendukung yang disediakan agar wisatawan dapat beribadah dengan nyaman sesuai keyakinannya, seperti masjid, gereja, pura, atau vihara di sekitar kawasan wisata.

b. Ketersediaan akomodasi

Meliputi berbagai pilihan tempat menginap bagi wisatawan, seperti hotel, *homestay*, *guest house*, atau penginapan lainnya yang menunjang kenyamanan selama berwisata.

c. Ketersediaan transportasi

Menunjukkan adanya sarana dan prasarana transportasi yang memudahkan akses menuju lokasi wisata maupun antarobjek wisata, seperti jalan yang memadai, transportasi umum, atau layanan sewa kendaraan.

d. Ketersediaan fasilitas pendukung lainnya yang menyuguhkan kenyamanan serta kemudahan untuk pengunjung.

1.7.2 Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Pariwisata

1. Daya tarik

Daya tarik diartikan sebagai unsur untuk menarik minat pengunjung.

Daya tarik yang menjadi unsur utama dalam menarik minat wisatawan.

Dalam konteks wisata religi di Kota Semarang, daya tarik bisa berupa:

a. Nilai historis

Merupakan unsur daya tarik wisata yang berkaitan dengan latar belakang sejarah suatu tempat, mencerminkan peristiwa, tokoh, atau peninggalan masa lalu yang memiliki makna penting bagi masyarakat maupun kebudayaan.

b. Spiritual

Mencerminkan aspek keagamaan dan makna batin yang dirasakan pengunjung melalui aktivitas ibadah, ritual, atau suasana religius yang menumbuhkan ketenangan dan kedekatan dengan nilai-nilai keimanan.

c. Arsitektural

Mengacu pada keunikan dan keindahan desain bangunan yang mencerminkan gaya, simbol, serta identitas budaya tertentu, sehingga menjadi daya tarik visual dan estetika bagi wisatawan.

2. Penyediaan

Penyediaan adalah proses atau tindakan menyediakan atau menyediakan sesuatu. Penyediaan seperti:

a. Kemudahan akses menuju lokasi wisata

Merupakan tingkat keterjangkauan suatu destinasi yang dilihat dari kondisi infrastruktur, sarana transportasi, serta petunjuk arah yang mempermudah wisatawan untuk mencapai lokasi dengan aman dan nyaman.

b. Ketersediaan layanan dasar.

Mencakup penyediaan fasilitas pokok seperti air bersih, listrik, sanitasi, dan keamanan yang berfungsi mendukung kenyamanan serta kelancaran aktivitas wisatawan selama berada di destinasi wisata.

3. Infrastruktur

Infrastruktur diartikan sebagai fasilitas dasar berupa sarana dan prasarana fisik yang berfungsi untuk meningkatkan kegiatan masyarakat serta mendukung kenyamanan pengunjung di suatu destinasi wisata seperti:

- a. Ketersediaan jalan : merupakan kondisi dan kualitas jaringan transportasi yang menghubungkan destinasi wisata dengan wilayah sekitarnya, sehingga memudahkan akses wisatawan menuju lokasi.
- b. Ketersediaan listrik : mencakup kemampuan penyediaan energi listrik yang stabil dan memadai untuk mendukung aktivitas operasional dan kenyamanan wisatawan di kawasan wisata.
- c. Ketersediaan air bersih : ketersediaan sumber air yang layak digunakan untuk kebutuhan dasar wisatawan dan pelaku wisata, seperti konsumsi, kebersihan, dan fasilitas umum.

4. Fasilitas

Fasilitas merupakan berbagai sarana dan prasarana yang disediakan guna mendukung kelancaran aktivitas serta memberikan kenyamanan bagi wisatawan, seperti:

- a. Ketersediaan tempat parkir : Merujuk pada tersedianya area yang memadai dan aman bagi kendaraan wisatawan untuk berhenti dan parkir selama kunjungan berlangsung.
 - b. Ketersediaan toilet umum : Menggambarkan fasilitas sanitasi yang bersih, mudah diakses, dan terawat guna mencukupi kebutuhan dasar wisatawan selama berada di kawasan wisata.
 - c. Ketersediaan pusat informasi : Menunjukkan keberadaan tempat atau layanan yang menyediakan informasi terkait destinasi, rute, dan kegiatan wisata guna membantu wisatawan memperoleh pengalaman yang optimal.
 - d. Ketersediaan area istirahat : Mengacu pada ruang atau zona khusus yang disediakan bagi wisatawan untuk beristirahat sejenak dengan suasana yang nyaman dan aman.
 - e. Ketersediaan warung makan halal : Menandakan adanya fasilitas kuliner yang menyajikan makanan dan minuman sesuai standar kehalalan, sehingga dapat menjangkau kebutuhan wisatawan Muslim.
 - f. Ketersediaan toko oleh-oleh : Mengacu pada tempat penjualan barang atau cendera mata khas daerah yang memungkinkan wisatawan membawa pulang kenangan dari kunjungan wisatanya.
5. Peran masyarakat

Peran masyarakat adalah partisipasi aktif warga lokal dalam mendukung dan mengelola destinasi wisata. Masyarakat lokal di sekitar destinasi wisata religi harus dilibatkan secara aktif, misalnya sebagai:

- a. Sebagai pelaku usaha
- b. Sebagai pemandu wisata
- c. Sebagai penjaga kelestarian budaya dan tradisi lokal.

1.7.3 Strategi yang Efektif dan Inovatif Menggunakan SWOT

Setelah melakukan analisis proses manajerial serta faktor yang menjadi pendukung dan penghambat, dilakukan analisis isu strategi yang efektif dan inovatif menggunakan matriks SWOT menurut Rangkuti (2006) elemen SWOT, yaitu:

1. Strategi SO (Strength-Opportunity). Suatu rancangan yang memaksimalkan segala keunggulan organisasi guna menangkap serta mengoptimalkan kesempatan yang tersedia.
2. Strategi ST (Strength-Threat). Pendekatan yang memanfaatkan kekuatan yang ada sebagai upaya menyelesaikan atau meminimalisir akibat dari ancaman dari luar.
3. Strategi WO (Weakness-Opportunity). Strategi yang berfokus pada memanfaatkan peluang yang tersedia dengan langkah-langkah untuk memperkecil atau memperbaiki kelemahan internal.
4. Strategi WT (Weakness-Threat). Strategi bertahan yang dirancang guna menekan kelemahan dari dalam dan meminimalkan potensi risiko

Tabel 1. 6 Fenomena Penelitian

No.	Fenomena	Sub Fenomena	Gejala
1.	Pengembangan Pariwisata	1. Atraksi merupakan segala bentuk kegiatan, objek, maupun pengalaman yang memiliki daya tarik sehingga mendorong wisatawan untuk datang dan berkunjung ke suatu destinasi tertentu.	- Atraksi Budaya - Atraksi Spiritual - Atraksi Sejarah yang khas
		2. Aktivitas adalah kegiatan atau pergerakan kehidupan masyarakat.	- Promosi - Peningkatan fasilitas - Penguatan peran masyarakat - Acara Keagamaan
		3. Aksesibilitas adalah kemudahan wisatawan untuk mencapai dan mengunjungi objek wisata	- Kemudahan transportasi - Kemudahan akses fisik untuk semua kalangan - Ketersediaan informasi yang jelas.
		4. Amenitas adalah fasilitas dan layanan pendukung yang ada pada destinasi wisata	- Ketersediaan tempat ibadah - Ketersediaan akomodasi - Ketersediaan transportasi - Ketersediaan fasilitas pendukung
2.	Faktor Pendukung dan Penghambat	a) Daya tarik adalah unsur yang menarik minat pengunjung	- Nilai historis - Nilai Spiritual - Nilai Arsitektural

	Pengembangan Pariwisata	a) Penyediaan adalah proses atau tindakan menyediakan atau menyediakan sesuatu.	- Kemudahan akses menuju lokasi wisata - Ketersediaan layanan dasar.
		b) Infrastruktur merupakan fasilitas dasar yang dibutuhkan untuk menunjang berbagai aktivitas masyarakat, termasuk dalam mendukung kelancaran kegiatan pariwisata di suatu daerah	- Ketersediaan jalan - Ketersediaan listrik - Ketersediaan air bersih
		c) Fasilitas adalah segala sarpras yang diberikan untuk mendukung kelancaran suatu kegiatan atau memberikan kenyamanan	- Ketersediaan tempat parkir - Ketersediaan toilet umum - Ketersediaan pusat informasi - Ketersediaan area istirahat - Ketersediaan warung makan halal - Ketersediaan toko oleh-oleh.
		5. Peran masyarakat adalah partisipasi aktif warga lokal dalam mendukung dan mengelola destinasi wisata	- Sebagai pelaku usaha - Sebagai pemandu wisata - Sebagai penjaga kelestarian budaya dan tradisi lokal.
3.	Strategi yang Efektif dan Inovatif Menggunakan SWOT	Strategi SO (<i>Strength and Opportunity</i>) yakni upaya yang dirancang dengan menggunakan segala kekuatan yang dimiliki guna membalikan serta mengoptimalkan kesempatan yang tersedia.	
		Strategi ST (<i>Strength and Threats</i>) adalah pendekatan yang memanfaatkan kekuatan internal guna menghadapi dan menyelesaikan berbagai risiko dari lingkungan eksternal.	
		Strategi WO (<i>Weakness and Opportunity</i>) digunakan dengan cara memanfaatkan kesempatan yang tersedia untuk mengurangi atau memperbaiki kelemahan yang dimiliki.	

		Strategi WT (<i>Weakness and Threats</i>) bersifat defensif, yaitu berfokus pada upaya meminimalkan kelemahan internal sekaligus menghindari ancaman dari luar.
--	--	---

Sumber : Diolah Peneliti, 2025

1.8 Argumen Penelitian

Peneliti memilih pengembangan pariwisata sebagai topik penelitian karena urgensi dan relevansi isu pengembangan pariwisata religius sebagai bagian dari sektor pariwisata yang berkelanjutan. Wisata religi bukan cuma memiliki potensi ekonomi, melainkan berperan dalam pelestarian nilai-nilai budaya dan spiritual masyarakat. Di era globalisasi ini, tren pariwisata semakin mengarah pada pengalaman yang autentik dan bermakna, termasuk perjalanan spiritual yang memberikan dimensi baru dalam aktivitas wisata. Dengan demikian, perlu dilakukan kajian mendalam mengenai strategi yang efektif agar dapat diterapkan secara optimal dalam memaksimalkan potensi wisata religi yang ada terutama dalam menarik kunjungan wisatawan lokal maupun luar. Penelitian ini juga memberikan kontribusi ilmiah terhadap pengembangan model strategi pariwisata yang dapat diaplikasikan secara luas oleh pemangku kebijakan dan pelaku industri pariwisata.

Pemilihan wisata religi di Kota Semarang sebagai lokasi penelitian didasarkan pada keberagaman serta kekayaan warisan budaya dan sejarah keagamaannya yang tinggi. Kota ini memiliki berbagai situs religi ternama seperti Masjid Agung Jawa Tengah, Klenteng Sam Poo Kong, Gereja Blenduk, dan sejumlah tempat ibadah bersejarah lainnya yang telah menjadi ikon pariwisata kota tersebut. Keberagaman latar belakang agama dan budaya masyarakat Semarang menjadikan kota ini sebagai representasi toleransi dan pluralisme yang patut dikaji dalam konteks pengembangan wisata religi. Selain itu, pemerintah kota Semarang juga menunjukkan komitmen nyata dalam

mendorong sektor pariwisata melalui berbagai program dan promosi, namun tingkat kunjungan wisatawan pada destinasi religi masih belum optimal. Hal ini menjadi celah yang menarik untuk diteliti, guna menemukan strategi pengembangan yang lebih efektif, efisien, dan adaptif terhadap dinamika pariwisata modern.

1.9 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk memperoleh data yang memiliki tujuan dan kegunaan tertentu. (Sugiyono, 2013) Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif karena dianggap mampu memberikan pemahaman menyeluruh mengenai strategi pengembangan wisata religi di Kota Semarang. Pendekatan ini bertujuan menggambarkan fenomena yang terjadi, baik bersifat alamiah maupun hasil aktivitas manusia, mencakup bentuk, karakteristik, perubahan, dan hubungan antarfenomena. (Sukmadinata, 2006).

1.9.1 Tipe Penelitian

Menurut Pasolong (2012:75) dalam *Metode Penelitian Administrasi Publik*, terdapat beberapa jenis penelitian, antara lain eksplanatori, eksploratori, dan deskriptif. Dalam penelitian ini digunakan metode deksriptif. Menggunakan penerapan observasi, wawancara, dokumentasi, serta analisis dokumen sekunder dan rekaman percakapan, pendekatan deskriptif kualitatif menghasilkan data dalam bentuk narasi, baik berupa kata-kata maupun tulisan.

1.9.2 Situs Penelitian

Situs penelitian adalah lokasi/area tertentu yang dipilih secara strategis untuk melaksanakan kegiatan penelitian dengan tujuan mendapatkan data dan informasi yang sesuai dengan sasaran kajian. Studi ini dilakukan pada tujuh destinasi wisata religi di Kota Semarang yang telah dijelaskan pada bagian latar belakang, meliputi Masjid Agung Jawa Tengah, Masjid Kapal Semarang, Klenteng Sam Poo Kong, Klenteng Besar TITD Tay Kak Sie, Makam KH. Sholeh Darat, Vihara Buddhagaya Watugong, serta Pura Agung Giri Natha.

1.9.3 Subjek Penelitian

Informan, atau subjek penelitian, adalah orang yang dapat dipercaya yang dapat memberikan informasi yang akurat untuk melengkapi data penelitian (Moleong, 2017:165–166). Dua metode *sampling purposive* dan *snowball* digunakan untuk menemukan informan dalam penelitian ini. Metode pengambilan sampel *snowball* dimulai dengan jumlah informan yang lebih kecil dan berkembang seiring waktu. Ini dilakukan karena informan awal tidak dapat memberikan data yang cukup, sehingga peneliti mencari sumber data tambahan yang relevan. (Sugiyono, 2013).

Sementara itu, penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* sebagai metode utama dalam penentuan sampel. Menurut Sugiyono (2012:54), teknik ini dilakukan dengan memilih didasari kriteria atau pertimbangan khusus yang relevan dengan tujuan penelitian, misalnya individu sebagaimana dianggap paling memahami permasalahan penelitian

atau memiliki posisi yang mempermudah peneliti dalam menelusuri lokasi yang dikaji. Pemilihan informan didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan dan keterlibatan langsung terhadap topik yang diteliti. Informan utama dipilih karena memiliki keterkaitan erat dengan isu penelitian, sedangkan informan pendukung berperan melengkapi informasi agar data yang diperoleh lebih komprehensif. Kriteria informan ditetapkan berdasarkan kesesuaian dan relevansinya dengan fokus penelitian, kemudian dipertimbangkan secara matang oleh peneliti.

Informan yang ditentukan secara *purposive sampling* pada studi ini adalah:

1. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang
2. Para Pengelola Destinasi Wisata Religi

1.9.4 Jenis Data

Jenis data pada studi ini adalah data kualitatif. Data kualitatif dapat berupa kesimpulan wawancara maupun hasil dokumentasi berupa foto, video keadaan di lapangan maupun hasil rekaman wawancara yang berasal dari informan saat melakukan penelitian di tempat wisata religi di Kota Semarang.

1.9.5 Sumber Data

Penelitian berjudul “*Strategi Pengembangan Wisata Religi dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kota Semarang*” memanfaatkan dua jenis sumber data, yakni:

1. Data Primer

Sumber data primer penelitian ini berasal dari wawancara tatap muka dengan para informan dan hasil pengamatan lapangan yang dilakukan pada sejumlah lokasi wisata religi di Kota Semarang.

2. Data Sekunder

Data sekunder dikumpulkan melalui studi literatur terhadap berbagai penelitian terdahulu yang berkaitan dengan strategi pengembangan pariwisata, serta dari sumber lain seperti situs resmi DISBUDPAR Kota Semarang serta berbagai artikel yang membahas pengembangan wisata religi.

1.9.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode/cara yang dipakai peneliti guna mendapatkan data yang dibutuhkan pada sebuah studi. Proses tersebut berperan esensial, sebab kualitas data yang dihasilkan berpengaruh besar terhadap ketepatan serta keabsahan hasil penelitian. Beberapa metode yang umumnya dimanfaatkan meliputi kegiatan survei, wawancara, pengamatan langsung, serta penelaahan terhadap dokumen pendukung. Misalnya, dalam penelitian tentang strategi pengembangan wisata religi, survei dapat dilakukan untuk mengumpulkan pendapat wisatawan mengenai kenyamanan wisatawan dalam berkunjung. Sementara itu, wawancara dengan pihak pemerintah nantinya mampu memberi rekomendasi mengenai upaya dan arah pengembangan pariwisata di kota semarang. Adapun metode

pengumpulan data yang digunakan pada studi ini dapat diuraikan sebagaimana berikut:

1. Wawancara

Wawancara dilaksanakan dengan tujuan mendapatkan pemahaman mengenai pandangan serta pengalaman para pengunjung terhadap upaya pengembangan pariwisata di destinasi wisata religi. Proses wawancara ini dilakukan secara langsung dan lisan, dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang spesifik kepada para pengurus/pengelola tempat wisata religi, masyarakat setempat, wisatawan yang berkunjung, dan dinas terkait. Pemilihan strategi wawancara ini bertujuan untuk:

- a. Menggali perspektif personal serta harapan terhadap pengembangan pariwisata religi.
- b. Mengidentifikasi berbagai tantangan serta peluang yang muncul dalam proses pengelolaan destinasi wisata religi.
- c. Memperoleh data kualitatif yang mendalam terkait pandangan dan pengalaman pengunjung, pengelola, dan masyarakat.
- d. Mendapatkan ide-ide baru untuk pengembangan wisata religi yang lebih baik.

2. Observasi

Pengumpulan data melalui teknik observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung berbagai aktivitas dan peristiwa yang berkaitan dengan pengembangan wisata religi di Kota Semarang.

Tujuan dari observasi ini adalah untuk memperoleh data serta informasi secara sistematis mengenai kondisi fasilitas, tingkat kenyamanan wisatawan, serta tanggapan berupa kritik dan saran dari para pengunjung. Melalui hasil pengamatan tersebut, peneliti dapat menarik kesimpulan mengenai fenomena yang terjadi di lapangan secara objektif.

3. Dokumentasi

Metode pengumpulan data melalui dokumentasi berperan sebagai pelengkap dari teknik observasi dan wawancara. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan kegiatan dokumentasi berupa pengambilan foto dan rekaman suara selama proses wawancara dengan narasumber, serta pendokumentasian kondisi nyata di lokasi wisata religi yang menjadi objek penelitian di Kota Semarang.

1.9.7 Analisis dan Interpretasi Data

Sugiyono (2018:482) menjelaskan bahwa analisis data adalah proses sistematis yang digunakan untuk mengelola dan menyusun data dari hasil wawancara, catatan lapangan, serta dokumen pendukung. Proses tersebut melibatkan pengategorian, pemecahan data menjadi komponen yang lebih kecil, penyusunan kembali, pengenalan pola, pemilihan informasi yang relevan, serta penyusunan kesimpulan yang dapat dipahami oleh peneliti dan pihak lain.

Setelah analisis data dilakukan, hasilnya kemudian diinterpretasikan agar memberikan informasi yang bermanfaat bagi peneliti. Dalam

penelitian eksplanatory, tahap interpretasi data berfungsi untuk mengaitkan hubungan antara berbagai variabel penelitian dan menentukan apakah hipotesis kerja diterima atau ditolak. Sementara itu, dalam penelitian deskriptif, interpretasi bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang fenomena penelitian berdasarkan data dan informasi yang telah terkumpul.

Berdasarkan pandangan Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2014:334), analisis data kualitatif merupakan suatu proses yang dilakukan secara interaktif dengan tahapan yang berlangsung secara berkesinambungan hingga proses penelitian dinyatakan selesai. Kegiatan analisis data tersebut mencakup tiga tahapan utama, yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan memilah informasi penting melalui hasil wawancara. Peneliti mencatat hasil wawancara dalam bentuk transkrip wawancara, kemudian melakukan pengkodean untuk memilah informasi penting dan informasi yang tidak masuk ke dalam kriteria penelitian diabaikan.

b. Penyajian Data

Pada penelitian ini penyajian data disajikan melalui bagan, tabel, serta teks naratif. Dengan proses penyajian data, informasi yang diperoleh mampu disusun dan diorganisir secara sistematis sehingga membentuk pola tertentu. Pola tersebut mempermudah peneliti dalam memahami data serta menjadi dasar atau acuan untuk merencanakan langkah

penelitian berikutnya beralaskan hasil pemahaman yang sudah didapatkan.

c. Penarikan Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah diperoleh, peneliti menarik kesimpulan yang diselaraskan dengan rumusan penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Kesimpulan tersebut memuat inti temuan serta memberikan jawaban terhadap rumusan masalah yang menjadi fokus dalam penelitian.

1.9.8 Kualitas Data

Menurut Sugiyono (2018:363), dalam penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, suatu data dianggap sah jika tidak terdapat ketidaksamaan antara data yang diperoleh dan di laporkan oleh peneliti sebagaimana kenyataan yang ada di lapangan. Dalam studi ini, salah satu cara yang dipakai guna memastikan kualitas data yakni teknik triangulasi. Dalam pandangan William Wiersma sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2018:368), triangulasi merupakan metode pengecekan keakuratan data melalui pemanfaatan berbagai sumber informasi, penggunaan beberapa teknik, serta pelaksanaan pada waktu yang berbeda. Selanjutnya, Sugiyono (2018:369–370) membagi triangulasi menjadi tiga kategori, yaitu:

1. Triangulasi Sumber

Pada triangulasi ini dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber untuk menguji kredibilitas data.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dilaksanakan dengan cara memeriksa informasi dari sumber yang sama akan tetapi menggunakan metode pengumpulan data yang berbeda. Perbedaan teknik tersebut dapat berupa wawancara, observasi, maupun dokumentasi. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh variasi data yang mungkin berbeda dalam penyajian, tetapi memiliki makna yang serupa karena perbedaan hanya terletak pada sudut pandang masing-masing teknik.

3. Triangulasi Waktu

Pada teknik ini dapat dilakukan pengecekan data dengan dilakukan metode yang sama seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan waktu yang berbeda karena pada teknik ini waktu menjadi faktor utama dalam validitas data.

Penelitian ini memanfaatkan berbagai sumber data untuk mencapai tingkat ketepatan dan kelengkapan informasi yang lebih tinggi. Metode yang digunakan mencakup wawancara, observasi, serta pengumpulan dokumen pendukung. Dalam pelaksanaannya, wawancara tidak hanya dilakukan satu kali atau dengan satu informan saja, melainkan dilakukan pada beberapa waktu yang berbeda dengan melibatkan informan yang

beragam. Hasil wawancara tersebut kemudian dibandingkan dan disesuaikan dengan temuan dari metode lain, seperti observasi dan dokumentasi, guna memastikan konsistensi serta validitas data yang diperoleh.