

## **STRATEGI PENGUATAN DAN POTENSI PENGEMBANGAN KEPARIWISATAAN (STUDI EMPIRIS DI WILAYAH KOTA SALATIGA)**

Joko Pramono<sup>1</sup>, Dora Kusumastuti<sup>2</sup>, dan Achmad Choerudin<sup>3</sup>

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui strategi penguatan dan potensi pengembangan kepariwisataan di wilayah Kota Salatiga, Jawa Tengah. Penelitian ini dilakukan di Kota Salatiga. Fokus penelitian ini meliputi tentang Pengembangan Potensi Pariwisata di Kota Salatiga. Jenis penelitian dalam penelitian ini kualitatif Penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah studi yang ditujukan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi atau fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian dan berusaha untuk menarik realitas permukaan sebagai fitur, karakter, sifat, model, atau gambar dari kondisi tertentu, situasi atau fenomena. Dalam studi ini, data diperoleh melalui berbagai sumber. Sumber data dalam studi ini dapat dibedakan sebagai berikut: informan, peristiwa dan dokumen. Dalam studi ini, data dikumpulkan dengan beberapa metode yang disesuaikan dengan jenis, dan sifat data, yang meliputi pengamatan, wawancara dan studi perpustakaan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif dari Miles, Huberman dan Saldana (2014), dengan analisis melalui tahapan data kondensasi, presentasi data dan penarikan kesimpulan, sehingga diperoleh strategi pengembangan objek Pariwisata (Rangkuti, 2008). Strategi yang dapat dilakukan adalah komitmen pemerintah mengenai fokus pembangunan pariwisata daerah, meluncurkan konsep *city branding* sebagai ikon pariwisata yang khas, meningkatkan kemitraan dan hubungan antar lembaga dalam pengelolaan pariwisata, dukungan regulasi serta pengembangan Sumber Daya Manusia. Strategi tersebut dapat dikembangkan dalam rangka meningkatkan PAD (Pendapatan Asli Daerah) dari sektor budaya dan pariwisata di Kota Salatiga.

**Kata Kunci:** *strategi, potensi, pariwisata*

---

<sup>1</sup> Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Slamet Riyadi, Surakarta, Jawa Tengah ([masjepe69@gmail.com](mailto:masjepe69@gmail.com))

<sup>2</sup> Fakultas Hukum, Universitas Slamet Riyadi, Surakarta, Jawa Tengah ([dorakusumatuti@yahoo.co.id](mailto:dorakusumatuti@yahoo.co.id))

<sup>3</sup> Teknik Mesin, Akademi Teknologi AUB, Surakarta, Jawa Tengah ([achmadchoerudin77@yahoo.co.id](mailto:achmadchoerudin77@yahoo.co.id))

### **Abstract**

*The purpose of this study is to determine the strategy of strengthening and potential for tourism development in Salatiga City, Central Java. This research was conducted in Salatiga. The focus of this research covers the Development of Tourism Potential in Salatiga. This type of research in research is qualitative descriptive research. Qualitative descriptive research is a study aimed at describing, summarizing the various conditions, various situations or phenomena of social reality that exist in the community that became the object of research and seeks to attract the reality Surface as a feature, character, trait, model, or image of a particular condition, situation or phenomenon. In this study, data was obtained through various sources. The data sources in this study can be distinguished as follows: Informant, events and documents. In this study, data was collected with several methods tailored to the type, and the nature of the data, which included observations, interviews and library studies. The data analysis techniques in this research use the interactive analysis models of Miles, Huberman and Saldana (2014), with analysis through stages of data condensation, presentation and withdrawal of conclusions, resulting in an object development strategy Tourism (Rangkuti, 2008). After that, an analysis is carried out through the stages of data condensation, data display, and conclusions, so that the tourist development strategy is obtained. The strategy that can be carried out is the government's commitment regarding the focus of regional tourism development, launching the concept of city branding as a distinctive tourism icon, increasing partnerships and relationships between institutions in tourism management, regulatory support and human resource development. This strategy can be developed in order to increase PAD (Regional Original Revenue) from the cultural and tourism sector in Salatiga City.*

**Keywords:** *strategy, potential, tourism*

### **PENDAHULUAN**

Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk juga perusahaan obyek serta daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dengan bidang tersebut. Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, yakni secara ekonomis, sosial dan budaya. Namun, jika pengembangannya tidak di persiapkan dan dikelola dengan baik, justru akan menimbulkan berbagai permasalahan yang menyulitkan atau bahkan merugikan masyarakat. Dinas Budaya dan Pariwisata Kota Salatiga menunjukkan bahwa Kota Salatiga memiliki berbagai kekayaan alam dan budaya yang sangat istimewa sehingga menarik untuk dikunjungi oleh masyarakat (Damayanti, 2014).

Pemberlakuan otonomi daerah menuntut setiap pemerintah daerah untuk mengoptimalkan setiap sumberdaya yang dimiliki untuk mencapai pembangunan ekonomi yang berkualitas dan berkelanjutan. Pembangunan daerah yang berkualitas dan berkelanjutan merupakan sebuah kolaborasi yang efektif antar pemanfaatan sumber daya yang ada, masyarakat dan pemerintah. Dalam hal ini, pemerintah sebagai regulator berperan strategis dalam mengupayakan pemberdayaan masyarakat melalui optimalisasi sumber daya local (Boedirachminarni, 2013), tidak terkecuali bagi Kota Salatiga.

Kota Salatiga merupakan salah satu kota di Jawa Tengah tujuan wisata di Indonesia yang populer memiliki karakteristik yang menarik. Baik dilihat dari keadaan geografi, penduduk, bahasa yang digunakan sehari-hari, dan kekhasan lainnya. Adanya promosi dan rekomendasi ini, maka perlu upaya yang dilakukan oleh tiap-tiap pemerintah daerah dalam mengembangkan sektor pariwisatanya agar mampu bersaing ditingkat nasional maupun International.

Dengan status otonom yang dimiliki, Pemerintah Kota Salatiga memiliki wewenang untuk mengembangkan potensi-potensi daerahnya, salah satu diantaranya ialah potensi pariwisata yang dapat mendatangkan keuntungan bagi Kota Salatiga sendiri. Kota Salatiga kaya akan potensi alam, budaya dan pariwisata. Pembenahan infrastruktur terus dilakukan termasuk melebarkan akses jalan dan fasilitas yang dilakukan secara bertahap, untuk mengembangkan potensi-potensi tersebut diperlukan strategi yang tepat, agar potensi-potensi tersebut tidak menjadi sia-sia. Sejalan dengan hal ini maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi penguatan dan potensi pengembangan kepariwisataan di wilayah Kota Salatiga, Jawa Tengah.

Partisipasi dan kerjasama antara Pemerintah Kota Salatiga dengan masyarakat akan dapat mengembangkan pariwisata tersebut dengan cepat sehingga banyak wisatawan yang akan berkunjung ke Kota Salatiga untuk menikmati keindahan alam yang ada di sana. Masing-masing kota berusaha untuk membuat program pengembangan kepariwisataan yang mampu menarik kunjungan wisatawan, membuat wisatawan agar lebih lama tinggal, dan lebih mampu banyak mengeluarkan uangnya. Wisatawan akan memilih tujuan wisata yang memberikan pelayanan dan kenyamanan dari objek wisata yang ditawarkan.

Industri pariwisata berperan dalam mengembangkan ekonomi lokal masyarakat, aktivitas perekonomian daerah akan meningkat dengan adanya masyarakat yang berjualan atau berdagang, terciptanya industri padat karya yang dapat membuka lapangan kerja yang dapat menciptakan pendapatan bagi penduduk. Ekonomi pariwisata adalah kegiatan yang berhubungan dengan fenomena pariwisata untuk memaksimalkan sumber daya berupa modal, manusia, dan alam dengan harapan memperoleh hasil produk pariwisata berupa barang dan jasa yang maksimal (Suartini dan Utama, 2013).

Kota Salatiga merupakan salah satu kota di provinsi Jawa Tengah yang sedang melakukan pengembangan di bidang pariwisata. Kota ini memiliki peluang dalam pengembangan pariwisata karena menempati jalur strategis transportasi regional Jakarta – Semarang – Surakarta – Surabaya. Transportasi udara yang terdekat adalah pelabuhan udara Ahmad Yani Semarang dengan jarak tempuh 48 km dan pelabuhan udara Adisumarmo Surakarta dengan jarak tempuh 52 km. Pelabuhan laut yang terdekat adalah Tanjung Emas Semarang yang dikenal pula sebagai pelabuhan dagang. Selain itu Kota Salatiga dikelilingi juga dengan jalur wisata yang terdapat pada beberapa pemerintah kabupaten dan kota, antara lain : Kabupaten Semarang, Kota dan Kabupaten Magelang, Daerah Istimewa Yogyakarta, Kabupaten Klaten, Kota Surakarta, Kabupaten Boyolali, dan Kabupaten Sragen di Jawa Tengah.

#### **TINJAUAN PUSTAKA**

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata adalah keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur, mengurus dan melayani kebutuhan wisatawan. (Karyono, 1997). Pariwisata merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara lain. Kegiatan tersebut menggunakan kemudahan, jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pemerintah dan atau masyarakat, agar dapat mewujudkan keinginan wisatawan.

Pariwisata menurut Yoeti (1996) adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lain,

dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan hidup guna bertamasya dan rekreasi atau memenuhi keinginan yang beranekaragam. *The Ecotourism Society* (1990) bahwa pariwisata adalah suatu bentuk perjalanan wisata ke area alami yang dilakukan dengan tujuan mengkonservasi lingkungan dan melestarikan kehidupan dan kesejahteraan penduduk setempat”.

Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Diawali dari kegiatan yang semula hanya dinikmati oleh orang-orang yang relatif kaya pada awal abad ke-20, kini telah menjadi bagian dari hak azasi manusia. Hal ini terjadi tidak hanya di negara maju tetapi mulai dirasakan di negara berkembang. Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang dalam tahap pembangunannya, berusaha membangun industri pariwisata sebagai salah satu cara untuk mencapai neraca perdagangan luar negeri yang berimbang. Melalui industri ini diharapkan pemasukan devisa dapat bertambah (Pendit, 2002). Berdasarkan definisi di atas, maka terdapat lima hal penting yang mendasari kegiatan pariwisata :

1. Perjalanan wisata yang bertanggung jawab, artinya bahwa semua pelaku kegiatan pariwisata harus bertanggung jawab terhadap dampak yang ditimbulkan dari kegiatan pariwisata terhadap lingkungan alam dan budaya
2. Kegiatan pariwisata dilakukan ke/di daerah-daerah yang masih alami (*nature made*) atau di/ke daerah-daerah yang dikelola berdasarkan kaidah alam.
3. Tujuannya selain untuk menikmati pesona alam, juga untuk mendapatkan tambahan pengetahuan dan pemahaman mengenai berbagai fenomena alam dan budaya.
4. Memberikan dukungan terhadap usaha-usaha konservasi alam.
5. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Menurut Pendit (1994), beberapa jenis pariwisata yang sudah dikenal, antara lain:

1. Wisata budaya, yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan cara mengadakan kunjungan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat,

### *Collaborative Governance* dalam Pengembangan Pariwisata di Indonesia

kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, kebudayaan dan seni mereka.

2. Wisata kesehatan, yaitu perjalanan seseorang wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari di mana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani.
3. Wisata olahraga, yaitu wisatawan-wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau Negara.
4. Wisata komersial, yaitu termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pecan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.
5. Wisata industri, yaitu perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian, dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian.
6. Wisata Bahari, yaitu wisata yang banyak dikaitkan dengan danau, pantai atau laut.
7. Wisata Cagar Alam, yaitu jenis wisata yang biasanya diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.
8. Wisata bulan madu, yaitu suatu penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan-pasangan pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalan.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di Kota Salatiga. Fokus penelitian ini meliputi tentang Pengembangan Potensi Pariwisata di Kota Salatiga. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi atau fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat

yang menjadi objek penelitian dan berupaya menarik realitas itu kepermukaan sebagai ciri, karakter, sifat, model, atau gambaran tentang kondisi, situasi atau fenomena tertentu. Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui berbagai sumber. Sumber data dalam penelitian ini dapat dibedakan sebagai berikut: informan, peristiwa dan dokumen. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dengan beberapa metode yang disesuaikan dengan jenis, dan sifat data, yang meliputi observasi, wawancara dan studi pustaka. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman dan Saldana (2014), dengan analisis melalui tahapan kondensasi data, penyajian serta penarikan kesimpulan, sehingga diperoleh strategi pengembangan obyek wisata (Rangkuti, 2008).

Tahap kegiatan penelitian potensi pengembangan kepariwisataan wilayah di Kota Salatiga antara lain: (1) mengkaji kondisi dan potensi daerah meliputi aspek sosial, ekonomi, politik dan budaya dan mengkaji kondisi serta potensi pengembangan kepariwisataan wilayah di Kota Salatiga, (2) mengkaji permasalahan daerah yang kegiatannya antara lain: permasalahan umum yang terjadi di Kota Salatiga dan potensi pengembangan kepariwisataan wilayah di Kota Salatiga, dan (3) merumuskan rekomendasi tentang strategi atau arah kebijakan potensi pengembangan kepariwisataan wilayah di Kota.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Kota Salatiga**

Visi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Salatiga Tahun 2017 – 2022 disusun berdasarkan pada sumber utama dari visi Kepala Daerah yang telah terpilih melalui proses Pemilihan Kepala Daerah Kota Salatiga secara langsung untuk kedua kalinya yang akan menjabat pada periode masa jabatan tahun 2017–2022 serta telah mengacu dengan Rencana Strategik Kementrian terkait. Dirumuskan dan ditetapkan Visi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Salatiga Tahun 2017 – 2022 adalah “SALATIGA MENUJU KOTA WISATA”

Misi merupakan rumusan umum mengenai upaya-upaya yang dilaksanakan untuk mewujudkan visi (Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004). Rumusan misi menjadi kerangka bagi tujuan dan sasaran serta arah kebijakan yang ingin dicapai dan menentukan jalan yang akan ditempuh untuk mencapai



visi pembangunan Kota Salatiga Tahun 2017-2022. Untuk mencapai visi Kota Salatiga Hari Beriman yang Smart ditetapkan 9 (sembilan) misi sebagai berikut :

1. Meningkatkan kualitas pelayanan pendidikan, mewujudkan SDM yang handal dan menjunjung tinggi nilai-nilai budaya.
2. Meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan masyarakat dan keluarga berencana
3. Meningkatkan ketentraman, ketertiban dan kondusifitas wilayah
4. Meningkatkan kualitas penataan ruang dan infrastruktur perkotaan yang berwawasan lingkungan
5. Meningkatkan kualitas pelayanan air bersih, sanitasi dan lingkungan permukiman kota
6. Mengembangkan ekonomi kerakyatan yang berorientasi pada Usaha Menengah, Kecil dan Mikro.
7. Meningkatkan kerjasama, daya saing daerah dan daya tarik investasi dan memperluas akses lapangan pekerjaan.
8. Meningkatkan kesejahteraan sosial, kesetaraan gender dan perlindungan anak.
9. Meningkatkan kualitas pelayanan publik dan mewujudkan tatakelola pemerintahan yang baik (*good governance*)

Pernyataan visi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Salatiga mempunyai nilai pokok yang dijabarkan dalam misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Salatiga sebagai kota wisata berbudaya, dalam mengembangkan kepariwisataan dengan usaha menjaga kelestarian seni budaya dan kearifan lokal, serta meningkatkan apresiasi seni dan budaya menjadi daya tarik wisata.

### **Tujuan, Sasaran, Strategi dan Arah Kebijakan**

Perencanaan strategis merupakan perencanaan untuk periode 5 (lima) tahun. Rencana Strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Salatiga sebagaimana tertuang dalam dokumen Rencana Strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Salatiga Tahun 2017 – 2022 mempunyai tujuan, sasaran strategis dan arah kebijakan terkait dengan misi kesatu dan misi keenam. Misi Kesatu adalah (1) meningkatkan kualitas pelayanan pendidikan, mewujudkan SDM yang handal dan menjunjung tinggi nilai-nilai budaya (misi kesatu), tujuan



*Collaborative Governance* dalam Pengembangan Pariwisata di Indonesia

(meningkatkan apresiasi pada seni dan karya budaya serta melestarikan warisan budaya Kota Salatiga), sasaran (meningkatnya aktivitas seni dan gelar karya budaya dan kelestarian warisan budaya Kota Salatiga).

Strategi (meningkatnya aktivitas seni dan gelar karya budaya dan kelestarian warisan budaya Kota Salatiga melalui penyadaran masyarakat akan pelestarian warisan budaya dan kesenian di Kota Salatiga, dan meningkatkan aktivitas seni dan budaya di Kota Salatiga). *Arah Kebijakan:* (1) Peningkatan kesadaran masyarakat akan pelestarian budaya dan kesenian dengan budaya dan seni khas Kota Salatiga, dan (2) Peningkatan aktivitas kesenian dan budaya dengan fokus pada Kesenian Tradisional dan budaya lokal.

Misi keenam adalah (1) Mengembangkan ekonomi kerakyatan yang berorientasi pada Usaha Menengah, Kecil dan Mikro (misi keenam. Tujuan (meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pendapatan perkapita penduduk), Sasaran (meningkatnya kunjungan wisata pada berbagai destinasi unggulan), strategi (meningkatkan kunjungan wisata melalui diversifikasi produk wisata yang mencakup destinasi dan atraksi wisata). *Arah Kebijakan:* Peningkatan diversifikasi produk wisata dengan fokus pada pengembangan destinasi wajah kota, dan penyelenggaraan atraksi wisata berbasis seni budaya daerah.

Sejalan dengan tujuan yang hendak dicapai maka ditetapkan strategi yang akan dilaksanakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Salatiga sebagai berikut:

1. Meningkatnya aktivitas seni dan gelar karya budaya dan kelestarian warisan budaya Kota Salatiga melalui penyadaran masyarakat akan pelestarian warisan budaya dan kesenian di Kota Salatiga.
2. Meningkatnya aktivitas seni dan budaya di Kota Salatiga.
3. Meningkatkan kunjungan wisata melalui diversifikasi produk wisata yang mencakup destinasi dan atraksi wisata.

Kota Salatiga memiliki posisi yang strategis dalam pengembangan pariwisata daerah meliputi :

1. Memiliki letak geografis yang strategis, merupakan jalur utama transportasi di Jawa Tengah.

2. Memiliki pesona alam yang selalu bisa dikembangkan menjadi kawasan wisata.
3. Memiliki banyak potensi wisata terdiri dari wisata alam, wisata religi dan budaya, wisata kuliner dan wisata sejarah.
4. Memiliki potensi air yang melimpah, udara yang bersih dan sejuk serta lingkungan yang masih terjaga kelestariannya.

Potensi-potensi tersebut didukung dengan adanya kebijakan pemerintah yang menetapkan Kota Salatiga sebagai Kota yang senantiasa fokus terhadap pelestarian lingkungan hidup dan keseimbangan alam, menolak segala bentuk pembangunan industri yang merusak keseimbangan alam sehingga menjadikan pengembangan Pariwisata menjadi salah satu prioritas pembangunan.

**Tabel 1. Pencapaian Kinerja**

<b>Indikator Kinerja</b>	<b>Satuan</b>	<b>Target Renstra 2018</b>	<b>Target RPJMD 2018</b>	<b>Realisasi 2018</b>	<b>Capaian 2018</b>	<b>Realisasi 2017</b>	<b>Capaian 2017</b>	<b>Kategori</b>	<b>Penanggung jawab</b>
Jumlah Kunjungan	Orang	125.000	125.000	304.054	243,24%	154.580	128,82%	A	Bidang Pariwisata

Sumber: Website Dinas Pariwisata, Renstra, 2019

Dari banyaknya tempat wisata tersebut, untuk meningkatkan capaian kinerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Salatiga, fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai pengkoordinasi penyelenggaraan urusan pemerintahan daerah, ada beberapa hal yang perlu dilakukan secara umum, antara lain:

1. Meningkatkan sinergitas dan koordinasi antar dan lintas sektor di tingkat di Kota Salatiga, Kabupaten/Kota, provinsi dan pusat
2. Meningkatkan pengelolaan jaringan kerjasama dalam pengelolaan pelestarian nilai-nilai budaya dan pariwisata
3. Peningkatan kualitas (profesionalisme) SDM dalam pelayanan prima di bidang kebudayaan dan pariwisata.
4. Mengoptimalkan promosi obyek wisata sehingga menarik dan menguntungkan wisatawan.
5. Peka terhadap kecepatan proses dalam pelaksanaan tugas dan kesiapan untuk melaksanakan kerjasama dalam kelompok.

### ***Kebijakan Pemerintah Daerah Tentang Pariwisata***

Tujuan meningkatkan kepariwisataan adalah mewujudkan pertumbuhan dan pemerataan ekonomi dengan sasaran meningkatnya keunggulan wisata daerah melalui strategi meningkatkan manajemen pariwisata daerah. Peningkatan kualitas sarana prasarana objek wisata, peningkatan promosi pariwisata daerah dan peningkatan kemitraan pariwisata. Kebijakan pemerintah daerah tentang kepariwisataan secara teknis bisa dilakukan dan melalui:

- a. Memelihara nilai-nilai agama dan budaya masyarakat;
- b. Menumbuhkan rasa persatuan, pluralisme, dan multikultur;
- c. Mendorong pendayagunaan potensi lokal;
- d. Menciptakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja bagi masyarakat
- e. Memelihara kelestarian dan keindahan lingkungan alam dan budaya; dan
- f. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

### **Langkah Capaian**

Untuk mendukung tercapainya peningkatan kepariwisataan (Masrurah dan Nurhayati, 2016) antara lain:

- a. Melakukan kajian teknis dan pengembangan potensi pariwisata dan ekonomi kreatif melalui pemberdayaan masyarakat.
- b. Membangun kemitraan (sinergitas) dengan para pelaku usaha pariwisata (sektor swasta) dan masyarakat dalam pengembangan dan pembangunan kepariwisataan.
- c. Mewujudkan seni budaya sebagai asset potensial dalam mendukung pengembangan jasa usaha pariwisata.
- d. Menjadikan nilai-nilai budaya yang terkandung dalam aspek sejarah, nilai-nilai tradisi masyarakat sebagai asset pengembangan pariwisata.
- e. Mempromosikan dan mempublikasikan pariwisata untuk menjadikan daerah tujuan wisata unggulan.

### **Hambatan**

Hambatan dalam pengelolaan pariwisata (Masrurah dan Nurhayati, 2016) antara lain:

- a. Belum memadainya sarana dan prasarana serta fasilitas pendukung kepariwisataan

- b. Rendahnya pengembangan produk, destinasi dan daya tarik wisata
- c. Belum optimalnya promosi pariwisata
- d. Jejaring pariwisata belum optimal

Berdasarkan hasil analisa dan pantauan di lapangan, memiliki banyak sekali potensi pariwisata di berbagai bidang yang tersebar di beberapa lokasi, beberapa penyebab belum optimalnya sektor pariwisata terutama dalam hal kontribusinya terhadap PAD, antara lain:

- a. Belum adanya kawasan strategis pariwisata yang dikembangkan secara fokus. Kota Salatiga memiliki banyak sekali potensi wisata yang tersebar di banyak titik, namun demikian harus bisa menetapkan salah satu kawasan strategis pariwisata unggulan yang akan menjadi fokus dalam pengembangan pariwisata sekaligus dijadikan sebagai *icon* pariwisata daerah.
- b. Komitmen pemerintah yang belum optimal terhadap pengembangan pariwisata, terbukti dengan alokasi anggaran pengembangan potensi wisata yang masih sangat terbatas dan pariwisata belum menjadi icon utama dalam rencana pembangunan.
- c. Perlu adanya *master plan* kepariwisataan sebagai acuan dalam pelaksanaan pariwisata yang terarah dan berkelanjutan
- d. Belum optimalnya kegiatan pemasaran dan promosi pariwisata.

### **Strategi**

Berdasarkan Strategi Kepariwisataan (Masrurah dan Nurhayati, 2016) antara lain:

#### **a. Pengembangan Industri pariwisata berdaya saing, melalui:**

- Penguatan industri pariwisata dan keterkaitan antara industry pariwisata dan industry kreatif, termasuk dengan usaha mikro, kecil dan menengah
- Peningkatan dan penguatan basis data dan informasi investasi pariwisata
- Pengembangan UMKM serta industri kreatif bidang pariwisata
- Penerapan *Standard Operating Procedure* (SOP) usaha pariwisata
- Penerapan
- sertifikasi kompetensi pariwisata dan usaha pariwisata dan penerapan sapta pesona pariwisata di destinasi pariwisata
- Peningkatan Koordinasi dan kerjasama lintas sektoral

- Peningkatan promosi pariwisata lokal, regional dan internasional

**b. Pengembangan destinasi pariwisata yang berkelanjutan, melalui:**

- Peningkatan konsolidasi akses kerjasama dan perhubungan terutama antar pemerintah daerah perbatasan
- Perbaikan dan peningkatan kualitas jaringan prasarana dan sarana pendukung pariwisata serta meningkatkan kualitas dan standar pelayanan minimum pariwisata
- Penataan dan diversifikasi daya tarik wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan termasuk event dan olah raga
- Pengembangan destinasi pariwisata di daerah terdepan, terluar dan wilayah perbatasan
- Pengembangan daya tarik wisata dan inovasi produk yang berbasis lingkungan
- Peningkatan koordinasi lintas sektor dan lintas stakeholder pengembangan daya tarik wisata
- Penataan kebijakan dana manajemen daya tarik wisata dan produk pariwisata
- Pemanfaatan media cetak, elektronik, dan *public figure* dan media kesenian tradisional
- Pengamanan dan kenyamanan oleh masyarakat di destinasi
- Peningkatan efektivitas pengelolaan destinasi pariwisata melalui peningkatan koordinasi dan ketrepaduan pembangunan pariwisata dan *Destination Management Organization (DMO)*
- Pengembangan destinasi pariwisata dengan meningkatkan apresiasi seni dan budaya local.

**c. Pemasaran pariwisata yang kreatif dan informatif**

- Meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara maupun nusantara.
- Meningkatkan promosi tujuan pariwisata pada daerah perbatasan melalui saluran pemasaran yang kreatif dan efektif.
- Meningkatkan promosi melalui jaringan situs online kepariwisataan daerah dengan pengembangan data dan informasi destinasi pariwisata yang dilengkapi dokumentasi dan visualisasi.

*Collaborative Governance* dalam Pengembangan Pariwisata di Indonesia

- Meningkatkan pemanfaatan informasi pasar pariwisata melalui biro dan agen perjalanan wisata serta para pelaku usaha lainnya dari daerah dan negara sumber wisatawan.
- Meningkatkan kuantitas pengguna bahan promosi kepariwisataan melalui penyediaan, penyajian, dan diseminasi bahan promosi cetak, elektronik, dan publikasi kepariwisataan.
- Meningkatkan eksistensi kepariwisataan daerah melalui keikutsertaan dan partisipasi segenap pelaku kepariwisataan pada bursa kepariwisataan regional dan nasional, khususnya di daerah fokus pasar.
- Meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai kepariwisataan melalui dukungan atas penyelenggaraan festival seni, budaya dan pariwisata di tingkat local, regional, nasional bahkan internasional.
- Meningkatkan jumlah pergerakan wisatawan nusantara melalui penyelenggaraan *promotion*, penyelenggaraan *event* pariwisata utama, serta dukungan bagi penyelenggaraan *event* seni, budaya dan pariwisata di berbagai daerah.
- Meningkatkan pelaksanaan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran baik local, regional, nasional, dan internasional melalui pengembangan kapasitas, promosidan penyelenggaraan serta dukungan *event* MICE (*Meeting, Incentive Travel, Convention and Exhibition*).
- Meningkatnya dukungan bagi partisipasi seluruh pemangku kepentingan/stakeholder dalam promosi pariwisata.
- Meningkatkan pemasaran pariwisata secara sistematis melalui kerjasama antar pemerintah, masyarakat, dan pengusaha.

**d. Pengembangan kelembagaan pariwisata yang tangguh**

- Peningkatan kapasitas pemerintah dan pemangku kepentingan pariwisata local untuk mencapai tingkat mutu pelayanan daerah.
- Peningkatan kuantitas dan kualitas pelayanan kepariwisataan dengan mengembangkan SDM pariwisata berbasis kompetensi melalui kerjasama dengan lembaga pendidikan dan pelatihan.
- Peningkatan penelitian dan pengembangan pariwisata dalam mendukung kebijakan pembangunan pariwisata.

- Peningkatan profesionalisme dan daya saing SDM bidang pariwisata.
- Peningkatan dukungan manajemen sumberdaya pariwisata.
- Pemantapan koordinasi dan kemitraan antara pemerintah, swasta, dan masyarakat atau pemangku kepentingan dalam pembangunan kepariwisataan yang meliputi perencanaan objek wisata, seni dan budaya serta promosi dan publikasi.
- Peningkatan promosi pariwisata lokal, regional, dan internasional.

Berdasarkan pengamatan dan hasil analisa dari beberapa strategi pengembangan pariwisata (Masrurah dan Nurhayati, 2016) yang dikembangkan dalam rangka peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) yaitu:

- a. ***Membuat sebuah kawasan unggulan destinasi wisata yang akan dikembangkan secara fokus.*** Penentuan kawasan unggulan destinasi wisata harus dengan pertimbangan multilyer efek secara ekonomi, untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dilaksanakan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan, dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk melakukan perjalanan baik dalam negeri maupun luar negeri.
- b. ***Komitmen pemerintah terhadap sektor pariwisata dengan menjadikan pariwisata sebagai fokus pembangunan daerah*** sehingga semua kebijakan dari berbagai instansi pemerintah akan mengacu pada kegiatan pengembangan pariwisata
- c. ***Meluncurkan Konsep City Branding sebagai icon pariwisata yang khas, City branding*** dapat dikembangkan dalam rangka optimalisasi promosi pariwisata daerah. *City Branding* merupakan strategi dari suatu kota atau wilayah untuk membuat *positioning* yang kuat di dalam benak target pasar, seperti layaknya *positioning* sebuah produk atau jasa, sehingga kota dapat dikenal secara luas baik regional ataupun global.
- d. ***Meningkatkan kemitraan dan hubungan antar lembaga dalam pengelolaan pariwisata***, misal di wilayah internal agar dapat meningkatkan sinergitas dan kolaborasi yang optimal dalam pengelolaan pariwisata daerah untuk lebih memfokuskan terhadap penyediaan dan support infrastruktur penunjang pariwisata, strategi bisnis dan promosi kepariwisataan.



### *Collaborative Governance* dalam Pengembangan Pariwisata di Indonesia

Kolaborasi yang optimal tentu akan dapat mengoptimalkan sektor pariwisata daerah terutama kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).

- e. Selain itu, ***pengembangan sektor kepariwisataan harus ditunjang dengan adanya dukungan regulasi*** dan pengembangan Sumber Daya Manusia yang sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan.

### **SIMPULAN**

Bagi Pemerintah Kota Salatiga sebagai daerah perkotaan, wisata, serta mempunyai potensi pariwisata yang banyak merupakan sektor utama yang harus dikembangkan. Hal ini didukung oleh kondisi alam, sejarah, perkotaan yang kaya akan potensi pariwisata. Berdasarkan hasil kajian ini, Kota Salatiga perlu memiliki kawasan unggulan destinasi wisata yang menjadi prioritas pengembangan dengan pertimbangan multiflyer efek secara ekonomi.

Strategi yang dapat dilakukan adalah komitmen pemerintah mengenai fokus pembangunan pariwisata daerah, meluncurkan konsep *City branding* sebagai ikon pariwisata yang khas, meningkatkan kemitraan dan hubungan antar lembaga dalam pengelolaan pariwisata, dukungan regulasi serta pengembangan Sumber Daya Manusia. Strategi tersebut dapat dikembangkan dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah dari sektor budaya dan pariwisata di Kota Salatiga.

### **REKOMENDASI**

Pemerintah Kota Salatiga perlu terus meningkatkan pelayanan publik di daerah wisata seperti kebersihan, kenyamanan dan pelayanan sehingga dapat meningkatkan jumlah wisatawan. Selain itu jika jumlah wisatawan dapat meningkat dari tahun ke tahun maka di harapkan pendapatan pariwisata dapat meningkat. Namun pemerintah kota harus dapat mengoptimalkan pendapatan yang masuk, dan meningkatkan sumber daya manusia khususnya di sektor pariwisata sehingga pelayanan yang diberikan menjadi lebih baik secara kualitas maupun kuantitas, sosialisasi mengenai gerakan sadar wisata, edukasi, promosi serta perlunya meningkatkan keamanan serta kenyamanan. Untuk mencapai itu semua tentu memerlukan perencanaan melalui master plan, rencana strategis, aksi nyata dalam kepariwisataan, serta kerjasama dengan melibatkan semua elemen

masyarakat, stakeholder, serta pelaku wisata, tingkat daerah, pusat maupun internasional.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anonim. 1999. *Ekowisata Harusnya Melestarikan Lingkungan*, Intisari On The Net. [www.indomedia.com](http://www.indomedia.com)
- Anonim. 1996. *Aliansi-Ecotourism : Teman atau Lawan? Aliansi Media Bagi Persahabatan Indonesia-Kanada*.
- Anonim. 2003. *Proposal Workshop Wisata Petualangan dan Ekoturisme*.
- Anonim. 2016. *Kota Salatiga dalam Angka. Pemerintah Kota Salatiga*.
- Potensi Pariwisata di Pantai Duta Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, Vol 2 Jilid 1 : 95 – 103.
- Boedirachminarni, A. 2013. Pengembangan Ekowisata di Kabupaten Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi FEB UMM*.
- Damayanti, E. 2014. Strategi Capacity Building Pemerintah Desa dalam Pengembangan Potensi Ekowisata Berbasis Masyarakat Lokal (Studi di Kampoeng Ekowisata, Desa Bendosari, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Publik*, Vol. 2, No. 3: 464-470.
- Dinas Pariwisata, 2018. *Website Dinas Pariwisata Kota Salatiga: Rencana Strategis 2017-2021, Salatiga*.
- Masrurah, Rina dan Nurhayati, Neni. 2016. Strategi Pengembangan Pariwisata dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Kuningan, SENIT 2016. ISBN: 978-602-74355-0-6, Universitas Kuningan.
- Miles, Huberman, Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis*. United State America: SAGE
- Pendit, N. S. 2012. *Ilmu pariwisata: sebuah pengantar perdana: Pradnya Paramita*.
- Rangkuti, F. 2008. *Analisis, SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta,
- Suartini, N. N., dan M. S. Utama. 2013. Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, Pajak Hiburan, Pajak Hotel dan Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Gianyar. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Yoeti, Oka, A., 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.