

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan kebijakan promosi pariwisata di Kota Semarang yang berdasarkan PERDA Kota Semarang No. 3 Tahun 2010 tentang Badan Promosi Pariwisata Daerah dan Peraturan Walikota Semarang No. 2 Tahun 2012 Tentang Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang. Selain itu juga peneliti mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan kebijakan promosi pariwisata di Kota Semarang dalam upaya peningkatan citra pariwisatanya.

Berdasarkan penelitian pada bab sebelumnya peneliti menyimpulkan bahwa :

- 1) Implementasi Kebijakan Pariwisata di Kota Semarang.
  - a. Implementasi kebijakan pariwisata ini diatur dalam PERDA Kota Semarang NO. 3 Tahun 2010 tentang Badan Promosi Pariwisata Daerah dan Perwal No. 2 Tahun 2012 Tentang Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang yang disahkan oleh Walikota Semarang pada 1 Februari 2012. Kebijakan ini adalah salah satu tindakan dalam peningkatan citra pariwisata dengan membentuk badan yang beranggotakan dari para penggiat pariwisata yang terdiri dari para akademisi, pengusaha, dan jasa transportasi yang menjadi mitra dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam

upaya peningkatan citra pariwisatanya. Kegiatan dalam implementasi kebijakan promosi pariwisata ini belum ada *Standar Operational Procedure* ( SOP ) yang sifatnya tertulis sehingga dalam prosedurnya mengacu pada Peraturan Walikota.

b. Implementasi kebijakan promosi pariwisata di Kota Semarang dilakukan melalui kegiatan – kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yaitu sebagai berikut :

- 1) Peningkatan citra pariwisata di Kota Semarang adalah dengan melakukan inovasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dengan melakukan publikasi media sosial seperti mengajak para penggiat wisata terutama para *bloggers*.
- 2) Peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang melakukan kegiatan promosi keluar negeri oleh delegasi yang terdiri dari beberapa anggota BP2KS yang mempromosikan pariwisata secara bergantian.
- 3) Pada peningkatan kunjungan wisatawan Nusantara, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang melakukan kegiatan “*event*” seperti pameran atau pentas seni keluar kota bahkan keluar daerah seperti pentas seni yang dilakukan di Jakarta.

- 4) Pada penggalangan sumber dana, promosi pariwisata sudah tersedia dana yang tertera di APBD yang dianggarkan setiap tahunnya. Akan tetapi dari pihak BP2KS selaku mitra dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang telah memiliki dana tersendiri karena badan tersebut adalah badan swasta. Dana tersebut selain dari APBD juga diperoleh dari hasil penjualan produk yang dilakukan oleh biro pelayanan seperti jasa *Tour and Travel*.
  - 5) Kegiatan riset pengembangan bisnis pariwisata selama ini belum dilaksanakan karena tidak adanya dana sehingga sampai saat ini kegiatan ini belum ada.
- 2) Faktor Pendukung dan Penghambat.
    - a. Komunikasi antara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dengan Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang memang sudah berjalan baik. Akan tetapi masih terkendala dalam kegiatan menghimpun para anggota dalam melakukan koordinasi secara tatap muka dalam merencanakan kegiatan promosi pariwisata. Hal ini dikarenakan para anggota BP2KS memiliki mobilitas sangat tinggi terutama dari kalangan pengusaha yang sulit untuk ditemui.
    - b. Sumber Daya
      - 1) Tingkat pendidikan dari para peserta beragam rata – rata berpendidikan Strata 1 keatas namun juga masih ada perlu

adanya peningkatan SDM guna meningkatkan kemampuan para pesertanya terutama dari mitra kerjasama dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang.

2) Tingkat pemahaman dalam melaksanakan tugas sudah cukup baik namun perlu ditingkatkan lagi.

3) Kemampuan dalam menyampaikan arahan sudah baik tetapi perlu adanya inovasi dalam melakukan promosi pariwisata.

c. Disposisi pada tingkat komitmennya mereka sudah menjalin kerjasama sebagai mitra dalam promosi pariwisata di Kota Semarang dalam meningkatkan citranya. Selain itu juga ingin mencapai tujuan yaitu menjadikan Kota Semarang sebagai Kota MICE.

d. Struktur Birokrasi dan struktur organisasi diatur dalam Perda Nomor 3 Tahun 2010, Bab XI pasal ayat 33 dan Susunan pengurus diatur dalam SK Walikota No. 556 / 049 tanggal 1 Februari 2012 tentang unsur penentu kebijakan. Pada organisasi ini terdiri dari 2 ( dua ) unsur yaitu unsur penentu kebijakan dan unsur pelaksana kebijakan. Unsur pelaksana kebijakan diatur dalam SK BP2KS No. 1 / 03 / BP2KS / 2012 tanggal 12 Maret 2012 tentang unsur eksekutif BP2KS. Hubungan antara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dengan Badan Promosi Pariwisata adalah sebagai mitra dalam promosi pariwisata untuk meningkatkan citranya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian ini, implementasi kebijakan masih ditemukan kendala yang terjadi dalam promosi pariwisatanya. Berdasarkan hal tersebut peneliti menyampaikan beberapa saran dalam implementasi kebijakan promosi pariwisata di Kota Semarang.

- 1) Pelaksanaan kebijakan promosi pariwisata masih perlu adanya komunikasi secara langsung dalam hal koordinasi untuk merencanakan kegiatan promosi pariwisata di Kota Semarang.
- 2) Sumber Daya dalam hal ini SDM masih perlu ditingkatkan lagi guna dalam menyampaikan promosi lebih kompeten.
- 3) Dana masih diperlukan dukungan dari pihak pemerintah guna menunjang implementasi kebijakan pariwisata di Kota Semarang.
- 4) Perlu adanya SOP tertulis dalam prosedur kegiatan promosi pariwisata.
- 5) Masih perlu adanya peningkatan akses terutama di website untuk menampung informasi pariwisata supaya wisatawan bisa lebih mudah mendapatkan informasi ketika ingin mengunjungi destinasi wisata di Kota Semarang.