

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Pariwisata di Kota Semarang dianggap belum semenarik pariwisata di Kota Solo atau Kota Jogjakarta, sehingga hanya berfungsi sebagai kota transit untuk tujuan wisata (Ismiyati et al., 2016). Padahal Kota Semarang memiliki Kawasan Kota Lama yang tercatat di UNESCO sebagai salah satu objek yang masuk ke dalam *tentative list* dari *World Heritage City*. Melalui konsep *smart city*, Kota Semarang diharapkan mampu meningkatkan daya saing yang kompetitif. Salah satu upayanya yaitu dengan mengembangkan pariwisata cerdas di Kawasan Kota Lama. Penelitian ini mengungkap adanya potensi dan tantangan yang dimiliki oleh Kawasan Kota Lama Semarang dalam menerapkan konsep *smart tourism* dengan menggunakan *importance-performance analysis* (IPA).

Kawasan Kota Lama Semarang sebagai destinasi wisata memiliki indikator *tourism* yang terdiri atas *attractions* (atraksi), *accessibility* (aksesibilitas), *amenity* (amenitas), *available packages* (ketersediaan paket wisata), *activities* (aktivitas), dan *ancillary services* (layanan tambahan). Berdasarkan karakteristik *tourism* yang dimiliki oleh Kawasan Kota Lama Semarang, nilai IPA menunjukkan bahwa *accessibility* dan *attraction* menduduki kuadran B (*keep up the good work*), sedangkan *amenity*, *available package*, dan *ancillary service* menduduki kuadran A (*concentrate here*), dan *activity* menduduki kuadran D (*possible overkill*). Melalui kuadran tersebut dapat disimpulkan bahwa prioritas pengembangan Kawasan Kota Lama Semarang untuk menjadi *smart tourism* adalah (1) aksesibilitas, (2) atraksi, (3) amenitas, (4) ketersediaan paket wisata, (5) layanan tambahan, dan (6) aktivitas. Hal tersebut sesuai dengan pendapat McGrath (2014) dan Ibragimov & Xurramov (2015) yang menyebutkan bahwa *attraction* menjadi elemen utama dalam konsep *smart tourism*, karena merupakan sesuatu yang menjual dan dapat menarik konsumen. Selain itu, *accessibility* yang berkaitan dengan mobilitas atau pergerakan dapat meningkatkan *competitiveness of destinations*.

Di sisi lain, X. Wang, Robert, Zhen, & Zhang, (2016) menyebutkan terdapat 13 elemen penting menurut wisatawan untuk mendukung konsep *smart tourism* di China yaitu, *tourist attraction homepage*, *smart vehicle-scheduling*, *personal-itinerary design*, *free wifi*, *smart cards*, *intelligent-guide system*, *crowd handling*, *mobile payment*, *tourist-flow monitoring*, *online information access*, *travel safety protection*, *e-tourism recommendation system*, dan *real time traffic broadcast*. Saat ini Kawasan Kota Lama Semarang memiliki karakteristik pariwisata yang telah menerapkan 5 dari 13 elemen penting *smart tourism* antara lain yaitu *e-tourism recommendation*, *online information access*, *smart-vehicle scheduling*, *real time traffic broadcast*, dan *smart card*. E-

tourism recommendation dan *online information access* sangat dibutuhkan di seluruh indikator pariwisata, hal tersebut disebabkan para wisatawan lebih sering mencari informasi melalui internet atau secara *online*. Kedua hal ini menjadi potensi dibantu dengan keberadaan aplikasi Wis Semar, BRT Semarang, dan *Semarang Smart City*. Keberadaan aplikasi Wis Semar membantu atraksi yang dinilai wisatawan memiliki tingkat keaslian bangunan, tingkat keragaman objek wisata, dan tingkat pelayanan objek wisata yang tinggi serta membantu amenities dengan kondisi dan kelengkapan fasilitas tempat berkumpul, restoran, hotel/penginapan, dan toko/warung/retail yang dianggap baik oleh wisatawan. Untuk aplikasi BRT Semarang membantu aksesibilitas yang dinilai tinggi pada jarak dari pusat kota, kondisi jalan, kondisi penerangan, tingkat kemudahan akses transportasi pribadi, tingkat kemudahan akses transportasi umum, tingkat kemudahan akses parkir. Seperti yang diketahui bahwa *e-tourism recommendation* dan *online information access* berfokus kepada informasi yang diberikan kepada wisatawan terkait dengan kondisi objek tujuan. Sehingga kondisi dari Kawasan Kota Lama Semarang harus lebih diperhatikan, terutama fasilitas yang terkait dengan layanan tambahan yang masih dianggap buruk oleh para wisatawan terutama fasilitas toilet umum.

Smart-vehicle scheduling, *real time traffic broadcast*, dan *smart card* adalah tiga elemen *smart tourism* yang mendukung indikator aksesibilitas yang ada di Kawasan Kota Lama Semarang, terutama untuk pengguna BRT. Keberadaan aplikasi “BRT Semarang” sangat membantu para wisatawan yang akan mengunjungi Kawasan Kota Lama Semarang, dimana kawasan ini dinilai sangat mudah diakses oleh para wisatawan. *Smart-vehicle scheduling* dan *real time traffic broadcast* memberikan informasi kepada wisatawan terkait jalur yang harus dipilih untuk mengakses BRT ataupun menghindari kemacetan jika menggunakan kendaraan pribadi. Untuk keberadaan *smart card* akan mempermudah wisatawan dalam melakukan pembayaran saat menggunakan BRT Kota Lama Semarang.

Secara keseluruhan Kawasan Kota Lama Semarang masih jauh untuk menjadi *smart tourism*. Hal tersebut terbukti dari 13 elemen penting, Kawasan Kota Lama Semarang hanya memiliki 5 elemen dan masih belum terlalu optimal. Sehingga untuk kedepannya butuh beberapa penambahan ataupun peningkatan. Jika mengacu pada prioritas pengembangan, maka aksesibilitas dan atraksi adalah indikator *tourism* yang harus diprioritaskan. Selain itu, kedua hal ini juga dianggap menjadi sesuatu yang penting dalam pengembangan *smart tourism*. Berikut adalah hal-hal yang perlu ditambahkan ataupun ditingkatkan untuk menjadi *smart tourism*:

1. *Free Wi-Fi*, membutuhkan peningkatan agar para wisatawan dapat mengakses tanpa terputus selama masih dalam lingkup Kawasan Kota Lama Semarang dan mendorong wisatawan untuk mengakses informasi terkait pariwisata.

2. *Smart card*, membutuhkan peningkatan agar kemudahan pembayaran tidak hanya pada bus BRT namun pada semua bagian yang ada di Kawasan Kota Lama Semarang (atraksi, aksesibilitas, dan amenitas).
3. *Tourist attraction homepage*, melalui penambahan *website* khusus Kawasan Kota Lama Semarang yang berfungsi untuk mendukung promosi dan penyebaran informasi mengenai wisata.
4. *Personal-itinerary design*, melalui penambahan fitur pada aplikasi dan peningkatan kualitas fasilitas yang ada di Kawasan Kota Lama Semarang, sehingga nantinya para wisatawan mendapatkan pengalaman wisata yang berbeda.
5. *Mobile payment*, melalui penambahan fitur pada aplikasi yang nantinya akan memudahkan wisatawan untuk membayar secara *online*.
6. *Intelliget-guide system*, sangat membantu para Duta Kola untuk melayani dan menjelaskan kepada para wisatawan.
7. *Tourist-flow monitoring*, melalui sebuah teknologi GPS yang akan memberikan informasi mengenai arus wisatawan yang sedang padat pada suatu titik, sehingga kenyamanan wisatawan akan selalu terjaga.
8. *Crowd handling*, akan memberikan informasi terkait bangunan yang sudah pada batas maksimal kapasitas, sehingga para wisatawan akan lebih nyaman dalam menikmatinya.
9. *Travel safety protection*, secara mendasar adalah menyediakan informasi terkait ramalan cuaca dan peta jalur evakuasi.

Namun kembali lagi bahwa pelayanan dasar Kawasan Kota Lama juga perlu diperhatikan, seperti peningkatan pe layanan fasilitas ICT (atraksi), jalur *pedestrian* (aksesibilitas), keberadaan peta wisata (amenitas), penyebaran aktivitas wisatawan (aktivitas), fasilitas toilet umum (layanan tambahan), dan inovasi dalam kegiatan promosi (ketersediaan paket wisata). Dengan demikian, tersedianya pelayanan dasar dari Kawasan Kota Lama Semarang akan menunjang elemen-elemen lain dalam menerapkan konsep pengembangan *smart tourism*.

5.2 Rekomendasi

Rekomendasi ini diberikan kepada pemerintah, penge lola usaha dan masyarakat yang berisi tentang masukan dan saran dalam pengembangan Kawasan Kota Lama kedepannya. Berikut adalah rekomendasi yang diberikan:

1. Pemerintah
 - Pemerintah perlu memperhatikan kondisi infrastruktur dan hal-hal terkait pariwisata yang ada di Kawasan Kota Lama Semarang guna mengoptimalkan kawasan tersebut sebagai destinasi wisata.

- Pemerintah perlu menyediakan aplikasi dan *website* tersendiri untuk Kawasan Kota Lama untuk meningkatkan daya tarik dan salah satu alat promosi
 - Pemerintah perlu mengadakan sosialisasi terkait penggunaan aplikasi untuk menunjang kegiatan pariwisata Kawasan Kota Lama Semarang.
 - Pemerintah perlu memberikan edukasi dan bekerjasama dengan masyarakat sekitar Kawasan Kota Lama untuk menjadi Duta Kola
2. Masyarakat
- Masyarakat perlu menyadari pentingnya keberadaan Kawasan Kota Lama sebagai salah satu *World Heritage City*.
 - Masyarakat harus berperan aktif mendukung kegiatan pariwisata yang ada di Kawasan Kota Lama Semarang dengan meberikan kritik dan saran atau ikut berpartisipasi menjadi Duta Kola.

PERPUSTAKAAN PLANOLOGI