

Peran Pemanduwisata dalam Membangun Citra Kota Lama Semarang

Trenggono

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia

Suwarti

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia

Henry Yuliamir

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia

Mengku Marhendi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia

Abstract

Visitors will feel more satisfied if they get something more than their expectations. However, sometimes many managers need to be made aware of the importance of visitor satisfaction with what they present. one of the supporting facilities that are very important to exist is the existence of a tour guide (tour guide). The purpose of this research is to find out the role of tour guides in attracting tourists and the perceptions of tourists based on information provided by tour guides. The type of research used is an interactive qualitative method with a case study approach. The interactive qualitative method is an in-depth study using data collection techniques directly from people in the environment studied. The study results are the availability of tour guides who actively direct tourists to visit historical places. In addition, tourists have a positive perception of tour guides, especially in the objectivity of information and services.

Keywords: *Tour Guide, Traveler, Tourism City Image*

Abstrak

Pengunjung akan merasa lebih puas jika mereka mendapatkan sesuatu yang lebih dari harapan mereka, tapi kadang banyak pengelola yang belum menyadari tentang pentingnya kepuasan pengunjung terhadap apa yang mereka sajikan. salah satu fasilitas pendukung yang sangat penting keberadaannya, yakni adanya pemandu wisata (tour guide). Tujuan Penelitian ini yaitu untuk mengetahui peran pemandu wisata untuk menarik wisatawan dan persepsi wisatawan berdasarkan pemebrian informasi oleh pramuwisata. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif interaktif dengan pendekatan studi kasus. metode kualitatif interaktif adalah studi mendalam dengan menggunakan teknik pengumpulan data langsung dari dari orang dalam lingkungan yang diteliti. Hasil penelitian yaitu Ketersediaan pemandu wisata aktif berperan dalam mengarahkan wisatawan untuk berkunjung ketempat bersejarah. Selain itu, wisatawan memiliki persepsi positif terhadap pramuwisata khususnya pada objektivitas informasi da layanan.

Kata Kunci: *Pemandu Wisata, Wisatawan, Citra Kota Wisata.*

1. Pendahuluan

Pemandu wisata adalah atau *tour guide* merupakan profesi di bidang pariwisata. Pemandu wisata bertanggung jawab mendampingi wisatawan dan memberikan petunjuk serta bimbingan kepada wisatawan, salah satu tugas Pemandu wisata adalah menjelaskan dan memberi pengetahuan tentang objek wisata yang sedang dikunjungi

oleh wisatawan, sehingga keberadaan pemandu wisata di kota lama dapat memandu wisatawan yang berkunjung dengan untuk belajar arsitektur, sejarah dan nilai filosofis gedung-gedung, yang akan menambah lama tinggal wisatawan dan meningkatkan citra positif kawasan kota lama Semarang.

Berwisata sebenarnya tidak harus pergi ketempat yang jauh tapi bisa berwisata di dalam kota sendiri. Ada bermacam-macam objek wisata yang ada dengan berbagai macam keunikannya masing-masing. Dari bermacam-macam objek tersebut masuk dalam jenis-jenis wisata. Salah satu pemangku kepentingan yang sangat diperlukan dalam perjalanan wisata adalah pemandu wisata atau pemandu wisata (*tour guide*) (Chintina, 2016), karena sebuah perjalanan wisata tidak akan lengkap tanpa disertai oleh seorang pramuwisata. Ada wisatawan yang tidak merasa perlu didampingi oleh Pemandu Wisata karena merasa telah cukup dengan membaca Guide Book tetapi hasilnya pasti berbeda jika wisatawan didampingi oleh Pemandu Wisata dari segi efisiensi waktu dan sistematika penjelasan.

Fasilitas pendukung suatu objek wisata adalah hal yang penting agar pengunjung objek wisata tersebut merasa nyaman dan aman dan akan menimbulkan perasaan puas saat meninggalkan objek tersebut (Nugraha, 2019). Pengunjung akan merasa lebih puas jika mereka mendapatkan sesuatu yang lebih dari harapan mereka, tapi kadang banyak pengelola yang belum menyadari tentang pentingnya kepuasan pengunjung terhadap apa yang mereka sajikan. Salah satu fasilitas pendukung yang sangat penting keberadaannya, yakni adanya pemandu wisata (*tour guide*). Apalagi dengan perjalanan wisata di Kota Lama ini tentu akan sangat membutuhkan penggunaan jasa Pramuwisata. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui peran pemandu wisata dalam menarik para wisatawan serta mengetahui persepsi wisatawan berdasarkan pemberian informasi yang jelas oleh pramuwisata dalam membangun citra kota wisata.

2. Landasan Teori

2.1 Pariwisata

Menurut Prayogo (2018), pariwisata secara sederhana dapat didefinisikan sebagai perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ketempat lain membuat rencana dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi dan mendapatkan hiburan sehingga keinginannya terpenuhi. Pariwisata adalah suatu jenis perjalanan yang direncanakan dan dilakukan dari satu tempat ke tempat lain secara individu atau kelompok, dengan tujuan memperoleh beberapa bentuk Kepuasan dan kesenangan (Sinaga, 2010). Segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata yang dimaksud adalah objek dan daya tarik wisata (Prihantara et al., 2018). Menurut Arjana (2021), atraksi adalah obyek wisata (tangible dan intangible) yang dapat mendatangkan kesenangan bagi wisatawan (Undang-Undang Indonesia, 2009) tentang Kepariwisata, pengertian kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha Wisatawan dapat

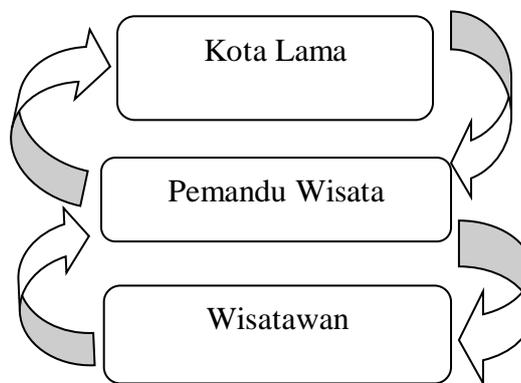
diklasifikasikan menjadi dua macam atau jenis wisatawan (Yoeti Dkk., 2010), yaitu: Wisatawan Mancanegara adalah orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang ke dalam suatu Negara lain yang bukan merupakan negara yang biasanya ditempati. Wisatawan Nusantara adalah warga Negara yang melakukan perjalanan wisata dalam cakupan wilayah dalam negaranya tanpa melewati batas negaranya.

2.2 Wisatawan

wisatawan menurut (Yoeti Dkk., 2010) adalah pengunjung yang tinggal untuk sementara waktu disuatu tempat minimal 24 jam di Kota atau Negara yang dikunjunginya dengan motivasi perjalanan hanya untuk liburan, bersenang-senang, kesehatan, studi, keagamaan, olahraga, kunjungan keluarga, konferensi dan misi tertentu.

2.3 Pemandu Wisata

Skema oleh penulis dalam penelitian ini ialah :



Gambar 1. Skema Penelitian

Gambar 1, perananan pemandu wisata saat dalam pembangunan citra di kota lama, kota lama menjadi sangat terkenal karena objeknya. Maka peranan pemandu wisata sangat berperan dalam objek wisata di kota lama, Kerangka pemikiran dibuat secara sistematis untuk memudahkan penulis dalam melakukan proses penelitian, yang dimulai dari pembuatan topik penelitian, identifikasi masalah, pembuatan fokus penelitian, proses pengumpulan data primer dan sekunder melalui pembacaan literatur terkait dan observasi maupun wawancara terhadap narasumber sampai pada perolehan hasil sebagai output dari penelitian ini.

3. Metode

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif interaktif dengan pendekatan studi kasus. Metode kualitatif interaktif adalah studi mendalam dengan menggunakan teknik pengumpulan data langsung dari dari orang dalam lingkungan yang diteliti. Pendekatan studi kasus berarti penelitian diarahkan untuk menghimpun data, mengambil makna serta memperoleh pemahaman dari kasus yang diteliti. Dapat disimpulkan bahwa kualitatif interaktif dengan pendekatan studi kasus merupakan studi yang dilakukan secara intensif terhadap satu lingkungan individu yang memiliki masalah tertentu yang sesuai dengan topik penelitian yang telah ditentukan.

3.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer merupakan sumber data utama yang digunakan dalam penelitian. Data primer diperoleh oleh peneliti secara langsung melalui proses wawancara dan observasi lapangan. Data primer diperoleh secara langsung dari wisatawan dan pemandu wisata dan wisatawan itu sendiri. Selanjutnya, data sekunder merupakan sumber data pendukung dan pelengkap dari data primer. Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Wujud data sekunder dalam penelitian ini ialah pemandu wisata dan kunjungan wisatawan, publikasi pemerintah berbentuk peraturan daerah, peraturan menteri dan UU, buku, jurnal dan literature lainnya serta dokumentasi yang melengkapi dan mendukung data/informasi utama.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan menggunakan beberapa teknik. Pertama, wawancara, dilakukan secara langsung (*face to face*), *Google Form*, *Chatting* menggunakan aplikasi *Whatsapp* dan telpon seluler. Wawancara ini bersifat bebas terstruktur kepada wisatawan dan pemandu wisata maupun individu dengan pertanyaan-pertanyaan yang telah dipersiapkan. Hasil wawancara kemudian direkam menggunakan ponsel seluler. Kedua, observasi, melakukan pengamatan secara langsung di kota lama dan dicatat secara teratur dan sistematis sehingga memuat hasil yang sesuai dengan situasi dan kondisi nyata. Hasil observasi selain disimpan dalam bentuk catatan, juga berupa foto dokumentasi. Ketiga, studi pustaka, pengambilan data dari buku, jurnal dan literatur yang relevan dengan topik penelitian mengenai Peran Pemanduwisata Dalam Membangun Citra Kota Lama Semarang.

3.4 Informan Penelitian

Adapun informan yang digunakan dalam penelitian ini yang telah ditentukan oleh penulis, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1
Daftar Informan Penelitian

No.	Jabatan Informan	Jumlah
1.	Pemandu wisata	2 orang
2.	Wisatawan	3 orang
Total Informan		5 Orang

3.5 Teknik Keabsahan Data

Data yang dikumpulkan diharapkan mampu menghasilkan data yang bermutu dan kredibel (Sugiyono, 2015). Oleh sebab itu, keabsahan data merupakan salah satu faktor penting dalam penelitian. Pemeriksaan data perlu dilakukan dengan tujuan untuk menguji validitas data itu sendiri.

Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- Perpanjangan Pengamatan
- Meningkatkan Ketekunan
- Triangulasi Data
- Menggunakan Bahan Referensi

3.6 Variabel dan Defenisi Variabel

Untuk mempermudah proses penelitian, penulis telah membuat variabel dan indikator penelitian yang disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 2
Variabel dan Defenisi Variabel

No.	Variabel	Defenisi Variabel	Elemen
1.	Membangun citra objek wisata (Hidayah, 2019)	persepsi seseorang tentang suatu produk atau pelayanan tujuan wisata yang dapat dipercaya pada wisatawan terhadap suatu tempat wisata yang akan dikunjungi atau yang sudah dikunjungi sehingga dapat menumbuhkan rasa ingin melakukan perjalanan ke suatu tempat wisata.	1. Atraksi wisata (objek dan daya tarik wisata) 2. Aksesibilitas 3. Amenitas 4. Kelembagaan (Institusi)
2.	Pemandu Wisata, (Yoeti, 2014)	Peran pemandu wisata sangat penting untuk menambah hidupnya suatu perjalanan wisata , sebab berwisata itu adalah harus dirasakan langsung “ Tourism is about the Experience “	Berwisata itu tentang pengalaman nyata, musti di datangi (visited), dirasakan (felt) dinikmati (enjoyed) , dialami (experienced) keterlibatan
3.	Wisatawan, (Meytasari, C., & Tisnawati, 2018)	Merupakan banyaknya wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun domestik yang berkunjung ke Kota Lama	Attraction, Public and Private Amenities, Accesibilities, Human Resources, Image and Character, Price.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses menemukan dan menyusun data yang diperoleh secara sistematis dengan mengklasifikasikan mana data informasi yang sesuai dan penting untuk kemudian dipelajari dan disajikan dalam bentuk yang lebih sederhana dan terarah sehingga memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan. Teknik analisis data bertujuan untuk mempermudah diri sendiri dan orang lain dalam memahami hasil data yang telah diperoleh. Berikut ialah 4 tahap analisis data, yakni:

3.7.1 Pengumpulan Data

Langkah pertama ialah mengumpulkan data guna mendapatkan data yang terbaru, akurat serta memenuhi standar data yang dibutuhkan. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara yakni observasi, wawancara dan studi pustaka.

3.7.2 Reduksi Data

Reduksi data ialah teknik menyimpulkan, menyederhanakan dan memfokuskan pada data yang penting dan benar. Perolehan data dari berbagai sumber yang berjumlah banyak dan kompleks disaring kembali. Peneliti perlu membuang data-data yang tidak perlu sehingga data yang dimiliki merupakan informasi yang sesuai dengan topik penelitian dan mudah untuk ditarik kesimpulannya.

3.7.3 Sajian Data

Data yang sudah direduksi perlu di *display* atau disajikan secara sistematis dan mudah dipahami untuk memudahkan pengambilan kesimpulan. Bentuk penyajian data dalam penelitian ini berupa teks naratif yang mendeskripsikan hasil temuan yang telah direduksi.

3.7.4 Penarikan Kesimpulan

Tahap akhir dalam teknik analisis data ialah penarikan kesimpulan. Simpulan yang didapatkan dianggap sebagai jawaban atas permasalahan yang diteliti. Bentuk penyajian simpulan ini bersifat deskriptif.

3.7.5 Alur Penelitian

Perencanaan sebelum melakukan penelitian perlu dilakukan agar penelitian dapat berlangsung secara terarah, sistematis, berjalan lancar dan sesuai dengan target waktu yang telah ditentukan. Alur penelitian sesuai dengan perencanaan penelitian ini meliputi:

a. Menentukan lokasi penelitian

Tempat yang menjadi lokasi penelitian ini ialah Jalan Letjen Suprpto Nomor 31, Semarang, Jawa Tengah. Terdapat beberapa spot menarik di kawasan yang satu ini mulai dari Gereja Blenduk, Spiegel Bar and Bistro. Spot pertama yang bisa dijadikan sebagai latar foto yang instagramable adalah Gereja Blenduk.

b. Menentukan permasalahan yang menjadi bahan penelitian

Permasalahan dalam penelitian ini ialah mengenai Peran Pemanduwisata Dalam Membangun Citra Kota Lama Semarang.

c. Menentukan judul penelitian

Setelah menentukan lokasi dan fokus permasalahan yang akan diteliti, selanjutnya penulis menentukan judul yang sesuai. Judul penelitian ini ialah “Peran Pemanduwisata Dalam Membangun Citra Kota Lama Semarang”

d. Menentukan teknik pengumpulan data

Faktor terpenting dalam sebuah penelitian agar memperoleh hasil yang akurat ialah data. Beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan ialah dengan melakukan wawancara, studi pustaka dan observasi yang dilengkapi dengan foto dokumentasi sebagai data tambahan.

e. Menganalisis data

Seperti yang telah dipaparkan, analisis data dilakukan setelah mengumpulkan data dan memastikan keakuratan data. Analisis data dilakukan dalam 4 (empat) tahap yaitu pengumpulan data, reduksi data, sajian data dan pengambilan kesimpulan.

f. Penyusunan laporan

Setelah memperoleh data yang cukup dan akurat yang berkaitan dengan topik penelitian, maka selanjutnya menyusun hasil laporan penelitian sementara sebelum adanya perbaikan lebih lanjut yang kemudian dapat disusun menjadi laporan hasil penelitian.

4. Hasil Analisis dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan oleh Peneliti melalui observasi dan wawancara sebelumnya terkait dengan objek wisata di kota lama, didapati bahwa dari ketiga objek wisata yang di ambil menjadi sejarah dimana kota lama sebagai sejarah. Keseluruhannya telah memiliki cukup pengalaman dan latar belakang dalam dunia wisata di kota lama. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara yang dilakukan oleh Peneliti, di mana ketiga pusat objek wisata tersebut sama-sama dari awal terbentuk sejarah menjadi objek wisata.

Berangkat dari faktor lokasi yang ada, masing-masing dari ketiga objek wisata tersebut hanya sebagai objek wisata di Kota lama. Hal ini dapat memiliki dua arti jika ditelaah lebih dalam. Satu arti dapat ditarik bahwa masing-masing tempat bersejarah dimana tempat tersebut memang menjadi ciri khas tersendiri yang hanya dimiliki oleh Kota lama, di mana objek tersebut tempat dimana sekarang dimanfaatkan untuk orang banyak dimanfaatkan untuk Bank, gereja dan jembatan. Terlepas dari karakteristik objek wisata, masing-masing dari 3 objek wisata itu sangat di manfaat orang banyak namun di lestarian sebagai tempat bersejarah. tersebut telah memenuhi kriteria orisinalitas, dan bersifat khas sesuai dengan kebudayaan dan latar belakang Kota lama.

Berdasarkan perspektif lain, hal tersebut dapat dipandang sebagai satu permasalahan tersendiri, di mana ketika 3 tempat sejarah di gunakan untuk umum tersebut untuk melakukan promosi secara langsung kepada masyarakat yang berada di luar daerah Kota lama. Masyarakat yang ingin merasakan tempat bersejarah sebagai objek wisata dan di manfaat banyak orang, harus datang secara langsung di Kota lama. Meski demikian, hal ini juga dapat menjadi potensi tersendiri untuk mendapatkan minat masyarakat agar berkunjung dan berwisata ke Kota lama jika mereka ingin melihat objek wisata khas Kota lama tersebut. Pada fenomena tersebut pemandu dan wisatawan sangat erat hubungannya, penelitian terdahulu memperlihatkan adanya faktor-faktor yang dapat menjadi motivasi penarik (*pull motivations*) dan motivasi pendorong (*push motivations*) seseorang untuk melakukan wisata.

Pariwisata memiliki beberapa definisi yang dikemukakan oleh Spillane dalam Sampelan, (2015), pariwisata sebagai perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan seni.. Sedangkan faktor penarik adalah faktor-faktor yang berasal dari luar diri wisatawan, dan berasal dari keadaan/kondisi destinasi yang akan dikunjungi. Jika melihat berdasarkan hasil temuan yang didapatkan oleh penulis, pengembangan wisata kota lama yang ada di Semarang dapat dilakukan dengan memanfaatkan keadaan tersebut untuk menjadi penarik sekaligus pendorong yang ada di dalam masyarakat. Ketika masyarakat mengetahui bahwa terdapat beberapa objek wisata bersejarah yang hanya dapat ditemui secara langsung di kota lama, Semarang, masyarakat akan tertarik untuk mencari tahu di mana ia bisa berkunjung ditempat itu.

Lebih lanjut, fakta bahwa masyarakat tidak dapat memperoleh objek wisata tersebut di tempat lain kecuali Kota lama, Semarang sendiri, masyarakat yang ingin

mencoba tempat sejarah sebagai tempat kunjung sejarah yang sangat di manfaatkan banyak orang di wilayah semarang sendiri, harus di jaga dan akhirnya harus tetap memilih untuk singgah dan mengunjungi Kota lama, semarang secara langsung. Hal inilah yang pada akhirnya menyebabkan peningkatan pariwisata Kota lama, semarang. Selain informasi yang didapatkan oleh Peneliti dari wisatawan tersebut, Peneliti juga mempertimbangkan informasi yang didapatkan oleh masing-masing pemandu wisata yang ditemui sedang mengarah ke wisatawan ataupun pengunjung di tempat tersebut. dalam wawancara tersebut, Peneliti mendapatkan hasil informasi fakta yang secara seluruhnya mengatakan bahwa para narasumber bersedia dan mau merekomendasikan tempat bersejarah yang ada di Kota lama yang mereka dapatkan kepada orang-orang yang mereka kenali.

Selain itu, para narasumber juga mengatakan bahwa tempat tersebut sangat luas tidak semua wisatawan akan tahu objek objek wisata disana dari awal sejarah dan akhirnya. Hal ini menjadi peluang tersendiri bahwa wisatawan yang berkunjung dapat dimanfaatkan sebagai instrumen juga untuk memperkenalkan sejarah sejarah di kota lama yang ada di semarang. Kepada relasi mereka yang berada di luar daerah. Hal ini dapat menjadi solusi atas pertanyaan bahwa jika objek wisata bersejarah tidak ada ditempat lain ataupun kota lain beda tempat beda objek wisata, lantas bagaimana cara wisatawan/pengunjung dapat tetap mengenal bahwa Kota lama memiliki tempat bersejarah tersebut? Hal ini dijawab secara langsung oleh para pemandu wisata sendiri dalam wawancara tersebut, di mana mereka bersedia untuk merekomendasikan dan berusaha menjelaskan bahwa setiap objek mempunyai sejarah sendiri. Hal inilah yang dapat dimanfaatkan sebagai upaya untuk tetap mempromosikan kota lama khas semarang kepada masyarakat luas meskipun terdapat keterbatasan tidak tersedianya objek wisata tersebut di daerah lainnya. Fakta ini juga dapat menjadi faktor penarik wisatawan yang ada di luar daerah untuk dapat meningkatkan oportunitas yang ada pada mereka sebagai wisatawan untuk mengunjungi Kota lama nantinya. Jika digambarkan dengan skema, maka dapat dilihat konektivitas hal ini sebagai berikut,



Gambar 2. Skema Hubungan Penyedia Pemandu Wisata dan Pemandu Wisata Kota lama

Berdasarkan bagan di atas, dapat dilihat pola hubungan yang terjadi, baik ketika pemandu wisata tetap sama-sama dapat dimanfaatkan sebagai instrumen untuk meningkatkan potensi wisatawan yang ada di Kota lama. Masyarakat yang ingin membeli dan merasakan kuliner Kota lamal, harus mendatangi Kota lamal langsung jika menginginkannya. Hal ini dapat menjadikan mereka terdorong untuk datang sebagai

wisatawan. Ketika pemandu wisata aktif berperan mendukung tempat bersejarah nya kota lama banyak objek menjadi sumber penghasilan bagi mereka. Wisatawan yang ada di daerah tersebut akan mengetahui bahwa Kota Lama sangat identik dengan sejarah nya objek wisata tersebut, sehingga akan menimbulkan pertanyaan-pertanyaan tersendiri dan menciptakan rasa penasaran di antara Peluang terciptanya popularitas Kota lama di daerah lain Adanya informasi yang memberitahukan objek wisata di kota lama.

Ketersediaan pemandu wisata aktif berperan dalam mengarahkan tempat sejarah menjadi objek wisata. Wisatawan datang langsung ke Kota lama. Wisatawan dapat berkunjung di daerah lain Peluang peningkatan wisata objek wisata bersejarah Kota lama Tidak Ya wisatawan tersebut, yang nantinya dapat menjadi faktor penarik yang ada di masyarakat untuk dapat mengunjungi Kota Lama. Temuan ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang digunakan oleh Peneliti sebagai dasar pemikiran untuk melakukan penelitian pada awalnya, yaitu penelitian oleh (Chintina, 2016). Peran Pemandu Wisata dalam upaya meningkatkan sektor Pariwisata. Yoserizal, Yoserizal 2013 Peran Pramuwisata dalam Pelayanannya terhadap Wisatawan Meskipun demikian, menurut hemat Peneliti, masih terdapat beberapa kendala utama yang dapat menjadi persoalan selanjutnya untuk dapat meningkatkan pariwisata Kota lama kepada masyarakat yang ada di luar wilayah. Hal ini terkait dengan pemahaman mereka bahwa Kota lama berbeda dengan daerah lain. Mayoritas wisatawan masih tidak mengetahui perbedaan antara tempat berkunjung karena banyak tempat bersejarah yang di jadi tempat umum di lestarikan budaya nya, terlihat dari beberapa narasumber yang ketika ditanya mengenai kota lama, mereka justru menjawab hanya sebagai tempat foto atau jalan jalan tanpa mengetahui sejarah awalnya terbentuk nya kota lama menjadi objek wisata.

Meski demikian, menurut wawancara yang dilakukan dengan para wisatawan, pemerintah telah melakukan upaya yang baik dengan turut mengajak para pemandu wisata untuk objektif dalam melakukan tempat bersejarah nya dikota lama yang ada dalam memperkenalkan objek objek di kawasan di kota lama. Hal ini dapat dimanfaatkan kembali untuk menegaskan kepada wisatawan bahwa Kota lama memiliki ciri khas tersendiri dan memiliki destinasi wisatanya tersendiri, sehingga tidak akan menimbulkan mispersepsi di masa mendatang.

5. Simpulan, Keterbatasan dan Saran

Kota lama sejarah bagi objek wisata di semarang jawa tengah, memiliki banyak opsi yang berbeda-beda yang dipengaruhi oleh keseluruhan kondisi yang ada di daerahnya, baik dari segi astronomi, geografi, administratif, sosial, hingga budaya. Hal tersebut menyebabkan Kota Lama memiliki beragam objek wisata bersejarah di kota lama dalam konsep wisata yang membedakannya dengan daerah lainnya. Wisata yang diangkat dalam penelitian ini berupa 3 objek wisata dikota lama, semarang. Selain itu juga menawarkan beberapa pilihan objek lainnya yang juga beragam, seperti Gedung Marba, Gedung Spiegel yang saat ini digunakan untuk bar dan bistro, Gedung bekas Van Drop,

saat ini menjadi Dream Museum Zone, Gedung Marabunta yang menjadi gedung serbaguna, dahulunya bernama Statschouwburg yang merupakan Gedung Komedi, sebagainya. Karakteristik objek wisata yang telah ada selama bertahun-tahun menyebabkan mereka lebih dikenal sebagai objek wisata bersejarah khas dan dapat dimanfaatkan sebagai peningkatan pariwisata. Objek wisata di kota lama secara langsung maupun tidak langsung dapat menjadi potensi untuk memperkenalkan dan meningkatkan industri pariwisata yang ada. Hal ini berkaitan dengan fakta bahwa ciri khas kota lama dapat menjadi faktor penarik sekaligus pendorong wisatawan yang berada di luar daerah untuk menjadi wisatawan di Kota Lama.

Pihak yang terlibat dalam pengelolaan industri wisata Kota Lama seperlunya turut serta dalam memperkenalkan ragam kuliner yang ada di Kota Lama dengan berbagai langkah, contohnya seperti membuat iklan dan mempromosikan objek wisata Kota Lama di berbagai *platform* komunikasi. Masih banyak wisatawan luar daerah yang belum terlalu mengetahui Kota lama, oleh sebab itu, peran promosi dan periklanan sangat dibutuhkan dalam hal ini.

Pihak pemandu wisata Kota Lama dapat memanfaatkan skema lainnya jika memang terkendala dengan kurang berminat pemandu wisata. Hal ini dapat diatasi dengan turut mempromosikan produk-produknya melalui berbagai langkah. Dari pemandu wisata harus dapat memuaskan para pengunjung untuk informasi tentang objek wisata sejarah di kota lama. Keseluruhannya tidak melakukan promosi lainnya selain memanfaatkan rekomendasi dari wisatawan secara langsung. Hal inilah yang perlu diatasi secara inisiatif oleh masing-masing penjual kuliner.

Referensi

- A Yoeti, Oka. (2014). Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa
- Arjana, I. G. B. (2021). *Geografi Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif-Rajawali Pers*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Chintina, M. L. (2016). Peran Pemandu Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Sektor Pariwisata (Stud Kasus di Pura Mangkunegaran dan Keraton Kasunanan Surakarta). Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Sebelas Maret. Diakses pada tanggal 19/12/2022 (<https://adoc.pub/queue/peran-pemandu-wisata-dalam-upaya-meningkatkan-sektor-pariwis.html>)
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: Alfabeta
- Meytasari, C., & Tisnawati, E. (2018). The Tourism Element Product Development of Semarang Old City Based on Attractive Urban Heritage Approach. *ARSITEKTURA*, 16(1), 107-118.
- Nugraha, A. R., Perbawasari, S., Zubair, F., & Novianti, E. (2019). Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan komunikasi efektif berbasis potensi wisata dan kearifan lokal. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(1), 123-132.
- Prayogo, R. R., AB, S., & Si, M. (2018). Perkembangan Pariwisata dalam Perspektif Pemasaran. Surabaya: *Bitread Publishing Yan Hanif Jawangga (2019)*. Dasar

Dasar Manajemen. Klaten: Cempaka Putih.

Prihantara, F., Irawan, P., & Sari, Y. K. (2018). *Dampak pariwisata religi kawasan Masjid Sunan Kudus terhadap ekonomi, lingkungan, dan sosial-budaya.* Yogyakarta: UGM PRESS.

Sinaga, S. (2010). Potensi dan Pengembangan objek wisata di kabupaten Tapanuli Tengah. *Kertas Karya. Program DIII Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.*

Suyetty, Suntara, D., & Kurniawan, G. (2010). *Modul Prinsip-prinsip Kerja Sama Dengan Kolega dan Pelanggan.* Jakarta: Yudhistira

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan

Penulis Korespondensi

Trenggono dapat dihubungi melalui: trenggono.smg@gmail.com