

---

## PARTNERSHIP DALAM PENGELOLAAN SEKTOR PARIWISATA KAMPUNG LEDUWI KOTA SEMARANG

Ayu Siti Wahyuningsih<sup>1</sup>, Yuliana Rohmawati<sup>2</sup>, Retno Sunu Astuti<sup>3</sup>

### *Abstract*

*Contribution of creative industries on gross domestic products in 2018 reached Rp 1.105 trillion. Craft contributed 15.7% to national gross domestic products and became the second dominant subsector in Central Java. Leduwi village is determined to be a leather/imitation center in Decree Number 531/978 of 2017. The issuance of decree is expected to increase the number of tourist and impact on economic progress. Tourism can be used as a development tool to cultivate economic diversification, alleviate poverty and create a good relationship between stakeholders. Leduwi village failed to become a tourist destination because there is no partnership in the management of creative industry so the economic growth becomes slowly. This research method uses the study of the library. Partnerships require: (1) Two or more parties, both governments, private/business and community; (2) The similarity of vision in achieving a common goal (3) between government and private agreements in the management that further gives positive effect to the economy of the surrounding community; (4) Mutual need between stakeholders. Cooperation between private and government parties is required to develop tourism destinations of Leduwi village as well as community roles to play an active role in the planning and development of tourist destinations.*

Keywords : *Industry Creative; Partnership; Tourism*

### PENDAHULUAN

Industri kreatif dimaknai sebagai sebuah siklus kreasi produksi dan distribusi dengan kreatifitas serta intelektual sebagai modal utama yang bernilai ekonomis (United Nations Conference on Trade and Development, 2018). Industri kreatif dimaknai sebagai rangkaian aktivitas kreasi produksi hingga distribusi barang dan jasa menggunakan keterampilan dan bakat sebagai modal utama untuk menghasilkan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja. Industri kreatif merupakan poin utama untuk menggerakkan ekonomi kreatif dalam menciptakan sebuah produk atau jasa, serta memiliki nilai komersial yang dapat dijadikan sebagai strategi diversifikasi dalam perekonomian serta

---

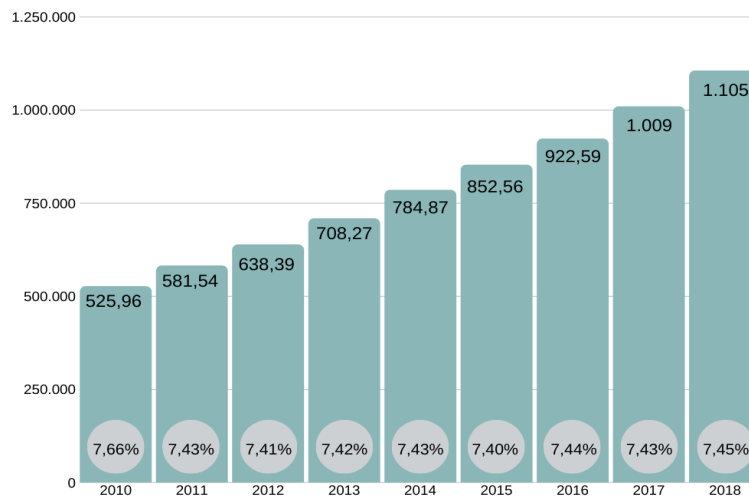
<sup>1</sup> Universitas Muhammadiyah Malang

<sup>2</sup> Dosen Program Studi Ilmu Pemerintahan, FISIP, Universitas Muhammadiyah Malang

<sup>3</sup> Dosen Program Studi Ilmu Pemerintahan, FISIP, Universitas Muhammadiyah Malang

menstimulasi pertumbuhan ekonomi. *World Economic Forum (WEF)*, daya saing global Indonesia tahun 2015-2018 berada pada peringkat 37 dari 140 negara yang disurvei.

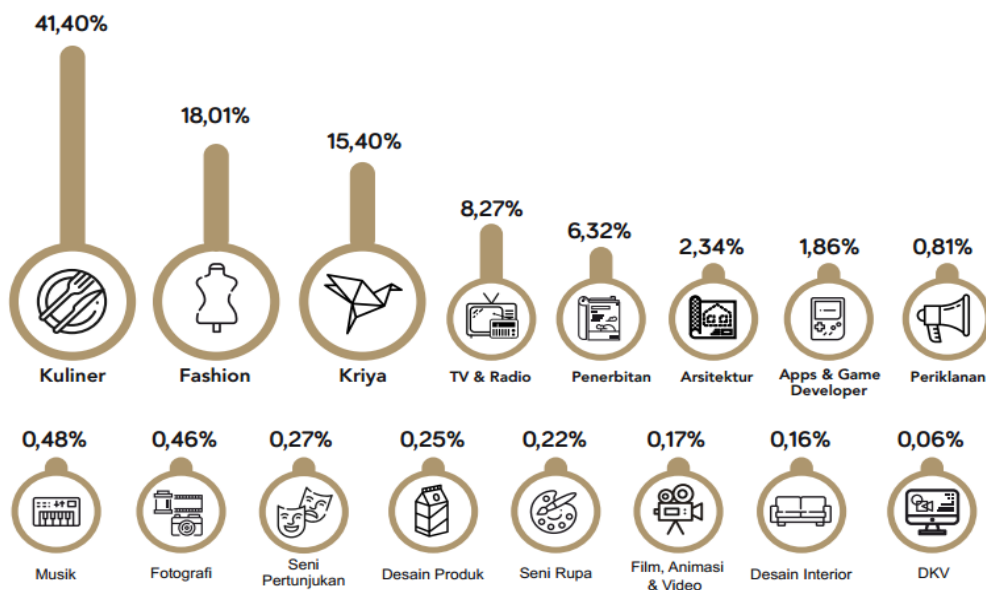
Gambar 1  
PDB Atas Dasar Harga Berlaku dan Kontribusi Ekraf 2010-2016



Sumber: Data Statistik dan Hasil Survey Ekonomi Kreatif 2018 (diolah)

Data Statistik dan Hasil Survey Ekonomi Kreatif tahun 2016 menjelaskan bahwa ekonomi kreatif berkontribusi sebesar 7,44% terhadap perekonomian nasional. Kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) industri kreatif pada 2017 mencapai Rp 1.009 triliun dan pada tahun 2018 mencapai Rp 1.105 triliun. Keseriusan negara terhadap industri kreatif terbukti dengan dibentuknya regulasi pada tahun 2009, yakni berupa Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi. PDB pada 2015 mencapai 4,79% lebih tinggi daripada pertumbuhan ekonomi global yang diperkirakan hanya mencapai 2,4%. Iklim positif ini selanjutnya menjadi momen yang tepat untuk mengokohkan perekonomian pada sektor ekonomi kreatif yang bertumpu pada keunggulan sumber daya manusia yakni ide, inovasi dan hasil kreatifitas.

Gambar 2  
Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif 2016 Menurut Subsektor



Sumber: Data Statistik dan Hasil Survey Ekonomi Kreatif 2018

Pertumbuhan ekonomi kreatif berkontribusi tinggi pada pendapatan negara, sekaligus menyerap tenaga kerja yang tersedia. Kontribusi ekonomi kreatif pada PDB nasional terlihat dalam gambar diatas. Sektor kuliner masih menjadi sektor yang paling diminati dengan berkontribusi sebesar 41,40% dalam PDB diikuti dengan fashion sebesar 18,01% dan kriya sebesar 15,40%. Sektor kriya mengalami penurunan, pada 2015 kriya menyumbang terhadap PDB sebesar 15,7% sedangkan pada 2016 hanya sebesar 15,4%. Hal ini merupakan hal yang harus diamati guna menemukan masalah penyebab dari turunnya sektor kriya tersebut. Jawa Tengah pada periode 2016 sektor kriya menyumbang sebesar 20,99% atau peringkat kedua setelah kuliner. Kriya didefinisikan sebagai seni yang menghasilkan benda yang dibuat dengan alat sederhana ataupun mesin yang dalam proses produksinya dengan bahan baku yang berasal dari alam maupun buatan serta bertumpu pada keterampilan pengrajin dengan nilai budaya nusantara. Kerajinan berbahan kayu, logam, kulit, kaca, keramik dan tekstil adalah bagian dari kriya.

Departemen Perdagangan Republik Indonesia mengelompokkan industri kreatif menjadi 14 subsektor, yakni periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan (*craft*), desain, *fashion*, film video dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, radio dan televisi, serta riset dan pengembangan. Rencana pengembangan industri kreatif untuk mencapai visi ekonomi kreatif 2025 mengelompokkan industri kreatif menjadi 15 subsektor, dengan

tambahan subsektor kuliner. Pengembangan kembali terjadi dengan dikeluarkannya Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 yang kemudian menjadikan ekonomi kreatif diklasifikasikan kedalam 16 subsektor yakni, aplikasi dan game developer, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fashion, film, animasi dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukkan, seni rupa, serta televisi dan radio.

Gambar 3  
Jumlah Ekonomi Kreatif Jawa Tengah 2016



Sumber: *Bekraf.go.id*

Melihat besarnya peluang dalam sektor industri kreatif pada subsektor kriya, maka pemerintah mengeluarkan Surat Keputusan Nomor 531/978 Tahun 2017 tentang Sentra Industri di Kota Semarang. Sentra industri adalah suatu wilayah yang didalamnya terdapat minimal 20 pelaku usaha sejenis serta mengelompok pada wilayah tersebut. Penetapan sentra industri diharapkan dapat berdampak pada kemajuan ekonomi wilayah terkait. Pariwisata dapat dijadikan sebagai alat pengembangan untuk menumbuhkan diversifikasi ekonomi, mengentaskan kemiskinan dan menciptakan hubungan yang baik antar stakeholders. *Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD, 2014)* menyatakan bahwa konten kreatif dan pariwisata dapat mendukung pertumbuhan industri kreatif dan ekspor kreatif. Utama (2013) menyatakan bahwa industri pariwisata menumbuhkan dampak positif bagi perekonomian regional dan nasional.

Surat Keputusan Nomor 531/978 Tahun 2017 menyatakan bahwa Kelurahan Sarirejo di wilayah Kecamatan Semarang Timur ditetapkan menjadi salah satu sentra industri di Kota Semarang. Kampung Leduwi yang berada di Kelurahan Sarirejo

---

ditetapkan menjadi sentra kerajinan kulit/imitasi di Kota Semarang. Sentra industri kerajinan kulit/imitasi di Kampung Leduwi telah ada sejak tahun 1960-an. Kampung Leduwi pada awalnya bersifat *home industry* kerajinan kulit/imitasi kemudian berkembang menjadi sentra industri. Penetapan Kampung Leduwi sebagai sentra industri kerajinan kulit/imitasi tidak memberikan dampak yang signifikan. Sentra industri kulit/imitasi di Kampung Leduwi dapat dijadikan sebagai sentra wisata belanja yang dikembangkan dan menstimulasi pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut. Pariwisata dapat dijadikan sebagai alat pengembangan untuk menumbuhkan diversifikasi ekonomi, mengentaskan kemiskinan dan menciptakan hubungan yang baik antar stakeholders. Kampung Leduwi gagal menjadi destinasi wisata karena tidak ada *partnership* dalam pengelolaan industri kreatif sehingga pertumbuhan ekonomi menjadi lamban. Permasalahan ini selanjutnya menyebabkan kesulitan Kampung Leduwi untuk tumbuh menjadi sentra industri dan destinasi wisata belanja kerajinan kulit/imitasi di Kota Semarang.

Kyei dan Chan (2018) menawarkan beberapa prosedur manajemen strategis dan tindakan preventif yang berkontribusi langsung pada praktik kerja terbaik untuk PPP ditawarkan oleh . Pertama, investor swasta dan pengembang proyek memiliki tujuan yang jelas sebelum terlibat dalam pengaturan PPP. Mempelajari risiko yang ada dalam PPP berupa risiko rencana, mitigasi yang komprehensif, proyek dan risiko keuangan. Melakukan pendekatan yang lebih inovatif dan kreatif, terbuka dan komunikatif dengan praktisi lokal sehingga meningkatkan teknologi yang ditransfer ke seluruh proses PPP pada negara berkembang seperti Ghana. Investor melakukan lebih banyak proyek lokal sehingga menciptakan lebih banyak peluang. Pada negara Hong Kong, investor sebaiknya mengadopsi rencana dan staf yang kompeten sehingga hasil PPP sesuai dengan persyaratan dan layanan yang diperlukan.

Sektor ekonomi nasional secara signifikan dipengaruhi oleh nilai tambah industri kreatif. sektor industri kreatif menempati peringkat enam dari sepuluh sektor perekonomian (Ningsih *et al.*, 2008). Kurniawan, Zauhar dan Hermawan (2013) menyimpulkan bahwa kemitraan pengelolaan sektor pariwisata menguntungkan publik dengan keuntungan sewa lahan dan pihak swasta diuntungkan dengan pembelian tiket pengunjung. Kemitraan memberikan manfaat pada destinasi wisata tersebut dan meningkatkan perekonomian masyarakat dan sekitar dan meningkatkan Pendapatan Asli

---

Daerah Kabupaten Jombang. Utama (2013) menyimpulkan diperlukan integrasi dan holistik untuk mencapai kepuasan para stakeholder. Diperlukan integrasi antar aspek daya tarik, transportasi, fasilitas, dan kelembagaan. (Priyadi and Astuti, no date) menyimpulkan bahwa modal sosial yang ada di Kelurahan Sarirejo belum terlihat secara jelas. Hal ini dibuktikan dengan masih rendahnya *bridging social capital* yang individual serta *lingking social capital* yang masih bersifat *accidental*.

Penerapan PPP yang baik dapat dipelajari dari pengalaman mengenai kesalahan untuk dihindari dan harus memperoleh keuntungan dari kesalahan yang pernah ada. Pengambilan keputusan ditekan untuk rasional serta perencanaan yang matang berdasarkan pengalaman. Pemimpin perlu mendorong strategi untuk menghadapi tantangan inovasi, kewirausahaan, dan kepemimpinan strategis. Tantangan yang dihadapi PPP adalah adanya perubahan pemerintah, suatu bencana yang mengubah jalannya suatu proyek dan efek domino dari keruntuhan keuangan internasional dengan mengantisipasi atau berbagi pelajaran tentang memulihkan tantangan. Tujuannya adalah untuk menjadi lebih baik dan kinerja jangka panjang dapat dicapai melalui kegagalan. Schoemaker juga menyarankan untuk mengambil pelajaran dari kesalahan dengan cara berikut: (1) Mengetahui potensi kesalahan dengan mengatasi rasa malu dan ketakutan dalam membuat keputusan. (2) Memisahkan proses keputusan dari hasil yang dipengaruhi oleh beberapa faktor. (3) Membedakan antara kesalahan biasa dengan kesalahan yang cemerlang terdapat pada manfaat yang diperoleh. (4) Dalam beberapa kasus, dianjurkan untuk membuat kesalahan. (5) Responsif terhadap proses dalam mengevaluasi tim atau rencana. Sedangkan penelitian ini berfokus pada membangun kemitraan antar stakeholder dengan masyarakat yang diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi dan wisata di daerah tersebut (Schoemaker, 2015).

Regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah kota Semarang yang menjadikan Kampung Leduwi sebagai sentra industri kulit/imitasi tidak berjalan. Penetapan sebagai sentra tidak memberikan dampak yang nyata terhadap perekonomian di wilayah tersebut. Jika regulasi tersebut dapat dilaksanakan maka akan memberikan dampak ekonomi dan wisata Kampung Leduwi. Lambatnya laju pertumbuhan ekonomi di Leduwi merupakan dampak dari kegagalan pembentukan kegiatan pariwisata di area ini. Seharusnya dengan adanya intergasi antar industri kreatif di suatu wilayah dengan pariwisata dapat memberikan peningkatan ekonomi di wilayah tersebut (OECD, 2014). Pembentukan

---

Kampung Leduwi menjadi destinasi wisata belanja dapat dilakukan jika terjadi kemitraan (*partnership*) diantara para pemangku kepentingan. Kemitraan menurut Kurniawan, Zauhar dan Hermawan (2013) dimaknai sebagai suatu bentuk integrasi antara dua pihak atau lebih guna membentuk ikatan kerjasama berdasarkan kesepakatan dan adanya rasa saling membutuhkan untuk meningkatkan kapabilitas pada bidang usaha tertentu dengan tujuan tertentu serta untuk memperoleh hasil tertentu. Kemitraan membutuhkan: (1) dua pihak atau lebih, baik pihak pemerintah, swasta dan masyarakat; (2) kesamaan visi dalam mencapai tujuan bersama (3) kesepakatan antara pemerintah dan swasta dalam pengelolaan dan memberikan efek positif terhadap perekonomian masyarakat; (4) saling membutuhkan antar stakeholder (Kurniawan, Zauhar dan Hermawan, 2013, Hal. 2). Kemitraan dirasa tepat dalam hal ini karena dalam pengembangan Kampung Leduwi membutuhkan integrasi antar pihak pemerintah, swasta dan masyarakat untuk bersama-sama menjadikan Kampung Leduwi menjadi destinasi wisata belanja di Kota Semarang.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif yang bersifat studi pustaka (*library research*) dengan memanfaatkan jurnal-jurnal yang sesuai dengan topik penelitian (Hadi, 1995). Fokus penelitian pada kegiatan *partnership* dalam pengembangan destinasi wisata Kampung Leduwi, kelurahan Sarirejo, kota Semarang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui dokumentasi. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis interaktif dengan tiga komponen analisis yaitu reduksi data (*Data Reduction*), penyajian data (*Data Display*), dan Menarik kesimpulan atau menverifikasi (*Conclusion Drawing* atau *Verifying*) (Sugiyono, 2010).

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pariwisata menurut Utama (2013) merupakan salah satu penggerak perekonomian dunia yang memberikan kontribusi terhadap kemakmuran suatu bangsa. Pariwisata dapat dikembangkan disetiap wilayah bergantung pada keunggulan wilayah tersebut. Peningkatan jumlah wisatawan dapat memberikan dampak yang positif terhadap perekonomian masyarakat serta meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. Sentra industri dapat dikembangkan menjadi sebuah destinasi yang kemudian menjadi daya tarik bagi para wisatawan agar datang ke kota Semarang. Pariwisata yang tumbuh dapat menjadi salah satu indikator pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut.

Ekonomi kreatif dan sektor pariwisata merupakan hal yang saling berpengaruh. Menurut Nurchayati dan Ratnawati (2016) menyatakan jika ekonomi kreatif dengan pariwisata dapat disinergikan dan dikelola dengan baik maka akan memberikan dampak yang baik bagi keduanya. Pariwisata dapat didefinisikan dalam tiga konsep yakni, pertama, *something to see*, hal ini terkait dengan atraksi atau apa yang ditawarkan oleh wisata tersebut. Kampung Leduwi kurang mengoptimalkan fasilitas *showroom* yang dimiliki serta kurangnya keseriusan dalam memantaskan daerah tersebut untuk menjadi destinasi wisata, sehingga wisatawan tidak tertarik untuk mengunjungi kawasan tersebut. Kedua, *something to do*, berkaitan dengan aktivitas yang dapat dilakukan oleh wisatawan di lokasi tersebut. Kampung Leduwi tidak memiliki konsep tersebut. Kampung Leduwi dapat mengembangkan konsep ini dengan memberikan sarana untuk wisatawan yang ingin membuat kerajinan kulit/imitasi sendiri. Seperti halnya desa batik yang memberikan ruang kepada pengunjung untuk membatik. Ketiga, *something to buy*, berkaitan dengan souvenir khas yang dapat dibeli di lokasi wisata sebagai pengingat atau ciri khas yang dijual kepada wisatawan. Produk hasil dari Kampung Leduwi harus memiliki nilai eksklusif. Produk kerajinan tersebut secara tidak langsung dapat menjadi sarana *marketing* bagi wisata Kampung Leduwi yang selanjutnya berimbas pada perekonomian warga sekitar. Ketiga hal tersebut merupakan konsep dasar kegiatan wisata dan ekonomi kreatif merupakan salah satu dari konsep tersebut dengan cara menciptakan sebuah produk khas daerah atau lokasi tersebut.

Tabel 1  
Klasifikasi Sektor Ekonomi Kreatif yang Berkembang di Kota Semarang

Unggulan	Potensial	Kurang berkembang
Kuliner, Fashion, Kriya	Fotografi, Videografi, TV dan Radio, Advertising, arsitek, Musik, aplikasi dan game	Seni pertunjukan, desain produk, desain interior

Sumber: (Kariada *et al.*, 2018)

Sektor ekonomi kreatif di Kota Semarang dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok, yakni sektor unggulan, potensial dan kurang berkembang. Sektor unggulan



terdiri dari sektor kuliner, fahion dan kriya. Kriya menjadi sektor unggulan, namun Kampung Leduwi yang merupakan salah satu sentra kriya yang bergerak dibidang kulit/imitasi tidak mengalami perkembangan. Jika dilihat dari perspektif ekonomi, menurut Utama (2013), dengan merealisasikan sebuah sentra industri menjadi destinasi wisata akan sangat memberikan keuntungan sebagai berikut: (1) meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) (2) merupakan pasar yang potensial untuk hasil produksi barang dan jasa warga setempat, (3) meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar, baik yang terkait langsung ataupun tidak dengan pariwisata tersebut, (4) memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Melihat besarnya dampak yang dapat diberikan dengan pariwisata, sangat disayangkan jika hal ini tidak direalisasikan.

Kampung Leduwi telah menjadi sentra industri kulit/imitasi di kota Semarang sejak tahun 1990-an, namun perkembangannya sangat lamban. Pada awal penetapan Kampung Leduwi sebagai sentra industri kuli/imitasi telah banyak dilakukan pengawasan dan pemberian pelatihan dari dinas terkait kepada pengrajin di Kampung Leduwi, namun hal ini tidak terlaksana dengan baik. Masyarakat Kampung Leduwi yang mayoritas warganya merupakan pengrajin sulit untuk diajak maju dan berkembang. Pada 2017 Pemerintah kota Semarang menjadikan Kelurahan Sarirejo sebagai salah satu sentra industri di kota Semarang. Penerbitan Surat Keputusan Nomor 531/978 Tahun 2017 diharapkan dapat menggali potensi yang dimiliki oleh Kampung Leduwi dengan tujuan mengembangkan wilayah ini, namu hingga tahun tahun 2019 Kampung Leduwi tidak mengalami perubahan signifikan. Ekonomi kreatif tidak dapat berkembang merupakan dampak dari ketidak berhasilan menjadikan Kampung Leduwi sebagai salah satu sektor pariwisata. Jika dilihat kembali, Kampung Leduwi memiliki kemampuan untuk menjadi destinasi wisata dengan berfokus pada wisata belanja, sehingga wisatawan yang datang ke kota Semarang dapat berbelanja hasil kerajinan kulit/imitasi di Kampung Leduwi.

Produk yang dihasilkan pengrajin Kampung Leduwi teramat baik dan dapat dibuat secara *custom*. Penjualan hasil produk Kampung Leduwi sudah mencapai beberapa kota besar di Indonesia. Akan tetapi hasil produk yang dijual belum memiliki *brand*, sehingga para pengepul besar yang membeli produk dari Kampung Leuwi dapat dengan mudah menambah *brand* mereka dan dapat menjual dengan harga yang lebih tinggi. Pengrajin yang menerima pesanan besar hanya beberapa (kurang dari lima pengrajin) dan warga sekitar hanya sebagai buruh jahit yang diperbantukan kepada para pengrajin besar.

---

Kegiatan utama pengrajin Kampung Leduwi berdasarkan pada proses permintaan dengan sedikit penawaran. Pengembangan Kampung Leduwi juga sulit tercapai karena kurang efektif kelembagaan dalam paguyuban pengrajin. Kelembagaan yang tidak efektif berdampak pada sulitnya pemerintah untuk memonitoring perkembangan industri Kampung Leduwi. Pemerintah dalam hal ini bertindak sebagai fasilitator dan regulator untuk memenuhi kebutuhan dari pengrajin, namun tetap dibutuhkan adanya partisipasi masyarakat untuk memaksimalkan fungsi dari pemerintah. Rendahnya modal sosial di Kampung Leduwi juga menjadi hambatan besar dalam merealisasikan tujuan pemerintah kota. Priyadi dan Astuti (2018) menjelaskan bahwa *bounding social capital* sudah dimiliki namun kurang dikembangkan. *Bridging social capital* dan *linking social capital* di wilayah ini belum terlihat.

Melihat permasalahan dan kapabilitas yang dimiliki Kampung Leduwi, maka cara yang dirasa tepat untuk mengembangkan wilayah ini adalah dengan konsep *partnership* dalam merealisasikan Kampung Leduwi menjadi destinasi wisata belanja di kota Semarang. Kemitraan merupakan upaya kolaboratif antar anggota untuk mencapai tujuan bersama. Wahyuni (2014) memaknai kemitraan sebagai kerjasama yang terbentuk dengan dua atau lebih pihak yang berkaitan dan bekerjasama sebagai mitra untuk mewujudkan usaha bersama dengan berasaskan komitmen bersama. Wahyuni mendeskripsikan anggota dalam kemitraan yang memiliki peranan dan kewajibannya masing-masing sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Pemerintah dalam hal ini dituntut untuk menjadi fasilitator antar pihak swasta dengan pelaku usaha. Pemerintah juga dapat bertindak sebagai penengah, stimulasi serta mengkoordinasi pihak swasta dan masyarakat dalam pencapaian tujuan bersama. Pihak swasta dapat memberikan respon atas kebutuhan pelaku usaha terutama dalam hal operasional produksi barang/jasa serta pendistribusian pelayanan publik dari pemerintah. Masyarakat berperan dalam menjalankan peran serta fungsinya hingga peran sebagai mitra pemerintah dan swasta yang relevan terhadap pengembangan pariwisata. Ketiga anggota kemitraan harus saling bersinergi dalam menjalankan fungsinya guna mencapai tujuan bersama.

Kemitraan membutuhkan dua pihak atau lebih, baik pihak pemerintah, swasta/bisnis dan masyarakat. Stakeholder dalam *partnership* memiliki peranan masing-masing, misalnya pihak masyarakat sebagai perencana pelaksana desa wisata sehingga dapat memberikan keuntungan bagi masyarakat dalam segi ekonomi maupun sosial.

---

Peranan pemerintah sebagai pendamping untuk mengarahkan, memantau, mendampingi dan mengevaluasi kegiatan yang dilakukan masyarakat konsisten dan tepat sasaran. Peran swasta sebagai rekan partnership dapat memberikan dana bantuan dalam modal untuk mendorong keberhasilan desa wisata dimana swasta tidak mengikuti kegiatan dari awal. Berdasarkan penjabaran tersebut, pengelolaan pariwisata Kampung Leduwi belum ada kerjasama antara pihak pemerintah dengan swasta sehingga kegiatan pariwisata dikampung Leduwi belum terlaksana. Kegiatan yang sudah berjalan dikampung Leduwi sebatas pada pemberian pelatihan dan modal kerja yang dilakukan oleh pemerintah tanpa mengikutsertakan pihak swasta dalam pengembangan desa wisata. Pengembangan wisata Kampung Leduwi tidak akan berhasil jika sektor swasta maupun masyarakat serta pemerintah hanya berperan sebagai aktor tunggal. Sehingga pemerintah, sebagai lembaga yang memiliki wewenang dalam pengelolaan desa wisata, sebaiknya mengajak pihak swasta untuk ikut membangun Kampung Leduwi menjadi desa wisata dan tercipta sinergi antar stakeholder.

Kesamaan visi dalam mencapai tujuan bersama. Membangun kesamaan visi dalam memajukan pariwisata menjadi salah satu tantangan utama pengembangan desa wisata dikampung Leduwi karena pariwisata bukan hanya berkaitan dengan destinasi melainkan sebuah industri yang menuntut kerjasama dan keterlibatan semua pihak. Untuk menyatukan kesamaan visi dan mengembangkan partnership dibutuhkan sumber daya manusia yang kompeten jika tidak ingin masyarakat tersisih dari tumbuhnya pariwisata. Namun pada desa wisata Kampung Leduwi, tidak terdapat kesamaan visi antar stakeholder karena perbedaan persepsi mengenai tujuan wisata, rendahnya ketertarikan dan kesadaran masyarakat, rendahnya kemampuan sumber daya manusia serta kendala budaya dalam menghadapi persoalan ekonomi untuk memajukan daerahnya. Berdasarkan perbedaan sudut pandang dalam menciptakan visi maka diperlukan kesepakatan antara pemerintah, masyarakat dan swasta dalam pengelolaan desa wisata yang akan memberikan efek positif dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Kampung Leduwi sehingga muncul satu kepentingan bersama untuk dicapai antar stakeholder.

Daerah tujuan wisata akan menarik banyak wisatawan jika memiliki aspek-aspek sebagai berikut: (1) Aspek daya tarik destinasi. Aspek dasar yang harus dimiliki untuk menarik wisatawan dengan berbagai daya tarik sumber dayanya, baik itu sumber daya alam, masyarakat dan budaya. Kampung Leduwi hingga saat ini kurang memiliki daya

tarik. Warga asli Semarang terkadang juga masih asing mendengar Kampung Leduwi (2) Aspek aksesibilitas. Aspek transportasi untuk wisatawan agar mudah mencapai destinasi wisata. Kampung Leduwi memiliki aksesibilitas yang tinggi & mudah untuk dijangkau. (3) Aspek fasilitas utama dan pendukung. Aspek ini dapat berupa lingkungan destinasi wisata yang nyaman untuk pengunjung. Kampung Leduwi belum memiliki fasilitas pendukung untuk dikatakan sebagai destinasi wisata, ini didasari pada kurangnya pembenahan di Kampung Leduwi. (4) Aspek kelembagaan. Aspek berupa dukungan lembaga keamanan, lembaga pariwisata sebagai pengelola destinasi dan lembaga pendukung lainnya untuk menciptakan kenyamanan bagi pendukung. Kelembagaan di Kampung Leduwi belum berjalan dengan baik. Strategi pengembangan yang dapat dilakukan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut, (1) menghindari konflik antar pemilik kepentingan, (2) pengelolaan yang berkelanjutan dalam pengembangan, (3) pemberdayaan masyarakat (4) kemasan daerah wisata yang tidak monoton dan terus dikembangkan, (5) memiliki nilai jual yang berbeda, (6) meningkatkan perekonomian masyarakat Kampung Leduwi.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan dan Saran**

Kampung Leduwi merupakan salah satu sentra industri di Kota Semarang yang diharapkan dapat dijadikan sebagai destinasi wisata belanja dan berimplikasi pada peningkatan ekonomi di wilayah sekitar. Pariwisata dapat dijadikan sebagai alat pengembangan untuk menumbuhkan diversifikasi ekonomi, mengentaskan kemiskinan dan menciptakan hubungan yang baik antar stakeholders. Kampung Leduwi gagal menjadi destinasi wisata karena tidak ada partnership dalam pengelolaan industri kreatif sehingga pertumbuhan ekonomi menjadi lamban. Dibutuhkan sinergi antar stakeholder dan masyarakat guna merealisasikan Kampung Leduwi menjadi destinasi wisata. Hal ini tidak akan tercapai jika kemitraan yang baik tidak terbentuk diantara stakeholder.

Saran yang dapat kami berikan adalah sebagai berikut:

- 1) Melaksanakan musyawarah dalam kelompok terkecil. Hal ini bertujuan untuk menciptakan sinergi yang baik dari kelompok kecil tersebut (pengrajin) yang dapat dijadikan sebagai latihan bagi kelompok kecil untuk bermusyawarah dengan kelompok lain yang terkait. Musyawarah diharapkan dapat menjadi

sebuah pembelajaran bagi para pengrajin untuk membangun sebuah kelembagaan dalam paguyubannya serta melaksanakan secara maksimal untuk mencapai tujuan awal dibentuknya kelembagaan tersebut. Pembentukan kelembagaan juga akan memudahkan pihak terkait dalam melakukan pengawasan. Masyarakat diharapkan ikut berperan aktif dalam pengembangan wisata Kampung Leduwi.

- 2) Pemerintah diharapkan dapat memberikan pembelajaran yang nyata dengan melakukan pendampingan dan pengawasan terhadap kegiatan yang akan dilaksanakan. Menciptakan kerjasama dengan pihak swasta dalam membangun desa wisata. Pemerintah harus berperan sebagai fasilitator antara pihak swasta dan masyarakat. Diperlukan kajian mendalam untuk merancang serta menyusun rencana kerja dari program yang akan dilaksanakan.
- 3) Pihak swasta diharapkan ikut berinvestasi untuk mengembangkan Kampung Leduwi sebagai destinasi wisata. Sektor swasta diharapkan berorientasi pada publik bukan pada profit atau *business oriented*. Sektor swasta juga dituntut untuk menjaga kemitraan dengan semua pihak yang mendukung pengembangan wisata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kariada, N. *et al.* (2018) 'KAJIAN KEBIJAKAN PEMERINTAH KOTA SEMARANG DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF', I(2), pp. 131–142.
- Kurniawan, F., Zauhar, S. and Hermawan (2013) 'Kemitraan Pengelolaan Sektor Pariwisata', *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(1), pp. 47–55.
- Ningsih, C. *et al.* (2008) 'Caria Ningsih : Sinergitas Industri Kreatif Berbasis Pariwisata dengan Strategi Pembangunan Industri Nasional Menuju Globalisasi SINERGITAS INDUSTRI KREATIF BERBASIS PARIWISATA DENGAN STRATEGI PEMBANGUNAN INDUSTRI NASIONAL MENUJU GLOBALISASI', (28).
- Nurchayati and Ratnawati, A. T. (2016) 'Strategi Pengembangan Industri Kreatif Sebagai Penggerak Destinasi Pariwisata Di Kabupaten Semarang', *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call for Papers Unisbank (Sendi\_U)*, 2, pp. 810–819.
- OECD (2014) *OECD Studies on Tourism : Tourism and the Creative Economy*. doi: 10.1787/9789264207875-en.
- Priyadi, B. P. and Astuti, R. S. (no date) 'PENGEMBANGAN SOCIAL CAPITAL DALAM MENUMBUHKAN INDUSTRI KREATIF (STUDI KASUS KERAJINAN BAHAN IMITASI DI KELURAHAN SARIREJO KECAMATAN SEMARANG TIMUR)', *The Role of Government*, p. 231.

---

United Nations Conference on Trade and Development (2018) 'Creative Economy Outlook Trends in International Trade in Creative Industries 2002-2015 Country Profiles 2005-2014', p. 161.

Utama, I. G. B. R. (2013) 'Pengembangan Wisata Kota Sebagai Pariwisata Masa Depan Indonesia', in *Seminar Nasional Penataan Ruang Berkearifan Lokal dalam Pengembangan Berkelanjutan*. Denpasar, p. 14. doi: 10.13140/RG.2.1.1010.7044.

Wahyuni, R. E. A. E. (2014) 'Sinergi kemitraan antara pemerintah, swasta, dan masyarakat dalam pengembangan wisata pedesaan tanjung di kabupaten sleman', III(vol . III Nomor. 1), pp. 69–104.