



## WISATA BUDAYA KAMPUNG JAWI DI KOTA SEMARANG BERDASARKAN ASPEK PERMINTAAN DAN PENAWARAN

### KAMPUNG JAWI CULTURAL TOURISM IN SEMARANG BASED SUPPLY AND DEMAND

Loveani Yastika Putri <sup>1</sup>, Bitta Pigawati <sup>2</sup>

<sup>1</sup> Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota; Universitas Diponegoro, Semarang, Jawa Tengah; loveaniyastika@gmail.com

<sup>2</sup> Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota; Universitas Diponegoro, Semarang, Jawa Tengah; bitta.pigawati@gmail.com

#### Info Artikel:

- Artikel Masuk: 22 Februari 2019
- Artikel diterima: 15 Agustus 2019
- Tersedia Online: 30 September 2019

#### ABSTRAK

Kampung Jawi merupakan salah satu kampung tematik di Kota Semarang yang dikembangkan sebagai kawasan wisata dengan mengangkat potensi kebudayaan Jawa. Dalam pelaksanaan kegiatan wisata, Kampung Jawi menghadapi kendala keterbatasan masyarakat dalam pengembangan kegiatan wisata dan mendatangkan wisatawan. Kampung Jawi yang saat ini berada pada tahap awal perkembangan sebagai kawasan wisata memiliki kendala berupa masih minimnya sarana dan prasarana pendukung wisata, promosi, dan pelayanan. Dalam pelaksanaan kegiatan wisata kesesuaian antara penawaran dan permintaan wisata dibutuhkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kesesuaian permintaan dan penawaran wisata di Kampung Jawi yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Dalam mencapai tujuan penelitian digunakan metode kualitatif dan kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian meliputi observasi lapangan, wawancara, dan kuisioner. Hasil penelitian menunjukkan atraksi wisata memiliki pengaruh terbesar dalam penawaran wisata dan mempengaruhi penawaran wisata lainnya yaitu pelayanan, informasi, transportasi, sarana dan prasarana penunjang wisata. Karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Kampung Jawi didominasi oleh wisatawan lokal, usia produktif, dan motif utama untuk edukasi. Berdasarkan hasil analisis didapat kesesuaian antara penawaran wisata dan permintaan wisata yaitu kesesuaian antara atraksi dan motif wisata berupa budaya. Namun dalam pelaksanaan kegiatan wisata kemampuan masyarakat dalam menyediakan atraksi wisata dan ekspektasi wisatawan terhadap atraksi wisata belum sesuai.

**Kata Kunci:** Kampung Jawi, wisata, penawaran wisata, permintaan wisata

#### ABSTRACT

Kampung Jawi is one of the thematic kampong in the city of Semarang which was developed as a tourist area with Javanese cultural potential. In carrying out tourism activities, Kampong Jawi carried out community negotiations in developing tourism activities and bringing in tourists. Kampong Jawi which is currently in the early stages of development as a tourist area has a small number of supporting facilities, tourism, promotion and service facilities. In implementing appropriate tourism activities Conformity between tourist demand and demand is needed. This study examines the demand for suitability and travel offers in Kampung Jawi that have never been done before. In achieving the research objectives, qualitative and quantitative methods are used with descriptive analysis techniques. Research instruments used in field observation research, interviews, and questionnaires. The results of the study show that there are the biggest bids in travel deals and influence other travel offers such as services, information, transportation, tourist support facilities and infrastructure. The characteristics of tourists visiting Kampung Jawi are read by local tourists, productive age, and the main motives for education. Based on the results of the analysis, it was found that there was a match between travel offers and tourist demand, namely the compatibility between demand and tourism motifs containing culture. However, in carrying out tourism activities the community supports the provision and expectations of tourists for inappropriate tourism assistance.

**Keyword:** Kampong Jawi, tourism, supply, demand

Copyright © 2016 GJGP-UNDIP

This open access article is distributed under a

Creative Commons Attribution (CC-BY-NC-SA) 4.0 International license.

## 1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan industri yang didorong pesat perkembangannya karena efektif dalam mengembangkan ekonomi, sosial, dan budaya secara bersamaan. Pariwisata dapat diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat dan wisatawan (Soekadijo, 1996). Salah satu bentuk wisata yang banyak dikembangkan saat ini yaitu dalam bentuk desa wisata atau kampung wisata. Pengembangan wisata dalam bentuk kampung wisata sangat dipengaruhi oleh masyarakat sebagai pelaku utama kegiatan wisata. Wisata dengan bentuk kampung wisata di Kota Semarang dapat dijumpai pada kampung-kampung tematik. Kampung tematik di Kota Semarang terbentuk melalui program “Gerbang Hebat” pada tahun 2016 sebagai bentuk inovasi dalam penanganan kemiskinan dan permukiman kumuh khususnya di kampung kota. Kampung tematik yang berpotensi selanjutnya dikembangkan menjadi destinasi wisata Kota Semarang. Pengembangan sektor pariwisata di kampung tematik merupakan salah satu upaya strategis untuk mengatasi permasalahan kemiskinan dan mengembangkan potensi kampung.

Program pengembangan kampung tematik di Kota Semarang dilakukan dalam periode waktu yang singkat yaitu satu tahun berdampak pada kesiapan kampung baik secara teknis pelaksanaan wisata maupun dalam mengembangkan wisata. Maka tidak jarang dalam pelaksanaan wisata sering mengalami stagnansi penawaran atraksi wisata sehingga tidak dapat memenuhi permintaan wisatawan, kurangnya kapasitas masyarakat dalam mengelola wisata, serta kurangnya kesiapan fasilitas penunjang wisata. Kampung wisata disatu sisi memberikan peluang yang lebih besar bagi masyarakat untuk mendapatkan manfaat secara langsung dari kegiatan wisata namun disisi lain memiliki tantangan yaitu kemampuan masyarakat dalam mengelola kegiatan dan mengembangkan atraksi wisata, penyediaan sarana dan prasarana penunjang wisata. Untuk itu kelayakan finansial, sosial, dan ekonomi desa wisata akan menentukan keberlangsungan pengembangan kampung wisata (Sesotyaningtyas & Manaf, 2015). Keberlangsungan kampung tematik sangat dipengaruhi oleh kesesuaian tema yang diangkat dengan karakteristik kampung, kematangan konsep dan teknis pelaksanaan, serta partisipasi oleh masyarakat (Tamara & Rahdriawan, 2018). Oleh sebab itu terdapat kampung tematik yang sulit berkembang bahkan tidak berjalan setelah berakhirnya program.

Salah satu kampung tematik yang tetap berkembang sebagai kawasan wisata yaitu Kampung Jawi yang terdapat di Kelurahan Sukorejo, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang. Kampung Jawi termasuk salah satu proyek percontohan kampung tematik dengan mengikat potensi bertema kebudayaan Jawa. Secara kuantitas kunjungan wisatawan cenderung stagnan dan hanya mengalami sedikit perkembangan. Kampung Jawi telah terdapat kelompok sadar wisata dan masyarakat yang aktif dalam mengelola kegiatan wisata. Namun dalam pelaksanaan Kampung Jawi sebagai kawasan wisata masih terdapat kelompok masyarakat yang kontra dengan dikembangkannya kegiatan pariwisata di Kampung Jawi. Dengan demikian dibutuhkan waktu yang lebih lama dan pendekatan yang lebih baik untuk membentuk persepsi masyarakat agar mau terlibat dalam kegiatan wisata. Selain itu karakteristik masyarakat yang sebagian besar merupakan buruh industri menyebabkan penyelenggaraan kegiatan wisata hanya dapat dilakan pada hari libur. Permintaan kegiatan wisata pada hari kerja dapat dilakukan namun masyarakat tidak dapat melayani wisatawan dengan maksimal.

Jika ditinjau dari sarana pendukung dan infrastruktur untuk kegiatan wisata, promosi, pendanaan di Kampung Jawi juga masih minim. Atraksi dalam bentuk fisik lingkungan yang mencirikan kebudayaan Jawa hanya berupa mural di beberapa lokasi saja. Selain itu terbatasnya kondisi sarana dan prasarana penunjang seperti lebar jalan masih sempit dan sering rusak, longsor disekitar jembatan penghubung Kampung Jawi yang mengakibatkan terputusnya akses menuju kawasan. Saat berlangsungnya kegiatan wisata untuk parkir kendaraan juga masih dilakukan disepanjang jalan atau dipekarangan rumah warga sehingga tidak dapat memuat kendaraan dengan ukuran besar seperti bis. Sarana penunjang wisata seperti toilet umum dan toko souvenir yang merupakan sarana dasar yang umumnya terdapat pada lokasi wisata juga masih belum tersedia. Hal ini menjadi tantangan bagi Kampung Jawi dalam kegiatan pariwisata.

Pelaksanaan kegiatan wisata erat kaitannya dengan penawaran dan karakteristik wisatawan akan membentuk suatu sistem penawaran dan permintaan wisata. Kesesuaian antara penawaran wisata dan permintaan wisata akan menghasilkan kegiatan wisata yang berkelanjutan. Penelitian terhadap penawaran

dan permintaan wisata telah pernah dilakukan sebelumnya. Afif dan Pigawati (2017) melakukan penelitian mengenai pengembangan wisata Vihara Buddhagaya Watugong Sebagai Objek Wisata di Kota Semarang dengan menggunakan analisis SWOT terhadap penawaran dan permintaan wisata. Kondisi atraksi, informasi, sarana prasarana, promosi dan informasi yang paling berpengaruh terhadap wisata. Wibowo dan Ma'rif (2014) juga melakukan penelitian strategi pengembangan Desa Rahtawu terdapat tingkatan elemen-elemen yang berpengaruh dalam kegiatan wisata yaitu atraksi wisata pada tingkat pengaruh besar atau utama, pada tingkat pengaruh kedua berupa transportasi, akomodasi dan promosi, dan pengaruh terendah datang dari wisatawan itu sendiri. Penelitian ini lebih berfokus kepada pengembangan strategi dari penawaran dan permintaan wisata. Penelitian lainnya juga dilakukan mengenai upaya peningkatan kegiatan wisata melalui daya tarik wisata pada kampung wisata melalui analisis hubungan sebab akibat oleh Cahyanti dan Anjaningrum (2017) dimana atraksi wisata memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan citra yang berusaha ditampilkan oleh objek wisata itu sendiri.

Secara lebih spesifik penelitian terhadap penawaran dan permintaan wisata juga telah banyak dilakukan. Kay (2009) secara spesifik melakukan penelitian terhadap motivasi wisata budaya dimana sebagian besar wisatawan melakukan perjalanan wisata untuk menghadiri atraksi budaya, relaksasi, pengakuan sosial, dan mempelajari budaya lokal. Kastenholz, Carneiro, dan Eusébio, (2013) juga melakukan penelitian pengaruh sosio demografis wisatawan berupa tingkat pendapatan, usia, tingkat pendidikan dengan perilaku perjalanan wisatawan. Nilnoppakun dan Ampavat (2015) juga menyebutkan kualitas perjalanan wisata dapat dinilai dari atraksi dan aktivitas yang dilakukan wisatawan, kemudahan layanan, dan komponen sosial. Pengelolaan wisata dapat dilihat dari kemampuan pengelolaan sarana desa wisata, pengelolaan kegiatan atau paket wisata, dan perawatan objek wisata (Prafitri & Damayanti, 2016). Kegiatan wisata di Kampung Jawi memiliki kesamaan dengan pariwisata di desa wisata dimana masyarakat berperan sebagai pengelola utama. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya penulis selain menganalisis setiap komponen penawaran dan permintaan wisata juga menganalisis kesesuaian diantara keduanya. Penelitian sebelumnya lebih banyak meneliti penawaran dan permintaan wisata dalam bentuk perumusan strategi pengembangan wisata atau penelitian yang lebih terfokus pada elemen penawaran atau permintaan saja. Selain itu penelitian terhadap pelaksanaan kegiatan di kampung tematik juga jarang dilakukan khususnya di Kampung Jawi.

Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui kesesuaian penawaran dan permintaan wisata di Kampung Jawi. Untuk mencapai tujuan tersebut dilakukan analisis terhadap komponen penawaran wisata, permintaan wisata, dan kesesuaian antara penawaran dan permintaan wisata. Untuk itu penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam mengembangkan pariwisata di Kampung Jawi dan kampung tematik lainnya.

## 2. DATA DAN METODE

Pariwisata merupakan seluruh kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat dan wisatawan (Soekadji, 1996). Suyitno (2001) menjelaskan terdapat karakteristik kegiatan wisata yaitu bersifat sementara, memiliki tujuan bersenang-senang bukan untuk kegiatan pekerjaan atau mencari penghasilan, serta melibatkan komponen wisata berupa sarana transportasi, akomodasi, toko cendera mata serta pendukung lainnya. Kegiatan pariwisata merupakan suatu sistem dimana terdapat keterkaitan antara penawaran dan permintaan wisata. Salah kampung tematik yang masih terus konsisten dan terus berkembang sebagai kawasan wisata yaitu Kampung Jawi. Pariwisata merupakan suatu sistem yaitu penawaran berperan untuk memenuhi permintaan (Gunn & Var, 2002). Penawaran wisata dapat dijabarkan kedalam lima komponen yaitu atraksi wisata, transportasi, informasi, promosi, dan pelayanan yang berkaitan dengan daerah tujuan wisata. Suwanto (2004) juga membagi komponen daerah tujuan wisata menjadi 5 unsur yaitu objek dan daya tarik wisata, prasarana wisata, sarana wisata, tata laksana infrastruktur, serta masyarakat dan lingkungan. Sedangkan penawaran wisata didapat dari hasil segmentasi wisatawan. Keputusan wisatawan menentukan daerah tujuan wisata sangat berkaitan dengan kondisi sosiologis, psikologis, dan ekonomi wisatawan (Yoety, 2008). Kondisi sosiologis wisatawan berkaitan dengan sifat dan

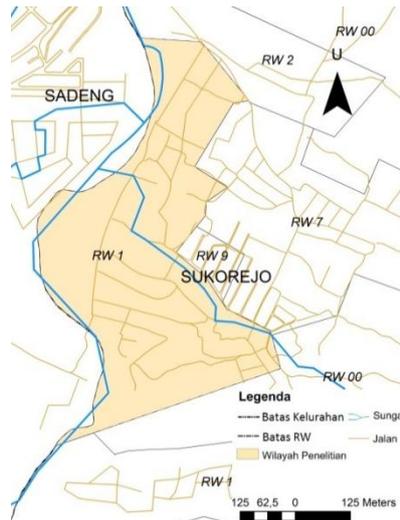
struktur wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata yang dapat dinilai dari usia wisatawan, jenis kelamin, profesi dan latar belakang pendidikan. Kondisi psikologis wisatawan berkaitan erat dengan motif perjalanan wisata yang dilakukan. Sedangkan kondisi ekonomi wisatawan yaitu berupa kemampuan daya beli wisatawan untuk mengakses pariwisata. Soekadijo (1996) menggambarkan keterkaitan antara wisatawan daerah tujuan wisata yaitu dengan adanya komplementaritas anatara motif wisata dan atraksi wisata, komplementaritas kebutuhan wisatawan dengan jasa wisata, transferabilitas yang dipengaruhi oleh konektifitas antar daerah, penghalang antar daerah, dan ketersediaan jasa angkutan dan promosi.

Kampung tematik salah satunya Kampung Jawi merupakan salah satu program pemerintah Kota Semarang dalam rangka mengatasi masalah kemiskinan dan permukiman kumuh melalui pengembangan potensi lokal (Bappeda Kota Semarang, 2017). Kampung tematik dibentuk untuk meningkatkan ikatan sosial masyarakat dan sebagai sumber pendapatan tambahan melalui pengembangan tema tertentu yang dapat diangkat dari kuliner, kerajinan, sejarah dan lainnya (Kłoczko-GAJewsKA, 2013). Konsep desa tematik tidak hanya berbentuk pada fasilitasi dan melibatkan masyarakat namun lebih kepada mendorong masyarakat untuk melakukan pengembangan (Idziak, Majewski, & Zmysłony, 2015). Pada tahun 2016 hingga 2018 program kampung tematik telah dilaksanakan di 177 kampung yang tersebar baik di pinggiran kota maupun dipusat Kota Semarang. Durasi pelaksanaan program kampung tematik untuk setiap kampungnya yaitu satu tahun. Setelah program kampung tematik berakhir pengembangan lebih lanjut diserahkan kepada masyarakat. Hasil dari pelaksanaan program kampung tematik berupa kondisi lingkungan yang lebih tertata dan menarik, berkembangnya potensi kawasan baik berupa kebudayaan, kerajinan, UMKM dan kondisi sosial masyarakat. Setelah berakhirnya program kampung tematik terdapat kampung tematik yang tidak berjalan dan kampung tematik yang masih konsisten berjalan dan semakin berkembang. Keberlanjutan kampung tematik dipengaruhi oleh faktor kesiapan konsep perencanaan, kesiapan teknis proses pelaksanaan, kesesuaian tema dengan potensi kampung, dan kesadaran masyarakat yang didukung dengan pengetahuan mengenai kampung tematik (Tamara & Rahdriawan, 2018).

Kampung Jawi merupakan salah satu permukiman yang terletak di Kelurahan Sukorejo, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang. Tujuan terbentuknya Kampung Jawi yaitu untuk menjaga nilai-nilai masyarakat serta melestarikan kesenian tradisional Jawa. Pada tahun 2016 Kampung Jawi dipilih sebagai salah satu wilayah percontohan untuk program kampung tematik dengan mengangkat potensi berupa kebudayaan Jawa. Program kampung tematik berjalan selama satu tahun dengan kegiatan berupa perbaikan infrastruktur dalam bentuk perbaikan jalan, penataan permukiman, perbaikan saluran drainase, dan pembangunan pembangunan gapura Kampung Jawi. Tidak hanya perbaikan infrastruktur namun juga dilakukan pengembangan sumberdaya manusia melalui pelatihan-pelatihan. Keberadaan Kampung Jawi menarik perhatian pengunjung untuk belajar dan melakukan wisata budaya. Kegiatan pariwisata berperan untuk menjaga dan menunjang keberlanjutan kegiatan budaya oleh masyarakat (Chai, 2011).

Secara administrasi Kampung Jawi terletak di Kelurahan Sukorejo Kecamatan Gunungpati Kota Semarang. Kampung Jawi mencakup seluruh bagian RW 1 atau dikenal dengan nama Kalialang Lama dengan luas 24 Ha. Kampung Jawi merupakan salah satu bentuk kampung kota yang terletak dipinggiran Kota Semarang. Berikut merupakan wilayah Kampung Jawi.

Potensi Wisata Kampung Jawi berupa potensi budaya dalam bentuk kegiatan kesenian, kehidupan sosial masyarakat, event wisata, mainan tradisional dan lingkungan kawasan yang bercorak tradisional Jawa. Kegiatan kesenian berupa reog, jathilan, tari jawa, ketoprak, dan karawitan. Kegiatan event wisata terdiri dari Pasar Jaten yang diselenggarakan rutin setiap 35 hari sekali dan apabila ada permintaan khusus dan wiwitan Kampung Jawi berupa rangkaian kegiatan untuk memperingati hari jadi kampung Jawi yang dilaksanakan satu tahun sekali. Potensi sosial masyarakat di Kampung Jawi dilihat dari kegiatan sehari-hari masyarakat yaitu semangat gotong royong, keramah tamahan masyarakat, dan kegiatan rutin dalam melestraikan kebudayaan seperti latihan kesenian yang diikuti oleh seluruh masyarakat kampung Jawi.



Sumber: Interpretasi Citra Google Earth, 2018

**Gambar 1.** Peta Kampung Jawi



Sumber: Hasil observasi, 2018

**Gambar 2.** Atraksi Wisata Kampung Jawi

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kuantitatif digunakan untuk melakukan pengukuran terhadap data secara statistik. Sedangkan metode kualitatif digunakan untuk mempertajam hasil analisis ymetode kuantitatif melalui analisis yang lebih mendalam. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Sedangkan metode analisis yang digunakan berupa analisis deskriptif kualitatif, deskriptif kuantitatif dan kesesuaian permintaan dan penawaran wisata.

#### 2.1 Analisis penawaran wisata

Analisis ini digunakan untuk mengetahui kondisi penawaran wisata di Kampung Jawi dengan cara mendeskripsikan setiap variabel penawaran wisata. Penawaran wisata merupakan produk berupa barang atau jasa yang ditawarkan kepada wisatawan baik secara langsung maupun melalui perantara (Yoety, 2008). Variabel yang digunakan berupa atraksi wisata, pelayanan, informasi dan promosi, transportasi, sarana dan prasarana, sosial masyarakat dan kelembagaan sebagai pengelola kawasan wisata Kampung Jawi. Teknik analisis yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Data yang digunakan dari hasil observasi dan wawancara dengan stakeholder yaitu tokoh Kampung Jawi, Pemerintah Kelurahan Sukorejo, pemerintah Kelurahan Gunungpati, Bappeda Kota Semarang dan Dinas Pariwisata Kota Semarang. Hasil analisis berupa kondisi penawaran eksisting yang ada di Kampung Jawi.

#### 2.2 Analisis permintaan wisata

Analisis ini digunakan untuk mengetahui kondisi permintaan wisata Kampung Jawi dengan cara mendeskripsikan setiap variabel permintaan wisata. Permintaan wisata merupakan keinginan calon wisatawan yang didukung dengan kemampuan daya beli dari wisatawan. Analisis meliputi kondisi

sosioekonomi, geografis, produk wisata, dan psikografis. Penilaian permintaan wisata berdasarkan indikator sosioekonomi/ demografis dapat dilihat jenis kelamin, usia, pekerjaan, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan. Analisis geografis wisatawan dilakukan dengan melihat daerah asal wisatawan yang berkunjung ke Kampung Jawi. Analisis produk wisata merupakan hasil dari berbagai kegiatan baik berupa barang maupun jasa wisata (Suwanto, 2004). Teknik analisis berupa deskriptif statistik. Data didapat dari kuisisioner pengunjung Kampung Jawi dengan jumlah sampel 40 orang. Teknik pengambilan sampel yaitu *insidental sampling* yang diambil saat kegiatan pasar Jaten Kampung Jawi dan *purposive sampling* dengan kriteria yaitu pengunjung bukan merupakan masyarakat Sukorejo, tujuan perjalanan merupakan kunjungan wisata, dan untuk rombongan hanya diambil beberapa perwakilan saja sebagai responden. Hasil analisis ini adalah kondisi permintaan wisata di Kampung Jawi.

### 2.3 Analisis kesesuaian penawaran dan permintaan wisata

Analisis ini digunakan untuk mengetahui kesesuaian permintaan dan penawaran wisata Kampung Jawi dengan cara membandingkan kondisi permintaan dan penawaran wisata Kampung Jawi. Kesesuaian permintaan dan penawaran wisata dilihat dari komplementaritas motif dan atraksi wisata, komplementaritas kebutuhan wisatawan dengan jasa, sarana dan prasarana wisata, transferabilitas dan pemasaran/promosi. Hasil analisis ini berupa kesesuaian antara penawaran dan permintaan wisata.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penawaran Wisata Kampung Jawi

#### a. Atraksi

Atraksi wisata di kampung Jawi berkembang dari modal potensi budaya. Atraksi wisata di Kampung Jawi dapat ditemukan dalam bentuk *act* (tingkah laku) yang berupa kesenian tradisional, kearifan lokal masyarakat, event kebudayaan, dan bentuk *artifact* (hasil karya) yaitu kondisi fisik lingkungan yang berada di kampung Jawi. Berdasarkan hasil responden atraksi yang paling berpengaruh terhadap pilihan kunjungan wisata yaitu berupa kesenian tradisional yaitu 52%, dan ketertarikan terhadap kondisi sosial masyarakat yaitu sebesar 35%, lingkungan kampung 13 % dan lainnya 8%. Kesenian tradisional dapat dikategorikan sebagai atraksi penangkap yaitu atraksi yang membuat ketertarikan awal pengunjung untuk berwisata ke Kampung Jawi. Atraksi wisata sebagian besar dapat ditemukan dalam event- event wisata yaitu Pasar Jaten yang dilaksanakan setiap bulan pada hari ahad legi dan memetri Kampung Jawi yang merupakan event tahunan pada bulan november. Event budaya sebagian besar berkembang dari tatanan hidup bermasyarakat yang fungsinya bergeser sebagai sarana promosi. Kehidupan sosial masyarakat merupakan atraksi penahan yaitu atraksi yang membuat pengunjung menghabiskan waktu lebih lama dan berulang. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya berperan sebagai penyedia layanan wisata namun juga menjadi bagian dari atraksi wisata itu sendiri. Nilai-nilai sosial masyarakat dapat dilihat dari tata cara hidup bermasyarakat yang masih menjunjung nilai-nilai kebersamaan serta konsisiten dalam menjaga nilai-nilai budaya. Kegiatan masyarakat sebagian besar diakses oleh wisatawan dalam bentuk paket wisata dalam durasi waktu yang lebih lama. Paket wisata kampung Jawi telah diminati oleh wisatawan baik dalam Kota Semarang maupun luar Kota Semarang dengan total kunjungan 7 kali. Kondisi sosial masyarakat Kampung Jawi memberikan kepuasan terhadap pengunjung sehingga membuat wisatawan mau mengunjungi Kampung Jawi.



Sumber: Hasil observasi, 2018

**Gambar 3.** Atraksi Wisata Kampung Jawi

#### **b. Pelayanan**

Pelayanan wisata di Kampung Jawi berupa jasa pemandu wisata yang dikelola oleh masyarakat dan dikoordinatori oleh Kelompok Sadar Wisata Kampung Jawi. Berdasarkan hasil responden semua mengaku puas terhadap mutu pelayanan yang diberikan. Dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung masyarakat Kampung Jawi terkendala untuk merespon permintaan kunjungan pada hari kerja. Masyarakat Kampung Jawi sebagai penyedia layanan sebagian besar berprofesi sebagai buruh industri menyebabkan kurang optimalnya pelayanan wisata pada hari kerja. Pemberian layanan wisata sangat dipengaruhi oleh sesaran manaat yang diterima oleh pemandu wisata (Salazar, 2012). Kampung Jawi yang berada pada fase awal perkembangan wisata dampak wisata terhadap perekonomian masyarakat masih belum terlalu banyak sehingga pekerjaan sebagai buruh industri masih merupakan prioritas pendapatan. Dengan demikian pelaksanaan kegiatan wisata masih sangat dipengaruhi kemampuan masyarakat Kampung Jawi dalam memberikan pelayanan.

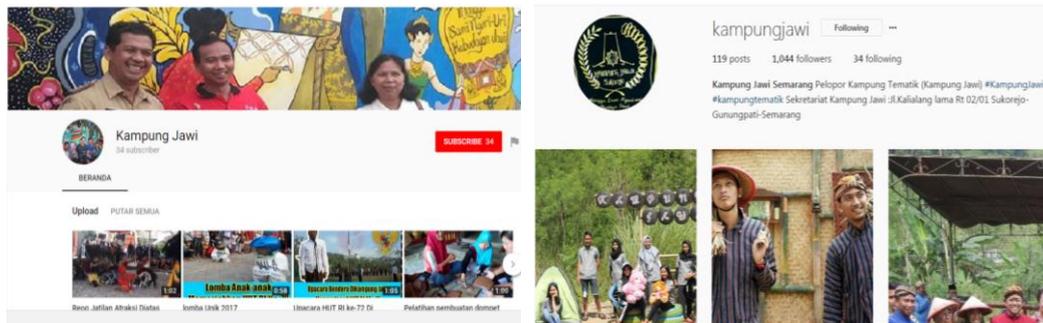
#### **c. Informasi dan promosi**

Promosi wisata Kampung Jawi dilakukan oleh masyarakat bekerjasama dengan pemerintah. Promosi Kampung Jawi yang dilakukan oleh masyarakat dengan cara promosi-promosi melalui media sosial seperti instagram, youtube, promosi dari mulut kemulut, serta promosi dalam bentuk pamflet. Berdasarkan respon pengunjung informasi sebagian besar sumber informasi wisata Kampung Jawi didapat dari teman dan kerabat yaitu 65%, media sosial 19% dan internet dan media massa sebesar 8%. Pengaruh promosi melalui teman dan kerabat masih mendominasi di Kampung Jawi. Faktor kepercayaan terhadap pemberi informasi berpengaruh besar terhadap keputusan perjalanan. Pengelolaan promosi wisata melalui media sosial dilakukan secara langsung oleh pengurus Kampung Jawi. Sosial media mempengaruhi permintaan dan penawaran wisata melalui interaksi aktif antara penyedia wisata dengan wisatawan dan memberikan gambaran penilaian wisatawan terhadap layanan wisata (Királ'ová & Pavličeka, 2015). Promosi yang dilakukan melalui media sosial masih belum konsisten karena masyarakat masih belum bisa memenuhi ekspektasi pengunjung. Kegiatan promosi dan kelengkapan informasi memiliki peran penting dalam mengubah sikap dan motivasi untuk berwisata budaya (Kay, 2009). Promosi wisata oleh pemerintah, tokoh masyarakat, dan media masa hanya sebagai pendukung promosi agar jangkauan informasi wisata di Kampung Jawi lebih luas. Namun intensitas promosi dari pihak eksternal semakin lama mengalami penurunan. Untuk itu inovasi terhadap atraksi wisata perlu dilakukan adanya peningkatan atau perbaharuan sehingga akan mengundang bantuan promosi dari berbagai pihak.

#### **d. Transportasi**

Pengguna moda transportasi oleh wisatawan didominasi oleh penggunaan sepeda motor yaitu 77%, mobil 15% dan transportasi umum 8%. Kendaraan umum yang digunakan merupakan kendaraan umum yang disewa secara khusus dan transportasi online. Penggunaan sepeda motor sebagian besar didominasi oleh pengunjung yang berasal dari Kota Semarang. Kecenderungan penggunaan moda transportasi

didominasi oleh kendaraan pribadi untuk kunjungan dalam skala kecil. Kunjungan dalam jumlah besar dan wisatawan dari luar kota sebagian besar menggunakan moda transportasi mini bus atau menyewa kereta wisata Goa Kreo akibat ukuran jalan yang sempit. Dengan demikian wisatawan yang melakukan rangkaian wisata harus mengeluarkan uang tambahan untuk penyewaan kendaraan agar dapat mengakses Kampung Jawi. Penggunaan moda transportasi sebagai dalam wisata lokasi, fasilitas, dan biaya yang dikeluarkan (Suyitno, 2001).



Gambar 4. Media Promosi Kampung Jawi

#### e. Sarana dan prasarana

Sarana dan prasarana wisata sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan kegiatan wisata. Sarana dan prasarana wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan di kampung Jawi masih minim. Kampung Jawi memiliki sarana penunjang kegiatan wisata berupa musholla dan kantor kesekretariatan. Kantor kesekretariatan terletak di rumah ketua RW 1 yang berfungsi sebagai tempat pelaksanaan kegiatan latihan kesenian, penyimpanan peralatan-peralatan kesenian, kegiatan pelatihan-pelatihan serta tempat menjamu wisatawan yang datang ke Kampung Jawi. Kegiatan dengan skala yang lebih besar seperti pertunjukan kesenian, permainan tradisional, Pasar Jaten dan spot foto terdapat dilapangan Kampung Jawi dengan luas 2.800 m<sup>2</sup>. Sarana dasar yang tidak terdapat di Kampung Jawi berupa toilet umum dan parkir kendaraan. Toilet dapat diakses pengunjung dengan menumpang di rumah warga sedangkan untuk parkir masih berupa halaman milik warga atau lahan disepanjang jalan. Prasarana penunjang wisata di Kampung Jawi berupa jalan lingkungan yang menghubungkan kampung Jawi dengan wilayah disekitarnya. Lebar jalan di Kampung Jawi yaitu 2,5 meter- 3 meter sehingga tidak dapat dilewati oleh kendaraan berukuran besar seperti bus. Kondisi jalan yang sering mengalami kerusakan akibat kondisi tanah yang labil dan sering longsor sering mengakibatkan terganggunya akses menuju Kampung Jawi. Selain itu lokasi peletakan pipa PDAM disekitar jembatan penghubung juga sering menyebabkan pengerusan tanah hingga longsor hingga akses jalan terputus.



Gambar 5. Sarana dan Prasarana Wisata Kampung Jawi

Keterbatasan penyediaan sarana dan prasarana dipengaruhi oleh belum adanya alokasi dana khususnya untuk peningkatan sarana dan prasara pendukung wisatawan. Pengelolaan yang sebagian besar berupa swadaya belum dapat memenuhi kebutuhan pengembangan sarana dan prasarana. Kondisi perekonomian masyarakat yang sebagian besar merupakan buruh membuat keterbatasan untuk

melakukan pembangunan. Pengembangan infrastruktur dapat meningkatkan kunjungan (Wibowo & Ma'rif, 2014). Dengan adanya prasarana dan sarana pariwisata yang memadai akan meningkatkan aksesibilitas objek wisata sehingga akan menambah daya tarik dari objek wisata.

#### f. Masyarakat dan Kelembagaan

Pengembangan wisata Kampung Jawi melibatkan peran mulai dari masyarakat, Kelompok Sadar Wisata, Dinas Pariwisata Kota Semarang, Bappeda Kota Semarang, pemerintah kelurahan Sukorejo, pemerintah kecamatan Sukorejo, serta bekerjasama dengan lembaga pendidikan dan CSR. Terbatasnya pengetahuan masyarakat pengembangan kampung tematik juga harus melibatkan pihak eksternal seperti saran tenaga ahli untuk melakukan penilaian dan mengembangkan produk, investasi, dan dukungan public (Idziak et al., 2015). Peran terpenting dipegang oleh masyarakat yang merupakan pengelola utama yang mempengaruhi keberlangsungan kegiatan wisata. Pemerintah berperan dalam memberikan pelatihan, promosi dan pengawasan terhadap keberjalanan kegiatan wisata. Setelah berakhirnya program kampung tematik peran pemerintah khususnya dalam bentuk bantuan pendanaan. Kondisi ini menyebabkan masyarakat kesulitan dalam pengembangan pariwisata khususnya dalam pengembangan fisik kawasan untuk mendukung kegiatan wisata.

Setelah berakhirnya program kampung tematik salah satu solusi dalam menghadapi permasalahan pendanaan oleh pihak kecamatan yaitu melalui penggunaan anggaran-anggaran yang dapat disusun oleh Kelurahan Sukorejo dalam musrenbang. Namun dalam pelaksanaannya usulan anggaran pendanaan hanya disusun untuk kegiatan pembangunan yang lebih bersifat mendesak dan hanya berlaku untuk fasilitas tertentu seperti perbaikan jalan. Oleh karena itu masyarakat Kampung Jawi berinisiatif untuk menjalin kerjasama dan mendapatkan bantuan dari luar melalui kerjasama dengan pihak swasta. Dalam pelaksanaannya Kampung Jawi terkendala oleh legalitas Kampung Jawi secara administratif sehingga sulit mendapatkan bantuan. Pada bulan Agustus tahun 2018 Kampung Jawi berinisiatif mendaftarkan diri sebagai yayasan yang berbadan hukum untuk memudahkan pendanaan, menarik investor dan proses administrasi. Kampung tematik yang telah berbadan hukum cenderung lebih mudah mendapatkan bantuan pendanaan (Kłoczko-GAJewsKA, 2013). Penggunaan sertifikat badan hukum baru dapat digunakan 2 tahun setelah tanggal penerbitan.

Berdasarkan hasil permintaan wisata maka secara didapat kondisi penawaran wisata adalah sebagai berikut :

**Tabel 1** Kondisi Penawaran Wisata Kampung Jawi

JENIS	ANALISIS
<b>Atraksi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atraksi yang paling berpengaruh terhadap kunjungan wisata berupa kesenian tradisional sebagai atraksi penangkap dan sosial masyarakat sebagai atraksi penahan yang membuat wisatawan menghabiskan waktu lebih lama di kampung Jawi</li> <li>- Terdapat perbedaan karakteristik wisata dalam bentuk event wisata dan paket wisata. Pada event wisata semua pengunjung dapat menjumpai hampir keseluruhan atraksi wisata namun waktu pelaksanaan terlalu singkat pada pagi sehingga wisatawan yang datang sebagian besar dari lokasi yang berdekatan dengan Kampung Jawi. Paket wisata memiliki keunggulan waktu lebih fleksible dan pelaksanaan kegiatan dapat disesuaikan dengan kebutuhan wisata sehingga cocok untuk wisata edukasi.</li> </ul>
<b>Pelayanan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profesi masyarakat yang sebagian besar merupakan buruh industri berpengaruh terhadap pelaksanaan kegiatan dimana permintaan wisata dalam bentuk paket wisata skala besar sulit untuk dilayani pada hari-hari kerja. Untuk pelayanan paket wisata dengan skala kecil seperti dari sekolah di Kota Semarang masih bisa terlayani dengan baik karena tidak mengikut sertakan banyak pihak dalam pelayanan.</li> </ul>

JENIS	ANALISIS
<b>Informasi dan Promosi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publikasi oleh media eksternal Kampung Jawi baik dari pemerintah maupun media masa mengalami hanya dilakukan pada saat awal setelah peresmian Kampung Jawi dan setelah itu mengalami penurunan</li> <li>- Kurang aktifnya publikasi oleh masyarakat khususnya pada media masa karena merasa masih kurangnya atraksi wisata dimana ekpektasi dan realita kondisi atraksi wisata</li> </ul>
<b>Transporatsi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wisatawan dari dalam Kota Semarang sebagian besar menggunakan kendaraan pribadi sehingga tidak terdapat kendala</li> <li>- Wisatawan dari luar kota dengan jumlah besar yang sebagian besar melakukan rangkaian kegiatan wisata harus mengeluarkan biaya tambahan untuk menyewa minibus atau kereta wisata akibat keterbatasan akses oleh bis</li> <li>- Kampung Jawi tidak dijangkau oleh kendaraan umum seperti angkutan kota atau dan BRT Semarang</li> </ul>
<b>Sarana dan Prasarana</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prasarana berupa jalan rentan mengalami kerusakan berulang akibat longsor dan gerakn tanah di pinggiran sungai</li> <li>- Belum terdapatnya fasilitas umum untuk wisatawan seperti toilet umum, homestay, toko oleh-oleh yang merupakan hal penting dalam Kegiatan Wisata</li> </ul>
<b>Masyarakat dan Kelembagaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Program kampung tematik sebagian besar hanya bertujuan untuk pengadaan fasilitas untuk perbaikan permukiman dan tidak ada alokasi untuk pembangunan fasilitas untuk wisatawan</li> <li>- Pengembangan fasilitas penunjang wisata terkendala oleh status kepemilikan lahan yang digunakan untuk kegiatan wisata lahan yang belum jelas sehingga tidak dapat dikembangkan masih terdapat perbedaan pendapat masyarakat dalam menggunakan</li> <li>- Sulitnya mengakses bantuan pendanaan dari lembaga-lembaga bantuan karena Kampung Jawi belum aktif sebagai badan hukum</li> </ul>

Sumber : hasil analisis, 2018

## Permintaan Wisata Kampung Jawi

### a. Sosioekonomi

Tingkat pendidikan dan pendapatan berbanding lurus dengan kebutuhan wisata khususnya untuk kegiatan yang bersifat edukasi (Patria, 2015). Berdasarkan penelitian kunjungan wisatawan pada event-event Kampung Jawi sebagian besar pengunjung dengan rentan usia 20-39 tahun yaitu sebesar 70% , usia 40-49 tahun sebesar 17%, besar dari 50 tahun sebesar 8%, dan pengunjung kurang dari 20 tahun sebesar 5%. Berdasarkan jenis pekerjaan pengunjung kampung Jawi sebagian besar merupakan pelajar atau mahasiswa yaitu 63% dari pengunjung. Sedangkan untuk tingkat pendidikan terakhir yaitu didominasi oleh SMA sebesar 70%. Dari data ini didapat bahwa terdapat kesesuaian antara usia, pekerjaan , dan pendidikan terakhir.

Tingkat pendapatan sangat berhubungan dengan kemampuan daya beli wisatawan dalam mengakses suatu kegiatan wisata. Berdasarkan analisis yang dilakukan didapat pendapatan pengunjung sebagian besar berada pada kisaran < 1 juta rupiah sebesar 57% dan penghasilan 1-2 juta sebesar 20%. Sedangkan untuk pengeluaran yang dihabiskan oleh pengunjung di Kampung Jawi sebagian besar kurang dari Rp 50.000,00. Pengunjung sebagian besar menghabiskan uang untuk membeli produk wisata yaitu berupa makanan. Untuk produk kerajinan serta oleh-oleh khusus belum tersedia di Kampung Jawi. Perjalanan wisata didominasi dalam bentuk rombongan atau teman yaitu 70%, keluarga 18%, sendiri 7%, dan pasangan 5%. Hal ini mengindikasikan bahwa kegiatan wisata di Kampung Jawi lebih diminati untuk perjalanan rombongan.

#### **b. Geografis**

Sebagian besar wisatawan berasal dari Kota Semarang khususnya di Sekitar Wilayah Gunungpati yaitu 92%. Sedangkan untuk wisatawan dari luar Kota Semarang bersal dari Bogor dan Bandung. Wisatawan dari luar kota biasanya mengambil paket wisata dalam bentuk rombongan. Asal wisatawan berpengaruh terhadap pola kunjungan wisata. (Afif & Pigawati, 2017) dalam penelitiannya terhadap salah satu objek wisata di Kota Semarang asal wisatawan mempengaruhi pemilihan waktu kunjungan didapat. Wisatawan yang berasal dari Kota Semarang cenderung melakukan perjalanan pada hari kerja dengan bentuk kegiatan berupa belajar atau rekreasi dan wisatawan dari luar kota cenderung melakukan perjalanan pada hari libur untuk kegiatan rekreasi. Hal seruapa juga terdapat pada permintaan terhadap kegiatan wisata di kampung Jawi. Wisatawan dari luar kota khususnya dalam bentuk rombongan wisata juga melakukan permintaan paket wisata pada hari kerja. Namun masyarakat Kampung Jawi tidak dapat menyanggupi permintaan wisata dari wisatawan karena sebagian besar masyarakat harus bekerja.

#### **c. Produk Wisata**

Produk wisata Kampung Jawi dapat dikategorikan menjadi event wisata Pasar Jaten, pertunjukan dan kesenian, mural dan bangunan, makanan dan kerajinan dan lainnya. secara umum wisatawan memberikan penilaian terhadap produk wisata di Kampung Jawi pada kategori menarik 65%, cukup menarik 20%, sangat menarik 12 %, dan kurang menarik 3%. Respon positif terhadap produk wisata di Kampung Jawi mengindikasikan bahwa produk wisata potensial untuk dikembangkan. Produk wisata yang paling disukai di Kampung Jawi berupa pertunjukan budaya yaitu 65% dari total responden. Pertunjukan budaya hampir sebagian besar hanya dapat ditemukan saat adanya kegiatan event wisata seperti Pasar Jaten dan memerti Kampung Jawi. Pasar Jaten secara umum telah memuat hampir seluruh kegiatan mulai dari pertunjukan kebudayaan, UMKM, spot foto dan lainnya namun masih belum menjadi hal yang paling disukai di Kampung Jawi. Selain itu sebagai salah satu produk event utama kampung Jawi, Pasar Jaten sebagai salah satu event unggulan masih belum mampu menjadi salah satu event yang mendatangkan banyak pengunjung waktu pelaksanaan kegiatan yang terlalu pagi dan memiliki durasi waktu yang singkat yaitu dari pukul 06.00 pagi hingga pukul 11.00 siang.

#### **d. Psikografis**

Psikografisi sangat berkaitan dengan motif kunjungan wisata. Motif wisata Kampung Jawi sebagian besar merupakan kunjungan belajar kebudayaan Jawa. Dalam hal ini kunjungan belajar merupakan hal yang kompleks dimana wisatawan tidak hanya menyaksikan pertunjukan wisata tapi turut andil dalam kegiatan wisata itu sendiri. Motivasi wisata nantinya akan berpengaruh terhadap pilihan kegiatan yang dilakukan selama berwisata. Berdasarkan lamanya durasi wista sebagian besar melakukan kunjungan dalam rentan waktu 1-2 jam sebanyak 49% dan lebih dari 2 jam namun masih pada hari yang sama sebesar 37%. Dengan demikian kujungan yang dilakukan dapat digolongkan kedalam durasi yang singkat untuk melakukan wisata budaya khususnya untuk tujuan belajar. Keterikatan antara motivasi wisata, kegiatan yang dilakukan selama wisata serta durasi yang digunakan dalam kegiatan wisata didapat karakteristik wisatawan yang berkunjung termasuk dalam kategori *Sightseeing Cultural Tourist* dimana menandakan bahwa kebudayaan merupakan tujuan utama dari kegiatan wisata namun pengalaman untuk merasakan kebudayaan itu sendiri tidak terlalu utama (Kercher & Cross, 2002). Berdasarkan hasil permintaan wisata maka secara didapat kondisi penawaran wisata dapat dilihat pada Tabel 2.

#### **Kesesuaian Permintaan dan Penawaran Wisata**

Berdasarkan hasil analisis permintaan dan penawaran wisata dapat dilihat kondisi kesesuaian permintaan dan penawaran wisata di Kampung Jawi. berikut merupakan hasil kesesuaian permintaan dan penawaran wisata Kampung Jawi :

**Tabel 2. Kondisi Penawaran Wisata Kampung Jawi**

JENIS	KONDISI
Sosioekonomi/ demografis	- sebagian besar pengunjung berusia kurang dari 20 tahun yang sebagian besar merupakan pelajar dan mahasiswa yaitu 63% dari total pengunjung. Pendapatan pengunjung sebagian besar < 1 juta rupiah dengan rata-rata menghabiskan uang dalam satu kali kunjungan di Kampung Jawi < Rp 50.000
Geografis	- sebagian besar pengunjung berasal dari wilayah Kota Semarang yaitu 92% dan sisanya berasal dari luar Semarang
Produk Wisata	- produk wisata sebagian besar yang paling diminasti berupa pertunjukan budaya.
Psikografis	- wisatawan cenderung lebih menyukai kegiatan yang melibatkan interaksi antara wisatawan dengan atraksi wisata.

Sumber : Hasil analisis, 2018

**Tabel 3. Kesesuaian Permintaan dan Penawaran Wisata**

Indikator	Penawaran	Permintaan	Kesesuaian
<b>1. Kesesuaian motif dan Atraksi Wisata</b>			
<b>Motif Kunjungan dan Atraksi Wisata</b>	Paket wisata untuk edukasi	Kunjungan belajar/tour	Sesuai
	Event wisata pasar Jaten dan agenda tahunan	Rekreasi	Ada batas minimal untuk paket wisata Sesuai
	Terdapat pertunjukan kesenian	Melihat penampilan kesenian	Sesuai
<b>2. Kesesuaian kebutuhan wisatawan dengan jasa wisata dan sarana prasarana pendukung wisatawan</b>			
<b>Sarana</b>	Belum adanya parkir kendaraan khusus Parkir dilakukan di sepanjang jalan dan halaman warga Belum adanya toilet/ wc umum untuk wisatawan	Pakir masih tecukupi karena kunjungan masih sedikit Dibutuhkan sarana dasar sebagai penunjang kebutuhan wisatawan	Kurang sesuai, namun kondisi parkir masih relevan untuk jumlah kunjungan yang sedikit Tidak sesuai
	Terdapat sarana ibadah berupa 2 buah musholla	Tidak terlalu dibutuhkan karena durasi kunjungan relatif sebentar	Sesuai
<b>Prasarana</b>	Kondisi jalan yang sering mengalami kerusakan akibat longsor, ukuran lebar relatif sempit	Terdapat kunjungan dalam kelompok besar	Tidak sesuai, namun bisa disiasati dengan perubahan jenis moda transportasi
<b>Pelayanan</b>	Masyarakat dan kelompok sadar wisata memandu sebagai penyedia layanan wisata. Untuk permintaan wisata sebagian besar dilakukan di hari libur namun apabila di hari kerja pelayanan kurang maksimalnya	Adanya permintaan paket wisata baik dihari	
<b>3. Transferabilitas</b>			
<b>Moda transportasi</b>	Tidak ada moda transportasi khusus yang disediakan Kelompok sadar wisata mengakomodasi peminjaman moda transportasi untuk pengunjung skala besar seperti kereta wisata	Wisatawan dengan jumlah kelompok kecil didominasi menggunakan motor dan mobil serta untuk kelompok besar menggunakan mini bus atau kereta wisata	Sesuai

Indikator	Penawaran	Permintaan	Kesesuaian
<b>4. Promosi dan informasi</b>			
<b>Paket wisata</b>	Terdapat paket wisata untuk pengunjung	Terdapat permintaan paket wisata khususnya edukasi	sesuai
<b>Media promosi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Media promosi online berupa media sosial, TV, berita</li> <li>• Media promosi offline berupa pamflet paket wisata yang dibagikan ke pengunjung yang mengunjungi atau hendak mengunjungi kampung jawi</li> </ul>	Perolehan informasi kampung jawi didominasi dari teman/ keluarga dan media sosial	Kurang sesuai

Sumber : Hasil analisis, 2018

#### 4. KESIMPULAN

Penawaran wisata yang paling berpengaruh dalam wisata budaya di Kampung Jawi adalah atraksi wisata. Atraksi wisata sangat dipengaruhi oleh masyarakat sebagai pengelola utama kegiatan wisata. Bentuk kegiatan wisata pada atraksi wisata mempengaruhi elemen lainnya berupa pelayanan, informasi, transportasi, sarana dan prasarana. Karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Kampung Jawi didominasi oleh wisatawan lokal, usia produktif dengan motif utama untuk edukasi. Berdasarkan hasil analisis permintaan dan penawaran wisata didapat kesesuaian antara penawaran wisata dan permintaan wisata yaitu kesesuaian antara atraksi dan motif wisata berupa budaya. Kesesuaian motif dan atraksi wisata merupakan faktor pendorong yang mempengaruhi terjadinya kegiatan wisata. Sedangkan sarana dan prasarana pendukung, pelayanan, transportasi dan kemudahan transferabilitas merupakan faktor pendukung kegiatan wisata yang mempengaruhi persepsi dan sikap wisatawan saat melakukan kegiatan wisata. Namun itu dalam pelaksanaan kegiatan wisata kemampuan masyarakat dalam menyediakan atraksi wisata dan ekspektasi wisatawan terhadap atraksi wisata belum sesuai. Dalam mengembangkan wisata Kampung Jawi terdapat tantangan berupa minimnya pendanaan dan fleksibilitas masyarakat dalam melakukan kegiatan wisata. Wisata Kampung Jawi sebagian besar dikelola oleh masyarakat yang bekerja sebagai buruh industri sehingga tidak dapat memberikan pelayanan secara maksimal karena kegiatan wisata hanya dilakukan disaat mereka libur sebagai pekerja industri.

#### 5. PERNYATAAN RESMI

Penelitian ini dilakukan dalam rangka menyelesaikan studi sarjana di Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Diponegoro. Terimakasih kepada pengelola Kecamatan Gunungpati, pengelola Kelurahan Sukorejo, BAPPEDA Kota Semarang, Dinas Pariwisata Kota Semarang, dan Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota sebagai institusi yang telah memberikan kesempatan dalam menyelesaikan penelitian ini.

#### 6. REFERENSI

- Afif, M., & Pigawati, B. (2017). Pengembangan Kawasan Vihara Buddhagaya Watugong sebagai Objek Wisata di Kota Semarang. *Jurnal Pengembangan Kota*, 3(2), 128–138.
- Bappeda Kota Semarang. (2017). Petunjuk Pembentukan Kampung Tematik Kota Semarang Tahun 2017. Semarang.
- Cahyanti, M. M., & Anjaningrum, W. D. (2017). Meningkatkan niat berkunjung pada generasi muda melalui citra destinasi dan daya tarik kampung wisata. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 35–41.
- Chai, L. T. (2011). Culture Heritage Tourism Engineering at Penang: Complete The Puzzle Of “The Pearl Of Orient.” *Systems Engineering Procedia*, 1, 358–364. <https://doi.org/10.1016/j.sepro.2011.08.054>
- Gunn, C. A., & Var, T. (2002). *Tourism planning: Basics, concepts, cases*. Psychology Press.
- Idziak, W., Majewski, J., & Zmyslony, P. (2015). Community participation in sustainable rural tourism experience creation: a long-term appraisal and lessons from a thematic villages project in Poland. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8–9), 1341–1362.
- Kastenholz, E., Carneiro, M. J., & Eusebio, C. (2013). The impact of socio-demographics on tourist behavior—analyzing

- segments of cultural tourists visiting Coimbra. *ResearchGate*.
- Kay, P. L. (2009). Cultural experience tourist motives dimensionality: A cross-cultural study. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(4), 329–371.
- Kercher, M., & Cross, D. (2002). *Cultural Tourism : The Partnership Between Tourist and Cultural Heritage Management*. New York: Haworth Press.
- Királová, A., & Pavličeka, A. (2015). Development of social media strategies in tourism destination. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175, 358–366.
- Kłoczko-Gajewska, A. (2013). General characteristics of thematic villages in Poland. *Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development*, 2(2), 60–63.
- Nilnoppakun, A., & Ampavat, K. (2015). Integrating Cultural and Nostalgia Tourism to Initiate A Quality Tourism Experiences at Chiangkan, Leuy Province, Thailand. *Procedia Economics and Finance*, 23, 763–771.  
[https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00545-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00545-6)
- Patria, T. A. (2015). Dinamika Perkembangan Pariwisata Pusaka: Tinjauan dari Sisi Penawaran dan Permintaan di Kota Bandung. *Binus Business Review*, 6(2), 169–183.
- Salazar, N. B. (2012). Community-based cultural tourism: Issues, threats and opportunities. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(1), 9–22.
- Sesotyaningtyas, M., & Manaf, A. (2015). Analysis of sustainable tourism village development at Kutoharjo Village, Kendal Regency of Central Java. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 184, 273–280.
- Soekadijo, R. G. (1996). *Anatomi pariwisata: memahami pariwisata sebagai “systemic linkage” (II)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=coSFAAAACAAJ>
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata (II)*. Yogyakarta: ANDI.
- Suyitno. (2001). *Perencanaan Wisata: (Tour Planning)*. Yogyakarta: Kanisius. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=5SVWDwAAQBAJ>
- Tamara, A. P., & Rahdriawan, M. (2018). Kajian Pelaksanaan Konsep Kampung Tematik di Kampung Hidroponik Kelurahan Tanjung Mas Kota Semarang. *Jurnal Wilayah Dan Lingkungan*, 6(1), 40–57.
- Wibowo, P. A. S., & Ma’rif, S. (2014). Alternatif Strategi Pengembangan Desa Rahtawu Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Kudus. *Jurnal Wilayah Dan Lingkungan*, 2(3), 245–256.
- Yoety, O. A. (2008). *Ekonomi pariwisata: introduksi, informasi, dan aplikasi (I)*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.