



PERAN STAKEHOLDERS DALAM PEMBERDAYAAN DI KAMPUNG PELANGI

Hardi Warsono¹, Ade Putri Febriandini^{2✉}, Sultan Arief Azlansyah³, Arfan Zulkan Sipayung⁴

¹ Universitas Diponegoro, ² Universitas Diponegoro, ³ Universitas Diponegoro,

⁴ Universitas Diponegoro

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima: 7 Februari 2019

Disetujui: 29 Maret 2019

Dipublikasikan: 7 April 2019

Kata Kunci :

*Stakeholders,
Pemberdayaan,
Kampung Pelangi.*

Abstrak

Pariwisata merupakan salah satu sektor andalan Pemerintah dalam upaya peningkatan perekonomian. Salah satu sektor yang menarik minat pengunjung adalah Desa Wisata Kampung Pelangi. Dalam pengembangannya, Pariwisata di Kampung Pelangi masih terdapat beberapa hambatan seperti sumber dana yang tidak diketahui secara umum, pola pembahagian pekerjaan, pelatihan pola pengembangan kreatifitas masyarakat dan bahkan konflik sosial yang terjadi dalam masyarakat itu sendiri semenjak diberlakukannya menjadi desa wisata. Penelitian ini bertujuan untuk melihat peran *stakeholders* yang terlibat serta strategi pengembangan dari Kampung Pelangi. Hasil penelitian yang diperoleh adalah peran *stakeholders* saling terkait satu sama lain dalam pengembangan Kampung Pelangi. Selain itu terdapat strategi yang masih belum terlaksana sepenuhnya membuat pembangunan Kampung Pelangi kurang maksimal.

THE ROLES OF STAKEHOLDERS IN EMPOWERING KAMPUNG PELANGI

Keywords:

*Stakeholders,
Empowerment,
Kampung Pelangi*

Abstract

Tourism is one of the Government's basis sectors as an effort in improving economy. One sector that attracts visitors is Kampung Pelangi Tourism Village. In its development, Tourism in Kampung Pelangi still has several obstacles such as generally unknown sources of funds, patterns of labor divisionf, training in community creativity development patterns and even social conflicts that occur within the community itself since it was implemented as a tourism village. This study aimed in exploring the role of stakeholders involved and the development strategies of Kampung Pelangi. The results of the research obtained are the role of stakeholders related to each other in the development of Kampung Pelangi. In addition, there is a strategy that needs completely implemented makes the development of Kampung Pelangi less than optimal.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor andalan Pemerintah dalam upaya peningkatan perekonomian. Dengan pengelolaan yang baik di sektor pariwisata di setiap daerah maka akan semakin banyak wisatawan yang berkunjung pada suatu daerah baik wisatawan lokal maupun internasional. Pengembangan dan pemanfaatan sumber daya dan potensi pariwisata daerah diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi serta menjadikan ladang bagi pemerintah dalam sumber pendapatan daerah (PAD). Industri pariwisata merupakan bisnis yang tidak mengenal batasan, karena sesungguhnya berwisata merupakan suatu kebutuhan masyarakat modern. Kebutuhan akan berwisata telah menjadi *trend* seiring dengan perkembangan teknologi dan transportasi sehingga masyarakat sangat mudah mengakses segala kebutuhan berwisata.

Dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataan yang menyatakan bahwa Penyelenggaraan Kepariwisataan ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan obyek dan daya tarik wisata di Indonesia serta memupuk rasa cinta tanah air dan mempererat persahabatan antar bangsa. Perkembangan pariwisata juga mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Kegiatan pariwisata menciptakan permintaan, baik konsumsi maupun investasi yang pada gilirannya akan menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa.

Kementrian Pariwisata (Kemenpar) Arif Yahya dalam pemaparannya yang bertajuk "Pembangunan Ekonomi Baru dan Peningkatan Produktivitas untuk Menunjang Pemerataan" dan dikutip oleh CNN Indonesia mengatakan Capaian pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Tanah Air selama tiga tahun ini menunjukkan grafik menanjak (CNN Indonesia, 2017). Bahkan capaian Januari- Agustus 2017 ini data terbaru naik 25,68% jika dibandingkan dengan 3 (tiga) tahun terakhir dengan pencapaian jumlah wisatawan selalu melebihi target yang telah ditetapkan oleh pemerintah tiap tahunnya. Bila dibandingkan dengan pertumbuhan regional ASEAN 7%, maka Indonesia naik 3,5 kali lipat dari rata-rata Asia Tenggara. Arief juga membandingkan dengan pertumbuhan wisatawan dunia yang bertumbuh 6,4%. Dari data tersebut menunjukkan bahwa Indonesia semakin diminati oleh negara Internasional untuk melakukan perjalanan wisata.

Undang-undang nomor 32 tahun 2004 Tentang Pemerintah Daerah memberikan tanggung jawab sepenuhnya kepada daerah dalam mengelola setiap sumber daya alam yang ia miliki guna memberikan kemandirian kepada setiap daerah

tanpa adanya ketergantungan kepada pusat. Perkembangan kepariwisataan turut juga dilakukan oleh masyarakat dan Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Provinsi Jawa Tengah merupakan salah satu Provinsi di Indonesia yang mempunyai beragam destinasi wisata, di mulai dari destinasi wisata alam, budaya, peninggalan zaman, cagar budaya serta telah diikuti dengan pengembangan destinasi wisata kampung tematik yang menarik banyak minat wisatawan lokal maupun mancanegara. Pengembangan pariwisata di Jawa Tengah telah ditetapkan dalam Peraturan Daerah Nomor 10 tahun 2012 tentang rencana induk pembangunan kepariwisataan Jawa Tengah tahun 2012-2027, di dalam regulasi tersebut menjelaskan mengenai penentuan kawasan strategis dalam pembangunan wisata yang memperhatikan beberapa karakteristik sehingga tempat tersebut bisa ditetapkan sebagai kawasan pembangunan wisata, diantara karakteristik tersebut ialah dengan memperhatikan pertumbuhan ekonomi, sosial budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan. Selain itu, dalam Peraturan Daerah Nomor 10 tahun 2012 pada bab 2 menjelaskan dalam pembangunan wisata, pemerintah provinsi Jawa Tengah merumuskan misi-misi yang harus ditetapkan dalam pembangunan kepariwisataan, diantaranya, sebuah destinasi mempunyai keunikan lokal, aman, nyaman, menarik, berwawasan lingkungan dan meningkatkan pendapatan masyarakat serta daerah.

Dalam perkembangannya pemerintah semakin menaruh perhatian yang besar terhadap sektor kepariwisataan di Indonesia, hal ini juga disambut baik oleh setiap daerah untuk semakin mengembangkan kawasan wisata yang menjadi andalan untuk dikunjungi oleh wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Perkembangan tersebut juga dimaknai oleh Kota Semarang yang menjadi ibu kota Provinsi Jawa Tengah yang memiliki objek wisata yang beragam. Secara umum Kota Semarang berada di peringkat kedua dari lima daerah dengan pengunjung wisatawan se Jawa tengah. Jumlah wisatawan tahun 2016 sebagai berikut :

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Indonesia 2016

Kunjungan Wisatawan	Jumlah Kunjungan
Wisatawan Domestik	36.899.776 orang
Wisatawan Mancanegara	578.924 orang
Total	37.478.700 orang

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Tengah tahun 2016

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa kunjungan wisatawan domestic memiliki sumbangan angka terbesar dalam kunjungan wisatawan di Indonesia. Hal ini membuktikan bahwa peningkatan destinasi wisata tentunya harus dilakukan, karena dapat berdampak terhadap peningkatan pendapatan di tiap-tiap daerah di Indonesia.

Tabel 2. Data Wisatawan Mancanegara Jawa tengah tahun 2016

No	Kota	Jumlah Wisatawan
1	Kab. Magelang	308. 285 orang
2	Kota Semarang	101. 756 orang
3	Kab. Klaten	68. 651 orang
4	Kab. Semarang	29. 433 orang
5	Kab. Jepara	21. 357 orang

Sumber Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Tengah tahun 2016.

Berdasarkan tabel di atas, kunjungan wisatawan di Jawa Tengah utamanya pada Kota Semarang menduduki peringkat ke-2 sebagai kunjungan wisatawan mancanegara terbanyak.

Tabel 3. Data wisatawan lokal Jawa Tengah 2016

No	Kab/ Kota	Jumlah wisatawan
1	Kab. Magelag	4. 300. 990 orang
2	Kota Semarang	3. 023. 441 orang
3	Kota Surakarta	2. 489. 421 orang

Sumber: Dinas Kebudayaan dan pariwisata Jawa Tengah tahun 2016.

Berdasarkan tabel di atas, selain kunjungan wisatawan mancanegara terbanyak kedua, Kota Semarang juga merupakan jumlah dengan kunjungan wisatawan domestik terbanyak setelah Kabupaten Magelang.

Dari dua tabel diatas menunjukkan bahwa Kota Semarang merupakan tempat destinasi wisata yang banyak di kunjungi oleh wisatawan baik lokal maupun mancanegara setelah kabupaten Magelang di Provinsi Jawa Tengah. Pada tabel diatas setidaknya tercatat secara keseluruhan wisatawan yang berkunjung ke Kota Semarang sebanyak 3. 125. 197 wisatawan dengan rincian wisatawan lokal sebanyak 3. 023. 441 wisatawan dan dari mancanegara sebanyak 101. 756 wisatawan yang berkunjung pada tahun 2016.

Pengembangan pariwisata bertema desa wisata merupakan kawasan pedesaan yang memiliki berbagai macam atraksi wisata. Atraksi wisata tersebut dikemas sedemikian rupa sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung dan menetap, menghabiskan waktu sehari-hari, mengenal lebih dekat budaya desa, dan melakukan aktivitas yang dilakukan masyarakat desa. Pariwisata pedesaan menurut Hadiwijoyo

(2012) dapat dilihat sebagai suatu pemukiman dengan fasilitas lingkungan yang sesuai dengan tuntutan wisatawan dalam menikmati, mengenal, dan menghayati kekhasan desa dengan segala daya tariknya dan tuntutan kegiatan hidup bermasyarakat.

Menurut Ade dan Risna (2017) dalam jurnalnya menyebutkan bahwa pembangunan berbasis masyarakat (*community basedtourism-CBT*) merupakan model pembangunan yang memberikan peluang yang sebesar-besarnya kepada masyarakat pedesaan untuk berpartisipasi dalam pembangunan pariwisata. CBT merupakan

sebuah kegiatan pembangunan pariwisata yang dilakukan sepenuhnya oleh masyarakat. Ide kegiatan dan pengelolaan dilakukan seluruhnya oleh masyarakat secara partisipatif, dan manfaatnya dirasakan langsung oleh masyarakat lokal. Dengan demikian, dalam CBT peran masyarakat lokal sebagai pemangku kepentingan merupakan unsure terpenting dalam pengembangan desa wisata. Desa wisata merupakan salah satu bentuk penerapan pembangunan pariwisata berbasis masyarakat dan berkelanjutan. Melalui pengembangan desa wisata diharapkan terjadi pemerataan yang sesuai dengan konsep pembangunan pariwisata yang berkesinambungan .

Penelitian melalui pendekatan masyarakat juga dilakukan oleh Raharjana (2012) menyebutkan bahwa pembangunan semestinya melibatkan masyarakat sebagai unsur yang tidak terpisahkan , dengan adanya paradigma *bottom up planning* bisa memberikan masukan langsung oleh masyarakat kepada pemerintah, sehingga menjadikan masyarakat tidak hanya menjadi objek pembangunan tetapi menjadikan masyarakat sebagai subyek dalam setiap perencanaan pembangunan. Dalam setiap pembangunan baik sektor wisata maupun infrastruktur lainnya, pemerintah tidak bisa bekerja sendiri dibutuhkannya tenaga-tenaga ahli lainnya termasuk keterlibatan langsung masyarakat dalam setiap kegiatan pembangunan, secara tidak langsung kehadiran masyarakat tidak hanya dimaknai sebagai bantuan jasa dalam proses pembangunan tetapi masyarakat juga senantiasa mengawasi serta menjaga setiap pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah yang hadir ditengah-tengah mereka.

Selaras dengan perihal tersebut berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Putra (2013) menunjukkan bahwa dalam melakukan pengembangan tempat wisata, dibutuhkannya pola kemitraan yang sangat solid antara pemerintah, masyarakat dan pihak swasta dalam upaya pengembangan kualitas sumber daya manusia dan infrastruktur pada salah satu obyek wisata di desa wisata Pampang Kota Samarinda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola kemitraan yang dibangun pada destinasi ini, selain dari pada masyarakat dan pemerintah, juga hadirnya pihak swasta yang ikut serta ambil andil dalam pengembangan destinasi yang berada di Kota Samarinda. Pada kasus ini terdapatnya 3 (tiga) perusahaan yang menggunakan dana CSR (corporate social responsibility) untuk melakukan pengembangan masyarakat secara terstruktur, untuk menghindari tumpang tindih maka setiap perusahaan mempunyai fokus yang berbeda, diantaranya renovasi, pengelolaan dan pengembangan kreatifitas masyarakat.

Pembangunan destinasi wisata di Jawa Tengah dilakukan di tingkat kabupaten/kota yang semakin bersaing untuk meningkatkan serta menggali setiap potensi wisata yang di milikinya. Salah satu objek wisata terbaru adalah

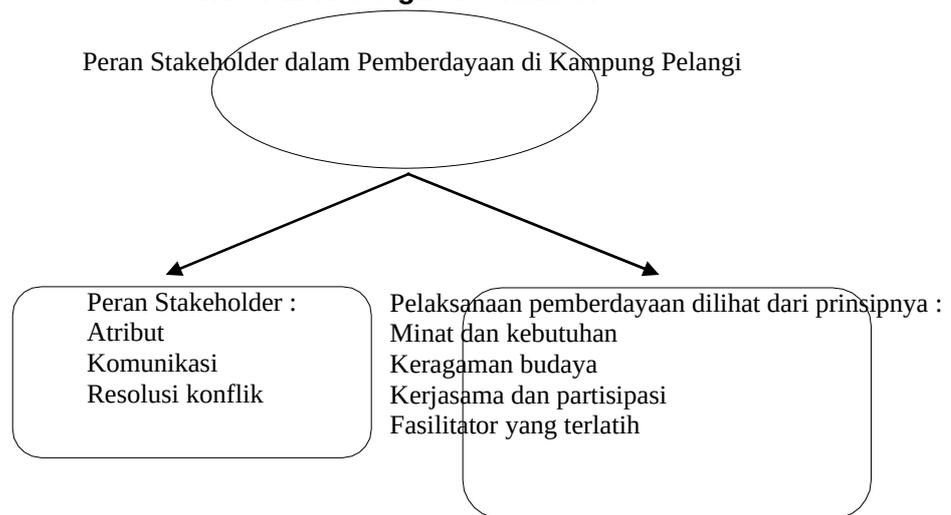
pengembangan Kampung Pelangi yang berada di Bukit Brintik, Kota Semarang. Kampung Pelangi bukanlah satu-satunya konsep destinasi wisata kampung tematik di Kota Semarang, setidaknya terdapat beberapa destinasi serupa yang diantaranya, adanya Kampung Batik, Kampung Seni, Kampung Bandeng dan Kampung Jawi.

Pembangunan Kampung Pelangi dimulai awal tahun 2017. Mulanya Kampung Pelangi merupakan kawasan kumuh yang berada di tengah Kota Semarang yang luput perhatian dari pemerintah sekitar. Pembangunan kawasan perkotaan telah diatur dalam Perda Kota Semarang Nomor 14 tahun 2011 tentang rencana tata ruang wilayah Kota Semarang tahun 2011-2031 yang menyebutkan bahwa "kawasan perkotaan adalah wilayah yang mempunyai kegiatan utama bukan pertanian dengan susunan fungsi kawasan sebagai tempat pemukiman perkotaan, pemusatan dan distribusi pelayanan jasa permukiman perkotaan, pemusatan pelayanan dan distribusi jasa pemerintah, pelayanan sosial dan kegiatan ekonomi", berkenaan dengan regulasi tersebut sektor kepariwisataan merupakan salah satu kegiatan ekonomi guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Secara spesifik Perda Kota Semarang Nomor 14 tahun 2011 pada pasal 8 menyebutkan kebijakan pengembangan kawasan strategis juga diperuntukan dalam pengembangan kawasan wisata, menunjukkan bahwa pengembangan kawasan wisata merupakan kawasan strategis yang menjadi prioritas pemerintah Kota Semarang. Mengingat Kampung Pelangi telah ditetapkan menjadi objek wisata, sehingga sudah selayaknya segala hal mendapat perhatian dari pemerintah. Hermawan dan Pratidina (2015) dalam penelitiannya mengatakan pelaksanaan pembangunan dibidang kepariwisataan selama ini menghadapi masalah pokok yaitu: keterbatasan SDM kepariwisataan, baik secara kuantitas maupun kualitas (kompeten dan profesional), belum baiknya infrastruktur (sarana dan prasarana), khususnya akses jalan dan jaringan transportasi menuju destinasi wisata sehingga berpengaruh terhadap kinerja sektor kepariwisataan, koordinasi lintas-instansi dan lintas-pelaku yang belum optimal.

Observasi awal yang telah peneliti lakukan menunjukkan pembangunan Kampung Pelangi diawali dengan bantuan dana CSR (*Corporate Social Responsibility*) oleh pihak swasta dalam upaya mewarnai perumahan-perumahan warga sekitar. Posisi objek wisata Kampung Pelangi juga berhadapan langsung dengan Pasar Bunga Kalisari yang menjadi salah satu daya tarik dan menjadi ikon lokal yang dimiliki Kampung Pelangi, tetapi setidaknya terindikasi beberapa hambatan-hambatan yang terjadi pada masyarakat tersebut, seperti sumber dana yang tidak diketahui secara umum, pola pembahagian pekerjaan, pelatihan pola pengembangan kreatifitas masyarakat dan bahkan konflik social yang terjadi dalam masyarakat itu sendiri semenjak diberlakukannya menjadi desa wisata.

Peralihan dari daerah yang tidak mendapat perhatian dari masyarakat pada umumnya kemudian mejadi kawasan wisata tentunya mempunyai dampak yang besar bagi masyarakat dan dibutuhkan bimbingan kepada masyarakat serta pembangunan infrastruktur yang dibutuhkan dari berbagai pihak guna menjadikan Kampung Pelangi sebagai destinasi yang selalu diminati oleh wisatawan. Penelitian ini merumuskan masalah yakni bagaimana peran *stakeholders* dalam pembangunan desa wisata Kampung Pelangi? Dan bagaimana pelaksanaan pemberdayaan masyarakat di Kampung Pelangi? Untuk menjawab kedua pertanyaan tersebut, disajikan kerangka pemikiran sebagai berikut.

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Priyono dan Pranarka, pemberdayaan meningkatkan kapasitas dengan memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat. Perbuatan ini meliputi langkah-langkah nyata seperti penyediaan berbagai masukan (input) serta pembukaan akses kepada berbagai peluang yang dapat membuat masyarakat menjadi makin berdaya.

Prinsip pemberdayaan (Dahama dan Batnagar) adalah Minat dan kebutuhan, Organisasi masyarakat, Keragaman budaya, Perubahan budaya, Kerjasama dan partisipasi, Demokrasi, Penggunaan metode yang sesuai, Kepemimpinan, Fasilitator terlatih, Peran keluarga.

Menurut Lindmark, Sturesson dan Roos dalam Jurnal Model Kolaborasi Pentahelix dalam pengembangan industry Unggulan di Indonesia (Herwan dkk, 2016) menjelaskan bahwa pentahelix merupakan kelanjutan dari strategi Tripelhelix yang menambahkan elemen akademisi dan media massa.

Herwan (2016) juga menjelaskan elemen akademisi sebagai sumber pengetahuan, pengembangan konsep dan teori yang relevan guna mendapatkan

keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam pengembangan pemberdayaan. Komunitas merupakan kumpulan orang yang memiliki kesamaan minat terhadap bisnis yang sedang berkembang. Pemerintah merupakan *stakeholders* yang bertanggung jawab terhadap kebijakan pengembangan bisnis. Sektor swasta sebuah entitas yang memiliki aktivitas pengolahan barang dan jasa. Terakhir adalah media massa yang memiliki informasi serta berperan kuat dalam mempromosikan bisnis

Model kemitraan Mohr dan Spekman (1994) dapat juga digunakan untuk menggambarkan kolaborasi pentahelix.

1) Atribut

Atribut yang termasuk didalamnya adalah komitmen, koordinasi, kepercayaan dan kekuasaan.

2) Perilaku Komunikasi

Kualitas komunikasi, pertukaran informasi dan partisipasi

3) Resolusi Konflik

Bagaimana penyelesaian konflik dan dampak dalam interaksi antar *stakeholders*

Dalam melihat peran aktor serta pelaksanaan pemberdayaan di Kampung Pelangi, penulis menggunakan teori Pentahelix dengan penjelasan oleh Herwan. Serta teori prinsip pemberdayaan oleh Dahama dan Batnagar. Dalam artikel ini, penulis mengupas mengenai pelaksanaan pemberdayaan yang ada di Kampung Pelangi melalui beberapa indikator berikut.

Pertama, Identifikasi minat dan kebutuhan masyarakat yang ada di Kampung Pelangi. Apakah pemberdayaan yang telah berjalan sesuai dengan minat dan kebutuhan dari masyarakat yang Kampung Pelangi. *Kedua*, dengan melihat keragaman budaya yang terbentuk di Kampung Pelangi. Mengidentifikasi indikator keragaman budaya menjadi pendukung atau penghambat dalam pelaksanaan pemberdayaan di Kampung Pelangi. *Ketiga*, mengidentifikasi kerjasama yang terjalin dan partisipasi dari aktor-aktor atau pelaksana yang terkait. Keempat, dengan mengidentifikasi ketersediaan fasilitator baik secara kuantitas maupun kualitas. Dari jumlah tenaga fasilitator yang tersedia serta kemampuan fasilitator dalam memberikan edukasi mengenai program pemberdayaan yang dilaksanakan.

Sementara dengan teori pentahelix, penulis mengidentifikasi *pertama*, Atribut berupa komitmen, koordinasi, kepercayaan dan kekuasaan yang terjadi pada aktor yang terlibat. *Kedua*, Perilaku komunikasi berupa pertukaran informasi, dan partisipasi yang terjalin pada aktor pelaksana dan *ketiga* resolusi konflik yakni penyelesaian masalah yang dilakukan oleh aktor dalam pelaksanaan pemberdayaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini berfokus pada peran *stakeholders* yang terlibat dan pelaksanaan pemberdayaan di Kampung Pelangi Kota Semarang. Adapun sumberdata yang digunakan adalah sumberdata primer dan sekunder, dengan teknik pengumpulan data secara observasi, wawancara dan dokumentasi. Sumberdata primer adalah dengan wawancara dan observasi langsung oleh Bappeda Kota Semarang, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, Ketua Pokdarwis Kampung Pelangi, masyarakat Kampung Pelangi. Sedangkan data sekunder, peneliti dapatkan melalui studi pustaka, dokumen regulasi dan berita.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampung Pelangi menjadi salah satu ikon daya tarik yang ada di Kota Semarang. *Stakeholders* yang terlibat dalam pengembangan pemberdayaan di Kampung Pelangi Kota Semarang adalah Akademisi, Komunitas, Pemerintah, Swasta, Media Massa. Akademisi yang dimaksud adalah lembaga perguruan tinggi yang biasanya hanya sebatas kunjungan Mahasiswa atau program KKN (Kuliah Kerja Nyata) dari beberapa Universitas. Beberapa universitas yang pernah menjalankan KKN adalah UNNES (Universitas Negeri Semarang) dan UNDIP (Universitas Diponegoro). Menurut indikator koordinasi, akademisi biasanya berkoordinasi dengan pemerintah dan masyarakat secara langsung. Biasanya koordinasi ini dalam rangka pelaksanaan program pelatihan, pengembangan produk unggulan, dan edukasi wirausaha. Sementara itu kekuasaan yang dimiliki akademisi hanya sebatas menyalurkan edukasi, dan inovasi seperti yang dilakukan oleh UNNES yakni dengan penyuluhan tentang wirausaha, inisiasi pembuatan produk unggulan, dan penyuluhan promosi via online atau offline. Dari sisi pertukaran informasi, akademisi berbagi edukasi pada masyarakat tentang pengembangan/penemuan produk unggulan yang bernilai jual, pelatihan jiwa wirausaha sehingga bukan hanya memproduksi kerajinan namun masyarakat juga bisa memasarkan hasil produksinya. Partisipasi akademisi dalam bentuk pelatihan- pelatihan dan penemuan produk unggulan baru. Seperti KKN UNNES yang memberikan penyuluhan tentang pembuatan gantungan kunci dari batok kelapa, dan pembuatan nugget kulit pisang pelangi. Sangat disayangkan karena, pelatihan hanya 1 periode saja, dan tidak berkesinambungan sehingga kurang menarik minat masyarakat.

Selain akademisi, juga ada *stakeholders* berbentuk komunitas. Komunitas tersebut berupa perwakilan masyarakat yang terbentuk dalam Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Kampung Pelangi. Pokdarwis yang seluruh pengurusnya adalah masyarakat asli Kampung Pelangi biasanya berkoordinasi dengan seluruh elemen *stakeholders*, baik pemerintah, akademisi, media massa, dan pihak swasta. Koordinasi

ini, berupa implementasi program, perumusan kebijakan, inovasi produk unggulan, dan sebagainya. Walaupun diakui masyarakat, dalam perumusan kebijakan masyarakat cenderung kurang terlibat. Kekuasaan masyarakat hanya sebagai penerima program karena perumusan program yang bersifat top-down, sehingga masyarakat tidak memiliki kewenangan dalam perumusan kebijakannya.

Pertukaran informasi pada level masyarakat, terjadi antara masyarakat ke pemerintah, masyarakat ke akademisi dan masyarakat ke pihak swasta. Masyarakat telah berpartisipasi aktif seperti terlaksananya Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) dan terbentuknya kepengurusan dalam pokdarwis. Kesadaran masyarakat juga telah terlihat, seperti adanya iuran bulanan guna biaya perawatan Kampung Pelangi, turut andil dalam perbaikan jalan, melakukan pengecatan ulang. Namun dalam pengelolaan produk unggulan, memang partisipasi masyarakat kurang maksimal. Ini dikarenakan banyak masyarakat yang bekerja sebagai pegawai tetap, sehingga minat masyarakat untuk menghasilkan produk yang mempunyai nilai jual ini sangat minim. Penyelesaian konflik dilakukan dengan lembaga pokdarwis yang bekerja sama dengan sektor pemerintah.

Sementara pada level pemerintah, koordinasi dilakukan melalui regulasi, karena program Kampung Pelangi merupakan program yang bersifat top-down. Pemerintah memiliki kekuasaan dalam menentukan perencanaan dan pelaksanaan program prioritasnya. Seperti pada tahun 2018, pemerintah menganggarkan pengadaan foodcourt, rooftop, lahan parkir, ruang pertemuan dan panggung selfi. Informasi berfungsi sebagai bahan dasar perumusan kebijakan, walaupun tidak sepenuhnya perumusan kebijakan didasarkan pada pertukaran informasi pada masyarakat. Pada kenyataannya program yang digelontorkan pemerintah kurang sesuai dengan minat dan kebutuhan masyarakat. Contohnya, pelatihan kerajinan hias "celengan" yang kurang sesuai dengan minat dan potensi di wilayah Kampung Pelangi. Pemerintah berpartisipasi dalam pengembangan pemberdayaan yang berbentuk anggaran, pengadaan tenaga pendukung, dan pengembangan fasilitas umum. Walaupun dalam kenyataan pengadaan tenaga pendukung terlatih tidak sesuai dengan regulasi. Kecenderungan penyelesaian konflik yang terjadi adalah secara sepihak karena pemerintah yang menentukan kebijakan yang akan diambil.

Stakeholder selanjutnya yakni pihak swasta. Pihak swasta tidak memiliki kekuasaan dalam pengelolaan Kampung Pelangi. Swasta hanya berperan memberikan bantuan dan imbalan promosi. Contohnya, PT. DULUX yang menyumbangkan cat dengan imbalan, promosi di setiap sudut yang ada di kampung pelangi. Pihak swasta seperti PT. DULUX berkoordinasi dengan pemerintah dalam proses pengadaan cat. Saat ini pihak swasta yang terlibat hanya pabrik cat. Pertukaran Informasi hanya

sebatas dengan pemerintah saja. Karena tidak ada lembaga swasta lain yang bekerja sama. Partisipasi pihak swasta diharapkan tidak hanya penyedia cat saja. Namun seperti, pihak swasta yang bernaung dalam bidang pendanaan dan media promosi. Penyelesaian konflik dengan perumusan MoU (*Memorandum of Understanding*) dengan pihak yang terlibat, yakni pemerintah dan masyarakat.

Sementara itu pada stakeholder Media Massa, belum ada koordinasi antara masyarakat dengan media dalam hal promosi destinasi, dan produk unggulan Kampung Pelangi. Pertukaran Informasi masih searah, yakni masyarakat dengan media massa, atau pemerintah ke media massa. Belum ada kerja sama media masa dengan pemerintah dan masyarakat dalam rangka promosi destinasi dan produk unggulan. Selain itu belum ada wadah untuk mempromosikan produk unggulan. Belum ada media yang dibentuk khusus dalam rangka promosi destinasi, informasi destinasi untuk pengunjung, dan produk unggulan yang dimiliki.

Kampung Pelangi dalam perumusan program tematiknya bersifat top-down. Hal ini dikarenakan, pembangunan kampung tematik ini didasarkan pada potensi, karakter masyarakat, serta ciri khas setempat yang tidak dimiliki oleh wilayah lain. Sedangkan Kampung Pelangi tidak memiliki potensi khusus dan ciri khas tertentu, inilah yang membuat perencanaan Kampung Pelangi bersifat top-down. Program Kampung Pelangi ini sendiri lebih ditujukan kepada pengelolaan wilayah yang tadinya pemukiman kumuh dirubah menjadi destinasi wisata baru di Kota Semarang. Perkampungan kumuh ini diubah menjadi perkampungan yang cantik layaknya pelangi sehingga menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke kampung tersebut.

Program Kampung Pelangi seutuhnya dikelola oleh Pemerintah, baik proses perencanaan hingga proses evaluasinya, karena Kampung Pelangi ini memang hanya berfokus pada pengelolaan kampung kumuh. Tak heran, bila peran masyarakat minim bahkan cenderung tak berpartisipasi dalam identifikasi minat dan kebutuhan wilayahnya. Seluruh proses identifikasi minat dan kebutuhan dilakukan oleh pemerintah, namun tetap memiliki dampak positif yang dirasakan masyarakat. Seperti, renovasi bagi rumah yang tak layak huni, perbaikan jalan perkampungan, perbaikan pedestrian, perbaikan sanitasi, normalisasi sungai. Kini Kampung Pelangi yang awalnya merupakan kampung kumuh, menjadi kampung cantik yang layak huni dengan fasilitas yang memadai. Selain itu, dampak yang dirasakan adalah peningkatan secara ekonomi. Banyak warga yang memiliki lapangan pekerjaan baru dengan adanya Kampung Pelangi. Beberapa pemuda warga Kampung Pelangi mendapat penghasilan dari menjadi juru parkir, ibu-ibu beramai-ramai menjual es Mambo, kue pelangi, dan gerabah warna-warni sebagai oleh-oleh dari Kampung Pelangi.

Keragaman budaya tentu akan berpengaruh pula terhadap jalannya program pemberdayaan di suatu wilayah. Dengan adanya Kampung Pelangi ini justru memberikan dampak positif terhadap budaya hidup di masyarakat. Masyarakat yang awalnya, kurang memiliki jiwa sosial kini menjadi lebih dekat satu dengan lain, karna memiliki tujuan yang sama yakni mengelola dan menjaga kelestarian Kampung Pelangi. Budaya masyarakat yang senang membuang sampah di kali pun, kini dapat teratasi. Masyarakat merasa malu, dan merasa turut bertanggung jawab akan pengelolaan sampah di kali karena desanya kini mejadi destinasi wisata yang dikunjungi banyak wisatawan, baik lokal maupun mancanegara.

Program Kampung Pelangi ini menjalin kerjasama dengan beberapa perusahaan melalui program CSR seperti bidang pengecatan, pendanaan, dan kelompok yang memiliki simpati terhadap pembangunan Kampung Pelangi. Dana yang digelontorkan sebanyak 3 Miliar Rupiah ini memang tidak bisa masuk dalam APBD Kota Semarang karena tidak semua warga merupakan warga tidak mampu. Sehingga dalam pendanaan pemerintah dibantu oleh beberapa CSR tersebut.

Partisipasi terjalin diantara lembaga yang terlibat dalam pengelolaan program Kampung Pelangi. Mulai dari masyarakat sebagai pelaksana program turut andil dalam pengelolaan Kampung Pelangi. Pemerintah, berfokus pada perumusan kebijakan dan pembangunan fasilitas pendukung. Sedangkan pihak swasta dan lembaga masyarakat turut andil dalam pendanaan dan tenaga pendukung pengelolaan.

Ketersediaan fasilitator menjadi hal penting dalam pelaksanaan pemberdayaan yang berkelanjutan dan memberi dampak pada penerimanya. Bukan hanya kuantitas, kualitas pun juga berpengaruh terhadap hasil dan jalan nya pemberdayaan. Fasilitator yang biasanya sering disebut pendamping tentu juga harus memahami kelebihan dan kekurangan di suatu daerah yang diberdayakannya. Tak heran bila fasilitator berperan lebih dalam pelaksanaan pemberdayaan.

Ketersediaan fasilitator yang terlatih di Kampung Pelangi ini masih dirasa kurang. Ini dikarenakan pemerintah masih belum menerjunkan tenaga khusus pendamping dalam pengelolaan Kampung Pelangi. fasilitator yang tersedia masih diserahkan pada pokdarwis, yang anggota nya adalah masyarakat Kampung Pelangi itu sendiri. Selain itu, fasilitator yang ada di Kampung Pelangi bersifat sementara, dan tidak berkelanjutan. Contohnya adalah mahasiswa yang sedang melakukan praktek kerja lapangan. Mereka akan bertugas menjadi fasilitator sementara, dengan mengedukasi masyarakat untuk memaksimalkan potensi-potensi yang ada di Kampung Pelangi. Namun, sayangnya pendampingan hanya dilakukan pada tahap pelatihan saja dan pendampingan tida berlanjut hingga tahap promosi, dan bisa memiliki pangsa pasar tersendiri. Ini juga dikarenakan keterbatasan waktu mahasiswa

yang memiliki target waktu dalam mas PKL nya. Walikota Semarang, Hendrar Prihadi mengaku bahwa dalam pendampingan masih di kelola oleh Pokdarwis.

PENUTUP

Pihak akademisi berperan dalam penggalian dan pengembangan potensi yang dimiliki oleh Kampung Pelangi. Sementara masyarakat berperan dalam pelaksanaan program pemberdayaan, dan pengelolaan fasilitas di Kampung Pelangi dengan pengarahan oleh Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) yang beranggotakan masyarakat itu sendiri. Sedangkan Pemerintah berperan dalam perumusan kebijakan, pengelolaan Kampung Pelangi, hingga pada tahap evaluasi. Ini dikarenakan program Kampung Pelangi adalah program top-down yang bertujuan untuk mengurangi angka perkampungan kumuh. Selain itu, ada pihak swasta yang berperan dalam *supporting program* seperti pengadaan dana dan bahan baku (cat). Ini dikarenakan anggaran pembangunan Kampung Pelangi tidak dapat tercantum pada APBD, hingga pemerintah menjalin kerjasama dengan pihak swasta dalam implementasinya

Kampung Pelangi belum memiliki sarana promosi online tersendiri. Sehingga belum ada informasi khusus mengenai Kampung Pelangi, baik ragam destinasi, info destinasi dan market untuk menjual produk unggulan yang dimiliki.

Dalam proses identifikasi minat dan kebutuhan, seluruhnya dilakukan oleh pemerintah karena ini merupakan program dalam rangka meminimalkan perkampungan kumuh. Kerjasama dan partisipasi yang terjalin melibatkan 5 pilar, yakni pemerintah, swasta; masyarakat; media massa; dan akademisi. Ketersediaan fasilitator yang terlatih masih dianggap kurang memadai, karena pemerintah tidak menyediakan fasilitator tersendiri untuk pengembangan Kampung Pelangi.

Dengan temuan tersebut beberapa rekomendasi yang bisa ditawarkan adalah engadaan fasilitator yang terlatih, dengan sistem pegawai honorer sehingga fasilitator dapat melakukan pendampingan hingga program benar-benar berjalan. Kemudian pembuatan website/media promosi online tersendiri, sehingg dapat menambah perekonomian masyarakat dengan mempromosikan produk unggulan yang dimiliki. Selain itu perlu menjalin hubungan dengan berbagai akademisi, dalam rangka pertukaran informasi pengembangan Kampung Pelangi. Peningkatan peran serta masyarakat dalam identifikasi minat dan kebutuhan jua dibutuhkan, sehingga bukan hanya cantik namun dapat menyejahterakan masyarakat. Terakhir dengan penguatan Pokdarwis, dengan pendampingan oleh pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Creswell, John W. 2014. *Research Design (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed)*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

- Dahama, O.P. dan Bathnagar O.P. 1990. *Education and Communication for Development*. New Delhi : oxford & IBH Publishing co.
- Gunn, Clare A. (2002). *Tourism Planning*. New York City : Taylor and Francis.
- Hadiwijoyo, Suryo Sakti. 2012. *Perencanaan Pariwisata Pedesaan Berbasis Masyarakat*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hernawan D. dan Pratidina G.. 2015. *Model Implementasi Kebijakan Pengembangan Pariwisata dalam Meningkatkan Destinasi Pariwisata Kab. Bogor*. Bogor : Jurnal Sosial Humaniora
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya Offse.
- Pasolong, Harbani. 2012. *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Bandung : Alfabeta.
- Priyono, O.S. dan Pranarka AMW. 1996. *Pemberdayaan : Konsep, Kebijakan dan Implementasi*. Jakarta : CSIS
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D)*. Alfabeta : Bandung.

Jurnal

- Ade Jafar Sidiq dan Risna Resnawaty, *Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Linggarjati Kuningan Jawa Barat*. Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat, 2017, 1: 38-44
- Ami Suswandi Putra. *Pola Kemitraan Pariwisata Dalam Manajemen Atraksi Desa Wisata Pampang Kota Samarinda*. Jurnal Nasional Pariwisata, 2013, 3: 189-200.
- Basuki Antariksa. *Konsep Ekonomi Kreatif: Peluang Dan Tantangan Dalam Pembangunan Indonesia*. Kementrian Pariwisata Republik Indonesia. 2013, 1: 1-9.
- Destha Titi Raharjana. *Membangun Pariwisata Bersama Rakyat: Kajian Partisipasi Lokal Dalam Membangun Desa Wisata Di Dieng Plateau*, Jurnal Sosial Dan Humaniora, 2012, 3: 225-237
- Opus. *Ekonomi Kreatif Outlook 2017*. Badan Ekonomi Kreatif, 2017 1: 5-82.
- Dinas Kepemudaan, Olahraga Dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah. *Buku Statistik Pariwisata Jawa Tengah*, 2016.
- Mohr, J. dan Spekman, R. 1994. *Karakteristik Keberhasilan Kemitraan: Atribut Kemitraan, Perilaku Komunikasi, Dan Teknik Resolusi Konflik*. Jurnal Manajemen Strategis (1994) , hal.135

Peraturan Pemerintah

- Undang-undang Republik Indonesia nomor 32 tahun 2004 Tentang Pemerintah Daerah.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisata
- Intruksi Presiden (Inpres) Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.
- Peraturan Daerah Jawa Tengah Nomor 10 tahun 2012 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Jawa Tengah tahun 2012-2027.
- Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 14 tahun 2011 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Semarang tahun 2011-2031.

Sumber Internet

CNN Indonesia. *Sektor Pariwisata Tunjukkan Angka Pertumbuhan yang Baik*. Diunduh dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20171018122809-307-249199/sektor-pariwisata-tunjukkan-angka-pertumbuhan-yang-baik>