

Pengembangan Potensi Wisata Kuliner Situasi Covid-19 Simpang Lima Kota Semarang

Desika Nur Jannah¹, Syaiful Ade Septemuryantoro², Ryani Putri³
desika@usm.ac.id¹, syaiful.ade@dsn.dinus.ac.id², ryaniputri16@gmail.com³
Program Studi Pariwisata Universtias Semarang^{1,3}, Universitas Dian Nuswantoro²

Abstract

The tourism sector as an economic activity has become a mainstay and development priority for a number of countries, especially for developing countries such as Indonesia, which has a large area potential with a large tourist attraction, many natural beauties, various historical cultural heritages and people's lives. However, these culinary delights have not been packaged in such a way as to attract tourists. This study was conducted to analyze the potential of culinary tourism areas in the city of Semarang, Central Java and identify the problems faced in developing culinary tourism in supporting tourism in the city of Semarang, Central Java. This research is descriptive research using primary and secondary data. The data analysis method is descriptive qualitative and uses SWOT analysis. In conducting data analysis, it is done by collecting secondary data and primary data. Secondary data were obtained from several culinary actors in Semarang City, and several people who like culinary tourism such as the Head of the Semarang City Culture and Tourism Office, the Head of Tourism at the Semarang City Culture and Tourism Office, and several employees of the Semarang City Culture and Tourism Office. The results of the study were found to have a lot of typical foods that are already known to tourists that can be visited and are very interested in by tourists and that makes the icon of culinary tourism in this city. The culinary tourism icons of Semarang City are Pindang Serani, Tofu Dreads, Lumpia Gang Lombok, Tripe Gongso Pak Karmin, Es Cong Lik, Mie Kopyok Pak Dhuwur, Cake Lekker Paimo, Banana Plenet and many others.

Keyword :Tourism Development, Culinary Tourism, Semarang City

Abstrak

Sektor pariwisata sebagai kegiatan perekonomian telah menjadi andalan dan prioritas pengembangan bagi sejumlah negara, terlebih bagi negara berkembang seperti Indonesia yang memiliki potensi wilayah yang luas dengan adanya daya tarik wisata cukup besar, banyaknya keindahan alam, aneka warisan sejarah budaya dan kehidupan masyarakat. Akan tetapi kuliner-kuliner tersebut belum dikemas sedemikian rupa untuk menarik minat wisatawan. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis potensi kawasan wisata kuliner di kota Semarang Jawa Tengah dan mengidentifikasi masalah-masalah yang dihadapi dalam mengembangkan wisata kuliner dalam menunjang pariwisata di kota Semarang Jawa Tengah. Penelitian ini bersifat penelitian deskriptif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Metode analisa data adalah deskriptif kualitatif serta menggunakan analisis SWOT. Dalam melakukan analisa data dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder maupun data primer. Data sekunder diperoleh dari beberapa pelaku kuliner di Kota Semarang, dan beberapa orang yang menyukai wisata kuliner seperti Kepala Dinas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, Kepala Bidang Pariwisata di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang , dan beberapa pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang. Hasil penelitian didapatkan memiliki banyak sekali makanan khas yang sudah dikenal wisatawan yang dapat di kunjungi dan sangat di minati oleh para wisatawan dan itu menjadikan ikon wisata kuliner di kota ini. Ikon wisata kuliner Kota Semarang adalah Pindang Serani, Tahu Gimbal, Lumpia Gang Lombok, Babat Gongso Pak Karmin, Es Cong Lik, Mie Kopyok Pak Dhuwur, Kue Lekker Paimo, Pisang Plenet dan masing banyak yang lainnya.

Kata Kunci : Pengembangan Pariwisata, Wisata Kuliner, , Kota Semarang

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Kota Semarang merupakan salah satu tempat pariwisata atau tempat tujuan untuk berwisata. Salah satunya yaitu jenis wisata kuliner. Wisata kuliner merupakan wisata yang menyajikan aneka macam masakan. Pandemi Covid-19 sangat menghebohkan seluruh dunia termasuk juga negara Indonesia. Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) ini diumumkan oleh WHO (World Health Organization) pertama kali pada tanggal 11 Maret 2020. Di Indonesia sendiri diumumkan terdampak virus Covid-19 oleh Presiden Joko Widodo pada 2 Maret 2020 dan menyebutnya sebagai bencana. Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) secara khusus juga menyebutkan bahwa Covid-19 sebagai bencana non alam (*non natural disaster*) dengan skala cakupan nasional (Arifin, 2020).

Penyebaran dan peningkatan jumlah kasus positif Covid-19 terjadi dengan waktu yang sangat cepat dan berdampak pada penurunan perekonomian Indonesia. Berdasarkan hal tersebut, pertumbuhan ekonomi diperkirakan mengalami penurunan dari 5,4% menjadi 2,5%, dan bahkan bisa menjadi minus 0,4% (Kementerian PPN/Bappenas, 2020). Krisis akibat pandemi Covid-19 yang terjadi secara simultan, sangat dirasakan oleh kelompok rentan diantaranya kelompok usaha yang membutuhkan keramaian massa, kelompok pekerja harian lepas, pedagang kaki lima, para buruh yang terdampak PHK, petani dan masyarakat miskin (eri Kurniawansyah HS*, Amrullah, M. Salahuddin, Muslim, 2020). Melihat tingkat persebaran yang cukup tinggi dan dampak yang timbul pada penurunan perekonomian, mengharuskan pemerintah untuk segera mengambil langkah strategis.

Sejumlah kebijakan diambil oleh pemerintah untuk mencegah penyebaran virus. Beberapa diantaranya dengan menutup taman bermain, tempat wisata, meliburkan kegiatan belajar mengajar di sekolah dan menggantinya menjadi pembelajaran berbasis daring, serta melarang warga berkerumun atau dikenal dengan istilah *social distancing* (Sasongko et al., 2019). Adanya pemberlakuan kebijakan-kebijakan yang telah diterapkan oleh pemerintah untuk mengurangi angka kasus positif dan merespon pandemi Covid-19 yang menyebar luas tersebut, tentu menimbulkan masalah baru. Sebagai akibat dari kebijakan tersebut nampak terlihat jelas dirasakan

pada masyarakat ekonomi kelas menengah, salah satunya adalah pada pedagang kaki lima. (Maharani, 2018). Menurut penelitian terdahulu oleh Christina Purbawati dkk, pandemi Covid-19 menghambat perekonomian khususnya pada pedagang di Pasar Kartasura yang berdampak pada kondisi pasar yang sepi pembeli, daya beli masyarakat menurun akibat tidak diperbolehkannya penyelenggaraan acara yang mengundang banyak orang sehingga pembeli hanya berbelanja untuk kebutuhan sehari-hari saja, dan berdampak pula pada distribusi bahan yang terhambat. (Purbawati, Christina; Hidayah, Lathifah Nurul; Markhamah, 2020)

Sektor pariwisata sebagai kegiatan perekonomian telah menjadi andalan dan prioritas pengembangan bagi sejumlah negara (Prayogi, 2017). Pariwisata adalah suatu kegiatan yang secara langsung menyentuh dan melibatkan masyarakat, (Juliana, 2019). Dalam melakukan pengembangan pariwisata, tentu tidak lepas dari peran organisasi kepariwisataan terutama organisasi kepariwisataan pemerintah, yaitu Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan (Disparbud) yang mempunyai tugas dan wewenang serta kewajiban untuk mengembangkan, mempromosikan, dan memanfaatkan aset daerah yang berupa objek-objek wisata. (Rochmawati et al., 2013).

Secara ekonomi pariwisata memberi dampak dalam perluasan lapangan usaha dan kesempatan kerja. Saat ini, Kota Semarang telah menjadi ikon Pariwisata di Jawa Tengah, khususnya produk makanannya. Kota Semarang memiliki berbagai hasil alam seperti hasil pertanian, perkebunan, dan laut sebagai bahan makanan. Oleh karena itu, makanan tradisional Kota Semarang perlu digali ulang dan diperkenalkan kembali kepada masyarakat agar keberadaannya tetap eksis. Selain itu, masyarakat yang menetap di Kota Semarang terdiri dari beberapa etnis dan suku, sehingga dampak dari keanekaragaman etnis dan suku tersebut menghasilkan makanan khas Kota Semarang yang beraneka ragam (Rochmawati et al., 2013). Kota Semarang menawarkan sajian kuliner yang unik dan beragam.

Banyak wisatawan memasukkan Kota Semarang dalam daftar tujuan wisata karena keunikan dan keberagaman tersebut. Kuliner asli Semarang memiliki ciri khas yang unik, terutama dalam hal cita rasa. Bahan-bahan yang dipakai dalam pengolahan kulinernya pada umumnya menggunakan resep tradisional. Beberapa makanan khas Semarang antara lain lumpia, tahu gimbal, tahu pong, bandeng presto, dan wingko babad.

Berbagai menu kuliner Semarang ini jarang ditemukan di daerah lainnya di Indonesia dan harga yang ditawarkan pun relatif terjangkau. Hal ini juga yang menjadikan wisata kuliner di Semarang menjadi destinasi wisata yang berkesan, baik cita rasa maupun harganya. Wisata kuliner menjadi salah satu alternatif disamping pilihan jenis wisata lainnya, seperti wisata budaya, wisata alam, wisata belanja yang sudah terlebih dahulu dikenal oleh wisatawan. Atas dasar itulah penulis tertarik untuk menganalisa lebih dalam potensi wisata kuliner di Semarang.

1.2 Tinjauan Pustaka

i. Pariwisata

Pengertian pariwisata menurut Undang – Undang No. 10 Tahun 2009 Pasal 1 butir 3 dimana yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah (Prayogi, 2017). Sementara itu pengertian kepariwisataan menurut Undang – Undang No. 10 tahun 2009 pasal 1 angka 4 adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara, serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha (Suwena & Widyatmaja, 2017).

ii. Analisa SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Purba et al., 2015). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) (Putriani, 2017).

a. Analisis SWOT terdiri dari empat elemen yaitu

1. *Strengths* (Kekuatan)
Merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam suatu institusi, individu, masyarakat atau sebuah perusahaan. (Gian Dwi Jayanti, Pribadiyono, 2019)
2. *Weaknesses* (Kelemahan)
Merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam suatu institusi, individu, masyarakat atau sebuah perusahaan. (Mulyati, 2020).
3. *Opportunities* (Peluang)
Merupakan kondisi peluang berkembang di

masa datang yang akan dan mungkin terjadi (Ary & Sanjaya, 2020).

4. *Threats* (Ancaman)

Merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini bila menimpa suatu institusi, individu, masyarakat atau sebuah perusahaan akan mengancam, melemahkan, menurunkan, dan memberikan dampak negatif yang merugikan (Riadi, 2020).

b. Matriks Analisis SWOT

Matriks SWOT berguna untuk menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya (Putriani, 2017). Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi ST

Strategi ini digunakan dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. (Dasawaty, 2020)

iii. Wisata Kuliner

Inskeep pada tahun 1991 mengatakan “*The Local cuisine reflects the history and culture of an area and can be an attraction for many tourist. In addition to providing good quality food for tourists, efforts should be made to promote any dishes unique to the areamost tourists enjoy at least trying to local cuisine*” (Inskeep, 1991). Menurut Edward Inskeep masakan lokal mencerminkan sejarah dan kebudayaan daerah dan dapat dijadikan atraksi pariwisata Dengan syarat makanan yang disajikan berkualitas untuk wisatawan/pengunjung, makanan yang dihasilkan harus unik/ berbeda dengan daerah lain dan sebagian besar turis menikmati atau paling tidak mencoba masakan local.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif-deskriptif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivism, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrument kunci, data kualitatif merupakan data dalam bentuk kata-kata berupa wawancara, focus group discussion, transkripsi rekaman video, laporan pengalaman (Sekaran, Uma dan Bougie, 2016).

2.1 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik wawancara, observasi, dan mengumpulkan informasi-informasi yang diperoleh dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang. Dalam teknik wawancara, penulis memilih wawancara langsung dengan beberapa pelaku kuliner di Kota Semarang, dan beberapa orang yang menyukai wisata kuliner seperti Kepala Dinas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, Kepala Bidang Pariwisata di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, dan beberapa pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang.

2.2 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini digunakan dua jenis data yaitu data sekunder dan data primer. Data sekunder diperoleh dari beberapa pelaku kuliner di Kota Semarang, dan beberapa orang yang menyukai wisata kuliner seperti Kepala Dinas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, Kepala Bidang Pariwisata di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, dan beberapa pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang..

2.3 Analisa Data

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif, maka data-data yang sudah terkumpul akan dianalisis lebih dalam lagi secara deskriptif kualitatif. Data-data akan disusun secara sistematis dan dijelaskan dengan kata-kata yang memberikan gambaran jelas. Penulis menggunakan analisa SWOT untuk mengetahui potensi Wisata Kuliner Kota Semarang.

3. Hasil dan Pembahasan Deskripsi

Kota Semarang merupakan daerah tujuan wisata yang cukup dikenal, terutama oleh wisata Budaya di Jawa Tengah. Kota Semarang merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah yang mengalami perkembangan setelah pendudukan. Banyak wisatawan yang berkunjung ke Kota ini untuk berekreasi atau melihat-lihat kekayaan dan

kebudayaan seperti keindahan arsitektural Masjid Agung Jawa Tengah, Tugu Muda dan Lawang Sewu serta di Kawasan Kota Lama Semarang. Saat ini Kota Semarang telah menjadi ikon Pariwisata di Jawa Tengah khususnya produk makanannya. Kota Semarang memiliki berbagai hasil alam seperti hasil pertanian, perkebunan, dan hasil laut sebagai bahan makanan lokal. Kegiatan ini digunakan untuk mengetahui strategi pemasaran dengan melihat data yang telah terkumpul dan analisis SWOT, yang kemudian diinterpretasikan secara deskriptif melalui hasil wawancara dan observasi (Setya, 2017).

Wisata kuliner yang menjadi icon kota Semarang yaitu :

Kota Semarang memiliki keanekaragaman jenis kuliner yang merupakan hasil dari aktivitas kebudayaan masyarakatnya. Keanekaragaman jenis kuliner tersebut mencerminkan bagaimanakah karakter dan ciri masyarakat Semarang. Ciri khusus atau karakter yang tercermin dari masakan Semarang adalah makanan yang bercitarasa pedas, bumbu yang minimalis dan disajikan dalam keadaan panas. Hal ini disebabkan karena Kota Semarang merupakan daerah pesisir dimana keadaan iklim dan cuacanya yang panas.

Selain hal tersebut, kuliner khas Semarang diracik dengan bumbu yang sederhana dan minimalis karena masyarakat Semarang merupakan masyarakat yang sederhana tidak neko-neko. Kekhasan wisata kuliner di Semarang antara lain (Ahmadi, 2019):

a. Pindang Serani

Semarang tersebut dapat dilihat pada salah satu masakan yang bernama Pindang Serani. Pindang Serani merupakan salah satu masakan khas Semarang yang dibuat dengan cara yang sangat sederhana dan mudah. Bahan-bahannya pun bukanlah bahan yang sulit untuk dicari dan ditemukan. Bahan masakan tersebut hanyalah ikan pindang yang direbus dengan bumbu-bumbu dapur yang minimalis berupa garam, bawang putih, bawang merah, cabai, tomat dan serai. Seluruh bumbu tersebut hanya direbus bersama dengan ikan pindang dan disajikan ketika hangat.

b. Tahu Gimbal

Tahu gimbal merupakan masakan khas Semarang yang terbuat dari tahu goreng, sayuran, dan bakwan udang. Sajian ini ditambahkan juga dengan kuah kacang yang terbuat dari kacang goreng tumbuk kasar. Ada potongan lontong yang juga disajikan di sepiring tahu gimbal, bikin

masakan ini jadi makin mengenyangkan. Jika tertarik mencicipi tahu gimbal khas Semarang ini, tujuan wisata kuliner di Semarang yang bisa disinggahi adalah jalan Pahlawan. Di sepanjang jalan ini bisa menjumpai banyak sekali penjual tahu gimbal. Selain di jalan pahlawan, alternatif lain untuk wisata kuliner Tahu Gimbal di Semarang yang tak kalah populer adalah Tahu Gimbal Pak Eddy yang berada di Jalan Pandanaran. Lokasi tahu gimbal berada di Jalan Pandanaran II, Shelter Taman KB, Semarang

c. Lumpia Gang Lombok

Bukan tanpa alasan Semarang disebut kota lumpia. Lumpia telah menjadi salah satu makanan khas kota Semarang sejak pemerintahan Presiden Soekarno. Kuliner Semarang hasil perpaduan budaya Tionghoa dan Jawa ini sebenarnya sejenis gorengan yang berisi rebung, telur, daging ayam atau udang. Salah satu destinasi wisata kuliner di Semarang yang terkenal akan kelezatan Lumpianya adalah "Loempia Gang Lombok". Konon, tempat kuliner legendaris Semarang satu ini merupakan salah satu toko lumpia tertua di Semarang, Tak heran jika tempat ini jadi salah satu tujuan kulineran wajib saat berada di Semarang.

d. Babat Gongso Pak Karmin

Satu lagi kuliner legendaris khas Semarang yang wajib Toppers cicipi adalah babat gongso. Tidak seperti lumpia atau tahu gimbal yang mudah ditemukan, belum banyak tempat yang menyediakan babat gongso. Jika ingin menikmati kuliner satu ini, Toppers bisa berkunjung ke Babat Gongso Pak Karmin di kawasan Jembatan Mberok yang terkenal sebagai salah satu tujuan wisata kuliner Semarang favorit. Babat gongso sendiri merupakan hidangan berupa babat dan jeroan sapi yang diracik dengan beragam rempah-rempah serta petis. Meski cita rasa pedas, gurih, dan manisnya sulit ditolak, **Lokasi tersapat di** Jalan Pemuda, Semarang, dekat Jembatan Berok.

e. Es Cong Lik

Setelah lelah berburu beragam kuliner di kota Semarang, memang paling pas menikmati segarnya es cong lik. Es puter favorit di kota Semarang ini terdiri dari 2 *scoop* es, roti tawar, pacar cina, jelly, dan serutan kelapa muda. Buat pecinta durian, dapat juga bisa menambahkan buah durian ke dalam es cong lik milikmu lho. Membuat tujuan wisata kuliner Semarang ini istimewa adalah tidak digunakannya perasa ataupun pengawet pada es ini. **Lokasi:** Waroeng Semawis dan Simpang Lima Semarang (samping hotel Citraland).

f. Mie Kopyok Pak Dhuwur

Wisata kuliner ke Semarang belum lengkap jika belum mencicipi mie kopyok. Ciri khas kuliner khas Semarang ini terletak pada irisan tetelan daging, lontong, tauge, serta tambahan tahu dan kerupuk gendar. Disebut mie kopyok karena cara pembuatan mie ini adalah dengan cara diaduk atau *dikopyok* dalam air panas. Salah satu tempat wisata kuliner di Semarang yang terkenal dengan sajian mie kopyoknya adalah Mi Kopyok Pak Dhuwur yang berlokasi di jalan Tanjung Semarang. Lokasinya berada di Jalan Tanjung No.18A, Pandansari, Semarang, Jawa Tengah.

g. Kue Lekker Paimo

Destinasi wisata kuliner di Semarang selanjutnya adalah Kue Lekker Paimo. Meskipun hanya dijual dengan gerobak di depan sebuah sekolah, kelezatan Kue Lekker Paimo tidak diragukan lagi. Jika biasanya kue lekker hanya berisi susu atau cokelat meses, Kue Lekker Paimo ini memiliki puluhan varian rasa, mulai dari pisang cokelat, keju, sampai lekker isi tuna dan sosis mozzarella tersedia di sini. Karena termasuk jajanan sekolah, harga yang ditawarkan pun cukup terjangkau yakni dari Rp 1.000 sampai paling mahal Rp 15 ribu. Lokasinya berada di Jalan Karang Anyar No.37, Brumbungan, Kota Semarang, Jawa Tengah (Surya, 2013).

h. Pisang Plenet

Makan pisang goreng sih biasa, tapi kalau pisang plenet pasti Toppers penasaran dengan rasanya. Pisang plenet merupakan pisang kepok yang dibakar diatas arang dan kemudian dipipihkan dengan cara dipencet hingga gepeng. Untuk menambah cita rasa, pisang plenet juga ditaburi gula halus, cokelat meses, atau selai nanas. Kuliner Semarang satu ini paling pas dinikmati saat sore hari sambil ditemani teh atau kopi panas. **Lokasinya** berada di Jalan Pemuda, Pandansari, Kota Semarang, Jawa Tengah.

Analisa SWOT Wisata Kuliner

| <i>IFAS</i> | <i>Strenghts (S)</i> | <i>Weaknesses (W)</i> |
|--------------------|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Salah satu jalur strategis ➤ memiliki banyak sekali kuliner yang sudah menjadi ciri khas kota Semarang . | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Kurangnya media promosi , karena tidak semua pelaku wisata kuliner Kota Semarang memanfaatkan media sosial seperti facebook dan Instagram . |
| <i>EFAS</i> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Memiliki semua jenis-jenis wisata. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Kurangnya kerjasama dengan beberapa dinas dan pemerintahan kota di Kota Semarang untuk sama-sama memasarkan dan menarik pengunjung untuk mengunjungi kotaSemarang khususnya untuk wisata Kuliner.(Tidak Semua) |
| | <i>Oppurtunity (O)</i> | <i>Threats (T)</i> |
| | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Diawasi dan disukung langsung oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Semarang menjadikan kerjasama antara dua pihak yaitu pelaku wisata kuliner dan Dinas sendiri,(Namun tidak semua wisata kuliner diawasi oleh DISBUDPAR) pelaku wisata kuliner di Kota Semarang yang sudah bekerjasama dengan Dinas memiliki keuntungan yaitu , setiap adaevent atau pameran Pariwisata di manapun Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata ikut mengajak serta pelaku wisata kuliner tersebut untuk berpartisipasi memasarkan dan memamerkan produknya pada acara tersebut. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sekarang ini banyak sekali kuliner baru yang bermunculan , terutama kuliner-kuliner yang sedang digemari anak-anak muda dan sekarang ini banyak cafe-cafe baru yang menyusung tema yang unik dan memiliki potensi spot foto yang indah , dan itu menjadi daya tarik tersendiri untuk wisata kuliner, karena kuliner di Kota Semarang banyak yang termasuk kuliner sejak dulu kala . Kuliner yang baru bermunculan ini akan memberi ancaman untuk kuliner khas kota Semarang sendiri , karena dengan banyaknya kuliner inovasi baru yang lama-kelamaan membuat lebih dikenal masyarakat , dan itu menyebabkan kuliner khas Kota Semarang sendiri menjadi terancam karena wisatawan lebih memilih kuliner dengan inovasi yang baru. |
| | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tempat yang sangat strategis / kota yang strategis berada di jalur kota solo dan semarang. | |

1. Strategi S-O

Semarang memiliki jalur yang strategis, dan jalur ini dan sering digunakan untuk transit, untuk kuliner kota ini juga bermacam-macam untuk perkembangan wisata kuliner Kota Semarang harus diawasi langsung dan didukung oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Semarang.

2. Strategi W-O

Strategi dengan membuat buku panduan wisata, terutama wisata kuliner, dengan panduan buku wisata yang lengkap dan menarik, dan juga harus memanfaatkan media sosial sebagai bagian media untuk promosi seperti Instagram, Facebook. Namun tidak semua wisatawan mampu mengakses atau menggunakan media sosial sehingga penulis membuat buku panduan wisata yang dapat dipergunakan untuk semua kalangan termasuk orang-orang yang sudah lanjut usia dan tidak mengerti media sosial.

3. Strategi S-T

Strategi memanfaatkan jalur strategis Kota Semarang yang sering kali digunakan sebagai kota transit dengan itu dapat dimanfaatkan untuk menarik wisatawan berkunjung dengan memanfaatkan empat makan yang memiliki spot foto yang bagus.

4. Strategi W-T

Strategi memberikan pelayanan ekstra bagi wisatawan yang akan berkunjung dengan menyuguhkan wisata kuliner dengan cita rasa yang tidak pernah berubah dan hanya ada di Semarang.

4. Kesimpulan

Kota Semarang adalah kota yang memiliki banyak sekali makanan khas yang sudah dikenal wisatawan yang dapat dikunjungi dan sangat diminati oleh para wisatawan dan itu menjadikan ikon wisata kuliner di kota ini. Ikon wisata kuliner Kota Semarang adalah Pindang Serani, Tahu Gimbal, Lumpia Gang Lombok, Babat Gongso Pak Karmin, Es Cong Lik, Mie Kopyok Pak Dhuwur, Kue Lekker Paimo, Pisang Plenet dan masing-masing banyak yang lainnya.

Sebagai salah satu keunggulan di bidang pariwisata, wisata kuliner mempunyai potensi yang sangat besar untuk dikembangkan dan dimanfaatkan bila dikelola secara profesional dan tertata bahkan mungkin menjadi daya tarik tersendiri yang dapat menambah minat para

wisatawan untuk datang berkunjung ke Kota Semarang pada khususnya dan menghasilkan devisa di sektor pariwisata. Keberadaan wisata kuliner juga berperan dalam perkembangan industri pariwisata.

Para pelaku wisata kuliner di Kota Semarang juga menghadapi kendala, jadi para pelaku wisata kuliner masih perlu melakukan perbaikan guna untuk lebih meningkatkan mutu dan daya tarik supaya dapat mengikuti perkembangan jaman. Usaha yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam melakukan perkembangan di dalam industri wisata kuliner sudah lumayan baik walaupun belum maksimal. Sehingga peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam melakukan perkembangan di industri wisata kuliner seharusnya mendapat dukungan dari pemerintah. Kuliner di Kota Semarang dapat mengikuti perkembangan akan tetapi tidak meninggalkan ciri khas dari suatu daerah.

5. SARAN

Adapun saran-saran yang peneliti berikan terkait dengan pembentukan industri pariwisata di kawasan wisata kuliner antara lain:

- Perlu dibuatkan Peraturan Daerah terkait pengelolaan pariwisata halal sesuai dengan Panduan Penyelenggaraan Wisata Halal.
- Perlu adanya pendampingan dari pemerintah, baik pusat atau daerah agar industri ini tetap bertahan. Di samping itu pendampingan harus dilakukan secara langsung yang melibatkan pengelola di dalam setiap kegiatan.

Berikut adalah rekomendasi yang bisa diberikan oleh peneliti terhadap Pengembangan kawasan wisata kuliner: Meningkatkan Promosi, dan Informasi terkait wisata Kuliner. Promosi dan informasi terkait wisata kuliner belum terlalu kelihatan di kota Malang, hal ini perlu diperhatikan lagi oleh pemerintah kota Semarang, karena pengembangan wisata kuliner merupakan hal potensial yang dimiliki kota Semarang. Meningkatkan Sarana Prasarana dalam pengembangan Pariwisata Selain untuk mempermudah para wisatawan nantinya penyediaan sarana prasarana yang lengkap dapat meningkatkan

Daftar Pustaka

- Adrasgoro, D., Santosa, S., & Endarto, D. (2015). Pengembangan Potensi Pariwisata Pendidikan Geografi dengan Analisis Kurikulum Geografi SMA Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata di Kabupaten Karanganyar Tahun 2013. *Jurnal GeoEco*, 1(2), 180–194.
- Ahmadi, E. (2019). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang. In *Universitas Islam Negeri Walisongo* (Issue 2). Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Arifin, D. (2020). Presiden Tetapkan COVID-19 Sebagai Bencana Nasional. *Badan Nasional Penanggulangan Bencana*, 2. <https://bnpb.go.id/berita/presiden-tetapkan-covid19-sebagai-bencana-nasional>
- Ary, M., & Sanjaya, R. (2020). Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Program Studi Menggunakan Analisis Swot (Studi Kasus Program Studi Sistem Informasi Ars University). *Jurnal Tekno Insentif*, 14(1), 1–8. <https://doi.org/10.36787/jti.v14i1.198>
- Besra, E. (2012). Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 12(1), 74–101.
- Dasawaty, N. N. dan E. S. (2020). Aplikasi Perencanaan Strategis Sistem Informasi Menggunakan Framework Ward Dan Peppard Pada Pt Koding Next Indonesia. *Jurnal Informatika Dan Bisnis*, 81(922), 235–236. https://doi.org/10.2473/shigentosozai1953.81.922_235
- eri Kurniawansyah HS*, Amrullah, M. Salahuddin, Muslim, S. N. (2020). Konsep Kebijakan Strategis Dalam Menangani Eksternalitas Ekonomi Dari Covid - 19 Pada Masyarakat Rentan Di Indonesia. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, Vol. 1 No.(2), 130–139. <file:///C:/Users/User/Downloads/fvm939>
- Farihiyyah, F., & Musthofa, M. B. (2020). Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Dalam Menghadapi Dampak Perekonomian Masyarakat Di era Pandemi. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 44–54. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.293>
- Gian Dwi Jayanti, Pribadiyono, I. N. (2019). Analisis Swot Untuk Mengetahui Positioning Perusahaan Dalam Menentukan Strategi Perusahaan Pada Ud. Mahkota Gempol [Universitas Bhayangkara Surabaya]. http://eprints.ubhara.ac.id/473/3/Jurnal_Gian_Dwi_Jayanti_1512111123.pdf
- Husada, F. R. K. (2019). Pengaruh Penyuluhan Tentang Asupan Zink Dan Fe Dengan Media Booklet Terhadap Sikap Ibu Yang Mempunyai Anak Balita Stunting Yang Pernah Mendapat Cookies Kacang Merah Di Desa Kubah Sentang Kecamatan Pantai Labu [Program Studi Diploma Iv Giz]. In *Program Studi Diploma Iv Gizi* (Vol. 8, Issue 5). http://repo.poltekkes-medan.ac.id/jspui/bitstream/123456789/1765/1/Jairina_Skripsi.pdf
- Inskeep, E. (1991). Tourism Planning And Sustainable Development Approach. *Van Nostrand Reinhold, New York*.
- Juliana, J. (2019). Analisis Potensi Kawasan Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Tegal Jawa Tengah. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 10(2), 2–3. <https://doi.org/10.31294/khi.v10i2.6356>
- Kementerian PPN/Bappenas. (2020). Laporan Perkembangan Ekonomi Indonesia dan Dunia Triwulan III Tahun 2020. *Kementerian PPN/Bappenas*, 4(3), 1–100.
- Maharani, A. G. (2018). Analisa Potensi Wisata Kuliner Kota Salatiga (Studi Kasus : Kota Salatiga). In *Universitas Kristen Satya Wacana*. Universitas Kristen Satya Wacana.

- Mulyati, N. R. B. E. T. A. (2020). Analisis Swot Sebagai Alat Bantu Dalam Menetapkan Strategi Pemasaran Ud. Rizky Barokah Surabaya. *Jurnal Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, 274–282.
<http://eprints.ubhara.ac.id/473/3/JurnalGianDwiJayanti1512111123.pdf>
- Prayogi, D. (2017). Pengembangan Potensi Wisata Kuliner Kota Malang Berbasis Sumber Daya Lokal. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 2(1), 1–13.
<https://doi.org/10.26905/jpp.v2i1.1260>
- Purba, A. B., Suliantoro, H., & ... (2015). Perancangan Strategi Bisnis dengan Menggunakan Matriks SWOT (Studi Kasus: Bank Jateng Pusat Semarang). ... *Engineering Online Journal, April 2014*.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/iej/article/view/9863>
- Purbawati, Christina; Hidayah, Lathifah Nurul; Markhamah, M. (2020). Dampak Social Distancing Terhadap Kesejahteraan Pedagang Di Pasar Tradisional Kartasura Pada Era Pandemi Korona. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Hummaniora*, 4(2).
<https://garuda.ristekbrin.go.id/document/s/detail/1724981>
- Putriani, D. (2017). Analisis Swot Sebagai Asar Perumusan Strategi Bersaing Pada Produk Asuransi Jiwa Perorangan Ajb Bumiputera 1912 Kpr Pekanbaru. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Riadi, M. (2020). Analisis SWOT (Pengertian, Tujuan, Aspek, Kuadran dan Matriks). *Kajian Pustaka*.
<https://www.kajianpustaka.com/2020/09/analisis-SWOT.html>
- Rochmawati, N., Nailah, N., & Oktariadi, I. (2013). Penelusuran Jejak Makanan Khas Semarang Sebagai Aset Inventarisasi dan Promosi Wisata Kuliner Jawa Tengah. *Dipointeks*, 1(1), 7–11.
- Sasongko, I., Setiawan, A., & Purnama, Y. S. (2019). Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner di Sepanjang Koridor Jalan Soekarno Hatta, Kota Malang. *Perencanaan Wilayah Dan Kota*.
- Sekaran, Uma dan Bougie, R. (2016). Research Methods For Business: A Skill Building Approach. In *New Jersey* (7th Editio). Wiley.
- Setya, M. V. (2017). Semarang Dalam Upaya Mengembangkan Pariwisata Kota Semarang. *Journal of Politics and Government Studies*, 6, 410–401.
- Surya, O. L. (2013). Formalisasi Aktivitas Pedagang Kaki Lima di Simpanglima Semarang. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 9(3), 215.
<https://doi.org/10.14710/pwk.v9i3.6521>
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata* (S. Trisila (ed.); Revisi). Pustaka Larasan.