

**STRATEGI KERJA SAMA DEWAN PELAKSANA PENGELOLA (DPP)
DAN DISBUDPAR DALAM PENGEMBANGAN WISATA RELIGI
YANG BERKELANJUTAN DI MASJID AGUNG JAWA TENGAH
(MAJT)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Jurusan Manajemen Dakwah (MD)

Oleh:

Hasna Azhaari

2101036061

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI WALISONGO**

SEMARANG

2025



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : www.fakdakom.walisongo.ac.id

NOTA PEMBIMBING

Lampiran : 1 (satu) eksemplar
Hal : **Persetujuan Naskah Skripsi**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Walisongo
di Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa Skripsi mahasiswa:

Nama : Hasna Azhaari
NIM : 2101036061
Jurusan : Manajemen Dakwah (MD)
Judul Skripsi : **STRATEGI KERJA SAMA DEWAN PELAKSANA
PENGELOLA (DPP) DAN DISBUDPAR DALAM
PENGEMBANGAN WISATA RELIGI YANG
BERKELANJUTAN DI MASJID AGUNG JAWA TENGAH
(MAJT)**

Telah kami setuju dan oleh karenanya, kami mohon untuk segera diujikan.
Atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.
Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 17 Maret 2025

Dosen Pembimbing,

Dr. Saerozi S. Ag., M.Pd.
NIP. 197106051998031004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : www.fakdakom.walisongo.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Strategi Kerja Sama Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) dan Disbudpar dalam Pengembangan
Wisata Religi yang Berkelanjutan di Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT)

Oleh:

Hasna Azhaari

2101036061

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 25 Maret 2025 dinyatakan **LULUS** dan
memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua

Lukmanul Hakim, S.T., M.Sc.
NIP. 199101152019031010

Sekretaris

Dr. Saerozi, S.Ag., M.Pd.
NIP. 197106051998031004

Penguji 1

Drs. H. Kasmuri, M. Ag.
NIP. 196608221994031003

Penguji 2

Hj. Ariana Suryorini, SE., MMSI.
NIP. 197709302005012002

Mengetahui,
Pembimbing

Dr. Saerozi, S.Ag., M.Pd.
NIP. 197106051998031004

Disahkan Oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi



Sejarah 25 Mei 2025

Prof. Dr. Moh Fauzi, M.Ag.
NIP. 197203171998031003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil kerja saya sendiri dan didalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di lembaga pendidikan perguruan tinggi lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 17 Maret 2025

 Penulis

Hasna Azhaari
NIM. 2101036061

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Saya mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT, karena izin, ridho, dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang syafa'atnya kita harapkan di akhir zaman.

Skripsi dengan judul “Strategi Kerja Sama Dewan Pengurus Pelaksana (DPP) dan Disbudpar dalam Pengembangan Wisata Religi yang Berkelanjutan Di Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT)” ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar strata satu (S1) Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negri Walisongo Semarang.

Dalam tahap akhir penyusunan skripsi ini, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada semua yang telah memberikan bantuan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan ada tantangan yang dihadapi pada proses penyusunan. Dengan rasa syukur, penulis berhasil menyelesaikannya berkat dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:.

1. Prof. Dr. Nizar, M.Ag., Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Prof. Dr. Moh. Fauzi M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang beserta jajarannya.
3. Dr. Dedy Susanto, S.Sos.I, M.S.I., dan Lukmanul Hakim, M.Sc., selaku ketua dan sekretaris jurusan Manajemen Dakwah UIN Walisongo Semarang.
4. Dr. Saerozi S.Ag., M.Pd., Selaku pembimbing dan dosen wali yang sudah memberikan semangat, dan selalu mendoakan untuk keuksesan skripsi ini.
5. Para dosen serta staf Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo

Semarang.

6. Beny Arief Hidayat, S.Pi, M.Agri selaku Kepala Bagian Humas dan Pemasaran Masjid Agung Jawa Tengah, Agus Kariswanto, S.E., selaku Sub Koordinator Informasi Budaya dan Pariwisata Kota Semarang, yang bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi terkait dengan data data yang dibutuhkan.
7. Para pemangku kepentingan di Masjid Agung Jawa Tengah yang bersedia bekerja sama dan membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Kedua orang tua saya tercinta Ayah Sachbari, A. Ma dan Ibu Rochayati, S. Pd. I yang telah berjuang dengan ketulusan jiwa dan raga, memberi nasihat, bantuan moral maupun materi dengan ikhlas, serta selalu mendoakan tanpa henti untuk kelancaran dan kesuksesan penulis.
9. Adik saya Muhammad Fadhil yang telah mendukung, mendoakan dan menjadi semangat terbesar saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Segenap keluarga besar yang telah memberikan dukungan sekaligus doa sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat-sahabat dan teman seperjuangan MD B angkatan 2021 yang telah memberikan dukungan, memberi motivasi, doa sehingga skripsi ini terselesaikan.
12. Teman-teman organisasi Resimen Mahasiswa (Menwa) Batalyon 906 “Sapu Jagad” UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan doa dan dukungan.
13. Teman-teman KKN MIT (Mandiri Inisiatif Terpadu) 18 Tematik kelompok 10 yang telah berjuang bersama.
14. Seluruh pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis. *Jazakumullah Khairan Katsiran*, Amin.

Penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca secara keseluruhan, meskipun masih jauh dari kata-kata sempurna.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 17 Maret 2025

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'H. Azhaari' with a stylized flourish at the end.

Hasna Azhaari
NIM. 2101036061

PERSEMBAHAN

Melalui izin Alloh SWT dari berbagai upaya dan doa dari keluarga dan sahabat, penulis menyampaikan skripsi ini kepada mereka yang selalu menyayangi, memotivasi, dan mendukung penulis dalam penyusunannya:

1. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Sachbari, A. Ma dan Ibu Rochayati, S. Pd. I yang selalu memberikan cinta kasihnya sehingga penulis selalu termotivasi untuk menjadi yang lebih baik, semangat berkarya hingga penulis mampu menyelesaikan studi ini.
2. Teruntuk adik laki-laki saya Muhammad Fadhil dan yang menjadi salah satu motivasi terbesar dalam hidup saya setelah kedua orang tua.
3. Segenap keluarga saya yang senantiasa memberikan dukungan dan doanya.
4. Seluruh dosen Manajemen Dakwah dan para staf Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
5. Keluarga besar Manajemen Dakwah Unifersitas Islam Negri Walisongo Semarang.
6. Sahabat-sahabat penulis yang sudah menemani penulis dalam penyusunan skripsi.
7. Almamater tercinta Universitas Islam Negri Walisongo Semarang.

MOTTO

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَى
كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Katakanlah, “berjalanlah di (muka) bumi, lalu perhatikanlah bagaimana Allah memulai penciptaan (semua makhluk). Kemudian, Allah membuat kejadian yang akhir (setelah mati di akhirat kelak) Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.”

(QS. Al-Ankabut:20)

ABSTRAK

Hasna Azhaari. 2101036061. Strategi Kerja Sama Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) dengan Disbudpar dalam Pengembangan Wisata Religi yang Berkelanjutan di Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh potensi wisata religi Masjid Agung Jawa Tengah dan adanya budaya yang ada perlu dikembangkan dengan maksimal sehingga hadirnya wisata religi MAJT merupakan salah satu solusi untuk melestarikan sosial budaya, perekonomian, dan lingkungan sehingga dapat menciptakan dampak positif untuk jangka panjang baik untuk pemerintah daerah maupun masyarakat lokal. Konsep yang ada merujuk pada gagasan pariwisata berkelanjutan melalui perencanaan penyusunan strategi yang cermat antara pengelola MAJT dengan pihak pemerintah melalui Disbudpar untuk mencapai keberlanjutan wisata religi MAJT sehingga dapat bertahan dan berkompeten dalam pengembangannya. Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis strategi kerja sama Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) dan Disbudpar dan tantangan yang dihadapi dalam memastikan pengembangan keberlanjutan wisata religi MAJT. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, sumber data yang didapatkan ditemukan melalui sumber data primer dan skunder, melalui teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi, dianalisis dengan tahapan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan, teknik uji keabsahan data melalui triangulasi sumber, metode dan waktu.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa wisata religi MAJT yang berpotensi menjadi pariwisata berkelanjutan melalui penerapan dimensi keberlanjutan dari sisi lingkungan, sosial budaya dan ekonomi. Dengan memperhatikan unsur pengembangan pariwisata 6A dan juga mempertimbangkan langkah-langkah pengembangan strategis pada jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang untuk menuju keberlanjutan wisata, melalui adanya kerja sama antara pihak pengelola MAJT yaitu Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) dan pihak pemerintah melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Semarang dalam mengembangkan MAJT sebagai pariwisata religi yang berkelanjutan yaitu dengan mengembangkan sumber daya manusia, mengembangkan infrastruktur dan fasilitas, promosi pariwisata dan pemasaran pariwisata. Namun pembenahan terhadap beberapa aspek strategi keberlanjutan masih perlu dilakukan untuk memaksimalkan pengembangan yang ada dan tentunya juga ditemukan tantangan-tantangan yang merujuk pada 4 indikator keberlanjutan yaitu sisi keberlanjutan lingkungan, ekonomi, sosial budaya, dan kelembagaan yang kompleks pada Masjid Agung Jawa Tengah yang perlu ditangani melalui strategi yang bijak.

Kata Kunci : Strategi Kerja Sama, Wisata Religi, Pariwisata Berkelanjutan

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING	i
PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Metodologi Penelitian.....	11
G. Sistematika Penulisan	18
BAB II	20

STRATEGI KERJA SAMA DEWAN PELAKSANA PENGELOLA (DPP) DAN DISBUDPAR DALAM PENGEMBANGAN WISATA RELIGI YANG BERKELANJUTAN DAN TINJAUAN TENTANG MASJID AGUNG JAWA TENGAH (MAJT)	20
A. Strategi Kerja Sama (<i>Cooperative Strategy</i>)	20
1. Konsep strategi kerja sama	20
2. Pembagian Kerja Sama Hubungan antar Organisasi Pariwisata.....	22
B. Strategi Pengembangan Pariwisata	25
1. Konsep Strategi Pengembangan Pariwisata	25
2. Prinsip dan Kebijakan Pengembangan Pariwisata	28
C. Pariwisata Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs)	30
1. Definisi pariwisata berkelanjutan	30
2. Dimensi Pariwisata Berkelanjutan.....	32
D. Wisata Religi.....	35
1. Pengertian Wisata Religi.....	35
2. Bentuk Bentuk Wisata Religi	37
BAB III.....	40
GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	40
A. Masjid Agung Jawa Tengah	40
1. Sejarah Masjid Agung Jawa Tengah.....	40
2. Kondisi Demografis dan Letak Geografis.....	43
3. Visi dan Misi Masjid Agung Jawa Tengah	46
4. Struktural Organisasi Masjid Agung Jawa Tengah	48
5. Objek Daya Tarik Wisata Religi Berkelanjutan MAJT	53
B. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang.....	57
1. Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	57
2. Visi dan Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	58
3. Tugas dan Fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang	59

4. Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	60
BAB IV	63
ANALISIS STRATEGI KERJA SAMA DEWAN PELAKSANA PENGELOLA (DPP) DAN DISBUDPAR DAN TANTANGAN YANG DIHADAPI DALAM MEMASTIKAN PENGEMBANGAN KEBERLANJUTAN WISATA RELIGI DI MAJT	63
A. Analisis Strategi Kerjasama Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) Dan Disbudpar Dalam Memastikan Keberlanjutan Wisata Religi Di MAJT	63
B. Analisis Tantangan Yang Dihadapi Dalam Pengembangan Wisata Religi Yang Berkelanjutan di MAJT.....	78
1. Faktor Internal	79
2. Faktor Eksternal.....	83
BAB V.....	88
PENUTUP	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	89
C. Penutup	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN	97
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbedaan Inter-Organizational Relationships (IOR) dan Inter-Organizational Collaboration (IOC)	24
Tabel 2. 2 Indikator Keberlanjutan Pariwisata	33
Tabel 3. 1 Data Tempat Peribadatan di Kecamatan Gayamsari	45
Tabel 3. 2 Data Pencarian Penduduk Kecamatan Gayamsari.....	45
Tabel 3. 3 Data Penduduk Menurut Usia Di Kecamatan Gayamsari	46
Tabel 3. 4 Susunan Keanggotaan Dewan Penasihat, Dewan Pengawas dan Pelaksana Pengelola Masjid Agung Jawa Tengah Periode 2023-2027	49
Tabel 4. 1 Laporan Estimasi Pengunjung MAJT Berdasarkan Data Jumlah Kendaraan yang Masuk Tahun 2024	75
Tabel 4. 2 Aliansi Strategi Pengembangan Wisata Religi Berkelanjutan di MAJT oleh Disbudpar dan DPP.	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Dimensi Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan.....	33
Gambar 3. 1 Gambar Peta Administrasi Kecamatan Gayamsari	44
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Masjid Agung Jawa Tengah	48
Gambar 3. 3 Struktur Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang	61
Gambar 4. 1 Flayer Bazar Dugderan di MAJT 2025.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip wawancara dengan informan	97
Lampiran 2. Dokumentasi gambar	109

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara beragam budaya dan adat, penduduk dari berbagai etnis sehingga melahirkan kebudayaan yang beragam, dan suku bangsa yang berjumlah lebih dari 300 suku yang berbeda beda ini merupakan suatu keragaman dan menjadi salah satu aset yang membanggakan bagi masyarakat Indonesia dan juga telah mendapat apresiasi di berbagai negara di seluruh dunia¹. Adanya panorama budaya yang kaya dan unik merupakan modal utama dari pada adanya penciptaan pariwisata di Indonesia apabila dimanfaatkan dengan baik. Pariwisata adalah hal yang penting di suatu negeri, dibuktikan dari pernyataan langsung Bank Indonesia bahwa pariwisata adalah sebagai salah satu bagian untuk mendorong devisa Indonesia.

Hasil riset di tahun 2018 kontribusi pariwisata terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) devisa pariwisata 2018 mencapai US\$16,43 miliar, 2019 mencapai US\$16,91 miliar, 2020 mencapai US\$3,31 miliar, 2021 mencapai US\$0,54 miliar, dan 2022 mencapai US\$4,26 miliar. Dalam karya ilmiahnya yang berjudul Manajemen Pariwisata, Profesor Dokter Salah menyatakan, *“It is an important factor of economic development as it motivates the development of several sector on the national economy”* Pariwisata menjadi elemen utama dalam pembangunan negara karena dapat membantu mempercepat pertumbuhan beberapa bidang ekonomi².

Pariwisata kini telah berperan dan menjadikan urgensi bagi masyarakat di berbagai kalangan dan juga sebagai salah satu bagian vital untuk

¹Alifa Savira et al., “Pandangan Terhadap Keragaman Budaya Indonesia Di Negara Lain,” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 6 (2024): 380–85.

²Indra Mualim Hasibuan et al., “Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Nasional,” *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 8, no. 2 (2023): 1200–1217.

meningkatkan kemakmuran perekonomian masyarakat harus menjadi suatu motivasi untuk pihak pemerintah paling utama pemerintah daerah dalam meningkatkan pariwisata. Otonomi daerah memberikan keuntungan kepada masing-masing wilayah yang mempunyai keleluasan dalam melaksanakan pembangunan serta pengelolaan daerahnya sendiri cocok dengan kemampuan sumber daya wilayah yang ada. Maka dari itu, dibutuhkan tanggung jawab yang bijak dan tetap memperhatikan kearifan lokal dalam melakukan pembangunan dengan mempertimbangkan secara keseluruhan agar terwujudnya pemerataan dalam kemajuan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan keadilan sosial, dari sinilah perlunya sektor pariwisata didasari dukungan dan partisipasi dari semua pihak³.

Kebijakan makro pemerintah ialah pedoman untuk stakeholder pariwisata dalam memerankan masing masing tugasnya, sebagaimana maksud dari pada UU No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. Terdapatnya UU tersebut pemerintah Kota Semarang menghasilkan Peraturan Wali Kota Semarang No 39 Tahun 2024 Tentang Penyelenggaraan Pariwisata Bermutu. Pada Bab 1 Pasal 3 tercantum adanya ruang lingkup dalam Peraturan Wali Kota di antaranya yaitu peningkatan sumber daya manusia pariwisata, pengelolaan sumber daya pariwisata, pembinaan, pengawasan⁴.

Dari sebagian pariwisata di Kota Semarang wisata religi muncul sebagai perumusan baru dibandingkan dengan wisata yang lain. Berbagai wisata religi yang terdapat di Kota Semarang yaitu Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT), Masjid Kapal, Makam KH. Soleh Darat, Klenteng Sam Poo Kong, Vihara Buddhagaya Watugong, Pura Agung Giri Natha yang telah dikelola. Salah satu wisata religi yang menjadi sorotan Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata

³Atik Rochaeni, Yamardi, and Noer Apptika Fujilestari, "Model Pentahelix Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kecamatan Rongga Kabupaten Bandung Barat," *NeoRespublica: Jurnal Ilmu Pemerintahan* 4, no. 1 (2022): 124–34.

⁴JDIH: Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum, "Peraturan Wali Kota Semarang Nomor 39 Tahun 2024 Tentang Penyelenggaraan Pariwisata Berkualitas" (2024).

(Disbudpar) dalam pengelolaannya yaitu Masjid Agung Jawa Tengah. Pada fenomena yang ada MAJT ialah masjid terbesar di Provinsi Jawa Tengah, tidak hanya selaku tempat ibadah masjid ini pula mempunyai daya tarik wisata religi yang unik dengan terdapatnya fasilitas serta atraksi⁵. Dari kepopuleran ataupun daya tarik MAJT yang berpotensi ini menjadi perhatian khusus pemerintah daerah, didukung dengan bertambahnya umat muslim pada sekarang ini, berdasarkan laporan *The Royal Islamic Strategic Centre* (RISSC) ditahun 2022 penduduk yang beragama islam di Indonesia mencapai 86,7% populasi dalam negeri⁶, begitu juga masyarakat muslim yang berada di Kota Semarang, menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Semarang pada bulan Oktober tahun 2024 total pemeluk agama islam di Kota Semarang bertambah setiap tahunnya, pada tahun 2021 jumlah masyarakat muslim sebanyak 1.465.838 jiwa, tahun 2022 sebanyak 1.470.224 jiwa, dan tahun 2023 sebanyak 1.485.169 jiwa.

Kualifikasi lingkungan yang mendukung baik dari segi sumber daya, dan adanya kebijakan pemerintah Kota Semarang terkait kepariwisataan, pemerintah sebagai pihak penanggung jawab dan pemerhati sudah menjadi tugas dan peranannya sebagai perencana, pengelola dan pembangun. Wisata religi MAJT telah terpilih menjadi ikon wisata religi islam di Kota Semarang, dari awal pembangunan dimulai sejak tahun 2001 dan diselesaikan ditahun 2006 dengan bangunan bernuansakan Jawa, Romawi, dan Islam yang diresmikan oleh Presiden RI Susilo Bambang Yudhoyono⁷.

Masjid Agung Jawa Tengah sebetulnya mempunyai potensi tepat pada aspek kebermanfaatan pariwisata religi yang berkelanjutan, dilihat melalui keunikan arsitektur bangunan yang memiliki ciri khas, kultur sosial maupun

⁵Muhammad Aqil Kasim, "Makna Simbolik Baru Pada Masjid Agung Jawa Tengah," *Jurnal Pendidikan Sosiologi Dan Humaniora* 10, no. 2 (2019): 107–20.

⁶Syamsul Bahri and Ahmad Efendi, "Analisis Peluang Dan Tantangan Produk Halal Makanan Dan Minuman Di Indonesia," *Islamic Economic and Business Journal* 5, no. 1 (2023): 1–13.

⁷Sifni Jumaila, "Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata Masjid Agung Jawa Tengah Prespektif Dakwah," 2020, 1–96.

budaya yang ada, sisi lingkungan yang religious, sisi pelibatan pemanfaatan perekonomian masyarakat setempat, pembangunan yang integral melalui pemberian nilai agama dan budaya dalam masyarakat, dan mampu sebagai pariwisata yang berkelanjutan⁸. Maka dari itu, pemerintah Kota Semarang menjadikan sektor wisata religi MAJT sebagai salah satu primadona dalam peningkatan wisata religi di Kota Semarang, dan dalam pemanfaatannya termasuk pada salah satu rencana pemerintah dalam pengembangan destinasi dan atraksi wisata yang berkualitas dan berkelanjutan.

Berdasarkan United Nation World Tourism Organization (UNWTO) terdapatnya konsep pariwisata yang berkelanjutan adalah sebagai pengurangan kemiskinan, menghormati keaslian budaya, pemakaian sumber daya lingkungan secara bertanggung jawab, serta memfasilitasi dengan melaksanakan pemberdayaan terhadap komunitas lokal supaya dapat berperan⁹. Konsep wisata berkelanjutan di MAJT memiliki potensi, salah satunya karena didukung oleh enam unsur, yaitu atraksi, akses, fasilitas, penginapan, aktivitas, dan layanan pendukung. Para pengunjung juga tidak perlu khawatir untuk mencari validitas objek wisata MAJT karena wisata religi tersebut sudah dapat diakses melalui *smart tourism destination* yaitu pada aplikasi Lunpia¹⁰. Tetapi untuk menuju pariwisata religi berkelanjutan tidak hanya mengendalikan 6A dan pemanfaatan teknologi pada objek wisata religi MAJT saja, akan tetapi juga menyalurkan keuntungan pariwisata dengan lebih luas kepada masyarakat lokal, komunitas, dan para pemangku kepentingan yaitu dengan memperhatikan dimensi berkelanjutan yang perlu dimplementasikan melalui strategi dan kolaborasi aktif antara *stakeholder* pariwisata.

⁸Efriyani Sumastuti, Heri Prabowo, and Qristin Violinda, "Pengembangan Wisata Kota Semarang," *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 12, no. 1 (2021): 30–38.

⁹Myra Gunawan Oliver Ortis, *Rencana Strategis Pariwisata Berkelanjutan Dan Green Jobs Untuk Indonesia*, 2012.

¹⁰Rino Ardhian Nugroho and Septiani Maya Lestari, "Kolaborasi Pentahelix Dalam Smart Tourism Destination Kota Semarang: Studi Kasus Pada Aplikasi Lunpia," *Kolaborasi : Jurnal Administrasi Publik* 9, no. 2 (2023): 209–32.

Pelaksanaan program program berkelanjutan yang telah dirancang sesuai dengan kebijakan pemerintah daerah terkait pariwisata berkelanjutan perlu adanya monitoring dan kerja sama secara efektif antara pihak Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) dan pihak Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata sehingga dapat mencapai tujuan sebagai objek wisata religi yang berkelanjutan dengan mengkaji melalui identifikasi lanjutan terkait potensi minat wisatawan maupun strategi Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) dan Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata (Disbudpar) dalam konsep berkelanjutan¹¹. Adanya keterlibatan dari pihak Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) MAJT Dan Disbudpar dalam rangka mengembangkan dan meningkatkan destinasi wisata religi dan tetap bertanggungjawab terhadap pelestarian lingkungan, alam, budaya menjadikan kolaborasi yang sinergis untuk mengembangkan MAJT sebagai wisata religi yang berkelanjutan dan dapat memiliki manfaat berjangka panjang baik dalam hal ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Tetapi pada saat ini yang sebenarnya terjadi hanya sebagian masyarakat yang dapat menikmati manfaat pariwisata, dikarenakan hambatan multi dimensi, ekonomi ataupun budaya. Banyak yang belum mendapatkan kesempatan untuk berperan dalam sektor pariwisata dikarenakan alasan politis, geografis, sosial, budaya maupun bisnis. Maka dari itu, dengan adanya fenomena aktual yang terjadi apakah dari pihak Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) MAJT sebagai pengelola dan Disbudpar Kota Semarang sebagai pemerhati sekaligus pemangku kebijakan memiliki strategi khusus untuk mengelola MAJT sebagai wisata religi berkelanjutan yang mengacu pada aspek keberlanjutan yaitu memerhatikan pemeliharaan lingkungan, ekonomi, sosial budaya dengan tetap memperhatikan masyarakat lokal yang ada.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang **“Strategi Kerja Sama Dewan Pelaksana**

¹¹Saerozi Lukmanul Hakim, Dedy Susanto, *Wisata Religi Menjelajah Spiritualitas Melalui Destinasi Suci*, 2018.

Pengelola (DPP) dan Disbudpar dalam Pengembangan Wisata Religi yang Berkelanjutan di Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT)”

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang ada, maka perumusan masalah yang dirancang yaitu meliputi:

1. Strategi kerjasama apa yang telah diterapkan oleh Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) dan Disbudpar dalam memastikan keberlanjutan wisata religi di MAJT?
2. Apa saja tantangan yang dihadapi dalam pengembangan wisata religi yang berkelanjutan di MAJT?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yang sesuai dengan rumusan masalah adalah :

1. Mengetahui dan mengidentifikasi strategi kerjasama yang diterapkan Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) MAJT dan Disbudpar untuk menjaga keberlanjutan wisata religi di MAJT.
2. Mengkaji tantangan yang dihadapi dalam pengembangan wisata religi berkelanjutan di MAJT.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoretis dan praktis, antara lain:

1. Manfaat Teoretis
 - a. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu sebagai tambahan literatur mengenai wisata religi yang berkelanjutan, khususnya di Masjid Agung Jawa Tengah.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan dalam rangka pengembangan ilmu dan strategi pengelolaan wisata religi yang berkelanjutan.

- c. Penulis berharap adanya penelitian ini dapat bermanfaat bagi akademisi UIN Walisongo khususnya untuk mahasiswa program studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa masukan positif bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif dan berkelanjutan dalam mengelola wisata religi MAJT, dan juga untuk Dewan Pelaksana Pengelola MAJT sebagai salah satu bahan evaluasi sehingga dapat memotivasi dalam mengelola MAJT dan dapat membuat kemajuan yang lebih baik lagi.

E. Tinjauan Pustaka

Pertama, skripsi Ika Arsita Husaeni, Universitas Islam Negri Walisongo Semarang tahun 2023 dengan judul “Peran Stakeholder Dalam Pengembangan Masjid Agung Jawa Tengah Sebagai Destinasi Wisata Religi Di Semarang”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui program kerja unggulan MAJT dalam upaya pengembangan wisata religi di Semarang, mengetahui peran stakeholder dalam pengembangan MAJT sebagai destinasi wisata religi di Semarang melalui penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah program kerja unggulan MAJT dibidang keremajaan yaitu kajian Jamilah (Jama’ah Mingguan Muslimah) dan kajian karim (Remaja Islam Mingguan), dibidang pendidikan yaitu KAP (Kajian Ahad Pagi), di bidang usaha yaitu menyediakan sewa aula (*Convention hall*), program kerja unggulan secara keseluruhan yaitu mengadakan dzikir dan sholat bersama, mengadakan frestifal hijrah dan frestival muharam dan program kerja unggulan kolaborasi yaitu *event* dugderan, program kerja unggulan cukup dilaksanakan secara efektif dan efisien, adapun hambatan secara umum program kerja unggulan di Masjid Agung Jawa Tengah di antaranya yaitu pandemic COVID-19 sehingga beberapa aktivitas diundur atau ditiadakan, dari hal tersebut dapat diatasi melalui pengaktifan media *online* seperti menyiarkan berbagai kajian di

channel youtube, facebook, Instagram dan MAJTV. *stakeholder* yang terlibat yaitu terdiri dari pihak pemerintah, Disbudpar Kota Semarang, dan pihak karyawan MAJT, *stakeholder* pendukung yang terdiri dari pihak masyarakat dan pihak swasta, *stakeholder* pengikut lain yang terdiri dari pihak masyarakat lain dan media massa¹².

Perbedaan penelitian tersebut yaitu mengenai tata kelola yang berfokus pada pengembangan MAJT sebagai destinasi wisata religi, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti berfokus pada pengembangan wisata religi dengan memperhatikan aspek yang berkelanjutan, dan juga menggali strategi yang dilakukan oleh Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) dengan Disbudpar dalam cara mengelolanya.

Kedua, Jurnal Matra Pembaruan: Jurnal Inovasi Kebijakan volume 3, nomor 1, tahun 2019, oleh Astuti Umar, Burhanuddin, Nasrulhaq, dengan judul “Kolaborasi Aktor Dalam Pembangunan Pariwisata Hutan Mangrove Tongke Tongke Kabupaten Sinjai, Sulawesi Selatan”. Tujuan penelitian tersebut untuk mengenali proses kerja sama yang terjalin dalam mencapai pembangunan secara efektif. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, hasil dari penelitian menunjukkan selama dibangunnya hutan telah mendapat penghargaan jenjang nasional terbaik di Sulawesi Selatan. Hal tersebut mengacu dengan adanya praktik kerja sama dalam pembangunan objek wisata tersebut, walaupun masih sering munculnya hambatan hambatan pada objek tersebut, untuk menuntaskan dan menanggapi hambatan dan kekurangan yang ada pemecahan terbaik ialah dalam keterbatasan masing masing aktor berkoordinasi dengan organisasi lingkup pemerintah Kabupaten Sinjai dengan berdiskusi, membangun kepercayaan, pemahaman bersama, dan dampak sementara¹³.

¹²Ika Arsita Husaeni, “Peran Stakeholder Dalam Pengembangan Masjid Agung Jawa Tengah Sebagai Destinasi Wisata Religi Di Semarang,” 2023, 1–133.

¹³Astuti Umar, Burhanuddin Burhanuddin, and Nasrulhaq Nasrulhaq, “Kolaborasi Aktor Dalam Pembangunan Pariwisata Hutan Mangrove Tongke-Tongke Kabupaten Sinjai, Sulawesi Selatan,” *Matra Pembaruan* 3, no. 1 (2019): 57–66.

Perbedaan penelitian tersebut yaitu terletak pada peranan pengelola wisata, di mana fokus terhadap pengelolaan dan pembangunan wisata hutan mangrove yaitu oleh stakeholder wisata. Sedangkan penelitian yang akan diteliti lebih meneliti kepada Pengelola MAJT dan Disbudpar sebagai pihak pemberi kebijakan dari pihak pemerintah kepada pengembangan wisata religi di MAJT yang berkelanjutan.

Ketiga, Tesis Andi Iqra Syamsul Bahari, Universitas Muhammadiyah Makasar, tahun 2023 dengan judul “Implementasi Kebijakan Pengembangan Pariwisata Dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaen Bulukumba”. Penelitian tersebut bertujuan untuk memahami proses analisis kebijakan pengembangan wisata sebagai faktor meningkatkan pendapatan asli daerah di Kabupaten Bulukumba. Jenis metode yang dipakai yaitu kualitatif. Hasil penelitian tersebut adalah telah dikembangkannya objek wisata di Kabupaten Bulukumba terlaksana oleh Dinas Pariwisata sebagai eksekutor pertama, dan para masyarakat sebagai faktor pendukung pengembangan tersebut. Adanya program khusus sebagai faktor tambahan penunjang dalam mengimplementasikan kebijakan hingga pada target pemasaran dalam mengembangkan pariwisata¹⁴.

Perbedaan pada penelitian tersebut yaitu terkait dengan pembahasannya yaitu mengkaji mengenai pengimplementasian kebijakan beberapa wisata di Kabupaten Bulukumba, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis fokus pada satu tempat wisata religi dan menganalisis terkait strategi kerja sama yang diterapkan Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) dengan Disbudpar untuk menjaga keberlanjutan wisata religi.

Keempat, skripsi Sabaria Baharuddin, Institut Agama Islam Negeri Parepare, tahun 2023 berjudul “Upaya Dinas Pariwisata, Pemuda, Dan Olahraga Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Di Kabupaten Pinrang”.

¹⁴Andi Iqra Syamsul Bahri, “Implementasi Kebijakan Pengembangan Pariwisata Dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Bulukumba,” 2023, 1–179.

Tujuan dari penelitian tersebut yaitu untuk mengkaji upaya Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga dalam meningkatkan kunjungan wisata di Kabupaten Pinrang, dan sebagai pengetahuan terhadap komponen penunjang meningkatnya kunjungan wisata di Kabupaten Pinrang, untuk mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap Upaya Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga dalam meningkatkan kunjungan wisata di Kabupaten Pinrang melalui penelitian kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian tersebut yaitu usaha yang diberlakukan oleh pihak Dinas Pariwisata dalam peningkatan kunjungan dapat dilihat melalui pengadaan koordinator untuk mengelola wisata di Kabupaten Pinrang yang perlu diperhatikan. Dalam praktik promosinya, Dinas Pariwisata Kabupaten Pinrang lebih berfokus pada penggunaan media promosi digital seperti *facebook*, *instagram* dan media sosial lainnya. Tinjauan ekonomi syariah yang diterapkan dalam pengembangan pariwisata halal di Kabupaten Pinrang dikarenakan mayoritas masyarakat beragama islam yang mempengaruhi minat kunjung wisatawan¹⁵.

Perbedaan kedua penelitian ini terletak pada target objek yang diteliti. Penelitian tersebut memfokuskan pada usaha Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga dalam meningkatkan jumlah pengunjung ke berbagai jenis wisata di Kabupaten Pinrang dengan mempertimbangkan ekonomi Syariah. Ini merupakan langkah Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga untuk menarik lebih banyak wisatawan di daerah tersebut. Di sisi lain, penelitian yang akan dilakukan oleh penulis akan fokus pada satu lokasi wisata religi, yaitu MAJT, yang dikelola oleh Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) bekerja sama dengan Disbudpar Kota Semarang untuk merancang strategi pengelolaan yang berkelanjutan.

Kelima, skripsi Ilham Abdillah, Universitas Islam Negri Mataram, tahun 2023 dengan judul “Upaya Pemerintah Desa Dalam Mengembangkan

¹⁵Sabaria Baharuddin, “Upaya Dinas Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Di Kabupaten Pinrang,” 2023, 1–116.

Pariwisata Di Desa Lantan Kecamatan Batukliang Utara Lombok Tengah.”Tujuan dari penelitian tersebut yaitu untuk memahami usaha pemerintah desa dalam pengembangan wisata dan mengetahui hambatan pengembangan pariwisata di Desa Lantan melalui pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut yaitu pemerintah desa telah berupaya dengan maksimal dalam mengembangkan wisata di desa Lantan dengan pengadaan proses administrasi desa, berkoordinasi untuk pendanaan, dan program pelatihan kepariwisataan untuk menjaga keberlangsungan pariwisata di desa Lantan khususnya pada objek-objek wisata, pada proses pengembangan pariwisata di Desa Lantan terdapat kendala diantaranya keadaan jalan menuju destinasi tersebut yang belum memadai, dan keterbatasan dana¹⁶.

Perbedaan antara dua penelitian ini yaitu terletak pada lokasi serta pendekatan yang diambil oleh pemerintah desa dalam mengembangkan sektor pariwisata di Desa Lantan. Penelitian ini menyoroti upaya dan langkah yang telah diterapkan, sementara penelitian yang akan penulis jalankan akan menekankan pada pelaksanaan kerja sama antara Dewan Pelaksana Pengelola dan Disbudpar. Fokus utama adalah strategi yang sudah dilakukan dan yang akan datang untuk mengoptimalkan potensi pariwisata religi yang berkelanjutan di MAJT.

F. Metodologi Penelitian

Berdasarkan pendapat Sugiono (2013:2), penelitian adalah cara ilmiah untuk mengumpulkan data dengan tujuan tertentu. Data yang diperoleh melalui penelitian ini adalah data empiris yang teramati dan memiliki kriteria valid tertentu¹⁷. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan cara yang relevan.

1. Jenis Penelitian

¹⁶Ilham Abdilah, “Upaya Pemerintah Desa Dalam Mengembangkan Pariwisata Di Desa Lantan Kecamatan Batukliang Utara Lombok Tengah,” 2023, 1–111.

¹⁷ Djoko Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Penerbit Alfabeta, 19th ed. (Bandung: Alfabeta Bandung, 2013).

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif adalah jenis riset yang menghasilkan penemuan yang tidak dapat diperoleh dengan menggunakan metode statistik. ., pada riset ini mempelajari mengenai kehidupan publik, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, serta kegiatan sosial.. Penelitian kualitatif dimaksudkan untuk mencari dan mendapatkan pemahaman terkait fenomena pada suatu latar yang berkonteks khusus. Pada proses penelitian memperhatikan hal-hal terpenting, contohnya pada proses tanya jawab, pengumpulan data secara valid, dan melakukan analisis data. Pada pelaksanaannya peneliti akan berbaur menjadi satu dengan para narasumber terkait. Oleh karena itu, peneliti dapat memahami problematika ataupun realita yang terjadi dan diteliti secara aktual dari keadaan atau situasi dengan menggunakan pendekatan studi kasus tersebut.

Studi kasus adalah pendekatan penelitian mendalam pada perorangan ataupun sekelompok orang. Sehingga didapatkannya deskripsi yang utuh dan mendalam dari sebuah entitas. Studi kasus maupu memahami dan mengeksplorasi suatu sistem secara metodologis tentang peristiwa yang terjadi berkembang dalam suatu objek yaitu strategi kerja sama Dewan Pelaksana Pengelola dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam mengembangkan wisata religi yang berkelanjutan di MAJT ini melalui prinsip riset studi kasus dengan mengidentifikasi satu kasus yang spesifik.

2. Sumber Data

Data adalah suatu yang belum memiliki makna untuk penerimanya serta masih memerlukan adanya suatu pengolahan, data juga diartikan sebagai deskripsi dari suatu kejadian yang dihadapi, berupa catatan dalam, buku, gambar, suara, ataupun dalam dokumen database. Sumber data sebagai bagian penting dalam pemberian informasi terkatit data yang dibutuhkan

baik sumber data primer maupun skunder dalam penelitian. Di bawah ini merupakan jenis data yang digunakan:

a. Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumbernya. Jenis data ini adalah yang paling autentik. Salah satu cara untuk mendapatkan data primer adalah melalui wawancara. Dalam penelitian ini, tokoh yang menjadi sumber informasi adalah Bapak Agus Kariswanto, yang menjabat sebagai Sub Koordinator Informasi Budaya dan Pariwisata di Disbudpar Kota Semarang, ustadz Beny Arief Hidayat sebagai Kepala Hubungan Masyarakat dan Pemasaran di Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT), pedagang di MAJT, warga sekitar MAJT, para akademisi, dan berbagai pihak yang memiliki kepentingan terkait.

b. Data Sekunder

Jenis data sekunder yaitu data yang didapatkan melalui proses tidak langsung dari objek penelitian, data ini merupakan data yang dikumpulkan dari data yang telah ada sebelumnya. peneliti menemukan data skunder dengan beberapa cara yaitu, buku, jurnal, dokumen, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai pelengkap.

3. Teknik Pengumpulan Data

Secara umum terdapat teknik pengumpulan data terdiri dari observasi, wawancara, dan dokumentasi¹⁸.

a. Observasi

Observasi ataupun pengamatan ialah proses dalam memandang suasana penelitian serta dilaksanakan secara leluasa, terstruktur, perlengkapan yang digunakan dalam pengamatan ialah lembar pengamatan serta catatan peristiwa. Ada pula data yang didapatkan dari

¹⁸ Nur Arisah Muhammad Hasan, Tuti Khairani Harahap, Syahril Hasibuan, Iesyah Rodliyah, Sitti Zuhaerah Thalbah, Cecep Ucu Rakhman, Paskalina Widiastuti Ratnaningsih, Inanna, Andi Aris Mattunruang, Herman, Nursaeni, Yusriani, Nahriana, Dumaris E. Silalahi, Sitti Hajera, "Metode Penelitian Kualitatif," in *Metode Penelitian Kualitatif*, 2022, 1–161.

hasil observasi ialah ruang, pelaku, aktivitas, objek, perbuatan, peristiwa, serta peran. Tujuan observasi ini yaitu untuk dapat menyajikan gambaran secara realistis terkait strategi kerja sama Dewan Pelaksana Pengelola dan Disbudpar dalam pengembangan wisata religi yang berkelanjutan di Masjid Agung Jawa Tengah.

b. Wawancara

Wawancara merupakan suatu cara untuk mengumpulkan informasi melalui interaksi antara orang yang mewawancarai dan orang yang diwawancarai. Ini dilakukan untuk mendapatkan data dengan bertatap muka dan mengikuti pedoman wawancara. Tujuan dari metode ini adalah untuk mengetahui informasi mengenai strategi yang diterapkan oleh Dewan Pelaksana Pengelola MAJT, serta Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam mengembangkan wisata religi berkelanjutan di MAJT dan mengatasi berbagai tantangan yang ada. Narasumber dalam wawancara ini adalah Bapak Agus Kariswanto, yang menjabat sebagai Sub Koordinator Informasi Budaya dan Pariwisata Disbudpar Kota Semarang, ustadz Beny Arief Hidayat sebagai Kepala Hubungan Masyarakat dan Pemasaran MAJT, serta masyarakat yang terlibat dalam sektor pariwisata seperti warga sekitar, para pengusaha atau pedagang, wisatawan, serta pekerja atau karyawan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi berfungsi sebagai sumber informasi yang mendukung penelitian, yang bisa berasal dari teks, film, gambar, bangunan monumental, peraturan, serta dokumen resmi yang dapat memberikan pengetahuan mengenai proses penelitian. Dalam memanfaatkan dokumentasi, tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan dan menggunakan data yang berkaitan dengan pendekatan kerjasama antara Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) dan

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk mengembangkan pariwisata religi yang berkelanjutan di MAJT.

4. Teknik Analisis Data

Setelah pengumpulan data dilakukan, langkah berikutnya adalah menjelaskan informasi sesuai dengan isu penelitian. Selanjutnya, data tersebut diorganisir dan dianalisis dengan metode tertentu. Analisis data merujuk pada deskripsi, pengelompokan, dan hubungan fenomena dengan konsep yang ada. Miles dan Huberman (1984), yang dikutip oleh Sugiono (2013), menyatakan bahwa analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkesinambungan. Proses ini melibatkan beberapa langkah sebagai berikut¹⁹:

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah langkah di mana kita memilih dan mengubah data mentah yang muncul selama proses pengumpulan informasi di lapangan. Reduksi data merupakan jenis analisis yang mengelompokkan dan menghilangkan informasi yang tidak diperlukan, serta merapikan data agar ketika mengambil kesimpulan dapat dipercaya. Data yang bersifat kualitatif dapat disederhanakan dan diubah dengan berbagai metode, seperti pemilihan yang ketat, membuat ringkasan dan penjelasan singkat, serta mengklasifikasikannya menjadi deskripsi yang lebih luas.

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah berikutnya adalah menyajikan informasi tersebut. Dalam penelitian kualitatif, cara untuk menyajikan data bisa menggunakan tabel, grafik, atau diagram. Dengan cara penyampaian ini, data akan terorganisir dalam pola yang mudah dipahami. Hal ini membantu seorang analis untuk melihat situasi yang ada dan menilai apakah kesimpulan yang diambil sudah tepat atau jika

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

analisis perlu dilakukan lagi sesuai dengan saran penyampaian yang ada. Pengaturan data dapat pula dalam bentuk penjelasan singkat atau pengelompokan kategori.

c. Penarikan kesimpulan

Langkah akhir dalam proses analisis data adalah membuat kesimpulan. Pada fase ini, peneliti memberikan arti pada data yang telah diolah dan membentuk kesimpulan yang berkaitan dengan temuan dari data tersebut. Kesimpulan yang diajukan pada awalnya bersifat sementara dan bisa berubah jika tidak ada bukti kuat pada tahap pengumpulan data yang berikut. Namun, jika kesimpulan yang diperoleh di fase pertama didukung oleh bukti yang sah dan konsisten saat peneliti melakukan pengumpulan data kembali di lapangan, maka kesimpulan tersebut dianggap sah.

5. Teknik Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, data dapat dianggap sah jika terdapat kesesuaian antara laporan peneliti dan kondisi nyata objek yang diteliti. Apabila potensi MAJT ditemukan sebagai wisata religi yang dapat bertahan dalam jangka panjang, maka perlu dibuat strategi untuk menjaga kestabilan wisata religi ini serta untuk pengembangannya, di mana pihak pengelola perlu bekerja sama dengan Disbudpar. Untuk memastikan kevalidan data, peneliti menerapkan teknik uji keabsahan data melalui triangulasi. Triangulasi adalah metode analisis data yang memadukan informasi dari berbagai sumber.

a. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber dapat dilakukan dengan memeriksa informasi yang diperoleh dari sejumlah sumber yang berbeda. Untuk memverifikasi keandalan data mengenai strategi kerja sama antara Dewan Pelaksana Pengelola dan Disbudpar dalam pengembangan pariwisata religi berkelanjutan di MAJT, perlu dilakukan uji keabsahan data yang telah

dikumpulkan selama penelitian. Ini bisa dilakukan dengan mengumpulkan informasi dari informan seperti Ustadz Beny Arif Hidayat, Kepala Hubungan Masyarakat dan Pemasaran MAJT, Bapak Agus Kariswanto, Sub Koordinator Informasi Budaya dan Pariwisata Disbudpar Kota Semarang, serta sumber daya pariwisata yang mencakup masyarakat setempat, pedagang, wisatawan, serta para pekerja. Setelah mengumpulkan data dari berbagai sumber tersebut, langkah selanjutnya adalah mendeskripsikan, mengkategorikan, dan menganalisis informasi berdasarkan pandangan yang serupa dan yang berbeda, termasuk hal-hal yang lebih spesifik dari masing-masing sumber.

b. Triangulasi Metode

Metode triangulasi digunakan untuk memverifikasi keandalan data dengan cara meninjau informasi yang telah diperoleh dari sumber yang sama namun melalui pendekatan yang berbeda. Contohnya, informasi dapat dikumpulkan melalui wawancara, yang kemudian diperiksa kembali melalui observasi dan dokumentasi, dan semua informasi tersebut digabungkan untuk mendapatkan kesimpulan. Namun, jika ada ketidakcocokan dalam data yang muncul, peneliti akan melakukan diskusi tambahan dengan sumber data yang relevan untuk menentukan data mana yang dianggap tepat, atau mungkin semuanya bisa jadi benar.

c. Triangulasi Waktu

Makna dari triangulasi waktu adalah bahwa waktu sering kali mempengaruhi keandalan data. Oleh sebab itu, triangulasi waktu dilakukan dengan cara memeriksa kembali data dari sumber dan tetap menggunakan metode yang sama, tetapi dalam waktu serta situasi yang berbeda. Saat mencoba untuk mengidentifikasi cara kerja sama antara Dewan Pelaksana Pengelola dan Disbudpar guna mengembangkan pariwisata religi yang berkelanjutan di MAJT, wawancara mendalam

dengan informan dilakukan sebelumnya, yang kemudian diulang pada waktu atau kondisi yang berbeda. Jika hasil dari pengujian menunjukkan data yang berbeda, peneliti dapat melakukannya berkali-kali sampai mendapatkan kepastian data.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi adalah pengaturan urutan dalam skripsi yang menghasilkan karya ilmiah yang terorganisir dan logis. Penting sekali sistematika ini karena berperan sebagai gambaran umum di setiap bab yang saling terkait, agar tidak terjadi kesalahan dalam penyusunan dan menghindari adanya kebingungan dalam membahas suatu isu. Dengan demikian, sistematika dapat disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : KERANGKA TEORI

Bab ini merupakan bagian yang mencakup tentang kerangka teori yang menjelaskan konsep yang berkaitan dengan penelitian diantaranya konsep strategi pengembangan pariwisata meliputi pengertian strategi pengembangan pariwisata dan prinsip, kebijakan pengembangan pariwisata, konsep pariwisata berkelanjutan meliputi pengertian pariwisata berkelanjutan, dimensi pariwisata berkelanjutan, konsep wisata religi meliputi pengertian wisata religi, bentuk wisata religi.

BAB III : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini menguraikan secara jelas mengenai gambaran umum Masjid Agung Jawa Tengah meliputi sejarah, kondisi

demografis dan letak geografis, visi dan misi, struktur organisasi, objek daya tarik wisata religi berkelanjutan Masjid Agung Jawa Tengah, gambaran umum Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang yang meliputi profil, visi dan misi, tugas, fungsi, dan struktur organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang.

BAB IV : ANALISIS HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang analisis data penelitian, berupa analisis strategi kerja sama Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) dan Disbudpar dalam memastikan keberlanjutan wisata religi MAJT, analisis tantangan yang dihadapi dalam pengembangan wisata religi yang berkelanjutan di MAJT.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran saran, dan penutup bagian akhir yang memuat daftar pustaka, biodata penulis, dan lampiran-lampiran.

BAB II

STRATEGI KERJA SAMA DEWAN PELAKSANA PENGELOLA (DPP) DAN DISBUDPAR DALAM PENGEMBANGAN WISATA RELIGI YANG BERKELANJUTAN DAN TINJAUAN TENTANG MASJID AGUNG JAWA TENGAH (MAJT)

A. Strategi Kerja Sama (*Cooperative Strategy*)

1. Konsep strategi kerja sama

Pemanfaatan gabungan kemampuan, sumber daya, dan lingkungan yang terbaik dan paling efisien adalah seni dan ilmu strategi. Berdasarkan penjelasan dalam kamus besar bahasa Indonesia, kerja sama merupakan tindakan serta usaha yang dilakukan oleh berbagai individu atau kelompok untuk meraih tujuan yang sama²⁰. Menurut Soekanto (2012) Kerjasama adalah upaya yang dilakukan oleh orang-orang atau kelompok untuk mencapai satu atau lebih tujuan yang sama. Strategi kerja sama, yang juga dikenal sebagai aliansi strategis, adalah jenis kolaborasi, kemitraan, atau jaringan antara dua pihak atau lebih dari suatu organisasi, lembaga, atau bisnis yang memiliki kepentingan yang sama. Jenis hubungan ini ideal untuk mencapai tujuan strategis jangka panjang, seperti memperluas jaringan dan meningkatkan kemampuan bersaing. Bentuk nyata yang diinginkan dari aliansi strategi adalah pengembangan pasar dan pengembangan produk. Fungsi aliansi strategi terbagi menjadi tiga, sebagai berikut²¹:

a. *Technological Capabilities*

Membangun dan mengembangkan kegiatan operasional, fasilitas, dan prosedur serta menciptakan kemungkinan untuk informasi,

²⁰Kamus Bahasa Indonesia, Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008.

²¹Waode Yusria and Muhammad Idrus, "Interaksi Sosial Masyarakat Multi Etnik Di Desa Langgea Kecamatan Ranomeeto Kabupaten Konawe Selatan," *Jurnal Selami IPS* 14, no. 2 (2021): 9–20.

teknologi, dan kemampuan baru adalah beberapa sasaran dan tujuan aliansi strategis. Kemampuan teknologi yang terbentuk melalui kemitraan strategis mencakup kolaborasi dalam kegiatan penelitian dan pengembangan. Hal ini mendukung perusahaan dalam menciptakan produk baru dan membuka akses ke pasar yang berbeda. Jika perusahaan melakukannya sendiri tanpa aliansi, mereka akan kehilangan sumber daya dan informasi yang mungkin tidak mereka miliki di dalam.

b. Manufacturing Capabilities

Adalah kemampuan kapasitas suatu bisnis atau organisasi untuk merencanakan, membuat, dan memproduksi barang dan jasa berkualitas tinggi sesuai dengan permintaan. Peran dari *Manufacturing Capabilities* adalah untuk meningkatkan kemampuan inovatif, meningkatkan efisiensi operasional melalui berbagi sumber daya dan kemampuan, dan meningkatkan kualitas produk melalui berbagi pengetahuan dan kemampuan.

c. Marketing Capabilities

Kemampuan pemasaran (*Marketing Capabilities*) banyak dipengaruhi oleh faktor eksternal. *Marketing Capabilities* dapat membantu bisnis dan organisasi dalam merasakan dan bereaksi terhadap perubahan di pasar, termasuk pergeseran pesaing dan kemajuan teknologi, sehingga memungkinkan mereka memanfaatkan sumber daya dan kompetensi mitra²².

Macam macam aliansi strategi yaitu sebagai berikut²³:

a. Joint venture

²² Ervan Alexander Okhotan and Diah Dharmayanti, "Pengaruh Marketing Capability Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Engagement Dan Competitive Advantage Sebagai Variabel Intervening Pada Indosat Ooredoo Di Surabaya," *Jurnal Strategi Pemasaran* 3, no. 1 (2015): 1–9.

²³ Muhadjir Anwar, *Model Kemitraan Bisnis Antar Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)*, Sasanti Institute, 1st ed. (Banyumas: Sasanti Institute, 2020)

Adalah kerjasama strategis di mana dua atau lebih perusahaan mendirikan usaha terpisah yang legal untuk menggabungkan sumber daya dan mencapai keunggulan di pasar.

b. *Equity strategic*

Adalah bentuk aliansi strategis di mana dua organisasi atau lebih berkolaborasi untuk mencapai tujuan bersama dengan berbagi kendali dan kepemilikan bisnis atau proyek.

c. *Nonequity strategic*

Adalah sebuah aliansi strategis di mana dua perusahaan atau lebih melakukan kesepakatan kontrak untuk memanfaatkan beberapa sumber daya dan keahlian khusus mereka guna mendapatkan keunggulan kompetitif.

d. *Global Strategic Alliances*

Kerja sama terjadi dalam bentuk kemitraan antara sejumlah perusahaan dari berbagai negara dan sektor industri. Hubungan ini terjalin antara perusahaan dengan pemerintahan negara lain.

2. Pembagian Kerja Sama Hubungan antar Organisasi Pariwisata

Strategi kerja sama yang efektif untuk pariwisata dapat dicapai melalui kerja sama antara pemerintah dan swasta berupa pengembangan infrastruktur dan promosi, kerja sama antara pengelola dan masyarakat berupa pengembangan produk wisata berbasis budaya lokal dan meningkatkan kualitas pelayanan, kerja sama antara asosiasi pariwisata dan pemerintah berupa efisiensi kebijakan dan meningkatkan promosi. Pembagian kerja sama antar organisasi pariwisata, yaitu sebagai berikut:

a. *Inter-organizational Relationships*

Hubungan antar organisasi, atau yang dikenal sebagai Inter-organizational Relationships (IOR), merujuk pada kolaborasi antara berbagai pihak di sektor pariwisata, termasuk pemerintah, masyarakat lokal, serta perusahaan-perusahaan wisata seperti hotel, biro perjalanan,

dan maskapai. Bentuk kerjasama ini bisa muncul dalam beberapa cara, seperti kemitraan, aliansi, dan jaringan.

Kemitraan adalah suatu bentuk hubungan yang melibatkan dua pihak atau lebih yang bekerja sama untuk mendapatkan keuntungan. Biasanya, satu pihak mungkin berada dalam posisi yang kurang menguntungkan dibandingkan yang lain, namun mereka sepakat untuk membangun hubungan demi mencapai tujuan bersama.

Di sisi lain, aliansi adalah hubungan resmi yang terjalin antara dua atau lebih kelompok yang setuju untuk bekerja sama demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan, atau untuk memenuhi kebutuhan bisnis tertentu yang penting untuk masing-masing organisasi, tetapi tetap secara independen.

Sedangkan jaringan melibatkan kerjasama dengan pihak ketiga yang diperlukan oleh suatu perusahaan agar dapat menjalankan operasionalnya dengan lebih efektif dan efisien, sehingga menciptakan produktivitas yang lebih tinggi dan daya saing yang kuat. Hal ini pada akhirnya membantu perusahaan untuk meraih keuntungan dan perkembangan yang diharapkan.

b. *Inter-organizational Collaborations*

Kerjasama antara berbagai organisasi, yang dikenal sebagai Kolaborasi Antar Organisasi (IOC) dalam industri pariwisata, adalah suatu proses di mana dua atau lebih organisasi berbeda berkolaborasi untuk mencapai tujuan yang sama. Dengan begitu, jika ada isu sosial yang melampaui kapasitas suatu organisasi, kolaborasi tersebut dapat membantu menyediakan layanan atau menciptakan produk baru yang lebih baik untuk konsumennya. Melalui penggabungan keterampilan dan sumber daya dari masing-masing organisasi, hasil yang dicapai akan lebih memuaskan dibandingkan jika setiap organisasi bekerja sendiri. Kolaborasi antar organisasi juga mampu memunculkan inovasi dalam manajemen serta mengatasi masalah dan tantangan yang

kompleks dalam masyarakat. Hal ini terjadi karena kerja sama tersebut dapat menggabungkan sumber daya yang ada dan memperkuat efektivitas setiap organisasi. Ada lima aspek yang menjadi dasar kolaborasi antar organisasi, yaitu aspek pemerintahan, administrasi dengan melihat struktur negara, aspek saling menguntungkan, norma yang berfungsi sebagai modal sosial, serta otonomi organisasi²⁴.

Tabel 2. 1 Perbedaan *Inter-Organizational Relationships (IOR)* dan *Inter-Organizational Collaboration (IOC)*

No	Perbedaan	<i>Inter-organizational Relationships (IOR)</i>	<i>Inter-organizational Collaborations (IOC)</i>
1.	Fokus	Fokus pada hubungan antara organisasi	Fokus pada kerja sama antara organisasi
2.	Tujuan	Membangun dan memelihara hubungan	Mencapai tujuan Bersama melalui kerja sama
3.	Tingkat Kerja Sama	Melibatkan kerja sama yang lebih rendah, seperti pertukaran informasi	Melibatkan kerja sama yang lebih tinggi, seperti pengembangan produk Bersama
4.	Jangka Waktu	Memiliki jangka waktu yang lebih panjang	Memiliki jangka waktu yang lebih pendek
5.	Tingkat Komitmen	Lebih rendah	Lebih tinggi

²⁴Aldi Wisnumurti Sarwono and John J O I Ihalaui, "Teori-Teori Untuk Memahami Dan Menjelaskan Kerjasama Dalam Hubungan Antar Organisasi Pariwisata," *Kapita Selekta Pariwisata (KSP)* 1, no. 1 (2021): 323–40.

6.	Hasil	Lebih umum, seperti peningkatan hubungan	Lebih spesifik, seperti pengembangan prouk baru.
----	-------	--	--

B. Strategi Pengembangan Pariwisata

1. Konsep Strategi Pengembangan Pariwisata

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu "*Stratos*" yang berarti militer, dan "*ego*" yang berarti memimpin. Dari situ, muncul istilah "*strategos*" Pengertian strategi sendiri adalah proses di mana pemimpin tingkat atas menentukan rencana dengan fokus pada tujuan jangka panjang bagi organisasi. Rencana tersebut melibatkan penerapan tindakan dan pengaturan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan²⁵. Adanya strategi juga didefinisikan sebagai suatu trik atau rancangan untuk mencapai suatu rencana sehingga strategi dapat dikatakan menjadi suatu keilmuan dalam merencanakan serta mengarahkan berbagai kegiatan dalam rasio yang besar yang mengarahkan pada suatu posisi yang menguntungkan²⁶.

Strategi dirumuskan untuk memperbaiki rencana jangka panjang terkait dengan peluang dan tantangan. Dalam sektor pariwisata, strategi yang dikembangkan bertujuan untuk menciptakan layanan produk yang berkualitas, seimbang, dan dilakukan secara bertahap. Pengembangan kepariwisataan merupakan suatu rangkaian usaha untuk menciptakan objek destinasi pariwisata menuju pada keadaan yang lebih baik tanpa merusak ekosistem alam yang ada, melalui tahapan perencanaan, pengelolaan

²⁵Mila Karmilah Iin Choirunnisa, "Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya Studi Kasus: Kawasan Pecinan Lasem, Kampung Lawas Maspati, Desa Selumbung," *Jurnal Kajian Ruang* 1, no. 2 (2021): 89–109.

²⁶Erline T.V. Timpal Agustinus B. Pati Fanley Pangemanan, "Strategi Camat Dalam Meningkatkan Perangkat Desa Di Bidang Teknologi Informasi Di Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara," *Jurnal Governance* 1, no. 2 (2021): 1–10.

lingkungan, dan mempertimbangkan masyarakat²⁷. Komponen utama dalam melakukan pengembangan kepariwisataan yaitu memperhatikan unsur pariwisata, menurut Buhalis (2000) unsur unsur pariwisata terdiri dari 6A, yaitu²⁸ :

a. *Attraction* (Atraksi)

Atraksi yaitu segala sesuatu (area atau tempat, fasilitas, fenomena dan aktifitas wisata) yang dapat menarik daya kunjung minat wisatawan. Atraksi dapat didasarkan dari sumber daya alam yang dimiliki, keindahan kawasan tersebut, kebudayaan, agama, dan sejarah yang ada. Adanya atraksi ini merupakan sebagai dasar dan inti dari produk pariwisata yang ada, selain itu juga sebagai motivator utama bagi suatu perjalanan pariwisata.

b. *Accessibilities* (Akses)

Akses mencakup fasilitas yang diperlukan oleh wisatawan saat menuju tempat wisata. Oleh karena itu, perlu ada kendaraan atau transportasi, jalur, dan cara perjalanan yang tersedia. Aksesibilitas pariwisata dimaksudkan untuk memberikan kemudahan kepada wisatawan menuju destinasi wisata yang diminati, di dalamnya mencakup petunjuk arah, kondisi jalan, bandara maupun terminal.

c. *Amenities* (Fasilitas Pendukung)

Fasilitas pendukung wisatawan dikenal sebagai amenities, yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan seperti tempat tinggal, makanan dan minuman, hiburan, belanja, perbankan, rumah sakit, dan keamanan yang memadai. Setiap lokasi wisata memiliki fasilitas unik untuk memenuhi kebutuhan para pengunjung, dan mereka

²⁷Eva Murni Mustika, Anwar Parawangi, and Sudarmi, "Pengembangan Objek Wisata Pantai Lemo Di Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur," *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik (KIMAP)* 2, no. 5 (2021): 1722–33.

²⁸Wiwit Nugroho and Rara Sugiarti, "Analisis Potensi Wisata Kampung Sayur Organik Ngemplak Sutan Mojosongo Berdasarkan Komponen Pariwisata 6A," *Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 19, no. 2 (2018): 35–40.

menyesuaikan layanan tersebut sesuai dengan ciri khas lokasi masing-masing.

d. *Accommodation* (Penginapan)

Akomodasi mencakup semua yang disiapkan untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan, termasuk tempat tinggal sementara di mana mereka bisa menginap, tidur, mandi, serta makan dan minum. Selain itu, wisatawan juga bisa menikmati berbagai layanan dan hiburan yang ada. Contoh dari akomodasi meliputi hotel, apartemen, dan *guest house*.

e. *Activities* (Aktivitas)

Aktifitas berhubungan dengan kegiatan yang terkait dengan lokasi tujuan dapat memberikan pengalaman yang menjadi daya tarik bagi para wisatawan. Setiap tempat wisata memiliki aktivitas yang berbeda, tergantung pada ciri khas dari destinasi pariwisata tersebut.

f. *Ancillary Services* (Layanan Pendukung)

Dukungan yang diberikan oleh organisasi, pemerintah daerah, kelompok, atau pengelola destinasi untuk mengelola suatu destinasi dan mengadakan kegiatan wisata dan memberikan kebijakan maupun pelayanan untuk para wisatawan. Dengan adanya berbagai organisasi dapat mendorong pengembangan, serta pemasaran destinasi yang dituju disebut sebagai *ancillary*.

Adanya penerapan dan pengembangan unsur pariwisata dapat menjadi proses yang bersifat memajukan suatu destinasi yang lebih baik melalui peremajaan dan pemeliharaan sehingga dapat berkembang. Tujuan strategi pengembangan pariwisata yaitu untuk mengembangkan produk dan pelayanan berkualitas²⁹. Adapun pengambilan langkah pada

²⁹ Erna Okta Amelia, Joko Pramono, and Damayanti Suhita, "Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Pariwisata Kota Surakarta Di Masa Pandemi Covid-19," *Publisia: Jurnal Ilmu Administrasi Publik* 7, no. 1 (2022): 66–76.

strategi pengembangan kepariwisataan menurut Suwanto (2004) yaitu³⁰:

- a. Pada jangka pendek mengutamakan dalam pengoptimalisasian, terutama untuk citra kepariwisataan, menumbuhkan mutu tenaga kerja, memajukan pengelolaan, dan pemanfaatan produk yang tersedia.
- b. Pada jangka menengah, fokus akan diberikan pada proses integrasi, terutama dalam memperkuat sektor pariwisata Indonesia. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan efisiensi manajemen, melakukan diversifikasi produk untuk mengurangi risiko, serta meningkatkan kualitas dan jumlah tenaga kerja.
- c. Pada jangka panjang memprioritaskan pengembangan kemampuan pengelolaan, jangkauan produk dan pelayanan, pengembangan pasar pariwisata baru, pengembangan mutu, sumber daya manusia, pembuatan kebijakan pemerintah untuk mengembangkan kepariwisataan.

2. Prinsip dan Kebijakan Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata di suatu daerah memerlukan kerja sama antara pemerintah dan swasta, di mana pemerintah berperan sebagai regulator dan swasta berperan sebagai investor. Berdasarkan Peraturan Wali Kota Semarang Nomor 80 Tahun 2016, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) memegang peranan penting dalam mendukung Wali Kota dalam mengelola urusan budaya dan pariwisata di daerah. Kemitraan ini penting untuk mendorong pertumbuhan pariwisata yang efektif dan memastikan pelestarian dan promosi warisan budaya lokal. Adapun perlindungan dan Rencana pengelolaan kawasan cagar budaya di Semarang difokuskan pada pelestarian pola sosial dan budaya masyarakat,

³⁰Arwanto Harimas Ginting Data Wardana1, Zainal, "Strategi Pemerintah Dalam Pengembangan Objek Wisata Alam Teluk Jering Kabupaten Kampar," *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja* 10, no. 1 (2020): 211–19.

bentuk arsitektur, dan peningkatan kegiatan pariwisata. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang terlibat aktif dalam pengembangan dan promosi wisata religi, dengan menyoroti situs-situs penting seperti Masjid Agung Semarang, Gereja Blenduk, Klenteng Sam Po Kong, Masjid Agung Jawa Tengah, dan Klenteng Watugong. Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan lanskap budaya dan menarik pengunjung ke warisan religi kota yang kaya ini dengan memerhatikan konsep pola perjalanan wisata yang sesuai dengan kebutuhan para pengunjung, termasuk pada kawasan Masjid Agung Jawa Tengah telah dimasukan pada pembangunan kepariwisataan dalam skema kebijakan pusat³¹.

Rencana pengelolaan Kawasan Masjid Agung Jawa Tengah difokuskan pada dua aspek utama, yaitu penataan masjid itu sendiri dan pengembangan sistem pariwisata terpadu. Pengembangan pariwisata ini berpedoman pada prinsip-prinsip yang menekankan pentingnya keberagaman budaya, keunikan, dan kebutuhan khusus pengunjung. Rencana ini bertujuan untuk meningkatkan pengalaman keseluruhan kawasan dengan tetap menghargai warisan budaya dan alamnya³². Peran pariwisata sangat penting sehingga pengelolaan dan pengembangannya perlu dilakukan secara strategis. Hal ini harus mempertimbangkan penyelenggaraan yang mengikuti Undang-Undang Kepariwisata Nomor 10 Tahun 2009. Pengelolaan maupun pengembangan pariwisata sesuai dengan prinsip yang menekankan nilai kelestarian lingkungan, komunitas, sosial, adapun prinsipnya sebagai berikut³³:

³¹ Lukmanul Hakim and Kurnia Muhajarah, "Travel Pattern Wisata Religi Di Jawa Tengah," *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy* 3, no. 1 (2023): 1–18, <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v3i1.6304>.

³² Linda Noviana Nasrullah, Muji Listyo Widodo, Erni Yuniarti, Annisa Ilmi Faried Wan Suryani, Rein Susinda Hesty and Ilma Indriasri Pratiwi Meidy Putri Utami, Fatrisia Yulianie, Firsta Rekayasa Hernovianty Nina Mistriani, I Wayan Sonder, *Perencanaan Destinasi Pariwisata, Yayasan Kita Menulis*, 2023

³³ Dewa Gde Rudy and I Dewa Ayu Dwi Mayasari, "Prinsip - Prinsip Kepariwisata Dan Hak Prioritas Masyarakat Dalam Pengelolaan Pariwisata Berdasarkan Undang - Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata," *Jurnal Kertha Wicaksana* 13, no. 2 (2019): 82.

- a. Pembangunan atraksi maupun pengelolaan pariwisata harus berdasarkan pada kearifan lokal yang menggambarkan keunikan peninggalan budaya dan lingkungan.
- b. Pengayoman dalam peningkatan kualitas sumber daya menjadikan pengembangan kawasan pariwisata dan juga mengutamakan pelayanan berbasis keunikan budaya lingkungan lokal.

C. Pariwisata Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs)

1. Definisi pariwisata berkelanjutan

Keberlanjutan didefinisikan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) sebagai pemenuhan kebutuhan masa kini tanpa mengorbankan potensi masa depan. UNWTO (*United Nation World Tourism Organization*)/ pada sekarang ini telah melakukan *rebranding* nama menjadi *UN Tourism* merupakan organisasi pariwisata dunia di bawah naungan PBB yang bertanggung jawab pada keberlanjutan pariwisata, organisasi tersebut mendefinisikan pariwisata berkelanjutan sebagai sebuah konsep yang memperhitungkan secara menyeluruh dampak ekonomi, sosial, lingkungan saat ini dan masa depan yang mencakup pengembangan pedoman, praktik dalam meningkatkan pengalaman dalam berwisata secara keseluruhan dan memenuhi kebutuhan penunjang pariwisata, lingkungan dan masyarakat yang nantinya akan menjamin keberlanjutan jangka panjang. Definisi ini terkait erat dengan 17 Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*), yang juga dikenal dengan tujuan global, ini merupakan seruan mendesak bagi semua negara maju dan berkembang untuk bekerjasama menciptakan strategi yang dapat memberikan manfaat bagi dimensi lingkungan, sosial

dan ekonomi pembangunan berkelanjutan³⁴. Urgensi yang perlu diperhatikan dalam pengembangan keberlanjutan pariwisata, yaitu:

- a. Menghargai otentitas budaya dan sosial masyarakat setempat melalui pelestarian budaya maupun nilai tradisional yang telah diciptakan serta berkontribusi pada pemahaman toleransi antar budaya yang ada.
- b. Mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya lingkungan yang menjadi kunci dari pengembangan wisata, merawat dan memerhatikan ekologis, melestarikan keanekaragaman hayati. Agama islam mengajarkan untuk menjaga lingkungan dan larangan untuk merusaknya, Alloh SWT berfirman dalam Al-Qur'an pada surat Ar Rum ayat 41

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي
عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ

“Telah tampak kerusakan didarat dan dilaut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, Allah menghendaki agar mereka merasakan sebagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar).”

Hikmah dari ayat tersebut yaitu diciptakannya manusia sebagai pemimpin di bumi yang diamanahi tugas untuk menjaga, memanfaatkan, dan memelihara kelestarian apa yang ada di bumi³⁵.

- c. Menganalisa manajemen perekonomian jangka panjang, hal tersebut berkaitan dengan pemberian lapangan kerja yang stabil terhadap masyarakat sekitar dan memperoleh tambahan penghasilan dari aktifitas pariwisata yang ada.

³⁴ Janine Patricia P. Chuajap et al., “Santuario (Shrines): The Sustainable Religious Tourism Management of Selected Philippine Congregation-Managed Marian Shrines,” *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage* 11, no. 6 (2023): 85–100.

³⁵ Ariyadi, “*Al-Qur'an Views Relating to Environmental Conservation*”, Daun: Jurnal Ilmiah Dan Kehutanan, 5.1 (2018), 01-09

Pada konsep *Sustainable Development Goals* (SDGs) dalam pariwisata religi memperhatikan aspek aspek keberlanjutan, kesejahteraan sosial, dan mementingkan keadaan lingkungan. Melalui adanya tujuan pariwisata religi yang bernuansa nilai nilai keislaman dan kearifan lokal dapat melestarikan budaya, warisan sejarah, mengurangi ketimpangan masyarakat, dan menyejahterakan masyarakat lokal. Pariwisata religi yang berkonsepkan SDGs diharapkan mampu menjadi pedoman yang kuat untuk mewujudkan suatu tujuan berkelanjutan secara menyeluruh. Dalam mencapai SDGs pariwisata religi penting untuk melibatkan dan bekerjasama dengan *stakeholder* seperti pemerintah daerah, komunitas lokal, lembaga masyarakat, dan pelaku industri pariwisata. Dengan adanya perencanaan hingga tahap melaksanakan yang melibatkan pihak terkait akan lebih terlaksana dalam proses pengendalian dan pemantauan pencapaian tujuan yang diinginkan³⁶.

Kementerian Pariwisata dan ekonomi Kreatif Republik Indonesia menyatakan pada proses implementasi strategi pembangunan wisata yang berkelanjutan, yaitu sebagai berikut³⁷:

- a. Mewujudkan pekerjaan layak dan ramah lingkungan
- b. Mengurangi angka kemelaratan.
- c. Membuka kesempatan untuk bekerja.
- d. Menerapkan prosedur standar berkelanjutan.
- e. Menerapkan pendekatan berkelanjutan dan perencanaan pariwisata.
- f. Membentuk badan koordinasi tunggal untuk pembangunan pariwisata.

2. Dimensi Pariwisata Berkelanjutan

³⁶Lukmanul Hakim, Dedy Susanto, *Wisata Religi Menjelajah Spiritualitas Melalui Destinasi Suci*.

³⁷Nasrullah, Muji Listyo Widodo, Erni Yuniarti, Annisa Ilmi Faried Wan Suryani, Rein Susinda Hesty and Meidy Putri Utami, Fatrisia Yulianie, Firsta Rekayasa Hernovianty Nina Mistriani, I Wayan Sonder, *Perencanaan Destinasi Pariwisata*.



Gambar 2. 1 Dimensi Pembangunan Pariwisata
Berkelanjutan

Sumber: Yusuf M, Praptika I, 2023

Pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dapat dinilai dari empat aspek, yaitu keberlanjutan di bidang sosial budaya, perlindungan lingkungan, aspek ekonomi, dan keberlanjutan kelembagaan. Keberlanjutan pariwisata dapat dicapai jika masyarakat lokal berada di suatu destinasi dan dalam memanfaatkan sumber daya alam tanpa melebihi kemampuan regeneratif sumber daya alam³⁸. Mencapai pariwisata berkelanjutan membutuhkan pemantauan dampak yang konsisten, dari langkah pencegahan atau perbaikan yang dibutuhkan kapanpun itu, menjaga tingkat kepuasan wisatawan dan pemastian dalam menciptakan pengalaman yang bermakna dan berkesan untuk para wisatawan. Adapun indikator keberlanjutan pariwisata sebagai berikut :

Tabel 2. 2 Indikator Keberlanjutan Pariwisata

No	Aspek	Indikator
----	-------	-----------

³⁸Mohamad Yusuf and I. Putu Gede Eka Praptika, "Development of Bali Spirit Festival to Support Sustainable Spiritual Tourism," *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage* 11, no. 6 (2023): 118–31.

1.	Keberlanjutan sosial budaya	Kesetaraan, keadilan sosial.
		Memenuhi pengalaman wisata.
		Pengendalian pada skala lokal.
		Kesejahteraan atau harmonisasi masyarakat setempat.
		Kekayaan budaya lokal.
2.	Kelestarian lingkungan	Keutuhan fisik antara atraksi dan fasilitas pariwisata.
		Keanekaragaman hayati.
		Penggunaan sumber daya alam secara efisien.
		Keadaan asli dan pelestarian lingkungan hidup
3.	Keberlanjutan ekonomi	Ketenagakerjaan yang layak dan berkualitas.
		Kelanjutan kegiatan ekonomi.
		Perekonomian dan kemakmuran masyarakat setempat.
4.	Kelembagaan kelanjutan	Pengendalian kebijakan berbasis lokal.
		Partisipasi politik.
		Perencanaan kebijakan daerah yang strategis.
		Dukungan dari berbagai tingkat pemerintahan.

Pengembangan pariwisata harus direncanakan secara total dan kesiapan yang penuh, sehingga dapat menciptakan siklus yang bertahan lama dan berkembang. Pengembangan pariwisata berkelanjutan tidak

hanya berfokuskan terhadap peningkatan jumlah wisatawan saja melainkan juga harus mempertimbangkan aspek berkelanjutan³⁹.

D. Wisata Religi

1. Pengertian Wisata Religi

Menurut UU No. 10 tahun 2009 tentang Pariwisata, kegiatan pariwisata mencakup berbagai aktivitas yang didukung oleh fasilitas wisata dan pelayanan yang disediakan oleh pemerintah daerah, masyarakat, dan pelaku usaha. Organisasi Pariwisata Dunia (WTO) menjelaskan bahwa pariwisata adalah aktivitas orang yang bepergian atau tinggal di lokasi di luar tempat asal mereka selama tidak lebih dari satu tahun secara berkelanjutan untuk tujuan hiburan, bisnis, atau tujuan lainnya⁴⁰. Ahmad Mabururin menjelaskan bahwa pariwisata berasal dari kata sanskerta “vis” yang berarti tempat untuk hidup, memasuki, dan duduk. Selanjutnya, kata ini berkembang menjadi “Vicata” dalam Bahasa Kawi Kuno yang diartikan sebagai perjalanan. Pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan secara sukarela dan bersifat sementara untuk menikmati objek serta daya tarik wisata⁴¹.

Jadi kesimpulannya pariwisata merupakan kegiatan individu atau sekelompok yang berkunjung pada objek pariwisata bertujuan untuk menikmati, rekreasi, daya tarik. Berbagai daya tarik pariwisata, pariwisata religi hadir dengan konsep objek pariwisata yang berkaitan dengan agama. Pariwisata religi umumnya dikaitkan dengan berbagai istilah lain seperti wisata spiritual, ziarah maupun wisata ritual. Selain itu, sektor pariwisata ini menjadi peluang baru bagi suatu daerah untuk mengembangkan potensinya

³⁹Nurlisa Ginting, “Analisa Teori Kepuasan Wisatawan Terhadap Objek Wisata,” *Talenta Conference Series* 5, no. 1 (2022).

⁴⁰Dini Yulianti, “Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kesejahteraan Pada Masyarakat Pelaku Usaha Di Sekitar Objek Wisata Pantai Tanjung Setia, Pekon Tanjung Setia Kec. Pesisir Selatan Kab. Pesisir Barat),” 2020, 641.

⁴¹Achmad Mabururin and Aini Latifah, “Analisis Pengembangan Poensi Pariwisata Syariah Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat (Studi Pada Wisata Religi Di Makam Gus Miek Kabupaten Kediri Dan Mbah Wasil Kota Kediri),” *Ar Rehla : Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy* 1, no. 1 (2021): 45–66.

guna meningkatkan pendapatannya. Wisata spiritual merupakan salah satu bentuk perjalanan tertentu yang menjadi populer di kalangan masyarakat Indonesia, di Indonesia memiliki banyak makam untuk dikunjungi dan tergolong unik, karena di Indonesia sendiri mempercayai keterkaitan antara makam dengan mitos-mitos suci kuno⁴². Nyoman S. Pendit (2002) menjelaskan bahwa wisata religi adalah jenis perjalanan yang berhubungan dengan agama, tradisi, dan sejarah suatu komunitas. Dengan wisata religi, orang-orang muslim dapat meningkatkan pengetahuan, pengalaman spiritual, dan memperdalam rasa religius mereka. Tujuan dari pariwisata religi adalah untuk mencari berkah, nasihat, pelajaran hidup, dan kebijaksanaan dalam hidup mereka. Empat konsep utama dalam pariwisata religi berdasarkan pandangan islam sebagai berikut⁴³:

- a. Pariwisata religi sebagai perjalanan ibadah, pada konsep tersebut selaras dengan makna rukun islam yang ke lima, melaksanakan haji dan umrah ke Baitullah.
- b. Pariwisata memiliki arti kuat pada konsep perkembangan ilmu pengetahuan dan penyebarannya.
- c. Paling utama dari suatu perjalanan yaitu bertujuan untuk menyeru ataupun menyebarkan kepada umat manusia tentang ajaran agama islam.
- d. Perjalanan adalah suatu media untuk mensyukuri keindahan alam, merenungkan dan mengagungkan Alloh SWT Maha pemilik kuasa di muka bumi ini. Dengan dilakukannya kegiatan wisata, tingkat keimanan seseorang diharapkan akan meningkat⁴⁴.

⁴²Mahatva Yoga Adi Pradana, Darsono Wisadirana, and Muhammad Lukman Hakim, "Integration of Islamic Religious Values and Javanese Culture in the Development of Pilgrimage Tourism in Ngawonggo, Indonesia," *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage* 11, no. 6 (2023): 132–41.

⁴³Retno Kusumastuti, "Peta Jalan Wisata Religi Kota Surakarta," *Bengawan Solo* 3, no. 1 (2024).

⁴⁴ Lukmanul Hakim, *Pariwisata Islam*. (Sleman: Deepublish, 2022), hal. 14

Komponen pariwisata religi harus mencakup dan memperhatikan agama, menjaga jiwa, menjaga akal, dan menjaga harta. Fungsi pariwisata religi merupakan untuk mendapatkan ketentraman secara lahir batin, meningkatkan kualitas manusia, sebagai ibadah dan menjadi salah satu tujuan pariwisata umat islam⁴⁵.

2. Bentuk Bentuk Wisata Religi

a. Masjid

Kata masjid berasal dari bahasa Arab yang adalah “*sajada, yasjudu, sujudan*” Dalam kamus al munawir, artinya adalah “membungkuk dengan penuh hormat” Secara etimologi, masjid diambil dari kata dasar “sujud” yang berarti “memberikan penghormatan” Oleh karena itu, pengertian sebenar dari masjid adalah tempat untuk menjalankan semua kegiatan sebagai tanda pengabdian kepada Tuhan, Allah Swt, semata⁴⁶. Sebagaimana disebutkan dalam Al Qur’an surat Al Jin ayat 18:

وَأَنَّ الْمَسَاجِدَ لِلَّهِ فَلَا تَدْعُوا مَعَ اللَّهِ أَحَدًا^ط

“Dan sesungguhnya masjid-masjid itu adalah untuk Allah. Maka janganlah kamu menyembah apa pun di dalamnya selain Allah” Q.S. Al-Jin: 18⁴⁷.

Keadaan masjid pada saat ini mengalami banyak perubahan dibandingkan dengan awal mulanya, perubahan tersebut disebabkan oleh adat istiadat, iklim, dan budaya. Peran masjid dalam perkembangannya telah menjadi tempat spiritualitas yang didatangi para jamaah sehingga dapat menjadi wisata religi melalui bangunan

⁴⁵ Winanda Mustofa, “Pengembangan Wisata Religi Kabupaten Bangkalan Dengan Pendekatan Maqasid Al- Shari ’ Ah,” *Wasathiyah : Jurnal Studi Keislaman* 4, no. 1 (2023): 78–90.

⁴⁶ Elta Andrea, Yulianto, and Asyul Fikri, “Masjid Jami’ Masjid Bersejarah Di Kecamatan Pangean Kabupaten Kuantan Singingi,” *Journal of Social Science Research* 1, no. 2 (2021): 423–27.

⁴⁷ Kasja Eki Waluyo Firdaus Indra Redani, Iwan Hermawan, “Strategi Dakwah Dkm Dalam Memakmurkan Masjid Jami’ Darussalam Perumahan Cikeas Gardenia Kabupaten Bogor,” *Al - Muaddib : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman* 7, no. 1 (2022): 91–98.

modern arsitekturnya, perencanaan oleh para ahlinya dan semakin bereksistensi mendukung kemajuan bersama berkembangnya agama islam. Revitalisasi adalah metode untuk menghidupkan kembali sesuatu yang sangat berharga. Eksistensi ini harus dilestarikan dan dikembangkan, seperti masjid yang bisa dijadikan sebagai tempat wisata religi. Setidaknya masjid memiliki tiga kajian secara makna yaitu⁴⁸:

- 1) Mempunyai keterkaitan secara individu antara rohani seseorang hingga pada keteguhan iman seseorang.
- 2) Terkait dengan aspek sosial, yaitu terbentuknya komunitas yang siap menghadapi berbagai situasi dan kondisi dalam hidup. Komunitas ini juga mampu hidup di tengah masyarakat yang berperilaku baik dalam kehidupan sosial.
- 3) Memiliki elemen fisik adalah suatu cara untuk menunjukkan keyakinan, serta kekuatan dalam hubungan sosial yang memperlihatkan sikap yang membangun dan menghasilkan.

b. Makam

Makam dalam bahasa Jawa diartikan sebagai "pesarean," yang memiliki arti tidur. Umumnya, makam yang dijadikan objek wisata religi adalah tempat peristirahatan para tokoh agama atau figur penting di daerah tersebut. Kegiatan ini sering disebut dengan ziarah kubur. Menurut KBBI, ziarah berarti kunjungan ke lokasi yang dianggap suci atau terhormat. Salah satu alasan mengapa orang melakukan ziarah atau mengunjungi makam sebagai wisata religi adalah untuk menunjukkan rasa hormat kepada leluhur yang telah berkontribusi. Di balik tradisi ziarah, terdapat nuansa spiritual yang menghubungkan peziarah dengan sosok yang dikunjungi. Oleh karena itu, semakin banyak pengunjung yang datang untuk berziarah, sehingga makna

⁴⁸ Holina Holina and Raden Roro Sri Rejeki Waluyajati, "Komodifikasi Agama: Masjid Agung As-Salam Kota Lubuk Linggau Sebagai Destinasi Wisata Religi," *Jurnal Iman Dan Spiritualitas* 3, no. 3 (2023): 455–64.

makam tersebut perlahan-lahan berkembang menjadi tujuan wisata. Fenomena ini menyebabkan ziarah makam menjadi salah satu jenis wisata religi⁴⁹.

- c. Candi, pada zaman dahulu memiliki arti khusus dan pada sekarang ini kedudukannya diganti dengan makam.

⁴⁹Sri Susanty Muhammad Rizaldy, “Pengembangan Potensi Wisata Religi Makam Medana Sebagai Wisata Alternatif Di Kabupaten Lombok Utara,” *JRT : Journal Of Responsible Tourism* 4, no. 1 (2024): 95–100.

BAB III

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Masjid Agung Jawa Tengah

1. Sejarah Masjid Agung Jawa Tengah

Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) adalah sebuah tempat ibadah yang terletak di Jawa Tengah, lebih tepatnya di Jalan Gajahraya, Kelurahan Sambirejo, Kecamatan Gayamsari, Kota Semarang. MAJT adalah salah satu tempat peribadahan dengan ciri khas bangunan berfilosofi tertentu dari gabungan budaya Indonesia, Arab, Eropa. Arsitektur yang diambil menggunakan perpaduan arsitektur, seperti arsitektur Nusantara dibuktikan dengan bangunan utama masjid beratap limas khas bangunan Jawa, arsitektur arab dibuktikan dengan puncak kubah masjid dilengkapi dengan hiasan kaligrafi, sedangkan arsitektur Roma-Yunani di tandai dengan interior masjid dan pewarnaan dari beberapa sudut masjid yang menjadikan keunikan sendiri⁵⁰.

Pembangunan MAJT dimulai ketika lahan yang merupakan harta wakaf dari Masjid Besar Kauman Semarang dikembalikan kepada umat Muslim di Semarang setelah perjuangan panjang sejak tahun 1989. Hal ini menjadi alasan utama berdirinya Masjid Agung Jawa Tengah. Tanah seluas 119,1270 Ha yang dimiliki oleh Masjid Agung Kauman dikelola oleh Badan Kesejahteraan Masjid (BKM) dan organisasi yang dibentuk oleh Bidang Urusan Agama Islam (Urais) dari Departemen Agama dianggap tidak menghasilkan. Oleh karena itu, BKM memutuskan untuk melakukan tukar guling tanah seluas 250 Ha di Kabupaten Demak melalui PT. Sambirejo, yang kemudian berpindah kepemilikannya kepada PT. Tens Indo Siswojo. Namun, proses tukar guling ini tidak berjalan lancar, karena

⁵⁰Rukha Maulida et al., “Sinkretisme Arsitektur Islam Dan Nusantara Pada Bangunan Masjid Agung Jawa Tengah,” *Historia: Jurnal Program Studi Pendidikan Sejarah* 9, no. 1 (2021): 47–54.

sebagian tanah di Demak ternyata sudah menjadi laut, sungai, kuburan, dan sebagainya. Akibatnya, tanah milik Masjid Agung Kauman Semarang tersebut hilang.

Melalui proses hukum yang dimulai dari Pengadilan Negeri Semarang hingga kasasi di Mahkamah Agung, pihak masjid Agung Kauman (BKM) terus-menerus kalah. Akhirnya, disepakati untuk membentuk tim terpadu yang akan bertugas mengembalikan harta wakaf Masjid Agung Kauman Semarang. Tim ini akan diawasi oleh Mayjend TNI Mardiyanto, Pangdam IV Diponegoro, serta Kepala Badan Koordinasi Stabilitas Nasional Daerah (Bakortanasda) Jawa Tengah, bersama dengan tokoh-tokoh masyarakat Kauman dan dukungan dari anggota DPRD Jawa Tengah. Dengan semakin kuatnya dukungan dari berbagai pihak yang ikut berpartisipasi, pada tanggal 8 Juli 2000, Tjipto Siswojo yang mewakili PT. Tens Indo menyerahkan sertifikat tanah seluas 69,2 Ha yang dikuasainya kepada Pangdam IV Diponegoro Mayjen TNI Bibit Waluyo, yang juga sebagai ketua Bakortanasda Jawa Tengah, dan kemudian diserahkan kepada Gubernur Mardiyanto.

Sebagai simbol kembalinya tanah Banda Masjid yang hilang, dari luas 69,2 Ha, 10 Ha diambil dari Jalan Gajah Raya, Kelurahan Sambirejo, Kecamatan Gayamsari, Kota Semarang untuk mendirikan Masjid Agung Jawa Tengah. Ide untuk mendirikan Masjid Agung Jawa Tengah muncul saat acara syukuran dan istighosah yang diadakan di halaman Masjid Besar Kauman Semarang pada tanggal 10 September 2000 oleh Gubernur Jawa Tengah, Mardiyanto. Proses mengembalikan harta wakaf yang hilang itu membutuhkan usaha dan dukungan yang besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pencapaian tersebut harus dijadikan momen syukur dengan membangun sebuah karya yang megah sebagai ciri khas dan kebanggaan umat Islam di Jawa Tengah.

Pada 6 Juni 2001, Gubernur Jawa Tengah membentuk sebuah tim untuk mengoordinasikan pembangunan Masjid Agung Jawa Tengah. Tim ini terdiri dari anggota Pemerintah Kota dan Provinsi, Majelis Ulama Indonesia, Departemen Agama, Departemen Pekerjaan Umum, organisasi Islam, dan para cendekiawan. Dalam waktu yang singkat, keputusan penting dapat ditetapkan, mencakup status tanah, pendanaan dari APBD oleh DPRD Jawa Tengah, pemilihan lokasi, dan perencanaan ruang yang menjadi prioritas bagi masyarakat, dengan luas yang diperlukan mencapai 10 Ha. Dari enam blok tanah wakaf yang diserahkan kembali kepada Masjid Besar Kauman secara terpisah, hanya satu yang memiliki ukuran cukup besar mencapai 10 Ha, yaitu yang terletak di Jl. Gajah Raya.

Untuk melaksanakan rencana pembangunan MAJT, diselenggarakan sayembara desain MAJT dengan penerbitan dokumen teknis pada bulan September 2001. Dokumen tersebut menjadi panduan bagi peserta sayembara. Pemenang sayembara diumumkan oleh dewan juri pada 20 November 2001. Dengan demikian, PT. Atelier Enam Mekar ditunjuk sebagai konsultan utama. Sementara itu, PT. Hutama Karya berhasil memenangkan lelang untuk tahap pelaksanaan proyek. Pembangunan MAJT dimulai pada tanggal 17 Jumadil Akhir H atau 26 Agustus 2002. Kegiatan ini diawali dengan pengukuran arah kiblat dan penetapan arah kiblat, diikuti dengan tirakatan, mujahadah, dan istighosah selama satu minggu di lokasi proyek oleh Jam'iyah Mujahadah Asma'ul Husna.

Pembangunan terus berjalan dengan pemasangan tiang pancang perdana yang dilakukan oleh Mentri Agama RI, Prof. Dr. H. Said Agil Husen Al Munawar, KH. MA Sahal Mahfudz, dan Gubernur Jawa Tengah, H. Mardiyanto. Kegiatan ini dimulai pada hari Jum'at, 6 September 2002, setelah sebelumnya diadakan pengajian dan mujahadah oleh beberapa kyai karismatik, termasuk KH. Habib Luthfi dari Pekalongan dan tokoh-tokoh terkenal lainnya. Pada tanggal 19 Maret 2004, MAJT untuk pertama kalinya

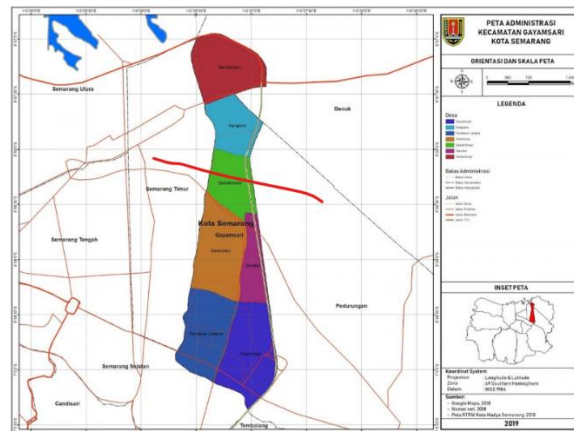
dipakai untuk sholat Jum'at yang dipimpin oleh khatib Drs. H. M. Chabib Thoha, MA (dari Kanwil Depag Jawa Tengah dan wakil Ketua BP MAJT). Sholat dipimpin oleh Imam KH. Zinuri Ahmad Al-Hafidz dengan bantuan dua bilal, yaitu Drs. H. Ahyani dan Ulin Nuha, S. AG. MAJT diresmikan oleh Presiden RI Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 14 November 2006. Luas tanah proyek ini adalah 10 hektar, sedangkan luas bangunan utama untuk sholat mencapai 7669 meter persegi dengan desain arsitektur yang menarik.

Untuk menjalankan roda organisasi dan sistem operasional MAJT, Gubernur Jawa Tengah menerbitkan Peraturan Gubernur yang mengatur pengelolaan MAJT, yang terakhir kali diubah dengan Peraturan Gubernur Jawa Tengah Nomor 34 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Masjid Agung Jawa Tengah, dan untuk bentuk kepengurusan MAJT Gubernur mengangkat dewan Pembina, pengawas, penasihat dan pengurus dengan mengeluarkan Surat Keputusan Gubernur yang berlaku secara periodik.

2. Kondisi Demografis dan Letak Geografis

Letak MAJT berada di Kelurahan Sambirejo dan merupakan salah satu wilayah yang berada di Kecamatan Gayamsari dengan luas wilayah kurang lebih 85 Ha, jumlah penduduk 9.077 jiwa, jumlah RT sebanyak 52 dan jumlah RW sebanyak 9⁵¹.

⁵¹Penjabat Pengelola Dokumentasi dan Informasi (PPID), "Kelurahan Sambirejo," n.d., <https://kecgayamsari.semarangkota.go.id/en/profil-kelurahan-sambirejo>. (Diakses pada Senin, 3 Februari 2025 pukul 08.14)



Gambar 3. 1 Gambar Peta Administrasi Kecamatan Gayamsari⁵²

Kecamatan Gayamsari dengan luas wilayah 526,33 Ha berketinggian 3,4 meter dari permukaan laut, dan terletak kurang lebih 5 kilometer disebelah timur pusat kota Semarang, secara administratif Kecamatan Gayamsari terdapat 7 kelurahan, dan 2 kelurahan yang memiliki wilayah terluas yaitu kelurahan Pandean Lamper dengan luas 98,25 Ha, dan Kelurahan Gayamsari dengan luas 90 Ha. Batas wilayah administratif Kecamatan Gayamsari, yaitu sebagai berikut:

- a. Bagian utara Kecamatan Genuk
- b. Bagian barat Kecamatan Semarang Timur
- c. Bagian Selatan Kecamatan Semarang Selatan
- d. Bagian timur Kecamatan Pedurungan.

Jumlah keseluruhan penduduk di Kecamatan Gayamsari mencapai 75.181 jiwa, dengan laki-laki berjumlah 37.700 jiwa dan perempuan sebanyak 37.481 jiwa. Dalam rencana tata ruang Kota Semarang, Kecamatan Gayamsari terklasifikasi sebagai suatu wilayah kota yang digunakan untuk pemukiman, perdagangan, perkantoran, serta industri berbasis pertanian. Oleh sebab itu, Kecamatan Gayamsari berperan sebagai salah satu pilar

⁵²“Peta Administrasi Kecamatan Gayamsari, Kota Semarang,” n.d., <https://images.app.goo.gl/ap1EXFsSnYXxjmw5>. (Diakses pada Senin, 3 Februari 2025 pukul 08.41)

penting dalam aktivitas ekonomi Kota Semarang. Dibawah ini merupakan table tempat peribadatan di Kecamatan Gayamsari :

Tabel 3. 1 Data Tempat Peribadatan di Kecamatan Gayamsari⁵³

No	<u>Tempat Ibadah</u>	<u>Jumlah</u>
1.	Masjid/ <u>Mushola/Langgar/Surau</u>	62
2.	<u>Gereja Protestan</u>	8
3.	<u>Gereja Katolik</u>	2
4.	<u>Kuil/Vihara</u>	0
5.	Pura	0
6.	<u>Klenteng</u>	0

Jumlah persebaran mata pencaharian penduduk Kecamatan Gayamsari yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Data Pencaharian Penduduk Kecamatan Gayamsari⁵⁴

No	<u>Jenis Pekerjaan</u>	<u>Total</u>
1.	<u>Petani</u>	2.966
2.	<u>Nelayan</u>	33
3.	<u>Pengusaha sedang/besar</u>	3.744
4.	<u>Pengrajin/industri kecil</u>	5.150
5.	<u>Buruh industry</u>	9.121
6.	<u>Buruh bangunan</u>	9.181
7.	<u>Buruh perkebunan</u>	23
8.	<u>Pedagang</u>	3.129
9.	<u>Pengangkutan</u>	2.035
10.	<u>Pegawai Negri Sipil</u>	2.970
11.	ABRI	873
12.	<u>Pensiunan</u>	2.813
13.	<u>Peternak</u>	118

⁵³Penjabat Pengelola Dokumentasi dan Informasi (PPID), “Geografis Dan Penduduk Kecamatan Gayamsari,” n.d., <https://kecgayamsari.semarangkota.go.id/en/geografis-dan-penduduk>. (Diakses pada Senin, 3 Februari 2025 pukul 08.33)

⁵⁴ (PPID).

Jumlah persebaran penduduk menurut usia di wilayah Kecamatan Gayamsari yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Data Penduduk Menurut Usia Di Kecamatan Gayamsari⁵⁵

No	Usia	Jumlah
1.	4 – 15 Tahun	20.186
2.	16 – 29 Tahun	19.460
3.	30 – 44 Tahun	17.365
4.	45 – 59 Tahun	13.377
5.	60 Ke Atas	7.093

3. Visi dan Misi Masjid Agung Jawa Tengah

Asal kata visi yaitu dari bahasa Inggris “*Vision*” bermakna impian, bayangan. Secara linguistik visi juga dapat diartikan sebagai suatu gagasan yang dalam dan jelas untuk mencapai masa depan yang jauh. Sedangkan visi menurut KBBI yaitu kemampuan mengidentifikasi masalah, memiliki pandangan masa depan. Dalam menentukan visi perlu mempertimbangkan beberapa hal penting yaitu, menjelaskan tujuan yang akan diwujudkan di masa yang akan datang, membutuhkan kerangka waktu dan batasan waktu yang jelas, melibatkan seluruh pihak yang berkepentingan, menekankan kualitas, dan menggunakan pernyataan yang mudah dipahami⁵⁶. Untuk mengembangkan MAJT yang berpotensi sebagai pariwisata berkelanjutan dibutuhkan visi yang menjadi panduan dalam mencapai keberhasilannya di masa depan. Pernyataan visi yang efektif secara jelas menggambarkan cita cita pengembangan wisata religi yang berkelanjutan di MAJT. Pengembangan wisata religi memerlukan kematangan untuk

⁵⁵ (PPID).

⁵⁶ Sopwan Supian, Abdul Mu’in, and Anis Zohriah, “Perumusan Visi Dan Misi Jasa Pendidikan , Perencanaan Pemasaran , Serta Pemasaran Strategis Jasa Pendidikan” 4, no. 6 (2024): 1356–61.

mempersiapkan kawasan wisata sebagai tempat wisata melalui tindakan yang tepat menurut situasi dan kondisi⁵⁷. Adapun visi MAJT yaitu terwujudnya MAJT yang dapat mempraktikkan fungsinya sebagai pusat peribadatan, wahana musyawarah, pengembangan ilmu, dan budaya islami, serta ekonomi pemberdayaan umat.

Sedangkan arti misi dalam KBBI yaitu serangkaian tugas, kegiatan, suatu langkah umum yang digunakan untuk menuju pada visi yang sudah ditetapkan. Misi juga dapat disimpulkan sebagai langkah strategis dan efektif untuk menuju kepada visi yang sudah dibentuk. Adapun manfaat visi dan misi menurut Daft (2018) sebagaimana dikutip oleh Fitria Putri Harindra (2024) tujuan visi dan misi adalah sebagai pemberian arah, tujuan yang jelas, meningkatkan efisiensi dan fokus terhadap hal yang diprioritaskan, meningkatkan motivasi dan kerjasama, dan juga memperjelas target maupun sasaran⁵⁸. Untuk menuju visi MAJT yang diharapkan pada masa yang akan datang diperlukan misi sebagai langkah strategi dalam jangka pendek. Misi MAJT adalah sebagai berikut:

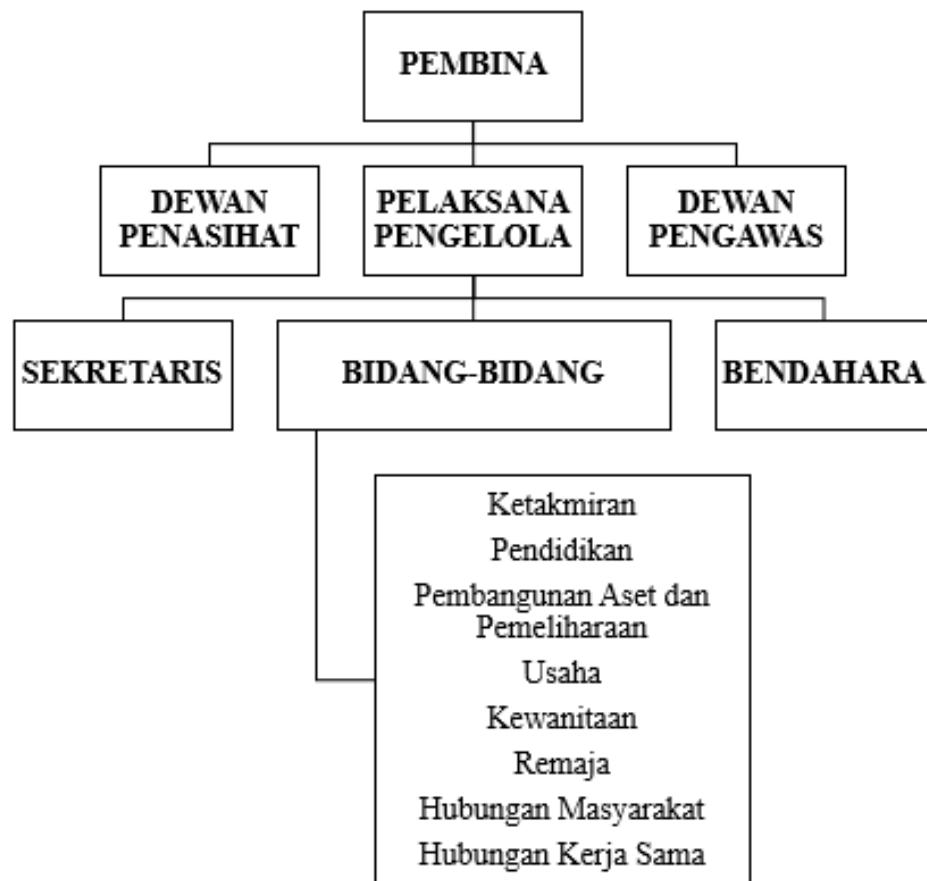
- a. Membangun kesatuan umat muslim dengan ukhwah *islamiyah*, *basyariyah*, dan *wathaniyyah*.
- b. Menuntun umat muslim menuju pada generasi muslim yang beriman, bertaqwa dan *berakhlakul karimah*.
- c. Menyelenggarakan kegiatan ibadah yang harmoni terhadap budaya lokal.
- d. Melaksanakan sistem manajemen masjid yang modern dan profesional.
- e. Menjadikan masjid lebih menarik sebagai tempat wisata religius dan kebanggaan bagi masyarakat Jawa Tengah.

⁵⁷Najahan Musyafak and Saerozi, "Development of Mosque-Based Religious Tourism at Masjid Agung of Central Java" 4, no. 1 (2024).

⁵⁸Fitria Putri Harindra et al., "Analisis Pengaruh Visi Dan Misi Perusahaan Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Prosper (Prudential Financial Pangkalpinang)," *Jurnal Ilmiah Keuangan Dan Perbankan* 7, no. 2 (2024): 187–97.

- f. Menjadikan masjid sebagai pusat pengembangan ekonomi umat islam.
 - g. Membangun kolaborasi dengan berbagai pihak, baik di dalam negeri maupun internasional, untuk pengembangan peradaban Islam.
4. Strukrur Organisasi Masjid Agung Jawa Tengah

**Struktur Keanggotaan Dewan Penasehat, Dewan Pengawas dan
Dewan Pelaksana Pengelola Masjid Agung Jawa Tengah
Periode 2023-2027**



Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Masjid Agung Jawa Tengah

**Susunan Keanggotaan Dewan Penasihat, Dewan Pengawas dan
Pelaksana Pengelola Masjid Agung Jawa Tengah Periode 2023-2027**

Tabel 3. 4 Susunan Keanggotaan Dewan Penasihat, Dewan Pengawas dan Pelaksana
Pengelola Masjid Agung Jawa Tengah Periode 2023-2027

No	INSTANSI/ JABATAN	KEDUDUKAN DALAM TIM
1	2	3
I	PEMBINA	
1.	Gubernur Jawa Tengah	Pembina
2.	Wakil Gubernur Jawa Tengah	Pembina
II	DEWAN PENASEHAT	
1.	Sekretaris Daerah Provinsi Jawa Tengah	Ketua
2.	Kepala Kantor Wilayah Kementrian Agama Provinsi Jawa Tengah	Sekretaris
3.	Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia Provinsi Jawa Tengah	Anggota
4.	Ketua Pengurus Wilayah Nahdatul Ulama Jawa Tengah	Anggota
5.	Ketua Pengurus Wilayah Muhammadiyah Jawa Tengah	Anggota

6.	Ketua Pengurus Wilayah Dewan Masjid Indonesia Jawa Tengah	Anggota
7.	Ketua Ikatan Persaudaraan Haji Indonesia Jawa Tengah	Anggota
8.	H. Mardiyanto	Anggota
9.	H. Bibit Waluyo	Anggota
10.	Drs. KH. Ali Mufiz, MPA	Anggota
11.	Drs. KH. Achmad	Anggota
12.	Prof. Dr. H. Abdul Jamil, MA	Anggota
13.	H. Slamet Pravitno	Anggota
14.	Drs. KH. Dzikron Abdullah	Anggota
15.	Drs. KH. Amjad Al Hafidh. B.Sc. M.Pd	Anggota
16.	Prof. Dr. Hj. Sri Suhanjati	Anggota
17.	KH. Musman Tholib, M.Ag	Anggota

III	DEWAN PENGAWAS	
1.	Dr. KH. Ahmad Darodji, MA	Ketua
2.	Asisten Pemerintah dan Kesejahteraan Rakyat Sekretaris Daerah Provinsi Jawa Tengah	Sekretaris
3.	Kepala Biro Kesejahteraan Rakyat Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah	Anggota
4.	Inspektur Provinsi Jawa Tengah	Anggota
5.	Kepala Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah Provinsi Jawa Tengah	Anggota
6.	H. Hasan Thoha Putra, MBA	Anggota

7.	Drs. H. <u>Aufarul Marom, M.Si</u>	<u>Anggota</u>
IV	PELAKSANA PENGELOLA	
1.	Prof. Dr. KH. Noor <u>Achmad, MA.</u>	<u>Ketua</u>
2.	KH. Hanif Ismail, <u>Lc</u>	<u>Wakil Ketua Bidang Takmir dan Pendidikan</u>
3.	Prof. Dr. Ir. H. Edi <u>Nursasongko</u>	<u>Wakil Ketua Bidang Humas dan Komunikasi</u>
4.	Drs. H. <u>Ahyani, M.Si</u>	<u>Wakil Ketua Bidang Usaha dan Pemeliharaan Aset</u>

V.	SEKRETARIAT	
1.	Drs. KH. Muhyiddin, <u>M.Ag</u>	<u>Sekretaris</u>
2.	Dr. H. Nur <u>Khoirin, M.Ag</u>	<u>Wakil Sekretaris Bidang Takmir dan Pendidikan</u>
3.	Dr. H. Ahmad Saifuddin, <u>Lc, MA.</u>	<u>Wakil Sekretaris Bidang Humas dan Komunikasi</u>
4.	Drs. H. <u>Istajib AS</u>	<u>Wakil Sekretaris Bidang Usaha dan Pemeliharaan Aset</u>

VI.	BENDAHARA	
1.	Dr. <u>Norhadi, SE, M.Si, Akt, CA, CRA, CRP</u>	<u>Bendahara</u>
2.	Ir. H. <u>Khammad Ma'sum AH</u>	<u>Wakil Bendahara I</u>
3.	Drs. H. M. Zain Yusuf, <u>MM.</u>	<u>Wakil Bendahara II</u>
4.	Drs. H. <u>Eman Sulaeman, MH</u>	<u>Wakil Bendahara III</u>

VII.	BIDANG KETAKMIRAN	
1.	Drs. KH. A Hadlor Ihsan	Ketua Bidang Ketakmiran
2.	Dr. KH. Ahmad Izzuddin, M. Ag	Sekretaris Bidang Ketakmiran
VIII.	BIDANG PENDIDIKAN	
1.	Prof. Dr. H. Ahmad Rofiq, MA	Ketua Bidang Pendidikan
2.	Dr. Andi Purwono	Sekretaris Bidang Pendidikan
IX.	BIDANG PEMBANGUNAN, ASET DAN PEMELIHARAAN	
1.	Ir. H. Nur Zainudin Fanani	Ketua Bidang Pembangunan, Aset dan Pemeliharaan
2.	Ir. H. Soeparno	Sekretaris Bidang Pembangunan, Aset dan Pemeliharaan

X.	BIDANG USAHA	
1.	Ir. H. Nur Zainudin Fanani	Ketua Bidang Pembangunan, Aset dan Pemeliharaan
2.	Ir. H. Soeparno	Sekretaris Bidang Pembangunan, Aset dan Pemeliharaan
XI.	BIDANG USAHA	
1.	Drs. H. Harsono	Ketua Bidang Usaha
2.	Ir. H. Choirul Ichsan	Sekretaris Bidang Usaha

XII.	BIDANG WANITA	
1.	Dr. <u>Hj. Nur Kusuma Dewi, M.Si</u>	<u>Ketua Bidang Perempuan</u>
2.	<u>Hj. Gatyt Sari Chotijah, SH, MM</u>	<u>Sekretaris Bidang Perempuan</u>
XIII	BIDANG REMAJA	
1.	Dr. H. <u>Tholhatul Khoir, M.Ag</u>	<u>Ketua Bidang Remaja</u>
2.	<u>Hery Nugroho, S.Pd. M.Pd</u>	<u>Sekretaris Bidang Remaja</u>
XIV.	BIDANG HUBUNGAN MASYARAKAT	
1.	<u>H. Isdiyanto Isman, SIP</u>	<u>Ketua Bidang Humas</u>
2.	<u>Hery Pamungkas, SS. M.Com</u>	<u>Sekretaris Bidang Humas</u>
XV.	BIDANG HUBUNGAN KERJASAMA	
1.	<u>Iwan Cahyono, SH.</u>	<u>Ketua Bidang Kerjasama</u>
2.	Dr. H. <u>Nanang Nur Kholis, M.Ag</u>	<u>Sekretaris Bidang Kerjasama</u>

Sumber: Data Primer Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) MAJT⁵⁹

5. Objek Daya Tarik Wisata Religi Berkelanjutan MAJT

Masjid Agung Jawa Tengah sebagai salah satu objek wisata religi yang mempunyai atraksi menarik dan berpotensi untuk dikembangkan sehingga dapat menjadi pariwisata religi yang berkelanjutan. Atraksi yang terdapat di MAJT berupa atraksi non fisik dan fisik, non fisik dapat berupa budaya, kegiatan tertentu yang berada di MAJT. Dan atraksi fisik yang utama mampu menarik minat kunjung wisatawan, sehingga dengan adanya hal tersebut berpotensi untuk para wisatawan dapat kembali, karena dengan

⁵⁹ “SK GUB TAHUN 2023 -2027 .Pdf” (2023).

adanya pengalaman wisatawan terhadap pelayanan fasilitas dan atraksi destinasi yang dituju merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan untuk melakukan perjalanan lagi di masa depan atau tidak⁶⁰. Adapun atraksi fisik yang ada di MAJT seperti mushaf al-akbar, bedug ijo mangunsari dan atraksi fisik lainnya, didukung dengan fasilitas halaman parkir yang luas dan aman sehingga pengunjung tidak merasa kesulitan dalam memarkirkan kendaraannya ketika berkunjung ke MAJT. Fasilitas dan atraksi fisik yang memiliki potensi berkelanjutan di Masjid Agung Jawa Tengah yaitu sebagai berikut⁶¹:

a. Menara Al Husna

Menara Al Husna sebagai salah satu atraksi daya tarik pada saat berkunjung ke MAJT. Bangunan menara sudah dapat dilihat dari beberapa titik lokasi dengan jelas ketika masuk pada wilayah Kota Semarang, dikarenakan tinggi bangunannya mencapai 99 meter. Arti 99 meter pada ketinggian Menara Al Husna merupakan pemaknaan dari 99 nama Allah SWT, maka dari itu “Al Husna”. Dari tingginya Menara Al Husna tersebut menjadi salah satu atraksi di MAJT yang indah mencolok, dan mampu dilihat dari arah pandang yang jauh. Menara al Husna terdiri dari 19 tingkat. Di tingkat bawah, terdapat studio radio dakwah Islam bernama Dais FM yang beroperasi pada frekuensi 107,00 MHz. Keberadaan radio Dais adalah salah satu cara untuk menjadikan MAJT sebagai pusat informasi, menyebarkan dakwah Islam, serta memberikan informasi dan promosi untuk MAJT sebagai tujuan wisata religi melalui media elektronik yang cukup efektif. Tingkat 2 dan 3 digunakan untuk museum Perkembangan Islam Jawa Tengah,

⁶⁰Putri Izzatul Islam and Fania Mutiara Savitri, “Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Minat Kunjung Ulang Peziarah Di Makam Syekh Abu Bakar Jepara,” *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy* 3, no. 1 (2023): 67–83.

⁶¹Observasi dan Dokumentasi Bagian-Bagian MAJT (Rabu 19 Februari 2025, Pukul 13.30)

sedangkan tangga darurat berada di tingkat 4 hingga 17. Di tingkat 19, para pengunjung dapat menikmati pemandangan indah Kota Semarang.

Keberadaan Menara Al Husna ini juga menjadi salah satu atraksi yang digemari para pengunjung, dibuktikan dengan adanya pendataan pengunjung melalui sistem tiket yang semakin bertambah. Adanya sistem tiket ini untuk memudahkan akses ataupun keamanan para pengunjung yang akan masuk dan menjadi salah satu pemasukan tambahan bagi MAJT melalui infaq masuk Menara Al Husna, setiap pengunjung yang masuk dikenai infaq sebesar Rp.10.000. Timbulnya rasa penasaran para pengunjung yang pada akhirnya tertarik untuk membeli tiket naik ke puncak tertinggi Menara Al Husna dan melihat Kota Semarang bahkan dapat mentadaburkan diri, mengingatkan manusia kepada sang pencipta Allah SWT dengan berbagai ciptaan alam yang ada seperti laut, maupun gunung-gunung yang berada di sekitar Jawa Tengah dengan dibantu alat teropong pandang. Di atas gedung menara terdapat lima teropong, satu untuk bintang dan empat untuk pandang. Selain itu, ada juga alat lain yang mendukung kegiatan rukyat. Alat-alat ini digunakan pada waktu tertentu, seperti untuk mengetahui awal bulan Qamariyah, terutama untuk bulan Ramadhan, Syawal, dan Dzulhijjah. Selain itu, alat-alat tersebut juga dipakai saat pelatihan rukyat agar para peserta dapat menggunakan peralatan dengan baik.

b. Museum Perkembangan Islam Jawa Tengah (PIJT)

Museum ini terletak pada lantai 2 dan 3 Menara Al Husna yang menambah daya tarik wisata, jam operasional museum ini dari hari senin-minggu dari pukul 08.00-16.00 WIB. Pendirian museum ini didasarkan oleh serangkaian diskusi, pertemuan dan mengingat akan pentingnya sejarah penyebaran agama Islam di Jawa ini yang nantinya dapat sangat bermanfaat bagi para generasi selanjutnya agar dapat mengetahui

sejarah dan perkembangan islam sekaligus dapat mengambil pesan moral baik yang ada. Koleksi peninggalan yang berada di museum ini diantaranya yaitu iluminasi Al Qur'an, wayang golek Menak, wayang Sadat, Gayor Masjid Sunan Muria. Koleksi unggulan dari museum ini yaitu pedang prajurit Diponegoro, maket Masjid Agung Jawa Tengah, Gamelan dan artefak kapal dagang.

c. Payung Elektrik

Objek daya tarik yang berada di MAJT salah satunya yaitu payung elektrik yang berada di plaza pelataran masjid yang berjumlah 6 buah. Payung elektrik dibuka ketika diadakan pengajian akbar, peringatan hari besar islam yang menghadirkan banyak pengunjung dan bertempat di pelataran plaza masjid. Payung dibuka ketika ada kegiatan besar.

Pembangunan payung elektrik dilakukan pada tahap terakhir ketika menjelang diresmikannya MAJT oleh presiden RI. Maka dari itu payung tersebut menjadi suatu kelebihan dari Masjid Agung Jawa Tengah sebagai pelengkap dalam keseluruhan pembangunan masjid. Adanya payung elektrik juga sebagai salah satu penarik minat pengunjung, dibuktikan dengan pernyataan para pengunjung yang menyatakan rasa kagum ketika melihat payung tersebut dibuka pada waktunya dan bangga akan kemampuan seni sebagai pembuktian bahwa umat islam juga dapat mengikuti kecanggihan yang ada.

d. Perpustakaan (*Digital Library*)

Sebagai penambahan wawasan wisatawan Masjid Agung Jawa Tengah mempunyai fasilitas penunjang literatur kajian berbasis islam yaitu dengan diadakannya fasilitas perpustakaan yang mempunyai koleksi buku yang cukup banyak sehingga dapat dijadikan referensi keislaman. Perpustakaan memiliki luas 1650 meter persegi dan memiliki fasilitas penunjang kenyamanan seperti toilet pada lantai

bawah dan atas serta AC yang dapat membuat para pengunjung nyaman ketika ingin membaca buku.

e. Gedung *Convention Hall*

Gedung *Convention Hall* atau aula Sunan Kalijaga di desain menggunakan interior selayaknya *hall room* hotel berbintang lima, dengan luas 1.500 M persegi dapat menampung 300 tamu. Ruangan ini terbuka untuk acara wisuda, seminar, konferensi dan pernikahan. Ornament mewah dinding dihiasi ukiran bermotif membuat minat untuk menyewa gedung tersebut, selain memanfaatkan ruangan didalam gedung penyewa juga dapat memanfaatkan ruang *prefunction* yang terletak didepan ruang serbaguna. Tempat ini digunakan untuk pertunjukan budaya atau hiburan, selagi tidak mengganggu peribadatan yang sedang berlangsung di MAJT.

f. Hotel Graha Agung

Di area MAJT juga terdapat hotel yang bernuansakan islami dan juga menerapkan kenyamanan, keamanan, dan kebersihan. Jumlah kamar di hotel Graha Agung sebanyak 22 kamar dengan berbagai tipe dari mulai *duluxe, executive, suite, dan family*. Hotel tersebut tidak hanya disediakan khusus pengunjung MAJT saja melainkan untuk umum baik masyarakat local maupun luar kota. Para penginap dapat beristirahat dan menikmati fasilitas fasilitas yang ada dengan harga yang terjangkau.

B. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang

1. Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 14 Tahun 2016 mengenai Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Semarang. Untuk menerapkan Peraturan Daerah ini, Peraturan Wali Kota Semarang Nomor 80 Tahun 2016 ditetapkan, yang membahas mengenai kedudukan,

struktur organisasi, tugas dan fungsi, serta tata kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang. Disbudpar Kota Semarang melaksanakan tugasnya untuk mencapai visi, misi, dan program dari wali kota dan wakil wali kota terpilih dalam rencana strategis (Renstra) untuk periode 2021-2026, dengan tujuan memperkuat strategi pembangunan budaya dan pariwisata yang lebih terarah, terpadu, dan terencana untuk lima tahun ke depan⁶².

2. Visi dan Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Dalam menjalankan pemerintahan dengan baik dan sesuai dengan aturan yang ada, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang memiliki tugas dan fungsi utama. Tujuannya adalah untuk mewujudkan visi yang tertuang dalam Peraturan Pemerintah Daerah Kota Semarang Tahun 2015. Dokumen tersebut mengenai Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Semarang untuk periode 2015-2025, yang dijelaskan dalam bab III pasal 5 ayat 1. Visi dan misi dalam pembangunan pariwisata kota ditetapkan yaitu menjadikan "Semarang sebagai destinasi wisata yang kompetitif, berkelanjutan, mampu mendorong pembangunan, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat". Maksud dari berdaya saing yaitu Kota Semarang mampu menyetarai kota kota metropolitan lainnya baik dalam hal infrastruktur dan fasilitas kota, sehingga hal tersebut juga memiliki makna Kota Semarang mampu melayani ataupun memudahkan wisatawan dalam berwisata baik untuk wisatawan nusantara maupun mancanegara. Untuk mewujudkan visi pembangunan kepariwisataan kota sebagaimana dimaksud pada ayat (1) direalisasikan melalui empat misi sebagai berikut⁶³:

⁶²“Rencana Strategis Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Semarang Tahun 2021-2026” (2019).

⁶³Pemerintah Kota Semarang, “Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Semarang Tahun 2015-2025” (2015).

- a. Menumbuhkan destinasi pariwisata yang memiliki keunikan aman, nyaman, menarik, mudah dicapai, dan berwawasan lingkungan.
 - b. Memperluas pemasaran pariwisata yang efektif, sinergis, dan bertanggungjawab.
 - c. Memajukan industri pariwisata setempat yang berdaya saing, menggerakkan kemitraan usaha, bertanggungjawab terhadap pelestarian lingkungan, alam dan sosial budaya.
 - d. Meningkatkan kelembagaan kepariwisataan yang sinergis antara pemerintah kota, swasta, dan masyarakat.
3. Tugas dan Fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang

Peraturan Walikota Semarang Nomor 111 Tahun 2021 mengenai posisi, struktur organisasi, tugas dan fungsi, serta sistem kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, pada bab III pasal 4 menyatakan bahwa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang mempunyai peran untuk membantu Walikota dalam menjalankan urusan pemerintahan di bidang Kebudayaan dan Pariwisata yang menjadi tanggung jawab daerah dan tugas dari daerah lainnya. Selain itu, fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dijelaskan dalam bab III pasal 5 yang berbunyi sebagai berikut

- a. Penyusunan kebijakan untuk seni, pemasaran, industri pariwisata, lembaga pariwisata, budaya, dan UPTD.
- b. Penyusunan rencana strategis yang selaras dengan visi dan misi walikota.
- c. Koordinasi tugas-tugas untuk menjalankan program dan kegiatan sekretariat, seni, pemasaran, industri pariwisata, lembaga pariwisata, budaya, dan UPTD.
- d. Pelaksanaan program dan kegiatan di bidang seni, pemasaran, industri pariwisata, kelembagaan kepariwisataan, budaya, dan UPTD.

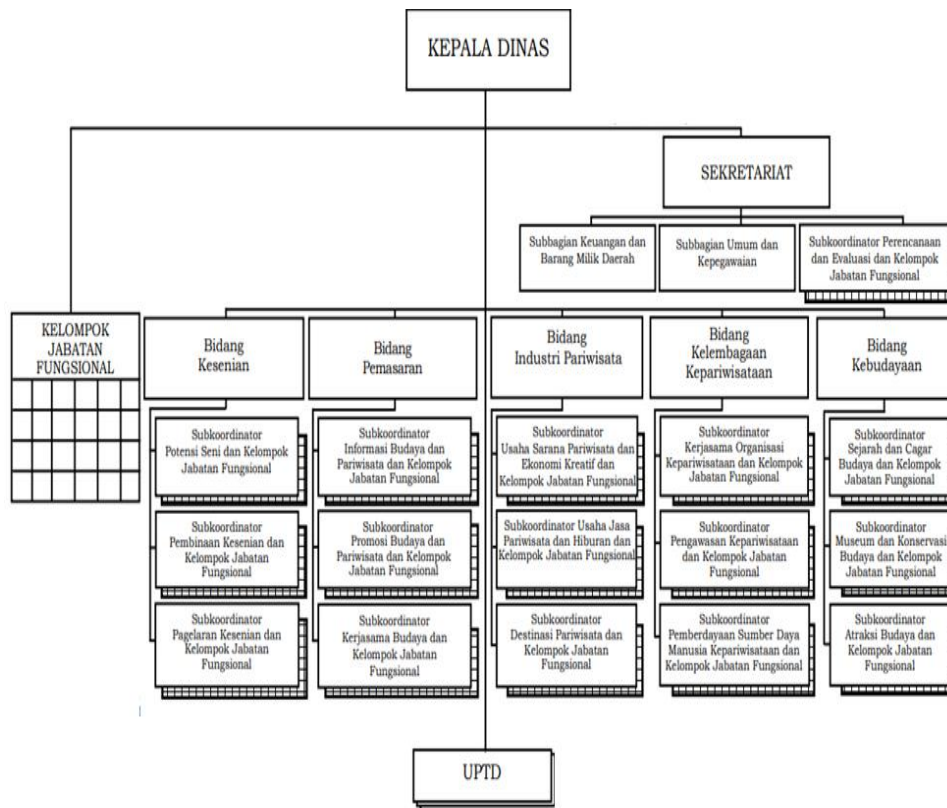
- e. Pelaksanaan monitoring dan evaluasi program serta kegiatan di bidang seni, pemasaran, industri pariwisata, kelembagaan kepariwisataan, budaya, dan UPTD.
- f. Penyiapan laporan tentang pelaksanaan program dan kegiatan.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sering kali menemui masalah yang sangat rumit dan memiliki banyak aspek, baik yang berkaitan dengan budaya, ekonomi, politik, maupun pariwisata. Karena itu, perubahan yang mendasar sangat diperlukan. Dalam peraturan walikota, terdapat tugas dan fungsi yang dijelaskan mengenai Disbudpar. Oleh karena itu, para pegawai di Disbudpar Kota Semarang harus selalu berusaha untuk meningkatkan aspek kreativitas, kemampuan, keterampilan, dan profesionalisme mereka. Selain itu, rasa tanggung jawab juga penting agar pelaksanaan tugas pemerintah dapat berjalan dengan baik. Semua ini bertujuan untuk mendukung tugas pokok serta fungsi organisasi, terutama dalam mencapai visi Disbudpar Kota Semarang, yaitu menjadikan "Semarang sebagai kota tujuan wisata yang mampu bersaing".

4. Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Rencana kerja dari Disbudpar Kota Semarang berlandaskan pada arah yang telah ditetapkan melalui Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKPD) dan juga Rencana Strategis Disbudpar Kota Semarang untuk tahun 2021 hingga 2026. Tujuan dari rencana ini adalah untuk memastikan adanya konsistensi antara dokumen perencanaan yang sedang disusun secara bersamaan, serta mengutamakan kajian awal tentang kondisi yang ada saat ini dan juga mempertimbangkan sumber daya manusia di Disbudpar Kota Semarang.⁶⁴

⁶⁴Mayang Vini Setya, "Strategi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Semarang Dalam Mengembangkan Pariwisata Kota Semarang," *Journal of Politics and Government Studies* 6, no. 4 (2017): 401–10.



Gambar 3. 3 Struktur Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang⁶⁵

Susunan dan struktur organisasi Disbudpar Kota Semarang terdiri dari:

- a. Kepala Dinas
- b. Sekretariat, terdiri atas:
 - 1) Subbagian Keuangan dan Barang Milik Daerah
 - 2) Subbagian Umum dan Kepegawaian
- c. Bidang Kesenian, terdiri atas:
 - 1) Seksi Potensi Seni
 - 2) Seksi Pembinaan Kesenian
 - 3) Seksi Pagelaran Kesenian
- d. Bidang Pemasaran, terdiri atas:

⁶⁵JDIH: Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum, Peraturan Walikota Semarang Nomor 111 Tahun 2021 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, serta Sistem Kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang.

- 1) Seksi Informasi budaya dan Pariwisata
 - 2) Seksi Promosi Budaya dan Pariwisata
 - 3) Seksi Kerjasama Budaya
- e. Bidang Industri Pariwisata, terdiri atas:
- 1) Seksi Usaha Sarana Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
 - 2) Seksi Usaha Jasa Pariwisata dan Hiburan
 - 3) Seksi Destinasi Pariwisata
- f. Bidang Kelembagaan Kepariwisataan, terdiri atas:
- 1) Seksi Kerjasama Organisasi Kepariwisataan
 - 2) Seksi Pengawasan Kepariwisataan
 - 3) Seksi Pemberdayaan SDM Kepariwisataan
- g. Bidang Kebudayaan, terdiri atas:
- 1) Seksi Sejarah dan Cagar Budaya
 - 2) Seksi Museum dan Konservasi Budaya
 - 3) Seksi Atraksi Budaya
- h. UPTD, terdiri atas:
- 1) UPTD Taman Marga Satwa
 - 2) UPTD Kampoeng Wisata Taman Lele
 - 3) UPTD Kreo dan Agrowisata
 - 4) UPTD Tinjomoyo
 - 5) UPTD Taman Budaya Raden Saleh
- i. Jabatan Fungsional

BAB IV

**ANALISIS STRATEGI KERJA SAMA DEWAN PELAKSANA
PENGELOLA (DPP) DAN DISBUDPAR DAN TANTANGAN YANG
DIHADAPI DALAM MEMASTIKAN PENGEMBANGAN
KEBERLANJUTAN WISATA RELIGI DI MAJT**

**A. Analisis Strategi Kerjasama Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) Dan
Disbudpar Dalam Memastikan Keberlanjutan Wisata Religi Di MAJT**

Merealisasikan pengembangan pariwisata religi yang berkelanjutan di Masjid Agung Jawa Tengah dapat dicapai keberhasilannya melalui tahapan strategi perencanaan yang matang. Pariwisata berkelanjutan atau *sustainable tourism* merupakan pariwisata yang berkembang sangat pesat, termasuk pertambahan arus kapasitas akomodasi, populasi lokal dan lingkungan dimana adanya hal-hal tersebut tidak membawa dampak buruk melainkan mampu menyatu dengan lingkungan, jika dapat memaksimalkan dampak positif yang ada dan meminimalisir dampak negatif. Urgensi untuk menyusun strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis religi di MAJT semakin diperlukan karena berbagai alasan. Bapak Beny selaku Kepala Bagian Humas dan Pemasaran MAJT, menjelaskan bahwa:

“Strategi pengembangan pariwisata sangatlah penting, dalam merencanakan strategi perlu memperhatikan kondisi yang ada, baik pada sekarang ini dan juga untuk jangka panjang. Dalam praktiknya juga memerhatikan kebutuhan para pengunjung”⁶⁶

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa pentingnya menerapkan strategi pada tahapan pembangunan pariwisata. Strategi kerja sama menjadi cara maupun proses untuk mengembangkan suatu objek destinasi dalam upaya meningkatkan wisatawan ataupun pengunjung baik pada

⁶⁶ Wawancara dengan Bapak Beny selaku Kepala Bagian Humas dan Pemasaran MAJT (Rabu, 19 Februari 2025, Pukul 13.35)

penciptaan hubungan antar organisasi pariwisata (*Inter-Organizational Relationships*) hingga pada proses kerja sama antar organisasi pariwisata tersebut (*Inter-Organizational Collaborations*). Menurut Soekanto (2012) kerja sama adalah suatu usaha bersama antara orang perorangan atau kelompok manusia untuk mencapai satu atau beberapa tujuan Bersama. Pengelolaan dan pengembangan pariwisata religi MAJT telah dilakukan kerja sama antara Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) MAJT sebagai pihak pengelola destinasi dan dari pemerintah Disbudpar Kota Semarang sebagai pihak pemberi kebijakan maupun pembuatan rancangan strategis yang sesuai dengan visi dan misi Wali Kota Semarang, dengan melihat MAJT yang memiliki potensi sebagai pariwisata religi berkelanjutan didukung oleh kawasan MAJT yang termasuk pada salah satu area strategis sosial dan budaya di Kota Semarang menjadikan peluang yang besar untuk keberlanjutan pada nantinya. Memanfaatkan sumber daya yang unik dan khas yang di miliki oleh MAJT menjadi fokus serangkaian langkah strategis dan menjadi elemen kunci pengembangan daya tarik wisata lokal yang ada.

Potensi daya tarik merupakan segala sesuatu yang dimiliki oleh daerah tujuan wisata sehingga menjadikan minat kunjung masyarakat pada objek wisata tersebut. Daya tarik atraksi yang memiliki unsur keunikan dalam konsep tema yang menarik wisatawan maupun memiliki unsur kesenian, keindahan, dan panorama lingkungan alam sehingga dapat juga menjadi faktor dalam meningkatkan kepuasan pengunjung⁶⁷. Selain dengan adanya potensi daya tarik wisata, menciptakan suatu destinasi agar dapat memenuhi syarat untuk dilakukan pengembangan di destinasi tersebut perlu memperhatikan identifikasi kelayakan wisata, proses pengidentifikasian mengacu kepada unsur unsur pariwisata dengan mengutamakan kebutuhan para pengunjung. Maka dari itu, peneliti mengambil metode pendekatan yang dikemukakan oleh

⁶⁷Dedy Susanto et al., "Da'Wah Tourism: Formulation of Collaborative Governance Perspective Development," *Jurnal Ilmu Dakwah* 43, no. 1 (2023): 249–67.

Buhailis yaitu 6A (*Attraction, Accomodation, Amenitas, Ancillary Services, Activity dan Accesibilities*) sebagai komponen unsur pengembangan pariwisata. Konsep 6A yang diterapkan pada wisata religi MAJT yaitu :

1. *Attraction* (Atraksi)

Dalam mengembangkan atraksi MAJT memiliki langkah untuk memastikan potensi keberlanjutan wisata, hal ini mencakup kekayaan budaya, keindahan alam dan keunikan arsitektur bangunan masjid yang memiliki ciri khas perpaduan arsitektur Jawa, Arab, dan Romawi. Terdapat atraksi fisik dan non fisik yang MAJT miliki, atraksi non fisik dapat berupa kegiatan, acara yang menarik seperti frestifal budaya, sedangkan atraksi fisik yang ada antara lain mushaf al-akbar, bedug ijo mangunsari, Menara Al Husna, Museum Perkembangan Islam Jawa Tengah, Payung Elektrik. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Beny terkait atraksi di MAJT:

“Untuk pembangunan objek daya tarik MAJT yang dikenakan infaq masuk yaitu pada Menara Al Husna sebesar Rp.10.000. Untuk pembayaran tiket Menara kami sudah mengadakan pembayaran melewati *e-wallet*. Jadi ketika pengunjung membeli tiket lalu tahapan selanjutnya pengunjung memberikan tiket sebagai tanda bukti bayar kepada petugas penarikan tiket yang tepatnya sebelum masuk lift. Pengunjung pada Menara Al Husna ini terbilang cukup meningkat dari sebelumnya”⁶⁸

Berdasarkan hasil wawancara tersebut adanya Menara Al-Husna dapat dijadikan sebagai infaq pemasukan yang ada di MAJT, dilengkapi dengan Museum Perkembangan Islam yang menjadikan unsur edukasi dapat menambahkan wawasan mengenai perkembangan islam di Jawa tengah bagi para pengunjung. Berbagai kebermanfaatan menjadikan MAJT

⁶⁸Wawancara dengan Bapak Beny sebagai Kabag Humas dan Pemasaran MAJT (Rabu, 19 Februari 2025, Pukul 13.39)

semakin dapat menjaga keintegrasian sebagai wisata religi yang berkualitas dan juga bermanfaat bagi umat.

2. *Accessibilities* (Akses)

Akses mencakup fasilitas sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh wisatawan untuk menuju destinasi pariwisata. Untuk menuju MAJT para pengunjung sudah dimudahkan dalam segi akses, baik dari jalur udara dapat melalui Bandara Internasional Jendral Ahmad Yani dengan jarak 11,4 km, dari jalur dapat melalui Pelabuhan Tanjung Emas dengan jarak 6,5 km, dan dari jalur darat dapat melalui Stasiun Poncol dengan jarak 5,7 km, Stasiun Tawang dengan jarak 5,2, Terminal Bus Terboyo dengan jarak 7 km dan tentunya didukung dengan adanya trans Semarang dan juga kesediaan layanan transportasi online seperti gojek, grab, dan maxim. Jadi untuk para pengunjung tidak perlu cemas ketika akan mengunjungi MAJT melalui transportasi umum, MAJT juga sudah terkoneksi dengan aplikasi pariwisata Kota Semarang yaitu aplikasi Lunpia⁶⁹.

3. *Amenities* (Fasilitas Pendukung)

Amenitas merupakan rangkaian fasilitas yang disediakan oleh suatu objek wisata untuk memenuhi kebutuhan pengunjung maupun wisatawan yang datang. Amenitas berkaitan dengan akomodasi, pada MAJT beberapa fasilitas yang dapat dimanfaatkan oleh para pengunjung, diantaranya yaitu tempat parkir yang dapat menampung kapasitas bus sebanyak 45, 820 mobil, 800 sepeda motor, kamar mandi, rumah transit bagi imam dan muadzin, tempat belanja atau ruko MAJT, klinik MAJT, Gedung pertemuan meliputi Aula Sunan Kalijaga (*Convention Hall*), Aula Sunan Gunung Jati, Aula Sunan Tembayat, Aula Sekretariat, dan Ruang Rapat VIP, area Manasik MAJT yang lengkap.

4. *Accommodation* (Penginapan)

⁶⁹Wawancara dengan bapak Agus Karismanto selaku Sub Kordinator Informasi dan Budaya Disbudpar Kota Semarang (Selasa, 10 September 2024 pukul 13.00)

Akomodasi ataupun tempat penginapan di MAJT yang bisa digunakan bagi wisatawan yaitu Graha Agung Hotel yang memiliki konsep islami serta menerapkan kebersihan, kenyamanan, dan juga keamanan. Jumlah kamar pada hotel Graha Agung sebanyak 22 kamar dengan tipe kamar *Deluxe, Executive, Suite, dan Family*, selain hotel di MAJT juga sudah dilengkapi wisma tamu dan rumah transit. Pernyataan dari Bapak Beny terkait penginapan yang ada di MAJT, sebagai berikut:

“Selain Hotel Graha Agung terdapat juga wisma tamu, sebagai tempat peristirahatan tamu undangan, maupun tamu-tamu penting dari luar kota maupun luar negeri yang sedang berkepentingan pada suatu kegiatan di MAJT, sedangkan untuk para imam dan muadzin pengelola juga menyediakan rumah transit, jadi ketika hendak beradzan ataupun menjadi imam biasanya transit sekitar 1 jam di rumah transit tersebut”⁷⁰

5. *Activities* (Aktivitas)

Aktivitas berkaitan dengan kegiatan yang ada pada destinasi yang akan memberikan pengalaman bagi wisatawan. Aktivitas yang ada di MAJT salah satunya pada atraksi unggulan yaitu di Menara Al Husna. Pernyataan dari Bapak Beni, sebagai berikut:

“Penciptaan aktivitas pariwisata yang aman, nyaman, dan menjadikan pengalaman yang baru bagi para pengunjung merupakan prioritas kami. Pada objek Menara Al Husna terdapat beragam daya tarik yang kami fasilitasi. Di lantai paling atas terdapat 5 teropong yang dapat digunakan oleh pengunjung”

Penyataan tambahan dari ibu Yulianti selaku karyawan penjaga Menara Al-Husna, sebagai berikut:

“Para pengunjung dapat berkunjung pada jam oprasional Menara. Untuk penggunaan fasilitas teropong bagi para pengunjung yang berminat

⁷⁰Wawancara dengan Bapak Beny sebagai Kabag Humas dan Pemasaran MAJT (Rabu, 19 Februari 2025, Pukul 13.43)

mencoba dapat menukarkan uang Rp.1.000 kertas dengan koin teropong yaitu uang koin Rp.1.000”

6. *Ancillary Services* (Layanan Pendukung)

Masjid Agung Jawa Tengah dibawah naungan pemerintah provinsi Jawa Tengah yang menunjuk kepengurusan pembina, pengawas, dan juga pengeola MAJT guna untuk menjalankan roda organisasi dan melakukan tugas-tugasnya, dan juga di bawah naungan Disbudpar. Adapun informasi yang peneliti dapatkan terkait *Inter-Organization Relationships* (hubungan kerja sama) dan *Inter-Organizational Collaborations* (proses kerja sama) antara dua atau lebih organisasi pariwisata untuk mencapai tujuan Bersama antara lain dengan Disbudpar, pihak swasta, maupun asosiasi kepariwisataan untuk membantu tersenggaranya kegiatan wisata religi didapat melalui wawancara dengan Bapak Beny, sebgai berikut:

“Kerjasama antara DPP dan Disbudpar yaitu dalam bentuk pengembangan sumber daya manusia, pemasaran dan promosi Masjid Agung Jawa Tengah saja, dan untuk andil bangunan maupun atraksi yang ada di MAJT semuanya dibangun dari dana pemasukan MAJT, hal tersebut sudah berjalan dari tahun 2013. Selain bekerja sama dengan Disbudpar, DPP juga menjalin kerjasama dengan pihak pihak luar seperti biro perjalanan, asosiasi kepariwisataan”⁷¹

Strategi pengembangan kepariwisataan menurut Suwanto (2004) terbagi menjadi tiga tahapan yaitu jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang dengan memperhatikan unsur pokok dalam pengembangan kepariwisataan MAJT dalam mempertahankan wisata religi yang berkelanjutan tentunya pada tahapan jangka pendek yang mengutamakan pengoptimalisasian contohnya melestarikan kebudayaan sekitar seperti

⁷¹Wawancara dengan Bapak Beny sebagai Kabag Humas dan Pemasaran MAJT (Rabu, 19 Februari 2025, Pukul 13.51)

pengadaan kajian rutin, untuk jangka menengah menggabungkan pengelolaan dan pengembangan melalui agenda tahunan yang harapannya MAJT dapat dikenal oleh masyarakat luas hingga taraf internasional, dan pada sekarang ini sudah terbukti MAJT menjadi rujukan moderasi beragama internasional, ada beberapa delegasi yang berkunjung ke MAJT untuk belajar moderasi dan pengembangannya, agenda terdekat yaitu kunjungan *study* Universitas Sains Islam Malaysia pada tanggal 20 Februari 2025. Untuk jangka panjang dengan memperhatikan pengembangan pasar wisata dan promosi pariwisata yang terjalin dengan pihak Disbudpar dan para pihak swasta ataupun CSR (*Corporate Social Responsibility*) MAJT.

Keterkaitan antara unsur-unsur pengembangan pariwisata dengan konsep pembangunan berkelanjutan perlu memperhatikan aspek keberlanjutan untuk jangka panjang. Maka dari itu penting untuk melakukan kerjasama dari sisi yang kuat agar dapat mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. MAJT yang dikelola oleh Dewan Pelaksana Pengelola dan dinaungi oleh Disbudpar masuk dalam nominasi rencana strategis pemerintah pusat Kota Semarang sehingga MAJT dapat berkembang dan memiliki kualitas. Pengembangan destinasi yang berkualitas dapat dilaksanakan melalui peningkatan aktivitas pada daya tarik wisata, peningkatan aktivitas yang dimaksud yaitu melalui pemberian pengalaman unik atraksi wisata, daya tarik bernilai tinggi, dan destinasi maupun atraksi wisata yang memenuhi nilai nilai berkelanjutan.⁷²

Dimensi pariwisata berkelanjutan menurut UNWTO (*United Nation Word Tourism*) terdiri dari empat dimensi yaitu, keberlanjutan sosial budaya, kelestarian lingkungan, ekonomi, dan kelembagaan. Indikator keberlanjutan pada MAJT yaitu:

1. Keberlanjutan lingkungan

⁷² I Nyoman Sukma Arida, *Pariwisata Berkelanjutan* (Sustain-press, n.d.).

Kelestarian lingkungan dapat melalui kebersihan dan pelestarian lingkungan. Memelihara lingkungan dengan menjaga Kawasan MAJT dari sampah perlu kesedaran penuh dari semua pihak. Dari udara segar dan lingkungan yang bersih melahirkan ekosistem yang ada di lingkungan wisata religi MAJT dapat mengalami siklus yang sehat. Penjagaan ekosistem lingkungan bukan hanya saja tugas pengelola, melainkan seluruh sumber daya pariwisata yang ada, meliputi pedagang sekitar, masyarakat sekitar maupun karyawan MAJT. Dalam upaya pengawasan lingkungan hidup MAJT juga melakukan pemeliharaan keanekaragaman hayati melalui argowisata yang dikelola badan otonom MAJT dan bekerja sama dengan petani sekitar. Hadirnya program ketahanan pangan melalui event Panen Raya yang sudah dilaksanakan dari tanggal 25-27 Januari 2025 bazar murah hasil panen seperti bawang merah dan ubi yang langsung dipetik dari lahannya.

2. Keberlanjutan ekonomi

Dimensi keberlanjutan ekonomi dipandang cukup kompleks, adanya pembangunan berkelanjutan jelas mensyaratkan pertumbuhan perekonomian, Hanya saja secara realitanya aktivitas produksi yang tinggi dapat saja terjadi bersamaan dengan kemelaratan yang tersebar luas. Masjid agung Jawa Tengah berupaya dalam kemajuan peradaban di lingkungan sekitar, terutama dari segi perekonomian harapannya hadirnya MAJT dapat melahirkan banyak kebermanfaatan sehingga masyarakat sekitar juga dapat merasakan kesejahteraan dari timbal balik adanya wisata religi MAJT ini. Hasil wawancara dengan ibu Yuyun selaku masyarakat sekitar MAJT, sebagai berikut:

“Mayoritas karyawan lapangan direkrut dari masyarakat sekitar, karena untuk mengutamakan keefisienan waktu, sehingga ketika

bekerja para karyawan dapat datang dengan tepat tidak terlambat, karena alasan jarak tempuh”⁷³

Hasil dari wawancara tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa hadirnya MAJT juga melibatkan masyarakat setempat berupa pembukaan lapangan pekerjaan. Kesejahteraan bukan hanya masyarakat saja yang berhak mendapatkannya melainkan juga kepada sumber daya manusia lainnya di MAJT, seperti halnya para pegawai yang ada di MAJT yang telah melewati tahapan-tahapan proses ketika akan menjadi tenaga kerja di MAJT, terutama pada pegawai inti yaitu pegawai pengelola MAJT. Pada seleksi ketengakerjaan pegawai pengelola hal yang paling diutamakan adalah kemampuan dan pengetahuan. Hanya saja pada hal ini masyarakat sekitar masih kurang dari segi wawasan keilmuan dan kebutuhan, sehingga dalam proses perekrutan persyaratannya tidak mengharuskan pendaftar dari masyarakat sekitar MAJT.

3. Keberlanjutan sosial budaya

Dampak pariwisata terhadap keadaan sosial budaya sekitar tidak boleh diabaikan. Pariwisata berkelanjutan terkonsep sebagai pendorong dampak positif pembangunan kepariwisataan terhadap nilai sosial budaya setempat. Pembangunan pariwisata berkelanjutan menawarkan lingkungan yang lebih baik untuk masyarakat dan menciptakan hubungan yang saling menguntungkan. Pernyataan dari Bapak Beny sebagai berikut:

“Beberapa fasilitas yang ada di MAJT yang sering masyarakat sekitar manfaatkan yaitu Gedung *Convention Hall* yang sering disewa masyarakat. Hal tersebut dapat menambah kedekatan antara pihak pengelola MAJT dan masyarakat. Selain hal tersebut harapannya masyarakat dapat berpartisipasi dalam pengembangan MAJT ini. Dan untuk agenda terdekat kami menyambut datangnya bulan Ramadhan

⁷³Wawancara dengan Ibu Yuyun selaku masyarakat sekitar sekaligus pedagang PKL MAJT (Senin, 2 Desember 2024, pukul 15.00)

yaitu Bazar Dugderan yang diadakan dari hari Selasa-Jum'att, 25-28 Februari 2025”⁷⁴



Gambar 4. 1 Flyer Bazar Dugderan di MAJT 2025

4. Keberlanjutan Kelembagaan

Komponen penting dalam keberlanjutan yaitu peluang lapangan pekerjaan layak yang ramah lingkungan, pengupayaan dapat dilihat dari sisi lingkungan dan sosial untuk menjamin tepatnya kebijakan pemerintah, sehingga ditempatkan secara tepat untuk menciptakan pekerjaan yang produktif mencakup pada peningkatan ketrampilan para pekerja dan pengembangan kapasitas untuk para pemangku kepentingan utama.

Keberlanjutan wisata religi Masjid Agung Jawa Tengah dapat dipastikan melalui *equity strategic*, merupakan strategi kerja sama antara dua pihak organisasi pariwisata yang melibatkan kontrol atas sebuah proyek pariwisata MAJT yaitu antara pihak pengelola Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) dan pihak pemerintahan melalui Disbudpar Kota Semarang yang memiliki tujuan

⁷⁴Wawancara dengan Bapak Beny sebagai Kabag Humas dan Pemasaran MAJT (Rabu, 19 Februari 2025, Pukul 13.55)

Bersama. Adapun manfaat dari adanya kerja sama tersebut yaitu untuk meningkatkan kemampuan bersaing, meningkatkan pendapatan pariwisata, meningkatkan kualitas layanan dan meningkatkan kemampuan inovasi. Bentuk kerja sama yang ada yaitu sebagai berikut:

1. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Hasil wawancara kepada Bapak Beny, yaitu:

“Pada peningkatan ketrampilan pariwisata terdapat agenda pelatihan kepariwisataan yang dilakukan oleh Disbudpar yang diikuti oleh para badan otonom MAJT yang rutin menjalin koordinasi dengan Disbudpar setiap 3-4 pertemuan dalam 1 tahunnya”⁷⁵

Berdasarkan pernyataan dari Bapak Beny dapat disimpulkan bahwa kerja sama antara pengelola melalui badan otonom MAJT terlaksana dengan baik, adapun pelatihan yang diadakan mencakup pelatihan keahlian penunjang, teknik pemandu wisata, dan pelatihan *public speaking*. Sesuai dengan karakteristik *equity strategic* ke dua organisasi yang bekerja sama saling melakukan pertukaran pengetahuan baru dan juga penciptaan sumber daya yang layak.

2. Pengembangan Infrastruktur dan Fasilitas Wisata

infrastruktur dan fasilitas pada destinasi berpengaruh terhadap kemajuan destinasi tersebut. Infrastruktur yang ada di MAJT contoh pertama seperti jalan dan akses dinilai sudah memenuhi kebutuhan, dimana ketika wisatawan mengakses MAJT tidak merasakan sulit karena letak MAJT yang ada pada kawasan strategis dan mudah dijangkau. Kedua area lahan parkir yang luas dapat menampung kendaraan bus, mobil dan sepeda motor dengan kapasitas yang cukup banyak dan tentunya sudah terorganisir dengan baik. Ketiga jaringan listrik dan air yang tidak terbatas, sudah memadai untuk kebutuhan para jamaah ataupun wisatawan yang

⁷⁵Wawancara dengan Bapak Beny sebagai Kabag Humas dan Pemasaran MAJT (Rabu, 19 Februari 2025, Pukul 13.58)

berkunjung. Keempat sistem komunikasi seperti jaringan internet maupun telepon di Kawasan MAJT yang mudah dijangkau dan terkoneksi karena MAJT terletak di tengah Kota Semarang. Terpenuhinya hal-hal tersebut yang menjadi kebutuhan wisatawan dapat mendukung operasional destinasi wisata, sehingga tidak ada pengalaman yang kurang mengesankan ketika setelah berkunjung ke MAJT.

Fasilitas yang tersedia di MAJT, pertama fasilitas akomodasi atau penginapan yang sudah tersedia seperti Hotel Graha Agung dan wisma tamu untuk dapat dimanfaatkan oleh para pengunjung ataupun masyarakat umum untuk pemenuhan waktu istirahat di hotel tersebut. Kedua fasilitas makanan dan minuman yang dapat dinikmati oleh pengunjung dan untuk menjangkaunya cukup mudah dari disediakannya kafe, warung makan, took-toko dan deretan pedagang pkl yang menyediakan kebutuhan pengunjung dan sebagai pusat perbelanjaan yang tersedia di Kawasan MAJT. Ketiga fasilitas umum yang tersedia seperti toilet yang memadai, dan pengadaan kran air yang mengalir di setiap sudut MAJT, sehingga ketika pengunjung maupun jamaah yang datang dengan kapasitas banyak tidak merasa kesulitan ketika hendak berwudhu. Keempat fasilitas umum pusat kesehatan non medis juga sudah tersedia di Kawasan MAJT, para pengunjung dapat berobat ataupun terapi ruqyah, bekam, gurah, dan refleksi lintah.

3. Promosi Pariwisata

Peran Disbudpar dalam mengembangkan Masjid Agung Jawa Tengah dengan memanfaatkan teknologi melalui promosi media. Media memiliki fungsi ekspander atau memperluas sebagai pendukung publikasi dalam berpromosi. Disbudpar menerapkan prinsip ATM yaitu amati, tiru, dan modifikasi untuk mempromosikan pariwisata salah satunya pada MAJT di media sosial. Tujuan Disbudpar dalam melakukan promosi adalah untuk mendukung misi ke dua peningkatan perekonomian lokal yang berdaya

saing, berlandaskan reset dan inovasi berdasarkan prinsip demokrasi Pancasila. Promosi pariwisata yang diutamakan yaitu melalui platform *Instagram* dan *youtube* dan untuk memudahkan akses maupun informasi lebih lengkap lagi para wisatawan dapat mengunduh aplikasi Lunpia yang memiliki banyak fitur yaitu seperti, wisata Kota Semarang, kuliner Kota Semarang, hotel dan penginapan Kota Semarang, *audio guide*, petunjuk arah dengan trans Semarang, *nearby location*. *Augmented reality guide* yang dapat wisatawan gunakan, termasuknya untuk mengunjungi MAJT yang juga sudah terkoneksi dengan aplikasi Lunpia ini⁷⁶. Adapun salah satu hasil promosi MAJT yaitu dapat meningkatkan pengunjung, estimasi pengunjung MAJT berdasarkan data jumlah kendaraan yang masuk yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Laporan Estimasi Pengunjung MAJT Berdasarkan Data Jumlah Kendaraan yang Masuk Tahun 2024

Bulan	Jenis Kendaraan					Estimasi Pengunjungan
	Bus Besar	Bus Medium	Bus Mikro	Mobil	Motor	
Januari	779	273	456	10100	19800	129876
Februari	848	340	580	12000	18000	140080
Maret	395	158	399	8400	20900	102284
April	366	169	419	15000	24000	133884
Mei	1241	497	528	15000	24000	188128
Juni	945	439	519	15000	24000	171534
Juli	399	236	504	15000	32000	154054
Agustus	438	178	501	9000	24000	114246
September	497	252	532	12000	25000	133602

⁷⁶Wawancara dengan bapak Karismanto selaku sub kordinator informasi dan budaya Disbudpar Kota Semarang (Selasa, 10 September 2024 pukul 13.00)

Oktober	459	196	624	17000	29000	158574
November	496	191	366	7600	17700	98526
Desember	840	435	590	12035	21830	150390
Total						1675178

Sumber: Data Primer Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) MAJT

4. Pemasaran Pariwisata

Pemasaran pariwisata Kota Semarang yang dilakukan oleh Disbudpar seperti pada objek wisata MAJT sebagai salah satu destinasi religi yang menjadi pusat perhatian Disbudpar dalam pengembangannya, maka dari itu diperlukan juga kerja sama ataupun aliansi strategi antara Disbudpar dengan pihak pengelola yaitu DPP (Dewan Pelaksana Pengelola) MAJT sehingga dapat mempertahankan keberlanjutannya. Pemasaran Masjid Agung Jawa Tengah ditargetkan pada dua bagian, wisatawan lokal dan wisatawan mancanegara, melalui strategi pemasaran sesuai kebutuhan dan target yang dituju yaitu dari mulai tahap perencanaan, penentuan tujuan, strategi, terget, taktik yang digunakan, hingga pada tahapan evaluasi. Untuk mengimplementasikan tahapan-tahapan tersebut Disbudpar dan DPP melakukan aliansi strategi yang efektif, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Aliansi Strategi Pengembangan Wisata Religi Berkelanjutan di MAJT oleh Disbudpar dan DPP

No	Kendala	Aliansi Strategi	Langkah
1.	Keterbatasan dana dalam mengembangkan	<i>Technological Capabilities</i> , kemampuan	Mengenalkan MAJT keada publik melalui media sosial yang banyak

	wisata religi MAJT	pemanfaatan teknologi melalui pembuatan media sosial secara gratis	digunakan seperti <i>youtube</i>
2.	Promosi dan pemasaran Wisata Religi MAJT	<i>Marketing capabilities</i> , Mempromosikan tempat wisata religi MAJT	1. Mengadakan acara di destinasi wisata religi MAJT 2. Mengikuti koordinasi dan pelatihan <i>tour guide</i> yang diselenggarakan Disbudpar dan diikuti oleh badan otonom ataupun komunitas yang ada di MAJT
3.	Penurunan jumlah wisatawan	<i>Manufacturing capabilities</i> , kemampuan untuk merancang, produk maupun jasa dan meningkatkan kemampuan inovasi, melalui optimalisasi penggunaan <i>smartphone</i>	1. Bagi wisatawan mancanegara dimudahkan mengakses melalui <i>My Semarang Travel Guide application</i> yang menyediakan lima bahasa yaitu Bahasa Indonesia, Mandarin, Jepang, Inggris, dan juga Mandarin Centonese.

			2. Bagi wisatawan lokal dimudahkan mengakses melalui aplikasi Lunpia.
--	--	--	---

Sumber: Data Primer Disbudpar Kota Semarang

Berdasarkan pada fakta di lapangan dan data-data penelitian yang ditemukan, adanya upaya keberlanjutan MAJT yang telah dilakukan melalui kerja sama yang terjalin dengan Disbudpar. Dari program kerja sama yang rutin dilaksanakan dengan Disbudpar mulai dari pengembangan sumber daya manusia, promosi pariwisata, pemasaran pariwisata terkecuali pengembangan infrastuktur dan fasilitas yang hanya dilaksanakan oleh pihak pengelola saja, hal tersebut sudah berjalan dengan maksimal untuk mencapai pada tujuan dalam mempertahankan dan mengembangkan wisata religi yang berkelanjutan di MAJT. Penerapan 6A yang dipadukan dengan pemanfaatan teknologi terkini menjadi salah satu faktor pendukung pada strategi jangka pendek, menengah hingga pada jangka panjang untuk keberlanjutan pengembangan di MAJT.

B. Analisis Tantangan Yang Dihadapi Dalam Pengembangan Wisata Religi Yang Berkelanjutan di MAJT

Pengembangan pariwisata memang faktor yang potensial dalam pemanfaatan di masa yang akan datang. Tetapi dalam pengelolaan tentunya ditemukan tantangan pada kondisi maupun situasi dari internal ataupun eksternal dalam mempertahankan dan mengembangkan MAJT sebagai pariwisata religi yang berkelanjutan. Pariwisata religi yang dirancang sebagai pemenuhan kebutuhan *religious* wisatawan dan juga sebagai bentuk dakwah ekonomi yang mengintegrasikan antara nilai-nilai islam dalam berpariwisata, sehingga selain mendapatkan suasana berwisata wisatawan juga dapat

memenuhi kebutuhan rohani wisatawan⁷⁷. Usaha-usaha yang dilakukan DPP sebagai pengelola dan Disbudpar sebagai pihak pemerintah dalam pelaksanaannya selalu berusaha yang terbaik untuk MAJT di masa yang akan datang dari tahapan perencanaan, implementasi hingga pada tahap evaluasi. Hasil wawancara dengan Bapak Beny, sebagai berikut:

“Mempertahankan dan tetap terus mengembangkan potensi Masjid Agung Jawa Tengah sebagai pariwisata yang berkelanjutan termasuk pada suatu hal yang perlu dibenahi setiap perkembangannya. Beberapa hal yang harus kami konsentrasikan terutama dalam hal kemandirian pembangunan objek daya tarik MAJT, karena dari tahun 2013 pembangunan MAJT sudah tidak lagi mendapatkan anggaran dana dari pemerintah Disbudpar Kota Semarang”⁷⁸

Dari hasil wawacara tersebut terdapat beberapa unsur baik secara internal maupun eksternal yang perlu dibenahi dalam pengembangan wisata religi dan ditemukan juga tantangan dalam pengembangan wisata religi yang berkelanjutan di MAJT, yaitu sebagai berikut:

1. Faktor Internal

Tantangan internal merupakan suatu hal yang membutuhkan upaya dalam menghadapi kesulitan yang dihadapi oleh wisata religi MAJT sebagai pariwisata berkelanjutan yang muncul dari dalam, yaitu dari komponen yang berada di dalam destinasi wisata religi tersebut. Adapun tantangan internal yang ada yaitu:

1) Sumber daya manusia

⁷⁷Wawancara dengan bapak Agus Karismanto selaku sub kordinator informasi dan budaya Disbudpar Kota Semarang (Selasa, 10 September 2024 pukul 13.00)

⁷⁸Wawancara dengan Bapak Beny selaku Kepala Bagian Humas dan Pemasaran MAJT (Rabu, 19 Februari 2025, Pukul 14.00)

Sumber daya manusia dalam pariwisata sebagai salah satu faktor penting untuk mendukung pengembangan keberlanjutan di MAJT. Berikut aspek sumber daya manusia yang ada di MAJT:

1) Jenis sumber daya manusia

Pegawai destinasi wisata religi MAJT terdiri dari staf pengelola dan karyawan yang merupakan salah satu unsur pendukung untuk menciptakan hasil yang maksimal dalam pengelolaan dan pengembangan MAJT sebagai pariwisata berkelanjutan. Dibentuknya pengurus pengelola yaitu diamanahi untuk mengelola destinasi religi MAJT dan juga membuka usaha pendukung pariwisata. Hanya saja ditunjuknya seseorang untuk direkrut sebagai pengelola yaitu dengan syarat mampu dalam keilmuan yang dituju, agar untuk mengimplementasikan di lapangan dapat terlaksana secara optimal, tetapi jika melihat sudut pandang masyarakat lokal masih kurang mengetahui akan hal tersebut. Maka dari itu, banyak staf pengelola yang tertunjuk bukan dari masyarakat sekitar MAJT. Mendapatkan calon pegawainya juga terbilang sulit pada sekarang ini untuk menemukan yang sesuai dengan kebutuhan, didukung dari pernyataan bapak Beny, yaitu sebagai berikut:

“Para pengelola yang ada mayoritas berasal dari luar kota, sistem penempatan staf maupun pegawai yang ada yaitu mengedepankan kemampuan individu, memiliki keilmuan yang tepat dan wawasan. Itu alasan dan masih menjadi kekurangan untuk para warga sekitar MAJT mengapa dalam pemilihan staf pengelola lebih memilih dari luar kota karena sdm masyarakat lokal masih kurang”⁷⁹

⁷⁹Wawancara dengan Bapak Beny sebagai Kabag Humas dan Pemasaran MAJT (Rabu, 19 Februari 2025, Pukul 14.00)

Berbeda dengan para karyawan yang ada, dipilihnya karyawan mayoritas dari masyarakat sekitar MAJT. Sesuai dengan hasil wawancara dengan ibu Yulianti sebagai penjaga koin teropong di Menara Al Husna, yaitu sebagai berikut:

“Karyawan lapangan atau karyawan pendukung seperti petugas kebersihan dan penarik tiket kendaraan yang direkrut mayoritas rumahnya di sekitar MAJT saja. Hal ini diberlakukan karena untuk mengefisiensikan waktu”⁸⁰

2) Ketrampilan dan pengembangan sumber daya manusia

Pemilihan pegawai dan karyawan merupakan awal yang penting untuk menentukan MAJT yang maju. Pentingnya memperhatikan sumber daya pariwisata tidak hanya cukup dengan memilih para pegawainya saja, melainkan juga memperhaikan kualitas para pegawai maupun karyawan melalui pengembangan sumber daya manusia seperti pengembangan ketrampilan, baik ketrampilan komunikasi dan berbahasa dengan baik, pelayanan yang memuaskan, pengetahuan lokal, hingga pada kemampuan teknis yang dibutuhkan. Hasil wawancara dengan ibu Yulianti terkait pengembangan ketrampilan sumber daya manusia, yaitu sebagai berikut:

“Dalam hal koordinasi masing-masing bagian ataupun lapangan mempunyai Kasubbag (Kepala Sub Bagian), jadi kasubbag saja yang mengikuti koordinasi dengan dewan, koordinasi tersebut dilakukan setiap 1 bulan 1 kali. Dan untuk pembinaan dilakukan ketika awal masuk kerja, seperti pengarahan dilakukan selama 2 hari terhitung dari awal masuk kerja”

⁸⁰Wawancara dengan Ibu Yulianti selaku masyarakat sekitar sekaligus karyawan MAJT (Senin, 2 Desember 2024, Pukul 15.00)

Berdasarkan wawancara diatas dengan salah satu karyawan MAJT bahwa untuk menuju pariwisata yang berkelanjutan penting untuk mengetahui konsep MAJT yang berkelanjutan dapat dicapai melalui koordinasi antara karyawan dan pengelola, hanya saja ada beberapa karyawan lapangan lainnya yang masih belum paham konsep wisata religi berkelanjutan. Selain adanya kebijakan kebijakan keberlanjutan di MAJT para karyawan juga perlu mengetahui sehingga dapat menerapkan konsep yang sesuai dengan misi keberlanjutan pada masing-masing individu untuk pengembangan MAJT.

b. Fasilitas Wisata

Fasilitas menjadi salah satu tantangan dalam pengembangan MAJT, karena jika dinilai dari fasilitas fisik dalam tahapan pembangunannya merupakan murni dari anggaran dana pengelola MAJT saja. Maka dari itu, masih memerlukan waktu yang berjangka panjang jika akan diadakan atraksi baru. Dan fasilitas yang ada seperti toilet masih dengan *settingan* awal pada saat masjid baru dibangun jadi belum menerapkan ramah disabilitas dan belum memenuhi standar untuk kebutuhan para disabilitas, tetapi untuk fasilitas lainnya seperti jalan utama masjid, Menara Al Husna yang mudah dijangkau untuk para kaum disabilitas karena jalannya yang landai, dan pada Menara Al Husna juga terdapat lift untuk menuju puncak Menara.

c. Manajemen Oprasional

Manajemen oprasional menjadi titik krusial dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. Biaya operasional MAJT baik biaya langsung seperti biaya atraksi wisata yang dikelola secara penuh oleh pengelola MAJT dan biaya tidak langsung seperti biaya perawatan destinasi wisata baik perawatan bangunan ataupun perawatan peralatan yang dilimpahkan kepada pengelola tanpa campur tangan

pemerintah, Disbudpar bekerja sama dengan pengelola MAJT hanya pada ranah pengembangan sdm, promosi dan pemasaran saja. Maka dari itu, menjadi tanggung jawab para pengelola untuk tetap mengatur dan mengoprasikan dana untuk pendanaan dalam rangka rencana yang akan datang yaitu pembangunan atraksi baru sebagai bentuk peremajaan wisata religi MAJT yang berkelanjutan dan masih terkendala hingga pada saat ini⁸¹.

2. Faktor Eksternal

Tantangan eksternal pariwisata adalah faktor yang berasal dari luar dan berpengaruh terhadap kemajuan destinasi wisata religi MAJT sebagai pariwisata berkelanjutan, berikut beberapa tantangan eksternal pada keberlanjutan MAJT:

a. Faktor ekonomi

Tantangan ekonomi adalah faktor yang dapat mempengaruhi destinasi wisata dan mencakup pada lingkup yang lebih luas secara keseluruhan. Adapun tantangan ekonomi yaitu seperti krisis ekonomi, perubahan nilai tukar, inflasi dan pengangguran, sehingga berdampak kepada penurunan jumlah pengunjung MAJT, penurunan pendapatan, penurunan investasi, dan penurunan kualitas pelayanan. Untuk mengatasi tantangan ekonomi makro tersebut perlu dilakukan beberapa strategi efektif salah satunya seperti diversifikasi produk wisata religi MAJT yaitu melalui penambahan event. Dalam memaksimalkan strategi tersebut pada tanggal 25-27 Januari 2025 diadakan event panen raya Argowisata MAJT tujuan dari adanya pengadaan event tersebut yaitu diharapkan MAJT dapat berkontribusi dalam program ketahanan pangan, dari adanya tujuan pertama tersebut juga melahirkan penambahan pengunjung MAJT pada bazar murah hasil panen tersebut.

⁸¹Wawancara dengan bapak Agus Karismanto selaku sub kordinator informasi dan budaya Disbudpar Kota Semarang (Selasa, 10 September 2024 pukul 13.00)

Lahan agrowisata MAJT ditanami dengan tanaman pangan yang semakin bervariasi oleh para petani setempat yang menjalin kerja sama dengan para pengelola MAJT. Rencananya program ini akan berjalan setiap beberapa bulan sekali sampai kedepannya.

b. Faktor sosial

Faktor sosial dapat disebabkan oleh perubahan perilaku masyarakat yang dapat mempengaruhi kebutuhan dan prioritas pengunjung, konflik sosial, dan kesenjangan sosial yang berpengaruh terhadap kemampuan masyarakat untuk berwisata. Pengunjung yang datang ke MAJT setiap harinya semakin menurun, tidak seperti pada awal didirikannya MAJT, sesuai dengan tanggapan ibu Yuyu selaku koordinator pkh yang berada di Kawasan MAJT, yaitu sebagai berikut:

“Pengunjung MAJT setiap harinya tidak bisa diprediksi berapa banyaknya, pertama kali saya dagang di MAJT di tahun 2006 masih terbilang ramai pengunjung dan omset penjualan saya juga naik. Tetapi semakin kesini minat kunjung jamaah ataupun wisatawan semakin berkurang, sehingga omset penjualan juga menurun tidak seperti pada awal. Untuk omset harian tidak bisa diprediksi jumlahnya, kecuali memang sedang ada *event* di MAJT omset bisa mencapai Rp. 1.500.000-Rp.2.000.000”⁸²

Pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam berwisata semakin hari semakin menurun minat masyarakat yang ada, perubahan perilaku masyarakat dalam mengunjungi MAJT dapat teratasi dengan adanya optimalisasi strategi terhadap unsur-unsur pariwisata dan memperhatikan potensi MAJT sebagai pariwisata religi yang berkelanjutan sehingga dapat dikembangkan sesuai dengan misi

⁸²Wawancara dengan Ibu Yuyu Selaku pedagang PKL sekaligus masyarakat sekitar MAJT (Senin, 2 Desember 2024, pukul 15.10)

keberlanjutan yang ada. Adapun tantangan keberlanjutan pada MAJT, yaitu sebagai berikut:

a. Keberlanjutan Lingkungan

Tantangan pada sisi keberlanjutan lingkungan di Masjid Agung Jawa Tengah antara lain:

- 1) Pengelolaan limbah maupun sampah, Masjid Agung Jawa Tengah yang memiliki jumlah pengunjung cukup banyak sehingga memerlukan pengelolaan limbah yang efektif, dan penciptaan sadar lingkungan kepada para pengunjung. Sehingga dengan adanya sistem pengembangan pengelolaan limbah dapat menghindari kerusakan ekosistem yang ada dan tidak menimbulkan pencemaran tanah.
- 2) Penggunaan energi, kapasitas masjid yang besar juga memunculkan kebutuhan energi yang cukup banyak, dengan penggunaan energi yang tinggi maka dapat mengalami kenaikan biaya yang tinggi dan juga dapat menyebabkan dampak lingkungan seperti pada polusi udara dan perubahan iklim. Untuk mengatasi hal tersebut dapat menerapkan pengembangan kebijakan energi yang berkelanjutan seperti pemanfaatan energi terbarukan contohnya energi surya dan energi angin.

b. Keberlanjutan Ekonomi

Tantangan pada sisi keberlanjutan Ekonomi di Masjid Agung Jawa Tengah antara lain:

- 1) Biaya operasional yang tinggi, berbagai fasilitas di MAJT yang membutuhkan biaya perawatan agar selalu berada dalam keadaan siap pakai memerlukan biaya yang banyak, hal tersebut berpengaruh pada pendapatan wisata, kualitas

pelayanan dan juga kepuasan pengunjung jika ketersediaan masih terbatas dan dapat menurunkan reputasi destinasi.

- 2) Perubahan ekonomi, peningkatan biaya transportasi dan akomodasi dapat mempengaruhi minat kunjung destinasi sehingga akan semakin berkurang para pengunjung yang datang dan menyebabkan penurunan pemasukan baik untuk destinasi ataupun untuk para pemangku kepentingan pariwisata.

c. Keberlanjutan Sosial Budaya

Tantangan pada sisi keberlanjutan sosial budaya di Masjid Agung Jawa Tengah antara lain:

- 1) Pengaruh pada masyarakat lokal, adanya pariwisata dapat merubah pola hidup dan juga meningkatkan biaya hidup.
- 2) Pengaruh pada kesejahteraan, pariwisata dapat menimbulkan dampak perubahan pendapatan dan perubahan kualitas hidup ataupun budaya setempat.

Tantangan yang ada dapat teratasi dengan melalui pengembangan system manajemen sosial untuk mengelola dampak sosial budaya terhadap masyarakat lokal contohnya pada kegiatan kerja sama dan pelibatan masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan ataupun pengelolaan destinasi.

d. Keberlanjutan Lembaga

Tantangan pada sisi keberlanjutan lembaga di Masjid Agung Jawa Tengah dapat dilihat dari keterbatasan kemampuan manajemen, untuk mengelola wisata religi MAJT memerlukan kemampuan manajemen yang memadai, namun akan keterbatasan hal tersebut menjadi salah satu tantangan untuk para sumber daya manusia yang ada di MAJT. Melalui strategi pengembangan

kemampuan manajemen dan juga pengembangan sumber daya manusia baik kemampuan ataupun ketrampilan para pegawai dan karyawan lapangan yang paham terhadap konsep pariwisata yang berkelanjutan dan diterapkan dengan tepat menjadi cara dalam mengatasi keterbatasan-ketarbatasan yang ada.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis strategi kerja sama Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) dan Disbudpar dan tantangan yang dihadapi dalam memastikan pengembangan keberlanjutan wisata religi di MAJT, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Kerjasama Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) Dan Disbudpar Dalam Memastikan Keberlanjutan Wisata Religi Di MAJT

Masjid Agung Jawa Tengah memiliki potensi sebagai wisata religi yang berkelanjutan dari ciri khas segi fisik bangunan dan kebudayaan yang tertanam menjadikan peluang besar untuk dapat dikembangkan sebagai wisata religi berkelanjutan dengan memerhatikan dimensi keberlanjutan yang ada dalam rangka mencapai kebermanfaatan pariwisata, bukan hanya bagi destinasi MAJT saja melainkan juga mementingkan kemaslahatan masyarakat sekitar MAJT. Mengimplementasikan konsep berkelanjutan membutuhkan perencanaan kebutuhan destinasi melalui konsep 6A dari perencanaan jangka pendek, jangka menengah, jangka panjang melalui strategi yang tepat dan bijak

Strategi yang dilakukan oleh pengelola MAJT Dan Disbudpar Kota Semarang dalam memastikan keberlanjutan pada wisata religi MAJT yaitu melalui pengembangan sumber daya manusia, pengembangan infrastuktur wisata, promosi pariwisata, dan pemasaran pariwisata. Hanya saja untuk pengembangan infrastuktur MAJT dilakukan oleh para pihak pengelola saja tanpa campur tangan Disbudpar dari segi perencanaan hingga ketersediaan anggaran dana yang dibutuhkan, hal tersebut sudah mulai berjalan dari tahun 2013.

2. Tantangan Yang Dihadapi Dalam Pengembangan Wisata Religi Yang Berkelanjutan di MAJT

Tantangan yang dihadapi wisata religi MAJT yang berkelanjutan terdiri dari tantangan internal dan tantangan eksternal. Adapun tantangan internal pada wisata religi MAJT yaitu pada sumber daya manusia yang dapat dilihat dari keadaan para staf pengelola ataupun baik dari ketrampilan dan pemahaman terhadap kinerja sebagai pengelola MAJT yang masih jarang ditemukan pada masyarakat sekitar MAJT sehingga pada bagian staf pengelola banyak yang direkrut dari pegawai yang bukan bertempat tinggal di sekitar MAJT, adapun tantangan internal lainnya yaitu berupa infrastruktur maupun fasilitas, dan manajemen. Tantangan eksternal yang dihadapi MAJT yaitu berupa faktor ekonomi, dan juga faktor sosial. Tantangan berkelanjutan dari sisi lingkungan yaitu pengelolaan limbah maupun sampah dan penggunaan energi, dari sisi ekonomi yaitu biaya operasional yang tinggi, perubahan ekonomi, dari sisi sosial budaya yaitu berpengaruh pada masyarakat lokal, berpengaruh pada kesejahteraan, dan tantangan dari sisi kelembagaan yaitu keterbatasan kemampuan manajemen.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang didapat, maka penulis mencantumkan beberapa saran dalam penelitian ini yang dapat digunakan agar dapat memastikan keberlanjutan pada wisata religi MAJT dan untuk menghadapi tantangan-tantangan yang ada, yaitu :

1. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melaagar melaksanakan penelitian secara komprehensif melalui metode *Focus Group Discussion* (FGD), karena untuk pembahasan penelitian wisata berkelanjutan juga penting untuk memahami prespektif masyarakat sekitar MAJT baik untuk menggali masukan dari masyarakat, memahami kebutuhan masyarakat, dan harapan masyarakat sekitar.

2. Bagi prodi Manajemen Dakwah, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bentuk kontribusi pengembangan keilmuan teori strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan.
3. Bagi pihak Dewan Pelaksana Pengelola (DPP) Masjid Agung Jawa Tengah dan juga bagi pihak pemerintah Disbudpar Kota Semarang perlu memaksimalkan dalam mempertahankan dan merealisasikan adanya potensi MAJT sebagai wisata religi yang berkelanjutan dengan strategi-strategi yang lebih spesifik, terutama dalam pelibatan peran masyarakat lokal maupun *stakeholder* pariwisata, agar terciptakan dimensi keberlanjutan yang bijak, baik dari segi ekonomi, sosial budaya, lingkungan, dan kelembagaan yang tersruktur.

C. Penutup

Rasa syukur akan kenikmatan atas karuna Alloh SWT yang diberikan pada hidup ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan dibuatnya skripsi ini. Akan tetapi penulis menadari bahwa masih banyak kekurangan dan kekhilafan dalam penulisan skripsi ini. Maka dari itu, penulis berharap atas masukan dan saran yang progresif dari semua pihak guna perbaikan tulisan untuk mencapai penulisan skripsi yang maksimal.

Penulis memohon maaf untuk segala kekurangan, semoga Alloh SWT meridhoi hasil penelitian ini sehingga memberikan manfaat bagi akademisi, dan pembaca dalam mengembagkan ilmu pengetahuan dan bagi penulis pada khususnya. Kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini penulis ucapkan terimakasih sebesar-besarnya, dan segala bentuk bantuannya terbalaskan kebaikan dan pahala dari Alloh SWT.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Arida, I Nyoman Sukma. *Pariwisata Berkelanjutan*. Sustain-press, n.d.
- Kamus Bahasa Indonesia*. Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008.
- Hakim, Lukmanul. *Pariwisata Islam*. Sleman: Deepublish, 2022.
- Lukmanul Hakim, Dedy Susanto, Saerozi. *Wisata Religi Menjelajah Spiritualitas Melalui Destinasi Suci*, 2018.
- Muhammad Hasan, Tuti Khairani Harahap, Syahrial Hasibuan, Iesyah Rodliyah, Sitti Zuhaerah Thalbah, Cecep Ucu Rakhman, Paskalina Widiastuti Ratnaningsih, Inanna, Andi Aris Mattunruang, Herman, Nursaeni, Yusriani, Nahriana, Dumaris E. Silalahi, Sitti Hajera, Nur Arisah. “Metode Penelitian Kualitatif.” In *Metode Penelitian Kualitatif*, 1–161, 2022.
- Nasrullah, Muji Listyo Widodo, Erni Yuniarti, Annisa Ilmi Faried Wan Suryani, Rein Susinda Hesty, Linda Noviana, and Ilma Indriasri Pratiwi Meidy Putri Utami, Fatrisia Yulianie, Firsta Rekayasa Hernovianty Nina Mistriani, I Wayan Sonder. *Perencanaan Destinasi Pariwisata. Yayasan Kita Menulis*, 2023.
- Oliver Ortis, Myra Gunawan. *Rencana Strategis Pariwisata Berkelanjutan Dan Green Jobs Untuk Indonesia*, 2012.
- Sugiyono, Djoko. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Penerbit Alfabeta. 19th ed. Bandung: Alfabeta Bandung, 2013.

Jurnal :

- Amelia, Erna Okta, Joko Pramono, and Damayanti Suhita. “Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Pariwisata Kota Surakarta Di Masa Pandemi Covid-19.” *Publisia: Jurnal Ilmu Administrasi Publik* 7, no. 1 (2022): 66–76.
- Andrea, Elta, Yuliantoro, and Asyruil Fikri. “Masjid Jami’ Masjid Bersejarah Di Kecamatan Pangean Kabupaten Kuantan Singingi.” *Journal of Social Science Research* 1, no. 2 (2021): 423–27.
- Anwar, Muhadjir. *Model Kemitraan Bisnis Antar Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)*. Sasanti Institute. 1st ed. Banyumas: Sasanti Institute, 2020.
- Bahri, Syamsul, and Ahmad Efendi. “Analisis Peluang Dan Tantangan Produk Halal Makanan Dan Minuman Di Indonesia.” *Islamic Economic and Business Journal* 5, no. 1 (2023): 1–13.
- Chujap, Janine Patricia P., Rizyl May C. Diamante, Angela Gabrielle S. Donguez,

- Francesca D. Metrillo, Chrisalyn O. Miralles, Renz Vincent C. Quicio, Roland D. Mactal, and Jame Monren T. Mercado. "Santuario (Shrines): The Sustainable Religious Tourism Management of Selected Philippine Congregation-Managed Marian Shrines." *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage* 11, no. 6 (2023): 85–100.
- Data Wardana¹, Zainal, Arwanto Harimas Ginting. "Strategi Pemerintah Dalam Pengembangan Objek Wisata Alam Teluk Jering Kabupaten Kampar." *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja* 10, no. 1 (2020): 211–19.
- Firdaus Indra Redani, Iwan Hermawan, Kasja Eki Waluyo. "Strategi Dakwah Dkm Dalam Memakmurkan Masjid Jami' Darussalam Perumahan Cikeas Gardenia Kabupaten Bogor." *Al -Muaddib : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman* 7, no. 1 (2022): 91–98.
- Ginting, Nurlisa. "Analisa Teori Kepuasan Wisatawan Terhadap Objek Wisata." *Talenta Conference Series* 5, no. 1 (2022).
- Hakim, Lukmanul, and Kurnia Muhajarah. "Travel Pattern Wisata Religi Di Jawa Tengah." *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy* 3, no. 1 (2023): 1–18.
- Harindra, Fitria Puteri, Eritawana, Jessica Georgina, and Indah Noviyanti. "Analisis Pengaruh Visi Dan Misi Perusahaan Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Prosper (Prudential Financial Pangkalpinang)." *Jurnal Ilmiah Keuangan Dan Perbankan* 7, no. 2 (2024): 187–97.
- Hasibuan, Indra Mualim, Satrya Mutthaqin, Ridho Erianto, and Isnaini Harahap. "Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Nasional." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 8, no. 2 (2023): 1200–1217.
- Holina, Holina, and Raden Roro Sri Rejeki Waluyajati. "Komodifikasi Agama: Masjid Agung As-Salam Kota Lubuk Linggau Sebagai Destinasi Wisata Religi." *Jurnal Iman Dan Spiritualitas* 3, no. 3 (2023): 455–64.
- Iin Choirunnisa, Mila Karmilah. "Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya Studi Kasus: Kawasan Pecinan Lasem, Kampung Lawas Maspati, Desa Selumbung." *Jurnal Kajian Ruang* 1, no. 2 (2021): 89–109.
- Islam, Putri Izzatul, and Fania Mutiara Savitri. "Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Minat Kunjung Ulang Peziarah Di Makam Syekh Abu Bakar Jepara." *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy* 3, no. 1 (2023): 67–83.
- Kasim, Muhammad Aqil. "Makna Simbolik Baru Pada Masjid Agung Jawa Tengah." *Jurnal Pendidikan Sosiologi Dan Humaniora* 10, no. 2 (2019): 107–20.

- Kusumastuti, Retno. "Peta Jalan Wisata Religi Kota Surakarta." *Bengawan Solo* 3, no. 1 (2024).
- Mabrurin, Achmad, and Aini Latifah. "Analisis Pengembangan Poensi Pariwisata Syariah Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat (Studi Pada Wisata Religi Di Makam Gus Miek Kabupaten Kediri Dan Mbah Wasil Kota Kediri)." *Ar Rehla : Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy* 1, no. 1 (2021): 45–66.
- Maulida, Rukha, Nur Hikmah, Safira Nurlita, and Ahmad Fauzan Hidayatullah. "Sinkretisme Arsitektur Islam Dan Nusantara Pada Bangunan Masjid Agung Jawa Tengah." *Historia: Jurnal Program Studi Pendidikan Sejarah* 9, no. 1 (2021): 47–54.
- Mustika, Eva Murni, Anwar Parawangi, and Sudarmi. "Pengembangan Objek Wisata Pantai Lemo Di Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur." *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik (KIMAP)* 2, no. 5 (2021): 1722–33.
- Mustofa, Winanda. "Pengembangan Wisata Religi Kabupaten Bangkalan Dengan Pendekatan Maqasid Al- Shari ' Ah." *Wasathiyah : Jurnal Studi Keislaman* 4, no. 1 (2023): 78–90.
- Musyafak, Najahan, and Saerozi. "Development of Mosque-Based Religious Tourism at Masjid Agung of Central Java" 4, no. 1 (2024).
- Nugroho, Rino Ardhian, and Septiani Maya Lestari. "Kolaborasi Pentahelix Dalam Smart Tourism Destination Kota Semarang: Studi Kasus Pada Aplikasi Lunpia." *Kolaborasi : Jurnal Administrasi Publik* 9, no. 2 (2023): 209–32.
- Nugroho, Wiwit, and Rara Sugiarti. "Analisis Potensi Wisata Kampung Sayur Organik Ngemplak Sutan Mojosongo Berdasarkan Komponen Pariwisata 6A." *Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 19, no. 2 (2018): 35–40.
- Okhotan, Ervan Alexander, and Diah Dharmayanti. "Pengaruh Marketing Capability Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Engagement Dan Competitive Advantage Sebagai Variabel Intervening Pada Indosat Ooredoo Di Surabaya." *Jurnal Strategi Pemasaran* 3, no. 1 (2015): 1–9.
- Pangemanan, Erline T.V. Timpal Agustinus B. Pati Fanley. "Strategi Camat Dalam Meningkatkan Perangkat Desa Di Bidang Teknologi Informasi Di Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara." *Jurnal Governance* 1, no. 2 (2021): 1–10.
- Pradana, Mahatva Yoga Adi, Darsono Wisadirana, and Muhammad Lukman Hakim. "Integration of Islamic Religious Values and Javanese Culture in the Development of Pilgrimage Tourism in Ngawonggo, Indonesia." *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage* 11, no. 6 (2023): 132–41.

- Rochaeni, Atik, Yamardi, and Noer Apptika Fujilestari. "Model Pentahelix Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kecamatan Rongga Kabupaten Bandung Barat." *NeoRespublica: Jurnal Ilmu Pemerintahan* 4, no. 1 (2022): 124–34.
- Rudy, Dewa Gde, and I Dewa Ayu Dwi Mayasari. "Prinsip - Prinsip Kepariwisata Dan Hak Prioritas Masyarakat Dalam Pengelolaan Pariwisata Berdasarkan Undang - Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata." *Jurnal Kertha Wicaksana* 13, no. 2 (2019): 82.
- Sarwono, Aldi Wisnumurti, and John J O I Ihalauw. "Teori-Teori Untuk Memahami Dan Menjelaskan Kerjasama Dalam Hubungan Antar Organisasi Pariwisata." *Kapita Selektia Pariwisata (KSP)* 1, no. 1 (2021): 323–40.
- Savira, Alifa, Alya Sulisfiani, Delvia Aprianda, Ilham Hudi, Mahdi Yatul Mahda, Octavia Cahya Listi, Revalina Wulan Maharani, and Universitas Muhammadiyah Riau. "Pandangan Terhadap Keragaman Budaya Indonesia Di Negara Lain." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 6 (2024): 380–85.
- Setya, Mayang Vini. "Strategi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Semarang Dalam Mengembangkan Pariwisata Kota Semarang." *Journal of Politics and Government Studies* 6, no. 4 (2017): 401–10.
- Sumastuti, Efriyani, Heri Prabowo, and Qristin Violinda. "Pengembangan Wisata Kota Semarang." *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 12, no. 1 (2021): 30–38.
- Supian, Sopwan, Abdul Mu'in, and Anis Zohriah. "Perumusan Visi Dan Misi Jasa Pendidikan, Perencanaan Pemasaran , Serta Pemasaran Strategis Jasa Pendidikan" 4, no. 6 (2024): 1356–61.
- Susanto, Dedy, Najahan Musyafak, Raharjo, Anasom, Uswatun Niswah, and Lukmanul Hakim. "Da'wah Tourism : Formulation of Collaborative Governance Perspective Development." *Jurnal Ilmu Dakwah* 43, no. 1 (2023): 249–67.
- Susanty, Sri, Muhammad Rizaldy. "Pengembangan Potensi Wisata Religi Makam Medana Sebagai Wisata Alternatif Di Kabupaten Lombok Utara." *JRT : Journal Of Responsible Tourism* 4, no. 1 (2024): 95–100.
- Umar, Astuti, Burhanuddin Burhanuddin, and Nasrulhaq Nasrulhaq. "Kolaborasi Aktor Dalam Pembangunan Pariwisata Hutan Mangrove Tongke-Tongke Kabupaten Sinjai, Sulawesi Selatan." *Matra Pembaruan* 3, no. 1 (2019): 57–66.
- Yusria, Waode, and Muhammad Idrus. "Interaksi Sosial Masyarakat Multi Etnik Di Desa Langgea Kecamatan Ranomeeto Kabupaten Konawe Selatan." *Jurnal Selami IPS* 14, no. 2 (2021): 9–20.
- Yusuf, Mohamad, and I. Putu Gede Eka Praptika. "Development of Bali Spirit Festival to Support Sustainable Spiritual Tourism." *International Journal of Religious*

Tourism and Pilgrimage 11, no. 6 (2023): 118–31.

Lainnya :

Abdilah, Ilham. “Upaya Pemerintah Desa Dalam Mengembangkan Pariwisata Di Desa Lantan Kecamatan Batukliang Utara Lombok Tengah,” 2023, 1–111.

Baharuddin, Sabaria. “Upaya Dinas Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Di Kabupaten Pinrang,” 2023, 1–116.

Bahri, Andi Iqra Syamsul. “Implementasi Kebijakan Pengembangan Pariwisata Dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Bulukumba,” 2023, 1–179.

Husaeni, Ika Arsita. “Peran Stakeholder Dalam Pengembangan Masjid Agung Jawa Tengah Sebagai Destinasi Wisata Religi Di Semarang,” 2023, 1–133.

JDIH: Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum. Peraturan Wali Kota Semarang Nomor 39 Tahun 2024 Tentang Penyelenggaraan Pariwisata Berkualitas (2024).

———. Peraturan Walikota Semarang Nomor 111 Tahun 2021 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, serta Sistem Kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang (2021).

Jumaila, Sifni. “Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata Masjid Agung Jawa Tengah Prespektif Dakwah,” 2020, 1–96.

Pemerintah Kota Semarang. Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Semarang Tahun 2015-2025 (2015).

Rencana Strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang Tahun 2021-2026 (2019).

SK GUB TAHUN 2023 -2027 .pdf (2023).

Wawancara dengan Kepala Bagian Humas dan Pemasaran Masjid Agung Jawa Tengah

Wawancara dengan karyawan Masjid Agung Jawa Tengah

Wawancara dengan Sub Koordinator Informasi Budaya dan Pariwisata Kota Semarang

Wawancara dengan masyarakat sekitar Masjid Agung Jawa Tengah

Wawancara dengan pedagang pkI Masjid Agung Jawa Tengah

Yulianti, Dini. “Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kesejahteraan Pada Masyarakat Pelaku Usaha Di Sekitar Objek Wisata Pantai Tanjung Setia, Pekon Tanjung Setia Kec. Pesisir Selatan Kab. Pesisir Barat),” 2020, 641.

Internet :

(PPID), Penjabat Pengelola Dokumentasi dan Informasi. “Geografis Dan Penduduk Kecamatan Gayamsari,” n.d.

<https://kecgayamsari.semarangkota.go.id/en/geografis-dan-penduduk>. (Diakses pada Senin, 3 Februari 2025 pukul 08.33)

———. “Kelurahan Sambirejo,” n.d.
<https://kecgayamsari.semarangkota.go.id/en/profil-kelurahan-sambirejo>.
(Diakses pada Senin, 3 Februari 2025 pukul 08.33)

“Peta Administrasi Kecamatan Gayamsari, Kota Semarang,” n.d.
<https://images.app.goo.gl/ap1EXFsSnYXxjmw5>. (Diakses pada Senin, 3 Februari 2025 pukul 08.41)

LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip wawancara dengan informan

Narasumber 1

1. Nama : Agus Karismanto, SE
2. Jenis Kelamin : Laki-laki
3. Pekerjaan : PNS Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Semarang
4. Bagian : Sub Koordinator Informasi Budaya Dan Pariwisata

1. Bagaimana respon pemerintah Disbudpar dengan adanya potensi wisata religi MAJT di Kota Semarang?

Dari pihak pemerintah sangat mendukung dengan kehadiran wisata religi di Semarang, dan wisata religi perlu dipertahankan eksistensinya.

2. Dengan adanya potensi daerah wisata religi di Kota Semarang terkhusus pada MAJT apakah wisata religi tersebut dapat dikatakan sebagai pariwisata yang berkelanjutan untuk kedepannya?

Adanya MAJT dan pariwisata religi lainnya justru dapat menjadi pariwisata berkelanjutan pada kedepannya, walaupun di Kota Semarang pariwisata religi belum termasuk sebagai pariwisata yang unggul dalam segi pendapatan akan tetapi sifat autentik dari wisata religi sangat kental, tidak akan hilang selama budaya itu masih ada, dan MAJT sebagai tempat ibadah umat muslim yang kehadirannya dibutuhkan sebagai tempat peribadahan. Dalam pemasarannya tidak berat, bahkan tidak terlalu perlu terlalu mempromosikan karena hal tersebut merupakan kebutuhan para wisatawan.

3. Bagaimana standar kriteria pariwisata religi MAJT sebagai pariwisata berkelanjutan?
 - a. Memperhatikan aspek manajerial dan cara pegemasan yang efektif.
 - b. Bekerjasama dengan para pemangku kepentingan.

- c. Disbudpar melaksanakan pembinaan, pelatihan keahlian penunjang, serta promosi dan pemasaran wisata religi.
 - d. Mengembangkan potensi budaya.
4. Bagaimana konsep untuk mengoptimalisasikan pelatihan keahlian profesi pada pegawai yang ada di MAJT?
- Disbudpar melaksanakan pembinaan dan pelatihan keahlian penunjang, serta promosi wisata religi, seperti teknik pemanduan wisata dan *public speaking*, yang diadakan 3 hingga 4 kali per tahun. Pelatihan ini terbuka untuk semua pemandu wisata dari berbagai kelompok bukan hanya pada lingkup MAJT saja.
5. Apakah dari pihak Disbudpar terdapat strategi untuk menunjang perkembangan pariwisata religi MAJT di Kota Semarang?
- Disbudpar berupaya dalam mengimplementasikan skema peningkatan pariwisata religi di Kota Semarang pemerintah berupaya dalam menyediakan berbagai infrastruktur dan fasilitas untuk wisatawan yang berkunjung dan juga dengan bantuan sumber daya pariwisata yang ada, hanya saja masih perlu ditingkatkan kembali akan sadar wisata pada para pihak pendukung sehingga akan optimal apa yang sudah direncanakan dan akan disusun terhadap pengembangan objek wisata tersebut.
6. Langkah strategi apa yang telah dan akan dilakukan Disbudpar dengan DPP MAJT untuk mempertahankan potensi keberlanjutan pada MAJT?
- Strategi kerja sama yang ada antara Disbudpar dan pengelola MAJT yaitu melalui strategi *marketing public relation* seperti dalam memasarkan MAJT, mempromosikan melalui media online, mengkoneksikan MAJT dengan aplikasi Lumpia agar para pengunjung dapat mengakses MAJT dengan mudah.

Narasumber 2

1. Nama : Beny Arief Hidayat, S.Pi, M.Agri
2. Jenis Kelamin : Laki-laki
3. Pekerjaan : Dewan Pengurus Pelaksana (DPP) MAJT

4. Bagian : Kepala Hubungan Masyarakat (HUMAS)
dan Pemasaran MAJT

1. Bagaimana presentase minat pengunjung MAJT?

Sebetulnya untuk masuk di kawasan MAJT tidak dikenakan sistem *ticketing*, sehingga untuk mengetahui presentase minat pengunjung dapat dilihat dari adanya sistem *ticketing* kendaraan yang masuk dan pada atraksi Menara Al Husna, sebagai berikut:

No	Bulan	Jumlah Pengunjung Menara Al-Husna 2023
1.	Januari	7591
2.	Februari	7930
3.	Maret	9937
4.	April	9235
5.	Mei	12.014
6.	Juni	10.954
7.	Juli	10.121
8.	Agustus	6010
9.	September	8180

Bulan	Jenis Kendaraan					Estimasi Pengunjungan 2024
	Bus Besar	Bus Medium	Bus Mikro	Mobil	Motor	
Januari	779	273	456	10100	19800	129876
Februari	848	340	580	12000	18000	140080
Maret	395	158	399	8400	20900	102284
April	366	169	419	15000	24000	133884
Mei	1241	497	528	15000	24000	188128

Juni	945	439	519	15000	24000	171534
Juli	399	236	504	15000	32000	154054
Agustus	438	178	501	9000	24000	114246
September	497	252	532	12000	25000	133602
Oktober	459	196	624	17000	29000	158574
November	496	191	366	7600	17700	98526
Desember	840	435	590	12035	21830	150390
Total						1675178

2. Di MAJT atraksi apa saja yang dikenai tarif biaya?

Ada beberapa spot yang kami berlakukan infaq kunjungan di MAJT

No	<u>Pemberlakuan Infaq</u>
1.	<u>Infaq parkir kendaraan</u> a. <u>Sepeda motor roda 2 Rp.2.000</u> b. <u>Sepeda motor roda 3 Rp.3.000</u> c. <u>Mobi kecil Rp.4.000</u> d. <u>Mikrobus Rp.10.000</u> e. <u>Bus Medium Rp.25.000</u> f. <u>Bus besar Rp.50.000</u>
2.	<u>Infaq masuk Menara Al Husna atau Museum</u> <u>Pengembangan Islam Jawa Tengah Rp.10.000</u>
3.	<u>Menginap di Hotel Graha Agung</u>

3. Dari adanya atraksi yang ada, untuk menciptakan daya tarik pengunjung apa terdapat aktivitas wisata maupun atraksi yang disoroti sebagai daya dukung minat kunjungan?

Penciptaan aktivitas pariwisata yang aman, nyaman, dan menjadikan pengalaman yang baru bagi para pengunjung merupakan prioritas kami. Pada

objek Menara Al Husna terdapat beragam daya tarik yang kami fasilitasi. Di lantai paling atas terdapat 5 teropong yang dapat digunakan oleh pengunjung, untuk pemakaiannya pengunjung dapat menukarkan koin kepada petugas penjaga yang berada diatas.

4. Apakah ada rencana perenovasian atau penambahan atraksi di MAJT untuk menarik minat para pengunjung?

Terdapat rencana penambahan atraksi untuk meningkatkan pengunjung tetapi terdapat kendala dalam dana pembangunan, oleh karena itu belum diaplikasikan secara maksimal.

5. Terkait akomodasi ataupun penginapan yang berada di MAJT, apakah selain Hotel Graha Agung ada penginapan khusus tamu-tamu penting yang akan melakukan kegiatan acara di MAJT?

Selain Hotel Graha Agung terdapat juga wisma tamu, sebagai tempat istirahat tamu undangan, maupun tamu-tamu penting dari luar kota maupun luar negri yang sedang berkepentingan pada suatu kegiatan di MAJT, letak wisma tamu berada di sebelah wisma Imam Besar MAJT, sedangkan untuk para imam dan muadzin pengelola juga menyediakan rumah transit, jadi ketika hendak beradzan ataupun menjadi imam biasanya transit sekitar 1 jam di rumah transit tersebut.

6. Adanya kios cinderamata yang ada di sekitar MAJT apakah dikenai biaya sewa empat setiap bulannya?

Untuk biaya sewa tempat per bulannya dikenai Rp. 1.000.000

7. Apakah terdapat prosedur secara khusus bagi pedagang Cinderamata yang terdapat di kawasan MAJT?

Untuk prosedur khususnya tidak ada, para penyewa kita buka untuk umum.

8. Bagaimana proses perekrutan pegawai yang berada di MAJT, apakah terdapat ketentuan ataupun syarat secara khusus?

Tidak ada syarat khusus untuk para pegawai, hanya saja untuk penentuan bagian para pegawai mereka dibagi sesuai dengan kemampuan masing masing, dan

terkait karyawan lapangan diutamakan untuk masyarakat sekitar demi keamanan dan kenyamanan di MAJT.

9. Apa ada kendala dalam merekrut pegawai pengelola MAJT?

Para pengelola yang ada mayoritas berasal dari luar kota, sistem penempatan staf maupun pegawai yang ada yaitu mengedepankan kemampuan individu, memiliki keilmuan yang tepat dan wawasan sehingga nanti pada akhirnya dapat mengimplementasikan melalui pengelolaan MAJT yang baik sehingga MAJT dapat bersanding dari semakin banyaknya pariwisata yang ada di Kota Semarang ini, bahkan dapat mencapai pada target internasional. Itu alasan dan masih menjadi kekurangan untuk para warga sekitar MAJT mengapa dalam pemilihan staf pengelola lebih memilih dari luar kota karena sdm masyarakat lokal masih kurang.

10. Dengan terstrukturnya Dewan Pengurus Pengelola MAJT dan atraksi yang ada apakah MAJT sudah memenuhi atau termasuk bagian dari pada pariwisata religi berkelanjutan di Kota Semarang?

Adanya MAJT dapat dikatakan sebagai wisata religi yang berkelanjutan, dilihat dari jumlah pengunjung yang berdatangan, perubahan dampak sosial, dan terjalinnya hubungan dengan pihak pemerintah yang aktif.

11. Perubahan dampak sosial seperti apa yang dapat dilihat?

Ada, diantaranya seperti adanya fasilitas di MAJT yang sering masyarakat sekitar manfaatkan yaitu Gedung *Convention Hall* yang sering disewa masyarakat untuk acara pernikahan dan wisuda. Hal tersebut dapat menambah kedekatan antara pihak pengelola MAJT dan masyarakat, dari pengadaan koordinasi penyewaan dengan pengelola sehingga masyarakat sekitar ikut terbantu dan dimudahkan dalam pencarian tempat untuk acaranya. Selain hal tersebut harapannya masyarakat dapat berpartisipasi dalam pengembangan MAJT ini. Dan untuk agenda terdekat kami menyambut datangnya bulan Ramadhan yaitu Bazar Dugderan yang diadakan dari hari Selasa-Jum'at, 25-28 Februari 2025.

12. Bagaimana pendapat bapak mengenai urgensi penyusunan strategi wisata religi yang berkelanjutan?

Strategi pengembangan pariwisata sangatlah penting, dalam merencanakan strategi perlu memperhatikan kondisi yang ada, baik pada sekarang ini dan juga untuk jangka panjang. Dalam praktiknya juga memerhatikan kebutuhan pengunjung, dan dengan adanya strategi pariwisata pengembangan pariwisata akan lebih efektif dan terencana.

13. Bagaimana hubungan kerjasama antar pihak pengelola dengan DISBUDPAR yang terjalin?

Kerjasama antara DPP dan Disbudpar yaitu dalam bentuk pemasaran promosi Masjid Agung Jawa Tengah, pengembangan sdm dan untuk andil bangunan maupun atraksi yang ada di MAJT semuanya dari dana pribadi, hal tersebut sudah berjalan dari tahun 2013. Selain bekerja sama dengan Disbudpar, DPP juga menjalin kerjasama dengan pihak pihak luar seperti biro perjalanan, asosiasi kepariwisataan untuk membantu dalam hal pemasaran dan pengembangan Masjid Agung Jawa Tengah agar dapat dikenal pada masyarakat luas.

14. Bagaimana konsep pengembangan sdm yang diadakan oleh Disbudpar?

Pada peningkatan ketrampilan pariwisata terdapat agenda pelatihan kepariwisataan yang dilakukan oleh Disbudpar untuk seluruh sumber daya manusia di setiap objek wisata Kota Semarang, termasuknya dari badan badan otonom MAJT yang rutin menjalin koordinasi dengan Disbudpar setiap 3-4 pertemuan dalam 1 tahunnya.

15. Dengan adanya strategi maupun kerja sama dengan Disbudpar, apakah menurut bapak masih terdapat hal-hal penting yang perlu dibenahi?

Mempertahankan dan tetap terus mengembangkan potensi Masjid Agung Jawa Tengah sebagai pariwisata yang berkelanjutan termasuk pada suatu hal yang perlu dibenahi setiap perkembangannya, kami sebagai pengelola selalu memberikan yang terbaik, baik dari segi wawasan dan kemampuan sumber daya manusia dan juga pandai dalam melihat sekaligus menyikapi situasi yang ada

pada sekarang ini. Beberapa hal yang harus kami konsentrasikan terutama dalam hal kemandirian pembangunan objek daya tarik MAJT, karena dari tahun 2013 pembangunan MAJT sudah tidak lagi mendapatkan anggaran dana Disbudpar.

Narasumber 3 (Pedagang sekaligus masyarakat sekitar)

1. Nama : Aldini
 2. Jenis Kelamin : Perempuan
 3. Umur : 18 Tahun
 4. Pekerjaan : Pedagang
-
1. Sudah berapa lama bekerja sebagai pedagang di MAJT?
3 Bulan
 2. Waktu berdagang dimulai dari jam berapa, dan sampai jam berapa?
Week day : Pukul 09.00 – 20.00 WIB
Week end : Pukul 06.00 – 20.00 WIB
 3. Sebelumnya pernah bekerja dimana?
Baru pertama kali bekerja
 4. Apa alasan lebih memilih berdagang di MAJT?
Mencari pengalaman baru, dan menambah relasi
 5. Berapa nominal pemasukan pada hari biasa dan jika ada event besar?
Hari biasa : Rp.30.000 – Rp.10.000
Jika ada *event* : Rp.100.000 – Rp.200.000
 6. Bagaimana interaksi antar pedagang, apa baik baik saja? dan bagaimana interaksi dengan pengelola MAJT?
Interaksi antar pedagang dan interaksi dengan pengelola MAJT baik baik saja tidak ada masalah.
 7. Apakah pernah ada keluhan atau kritik saran untuk pengelola MAJT?
Tidak ada
 8. Apa ada peraturan khusus pedagang di MAJT?

Tidak ada peraturan khusus.

9. Berapa nominal pajak sewa kios yang diberlakukan?
Kurang tahu karena saya bukan pemilik asli.
10. Apakah pernah ada pembinaan/sosialisasi dari pemerintah Disbudpar maupun pengelola MAJT untuk para pedagang?
Kurang tahu juga karena saya terhitung masih baru disini.
11. Apa harapan anda sebagai pedagang sekaligus masyarakat sekitar MAJT untuk MAJT
Semoga MAJT semakin berkembang sehingga dapat membantu masyarakat dari segi perekonomian.

Narasumber 4 (Pedagang sekaligus masyarakat sekitar)

1. Nama : Yuyu
 2. Jenis Kelamin : Perempuan
 3. Umur : 54 Tahun
 4. Pekerjaan : Pedagang
-
1. Sudah berapa lama bekerja sebagai pedagang di MAJT?
Dari 2016, sudah 18 tahun
 2. Waktu berdagang dimulai dari jam berapa, dan sampai jam berapa?
Dari pukul 09.00 – 19.00 WIB
 3. Sebelumnya pernah bekerja dimana?
Sebelumnya menjadi ibu rumah tangga.
 4. Apa alasan lebih memilih berdagang di MAJT?
Dulu pada waktu awal dan MAJT masih terbilang baru banyak pengunjung yang berdatangan maka dari itu melihat peluang tersebut saya memulai untuk berdagang disini, tetapi MAJT sekarang tidak seperti yang dulu, sekarang semakin sepi.
 5. Bagaimana interaksi antar pedagang, apa baik baik saja? dan bagaimana

interaksi dengan pengelola MAJT?

Interaksi antar pedagang dan interaksi dengan pengelola MAJT baik baik saja, dan rutin diadakan koordinasi sebanyak 2 kali 1 tahun.

6. Apakah pernah ada keluhan atau kritik saran untuk pengelola MAJT?

Tidak ada.

7. Apa ada peraturan khusus pedagang di MAJT?

Tidak ada peraturan khusus.

8. Berapa nominal pajak sewa kios yang diberlakukan?

Rp.1.000.000 per bulan.

9. Apakah pernah ada pembinaan/sosialisasi dari pemerintah Disbudpar maupun pengelola MAJT untuk para pedagang?

Tidak ada, koordinasi hanya diadakan oleh pengelola dengan perwakilan pedagang, dan kebetulan saya menjadi ketua di pkl MAJT ini.

10. Bagaimana perkembangan omset yang ada pada sekarang ini, apa ada perbandingan dari yang sebelumnya?

Pengunjung MAJT setiap harinya tidak bisa diprediksi berapa banyaknya, pertama kali saya dagang di MAJT di tahun 2006 masih terbilang ramai pengunjung dan omset penjualan saya juga naik. Tetapi semakin kesini minat kunjung jamaah ataupun wisatawan semakin berkurang, sehingga omset penjualan juga menurun tidak seperti pada awal. Untuk omset harian tidak bisa diprediksi jumlahnya, kadang ada pembeli, kadang tidak ada, kecuali memang sedang ada *event* di MAJT pemasukan Rp. 1.500.000-Rp.2.000.000.

11. Apa harapan anda sebagai pedagang sekaligus masyarakat sekitar MAJT untuk MAJT.

Semoga MAJT bisa ramai seperti pada awal MAJT ada dan dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar.

Narasumber 5 (Karyawan MAJT sekaligus masyarakat sekitar)

1. Nama : Yulianti

- 2. Jenis Kelamin : Perempuan
- 3. Umur : 43 Tahun
- 4. Pekerjaan : Karyawan Menara Al-Husna MAJT

1. Waktu bekerja dimulai dari jam berapa, dan sampai jam berapa?
8 jam kerja, shift pagi 07.30 – 15.30 WIB, shift siang 13.30 – 21.30 WIB, sedangkan jam operasional menara dari hari Senin-Jum'at dari pukul 08.15-17.00, Sabtu dan Minggu dari pukul 08.15-20.30.
2. Ada berapa jumlah pegawai yang berada di Menara Al Husna?
Jumlah keseluruhan 14 orang, masing-masing shift 6 orang, ditambah staf kebersihan dan kepala bagian menara, dan untuk pembagian kerjanya yaitu ada bagian *ticketing* (pelayanan tiket), sortir tiket (meneliti atau pengecekan tiket sebelum masuk), petugas penjaga diatas yaitu petugas penukaran koin untuk teropong.
3. Apa karyawan di Menara ini banyak yang berasal dari masyarakat sekitar MJT?
Karyawan lapangan atau karyawan pendukung seperti petugas kebersihan dan penarik tiket kendaraan yang direkrut mayoritas rumahnya di sekitar MAJT saja, seperti saya yang rumahnya didepan MAJT hanya memasuki gang sudah sampai ke rumah saya. Hal ini diberlakukan karena untuk mengefisiensi waktu agar para karyawan jika sudah waktunya masuk jam kerja dan absen kerja tidak ada yang terlambat karena rumahnya dekat dari MAJT.
4. Bagaimana koordinasi pegawai dan apakah dilakukan pembinaan bagi para karyawan dengan pengelola?
Dalam hal koordinasi masing-masing bagian ataupun lapangan mempunyai Kasubbag (Kepala Sub Bagian), jadi kasubbag saja yang mengikuti koordinasi dengan dewan pengelola lalu setelah itu baru dipaparkanlah hasil koordinasi kepada karyawan lapangan pada masing-masing bagian, koordinasi tersebut dilakukan setiap 1 bulan 1 kali. Dan untuk pembinaan ataupun pelatihan khusus

pegawai hanya dilakukan ketika awal masuk kerja, seperti pengarahan dilakukan selama 2 hari terhitung dari awal masuk kerja.

Lampiran 2. Dokumentasi gambar



Gambar 1. Wawancara dengan Bapak Agus Kariswanto, S.E., selaku Sub Koordinator Informasi Budaya dan Pariwisata Kota Semarang



Gambar 2. Wawancara bersama Bapak Beny Arief Hidayat sebagai Kepala Humas dan Pemasaran MAJT



Gambar 3. Wawancara dengan petugas sekaligus masyarakat sekitar MAJT



Gambar 4. Wawancara bersama pedagang sekaligus masyarakat sekitar MAJT



Gambar 5. Wawancara dengan pedagang sekaligus masyarakat sekitar MAJT

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Hasna Azhaari
NIM : 2101036061
Tempat Tanggal Lahir : Banyumas, 09 Mei 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Nomor Handphone : 089527319453
Email : hasnawalisongo@gmail.com
Alamat Asal : Jl. Pandansari, Rt 04, Rw 06, Ajibarang
Kulon, Kecamatan Ajibarang, Kabupaten
Banyumas, Jawa Tengah

Jenjang Pendidikan Formal :

Tahun 2010-2016 : MI Ma'arif NU 1 Ajibarang Wetan
Tahun 2016-2018 : MTS Darunnajat Brebes
Tahun 2018-2020 : MA Darunnajat Brebes

Pengalaman Organisasi :

1. Menwa 906 "Sapu Jagad" Universitas Islam Negri alisongo Semarang periode 2021-2025.
2. Pengurus Pelajar Mendunia bidang Isu dan Advokasi periode 2023-2024.
3. Volunteer Cakap Sosial Indonesia bidang *Event Organizer*.