

## POTENSI WISATA BUDAYA JALUR GULA DALAM MENUNJANG KENAIKAN KUNJUNGAN TAMU HOTEL DI KOTA SEMARANG

**Syaiful Ade Septemuryantoro**

Fakultas Ilmu Budaya Universitas Dian Nuswantoro  
syaiful.ade@dsn.dinus.ac.id

**Abstract:** *'Jalur Gula' culture is one of tourist destinations in Semarang city. The existence of 'Jalur Gula,' culture cannot be separated from the role of a person named Oei Tiong Ham, the king of sugar in Southeast Asia. This culture is located in the old area of Semarang city. This area used to be the center of trade and industry during the Dutch colonialization. This culture is expected to give the real contribution to the tourism sector in Semarang city. This study is aimed at describing the potency of 'Jalur Gula' cultural tourism in increasing the hotel occupation in Semarang city. To get this data, observation and library research were conducted. The result showed that 'Jalur Gula' culture has the high potency in increasing the hotel occupation in Semarang city. Since Semarang city is a part of sugar trade in the world, there are many tourists visiting Semarang city. When the number of tourist increases, it will also increase the hotel occupation in Semarang city.*

**Keywords:** *cultural tourism, king of sugar, 'Jalur Gula' culture, hotel occupation in Semarang.*

Pariwisata di Indonesia saat ini telah menjadi salah satu sektor komoditas untuk meningkatkan pendapatan devisa negara. Kenaikan jumlah wisatawan baik domestik maupun mancanegara mengharuskan sektor pariwisata berbenah dan memperbaiki sarana dan prasarana dalam mengakomodasi kunjungan wisatawan di Indonesia. Budaya dan pariwisata tentu memiliki hubungan yang sangat dinamis dan saling menguntungkan satu sama lain. Potensi wisata budaya dapat memperkuat daya tarik dan daya saing suatu daerah. Wisata budaya sebagai salah satu elemen yang sangat penting yang dihasilkan dari produk pariwisata sehingga dapat menciptakan nilai kekhasan pada pasar dunia yang semakin kompetitif.

Pariwisata di era globalisasi ini mampu menyiapkan dan menyediakan sarana dan prasarana guna meningkatkan kunjungan wisata budaya serta menciptakan hubungan yang sangat erat maupun kuat terhadap sektor industri pariwisata di Indonesia. Pariwisata Indonesia dapat menciptakan pendapatan maupun devisa negara yang diharapkan dapat memperkuat dan mendukung warisan budaya, produktivitas budaya maupun kreatifitas dari sektor industri pariwisata itu sendiri.

Adanya hubungan yang erat antara wisata budaya dan pariwisata maka akan menciptakan serta membantu suatu destinasi wisata budaya menjadi lebih menarik serta lebih kompetitif sebagai salah satu tujuan utama lokasi wisata, untuk bekerja, untuk tinggal maupun untuk berinvestasi di daerah tersebut. Pada akhirnya pariwisata yang berkolaborasi dengan budaya akan menciptakan iklim investasi yang semakin menarik baik meningkatkan

pendapatan daerah maupun pendapatan investor. Pariwisata bertujuan untuk memperkenalkan serta menunjukkan keindahan alam serta kebudayaan yang ada di Indonesia. Pengembangan pariwisata di Indonesia pada saat ini tidak terlepas dari apa yang dimiliki oleh Indonesia. Pariwisata di Indonesia sangat dikenal di mancanegara karena kekhasan budaya yang ada di Indonesia.

Pariwisata Indonesia sangat bergantung pada budaya yang dimiliki oleh setiap wilayah maupun daerah di Indonesia. Indonesia mempunyai keragaman budaya yang berbeda disetiap daerah seperti halnya sejarah, budaya, tarian adat, rumah adat, adat istiadat. Keberagaman dan kekhasan budaya Indonesia yang tidak dimiliki oleh negara lain berdampak sangat besar terhadap prosentase kunjungan wisatawan mancanegara. Dengan kata lain bahwa semakin banyak budaya di setiap daerah di Indonesia maka akan semakin banyak tamu maupun turis yang akan datang ke Indonesia untuk berwisata.

Pariwisata dan budaya mempunyai hubungan yang dinamis dan berkesinambungan yang dapat dikatakan hubungan yang saling menguntungkan satu sama lain. Pariwisata tanpa adanya budaya dapat dipastikan menjadi perjalanan wisata yang hanya mengedepankan jalan—jalan. Hal ini mengakibatkan pariwisata di daerah tersebut kurang berkembang karena tidak terdapat hal yang khas sehingga dapat dikatakan bahwa pariwisata di daerah tersebut terlalu monoton. Menurut Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 disebutkan bahwa wisata merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang maupun secara berkelompok yang mengunjungi tempat tertentu yang ditujukan untuk rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari suatu daerah yang mempunyai keunikan potensi yang nantinya akan dikunjungi oleh wisatawan dalam waktu sementara. Budaya tanpa pariwisata tidak mungkin dapat diketahui oleh masyarakat apabila tidak diperkenalkan di pariwisata (<http://www.peraturan.go.id/>, diakses 19 November 2017)

Budaya yang menjadi ciri khas suatu daerah menjadi daya tarik atau magnet pariwisata yang dapat menciptakan berbagai keuntungan seperti menciptakan lapangan kerja, menambah pendapatan daerah, meningkatkan potensi daerah, serta menunjukkan jatidiri sebagai daerah yang nantinya akan dikenal baik di tingkat nasional maupun tingkat internasional. Dengan adanya pendapatan yang masuk di daerah tersebut maka keberlangsungan budaya tersebut akan senantiasa terjaga. Saat ini perkembangan pariwisata di Indonesia berpengaruh positif dan signifikan terhadap budaya daerah sehingga dapat memacu para pelaku wisata di daerah untuk lebih mengembangkan budaya lokal yang ada di daerahnya serta dapat meningkatkan kemampuan baik kemampuan mengelola daerah tersebut maupun kemampuan mengembangkan diri dalam menyambut wisatawan lokal maupun mancanegara.

Kenaikan kunjungan wisatawan mancanegara memberikan dampak yang sangat baik bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Bagi masyarakat aktivitas pariwisata budaya menumbuhkan kesempatan lapangan kerja antara lain pelayanan hotel, pelayanan restoran, penjualan cinderamata atau oleh-oleh, serta perencanaan perjalanan dan *tour guide*. Kegiatan pariwisata tentunya memerlukan sarana dan prasarana yang baik guna mendukung kegiatan pariwisata tersebut seperti prasarana jalan, jembatan, stasiun, terminal bus, lapangan udara serta fasilitas penunjang lainnya seperti fasilitas umum, kemudian fasilitas olahraga, fasilitas telekomunikasi, penukaran uang asing, perusahaan perbankan baik bank konvensional maupun perusahaan asuransi, dan masih banyak sektor perekonomian lain yang berdampak terhadap kegiatan pariwisata budaya tersebut.

Budaya yang ada di sekitar lingkungan tentunya berbeda antara satu dengan yang lain dimana budaya tersebut lebih menonjolkan ciri khas masyarakat daerah yang satu dengan daerah yang lain. Perbedaan budaya inilah yang mengakibatkan di kemudian hari menimbulkan munculnya industrialisasi sektor pariwisata sehingga mendorong pengembangan pariwisata budaya di berbagai

negara termasuk di Indonesia. Selain itu dengan adanya industrialisasi pariwisata budaya sebaiknya harus memperhatikan unsur kelestarian budaya tersebut sehingga keberlanjutan dan kelestarian budaya tersebut dapat terus dimanfaatkan sampai anak cucu.

Kota Semarang menjadi salah satu kota yang mempunyai daya tarik pariwisata yang saat ini sedang menjadi buah bibir karena berbagai terobosan yang dilakukan oleh pemerintah kota serta Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Semarang. Kota Semarang tidak hanya menawarkan wisata alam, wisata religius, wisata keluarga, wisata malam, wisata belanja akan tetapi wisata sejarah dan budaya mulai dikembangkan di kota ini. Kota Semarang merupakan bagian dari jalur perdagangan gula dunia. Kawasan kota lama Semarang pada zaman Belanda pernah menjadi pusat perdagangan gula terbesar di dunia. Oei Tiong Ham dikenal sebagai Raja Gula yang sangat terkenal sampai ke penjuru dunia. Kemajuan bisnis Oei Tiong Ham menjadikannya orang terkaya di Hindia Belanda, namanya juga dikenal di seluruh Asia, Eropa dan Australia sehingga banyak yang menyebutnya dengan raja gula. Kawasan kota lama Semarang yang terkenal akan daerah industri, perdagangan dan jasa mempunyai sejarah yang tidak lepas dari perdagangan gula atau lebih dikenal dengan nama jalur gula.

Jalur Gula dihidupkan kembali dengan tujuan untuk mengenalkan kepada wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik tentang sejarah perdagangan gula di Semarang yang dulunya merupakan kota perindustrian yang sangat maju. Dengan adanya jalur gula diharapkan akan meningkatkan pendapatan daerah serta dapat menambah jumlah wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung di kota Semarang, serta menaikkan jumlah kunjungan hotel baik hotel yang berbintang maupun non bintang di kota Semarang.

## **PARIWISATA BERBASIS BUDAYA**

Keanekaragaman budaya yang dimiliki oleh Indonesia yaitu mempunyai jumlah suku bangsa yang tersebar dari Sabang sampai Merauke baik secara sendiri maupun sebagai bagian dari kesatuan negara Indonesia, merupakan salah satu dari daya tarik yang dimiliki oleh Indonesia. Sumber daya inilah yang saat ini dimanfaatkan sebagai potensi dalam mengembangkan berbagai daya tarik wisata yang berbasis pada sumberdaya warisan budaya yang ada di Indonesia. Adanya warisan budaya baik dari masa prasejarah, peninggalan agama Budha, agama Hindu, serta agama Islam maupun peninggalan kolonial Belanda menjadi daya tarik wisata yang dapat meningkatkan jumlah wisatawan baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.

Kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara hampir separuhnya mengunjungi objek wisata seni budaya di wilayah Bali dan Yogyakarta. Padahal potensi pariwisata di Indonesia yang berbasis seni budaya bukan hanya Bali dan Yogyakarta tetapi masih banyak potensi lain daerah di Indonesia yang belum tergarap sehingga perlu untuk lebih dikembangkan sebagai destinasi baru sebagai lokasi wisata budaya. Pengelolaan yang optimal diharapkan mampu mendatangkan devisa serta mengangkat kebudayaan lokal ke kancah dunia internasional. Pariwisata budaya yang merupakan produk dari pariwisata dimunculkan oleh dayatarik seni budaya yang terdapat pada daerah yang mempunyai potensi wisata.

Pariwisata budaya merupakan pariwisata yang menawarkan produk kebudayaan seperti adanya atraksi budaya yang mempunyai nilai konkret maupun abstrak. Pariwisata budaya juga mempunyai sifat keberlanjutan sehingga warisan budaya masa lalu yang menjadi daya tarik wisatawan untuk datang ke daerah tujuan wisata. Biasanya hal yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung menikmati wisata budaya di suatu daerah antara lain adanya tradisi budaya masyarakat sekitar, upacara keagamaan maupun ritual masyarakat sekitar, baik yang menawarkan benda peninggalan masa lalu, purbakala, serta lansekap budaya. Pada era globalisasi saat ini bahwa terdapat kecenderungan masyarakat untuk lebih mengetahui dan memahami budaya yang ada di luar lingkungannya sehingga mendorong mereka untuk lebih mengetahui budaya luar secara mendalam.

Pariwisata saat ini sangat berperan penting dalam usaha pengembangan sektor kunjungan wisatawan maupun iklim investasi di seluruh dunia. Wisata budaya merupakan salah satu aset yang paling utama dalam pengembangan sektor pariwisata di Indonesia. Berkembangnya berbagai destinasi wisata budaya di Indonesia menjadi pendorong dan daya tarik yang bersifat regional maupun internasional. Telah diakui bahwa budaya menjadi salah satu faktor utama daya tarik sektor pariwisata juga menarik warga dan investasi di dalamnya.

Indonesia mempunyai keanekaragaman budaya yang dapat dimanfaatkan sebagai daya tarik utama untuk menciptakan suatu destinasi wisata yang berbasis pada sumberdaya warisan budaya. Adapun warisan budaya yang asli Indonesia maupun peninggalan masa penjajahan Kolonial, masa Prasejarah maupun masa kejayaan Hindhu dan Budha yang berkembang di Indonesia dapat menarik minat wisatawan mancanegara untuk datang ke Indonesia. Kebudayaan biasanya terjadi di sekitar lingkungan yang meliputi kegiatan masyarakat sehari-hari maupun interaksi antara masyarakat satu dengan yang lain. Kebudayaan terbentuk seiring dengan evolusi budaya masyarakat sekitar. Perbedaan antara masyarakat satu dengan yang lainnya dalam hal kebudayaan menimbulkan keinginan masyarakat untuk lebih mengetahui kebudayaan dari daerah lain.

Pengembangan pariwisata berbasis kebudayaan mendorong wisatawan mancanegara untuk lebih mengenal budaya yang ada di Indonesia. Munculnya industrialisasi pariwisata telah mendorong adanya pengembangan pariwisata yang terdapat di berbagai negara. Adanya pengembangan pariwisata di setiap daerah memerlukan kesadaran bahwa industrialisasi pariwisata tersebut menjaga kelestarian dan keberlanjutan budaya tersebut sehingga budaya yang ada di suatu daerah nantinya tetap terjaga. Saat ini Kementerian pariwisata sedang menargetkan kunjungan wisatawan asing di tahun 2018 adalah 20 juta wisatawan asing karena Indonesia adalah negara yang mempunyai beranekaragam budaya baik dari segi bahasa, tarian, adat-istiadat, suku. Dengan demikian Indonesia menjadi salah satu pesona yang mampu menarik kunjungan wisatawan asing dari berbagai belahan dunia.

Saat ini wisatawan asing yang berkunjung di Indonesia tidak hanya berwisata tetapi juga mempelajari budaya yang ada di seluruh pelosok tanah air. Budaya merupakan salah satu dari identitas bangsa Indonesia yang perlu dijaga serta dilestarikan supaya kebudayaan yang ada di Indonesia tetap terjaga kelestariannya sehingga anak cucu dapat mengetahui bahwa Indonesia tersebut kaya akan keanekaragaman budaya. Wisata budaya yang ada di Indonesia yang selama ini hanya dipandang sebelah mata ternyata saat ini sangat digemari oleh wisatawan asing, seperti contohnya banyak turis asing yang datang ke daerah yang kaya akan budaya dan adat istiadatnya seperti Yogyakarta dan Surakarta.

Wisatawan asing dapat mengetahui serta belajar budaya yang ada misalnya belajar menari tarian tradisional, membuat, menikmati berbagai kuliner khas serta atraksi lain yang berkaitan dengan kearifan budaya lokal. Indonesia kaya akan warisan budaya serta keindahan alam yang sangat mempesona. Keunikan budaya yang ada di Indonesia merupakan salah satu peluang yang sangat menarik dalam meningkatkan devisa negara. Kebudayaan di Indonesia menjadi salah satu kebanggaan yang dimiliki oleh penduduk Indonesia serta dikenal luas hingga ke mancanegara.

Pariwisata dan budaya dulu dipandang oleh sebagian orang sebagai aspek tujuan yang tidak berkaitan atau dengan kata lain merupakan aspek yang terpisah. Aspek budaya hanya dipandang sebagai salah satu warisan budaya lokal suatu destinasi karena kurangnya tingkat pendidikan penduduk lokal suatu daerah wisata tentang pondasi identitas budaya baik lokal maupun secara nasional. Pariwisata yang dulunya hanya dipandang sebagai kegiatan yang

berkaitan dengan kehidupan sehari-hari dan budaya lokal penduduk, saat ini justru dapat dijadikan sebagai sumber utama dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, seiring dengan semakin banyaknya kunjungan wisatawan yang lebih memilih wisata budaya.

Wisatawan yang memilih wisata budaya dibandingkan dengan wisata yang lain lebih menekankan akan pengembangan pribadi dan bukan bersifat materialisme karena keinginan untuk bentuk pengalaman secara langsung dalam melihat suatu budaya maupun kegiatan kehidupan sehari-hari masyarakat lokal daripada bertamasya. Transportasi serta akomodasi yang baik di suatu daerah akan menciptakan akses yang lebih mudah baik di wisata budaya itu sendiri maupun wisata budaya lain yang berdekatan.

Menurut Yoeti (2008: 202) bahwa wisata berbasis budaya merupakan salah satu jenis pariwisata dimana objeknya adalah kebudayaan itu sendiri, adapun pariwisata dapat dibedakan berdasarkan minat khusus lain yaitu wisata alam serta wisata petualangan. Adapun 12 unsur kebudayaan yang dapat menarik jumlah kunjungan wisatawan antara lain :

1. Keberanekaragaman Bahasa (*language*).
2. Masyarakat Tradisional (*traditions*).
3. Kerajinan tangan (*handicraft*).
4. Makanan dan kebiasaan makan (*foods and eating habits*).
5. Musik dan kesenian (*art and music*).
6. Sejarah dari suatu tempat (*history of the region*)
7. Kerja dan Teknologi (*work and technology*).
8. Agama (*religion*) yang dinyatakan dalam cerita atau sesuatu yang dapat disaksikan.
9. Karakteristik arsitektur pada tempat wisata (*architectural characteristic in the area*).
10. Tata cara berpakaian penduduk daerah wisata tersebut (*dress and clothes*).
11. Sistem pendidikan yang terdapat di daerah wisata tersebut (*educational system*).
12. Aktivitas masyarakat yang dilakukan saat senggang (*leisure activities*).

Pengembangan wisata budaya di Indonesia dapat merangsang pendapatan maupun pekerjaan dibidang industri kepariwisataan sehingga dapat meningkatkan pasokan budaya sebagai salah satu hasil dari pembangunan di daerah. Saat ini akses informasi mengenai budaya dan pariwisata di Indonesia sangat mudah didapatkan melalui teknologi baru. Sinergi antara sektor pariwisata dan budaya ke dalam pengembangan budaya dinilai sebagai alat untuk mendukung warisan budaya daerah yang nantinya akan mendorong hubungan yang lebih baik serta langsung diantara kedua elemen tersebut. Hubungan ini akan ketika terjadi peningkatan hasil pariwisata dan budaya bagi pendapatan ekonomi di seluruh dunia. Berkembangnya budaya dan pariwisata di Indonesia khususnya meningkatnya minat terhadap budaya Indonesia serta tumbuhnya tingkat pendidikan masyarakat dunia mempercepat tumbuhnya pembangunan khususnya di daerah yang terbatas. Meskipun budaya tersebut ditujukan untuk menjadi motivator utama dalam pariwisata, tetapi belum banyak potensi yang tergarap maksimal antara pariwisata dan budaya.

Menurut Yoeti (2008: 211) produk wisata digunakan sebagai obyek penawaran dalam pemasaran pariwisata yang ada di Indonesia dengan melibatkan unsur-unsur utama yang terdiri atas 3 bagian antara lain:

1. Daya tarik suatu daerah tujuan wisata yang di dalamnya terdapat citra yang dibayangkan oleh wisatawan.

2. Berbagai sarana dan fasilitas penunjang yang ada di daerah tujuan wisata antara lain meliputi akomodasi, sarana transportasi, usaha pengelolaan makanan khas daerah rekreasi dan lain sebagainya.
3. Kemudahan sarana maupun akses untuk mencapai tujuan wisata tersebut.

Menurut Menurut Yoeti (2008: 167) secara garis besar ada empat kelompok yang merupakan daya tarik bagi wisatawan datang pada suatu negara daerah tujuan wisata tertentu yaitu:

1. *Natural Attraction* adapun yang termasuk di dalam kelompok ini antara lain:
  - pemandangan (*landscape*)
  - pemandangan laut (*seascape*)
  - pantai (*beaches*)
  - danau (*lakes*)
  - air terjun (*waterfall*)
  - kebun raya (*national park*)
  - agrowisata (*agrotourism*)
  - gunung berapi (*volcanos*)
  - termasuk pula flora dan fauna
2. *Build attraction*, adapun yang termasuk di dalam kelompok ini antara lain:
  - Bangunan dengan arsitektur yang menarik, seperti rumah adat, dan termasuk bangunan kuno dan modern seperti Opera Building (Sydney), WTC (New York), Forbidden City (China), atau Big Ben (London), TMII (Taman Mini Indonesia Indah) dan daya tarik buatan lainnya.
3. *Cultural Attraction*, adapun yang termasuk di dalam kelompok ini antara lain:
  - peninggalan sejarah (*historical Building*)
  - cerita-cerita rakyat (*folklore*)
  - kesenian tradisional (*traditional dances*),
  - museum
  - upacara keagamaan
  - festival kesenian dan semacamnya.
4. *Social Attraction*, adapun yang termasuk di dalam kelompok ini antara lain:
  - tata cara hidup suatu masyarakat (*the way of life*)
  - ragam bahasa (*languages*)
  - upacara perkawinan
  - potong gigi
  - khitanan atau turun mandi
  - kegiatan sosial lainnya.

Secara garis besar wisata budaya di Indonesia dijadikan salah satu daya tarik untuk lebih menggaet kunjungan wisatawan mancanegara. Pengelolaan pariwisata yang baik membutuhkan banyak pengembangan baik aspek infrastruktur, akomodasi hotel, sarana dan prasarana yang mendukung pariwisata budaya tersebut. Pengembangan akomodasi yang nyaman serta baik menjadikan wisatawan akan merasa seperti di rumah sendiri sehingga menjadikan wisatawan tersebut akan menghabiskan waktunya di daerah wisata tersebut.

Berdasarkan pada definisi diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat empat komponen yang digunakan untuk melengkapi produk pariwisata antara lain :

1. Potensi daya tarik pariwisata yang terdapat di suatu daerah wisata (*attractions*)
2. Adanya fasilitas dan pelayanan untuk pengunjung pada lokasi wisata (*amenities*)
3. Adanya akses serta kemudahan untuk mencapai daerah wisata (*accessibilities*)
4. Adanya keramahtamahan yang ditawarkan pada daerah wisata (*hospitality*)

Adapun Keempat komponen tersebut dapat dijelaskan adalah sebagai berikut:

1. Potensi daya tarik pariwisata yang terdapat di suatu daerah wisata (*attractions*)

Terdapat pergerakan manusia dari tempat tinggalnya menuju daerah wisata maupun destinasi pariwisata sehingga menimbulkan pergerakan pariwisata. Adanya kawasan geografis yang mendukung suatu kegiatan pariwisata yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata serta daya aksesibilitas serta peran masyarakat dalam melengkapi serta saling berkaitan guna mewujudkan kepariwisataan. Faktor daya tarik wisata yang merupakan salah satu unsur dimana faktor tersebut berperan dalam membentuk serta menentukan menjadi salah satu destinasi pariwisata.

Destinasi pariwisata yang terbentuk tentunya memiliki daya tarik yang berbeda-beda tergantung potensi daerah tersebut. Terciptanya daya tarik wisata tentunya tidak lepas dari peran serta masyarakat sekitar, adapun jenis daya tarik wisata yang biasanya ditampilkan pada daerah wisata antara lain:

- potensi wisata alam dengan segala bentuk daya tarik yang dimiliki oleh daerah tersebut diantaranya laut, pantai, gunung, danau, bukit, sungai, hutan, lembah, air terjun, bukit. Potensi wisata alam ini tentunya sangat menarik wisatawan yang ingin mengunjungi destinasi wisata berbasis alam sehingga wisatawan mancanegara tertarik dengan segala sesuatu yang berkaitan dengan alam.
- potensi wisata buatan manusia yang meliputi tarian, wayang, upacara adat, lagu ritual, bisa juga daya tarik wisata yang merupakan hasil cipta karya seperti bangunan seni, seni ukir, seni lukis serta seni pahat. potensi buatan manusia ini mendukung pada destinasi wisata karena hasil cipta karya dapat dinikmati oleh wisatawan mancanegara dalam hal ini wisatawan mancanegara dapat mengoleksi souvenir yang ditawarkan pada destinasi wisata tersebut.

2. Adanya fasilitas dan pelayanan untuk pengunjung pada lokasi wisata (*amenities*)

Fasilitas dalam kegiatan wisata tentunya sangat penting dalam menunjang kebutuhan wisatawan. Fasilitas yang baik dapat meningkatkan pelayanan yang maksimal terhadap wisatawan. Adanya atraksi tentunya membawa wisatawan ke destinasi wisata dengan fasilitas yang memenuhi seperti akomodasi, restoran serta penunjang lainnya. Adanya fasilitas yang mendukung kebutuhan wisatawan dalam perjalanan merupakan satu kesatuan yang saling berkaitan sehingga melengkapi antara satu dengan yang lain. Wisatawan dapat menggunakan fasilitas yang telah disediakan oleh masyarakat setempat tentunya disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan itu sendiri atau dapat dikatakan bahwa karakteristik serta bentuk perjalanan wisata tersebut tergantung oleh wisatawan itu sendiri.

Komponen yang mendukung suatu destinasi wisata antara lain adanya fasilitas dan pelayanan perjalanan yang biasanya terdiri dari sarana transportasi, akomodasi, fasilitas makan

dan minum serta fasilitas penunjang yang menyesuaikan dengan perjalanan wisatawan tersebut. Transportasi merupakan salah satu komponen yang cukup penting dalam hal penyediaan sarana dan prasarana maupun infrastruktur bagi kemudahan wisatawan dalam mengunjungi objek wisata. Transportasi yang memadai tentunya diharapkan oleh semua wisatawan sehingga mempermudah akses menuju lokasi dimana prasarana jalan yang baik dan sudah tersedia menjadi hal yang sangat utama bagi kelancaran perjalanan wisata.

3. Adanya akses serta kemudahan untuk mencapai daerah wisata (*accessibilities*)

Adanya akses dan kemudahan untuk mencapai daerah wisata tentunya merupakan faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi tingkat kepuasan wisatawan. Aksesibilitas yang tersedia untuk mencapai suatu daerah wisata tentunya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Aksesibilitas yang baik mendorong tingkat kunjungan wisatawan karena dengan adanya akses yang baik membuat wisatawan merasa nyaman untuk melakukan kunjungan wisata.

4. Adanya keramahtamahan yang ditawarkan pada daerah wisata (*hospitality*)

Keramahtamahan yang ditawarkan kepada wisatawan pada suatu daerah wisata dapat menimbulkan perasaan wisatawan bahwa mereka merasa diterima di daerah wisata tersebut sehingga wisatawan nyaman dalam mengunjungi daerah tersebut dan akan kembali lagi ke destinasi tersebut dengan mengajak wisatawan lain. Pentingnya keramahtamahan yang ditunjukkan oleh penduduk lokal mampu membawa dampak yang signifikan dalam hal kunjungan wisatawan pada daerah wisata tersebut.

## STATISTIK KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGERA

Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada bulan september 2017 meningkat 20,47 persen apabila dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada September 2016 yaitu total kunjungan naik dari angka 1,01 juta kunjungan menjadi 1,21 kunjungan wisata. Kenaikan kunjungan wisatawan mancanegara ini tentunya membawa dampak yang baik bagi pariwisata Indonesia, sehingga nantinya Indonesia sebagai salah satu tujuan utama kunjungan wisatawan mancanegara ke depannya. Secara kumulatif periode Januari sampai dengan september 2017 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia naik 25,05 persen yaitu dari 8,36 juta ke angka 10,46 juta kunjungan sehingga dengan kenaikan tersebut berdampak sangat bagus dalam peningkatan devisa maupun peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia.

Pemerintah menargetkan kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2018 yaitu 20 juta wisatawan mancanegara sehingga perlu dilakukan terobosan–terobosan dalam hal pengembangan dan perbaikan sarana dan prasarana pariwisata baik wisata yang berbasis seni budaya maupun wisata non budaya. Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel berbintang di Indonesia pada bulan September 2017 mencapai 58,42 persen atau naik 4,26 poin apabila dibandingkan dengan TPK pada bulan September 2016. Rata–rata lama menginap tamu asing dan tamu Indonesia pada hotel berbintang bulan September yaitu sebesar 1,97 hari sehingga terjadi kenaikan 0,07 poin apabila dibandingkan dengan bulan September tahun 2016. (<https://www.bps.go.id/index.php/>, diakses 19 November 2017)

Sektor pariwisata di Indonesia berkontribusi sebesar 4 persen dari total perekonomian Indonesia. Tahun 2019 Pemerintah Indonesia menargetkan bahwa dua kali lipat atau sebesar 8 persen dari Pendapatan Domestik Bruto sehingga target kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2019 ditargetkan 20 juta wisatawan mancanegara. Pemerintah telah berfokus terhadap sektor kepariwisataan dengan memperbaiki sarana dan prasarana baik infrastruktur

yang mendukung kepariwisataan secara langsung maupun tidak langsung. Adanya teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang pesat saat ini secara langsung ikut berkontribusi menaikkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, terbukti dengan slogan *Wonderful Indonesia* yang telah dikenal luas oleh wisatawan mancanegara. Promosi online di luar negeri misalnya di Eropa bahwa slogan *Wonderful Indonesia* dijumpai pada alat transportasi negara tersebut seperti bus dan taxi, bukan hanya Inggris saja tetapi kawasan Asia bahkan Amerika Serikat. Adanya promosi ini menunjukkan bahwa Indonesia sangat serius untuk menggenjot pariwisata yang ada di Indonesia, sehingga wisatawan mancanegara banyak tahu tentang pariwisata Indonesia dengan melihat iklan *Wonderful Indonesia*. (<https://www.indonesia-investments.com/id>, diakses 21 November 2017)

Menurut Badan Pusat Statistik (2017:1), data kunjungan wisatawan asing ke Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat. Hal ini merupakan salah satu tolak ukur pencapaian kunjungan wisata di Indonesia. Pemerintah menargetkan kunjungan wisatawan di 2019 sebesar 20 juta wisatawan mancanegara, sehingga mulai sekarang diperlukan kerjasama yang baik antara pemerintah dengan pelaku wisata yang ada disetiap destinasi wisata di Indonesia. Kunjungan wisatawan asing dalam kurun waktu 4 tahun dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1. Kunjungan Wisatawan Asing di Indonesia, 2014-2017**

<b>Bulan</b>	<i>Tourist Arrivals</i> <b>2014</b>	<i>Tourist Arrivals</i> <b>2015</b>	<i>Tourist Arrivals</i> <b>2016</b>	<i>Tourist Arrivals</i> <b>2017</b>
Januari	753,079	785,973	814,303	1,032,930
Februari	702,666	843,928	888,309	957,583
Maret	765,607	841,071	915,019	1,066,588
April	726,332	801,873	901,095	1,142,180
Mei	752,363	852,388	915,206	1,150,067
Juni	851,475	872,385	857,651	1,111,616
Juli	777,210	877,584	1,032,741	1,379,961
Agustus	826,821	911,704	1,031,986	1,404,664
September	791,296	920,128	1,006,653	1,213,640
Oktober	808,767	877,798	1,040,651	1,158,599
November	764,461	835,408	1,002,333	1,061,055
Desember	915,334	986,519	1,113,328	—
<b>Total</b>	<b>9,435,411</b>	10,406,759	11,519,275	12,678,883

Sumber : <http://www.kemenpar.go.id/asp/ringkasan>, diakses 20 November 2017

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa terjadi kenaikan kunjungan wisatawan mancanegara rata-rata 1 juta wisatawan mancanegara. Angka kunjungan wisatawan asing pada tahun 2014 sebesar 9,435,411 wisatawan dan pada tahun 2015 terjadi kenaikan menjadi 10,406,759 wisatawan asing. Tren yang terus meningkat kunjungan wisatawan asing pada tahun 2016 tercatat 11,519,275 wisatawan sedangkan total kunjungan pada tahun 2017 yang didapatkan sampai bulan November yaitu sebesar 12,678,883 atau meningkat 10 persen. Rata-rata kenaikan jumlah kunjungan wisatawan asing per bulan antara 7 sampai 20 persen. Kenaikan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dari tahun 2014 sampai tahun 2017 menunjukkan bahwa potensi pariwisata di Indonesia semakin baik sehingga perlu ditingkatkan.

**Tabel 2. Kunjungan Wisatawan Asing di Indonesia, 2011-2017**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Wisatawan Asing</b> (dalam juta)	7,65	8,04	8,80	9,44	10,41	11,52	12,68

Sumber : <http://www.kemenpar.go.id/asp/ringkasan>, diakses 20 November 2017

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan mancanegara tumbuh stabil dari tahun 2011 sampai November 2017. Tahun 2011 angka kunjungan wisatawan asing di Indonesia 7,65 juta wisatawan, kemudian tahun 2012 sebesar 8,04 juta wisatawan dan tahun 2013 sampai dengan 2017 terjadi kenaikan rata-rata satu juta wisatawan. Rata-rata terjadi kenaikan antara 5 sampai 10 persen. Dapat dilihat dari tabel 2 bahwa wisatawan mancanegara yang mengunjungi Indonesia meningkat dari tahun ke tahun dan diharapkan pada tahun 2020 kunjungan wisatawan mancanegara dapat menembus 20 juta wisatawan mancanegara seperti yang diharapkan oleh pemerintah Indonesia dalam hal ini Kementerian Pariwisata.

## KONDISI GEOGRAFIS KOTA SEMARANG SEBAGAI PENUNJANG WISATA



Gambar 1. Peta Kota Semarang  
<http://semarangkota.go.id/portal/>, diakses 22 November 2017

Semarang mempunyai letak dan kondisi geografis yang sangat menguntungkan, kota Semarang berada pada posisi astronomi diantara  $66^{\circ}50'$  –  $7^{\circ}10'$  Lintang Selatan dan garis  $109^{\circ}35'$  –  $110^{\circ}50'$  Bujur Timur. Berada pada posisi yang sangat strategis karena terletak di jalur lalu lintas ekonomi yang sangat menguntungkan di pulau Jawa. Letaknya ditengah diantara Jawa Barat dan Jawa Timur sehingga kota Semarang menjadi daerah transit bisnis diantara Jakarta dan Surabaya sebagai dua kota bisnis di Indonesia. Kota Semarang menjadi koridor dalam pembangunan di Jawa Tengah. Terdapat empat simpul yang sangat penting dalam penunjang roda pembangunan di Jawa Tengah yaitu koridor pantai utara Jawa, koridor selatan ke arah kota Magelang dan Surakarta yang lebih dikenal dengan jalur kawasan Merapi Merbabu, Koridor timur yaitu arah ke kota Demak dan Grobogan serta koridor barat menuju kota Kendal dan Pekalongan.

Kota Semarang sebagai penggerak roda pertumbuhan pembangunan karena adanya akses pelabuhan yang baik, kemudian tersedianya jalur transportasi baik jalur kereta api maupun jalan nasional serta adanya akses bandara internasional Ahmad Yani yang merupakan potensi bagi transportasi baik regional Jawa Tengah maupun Internasional yaitu Singapura dan Malaysia. Semarang sebagai kekuatan hubungan dengan luar Jawa secara langsung sebagai pusat wilayah nasional di bagian tengah. Akses yang sangat mudah dalam hal transportasi sangat mendukung pariwisata di kota Semarang. Adanya Bandara Internasional Ahmad Yani sangat memudahkan akses wisatawan mancanegara maupun domestik untuk mengunjungi Kota Semarang dimana pada akhir-akhir ini para wisatawan lebih memilih sarana transportasi ini karena waktu yang dibutuhkan dalam menempuh perjalanan relatif singkat sehingga wisatawan mempunyai banyak waktu untuk mengunjungi wisata budaya maupun wisata lain yang terdapat di Kota Semarang.

Akses Bandara Ahmad Yani merupakan salah satu bandara kota Semarang memudahkan pergerakan wisatawan yang akan mengunjungi kota Semarang. Data tahun 2016 menunjukkan bahwa Bandara Internasional Ahmad Yani Semarang telah melayani 4,2 juta penumpang yaitu tumbuh 15 persen apabila dibandingkan dengan tahun 2015 yang hanya melayani 3,8 juta penumpang. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah menargetkan bahwa kunjungan wisatawan asing sebanyak 430.000 sedangkan wisatawan nusantara 34,1 juta dan pada tahun 2025 nantinya ditargetkan kunjungan wisatawan domestik sebesar 39,4 juta wisatawan dan 500.000 wisatawan mancanegara, hingga bulan September 2017 tercatat bahwa terdapat 137.496 kunjungan wisatawan mancanegara yang datang melalui Bandara Internasional Ahmad Yani dan dikatakan bahwa angka tersebut naik 34 persen dibanding pada tahun 2016. (<https://ahmadyani-airport.com/id/berita/index/>, diakses 21 November 2017).

Selain akses Bandara Internasional Ahmad Yani Semarang, ada juga pintu masuk kota Semarang selain bandara salah satunya adalah pelabuhan. Pelabuhan Tanjung Emas Semarang sebagai pintu masuk wisatawan yang menggunakan kapal laut maupun kapal pesiar. Pengembangan pelabuhan Tanjung Emas mendukung pengembangan pariwisata Jawa Tengah khususnya Kota Semarang. Kapal pesiar yang membawa wisatawan mancanegara tentunya membawa dampak yang sangat baik dalam hal mendukung potensi wisata budaya yang ada di kota Semarang, karena dalam satu kunjungan kapal pesiar mampu membawa 2 ribu wisatawan mancanegara. Pemerintah telah melakukan banyak perubahan dan pelayanan yang maksimal dalam mendukung potensi wisata tersebut. Selain itu, di area Pelabuhan Tanjung Emas dapat dijumpai sebuah mercusuar yang bernama Mercusuar Willem 3 dan merupakan satu-satunya mercusuar yang ada di Jawa Tengah, sehingga wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik dapat melihat bangunan peninggalan kolonial

Belanda. Pelabuhan Tanjung Emas dikembangkan sebagai prasarana dalam ekspor gula oleh pemerintah kolonial Belanda sehingga Jawa menjadi penghasil gula terbesar pada saat itu.



Gambar 2. Pelabuhan Tanjung Emas Semarang

Sumber : <http://www.majalahdermaga.co.id/post/301,diakses> 21 November 2017

## JALUR GULA

Budaya yang beragam di Indonesia mendorong para wisatawan ingin mengetahui keadaan masyarakat sekitar, dari keingintahuan wisatawan maka akan memberikan rasa senang dan puas untuk kembali mengunjungi Indonesia terutama mengenai budaya. Wisata Budaya jalur gula adalah salah satu destinasi yang telah digarap oleh Pemerintah Kota Semarang yang digabungkan ke dalam kawasan kota lama di Semarang. Wisata budaya jalur gula bertujuan untuk memperkenalkan kepada wisatawan baik domestik maupun mancanegara tentang keindahan kawasan kota lama Semarang serta dapat mengetahui sejarah dan budaya mengenai jalur gula, potensi wisata jalur gula yang mengajak para wisatawan untuk napak tilas sejarah budaya jalur gula serta dapat menikmati atraksi yang ada di sekitar jalur gula tersebut. Pariwisata di Indonesia khususnya di kota Semarang telah diperkenalkan wisata budaya jalur gula dan merupakan salahsatu tujuan destinasi wisata andalan di kota semarang sehingga potensi ini bisa lebih dikembangkan menuju wisata *World Heritage*.

Kota Semarang adalah titik terpenting bagi aktivitas perdagangan yang melibatkan berbagai sarana transportasi seperti kereta api serta jalur pelayaran internasional. Kawasan tersebut telah berkembang sejak abad ke 20. Kota Semarang pada awal abad ke 20 merupakan kawasan yang terkenal akan perdagangan, jasa maupun kosmopolitan selain Surabaya dan Jakarta. Adanya integrasi antara industri dan keadaan sumberdaya alam di Jawa Tengah memberikan dampak akan budaya modern masyarakat sekitar. Arsitektur kolonial Belanda yang terdapat di kawasan tersebut yang bersinggungan langsung dengan kondisi masyarakat sekitar memberikan dampak yang sangat baik dengan menghadirkan suatu karakter yang unik dan berbeda. Letak kota Semarang yang sangat strategis memungkinkan jalur perdagangan maupun pariwisata di kota Semarang dapat berkembang sangat cepat.

Berbagai etnis budaya yang ada di kota Semarang yaitu suku Jawa, Arab, Melayu, Cina membuat kota Semarang yang mempunyai keberagaman nilai nilai budaya yang berkembang pesat pada saat itu. Kota lama Semarang sebagai kota perdagangan internasional baik secara kosmopolitan maupun multikultural menjadikan pengusaha pribumi pada masa itu tidak banyak. Oei Tiong Ham merupakan salah satu pengusaha lokal etnis Cina yang dikenal luas sebagai raja gula yang menguasai dan memonopoli perdagangan gula dan opium. Kantor pusat perdagangan Oei Tiong Ham berada di Jalan Kepodang kawasan kota lama

Semarang dan merupakan perusahaan yang pertama yang mempekerjakan pegawai asing. Jalur sarana transportasi yang terbentuk di kawasan kota lama sangat terintegrasi dengan jalur perdagangan dunia sehingga menyebabkan adanya pertukaran budaya serta perdagangan antar kota maupun internasional dimana pada saat itu perdagangan gula menjadi perdagangan terbesar selain opium dan perdagangan lain, bekas jalur perdagangan gula pada zaman sekarang lebih dikenal dengan jalur gula.

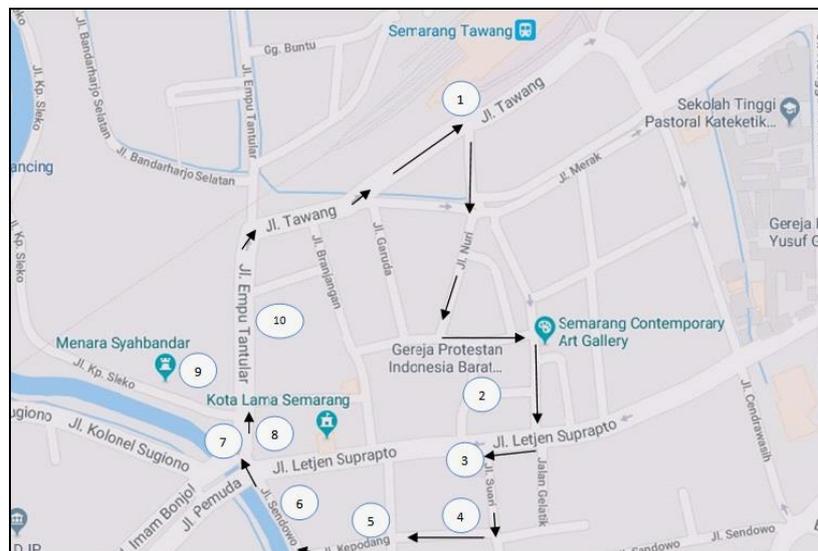
Menurut Dirjen Kebudayaan (2017: 10) bahwa Raja Gula Oei Tiong Ham (1866–1924) adalah warga lokal yang mampu melihat dan memanfaatkan adanya peluang, dimana pada saat itu peluang bisnis gula memang sangat terbuka akibat dari revolusi industri. Oei Tiong Ham muda mewarisi jiwa bisnis dari ayahnya. Oei Tjie Sien yang merupakan pemilik dari bisnis Kian Gwan. Sebelum mengakuisisi lima pabrik gula yang bangkrut, ladang bisnis Oei Tiong Ham adalah hasil bumi seperti karet, gambir, kopi, tapioka, gambir serta opium. Perusahaan Oei Tiong Ham Concern (OTHC) menjadi perusahaan terbesar di Asia. Kantor cabang dibuka di Singapore, Kalkuta, Bombay, Bangkok, Shanghai, Karachi, London, Hongkong serta New York sehingga Oei Tiong Ham menjadi orang terkaya se Asia Tenggara. Jejak kejayaan bisnis Oei Tiong Ham sampai saat ini masih bisa disaksikan di Kawasan Kota Lama Semarang. Adapun sejumlah jejak kekayaan bisnis Oei Tiong Ham sampai saat ini masih dapat ditemui dan disaksikan di kawasan kota lama Semarang. Ada tiga gedung bekas kantor OTHC yaitu Di jalan Kepodang 25 yang kini ditempati sebagai kantor PT Rajawali Nusindo, kemudian gedung bertingkat dua dengan banyak pintu dan jendela yang terdapat disetiap sudut antara jalan Suari dan jalan Kepodang dan yang tidak kalah menariknya yaitu bangunan Monod Diephuis and Co di Jalan Kepodang Nomor 11. Menelusuri jejak jalur gula mengajak wisatawan serasa kembali ke masa kejayaan Oei Tiong Ham, nostalgia jalur gula juga tidak hanya dikawasan kota lama Semarang tetapi arah barat daya dari kawasan kota lama berdiri megah bangunan mirip istana yaitu kediaman Oei Tiong Ham yang sekarang dikelola oleh Kantor Otoritas Jasa Keuangan Jawa Tengah dan DIY.

Terbentuknya jalur gula tidak lepas dari Gudang yang berada di tepi Kali Baru yang dahulu dikelola oleh OTHC serta adanya bangunan di daerah Sultan Agung Candi Baru Semarang yang dulunya merupakan balai penelitian gula terbesar yang didirikan oleh Oei Tiong Ham. Menelusuri jejak kekayaan Oei Tiong Ham sebagai Raja Gula yang saat ini masih bisa dijumpai yaitu kediaman Oei Tiong Ham yang terletak di Jalan Kyai Saleh Semarang Kediaman Oei Tiong Ham masih terpelihara sampai saat ini dan sekarang gedung tersebut dikelola oleh Kantor Otoritas Jasa Keuangan Jawa Tengah dan DIY. Adanya jalur gula merupakan jalur distribusi pembentuk Kota Semarang. Gula menjadi salah satu dari produk ekspor utama yang dilakukan oleh kolonial Hindia Belanda sejak tahun 1874. Saat itu gula menjadi komoditi yang sangat unggul apabila dibandingkan dengan kopi, rempah-rempah, teh, timah, kopra minyak tanah serta karet. Sarana transportasi yang berupa jalur kereta api merupakan salah satu pendorong percepatan dan distribusi industri gula pada saat itu. Jaringan kereta api merupakan salah satu hasil dari kemajuan revolusi industri. Sebelum adanya jaringan rel kereta api yang terbentang di Pulau Jawa kemungkinan besar hasil panen tebu dibawa oleh pedati yang ditarik oleh kerbau, sapi maupun kuda.

Setelah dibangun rel kereta api, distribusi hasil panen tebu dapat mudah dikirimkan ke pabrik meskipun jaraknya jauh. Keuntungan ini tidak hanya dalam distribusi tebu tetapi juga dalam hal distribusi hasil pengolahan tebu yaitu gula. Adanya industri gula dan jaringan rel kereta api pada saat itu tentunya ikut merangsang pertumbuhan wilayah-wilayah yang dilalui jalur kereta api tersebut. Kota Semarang yang berada di bagian tengah Pulau Jawa tumbuh sebagai kota perdagangan dan pelabuhan dikarenakan adanya jalur distribusi tersebut.

Kawasan kota lama Semarang menjadi pusat perkantoran dan administrasi perdagangan karena pada saat itu. Perahu dan kapal kayu dapat bersandar di tepi Kali Baru yang dibangun oleh pemerintah kolonial Hindia Belanda.

Pelabuhan Semarang pada saat itu merupakan muara dari codetan lurus menuju lautan lepas, dimana pada saat itu pemerintah kolonial Belanda yang membangun kanal tersebut. Kanal *Nieuwe Havenkanaal* yang populer dengan nama Kali baru merupakan kanal yang berperan dalam pengiriman produk gula dari aneka pabrik di Pulau Jawa pada bagian tengah sehingga kawasan kota lama Semarang pada saat itu merupakan tempat administrasi serta keuangan yang terkait dengan hasil bumi. Industri gula yang bersinar pada saat itu menyebabkan pertumbuhan kantor-kantor perusahaan yang berhubungan dengan industri gula. Kantor-kantor yang berhubungan dengan industri gula adalah kantor ekspor impor, pialang saham, bank, asuransi bahkan kedutaan besar perwakilan dari negara lain juga dapat dijumpai di kawasan kota lama, dimana bangunan tersebut umumnya terletak di bagian barat kota lama dan menghadap ke kali Baru Semarang. Kanal yang terkenal sampai saat ini adalah jembatan mberok (*Sociëteitsbrug*), pada waktu itu hanya kapal-kapal kecil yang dapat bersandar ditepi kali yang menghadap ke kota lama Semarang. (Dirjen Kebudayaan 2017: 11)



Gambar 3. Jalur Gula Kota Lama Semarang  
Sumber : Gambar telah diolah kembali, 2017

Gambar di atas adalah Jalur Gula yang ditawarkan menjadi salah satu potensi wisata budaya yang ada di kawasan kota lama Semarang. Adapun keterangan gambar di atas adalah sebagai berikut :

1. Stasiun Semarang Tawang
2. Gereja Blenduk Semarang
3. Gedung De Nederlands Indies Leensverzekering dan Lifrente Maatschappij (Asuransi Jiwasraya)
4. Gedung Oei Tiong Ham Concern (PT Rajawali Nusindo)
5. Gedung Monod Diephuis and Co
6. Gedung Perkebunan XV
7. Kali Berok
8. Gedung Mandiri Mpu Tantular
9. Menara Syahbandar
10. PT PELNI (Pelayaran Nasional Indonesia) → Jalur Gula

### 1. Stasiun Semarang Tawang

Stasiun Semarang Tawang dibangun pada 16 Juni 1864 sampai dengan 10 Februari 1870 untuk menggantikan Stasiun Semarang NIS (NEDERLANDSCHE INDISCHE SPOORWEGMAATSCHARIJ). Stasiun Tambak Sari ini dibangun dikarenakan Stasiun Semarang NIS dianggap sudah tidak memadai lagi. Bangunan Stasiun ini mempunyai kubah yang sama dengan gereja Blenduk sehingga menambah nilai kawasan ini. Stasiun ikut berperan penting terhadap distribusi perdagangan gula maupun jasa. Sampai saat ini stasiun Semarang Tawang menjadi stasiun utama yang masih digunakan sebagai moda transportasi antar wilayah Jawa Timur dan Jawa Barat.

### 2. Gereja Blenduk

Gereja Immanuel atau lebih dikenal dengan sebutan gereja Blenduk terletak di Jalan Letjen Suprpto kawasan kota Lama. Dinamakan gereka Blenduk karena terdapat kubah besar setengah lingkaran. Bangunan ini berdiri padatahun 1753 yang digunakan sebagai gereja NEDERLANDSCHE INDISCHE KERK. Gereja yang bergaya neo klasik ini atap berbentuk kubah dengan penutupnya berupa lapisan logam. Gereja ini mempunyai pintu masuk yang berbentuk lengkung dengan jendela berdaun krepak dan jendela kaca patri warna warni yang bagus. Gereja ini berperan besar terhadap perkembangan agama kristen di kota Semarang.

### 3. Gedung De Nederlands Indies Leensverzekering dan Lifrente Maatschappij (Asuransi Jiwasraya)

Gedung Asuransi Jiwasraya ini berdiri tahun 1916 dan terletak di Jalan Letjend Suprpto ini dulunya kantor asuransi yang dibangun oleh pemerintah kolonial belanda yang bernama NILLMIJ (*Nederlandsch Indische LevenSverzeking De Lifrente Maatschaapij*). Gedung ini dibangun oleh Thomas Karsten dengan gaya tropical artdeco. Perdagangan gula yang maju saat itu menyebabkan banyak kantor-kantor yang dibangun disekitar kawasan kota lama Semarang. Gedung NILLMIJ dialih fungsikan menjadi kantor asuransi pada tahun 1994 menjadi PT Asuransi Jiwasraya. Gedung ini merupakan salah satu gedung yang modern karena terdapat lift pertama yang merupakan satu satunya lift yang ada di Indonesia, sampai sekarang lift tersebut masih dijumpai tetapi tidak dapat digunakan lagi karena termakan usia.

### 4. Gedung Oei Tiong Ham Concern (PT Rajawali Nusindo)

Gedung ini dibangun oleh seorang arsitek yang bernama Liem Bwan Tjie yang terletak di Jalan Kepodang Semarang. Gedung perkantoran Oei Ting Ham Concern (OTHC) dibangun guna mendukung administrasi bisnis Oei Tiong Ham dibidang ekspor gula. Oei Tiong Ham Concern yang menangani anak perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan tebu, perbankan, pabrik gula, asuransi serta bidang bisnis yang lain. Bisnis utama OTHC yang paling penting adalah ekspor gula yang kemudian membuat Oei Tiong Ham dijuluki raja gula dari Semarang. Saat ini gedung OTHC telah berubah nama seiring adanya nasionalisme oleh pemerintah Indonesia dengan membentuk PT Rajawali Nusindo yang termasuk sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Sampai sekarang bekas gedung OTHC masih dapat dijumpai di kawasan kota lama Semarang.

### 5. Gedung Monod Diephuis and Co

Gedung ini terletak bersebelahan dengan Oei Ting Ham Concern (OTHC) di Jalan Kepodang. Gedung ini merupakan bekas perusahaan broker hasil bumi seperti gula, kopi,

karet, kopra untuk di ekspor ke eropa. Gedung yang dimiliki oleh Oei Tiong Ham berdiri megah dengan arsitektur art deco yang memiliki gaya arsitektur yang tegak dan lurus, saat ini gedung Monod Diephuis and Co masih dapat dijumpai dan difungsikan sebagai galeri dan persewaan sepeda onthel untuk berkeliling di kawasan kota lama Semarang.

#### 6. Gedung Perkebunan XV

Gedung ini berlokasi di Jalan Mpu Tantular terletak di samping kali Berok. Bangunan ini berdiri sejak abad ke 19. Bangunan bergaya eropa diapit oleh dua menara disamping kanan dan kiri bangunan. *NV Cultuur Maatschappij Der Vorstenlanden. sebuah perusahaan milik pemerintah kolonial Belanda yang bergerak di Bidang perkebunan serta pertanian. Bangunan ini didirikan sebagai pemenuhan kebutuhan akan bahan pangan setelah adanya sistem tanam paksa pemerintah Kolonial Belanda. Bangunan bersejarah ini sampai sekarang masih dapat ditemukan tetapi kondisi bangunan tersebut kurang terpelihara. Rencananya akan dilakukan proses konservasi dan pemugaran bangunan tersebut oleh pemerintah Kota Semarang.*

#### 7. Kali Berok

Kali Berok terletak persis di depan gedung Perkebunan XV di jalan Mpu Tantular Semarang. Kawasan Kali Berok merupakan sebuah kawasan yang penting dalam hal sarana transportasi air yang menghubungkan pesisir pantai utara menuju darat. Kali Berok dulu dapat disinggahi oleh kapal kapal kecil yang membawa hasil bumi maupun sarana ekspor gula. Nama Berok sebenarnya berasal dari kata Brug karena penduduk pribumi terbiasa melafalkan Berok sehingga kata Berok melekat sampai saat ini. Kali Berok merupakan cikal bakal urat nadi perekonomian di kota Semarang. Keberadaannya yang dekat dengan kawasan kota lama Semarang, Masjid Besar Kauman, Masjid Menara Layut serta dekat dengan pasar tradisional Johar, Kawasan Pecinan.

#### 8. Gedung Mandiri Mpu Tantular

Gedung yang terletak di Jalan Mpu Tantular 19 Semarang ini dibangun pada tahun 1908, gedung yang terletak persis di depan kali Berok dulunya merupakan gedung pemerintahan (*GOUVERNEMENTS*). kemudian pada tahun 1756 digunakan sebagai gedung kesenian (*SOCIETEIT DE HARMONIE*). Sebelum digunakan sebagai kantor bank Mandiri dulunya bangunan ini ditempat oleh Marga Bhakti dan kemudian digunakan oleh Bank EXIM serta PT Pantja Niaga. Saat ini bangunan ini terbuka untuk umum dengan desain yang megah dan kokoh.

#### 9. Menara Syahbandar

Saksi sejarah perkembangan kawasan kota lama Semarang sebagai pusat perekonomian pada masa itu adalah menara Syahbandara yang terletak di Kampung Sleko dibantaran kali Berok. Bangunan ini menjadi saksi majunya perniagaan di kota Semarang. Kali Berok sebagai jalur transportasi air yang sangat penting sehingga kapal-kapal dapat bersandar di tepian kali Berok yang membawa hasil bumi maupun ekspor gula. Dahulu menara Syahbandar sebagai menara pengawas yang mengawasi kapal dagang yang berlabuh di Semarang. Kapal yang membawa hasil bumi ini dapat berlayar sampai ke kawasan Pecinan.

## 10. PT PELNI (Pelayaran Nasional Indonesia)

Gedung yang terletak di Jalan Mpu Tantular merupakan bangunan kuno yang terdapat di kawasan kota lama Semarang. Bangunan ini merupakan salah satu peninggalan kolonial Belanda yang masih digunakan sampai saat ini. Pada Abad ke 20 bangunan ini ditempati oleh NV Bouw Maatschapij yaitu perusahaan yang mengurus kapal laut. Gedung ini terletak di depan kali Berok, dulu kapal dengan ukuran relatif besar dapat merapat dan melakukan kegiatan bongkar muat di depan kantor tersebut.

### **POTENSI WISATA JALUR GULA DALAM MENUNJANG KENAIKAN KUNJUNGAN TAMU HOTEL DI SEMARANG**

Kota lama Semarang telah mempertahankan karakter yang masih asli baik tata letaknya maupun bangunan yang ada di dalamnya. Kota Semarang yang memiliki bukti fisik sebagai jalur perdagangan yaitu adanya pusat kota, alun alun, balaikota serta dikelilingi oleh benteng benteng dan adanya banyak gereja yang saat ini masih digunakan untuk peribadatan. Gereja Imanuel yang lebih dikenal sebagai gereja Blenduk karena mempunyai kubah yang berbentuk setengah bola yang menjadi bukti bahwa pertumbuhan ekonomi di kota Semarang adalah dengan gaya arsitektur yang modern, kemudian kantor pusat Oei Tiong Ham yang berada di Westerwallstraat yang saat ini dikenal dengan nama jalan Kepodang. Budaya modern dan budaya masyarakat sekitar menimbulkan akulturasi budaya unik untuk mengangkat pariwisata budaya di kota Semarang.

Tata ruang kawasan kota lama yang tidak banyak berubah sehingga menawarkan suatu konsep perencanaan wisata budaya serta wisata sejarah kota Semarang. Pengembangan konsep pariwisata berbasis budaya yang ada di Semarang adalah pengembangan kota untuk wisata dunia dan oleh karena itu sangat layak untuk dilestarikan guna mendukung konsep pariwisata berbasis budaya dengan kata lain jalur gula merupakan konsep wisata budaya yang mencerminkan nilai historis serta budaya yang dapat meningkatkan pendapatan baik pendapatan daerah maupun meningkatkan pendapatan sekitar. Konsep wisata budaya yang ditawarkan oleh Kota Semarang menjadi salah satu magnet dalam menyedot kunjungan baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.

Potensi pariwisata yang ada di Kota Semarang yang semakin diminati oleh wisatawan baik domestik maupun mancanegara menjadikan Semarang sebagai salah satu destinasi wisata budaya yang ada di Indonesia. Dikembangkannya sentra-sentra wisata di kota Semarang seperti kampung tematik, kampung batik menarik wisatawan untuk berkunjung di kota Semarang karena selama ini kota Semarang lebih terkenal sebagai pusat perdagangan maupun kota transit yang menghubungkan antara Jakarta dan Surabaya. Oleh karena itu wisata budaya jalur gula perlu dikembangkan guna menunjang kenaikan wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Selain itu, kota Semarang yang dapat dijangkau dengan berbagai sarana transportasi dan akomodasi yang semakin meningkat dari tahun ke tahun membuat wisatawan nyaman dan senang berkunjung di kota Semarang. Potensi wisata jalur gula yang ada di kota Semarang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.

Meskipun perkebunan tebu maupun pabrik pengolah tebu tidak ditemukan di Kota Semarang, akan tetapi bisnis gula dapat dijumpai di kawasan kota Lama. Bisnis gula membuat salah satu warga kota Semarang Oei Tiong Ham menjadi orang terkaya seAsia Tenggara karena bisnis gula di Semarang. Saat ini pemerintah kota Semarang telah mendaftarkan kawasan kota Lama sebagai *World Heritage* ke UNESCO sebagai kawasan

yang mempunyai warisan budaya dunia. Perdagangan gula dijadikan sebagai potensi wisata budaya yang ada di kota Semarang, terdapat banyak potensi wisata yang digali dengan adanya bisnis gula tersebut. Tema Jalur gula yang ditawarkan sebagai destinasi di kota Semarang karena bisnis perdagangan gula pernah menggerakkan roda perekonomian di kota Semarang sebagai kota industri, perdagangan maupun jasa. Adanya jalur gula yang sangat berkaitan erat dengan sejarah Oei Tiong Ham sebagai raja gula dari Semarang menjadikan destinasi ini sangat layak untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik. Sejarah perdagangan gula di kota Semarang tentunya tidak dapat dilepaskan dari kongsi dagang Kian Gwan yang didirikan oleh pengusaha Oei Tjie Sian.

Pei Tjie Sian mewariskan bisnisnya ke Oei Tiong Ham yang menjadikan Oei Tiong Ham sebagai raja gula se-Asia Tenggara. Kuatnya bisnis perdagangan gula oleh Oei Tiong Ham mendorong banyak perkembangan di bidang perdagangan dan jasa di kota Semarang. Menurut Liem Tjwan Ling (2013: 115) bahwa perkembangan perdagangan dan jasa yang terjadi di kota Semarang antara lain :

1. Sektor Perbankan yang terkenal pada masa itu adalah Spaar Bank, Koloniale Bank, De Javasche Bank, Nederlandsche Indische Escompto Maatschappij. Sektor perbankan menjadikan Semarang menjadi kota yang maju dengan perdagangannya.
2. Sektor transportasi yang ada pada masa itu adalah stasiun Tawang, Stoomvart Maatschappij, Koninklijke Paketvaart Maatschappij.
3. Sektor ekspor-impor yang terdiri dari Firma Erdman & Sielcken, Nederlandsche Handel Maatschappij, Geo Wehry and Co, Cultuur Maatschappij der Vorstenlanden, Monod and Co, Borneo-Sumatera Handel Maatschappij, Van Jacobson Van Den Berg and Co
4. Sektor perdagangan mesin industri dimana terdapat perusahaan Machine en Werkinghandel Maatschappij 'De Vleight', McNeil and Co.
5. Kantor-kantor perusahaan di bidang lain yang berada di kawasan Kota Lama, yang letaknya tidak jauh dari kantor pusat Kian Gwan atau Oei Tiong Ham Concern. Kantor ini tumbuh seiring dengan majunya Kongsi Kian Gwan sehingga perusahaan lain juga ingin mencicipi kesuksesan seperti Oei Tiong Ham Concern (OTHC).

Adanya wisata budaya jalur gula yang ditawarkan di kota Semarang menumbuhkan kenaikan kunjungan tamu hotel. pertumbuhan hotel di Kota Semarang dalam kurun waktu 2014 dan 2015 untuk hotel non bintang dapat dilihat dalam tabel 3 dan tabel 4.

Tabel 3. Jumlah Hotel, Kamar dan Tempat Tidur Hotel Non bintang di Kota Semarang, 2014

<b>Hotel Non Bintang</b> <i>/ Non - Starred Hotels</i>	<b>&lt; 25 kamar</b> <i>rooms</i>	<b>25 - 40 kamar</b> <i>rooms</i>	<b>&gt; 40 kamar</b> <i>rooms</i>	<b>Total</b>
Jumlah Hotel	44	2	6	52
Jumlah Kamar	1,108	26	88	1,222
Jumlah Tempat Tidur	1,656	42	128	1,826

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Semarang, 2014: 10

Tabel 4. Jumlah Hotel, Kamar dan Tempat Tidur Hotel Non bintang di Kota Semarang, 2015

<b>Hotel Non Bintang</b> <i>/ Non - Starred Hotels</i>	<b>&lt; 25 kamar</b> <i>rooms</i>	<b>25 - 40 kamar</b> <i>rooms</i>	<b>&gt; 40 kamar</b> <i>rooms</i>	<b>Total</b>
Jumlah Hotel	51	2	7	60
Jumlah Kamar	1,262	30	100	1,392
Jumlah Tempat Tidur	1,798	56	168	2,022

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Semarang, 2015: 11

Dari tabel 3 dan tabel 4 mengenai jumlah hotel, jumlah kamar dan jumlah tempat tidur pada Hotel non Bintang di kota Semarang menunjukkan terjadi kenaikan dari jumlah hotel di tahun 2014 sebanyak 52 hotel meningkat menjadi 60 hotel dengan persentase 15 persen, sedangkan jumlah kamar meningkat dari 1,222 kamar pada tahun 2014 meningkat menjadi 1,392 dengan persentase 14 persen. Jumlah tempat tidur untuk semua hotel pada tahun 2014 sebesar 1,826 tempat tidur meningkat menjadi 2,022 tempat tidur pada tahun 2015 dengan persentase 11 persen. Peningkatan kunjungan tamu baik jumlah hotel, jumlah kamar serta jumlah tempat tidur pada tahun 2014 dan 2015 menunjukkan kenaikan sehingga dapat dikatakan bahwa pariwisata di kota Semarang tumbuh. Melihat pertumbuhan jumlah hotel, jumlah kamar dan jumlah tempat tidur pada hotel berbintang di Kota Semarang dapat dilihat pada tabel 5 dan tabel 6.

Tabel 5. Jumlah Hotel, Jumlah Kamar dan Jumlah Tempat Tidur pada Hotel Berbintang di Kota Semarang, 2014

<b>Hotel Berbintang</b>	<b>Bintang 1</b>	<b>Bintang 2</b>	<b>Bintang 3</b>	<b>Bintang 4</b>	<b>Bintang 5</b>	<b>Total</b>
Jumlah Hotel	13	10	12	5	4	44
Jumlah Kamar	521	722	1,405	785	700	4,133
Jumlah Tempat Tidur	854	1,207	2,167	1,195	933	6,356

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Semarang, 2014: 14

Tabel 6. Jumlah Hotel, Jumlah Kamar dan Jumlah Tempat Tidur pada Hotel Berbintang di Kota Semarang, 2015

<b>Hotel Berbintang</b>	<b>Bintang 1</b>	<b>Bintang 2</b>	<b>Bintang 3</b>	<b>Bintang 4</b>	<b>Bintang 5</b>	<b>Total</b>
Jumlah Hotel	11	11	13	9	4	48
Jumlah Kamar	414	763	1,444	1,235	558	4,414
Jumlah Tempat Tidur	710	1,303	2,315	1,698	713	6,739

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Semarang, 2015: 14

Tabel 7. Jumlah Hotel, Jumlah Kamar dan Jumlah Tempat Tidur pada Hotel Berbintang di Kota Semarang, 2016

<b>Hotel Berbintang</b>	<b>Bintang 1</b>	<b>Bintang 2</b>	<b>Bintang 3</b>	<b>Bintang 4</b>	<b>Bintang 5</b>	<b>Total</b>
Jumlah Hotel	30	12	25	12	4	83
Jumlah Kamar	378	825	2,386	1,614	558	5,761
Jumlah Tempat Tidur	710	1,402	3,827	2,265	713	8,917

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Semarang, 2016: 13

Dari tabel 5, tabel 6 dan tabel 7 tentang jumlah hotel, jumlah kamar dan jumlah tempat tidur pada hotel berbintang di kota Semarang menunjukkan bahwa terjadi kenaikan jumlah hotel di tahun 2015 sebanyak 44 hotel meningkat menjadi 48 hotel berbintang dengan persentase kenaikan 18 persen, sedangkan pada tahun 2016 terjadi kenaikan sekitar 73 persen apabila dibandingkan dengan jumlah hotel tahun 2015. Jumlah kamar meningkat dari 4,133 kamar menjadi 4,414 kamar dengan persentase kenaikan 7 persen. Pada tahun 2016 terjadi kenaikan sebesar 31 persen apabila dibandingkan dengan jumlah kamar pada tahun 2015. Jumlah tempat tidur pada tahun 2014 sebanyak 6,356 tempat tidur menjadi 6,739 atau mengalami kenaikan sebesar 6 persen. Peningkatan jumlah tempat tidur tahun 2016 adalah 32 persen apabila dibandingkan dengan tahun 2015. Peningkatan kunjungan tamu pada hotel berbintang baik jumlah hotel, jumlah kamar, dan jumlah tempat tidur menunjukkan bahwa pariwisata di kota Semarang tumbuh.

## **KESIMPULAN**

Jalur gula sebagai potensi wisata budaya di Kota Semarang untuk menarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Jalur gula tidak lepas dari Oei Tiong Ham sebagai raja gula dari Semarang. Perdagangan gula dijadikan sebagai potensi wisata yang ada di kawasan kota lama Semarang dikarenakan bisnis ini mampu menggerakkan roda perekonomian di kota Semarang. Pemerintah kota Semarang telah mendaftarkan kawasan kota lama Semarang sebagai *World Heritage* ke UNESCO sebagai suatu kawasan yang mempunyai warisan budaya dunia. Jalur gula yang ditawarkan sebagai potensi wisata antara lain stasiun Tawang, Gereja Blenduk, Gedung Asuransi Jiwasraya, Gedung OTHC Semarang, Gedung Monod Diephuis and Co, Gedung Perkebunan XV, Gedung Mandiri Mpu Tantular, Menara Syahbandar serta Gedung PT PELNI. Adanya wisata budaya jalur gula di kota Semarang menumbuhkan kenaikan kunjungan tamu hotel. Rata-rata pertumbuhan hotel bintang dan non bintang Kota Semarang dalam kurun waktu 2014 sampai 2016 antara 18 persen sampai 72 persen setiap tahunnya. Wisata budaya jalur gula menunjang kenaikan kunjungan tamu hotel di Semarang.

## DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. 2014. *Statistik Perhotelan Kota Semarang: Badan Pusat Statistik*

Badan Pusat Statistik. 2015. *Statistik Perhotelan Kota Semarang: Badan Pusat Statistik*

Badan Pusat Statistik. 2016. *Statistik Perhotelan Kota Semarang: Badan Pusat Statistik*

Dirjen Kebudayaan. 2017. *Jalur Gula Kembang Peradaban Kota Lama Semarang*. Semarang. Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan

Liem, Tjwan Ling, 2013, *Oei Tiong Ham: Raja Gula dari Semarang*, Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.

Oka A. Yoeti. 2008. *Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya*. PT. Pradnya Paramita. Jakarta

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan  
<https://www.bps.go.id/index.php/>, diakses 19 November 2017

<http://www.peraturan.go.id/>, diakses 19 November 2017

<https://ahmadyani-airport.com/id/berita/index/>, diakses 21 November 2017

<http://www.majalahdermaga.co.id/post/301>, diakses 21 November 2017

<https://www.indonesia-investments.com/id>, diakses 21 November 2017

<http://semarangkota.go.id/portal/>, diakses 22 November 2017

<http://kemenpar.go.id/>, diakses 23 November 2017