



**PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP PENERAPAN PROGRAM SAPTA PESONA
PADA DAYA TARIK WISATA GRAND MAERAKACA SEMARANG**

Oleh

Artin Bayu Mukti¹, Wahyu Mafatikhul Aulia², Mira Anindita³

^{1,2,3}D3 Perhotelan, Fakultas Vokasi, Universtas Stikubank Semarang

e-mail: *¹bayu_fpar@edu.unisbank.ac.id, ²wahyumafatikhulaulia@edu.unisbank.ac.id,
³mira.anindita@edu.unisbank.ac.id

Abstrak

Sapta Pesona mulai sering digunakan dan dipromosikan sebagai persyaratan yang harus dipenuhi di setiap lokasi pariwisata masyarakat, baik yang bersifat buatan, alam, budaya, maupun kepentingan tertentu. Selain itu, penggunaan Sapta Pesona akan memikat wisatawan yang sedang berada di kawasan tersebut. Salah satunya adalah daya tarik wisata Grand Maerakaca yang berada di Kota Semarang. Penerapan Sapta Pesona dan sadar wisata sangat penting untuk pengembangan daya tarik wisata karena dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang perlunya menjadi tuan rumah yang baik. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana persepsi wisatawan terhadap penerapan program sapta pesona pada Daya Tarik Wisata Grand Maerakaca Semarang. Metode penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Sedangkan spesifikasi penelitiannya menggunakan kuantitatif. Adapun metode pengumpulan datanya menggunakan observasi, responden, kuesioner dan studi pustaka. Dan penyajian data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Berdasarkan penelitian dan hasil olah data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi wisatawan terhadap penerapan program sapta pesona pada daya tarik wisata Grand Maerakaca Semarang, sudah berjalan dengan baik terhadap pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada 7 (tujuh) unsur sapta pesona yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan.

Kata Kunci: Persepsi Wisatawan, Sapta Pesona, Daya Tarik Wisata

PENDAHULUAN

Industri Pariwisata secara perlahan mulai menggeliat kembali dan menunjukkan perkembangannya setelah 2,5 tahun dibatasi operasioannya karena wabah Pandemi COVID-19 (*Corona Virus Disease 2019*), dimana hampir seluruh aktivitas pariwisata terdampak terhadap wabah tersebut, apalagi dengan adanya himbauan dari pemerintah pusat tentang pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) semakin menambah terpuruk pariwisata di seluruh Indonesia. Namun seiring dengan menurunnya wabah pandemi COVID-19 dan sudah dicabutnya peraturan pemerintah tentang PPKM, membuat pengelola pariwisata mulai

giat kembali serta optimis jika pariwisata di Indonesia akan berkembang dan maju. Grand Maerakaca Semarang merupakan satu dari sekian tempat wisata di Kota Semarang. Wisata ini berlokasi di Jalan Puri Anjasmoro, Tawangsari Semarang Barat, Kota Semarang.

Di sana pengunjung dapat berswafoto sekaligus belajar macam-macam kebudayaan khas dari masing-masing anjungan. Di area Grand Maerakaca juga terdapat track mangrove dengan pemandangan mangrove dan air laut di sekelilingnya. Grand Maerakaca memiliki beragam fasilitas cukup memadai bagi pengunjung. Seperti masjid, toilet, hingga area parkir kendaraan cukup luas.



Sapta Pesona mulai sering digunakan dan dipromosikan sebagai persyaratan yang harus dipenuhi di setiap lokasi pariwisata masyarakat, baik yang bersifat buatan, alam, budaya, maupun kepentingan tertentu. Konsep Sapta Pesona dimaksudkan agar wisatawan merasa nyaman selama berkunjung sehingga memberikan dampak positif bagi setiap pengunjung.

Penerapan Sapta Pesona dan sadar wisata sangat penting untuk pengembangan daya tarik wisata karena dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang perlunya menjadi tuan rumah yang baik. Selain itu, penggunaan Sapta Pesona akan memikat wisatawan yang sedang berada di kawasan tersebut.

Dari masalah yang teridentifikasi di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi wisatawan terhadap penerapan program sapta pesona pada Daya Tarik Wisata Grand Maerakaca Semarang.

LANDASAN TEORI

Definisi Pariwisata

Menurut [1] pariwisata secara sederhana dapat didefinisikan sebagai perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat lain membuat rencana dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi dan mendapatkan hiburan sehingga keinginannya terpenuhi.

Menurut [2], pariwisata adalah segala jenis aktivitas wisata dan didukung dengan segala fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, maupun pemerintah daerah.

Definisi Pariwisata yang disampaikan, diperoleh kesimpulan bahwa pariwisata merupakan segala kegiatan yang berkaitan dengan perjalanan dengan tujuan rekreasi, melepas penat, mencari hiburan dan suasana baru yang dilakukan di suatu tempat tertentu sesuai keinginan, yakni diluar lingkungan daerah biasanya namun hanya sementara waktu saja. Dalam kegiatan wisata tersebut secara langsung tentunya telah disediakan berbagai

fasilitas, sarana dan prasarana yang dapat memenuhi kebutuhan dalam berwisata.

Industri Pariwisata

Industri pariwisata adalah sekelompok bidang usaha yang menghasilkan berbagai barang dan jasa yang diperlukan oleh para pelaku perjalanan wisata. Industri mencakup berbagai aktivitas yang bersifat produktif dan bernilai ekonomi, sehingga pariwisata termasuk dalam golongan kegiatan industri. Dalam industri pariwisata tentunya banyak ditemui segala aktivitas usaha pariwisata adalah usaha yang menggunakan penyediaan barang dan jasa sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan penyelenggara perjalanan wisata [3].

Industri pariwisata sesungguhnya memiliki cakupan yang sangat luas, karena jika pariwisata pada suatu daerah mengalami perkembangan, maka berbagai kegiatan dan kepentingan lain akan mengikuti baik di hilir dan sektor hulu, sehingga pariwisata memiliki sifat efek berganda (multiplier effect), di sinilah keunggulan dan keunikan dari kegiatan pariwisata yang berinteraksi pada beragam sektor ekonomi dan bisnis. Sektor-sektor perekonomian yang bergerak pada sektor pariwisata jika pariwisata sudah berkembang, seperti sektor pertanian (subsektor pangan, perkebunan, perikanan, dan peternakan, bahkan subsektor kehutanan), sektor perindustrian terutama kerajinan, industri rumah tangga dan ekonomi kreatif, dan pembangunan infrastruktur [4].

Berdasarkan definisi di atas maka dapat diringkas tentang pengertian industri pariwisata dari definisi di atas yaitu sekelompok bidang usaha yang menghasilkan berbagai barang dan jasa diperlukan oleh para pelaku perjalanan wisata yang memiliki cakupan yang sangat luas, karena jika pariwisata pada suatu daerah mengalami perkembangan, maka berbagai kegiatan dan kepentingan lain akan mengikuti baik di hilir dan sektor hulu, sehingga pariwisata memiliki sifat efek berganda (multiplier effect), di sinilah keunggulan dan



keunikan dari kegiatan pariwisata yang berinteraksi pada beragam sektor ekonomi dan bisnis.

Daya Tarik Wisata

Menurut [5] daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual ke pasar wisata. Menurut [6] daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang beranekaragam kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan wisatawan.

Menurut [7] daya tarik wisata adalah fokus utama penggerak pariwisata di sebuah destinasi. Menurut [8] memaparkan bahwa daya tarik wisata merupakan fokus utama penggerak pariwisata di sebuah destinasi.

Berdasarkan uraian diatas menyatakan bahwa Daya Tarik adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dinikmati dan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, serta nilai yang beranekaragam kekayaan alam serta sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat.

Persepsi Wisatawan

Istilah persepsi biasanya digunakan untuk mengungkapkan tentang pengalaman terhadap suatu benda ataupun suatu kejadian yang dialami. Secara etimologis, persepsi atau dalam bahasa Inggris *perception* berasal dari bahasa Latin *perceptio*, dari *percipere*, yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus inderawi (*sensory stimuli*) menurut [9]. Selanjutnya menurut [10] persepsi adalah proses pemahaman atau pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus. Stimulus didapat dari proses penginderaan terhadap objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak. Demikian pula menurut [11] persepsi ini didefinisikan sebagai proses yang

menggabungkan dan mengorganisir data-data indra kita (penginderaan) untuk dikembangkan sedemikian rupa sehingga kita dapat menyadari di sekeliling kita, termasuk sadar akan diri kita sendiri.

Dari beberapa pengertian persepsi di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah tindakan penilaian dalam pemikiran seseorang setelah menerima stimulus dari apa yang dirasakan oleh pancaindranya. Stimulus tersebut kemudian berkembang menjadi suatu pemikiran yang akhirnya membuat seseorang memiliki suatu pandangan terkait suatu kasus atau kejadian yang tengah terjadi.

Menurut [12] wisatawan merupakan individu atau kelompok individu yang merencanakan kemampuan daya beli yang dimilikinya untuk melakukan perjalanan dengan tujuan rekreasi dan liburan. Sedangkan menurut [13] wisatawan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari dunia pariwisata. Wisatawan sangat beragam, tua-muda, miskin-kaya, asing nusantara, semuanya mempunyai keinginan dan juga harapan yang berbeda. Jika ditinjau dari arti kata “wisatawan” yang berasal dari kata “wisata” dari bahasa Sansekerta yang berarti “perjalanan”, maka wisatawan sama artinya dengan kata “traveler” untuk menyatakan orang dengan profesinya, keahliannya, keadaannya jabatannya dan kedudukan seseorang.

Semakin mendapat persepsi yang baik dari wisatawan akan produk wisata yang tersedia, maka akan dapat menarik wisatawan untuk datang ke objek wisata [14]. Persepsi wisatawan terhadap daerah tujuan wisata akan berpengaruh kepada image objek wisata, promosi dan sebagai sumber informasi bagi wisatawan baru, yang akan mengunjungi daerah tujuan wisata yang sama [15]

Sapta Pesona

Menurut [16] ada 7 unsur-unsur sapta pesona yang diuraikan sebagai berikut:

1. Aman, merupakan suatu kondisi atau keadaan yang memberikan suasana tenang dan rasa tenteram bagi wisatawan.



-
- 1) Aman juga berarti bebas dari rasa takut dan khawatir akan keselamatan jiwa, raga dan harta miliknya (barang bawaan dan yang melekat pada tubuhnya).
 - 2) Aman dari ancaman, gangguan dan tindakan kekerasan atau kejahatan (penodongan, perampokan, pemerasan dan penipuan).
 - 3) Aman juga termasuk juga penggunaan sarana dan prasarana serta fasilitas yang terpelihara dengan baik.
2. Tertib, merupakan suatu kondisi atau keadaan yang mencerminkan suasana tertib dan teratur serta disiplin dalam semua kehidupan masyarakat. Keadaan atau suasana tertib menghadapi wisatawan lebih ditujukan pada:
- 1) Tertib dari segi peraturan dimana wisatawan akan mendapatkan suasana pelaksanaan peraturan yang konsisten dan seragam di mana saja.
 - 2) Tertib dari segi waktu dimana wisatawan akan menemukan segala sesuatu yang pasti waktunya sesuai dengan jadwal.
 - 3) Tertib dari segi mutu pelayanan dimana wisatawan akan mendapatkan mutu pelayanan yang bermutu tinggi.
 - 4) Tertib dari segi informasi dimana wisatawan selalu dengan mudah mendapatkan informasi yang akurat dan bahasa yang dapat dimengerti.
3. Bersih, merupakan suatu kondisi atau keadaan yang menampilkan sifat bersih dan sehat (*higienis*). Keadaan bersih harus selalu tercermin pada lingkungan dan sarana pariwisata yang bersih dan rapi, penggunaan alat perlengkapan yang selalu terawat baik, bersih dan bebas dari bakteri atau hama penyakit, makanan dan minuman yang sehat, serta penampilan petugas pelayanan yang bersih baik fisik maupun pakaian.
- 1) Bersih dari segi lingkungan dimana wisatawan akan menemukan lingkungan yang bersih dan bebas dari sampah limbah, pencemaran limbah, pencemaran maupun kotoran lainnya.
 - 2) Bersih dari segi bahan dimana wisatawan mendapatkan bahan yang bersih baik makanan, minuman, maupun bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyajiannya.
4. Sejuk, merupakan suatu kondisi atau keadaan lingkungan yang memberikan suasana segar dan nyaman. Kondisi lingkungan tercipta dengan upaya menciptakan suasana penataan lingkungan, pertamanan, penghijauan pada jalur wisata. Dalam ruangan kesejukan dapat diciptakan melalui penataan dan penyediaan pot-pot tanaman serta bahkan mungkin membuat taman.
5. Indah, merupakan suatu kondisi atau keadaan yang mencerminkan penataan yang teratur, tertib dan serasi, sehingga memancarkan keindahan. Indah dari segi alam dimana wisatawan akan mendapatkan lingkungan yang indah yang dikarenakan pemeliharaan dan pelestarian yang teratur dan terus-menerus.
6. Ramah-tamah, adalah sifat dan perilaku masyarakat yang akrab dalam pergaulan hormat dan sopan dalam berkomunikasi, suka senyum, suka menyapa, suka memberi pelayanan dan ringan kaki untuk membantu tanpa pamrih, baik yang diberikan oleh petugas atau aparat, unsur pemerintahan maupun usaha pariwisata yang secara langsung melayaninya.
7. Kenangan, dalam pengertian kenangan tercakup di dalamnya adalah:
- 1) Kenangan dari segi akomodasi yang nyaman, dimana wisatawan selama menginap akan mendapatkan kenyamanan baik dari segi lingkungan, pelayanan kamar, pelayanan makan dan minum maupun pelayanan lainnya.
 - 2) Kenangan dari segi atraksi budaya yang mempesona dimana wisatawan akan mendapatkan suatu kenangan akan budaya yang mempesona, baik segi variasi, mutu dan kontinuitas maupun waktu yang tepat.
-



- 3) Kenangan dari segi makanan khas daerah yang lezat dimana wisatawan akan mendapatkan sesuatu kenangan dari makanan khas daerah yang lezat rasanya, higienis, bervariasi dan menarik dalam penyajiannya.
- 4) Kenangan dari segi cendramata yang mungil, bermutu, menawan dan harga yang wajar.

Menurut [17] pada buku pedoman ini, setiap unsur sapta pesona didefinisikan sebagai berikut:

1. Aman. Suatu kondisi lingkungan di destinasi pariwisata yang memberikan rasa tenang, bebas dari rasa takut dan kecemasan bagi wisatawan.
2. Tertib. Suatu kondisi lingkungan dan pelayanan di destinasi pariwisata yang mencerminkan sikap disiplin yang tinggi serta kualitas fisik dan layanan yang konsisten dan teratur serta efisien.
3. Bersih. Suatu kondisi lingkungan serta kualitas produk dan pelayanan di destinasi pariwisata yang mencerminkan keadaan yang sehat/higienis.
4. Sejuk. Suatu kondisi lingkungan di destinasi pariwisata yang mencerminkan keadaan yang sejuk dan teduh yang akan memberikan perasaan nyaman dan “betah” bagi wisatawan.
5. Indah. Suatu kondisi lingkungan di destinasi pariwisata yang mencerminkan keadaan yang indah dan menarik yang akan memberikan rasa kagum dan kesan yang mendalam bagi wisatawan.
6. Ramah. Suatu kondisi lingkungan yang bersumber dari sikap masyarakat di destinasi pariwisata yang mencerminkan suasana yang akrab, terbuka dan penerimaan yang tinggi kepada wisatawan.
7. Kenangan. Suatu bentuk pengalaman yang berkesan di destinasi pariwisata yang akan memberikan rasa senang dan kenangan indah yang membekas bagi wisatawan.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada objek wisata Grand Maerakaca Semarang yang berlokasi di Jl. Puri Anjasmoro, Tawang Sari, Kec. Semarang Barat, Kota Semarang, Jawa Tengah 50114

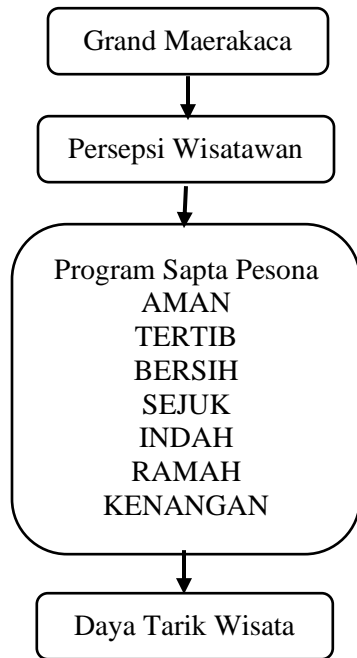
Metode dan Desain Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal-hal lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian [18].

Penelitian deskriptif adalah sebuah penelitian yang lebih luas dalam penggunaan data-datanya. Luas di sini lebih condong pada analisis yang panjang dari ujung awal sampai akhir penyelesaian dalam metode penelitian deskriptif inilah menyebabkan seseorang harus memiliki komitmen yang kuat dari teori sampai ketika terjun dilapangan.

Menurut [19] Kuantitatif merupakan metode penelitian menggunakan proses data-data yang berupa angka sebagai alat menganalisis dan melakukan kajian penelitian, terutama mengenai apa yang sudah diteliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, yaitu pendekatan secara kuantitatif yang digunakan dan bertujuan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan peristiwa atau suatu kejadian yang terjadi pada saat sekarang dalam bentuk angka-angka yang bermakna.

Sedangkan spesifikasi penelitiannya menggunakan kuantitatif. Menurut [20] penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan *instrument* penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. Adapun desain penelitian ini adalah sebagai berikut.



Bagan 1. Alur Desain Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek yang akan diteliti, maka populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung atau datang ke daya tarik wisata Grand Maerakaca Semarang. Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang akan digunakan dalam pengambilan data. Selanjutnya data yang diperoleh dari kuesioner dibuat dan disesuaikan dengan judulnya serta indikator-indikator yang menjadi permasalahan dan kemudian disebarikan kepada wisatawan atau pengunjung Grand Maerakaca Semarang yang diambil secara acak selama periode bulan September sampai dengan Oktober 2023. Adapun besarnya sampel yang akan diambil menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Di mana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persentase kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir.

Pada penelitian ini tingkat kepercayaannya adalah 95%, artinya bahwa 95% hasil penelitian benar dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Dalam penelitian ini jumlah kuesioner yang disebarikan sebanyak 100 lembar dan yang dinyatakan valid sebanyak 57 lembar yang peneliti sebarikan pada wisatawan atau pengunjung Grand Maerakaca Semarang.

Adapun sampelnya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{57}{1 + (57 * (0,05 * 0,05))}$$

$$n = \frac{57}{1 + (57 * 0,0025)}$$

$$n = \frac{57}{1 + 0,143}$$

$$n = \frac{57}{1,143}$$

$n = 49,9$ dibulatkan menjadi 50 responden/wisatawan/pengunjung.

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer yang didapat penulis yaitu berupa kuesioner yang dibagikan kepada responden, dan responden memberikan hasil penilaian dengan menjawab beberapa pertanyaan yang diajukan oleh peneliti di dalam kuesioner yang dibagikan oleh penulis yang berhubungan dengan Persepsi Wisatawan terhadap Penerapan Program Sapta Pesona pada Daya Tarik Wisata Grand Maerakaca Semarang.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh melalui media studi pustaka dan



studi dokumentasi, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan datanya adalah sebagai berikut:

1. Observasi (Pengamatan)

Salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui atau menyelidiki tingkah laku non-verbal yakni dengan menggunakan teknik observasi. Menurut [20] observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya tentang Persepsi Wisatawan terhadap Penerapan Program Sapta Pesona pada Daya Tarik Wisata Grand Maerakaca Semarang

2. Responden

Menurut [18] responden adalah orang-orang yang merespon atau menjawab pertanyaan penelitian baik pertanyaan tertulis maupun lisan. Peneliti membutuhkan responden untuk dapat menjawab pertanyaan mengenai Persepsi Wisatawan terhadap Penerapan Program Sapta Pesona pada Daya Tarik Wisata Grand Maerakaca Semarang.

3. Kuesioner

Menurut [20] kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Untuk memperoleh data dalam mendukung penelitian ini peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden mengenai Persepsi Wisatawan terhadap Penerapan Program Sapta Pesona pada Daya Tarik Wisata Grand Maerakaca Semarang.

4. Studi Kepustakaan

Studi pustaka atau studi kepustakaan adalah suatu kajian teoritis, referensi dan literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai, dan juga norma yang berkembang di situasi sosial yang sedang diteliti [20]. Dalam hal ini penulis mencari referensi dari buku dan jurnal tentang persepsi wisatawan dan sapta pesona terhadap daya tarik wisata Grand Maerakaca Semarang.

Metode Penyajian dan Analisis Data

Penyajian data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan tabel. Menurut [20], metode deskriptif adalah suatu metode yang menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Dengan penyajian data ini penulis ingin memberikan gambaran yang sistematis hasil dari penelitian yang dapat mudah dimengerti. Peneliti memperoleh data dari wisatawan yang datang ke Grand Maerakaca, dengan melakukan penyebaran kuesioner mengenai persepsi wisatawan dan sapta pesona terhadap daya tarik wisata Grand Maerakaca Semarang.

Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Teknik analisis data kuantitatif menurut [20] merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden (populasi/sampel) terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Analisis data adalah proses pengolahan data untuk tujuan menemukan informasi yang



berguna yang dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk memecahkan suatu masalah. Proses analisis ini meliputi kegiatan pengelompokan data berdasarkan karakteristiknya, pembersihan data, transformasi data, pembuatan model data hingga mencari informasi penting dari data tersebut. Adapun yang termasuk data pada penelitian meliputi:

1. Deskripsi Responden

Deskripsi responden adalah gambaran umum mengenai identitas pelanggan yang telah membantu peneliti dalam melakukan penelitian ini dengan cara menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diberikan peneliti melalui kuesioner. Kuesioner ini inilah yang nantinya akan di analisis datanya. Adapun responden dalam hal ini adalah wisatawan atau pengunjung yang datang ke Grand Maerakaca.yaitu September sampai Oktober 2023.

Namun demikian sebelum dilakukan analisis data dan pembahasan masalah lebih lanjut, terlebih dahulu akan peneliti sajikan tentang deskripsi dari penelitian ini. Penelitian tentang Persepsi Wisatawan terhadap Penerapan Program Sapta Pesona pada Daya Tarik Wisata Grand Maerakaca Semarang ini mengambil sampel 50 responden atau wisawatan yang berkenan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner.

Tabel 1. Identitas Responden

No	Identitas Responden	Jml	Persen
1	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	30	60,0
	Perempuan	20	40,0
2	Status Pernikahan		
	Belum Menikah	26	52,0
	Menikah	24	48,0
3	Umur		
	16-20 Tahun	9	18,0
	21-25 Tahun	16	32,0
	26-30 Tahun	15	30,0

	31-35 Tahun	4	8,0
	36-40 Tahun	2	4,0
	41 Tahun ke atas	4	8,0
4	Pendidikan		
	SMP	0	0,0
	SMK/SMK	6	12,0
	Diploma	12	24,0
	Sarjana	25	50,0
	Pascasarjana	7	14,0
5	Pekerjaan		
	Pelajar	3	6,0
	Mahasiswa	14	28,0
	PNS/ASN	14	28,0
	Karyawan Swasta	19	38,0
	Pensiunan	0	0,0
6	Frekwensi Kunjungan		
	1 kali	24	48,0
	2 kali	21	42,0
	3 kali	4	8,0
	Lebih dari 3 kali	1	2,0
5	Lama di DTW		
	Kurang dari 1 jam	1	2,0
	1 – 2 Jam	34	68,0
	3 – 4 Jam	15	30,0
	Lebih dari 4 Jam	0	0,0

Sumber: data kuesioner yang diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 1 di atas diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih banyak yaitu 30 responden, untuk status pernikahan yang paling banyak adalah belum menikah sebanyak 26 responden, untuk umur responden yang banyak pada rentang umur 21-25 tahun sebanyak 16 responden, disusul oleh rentang umur 26-30 tahun sebanyak 15 responden, sedangkan responden dengan pendidikan yang paling banyak adalah berpendidikan sarjana berjumlah 25 responden, untuk responden dengan pekerjaan karyawan swasta yang lebih dominan yaitu sebesar 19 responden, sedangkan untuk frekwensi kunjungan terlama paling banyak adalah 1 kali sebanyak 24 responden dan dilanjutkan dengan sebanyak 2 kali berjumlah 21 responden. Dan untuk lama berada di DTW paling lama yaitu rentang 1-2 jam berjumlah 34 responden.



2. Variabel Sapta Pesona

Variabel penelitian adalah karakter, atribut atau segala sesuatu yang terbentuk, atau yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian sehingga mempunyai variasi antara satu objek yang satu dengan objek yang lain dalam satu kelompok tertentu kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel penelitian yang akan dideskripsikan disini adalah terkait dengan Persepsi Wisatawan terhadap Penerapan Program Sapta Pesona pada Daya Tarik Wisata Grand Maerakaca Semarang, yang terdiri dari Aman, Tertib, Bersih, Sejuk, Indah, Ramah dan Kenangan tersaji pada tabel 2 sampai tabel 8 berikut ini.

Tabel 2 Variabel Sapta Pesona Aman

Skala	Kriteria	Jml	Persen
Pos Pengamanan			
1	Sangat Tidak Setuju	1	2,0
2	Tidak Setuju	1	2,0
3	Kurang Setuju	6	12,0
4	Setuju	28	56,0
5	Sangat Setuju	14	28,1
Ancaman Kejahatan dan Kekerasan			
2	Tidak Setuju	1	2,0
3	Kurang Setuju	5	10,0
4	Setuju	28	56,0
5	Sangat Setuju	16	32,0
Sarana dan Prasarana			
3	Kurang Setuju	5	10,0
4	Setuju	24	48,0
5	Sangat Setuju	21	42,0

Sumber: data kuesioner yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2 di atas, maka dapat diuraikan bahwa persepsi wisatawan terhadap penerapan program sapta pesona unsur aman pada daya tarik wisata Grand Maerakaca Semarang, dominan menyatakan setuju dan ada pula yang menyatakan sangat setuju

Tabel 3 Variabel Sapta Pesona Tertib

Skala	Kriteria	Jml	Persen
Teratur dan Tertib			
3	Kurang Setuju	6	12,0
4	Setuju	25	50,0

5	Sangat Setuju	19	38,0
Pengunjung sangat tertib			
3	Kurang Setuju	7	14,0
4	Setuju	22	44,0
5	Sangat Setuju	21	42,0
Pelayanan dan Petugas			
3	Kurang Setuju	5	10,0
4	Setuju	22	44,0
5	Sangat Setuju	23	46,0

Sumber: data kuesioner yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3 di atas, maka dapat diuraikan bahwa persepsi wisatawan terhadap penerapan program sapta pesona unsur tertib pada daya tarik wisata Grand Maerakaca Semarang, dominan menyatakan setuju dan ada pula yang menyatakan sangat setuju

Tabel 4 Variabel Sapta Pesona Bersih

Skala	Kriteria	Jml	Persen
Bersih dan Bebas dari Sampah			
2	Tidak Setuju	1	2,0
3	Kurang Setuju	5	10,0
4	Setuju	31	62,0
5	Sangat Setuju	13	26,0
Makanan dan Minuman			
1	Sangat Tidak Setuju	2	4,0
2	Tidak Setuju	2	4,0
3	Kurang Setuju	9	18,0
4	Setuju	24	48,0
5	Sangat Setuju	13	26,0
Fasilitas Bersih			
2	Tidak Setuju	2	4,0
3	Kurang Setuju	8	16,0
4	Setuju	24	48,0
5	Sangat Setuju	16	32,0

Sumber: data kuesioner yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4 di atas, maka dapat diuraikan bahwa persepsi wisatawan terhadap penerapan program sapta pesona unsur bersih pada daya tarik wisata Grand Maerakaca Semarang, dominan menyatakan setuju.

Tabel 5 Variabel Sapta Pesona Sejuk

Skala	Kriteria	Jml	Persen
Suasana Sejuk			



2	Tidak Setuju	2	4,0
3	Kurang Setuju	9	18,0
4	Setuju	26	52,0
5	Sangat Setuju	13	26,0
Penataan Tanaman			
3	Kurang Setuju	10	20,0
4	Setuju	23	46,0
5	Sangat Setuju	17	34,0

Sumber: data kuesioner yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 5 di atas, maka dapat diuraikan bahwa persepsi wisatawan terhadap penerapan program sapta pesona unsur sejuk pada daya tarik wisata Grand Maerakaca Semarang, dominan menyatakan setuju.

Tabel 6. Variabel Sapta Pesona Indah

Skala	Kriteria	Jml	Persen
Keaslian Atraksi Alam			
3	Kurang Setuju	13	26,0
4	Setuju	25	50,0
5	Sangat Setuju	12	24,0
Penataan Taman Hias			
3	Kurang Setuju	12	24,0
4	Setuju	23	50,0
5	Sangat Setuju	13	26,0

Sumber: data kuesioner yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 6 di atas, maka dapat diuraikan bahwa persepsi wisatawan terhadap penerapan program sapta pesona unsur indah pada daya tarik wisata Grand Maerakaca Semarang, dominan menyatakan setuju.

Tabel 7. Variabel Sapta Pesona Ramah

Skala	Kriteria	Jml	Persen
Pengunjung Tidak Merasa Cemas			
3	Kurang Setuju	7	14,0
4	Setuju	25	50,0
5	Sangat Setuju	18	36,0

Pengunjung Nyaman dgn Keramah tamahan			
3	Kurang Setuju	9	18,0
4	Setuju	26	52,0
5	Sangat Setuju	15	30,0
Pertugas Informasi Ramah dan Santun			

3	Kurang Setuju	4	8,0
4	Setuju	26	52,0
5	Sangat Setuju	20	40,0

Sumber: data kuesioner yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 7 di atas, maka dapat diuraikan bahwa persepsi wisatawan terhadap penerapan program sapta pesona unsur ramah pada daya tarik wisata Grand Maerakaca Semarang, dominan menyatakan setuju.

Tabel 8. Variabel Sapta Pesona Kenangan

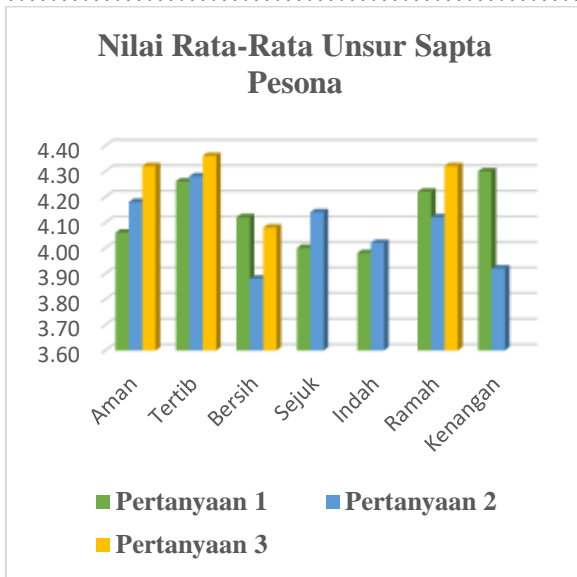
Skala	Kriteria	Jml	Persen
Kenangan yang Baik bagi Pengunjung			
3	Kurang Setuju	4	8,0
4	Setuju	27	54,0
5	Sangat Setuju	19	38,0
Souvenir Khas			
2	Tidak Setuju	4	8,0
3	Kurang Setuju	10	20,0
4	Setuju	22	44,0
5	Sangat Setuju	14	28,0

Sumber: data kuesioner yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 8 di atas, maka dapat diuraikan bahwa persepsi wisatawan terhadap penerapan program sapta pesona unsur kenangan pada daya tarik wisata Grand Maerakaca Semarang, dominan menyatakan setuju.

Pembahasan

Hasil pembahasan dari olah data terhadap kuesioner yang telah diperoleh dan valid sebanyak 50 responden di Daya Tarik Wisata Grand Maerakaca Semarang, diperoleh hasil dalam bentuk diagram, sebagai berikut.



Gambar 1. Nilai Rata-Rata Unsur Sapta Pesona

Berdasarkan diagram 4.1 di atas, terlihat bahwa dari hasil jawaban rata-rata menunjukkan bahwa persepsi wisatawan terhadap penerapan program sapta pesona pada Daya Tarik Wisata Grand Maerakaca Semarang dominan memiliki nilai rata-rata 4 (empat) yang menunjukkan bahwa responden setuju dengan penerapan program sapta pesona pada Grand Maerakaca Semarang. Akan tetapi, masih terdapat 2 (dua) unsur sapta pesona yang masih harus diperbaiki atau ditingkatkan, yaitu untuk pertanyaan makanan dan minuman yang ditawarkan sudah bersih sehingga pengunjung tidak khawatir untuk mengkonsumsinya pada unsur sapta pesona bersih yang memiliki nilai rata-rata 3 dan pertanyaan pengunjung dapat membeli souvenir khas Kota Semarang atau Jawa Tengah dalam objek wisata yang juga memiliki nilai rata-rata 3, yang artinya dari 2 (dua) pertanyaan tersebut responden menyatakan kurang setuju.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan hasil olah data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi wisatawan terhadap penerapan program sapta pesona pada

daya tarik wisata Grand Maerakaca Semarang, sudah berjalan dengan baik terhadap pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada 7 (tujuh) unsur sapta pesona yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan. dan masih ada pertanyaan dalam unsur bersih, indah, dan kenangan yang kurang berjalan dengan baik. Pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada unsur-unsur sapta pesona yang telah berjalan dengan baik diantaranya yaitu:

1. Aman, maksudnya adalah terdapat pos pengamanan yang siap memantau rutinitas pengunjung merasa aman dari ancaman kejahatan, kekerasan seperti kecopetan, pemerasan dan penipuan disamping itu pengunjung merasa aman menggunakan sarana dan prasarana di dalam Daya Tarik Wisata Grand Maerakaca Semarang.
2. Tertib, maksudnya adalah area parkir telah teratur dan tertib, pengunjung yang datang sangat tertib saat menggunakan sarana dan prasarana serta pelayanan dan petugas kebersihan dan keamanan sangat tertib sehingga pengunjung merasa aman berada dalam Daya Tarik Wisata Grand Maerakaca Semarang.
3. Bersih maksudnya adalah lingkungan bersih, bebas dari sampah dan kotoran lainnya yang membuat pengunjung merasa nyaman dan fasilitas yang ada sudah bersih sehingga pengunjung nyaman menggunakannya saat berada di Daya Tarik Wisata Grand Maerakaca Semarang. Adapun pertanyaan dari unsur bersih yang kurang berjalan dengan baik di dalam daya tarik wisata pada Grand Maerakaca Semarang adalah makanan dan minuman yang ditawarkan sudah bersih sehingga pengunjung tidak khawatir untuk mengkonsumsinya, responden menyatakan kurang setuju.
4. Sejuk maksudnya karena terdapat pepohonan yang sudah tertata bagus sehingga menciptakan suasana yang sejuk dan penataan tanaman yang rapi membuat pengunjung merasa kesejukan yang ada di



Daya Tarik Wisata Grand Maerakaca Semarang.

5. Indah maksudnya penataan berbagai taman hias dapat dinikmati oleh pengunjung dan menjadikan Daya Tarik Wisata Grand Maerakaca Semarang menjadi lebih indah. Adapun pertanyaan dari unsur indah yang kurang berjalan dengan baik di dalam daya tarik wisata pada Grand Maerakaca Semarang adalah pengunjung dapat melihat atraksi alam yang indah, responden menyatakan kurang setuju.
6. Ramah maksudnya petugas keamanan ramah, sehingga pengunjung tidak merasa cemas, pengunjung pun nyaman dengan keramahamahaman masyarakat sekitar serta petugas informasi santun dalam memberikan informasi sehingga pengunjung tidak merasa terganggu selama berada di Daya Tarik Wisata Grand Maerakaca Semarang.
7. Kenangan maksudnya adalah pengunjung dapat melihat keindahan di Daya Tarik Wisata Grand Maerakaca Semarang, sehingga dapat memberikan kenangan yang baik dan mendalam. Adapun pertanyaan dari unsur kenangan yang kurang berjalan dengan baik di dalam daya tarik wisata pada Grand Maerakaca Semarang adalah pengunjung dapat membeli souvenir khas Kota Semarang atau Jawa Tengah dalam objek wisata, responden menyatakan kurang setuju.

Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan terkait dengan Persepsi Wisatawan terhadap Program Penerapan Sapta Pesona pada Daya Tarik Wisata Grand Maerakaca Semarang, adalah sebagai berikut:

1. Perlu adanya perhatian yang lebih dan mendalam terhadap jawaban-jawaban responden yang masih kurang setuju terhadap beberapa unsur dari Sapta Pesona yaitu Besih, Indah, dan Kenangan.
2. Masih perlu perbaikan terhadap pertanyaan-pertanyaan yang mungkin justru akan merugikan pengelola Grand Maerakaca

Semarang maupun pengunjung yang datang, seperti pertanyaan pengunjung dapat melihat atraksi alam yang seperti apa maksudnya, atau mungkin pertanyaan terkait dengan makanan dan minuman yang ditawarkan sudah bersih sehingga pengunjung tidak khawatir untuk mengkonsumsinya, karena pengunjung terkadang membawa makanan dan minumannya sendiri, dan atau pertanyaan tentang ketersediaan souvenir khas Kota Semarang atau Jawa Tengah dalam objek wisata, apakah memang tersedia atau belum, khususnya souvenir Jawa Tengah

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Prayogo, Rangga Restu. (2018). *Perkembangan Pariwisata Dalam Perspektif Pemasaran*. PT Lontar Digital Asia: Bitread Publishing.
- [2] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata
- [3] Rulloh, Nasir. 2017. "Pengaruh Kunjungan Wisata Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Sekitar Objek Wisata Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam" (Bandar Lampung).
- [4] Arjana, I Gusti Bagus. (2016). *Geografi Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Rajawali Press.
- [5] Zaenuri, Muchamad. 2012. *Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah: Konsep dan Aplikasi*. Jogjakarta: e-Gov Publishing dalam Aprilia dkk (2017). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* | Vol. 51 No. 2 Oktober 2017
- [6] Dephut. 2003 dama Wiratini et al. 2018. Dalam Marpaung, B. (2019). *Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Keselamatan dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang*



- Wisatawan. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 1(Nomor 2), 144–156
- [7] Ismayanti. 2010. Dalam Apriyanti, (2020). Pengaruh Pengembangan Pariwisata Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi. UIN Raden Intan Lampung.
- [8] Lopian, Stephany Dkk. 2015. Pengaruh Adversiting dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Obyek Wisata Pantai Firdaus Di Kabupaten Minahasa Utara, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Manajemen, Universitas Sam Ratulangi Manado*.
- [9] Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), h.50.
- [10] Sumanto, *Psikologi Umum*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), h. 52.
- [11] Abdul Rahman Saleh, *Psikologi: Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 110.
- [12] Tunjungsari, K. R. (2018). Karakteristik dan Persepsi Wisatawan Mancanegara di Kawasan Sanur dan Canggu, Bali. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 2(2), 108. <https://doi.org/10.22146/jpt.43178>
- [13] Tourismeconomic. (2012). Wisata , Pariwisata, Wisatawan, Kepariwisata & Unsur-unsur Pariwisata. Retrieved from tourismeconomic.wordpress.com website: <https://tourismeconomic.wordpress.com/2012/10/29/wisata-pariwisata-wisatawan-kepariwisataan-unsur-unsur-pariwisata/>
- [14] Anggela, M. M., Karini, N. M. O , & Wijaya, N. M. S. 2017. Persepsi dan Motivasi Wisatawan yang Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Jembong Di Kabupaten Buleleng. *Jurnal IPTA*, 5(2): 76–91
- [15] Suwena, I Ketut & Widyatama, I. G. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- [16] Muljadi. A.J. 2009 *Kepariwisata dan Perjalanan*. Penerbit: PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- [17] *Pedoman Kelompok Sadar Wisata Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. 2012. Jakart: Persada
- [18] Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian, Suatu Praktek*. Jakarta: Bina Aksara
- [19] Kasiram, Mohammad. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*. Malang: UIN Malang Press.
- [20] Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN