

**SKRIPSI**  
**PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA**  
**GRAND MAERAKACA KOTA SEMARANG**



**OLEH**  
**ROFHIQ CANDRA SAPUTRA**  
**NIM 517100711**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**  
**YOGYAKARTA**  
**2021**

**SKRIPSI**  
**PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA**  
**GRAND MAERAKACA KOTA SEMARANG**



**OLEH**  
**ROFHIQ CANDRA SAPUTRA**  
**NIM 517100711**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**  
**YOGYAKARTA**  
**2021**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA**  
**GRAND MAERAKACA DI KOTA SEMARANG**



**OLEH :**

**ROFHIQ CANDRA SAPUTRA**

**NIM. 517100711**

**Telah disetujui oleh**

**Pembimbing I**

**Drs. Budi Hermawan, M.M**

**NIDN. 0523026601**

**Pembimbing II**

**Fian Damasino, S.IP.,M.Sc**

**NIDN. 0525098901**

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan**

**Arif Dwi Saputra, S.S., M.M**


**NIDN. 0525047001**


**BERITA ACARA UJIAN**  
**PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA**  
**GRAND MAERAKACA DI KOTA SEMARANG**


**OLEH :**  
**ROFHIQ CANDRA SAPUTRA**  
**NIM. 517100711**

**Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji**  
**Dan Dinyatakan LULUS**  
**Pada Tanggal 27 Desember 2021**

**Tim Penguji :**

**Penguji utama : Hary Hermawan, S.Par., M.M** (  )  
**NIDN. 0530099002**

**Pembimbing I : Drs. Budi Hermawan, M.M** (  )  
**NIDN. 0523026601**

**Pembimbing II : Fian Damasdino, SIP., M.Sc** (  )  
**NIDN. 0525098901**

**Mengetahui**  
**Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**



**Drs. Prihatno, M.M**  
**NIDN. 0526125901**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rofhiq Candra Saputra  
NIM : 517100711  
Program Studi : Jenjang Strata I Pariwisata  
Judul : Persepsi Wisatawan Terhadap Produk Wisata Grand  
Di Kota Semarang

Dengan ini menyatakan bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi dan pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang pernah ditulis dan diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis terdapat dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 4 Januari 2022



Rofhiq Candra Saputra

## **MOTTO**

“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang sabar.”

(QS. Al-Baqarah: 153)

“Tujuan hidup kita adalah beribadah kepada Allah.” (Alvin Syahrin)

*“Allah Maha Penyayang, Allah Maha Pemurah, Allah Maha Pemberi Pentunjuk.”*

(Ibunda Penulis)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Orang tua dan keluarga penulis, yaitu Bapak dan Ibu yang senantiasa memberikan doa, dukungan dan bantuan yang tiada henti selama perkuliahan hingga skripsi ini selesai.
2. Sahabat-sahabat saya, yaitu Maasyitta, Sekha, Mada, dan Feriska yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama ini.
3. Teman-teman sepermainan penulis, Pungki, Narwestri, Indri dan Pingkan yang selalu mendukung dan menghibur penulis disaat suka dan duka.
4. Teman-teman Pariwisata A 2017 yang sudah mewarnai hari-hari penulis selama perkuliahan.

## **KATA PENGANTAR**

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Kepariwisata pada Program Studi Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Fokus kajian skripsi ini adalah menjelaskan masalah **PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA GRAND MAERAKACA DI KOTA SEMARANG**. Hasil menunjukkan bahwa banyaknya wisatawan yang memilih setuju pada produk wisata di Grand Maerakaca, akan tetapi juga terdapat wisatawan yang tidak setuju terhadap produk wisata Grand Maerakaca yang dimilikinya.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang turut berperan atas terwujudnya skripsi ini.

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada:



1. Drs. Budi Hermawan, M.M selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan serta arahan dengan penuh kesabaran dalam penulisan skripsi ini dan memberikan penulis kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Fian Damasdino, S.IP., M.Sc selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan teknik penulisan yang benar dengan penuh kesabaran dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Hary Hermawan, S.Par., M.M selaku penguji utama yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyampaikan skripsi.
4. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S., M.M selaku Ketua Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan arahan kepada penulis saat penyusunan proposal awal, membantu pembuatan surat ijin, sampai waktu penulis berkesempatan untuk memaparkan hasil dari laporan penelitian skripsi ini.
5. Segenap tim pengelola Destinasi Wisata Grand Maerakaca yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan membantu memberikan data-data yang diperlukan penulis.
6. Para responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian.
7. Seluruh dosen dan staff Program Studi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan selama kuliah.

8. Kedua orang tua yang selalu memberikan restu, doa, motivasi, dukungan semangat dan kasih sayangnya sehingga penulis dapat menyelesaikan menuntut ilmu hingga ke jenjang perguruan tinggi.

Semoga bantuan Bapak dan Ibu dicatat sebagai amal ibadah oleh Tuhan Yang Maha Kuasa.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak. Tidak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun dapat disampaikan pembaca guna penyempurnaan penelitian berikutnya. Kritik saran dapat disampaikan ke [rofhiqsapu27@gmail.com](mailto:rofhiqsapu27@gmail.com).

Yogyakarta, 4 Januari 2022

Rofhiq Candra Saputra

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Batasan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Tinjauan Tentang Persepsi.....	10
1. Pengertian Persepsi .....	10

2. Syarat Terjadinya Persepsi.....	11
3. Faktor-Faktor Yang Berperan Dalam Persepsi .....	12
B. Tinjauan Tentang Produk Wisata.....	12
1. Pengertian Produk Wisata.....	12
2. Atribut Produk Wisata .....	14
C. Penelitian Terdahulu .....	14
D. Kerangka Pemikiran .....	16

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	18
B. Subjek dan Objek Penelitian .....	19
C. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	19
D. Populasi dan Sampel.....	19
1. Populasi.....	19
2. Sampel.....	20
E. Definisi Konseptual, Operasional Tabel dan Indikator.....	21
1. Definisi Konseptual .....	21
2. Operasional Tabel dan Indikator.....	23
F. Metode Pengumpulan Data .....	24
1. Jenis Instrumen .....	24
2. Uji Kelayakan Instrumen .....	28
G. Metode Analisis Data.....	30

## **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Objek Penelitian .....	33
1. Gambaran Umum Destinasi Wisata Grand Maerakaca .....	33
2. Visi dan Misi.....	34
3. Struktur Organisasi .....	35
4. Atraksi di Grand Maerakaca .....	35
5. Fasilitas di Grand Maerakaca.....	37
6. Akses di Grand Maerakaca .....	41
7. Fasilitas Tambahan .....	44
B. Karakteristik Responden .....	45
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
C. Hasil Uji Kelayakan Instrumen.....	45
1. Uji Validitas .....	46
2. Uji Reabilitas .....	48
D. Hasil Analisis Data .....	50
1. Analisis Data Deskriptif Kuantitatif .....	50
a. Gambaran Analisis Data Deskriptif Kuantitatif Atraksi Grand Maerakaca.....	51
b. Gambaran Analisis Data Deskriptif Kuantitatif Amenitas Grand Maerakaca.....	61

c. Gambaran Analisis Data Deskriptif Kuantitatif Aksesibilitas Grand Maerakaca .....	69
d. Gambaran Analisis Data Deskriptif Kuantitatif Ancillary Services Grand Maerakaca .....	75
E. Pembahasan .....	80
1. Persepsi Wisatawan Terhadap Atraksi Di Grand Maerakaca .....	80
2. Persepsi Wisatawan Terhadap Amenitas Di Grand Maerakaca ....	84
3. Persepsi Wisatawan Terhadap Aksesibilitas Di Grand Maerakaca	86
4. Persepsi Wisatawan Terhadap Ancillary Services Di Grand Maerakaca .....	87

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	90
B. Saran.....	91

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Urutan 5 (lima) Besar Kabupaten / Kota di Jawa Tengah Yang Banyak Dikunjungi Wisatawan Pada Tahun 2016-2019 .....	3
Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Grand Maerakaca 2015-2020.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 3.1 Operasional Tabel dan Indikator.....	23
Tabel 3.2 Skala Likert .....	26
Tabel 3.3 Kategori Koefisien Reabilitas .....	30
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	45
Tabel 4.3 Uji Validitas .....	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Reabilitas Indikator Atraksi.....	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Reabilitas Indikator Amenitas .....	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas Indikator Aksesibilitas.....	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas Indikator Ancillary Services.....	50
Tabel 4.8 Analisis Data Deskriptif Kuantitatif Atraksi Grand Maerakaca .....	51
Tabel 4.9 Analisis Data Deskriptif Kuantitatif Amenitas Grand Maerakaca...	61
Tabel 4.10 Analisis Data Deskriptif Kuantitatif Aksesibilitas Grand Maerakaca	69
Tabel 4.11 Analisis Data Deskriptif Kuantitatif Ancillary Services Grand Maerakaca .....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	17
Gambar 4.1 Ikon Spot Foto Grand Maerakaca .....	33
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. PRPP.....	35
Gambar 4.3 Hutan Mangrove Grand Maerakaca .....	36
Gambar 4.4 Lumina Grand Maerakaca.....	37
Gambar 4.5 Area Parkir Grand Maerakaca.....	38
Gambar 4.6 Loket Grand Maerakaca .....	38
Gambar 4.7 Akses Pintu Masuk dan Pintu Keluar Grand Maerakaca .....	39
Gambar 4.8 Toilet .....	40
Gambar 4.9 Kantor Informasi Grand Maerakaca.....	40
Gambar 4.10 Mushola.....	41
Gambar 4.11 Akses Menuju Grand Maerakaca .....	42
Gambar 4.12 Papan Petunjuk ke Wisata .....	43
Gambar 4.13 Akses Transportasi Umum.....	43
Gambar 4.14 Pembayaran Non-Tunai.....	44
Gambar 4.15 Grafik Data Atraksi Grand Maerakaca.....	59
Gambar 4.16 Titik Pusat Grand Maerakaca .....	61
Gambar 4.17 Grafik Data Amenitas Grand Maerakaca .....	67
Gambar 4.18 Tempat Sampah di Area Wisata.....	69
Gambar 4.19 Grafik Data Aksesibilitas Grand Maerakaca.....	73
Gambar 4.20 Grafik Data Ancillary Services Grand Maerakaca.....	78



## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1 Surat Izin Penelitian

LAMPIRAN 2 Kuesioner Penelitian Dan Daftar Wawancara

LAMPIRAN 3 Lembar Observasi

LAMPIRAN 4 Dokumentasi Kegiatan Penelitian

LAMPIRAN 5 Tabulasi Data Jawaban Responden

LAMPIRAN 6 Output Uji Validitas Dan Reabilitas

LAMPIRAN 7 Output Analisis Data Prosentase

LAMPIRAN 8 Lembar Bimbingan

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap produk wisata Grand Maerakaca di Kota Semarang. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini berfokus pada 4 indikator produk wisata yaitu Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas, dan *Ancillary Services* terhadap persepsi wisatawan di Grand Maerakaca.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan analisis yang digunakan adalah metode analisis data deskriptif prosentase. Populasi penelitian ini adalah wisatawan Grand Maerakaca dengan sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan purposive sampling dan accidental sampling dalam teknik pengambilan datanya. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada wisatawan Grand Maerakaca secara langsung.

Hasil analisis penelitian menunjukkan wisatawan menyatakan setuju terhadap produk wisata yang dimiliki Grand Maerakaca dengan melihat beberapa aspek produk wisata yaitu atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan *ancillary services*. Wisatawan puas dalam berkunjung ke wisata Grand Maerakaca dan memungkinkan kecenderungan akan berkunjung kembali.

**Kata kunci : Persepsi, Wisatawan, Grand Maerakaca Semarang**

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine tourist perceptions of Grand Maerakaca tourism products in Semarang City. The limitation of the problem in this study focuses on 4 indicators of tourism products, namely Attractions, Amenities, Accessibility, and Ancillary Services on the perception of tourists in Grand Maerakaca.*

*This research method uses a descriptive quantitative approach with the analysis used is descriptive percentage data analysis method. The population of this study were tourists from Grand Maerakaca with a sample of 100 respondents using purposive sampling and accidental sampling in data collection techniques. The method of data collection was carried out using a questionnaire which was distributed to Grand Maerakaca tourists directly.*

*The results of the research analysis show that tourists agree with the tourism products owned by Grand Maerakaca by looking at several aspects of tourism products, namely attractions, amenities, accessibility, and ancillary services. Tourists are satisfied in visiting Grand Maerakaca tourism and may tend to visit again.*

***Keywords: Perception, Tourists, Grand Maerakaca Semarang***

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Jawa Tengah merupakan destinasi wisata yang memiliki daya tarik wisata beragam dengan keunikan dan kental akan budaya, berdasarkan data Badan Pusat Statistik jumlah kunjungan wisatawan di Provinsi Jawa Tengah dari tahun 2017 – 2020 meningkat dengan baik. Hal ini dikarenakan Jawa Tengah dikenal memiliki potensi pariwisata yang beragam dan menarik. Potensi wisata menurut Chafid dalam Prasetyo (2021:21) adalah sebuah wujud dari suatu ciptaan manusia, tata hidup, seni dan keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan. Salah satu daerah di Jawa Tengah yang memiliki potensi wisata yang beragam yaitu Kota Semarang.

Posisi wilayah Kota Semarang yang berada pada jalur utama perekonomian di Pulau Jawa. Arus transportasi dan mobilitas yang tinggi di jalur Kota Semarang ini memungkinkan berkembangnya kawasan tersebut menjadi sektor pariwisata yang potensial mengingat potensi obyek wisata yang dimiliki di Kota Semarang yang sangat beragam. Sebagai kota yang memiliki posisi geografis strategis, Kota Semarang terus bergiat mengembangkan potensinya mulai dari wisata budaya, wisata buatan hingga wisata peninggalan bersejarah.

Dengan potensi yang dimilikinya Kota Semarang mempunyai berbagai macam daya tarik, daya tarik menurut Marpaung dalam Yolanda (2021:1) adalah suatu bentukan dari aktivitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Daya tarik wisata di Kota Semarang sangat beragam salah satu diantaranya Grand Maerakaca namun masyarakat untuk berwisata mereka cenderung memilih berwisata ke kota lain dibanding ke Grand Maerakaca. Faktor yang menjadi dasar pengambilan keputusan wisatawan berkunjung adalah atribut produk wisata, menurut Yoeti dalam Puti et al (2021:325) adalah semua bentuk pelayanan yang dinikmati wisatawan yang memiliki unsur-unsur utama yang terdiri dari daya tarik (*attraction*), akses (*accessibility*), dan fasilitas (*facilities*). Ketiga aspek tersebut merupakan salah satu strategi yang sering kali dilakukan dalam prakteknya yaitu dengan memperhatikan strategi dari atribut yang ditawarkan (Puti, 2021:325).

Kualitas daya tarik wisata tidak hanya dapat dilihat dari kondisi daya tarik wisata itu sendiri namun juga dinilai dari fasilitas, aksesibilitas, jasa dan pelayanan daya tarik wisata tersebut, dalam pengembangan pariwisata hendaknya sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen (Zebua, 2016:32). Di dalam daya tarik wisata selain kualitas hal yang perlu diperhatikan adalah produk wisata, menurut Yoeti (2008:70) produk pada industri pariwisata merupakan *product line*, yaitu produk yang penggunaannya dilakukan pada waktu bersamaan. Lebih lanjut Scott, Cooper, & Baggio dalam Syarif (2020:54)

berpendapat bahwa kerangka pengembangan destinasi pariwisata mengandung tujuan yang sama yang mencakup unsur-unsur seperti *attaraction*, *accessibilities*, *amenity*, dan *ancillary services*.

**Tabel 1.1 Urutan 5 (lima) Besar Kabupaten / Kota di Jawa Tengah Yang Banyak Dikunjungi Wisatawan Pada Tahun 2016-2019**

Kabupaten/Kota	Distribusi Pengunjung				Jumlah
	2016	2017	2018	2019	
Kota Semarang	3,125,197	4,297,866	5,769,389	7,232,342	20,424,794
Kabupaten Magelang	4,609,275	3,881,315	4,971,795	5,153,001	18,615,386
Surakarta	2,509,085	3,871,685	3,164,241	3,562,551	13,107,562
Kabupaten Semarang	2,257,933	2,678,458	3,042,482	3,461,038	11,439,911
Jepara	1,774,595	2,158,200	2,583,242	2,785,476	9,301,513

Sumber : Statistik Disporapar Jawa Tengah 2019

Menurut tabel 1.1 dapat dilihat perkembangan pariwisata di Kota Semarang dapat memberikan banyak manfaat dan keuntungan, terlebih pada wisata Grand Maerakaca merupakan sektor yang memiliki prospek pariwisata dengan pertumbuhan yang meningkat, namun terdapat kendala yang dirasakan pengelola dari segi keuntungan dengan adanya pariwisata jika yang terjadi pariwisata di Kota Semarang dan masih kurang diminati wisatawan serta kurang tertarik untuk berwisata mengenal budaya di Jawa Tengah.

Menurut Oka dalam Kartika Dewi (2019:92) mengatakan bahwa produk wisata merupakan kumpulan dari berbagai macam produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang diberi pelayanan secara langsung kepada wisatawan bila

melakukan perjalanan wisata, hal ini merupakan sebuah strategi agar dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Dipertimbangkan dapat diasumsikan juga sebagai persepsi, menurut Sarlito W. Sarwono dalam Utari Maharani (2020:62) mendefinisikan persepsi adalah proses kategorisasi organisme untuk masukan tertentu (objek-objek di luar, peristiwa dan lain-lain), dan organisme itu berespon dengan menghubungkan masukan itu dengan salah satu kategori (golongan) objek-objek atau peristiwa. Sehingga diperlukannya penelitian persepsi terhadap produk wisata agar pengelola dapat mengetahui apa kekurangan, apa penyebab dan apa upaya selanjutnya yang dapat dilakukan.

Adapun menurut Keliwar Said dan Nurcahyo Anton (2015:16) menyatakan bahwa persepsi wisatawan adalah kesan yang diwujudkan dalam bentuk interpretasi dan sikap terhadap daya tarik pariwisata, fasilitas pariwisata, fasilitas umum, informasi pariwisata serta pelayanan yang diberikan kepada wisatawan selama berada di objek wisata tersebut. Berdasarkan survey awal peneliti dengan menggunakan wawancara dengan pengunjung yang terdapat di Grand Maerakaca sebanyak 10 wisatawan. Didapatkan hasil pernyataan dari wisatawan yang sebagian dari mereka puas dengan adanya wisata Grand Maerakaca dan sebagiannya kurang puas mengenai fasilitas yang tersedia di Grand Maerakaca. Hal ini memberikan asumsi persepsi wisatawan di Grand Maerakaca bahwa produk wisata tersebut saat ini belum baik.

**Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan  
Grand Maerakaca 2015-2020**

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara	
2015	73,856	14	73,860
2016	52,012	-	52,012
2017	277,968	-	277,968
2018	444,415	-	444,415
2019	411,613	-	411,613
2020	63,000	-	63,000

Sumber : Statistik Pariwisata Jawa Tengah 2015-2020

Dari tabel 1.2 kunjungan wisatawan Grand Maerakaca dari tahun 2015 – 2020 mengalami kenaikan dan penurunan, penurunan kunjungan wisatawan dapat diakibatkan salah satunya oleh produk wisata yang ditawarkan belum sesuai dengan apa yang dipersepsikan atau diharapkan oleh wisatawan. Persepsi wisatawan juga diharapkan sebagai masukan bagi para pemangku kepentingan (*stakeholder*) baik pengelola maupun pihak swasta untuk memperbaiki segala kekurangan yang ada, sehingga destinasi pariwisata tersebut menjadi lebih baik serta layak untuk dikunjungi dan diminati oleh wisatawan (Kurniansah, 2016:73).

Jika Grand Maerakaca ingin dikembangkan sebagai destinasi wisata yang diminati oleh wisatawan maka tanggapan dan penilaian wisatawan dapat sebagai dasar acuan perencanaan dan arah pengembangan bahwa peran wisatawan dapat optimal dalam memberikan masukan atau ide-ide dan pemahaman berupa tanggapan serta penilaian mengenai perkembangan pariwisata, berdasarkan hal tersebut persepsi wisatawan sangatlah penting



sebab berhubungan erat dengan promosi terhadap daya tarik wisata di Grand Maerakaca.

Apabila wisatawan menilai produk mutu daya tarik dan infrastruktur pendukung lainnya rendah maka besar kemungkinan ketidakpuasan akan muncul dan membuat wisatawan tersebut tidak ingin lagi mengunjungi kunjungan ke daerah ini dan kelak akan menuturkan ketidakpuasan yang dialaminya sendiri kepada wisatawan potensial di daerahnya. Penilaian dan sikap perilaku wisatawan akan menentukan keberhasilan dan keberlanjutan jangka panjang pada industri pariwisata suatu daerah serta menjadi bahan pertimbangan dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata.

Berdasarkan pemaparan diatas peneliti ingin mengetahui persepsi wisatawan terhadap produk wisata di Grand Maerakaca. Maka peneliti melakukan penelitian pariwisata dengan judul **“PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA GRAND MAERAKACA DI KOTA SEMARANG”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Kota Semarang memiliki wilayah yang kaya akan sumber daya wisata salah satunya Grand Maerakaca, wisata ini masih kurang diminati dan banyak yang belum mengetahui dimana Grand Maerakaca itu sendiri. Belum optimalnya pengelolaan dan terbatasnya sarana dan prasarana pada daya tarik wisata juga dapat menjadi salah satu faktor. Dari beberapa kemungkinan

tersebut peneliti membatasi pada persepsi wisatawan terhadap produk wisata Grand Maerakaca di Kota Semarang karena wisatawan dirasa masih belum puas akan produk wisata yang ditawarkan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap produk wisata Grand Maerakaca di Kota Semarang dengan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi wisatawan terhadap atraksi wisata di Grand Maerakaca?
2. Bagaimana persepsi wisatawan terhadap amenitas wisata di Grand Maerakaca?
3. Bagaimana persepsi wisatawan terhadap aksesibilitas wisata di Grand Maerakaca?
4. Bagaimana persepsi wisatawan terhadap *ancillary services* wisata di Grand Maerakaca?

### **C. Batasan Masalah**

Untuk menghindari meluasnya topik yang diangkat, peneliti membatasi masalah dalam penelitian ini yaitu mengenai persepsi wisatawan terhadap produk wisata Grand Maerakaca di Kota Semarang dengan melihat dari segi atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan *ancillary service* di wisata Grand Maerakaca.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap atraksi wisata di Grand Maerakaca.
2. Untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap amenities wisata di Grand Maerakaca.
3. Untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap aksesibilitas wisata di Grand Maerakaca.
4. Untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap *ancillary services* wisata di Grand Maerakaca.

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Diharapkan untuk menambah pengetahuan terutama bagi pembaca yang ingin mengetahui tentang persepsi wisatawan terhadap produk wisata Grand Maerakaca di Kota Semarang.
  - b. Dapat dijadikan dasar literatur bagi penelitian yang relevan dimasa yang akan datang.
  - c. Penelitian ini berguna sebagai sumbangan penemuan ilmiah tentang persepsi wisatawan terhadap produk wisata Grand Maerakaca di Kota Semarang.

- d. Dapat memberikan sebuah kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan tentang persepsi wisatawan terhadap produk wisata yang dimilikinya.

## 2. Manfaat Praktisi

### a. Bagi Institusi STP AMPTA YOGYAKARTA

Penelitian ini dijadikan acuan untuk penelitian-penelitian yang dilakukan selanjutnya. Hasil penelitian ini juga untuk menambah koleksi perpustakaan yang diharapkan bermanfaat sebagai bahan bacaan bagi mahasiswa atau pihak lain yang berkepentingan.

### b. Bagi Wisatawan

Penelitian ini dapat memberikan gambaran dan informasi mengenai persepsi wisatawan terhadap produk wisata Grand Maerakaca di Kota Semarang.

### c. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan informasi dan menambah wawasan tentang persepsi wisatawan terhadap produk wisata Grand Maerakaca di Kota Semarang, khususnya mengenai tentang persepsi wisatawan dan produk wisata.