

**STRATEGI PENGEMBANGAN PURI  
MAEROKOCO TAMAN WISATA BUDAYA  
JAWA TENGAH**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

**HANI AGUSTINA PRASETYANI**

**NIM. 12020110110036**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2014**

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama Penyusun : Hani Agustina Prasetyani  
Nomor Induk Mahasiswa : 12020110110036  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/IESP

Judul Skripsi : **STRATEGI PENGEMBANGAN PURI  
MAEROKOCO TAMAN WISATA  
BUDAYA JAWA TENGAH**

Dosen Pembimbing : Arif Pujiyono, S.E., M.Si.

Semarang, 3 Oktober 2014

Dosen Pembimbing,

(Arif Pujiyono, S.E., M.Si.)

NIP. 19711222 199802 1 004

## **PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN**

Nama Mahasiswa : Hani Agustina Prasetyani

Nomor Induk Mahasiswa : 12020110110036

Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / IESP

Judul Skripsi : **Strategi Pengembangan Puri Maerokoco  
Taman Wisata Budaya Jawa Tengah**

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal: ..... 2014**

Tim penguji

1. Arif Pujiyono, S.E, M.Si. (.....)
2. Banatul Hayati, S.E, M.Si. (.....)
3. Nenek Woyanti, S.E, M.Si. (.....)

Mengetahui Atas Nama Dekan,  
Pembantu Dekan I

(Anis Chariri, SE, M.Com, Ph.D, Akt)  
NIP. 19670809 199203 1001

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Hani Agustina Prasetyani, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : Strategi Pengembangan Puri Maerokoco Taman Wisata Budaya Jawa Tengah, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 3 Oktober 2014

Yang membuat pernyataan,

(Hani Agustina Prasetyani)

NIM : 12020110110036

## **ABSTRACT**

*Puri Maerokoco is a potential and interesting tourism object site from Semarang. Puri Maerokoco is the only art and education tourism object and exhibits a miniature of East Java Province. The miniature includes its region and city. Although Puri Maerokoco is very potential, it doesn't development well than the other site object in Semarang. Many ways have been done to promote and increase the visitors to visit, but it doesn't help much.*

*The purpose of this research is to analyze the match strategy for development Puri Maerokoco. This research using Analytical Network Process (ANP) methods. Development strategy analyze of object site Puri Maerokoco including economic aspect, infrastructure aspect, management aspect and promotion aspect.*

*The result of ANP analyze showing that from the all of development aspect site objet Puri Maerokoco, have the economic aspect is the main priority and the match development strategy for using is had cooperation with the stakeholder. Strategy recommendation to had cooperation with the stakeholder is the strategy with the highest priority with score 0,444.*

*Keyword: Development of strategy Puri Maerokoco, ANP (Analytical Network Process), economy, had cooperation with the stakeholder.*

## **ABSTRAK**

Obyek wisata Puri Maerokoco merupakan obyek wisata yang cukup menarik dan potensial di Kota Semarang. Potensi yang dimiliki oleh Puri Maerokoco adalah satu-satunya tempat wisata budaya dan edukasi yang menampilkan miniatur kota dan kabupaten yang ada di Jawa Tengah. Meskipun demikian, obyek wisata Puri Maerokoco ternyata masih kurang berkembang dibandingkan dengan obyek wisata lain yang ada di Kota Semarang. Berbagai langkah telah dilakukan, namun langkah-langkah tersebut ternyata masih belum mampu untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang tepat untuk pengembangan obyek wisata Puri Maerokoco. Penelitian ini menggunakan metode *Analytical Network Process* (ANP). Analisis strategi pengembangan obyek wisata Puri Maerokoco meliputi aspek ekonomi, infrastruktur, manajemen dan promosi.

Hasil analisis ANP menunjukkan bahwa dari keempat aspek pengembangan obyek wisata Puri Maerokoco, menghasilkan aspek ekonomi sebagai prioritas utama dan strategi pengembangan yang tepat untuk dilakukan adalah bekerjasama dengan investor. Rekomendasi strategi bekerjasama dengan investor merupakan strategi dengan prioritas paling tinggi.

**Kata Kunci :** Strategi pengembangan Puri Maerokoco, ANP (*Analytical Network Process*), ekonomi, bekerjasama dengan investor.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT karena atas berkat, rahmat dan karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Pengembangan Puri Maerokoco Taman Wisata Budaya Jawa Tengah”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu, ungkapan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya penulis persembahkan kepada:

1. Prof. Drs. H. Moh. Nasir, M.Si., Akt., Ph. D, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Arif Pujiyono, S.E, M.Si., selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan segala ilmu dan dengan penuh kesabaran membimbing serta mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
3. Evi Yulia Purwanti, SE., M.Si selaku pembimbing akademik penulis yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan arahan selama penulis belajar di kampus Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
4. Darwanto, S.E, M.Si., selaku dosen wali yang telah memberikan segala bimbingan, arahan, dan dan didikan selama penulis belajar di kampus Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

5. Seluruh Dosen dan staf Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan IESP yang namanya tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan banyak ilmu yang sangat berharga.
6. Orang tua (Ayah dan Ibu), Winda Aditya, dan keluarga besar , atas segala kesabaran, kasih sayang dan dukungan yang tiada hentinya, selalu memberikan semangat, serta doa yang tulus mengalir.
7. Fala Putrama yang selalu memberikan doa, semangat, dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Pengelola Puri Maerokoco, staf Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, staff BAPPEDA Kota Semarang, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang yang telah memberikan ijin dan kesempatan pada penulis untuk melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian skripsi ini.
9. Mastur Mujib, S.E, M.Si., sebagai kakak senior terima kasih atas segala bantuan, arahan, informasi dan tambahan ilmu yang diberikan.
10. Teman-teman Fenny Sumardiani, Esti Jayanti, Pradipta Eka, Hana Setyani, Evi Wulandari, dan Rischa Firsada, terima kasih atas doa dan dorongan semangat yang telah diberikan kepada penulis.
11. Teman-teman IESP 2010 Diah Ayu Wigati, Dian Pratiwi, Nana Desi Natalia, Melisa Anindita, Rici Pratami, serta teman-teman IESP 2010 lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terimakasih banyak atas bimbingan, suka-duka, dan kekompakan.



12. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terimakasih atas segala bimbingan serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada penulis sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih jauh dari sempurna.

Akhir kata, penulis berharap dengan selesainya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri dan semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, 3 Oktober 2014

Hani Agustina Prasetyani  
12020110110036

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	12
1.4 Sistematika Penulisan .....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Penawaran .....	15
2.1.2 Pengertian Pariwisata .....	18
2.1.3 Jenis Pariwisata .....	19

2.1.4	Penawaran Pariwisata .....	22
2.1.5	Industri Pariwisata .....	25
2.1.6	Daya Tarik Wisata .....	28
2.1.7	Pengembangan Pariwisata .....	31
2.2	Penelitian Terdahulu .....	33
2.3	Kerangka Pemikiran.....	38
BAB III METODE PENELITIAN .....		40
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	40
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	41
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	42
3.4	Metode Analisis .....	44
BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....		50
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	50
4.2	Analisis Data .....	53
4.3	Interpretasi Hasil ANP .....	70
BAB V PENUTUP .....		73
5.1	Simpulan .....	73
5.2	Saran .....	74
DAFTAR PUSTAKA .....		75
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....		77

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Jumlah Pengunjung Obyek Wisata dan Jumlah Pendapatan di Kota Semarang Tahun 2013 .....	5
Tabel 1.2 Data Pendapatan yang diperoleh dari Tiket Masuk Tahun 2009-2013 .....	10
Tabel 2.1 Rangkuman Hasil Penelitian Terdahulu .....	36
Tabel 3.1 Nilai Perbandingan Antar Elemen .....	47
Tabel 4.1 Hasil Perbandingan Berpasangan .....	65

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Pengunjung Puri Maerokoco Taman Wisata Budaya Jawa Tengah Tahun 2003 – 2013 .....	8
Gambar 2.1 Kurva Penawaran Kamar Hotel .....	23
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 3.1 Tahapan dalam ANP .....	45
Gambar 4.1 Jaringan <i>Feedback</i> Pengembangan Puri Maerokoco .....	63
Gambar 4.2 Prioritas Aspek Menurut Para Ahli .....	67
Gambar 4.3 Prioritas Permasalahan Menurut Para Ahli .....	68
Gambar 4.4 Prioritas Solusi Menurut Para Ahli .....	69
Gambar 4.5 Prioritas Strategi Menurut Para Ahli.....	70

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner ANP .....	77
Lampiran B Tabulasi Data Mentah Dan Pengolahan ANP .....	85
Lampiran C Surat Ijin Penelitian .....	95
Lampiran D Foto Responden .....	96

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang mempunyai prospek yang cerah dan berpotensi sangat besar untuk dikembangkan, karena pariwisata merupakan salah satu kebutuhan yang vital bagi manusia. Dengan berwisata orang cenderung dapat memuaskan hasrat ingin tahu, mengembalikan kesegaran pikiran dan jasmaninya pada alam dan lingkungan yang berbeda dengan alam lingkungannya sehari-hari, menambah daya kreatifitasnya, berbelanja, beribadah dan alasan lainnya. Dengan meningkatnya waktu luang atau dengan kata lain berkurangnya jam kerja seseorang, maka akan meningkatkan aktivitas kepariwisataan. Pariwisata juga menawarkan jenis produk dan wisata yang beragam, mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah, wisata buatan, wisata edukasi.

Yoeti (2008) mengatakan bahwa dalam industri pariwisata terbuka peluang untuk meningkatkan perolehan devisa negara dan meningkatkan perekonomian suatu negara. Dalam perekonomian suatu negara, apabila dikembangkan secara terpadu dan berencana, maka peran sektor pariwisata akan melebihi sektor migas serta industri lainnya. Maju dan berkembangnya pariwisata dapat mengembangkan daerah-daerah miskin menjadi lokasi baru. Banyak negara bergantung pada industri pariwisata, karena pariwisata sebagai sumber pajak dan pendapatan bagi pemerintah maupun perusahaan yang menjual jasa kepada

wisatawan. Oleh karena itu, pengembangan industri pariwisata ini adalah salah satu strategi yang dipakai oleh perusahaan maupun pemerintah untuk mempromosikan wilayah tertentu sebagai daerah wisata untuk meningkatkan perdagangan melalui penjualan barang dan jasa kepada para wisatawan. Semakin besar pendapatan seseorang, maka akan semakin besar pula bagian yang disisihkan untuk berpariwisata (Spillane, 1994).

Pariwisata mempunyai dampak pada sektor ekonomi, sosial dan budaya. Pada sektor ekonomi, dengan adanya kegiatan pariwisata akan menambah sumber devisa, pajak dan retribusi parkir atau karcis masuk. Dengan adanya pariwisata juga akan menimbulkan usaha-usaha ekonomi yang saling menunjang kegiatannya sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Pada sektor sosial, kegiatan pariwisata akan banyak menyerap tenaga kerja baik dari kegiatan pembangunan sarana dan prasarana maupun dari berbagai sektor usaha yang langsung maupun yang tidak langsung berkaitan dengan kepariwisataan, sehingga akan menekan angka pengangguran dan meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan sektor budaya, pariwisata merupakan sarana untuk memperkenalkan alam dan kebudayaan daerah tujuan wisata. Dengan sarana inilah dapat mendorong kreativitas rakyat dalam menggali, meningkatkan serta melestarikan seni budaya daerahnya.

Perkembangan sektor pariwisata dewasa ini menunjukkan kemajuan yang cukup pesat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya tempat wisata yang ada. Berkembangnya sektor pariwisata juga dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan transportasi. Dengan adanya kemajuan teknologi dan transportasi akan



memudahkan seseorang melakukan kegiatan pariwisata. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki tingkat sumber daya alam yang berlimpah, baik daratan, udara, maupun di perairan. Selain itu, Indonesia merupakan suatu negara yang memiliki keaneragaman budaya dan mempunyai nilai sejarah yang tinggi. Hal itu terwujud dari banyaknya peninggalan-peninggalan sejarah di berbagai tempat. Semua potensi tersebut mempunyai peranan yang penting bagi pengembangan kepariwisataan khususnya wisata alam dan wisata yang bernilai sejarah.

Kekayaan dan keragaman alam dan budaya yang dimiliki oleh Indonesia, merupakan modal dasar dalam pembangunan. Keberagaman kekayaan sumber daya alam, seperti potensi alam, flora, fauna, keindahan alam serta bentuknya yang berkepulauan kaya akan adat istiadat, kebudayaan, dan bahasa sehingga memiliki daya tarik untuk dikunjungi oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Dari daya tarik ini akan mendorong pemerintah untuk melakukan pembangunan pada industri pariwisata. Menurut Undang-Undang nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menjelaskan bahwa pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional, dan global.

Kota Semarang merupakan Ibukota Jawa Tengah sebenarnya menyimpan begitu banyak keunikan yang dapat dinikmati. Sektor pariwisata di Semarang mempunyai potensi yang cukup besar di mana Kota Semarang memiliki tempat yang syarat akan nilai sejarah dan budaya yang berpotensi menjadi daerah tujuan

wisata di Jawa Tengah. Semarang memiliki keunikan dari bentuk geologisnya yang jarang ditemui di kota-kota lain, Semarang terbagi menjadi daerah dengan dua iklim, yaitu iklim panas dan sejuk. Iklim yang panas terjadi karena kota berada di pesisir pantai Semarang yang merupakan dataran rendah, sedangkan iklim yang sejuk didapat karena sebagian Kota Semarang letaknya berada tidak jauh dari gunung Ungaran.

Kota Semarang selama ini dikenal sebagai kota industri dan bisnis, tetapi bukan berarti Semarang tidak memiliki tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi. Kota Semarang memiliki wisata budaya dan wisata sejarah seperti Museum Ronggowarsito, Museum Mandala Bakti, Museum Nyonya Meneer, Museum Jamu Jago, Taman Budaya Raden Saleh, Museum Rekor Indonesia (MURI). Selain wisata budaya dan wisata sejarah, ada juga tempat wisata yang menonjolkan keindahan alam seperti Wisata Alam Goa Kreo, Taman Rekreasi Tanjung Mas, Kampoeng Wisata Taman Lele, Kebun Binatang Mangkang. Semarang juga memiliki wisata buatan seperti Kolam Renang Ngalian Tirta Indah, Taman Rekreasi Marina, Taman Ria Wonderia, Paradise Club dan Water Blaster. Untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan, terdapat banyak hotel di Semarang dari yang paling murah hingga hotel berbintang. Transportasi yang mudah dan nyaman dengan biro perjalanan yang siap memandu perjalanan para wisatawan.

Berikut ini adalah tabel jumlah jumlah pengunjung obyek wisata di Kota Semarang tahun 2013 :

**Tabel 1.1**  
**Data Jumlah Pengunjung Obyek Wisata dan Jumlah Pendapatan**  
**di Kota Semarang Tahun 2013**

Nama Obyek Wisata	Pengunjung	Jumlah Pendapatan (Rp)
1. Taman Lele	26.846	448.516.000
2. TBRS	2.368	7.537.000
3. Taman Margasatwa Mangkang	250.006	1.888.986.000
4. Goa Kreo	76.008	616.248.000
5. Marina	191.240	636.054.000
6. Puri Maerokoco	25.064	338.529.000
7. Water Blaster	139.339	4.173.390.000
8. Tinjomoyo	2.368	7.537.000
9. Tanjung Mas	16.695	33.395.000
10. Gelanggang Pemuda	76.970	494.716.000
11. Ngaliyan Tirta Indah	18.892	261.718.000
12. ISC	33.296	101.571.000
13. Oasis	1.465	21.870.000
14. Paradise Club	6.407	115.528.000
15. Museum Ronggowarsito	38.744	107.565.000
16. MEC Tapak Tugurejo	81.983	223.248.000
17. Museum Rekor Indonesia	15.437	0
18. Museum Nyonya Meneer	13.956	0
19. Taman Ria Wonderia	138.157	1.579.262.000
20. Vihara Budha Gaya	14.481	0
21. Masjid Agung Jateng	338.877	164.685.000
<b>Jumlah</b>		
	<b>2013</b>	<b>1.461.755</b>
	<b>2012</b>	<b>1.128.189</b>
	<b>2011</b>	<b>1.074.660</b>
	<b>2010</b>	<b>2.113.139</b>
	<b>2009</b>	<b>596.746</b>
		<b>10.537.834.000</b>
		<b>3.372.901.000</b>
		<b>4.052.228.000</b>
		<b>3.409.921.000</b>
		<b>2.308.276.000</b>

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Semarang, Tahun 2013

Berdasarkan Tabel 1.1 jumlah kunjungan wisatawan tahun 2013 terbesar ada pada objek wisata Masjid Agung Jateng yaitu 338.877 pengunjung, kemudian Obyek Wisata Taman Margasatwa Mangkang sebesar 250.006 pengunjung. Sedangkan untuk jumlah pendapatan terbesar tahun 2013 yaitu obyek wisata Water Blaster sebesar Rp. 4.173.390.000. Hal ini dikarenakan harga tiket masuk

Water Blaster yang cukup mahal yaitu sebesar Rp 50.000 sehingga menjadikan obyek wisata tersebut mendapatkan pendapatan yang cukup besar. Kemudian Obyek wisata Taman Margasatwa Mangkang yaitu sebesar Rp. 188.986.000.

Jumlah pengunjung obyek wisata kota Semarang dari tahun 2009 hingga 2013 cenderung meningkat, hanya pada tahun 2011 mengalami penurunan jumlah pengunjung dari 2.113.139 menjadi 1.074.660 wisatawan. Pendapatan obyek wisata Kota Semarang cenderung meningkat, namun hanya pada tahun 2012 mengalami penurunan sebesar 0,16 % dari Rp. 4.052.228.000 pada tahun 2011 turun menjadi Rp. 3.372.901.000 pada tahun 2012. Pada tahun 2013 jumlah pengunjung mengalami peningkatan sebesar 2,12 %.

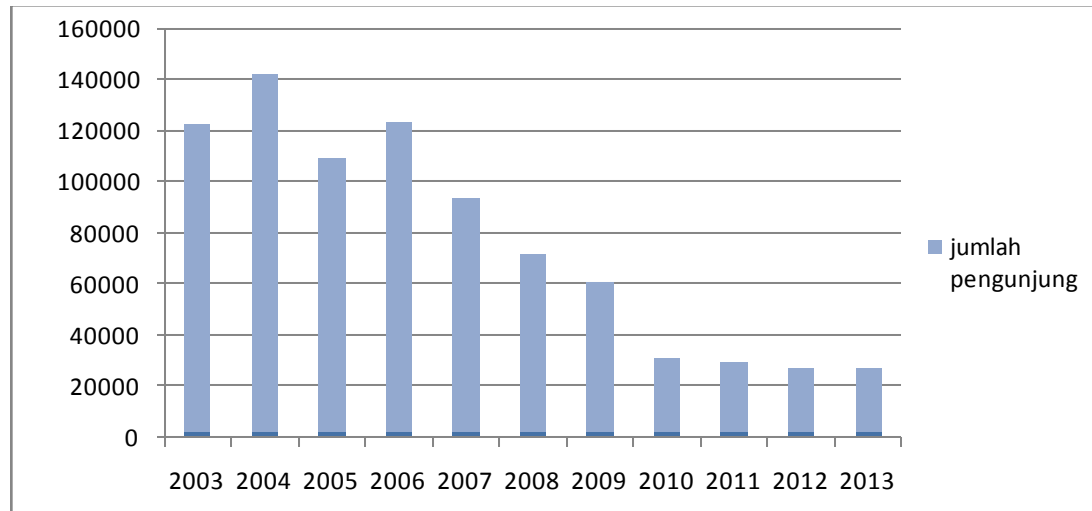
Puri Maerokoco Taman Wisata Budaya Jawa Tengah atau yang lebih dikenal masyarakat luas dengan sebutan Puri Maerokoco adalah salah satu obyek wisata budaya dan juga wisata edukasi yang berada di Jalan Yos Sudarso kompleks Tawang Mas Semarang yaitu kompleks pengembangan kawasan baru di Semarang Barat yang terdiri dari pemukiman, perkantoran, perdagangan, olahraga, rekreasi dan pariwisata. Nama Puri Maerokoco diambil dari salah satu bagian epos Mahabarata yang menceritakan tentang keinginan salah seorang Dewi memiliki seribu bangunan hanya dalam satu malam. Pembangunan Puri Maerokoco dilaksanakan antara tahun 1988 hingga tahun 1993. Sedangkan fasilitas rekreasi sendiri diselesaikan pada tahun 1996. Puri Maerokoco terdiri dari 35 anjungan, Puri Maerokoco berusaha menampilkan “wajah” 35 kabupaten / kota di seluruh Jawa Tengah.

Puri Maerokoco adalah salah satu bagian yang tak terpisahkan dari seluruh kawasan PRPP (Pusat Rekreasi dan Promosi Pembangunan) Jawa Tengah. Puri Maerokoco sendiri merupakan tempat wisata yang memiliki konsep hampir sama dengan Taman Mini Indonesia Indah (TMII) yang berada di Jakarta. Puri Maeroko adalah tempat wisata yang didalamnya berisi miniatur anjungan kabupaten dan kota di Jawa Tengah. Para pengunjung yang ingin berkeliling melihat anjungan di Puri Maerokoco tidak harus berjalan kaki namun juga dapat menggunakan motor atau mobil.

Puri Maerokoco sebenarnya memiliki potensi besar untuk menjadi tempat wisata unggulan, karena memiliki konsep yang berbeda dengan tempat wisata yang lain yang ada di Semarang bahkan di Jawa Tengah. Pada kenyataannya, Puri Maerokoco kurang mampu bersaing dengan obyek wisata yang lain yang ada di Semarang. Hal ini dibuktikan dengan cenderung menurunnya jumlah pengunjung di Puri Maerokoco. Penurunan jumlah pengunjung ini disebabkan oleh modal kerja yang terbatas, sehingga pengelola kurang maksimal dalam menangani masalah-masalah lain yang ada di Puri Maerokoco, seperti sering terjadinya banjir rob serta rusaknya beberapa anjungan dan infrastruktur yang ada di Puri Maerokoco sehingga terlihat kotor dan tidak terawat.

Gambar 1.1 menunjukkan jumlah pengunjung obyek wisata Puri Maerokoco Taman Wisata Budaya Jawa Tengah tahun 2003 – 2013 :

**Gambar 1.1**  
**Jumlah Pengunjung Puri Maerokoco**  
**Taman Wisata Budaya Jawa Tengah**  
**Tahun 2003 -2013**



Sumber : Pengelola Puri Maerokoco , Tahun 2013 data diolah

Salah satu tolok ukur perkembangan pariwisata adalah pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan karena dengan peningkatan jumlah wisatawan yang datang secara langsung akan diikuti oleh perkembangan sarana dan prasarana pendukung pariwisata, pembangunan wilayah yang sesuai dengan kebutuhan pelayanan bagi wisatawan. Pada gambar 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung cenderung menurun sepanjang tahun 2004 hingga tahun 2013. Penurunan jumlah pengunjung dapat dilihat dari tahun 2005, namun pada tahun 2006 jumlah pengunjung sebesar 121.199, meningkat sebesar 0,13% dari tahun 2005 karena pada tahun 2006 pengelola aktif mengadakan kerjasama dengan *event organizer* untuk mengadakan berbagai acara yang dapat menarik kunjungan wisatawan. Pada tahun 2007-2013 terjadi tren penurunan jumlah pengunjung Puri Maerokoco. Hal ini disebabkan karena banjir rob yang belum bisa teratasi

sehingga membuat pengunjung setiap tahun mengalami penurunan, selain itu penurunan jumlah pengunjung di Puri Maerokoco juga disebabkan karena menjamurnya tempat wisata yang memberikan wahana dan permainan yang menarik bagi para pengunjung.

Sistem pengelolaan Puri Maerokoco berada dibawah manajemen PT PRPP (Pusat Rekreasi dan Promosi Pembangunan) Jawa Tengah. PT PRPP merupakan perusahaan yang didirikan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah untuk menangani masalah Puri Maerokoco. Walaupun didirikan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, namun pengelolaan Puri Maerokoco diserahkan sepenuhnya kepada PT. PRPP. Sumber modal Puri Maerokoco sebesar 78,5% berasal dari Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dan 21,5% merupakan hasil *sharing* antara Pemerintah Kabupaten / Kota yang memiliki anjungan di Puri Maerokoco. Total modal yang diterima PT PRPP yang merupakan hasil *sharing* Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dan Pemerintah Kabupaten / Kota di Jawa Tengah dari tahun 2007 hingga tahun 2013 adalah sebesar Rp. 1.000.000.000 per tahun, yang turun dari tahun-tahun sebelumnya yakni sebesar Rp.3.000.000.000 per tahun. Pengelola memanfaatkan pendapatan dari hasil penjualan tiket sebagai dana tambahan untuk mengelola Puri Maerokoco, namun dari pendapatan tersebut dirasa kurang cukup untuk menyelesaikan masalah-masalah yang ada di Puri Maerokoco.

**Tabel 1.2**  
**Data Pendapatan yang Diperoleh Dari Tiket Masuk**  
**Tahun 2009-2013**

Tahun	Pendapatan (Rp)	Prosentase Perubahan (%)
2009	322.500.000	-
2010	157.790.000	-0,5
2011	147.960.000	-0,06
2012	134.820.000	-0,08
2013	133.300.000	-0,01
<b>Jumlah</b>	<b>896.370.000</b>	

Sumber : Pengelola Puri Maerokoco, 2013 (data diolah)

Pada tabel 1.2 dapat dilihat bahwa pendapatan Puri Maerokoco dari hasil penjualan tiket masuk dari tahun ke tahun mengalami penurunan, hal ini disebabkan karena jumlah pengunjung juga cenderung terus menurun. Pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan tiket dan modal yang dimiliki oleh Puri Maerokoco belum bisa menutup biaya operasional Puri Maerokoco yang tinggi, karena biaya operasional Puri Maerokoco rata – rata menghabiskan dana lebih dari Rp 1.000.000.000 setiap tahunnya. Dana tersebut digunakan untuk perbaikan dan perawatan berbagai infrastruktur dan sarana penunjang, dana untuk gaji pegawai dan dana operasional lainnya sehingga diperlukan kerjasama dengan investor atau *stakeholder* agar pengelola dapat memiliki modal yang cukup untuk menutup biaya operasional yang tinggi dan dapat mengembangkan Puri Maerokoco menjadi tempat wisata andalan di Semarang bahkan di Jawa Tengah.

Berbagai langkah telah ditempuh pengelola Puri Maerokoco agar mampu meningkatkan jumlah pengunjung di obyek wisata Puri Maerokoco. Salah satu kebijakan yang telah dijalankan oleh pengelola adalah dengan mengirimkan surat setiap bulannya ke sekolah-sekolah terutama ke Sekolah Dasar di Jawa Tengah



untuk mengunjungi Puri Maerokoco. Hal ini dilakukan agar para murid SD lebih tertarik untuk mengunjungi Puri Maerokoco.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Puri Maerokoco merupakan salah satu obyek wisata di Kota Semarang yang memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan, dimana Puri Maerokoco dapat menyuguhkan miniatur kota dan kabupaten yang ada di Jawa Tengah. Namun, dengan berbagai keunggulan yang dimiliki, jumlah pengunjung di Puri Maerokoco justru selalu mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Hal ini dikarenakan modal yang dimiliki Puri Maerokoco terbatas, sehingga infrastruktur dan sarana pendukung yang ada terlihat kotor dan tidak terawat serta sistem pengelolaan di Puri Maerokoco yang kurang maksimal. Selain itu, tempat yang kurang strategis karena sering terjadi banjir rob disekitar Puri Maerokoco juga merupakan salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya minat masyarakat untuk berkunjung.

Untuk meningkatkan jumlah pengunjung, pihak pengelola Puri Maerokoco telah melakukan beberapa langkah seperti mengirimkan surat atau undangan ke beberapa Sekolah Dasar yang ada di Jawa Tengah, serta melakukan promosi di *yellow page*. Namun, berbagai langkah yang telah ditempuh tersebut ternyata masih belum membuahkan hasil yang maksimal. Oleh karena itu perlu adanya penerapan sistem pengelolaan yang lebih baik dan menentukan prioritas strategi pengembangan obyek wisata tersebut yang perlu dilakukan untuk pengelolaan di kawasan obyek wisata Puri Maerokoco menjadi lebih baik dan menarik.

Atas dasar permasalahan tersebut, maka pertanyaan penelitian yang dapat dirumuskan adalah :

1. Bagaimana sistem pengelolaan Puri Maerokoco Taman Wisata Budaya Jawa Tengah yang telah diterapkan oleh pihak pengelola selama ini ?
2. Bagaimana strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan oleh pengelola dalam rangka meningkatkan jumlah pengunjung Puri Maerokoco Taman Wisata Budaya Jawa Tengah ?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui sistem pengelolaan Puri Maerokoco Taman Wisata Budaya Jawa Tengah yang telah diterapkan oleh pihak pengelola selama ini.
2. Untuk mengidentifikasi strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan oleh pengelola dalam meningkatkan jumlah pengunjung ke Puri Maerokoco Taman Budaya Jawa Tengah.

Adapun Kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan saran, masukan dan pertimbangan bagi pihak pengelola Puri Maerokoco untuk menentukan strategi pengelolaan pariwisata Puri Maerokoco yang tepat.

2. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi semua pihak yang membaca dan tertarik dengan pengembangan obyek pariwisata.
3. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan atau bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dalam menentukan kebijakan yang tepat yaitu dalam memajukan obyek wisata khususnya meningkatkan jumlah pengunjung wisata Puri Maerokoco.

#### **1.4 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi ini terbagi menjadi lima bab yaitu, pendahuluan, tinjauan pustaka, metode penelitian, hasil dan analisis, dan penutup.

BAB I merupakan pendahuluan yang menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah yang menjadi dasar penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II merupakan tinjauan pustaka. Pada bab ini berisi tentang dasar-dasar teori ekonomi dan teori pariwisata yang melandasi penelitian di Puri Maerokoco, penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, dan kerangka pemikiran dari penelitian ini.

BAB III merupakan metodologi penelitian yang memaparkan mengenai variabel dan definisi operasional yang digunakan, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV merupakan hasil dan analisis dari penelitian. Pada bab ini berisi mengenai gambaran umum obyek wisata Puri Maerokoco, hasil analisis data dari penelitian yang telah dilakukan.

BAB V merupakan penutup. Pada bab ini memaparkan simpulan dari penelitian, dan saran mengenai kebijakan yang seharusnya dilakukan oleh pengelola Puri Maerokoco.

## **BAB II**

### **TELAAH PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Penawaran**

Penawaran merupakan jumlah dari suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen pada berbagai tingkat harga (Setyowati, 2013). Berdasarkan hukum penawaran, jumlah barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen sangat dipengaruhi oleh tingkat harga yang berlaku. Semakin tinggi harga suatu barang di pasar, maka produsen akan terdorong untuk menawarkan barang tersebut dalam jumlah yang banyak. Begitu juga sebaliknya, jika harga suatu barang relatif murah, maka produsen akan mengurangi jumlah barang yang ditawarkan ke pasar (Samuelson dan Nordhaus, 1990).

Menurut Sukirno (2005) dan Setyowati (2013), faktor-faktor penentu penawaran meliputi:

1. Harga barang itu sendiri

Bagi perusahaan penentu harga setidaknya mengacu pada dua hal, yaitu jumlah biaya produksi per unit dan margin laba yang diharapkan serta harga pesaing. Dalam hal penentuan harga pertama, jika meningkatnya harga disebabkan oleh kenaikan margin laba, maka perusahaan akan meningkatkan penawaran produk dan jasanya karena dapat meningkatkan penerimaan penjualan. Sebaliknya, jika margin laba menurun katakanlah karena harga pesaing menurun,

maka penawaran barang dan jasa perusahaan akan menurun, dengan asumsi daya beli konsumen terbatas. Jika konsumsi meningkat, penurunan harga bisa saja diikuti oleh peningkatan penawaran karena perusahaan bisa mendapatkan tambahan penerimaan penjualan dari penambahan penawaran.

## 2. Harga-harga barang lain

Jika harga barang lain mengalami perubahan, maka penawaran terhadap suatu barang juga akan mengalami perubahan. Perubahan penawaran tersebut dapat menjadi lebih banyak atau mungkin menjadi berkurang, tergantung dari sifat kedua barang yang bersangkutan. Jika barang X dan Y bersifat substitusi, adanya kenaikan harga barang X maka akan mendorong produsen untuk meningkatkan produksi barang X dan mengurangi produksi barang Y, sehingga kurva penawaran barang X akan bergeser ke kanan dan kurva penawaran barang Y akan bergeser ke kiri. Apabila ke dua barang tersebut bersifat komplementer, maka peningkatan harga barang Y akan diikuti oleh peningkatan produksi barang X, sehingga kurva penawaran untuk kedua barang tersebut akan bergeser ke kanan.

## 3. Jumlah produsen

Jika jumlah produsen dalam suatu pasar bertambah banyak, maka jumlah barang yang ditawarkan di pasar tersebut juga akan mengalami peningkatan. Peningkatan jumlah produsen tersebut akan menggeser kurva penawaran ke kanan. Hal ini akan mengakibatkan pada tingkat harga yang berlaku jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen di pasar akan semakin banyak atau jumlah barang yang sama akan dijual pada tingkat harga yang lebih rendah.

#### 4. Tingkat Teknologi

Teknologi adalah metode atau cara untuk menciptakan efisiensi dan efektivitas produksi. Kemajuan teknologi dapat mengurangi biaya produksi, menaikkan produktivitas, menaikkan mutu suatu barang dan menciptakan barang-barang yang baru. Kemajuan teknologi mengakibatkan penambahan produksi dapat dilakukan dengan lebih cepat dan biaya produksi semakin murah, sehingga keuntungan yang didapat produsen juga semakin bertambah. Dengan adanya kemajuan teknologi, maka akan cenderung meningkatkan penawaran barang dan jasa perusahaan. Sebaliknya, apabila teknologi yang dimiliki suatu perusahaan rendah, maka penawaran barang dan jasa perusahaan juga akan menurun.

#### 5. Biaya produksi

Pembelian faktor produksi merupakan pengeluaran yang sangat penting dalam proses produksi perusahaan. Pengeluaran tersebut mempunyai peranan yang sangat besar dalam menentukan biaya produksi. Biaya produksi secara umum meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya-biaya lainnya. Kenaikan terhadap biaya-biaya tersebut dapat mengurangi penawaran barang dan jasa perusahaan, dengan asumsi modal perusahaan tidak bertambah. Namun, jika modal perusahaan bertambah, walaupun biaya produksi meningkat, perusahaan bisa saja menambah penawaran produk dan jasanya.

#### 6. Perkiraan tentang masa depan

Apabila produsen beranggapan bahwa harga suatu barang di masa datangnya akan mengalami peningkatan, maka ia akan berusaha untuk menimbun

barang tersebut sambil menunggu harga mengalami kenaikan dan baru akan menjualnya setelah harga barang tersebut benar-benar mengalami kenaikan. Dengan demikian ia akan mendapatkan keuntungan dari adanya kenaikan harga barang tersebut.

### **2.1.2 Pengertian Pariwisata**

Menurut Suwanto (1997) Pariwisata adalah Perubahan tempat tinggal seseorang di luar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Sedangkan menurut Undang-Undang no. 10/2009 tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional maupun global.

Menurut Buchli (dalam Yoeti, 1985) yang dimaksud pariwisata adalah setiap peralihan tempat untuk sementara waktu dan mereka yang mengadakan perjalanan tersebut memperoleh pelayanan dari perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri pariwisata. Pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, maupun untuk tujuan lainnya (Spillane, 1994).



Menurut UU no. 9 tahun 1990 tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan kepariwisataan adalah sebagai berikut :

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek atau daya tarik.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata.
3. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait pada bidang tersebut.
4. Kepariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata.
5. Usaha Pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa.

Seseorang dapat melakukan perjalanan dengan berbagai cara karena alasan yang berbeda-beda pula. Suatu perjalanan dianggap sebagai perjalanan wisata bila memenuhi tiga persyaratan yang diperlukan yaitu (Spillane, 1994):

1. Harus bersifat sementara
2. Harus bersifat sukarela (*voluntary*) dalam arti tidak terjadi karena dipaksa.
3. Tidak bekerja yang sifatnya menghasilkan upah ataupun bayaran.

### **2.1.3 Jenis Pariwisata**

Spillane (1994) menyatakan bahwa motif-motif dalam pariwisata sangat bervariasi dan mempunyai pengaruh yang menentukan pada daerah tujuan wisata

yang akan dikunjungi. Perbedaan motif tersebut tercermin dengan adanya berbagai jenis pariwisata. Walaupun banyak jenis wisata ditentukan menurut motif tujuan perjalanan, namun dapat pula dibedakan adanya beberapa jenis pariwisata khusus, yaitu :

1. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure tourism*)

Pariwisata jenis ini dilakukan oleh orang yang meninggalkan tempat tinggalnya dengan tujuan untuk berlibur, memenuhi keinginan-tahuannya, mengendorkan syaraf-syaraf yang tegang, maupun untuk melihat sesuatu yang baru, untuk menikmati keindahan alam, untuk mengetahui hikayat rakyat setempat, untuk mendapatkan ketenangan dan kedamaian di daerah luar kota, atau bahkan sebaliknya untuk menikmati hiburan di kota-kota besar ataupun untuk ikut serta dalam keramaian pusat-pusat wisatawan.

2. Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk tujuan beristirahat, memulihkan kondisi jasmani dan rohaninya, maupun untuk menyegarkan keletihan dan kelelahannya. Biasanya mereka akan tinggal selama mungkin di tempat-tempat wisata agar menemukan kenikmatan yang diperlukan.

3. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural tourism*).

Jenis pariwisata ini ditandai dengan motivasi, seperti ingin belajar di pusat penelitian dan riset, untuk mempelajari adat istiadat dan kelembagaan dari daerah yang berbeda, untuk mengunjungi monumen bersejarah, untuk mengunjungi pusat

kesenian, pusat-pusat keagamaan, maupun ikut serta dalam festival-festival seni musik.

#### 4. Pariwisata untuk olahraga (*Sport tourism*)

Jenis pariwisata ini bertujuan untuk olahraga. Jenis pariwisata ini dapat dibagi dalam dua kategori :

- a. *Big Sport Events*, yaitu pariwisata-pariwisata olahraga besar yang menarik perhatian tidak hanya pada olahragawannya sendiri, tetapi juga ribuan penonton atau penggemarnya.
- b. *Sporting Tourism of the Practitioners*, yaitu pariwisata olahraga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktikkan sendiri. Negara yang memiliki banyak fasilitas atau tempat-tempat olahraga seperti ini tentu dapat menarik sejumlah besar penggemar jenis olahraga pariwisata ini.

#### 5. Pariwisata untuk urusan dagang (*Bussines tourism*)

Pariwisata jenis ini menekankan pada pemanfaatan waktu luang oleh pelakunya disela-sela kesibukan bisnis yang sedang dijalani. Biasanya waktu luang tersebut akan dimanfaatkan untuk mengunjungi berbagai obyek wisata yang ada di daerah tujuan.

#### 6. Pariwisata untuk berkonvensi (*Convention tourism*)

Motif pariwisata jenis ini biasanya dilatar belakangi oleh adanya agenda rapat atau konferensi yang biasanya dihadiri oleh banyak orang dari berbagai daerah atau negara yang berbeda, sehingga mengharuskan untuk tinggal beberapa hari di daerah atau negara penyelenggara konferensi tersebut.

#### 2.1.4 Penawaran Pariwisata

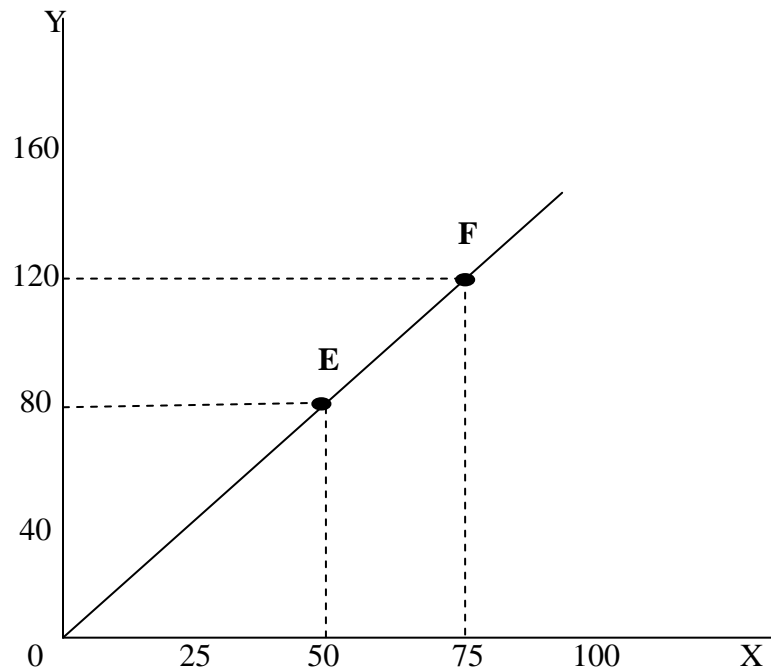
Penawaran dalam pariwisata dapat diartikan semua macam produk dan pelayanan atau jasa yang dihasilkan oleh sekelompok perusahaan industri pariwisata sebagai pemasok, yang ditawarkan baik kepada wisatawan yang datang secara langsung atau yang membeli melalui agen perjalanan atau biro wisata sebagai perantara (Yoeti, 2008). Termasuk dalam pengertian penawaran tersebut adalah semua bentuk daya tarik (*tourist attraction*), semua bentuk fasilitas dan pelayanan yang tersedia pada suatu daerah tujuan wisata yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan wisatawan selama mereka berkunjung di daerah tujuan wisata tersebut.

Menurut Wahab (dalam Yoeti, 2008) penawaran dalam industri pariwisata mempunyai karakteristik sebagai berikut :

1. *Basically a service supply*. Produk pariwisata tidak dapat disimpan atau dipindah-pindahkan dan hanya dapat dikonsumsi atau dinikmati di mana produk tersebut tersedia, karena wisatawan itu sendiri yang datang.
2. *It is rigid*. Produk yang ditawarkan itu sifatnya kaku, tidak bisa diubah untuk tujuan atau penggunaan yang lain di luar dunia perjalanan pada umumnya atau dunia pariwisata pada khususnya.
3. *Tourism is not a basic need of man*. Perjalanan wisata bukan kebutuhan pokok bagi manusia, karena itu penawarannya akan bersaing dengan barang-barang kebutuhan manusia yang lebih penting, misalnya akan melakukan perjalanan

wisata dulu, atau membeli komputer terlebih dahulu. Jadi penawaran dalam industri pariwisata sangat bersaing dengan barang-barang mewah.

**Gambar 2.1**  
**Kurva Penawaran Kamar Hotel dalam Ribuan**



Sumber : Yoeti, 2008

Hukum penawaran biasanya digambarkan dalam bentuk grafik yang dikenal sebagai kurva penawaran, seperti gambar 2.1. Dalam gambar dapat dilihat garis vertikal Y yang menunjukkan tingkat harga dalam Dollar AS dan garis horizontal X menunjukkan jumlah hotel yang ditawarkan. Titik E menunjukkan tingkat tarif hotel rata-rata adalah 80 Dollar AS dengan jumlah kamar yang tersedia 50.000 kamar. Pada titik F harga rata-rata berada pada tingkat 120 Dollar AS dengan jumlah kamar yang ditawarkan sebanyak 75.000 kamar. Hal ini

dikarenakan terjadinya perubahan harga yang berdampak pada perubahan jumlah kamar yang tersedia.

Menurut Spillane ( 1987), aspek-aspek penawaran pariwisata terdiri dari:

#### 1. Proses Produksi Industri Pariwisata

Kemajuan pengembangan pariwisata sebagai industri, sebenarnya ditunjang oleh bermacam-macam usaha yang perlu dikelola secara terpadu dan baik, diantaranya adalah :

- a. Promosi untuk memperkenalkan objek wisata
- b. Transportasi yang lancar
- c. Kemudahan keimigrasian atau birokrasi.
- d. Akomodasi yang menjamin penginapan yang nyaman.
- e. Pemandu wisata yang cakap.
- f. Penawaran barang dan jasa dengan mutu terjamin dan harga yang wajar.
- g. Pengisian waktu dengan atraksi-atraksi yang menarik.
- h. Kondisi kebersihan dan kesehatan lingkungan hidup.

#### 2. Pentingnya Tenaga Kerja dan Penyediaannya

Perkembangan pariwisata berpengaruh positif pada perluasan kesempatan kerja. Berkembangnya suatu daerah pariwisata tidak hanya membuka lapangan kerja bagi penduduk setempat, tetapi juga menarik pendatang-pendatang baru dari luar daerah, justru karena tersedianya lapangan kerja tadi. Para pendatang tersebut tidak selalu memiliki sifat dan adat kebiasaan yang sama dengan penduduk setempat.

### 3. Pentingnya Infrastruktur / Prasarana

Motivasi yang mendorong orang untuk mengadakan perjalanan akan menimbulkan permintaan-permintaan yang sarna mengenai prasarana, sarana-sarana perjalanan dan perhuhungan, sarana-sarana akomodasi dan jasa-jasa, serta persediaan-persediaan lain. Industri pariwisata memerlukan prasarana ekonomi, seperti jalan raya, jembatan, terminal, pelabuhan, lapangan udara. Di samping itu dibutuhkan pula prasarana bersifat *public utilities*, seperti pembangkit tenaga listrik, proyek penjernihan air bersih, fasilitas olahraga dan rekreasi, pos dan telekomunikasi, bank, *money changer*, perusahaan asuransi, periklanan, percetakan dan banyak sektor perekonomian lainnya.

### 4. Pentingnya Kredit

Faktor-faktor penentu dari pertumbuhan pariwisata adalah berbagai fasilitas (PMA, PMDN, Kredit Bank, dan lain-lain) yang diberikan oleh pemerintah. Tanpa adanya perangsang-perangsang seperti itu tidak mungkin terjadi investasi yang besar.

## **2.1.5 Industri Pariwisata**

### **2.1.5.1 Definisi Industri Pariwisata**

Industri pariwisata adalah perusahaan yang secara langsung memberikan pelayanan kepada wisatawan, yang semata-mata tujuan perjalanannya untuk bersenang-senang, sehingga wisatawan tersebut akan merasa nyaman, aman, dan puas ketika mengunjungi suatu daerah wisata (Yoeti, 2008). Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa industri pariwisata melibatkan berbagai macam usaha yang meliputi *tour operator*, penyedia jasa transportasi,

hotel, restoran, mal, bank, dan lain sebagainya. Menurut Marpaung (2002) industri pariwisata adalah berbagai macam bidang usaha yang secara bersama-sama menghasilkan produk maupun jasa yang baik secara langsung maupun tidak langsung akan dibutuhkan oleh wisatawan selama perjalanannya.

Pariwisata sebagai suatu industri keberadaannya dapat dijelaskan dengan adanya sekelompok perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat bergantung dari kunjungan wisatawan. Dengan kata lain, bila tidak ada wisatawan, maka kelompok perusahaan tidak dapat dilihat sistem kerjanya karena tidak ada orang yang akan dilayani. Industri pariwisata lebih bersifat tidak berwujud. Industri pariwisata pada dasarnya memiliki ciri-ciri yang membedakan dengan industri-industri lainnya. Ada beberapa ciri-ciri industri pariwisata menurut Yoeti (2008), yaitu:

1. Perusahaan Jasa

Pariwisata disebut sebagai industri jasa, karena masing-masing perusahaan yang membentuk industri pariwisata adalah perusahaan jasa (*service industry*) yang masing-masing bekerja sama menghasilkan produk (*good and service*) yang dibutuhkan wisatawan selama dalam perjalanan wisata yang dilakukannya pada daerah tujuan wisata.

2. Dipengaruhi Musim

Industri pariwisata itu sangat dipengaruhi oleh musim. Bila musim liburan datang, maka semua kapasitas akan cepat habis terjual. Sebaliknya, bila musim libur selesai, maka semua kapasitas terbengkalai, kamar-kamar hotel kosong, restoran, dan taman-taman rekreasi sepi pengunjung.



### 2.1.5.2 Produk Industri Pariwisata

Produk industri pariwisata adalah keseluruhan pelayanan yang diterima oleh wisatawan, semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya sampai ke tempat tujuan (daerah tujuan wisata) dan kembali ke rumah. Sebagai industri yang kompleks, produk industri pariwisata memiliki perbedaan dengan produk industri lain. Menurut Yoeti (2006), ada beberapa ciri yang dimiliki produk industri pariwisata yaitu:

1. Produk wisata mempunyai ciri yang tidak dapat dipindahkan. Orang tidak bisa membawa produk wisata kepada konsumen, tetapi konsumen itu sendiri harus mengunjungi, mengalami, dan datang untuk menikmati produk wisata itu.
2. Pada umumnya peran perantara tidak diperlukan, karena proses produksi terjadi pada saat yang bersamaan dengan konsumsi. Satu-satunya perantara yang merupakan saluran dalam penjualan jasa industri pariwisata hanyalah *Travel Agent* atau *Tour Operator* saja.
3. Hasil atau produk industri pariwisata tidak dapat ditimbun, seperti halnya yang terjadi pada industri barang lainnya, di mana penimbunan hanya merupakan kebiasaan untuk meningkatkan permintaan.
4. Hasil atau produk industri pariwisata tidak mempunyai standar atau ukuran obyektif, seperti halnya dengan industri barang lainnya yang mempunyai ukuran panjang, lebar, isi dan lain-lain. Produk industri pariwisata hanya menggunakan patokan bagus jelek atau puas tidaknya orang yang diberi pelayanan.

5. Permintaan terhadap hasil atau produk pariwisata sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor ekonomis. Terjadinya kekacauan atau peperangan akan mengakibatkan permintaan berkurang, sedangkan bila musim libur dengan kondisi normal permintaan akan meningkat.
6. Calon konsumen tidak dapat mencoba atau mencicipi produk yang akan dibelinya. Dia hanya dapat melihat melalui brosur, televisi atau film yang dibuat khusus untuk itu.
7. Hasil atau produk industri pariwisata banyak bergantung pada tenaga manusia dan sedikit sekali yang dapat digantikan dengan mesin.
8. Dari segi kepemilikan usaha, penyediaan produk industri pariwisata dengan membangun sarana dan prasarana kepariwisataan yang memakan biaya besar dan mempunyai tingkat risiko yang tinggi.

#### **2.1.6 Daya Tarik Wisata**

Menurut Spillane (1994), suatu obyek wisata atau *destination*, harus meliputi lima unsur yang penting agar wisatawan dapat merasa puas dalam menikmati perjalanannya, maka obyek wisata harus meliputi:

1. Atraksi (*Attractions*)

Merupakan pusat dari industri pariwisata. Menurut pengertian *attractions* mampu menarik wisatawan yang ingin mengunjunginya. Motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat tujuan adalah untuk memenuhi atau memuaskan beberapa kebutuhan atau permintaan. Biasanya mereka tertarik pada suatu lokasi karena ciri khas tertentu.

## 2. Fasilitas (*Facility*)

Fasilitas cenderung berorientasi pada *attractions* disuatu lokasi karena fasilitas harus dekat dengan pasarnya. Fasilitas cenderung mendukung bukan mendorong pertumbuhan dan cenderung berkembang pada saat yang sama atau sesudah *attractions* berkembang. Suatu *attractions* juga dapat merupakan fasilitas. Jumlah dan jenis fasilitas tergantung kebutuhan wisatawan. Seperti fasilitas harus cocok dengan kualitas dan harga penginapan, makanan, dan minuman yang juga cocok dengan kemampuan membayar dari wisatawan yang mengunjungi tempat tersebut.

## 3. Infrastruktur (*Infrastructure*)

*Attractions* dan fasilitas tidak dapat tercapai dengan mudah kalau belum ada infrastruktur dasar. Infrastruktur termasuk semua konstruksi di bawah dan di atas tanah dan suatu wilayah atau daerah.

## 4. Transportasi (*Transportation*)

Ada beberapa usul mengenai pengangkutan dan fasilitas yang dapat menjadi semacam pedoman termasuk:

- a. Informasi lengkap tentang fasilitas, lokasi terminal, dan pelayanan pengangkutan lokasi ditempat tujuan harus tersedia untuk semua penumpang sebelum berangkat dari daerah asal.
- b. Sistem keamanan harus disediakan di terminal untuk mencegah kriminalitas.
- c. Suatu sistem standar atau seragam untuk tanda-tanda lalu lintas dan simbol-simbol harus dikembangkan dan dipasang di semua bandara.

- d. Sistem informasi harus menyediakan data tentang informasi pelayanan pengangkutan lain yang dapat dihubungi di terminal termasuk jadwal dan tarif.
- e. Informasi terbaru dan sedang berlaku, baik jadwal keberangkatan atau kedatangan harus tersedia di papan pengumuman, lisan atau telepon.
- f. Tenaga kerja untuk membantu para penumpang.
- g. Informasi lengkap tentang lokasi, tarif, jadwal, dan rute dan pelayanan pengangkutan lokal.
- h. Peta kota harus tersedia bagi penumpang.

#### 5. Keramahtamahan (*Hospitality*)

Wisatawan yang sedang berada dalam lingkungan yang belum mereka kenal maka kepastian akan jaminan keamanan sangat penting, khususnya wisatawan asing.

Terdapat empat kelompok yang merupakan daya tarik bagi wisatawan datang pada suatu tujuan wisata, yaitu:

##### 1. Daya Tarik Alam (*Natural Attractions*)

Yang termasuk dalam kelompok ini adalah: pemandangan laut, pantai, danau, air terjun, kebun raya, agrowisata, gunung berapi, dll.

##### 2. Daya Tarik Bangunan (*Built Attractions*)

Termasuk dalam kelompok ini antara lain: bangunan dengan arsitek yang menarik seperti rumah adat dan yang termasuk bangunan kuno dan modern.

### 3. Daya Tarik Kebudayaan (*Cultural Attractions*)

Dalam kelompok ini termasuk diantaranya: peninggalan sejarah, cerita rakyat, kesenian tradisional, museum, upacara keagamaan, festival kesenian.

### 4. Daya Tarik Sosial (*Social Attractions*)

Tata cara hidup masyarakat, ragam bahasa, upacara perkawinan, potong gigi, khitanan dan kegiatan sosial lainnya.

## **2.1.7 Pengembangan Pariwisata**

Pengembangan pariwisata tidak lepas dari perkembangan politik, ekonomi, sosial dan pengembangan disektor lainnya, maka didalam pengembangan pariwisata dibutuhkan perencanaan terlebih dahulu. Dari pemikiran tersebut dapat disimpulkan bahwa pengembangan adalah suatu proses yang terjadi secara terus menerus, untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya terhadap ancaman yang ada untuk dapat berkembang dalam mencapai tujuan individu dalam organisasi dan tujuan organisasi secara keseluruhan (Demartoto, 2008).

Dalam pengembangan pariwisata dibutuhkan perencanaan terlebih dahulu. Yoeti (2008) mengungkapkan beberapa prinsip perencanaan pariwisata, diantaranya:

- a. Perencanaan harus memiliki satu kesatuan dengan pembangunan regional atau nasional dari pembangunan perekonomian suatu negara.

- b. Perencanaan pengembangan kepariwisataan menghendaki pendekatan terpadu dengan sektor-sektor lainnya, terutama sektor pertanian, jasa, perdagangan, dan sektor transportasi.
- c. Perencanaan suatu daerah tujuan pariwisata harus berdasarkan suatu studi yang khusus dibuat untuk daerah tersebut dan dengan memperhatikan perlindungan terhadap lingkungan alam serta budaya di daerah yang bersangkutan.
- d. Perencanaan pengembangan kepariwisataan pada suatu daerah harus diikuti oleh adanya perencanaan fisik daerah yang bersangkutan secara keseluruhan.
- e. Perencanaan fisik suatu daerah untuk tujuan pariwisata tidak hanya memperhatikan segi administrasi saja tetapi juga didasarkan atas penelitian yang sesuai dengan lingkungan alam sekitar, faktor geografis dan ekologi dari daerah yang bersangkutan.

Dalam melakukan pengembangan kepariwisataan, perlu dilakukan pendekatan terhadap organisasi pariwisata yang ada (baik pemerintah, masyarakat, dan swasta) serta pihak-pihak terkait guna mendukung kelangsungan pembangunan pariwisata di daerah tersebut (Demartoto, 2008). Oleh karena itu, dalam perencanaan kepariwisataan dibutuhkan perumusan yang cermat dan diambil kata sepakat, apa yang menjadi kewajian pemerintah dan mana yang menjadi tanggung jawab pihak swasta, sehingga dalam pengembangan selanjutnya tidak terjadi tumpang tindih yang dapat menimbulkan perbedaan anatara satu pihak dengan pihak yang lain.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa studi terdahulu yang telah menjelaskan mengenai strategi pengembangan pariwisata dan *Analytic Network Process*, beberapa diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Anung Setyadi, dkk (2012) yang berjudul “Strategi Pengembangan Ekowisata Taman Nasional Sebangau Kalimantan Tengah” dengan menggunakan analisis ANP menunjukkan bahwa ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan pariwisata ekowisata TNS ini. Yang pertama adalah aspek yang mempengaruhi pengembangan TNS, aspek konservasi memiliki nilai tertinggi sebesar 0,0653 dari seluruh aspek yang ada, sedangkan untuk masalah utama yang dihadapi dalam pengembangan TNS adalah masalah yang berkaitan dengan daya tarik, yaitu kurangnya sarana prasarana dan akomodasi dengan nilai 0,0124. Untuk solusi yang menjadi prioritas adalah solusi yang berkaitan dengan daya tarik yaitu meningkatkan sarana prasarana dan akomodasi yang memiliki nilai sebesar 0,0095. Untuk strategi sendiri, penilaian yang diberikan oleh para ahli menyebutkan bahwa strategi yang diutamakan adalah strategi yang berkaitan dengan peningkatan informasi dan promosi produk ekowisata dengan nilai 0,0766. Diikuti dengan strategi yang berkaitan dengan peningkatan kerjasama dan pemahaman terhadap ekowisata bagi stakeholders dengan nilai sebesar 0,0633.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Kusuma Sari (2011) dengan judul “Pengembangan Pariwisata Obyek Wisata Pantai Sigandu Kabupaten Batang” dengan pendekatan AHP, menunjukkan bahwa alternatif yang diambil dalam Pengembangan Pantai Sigandu secara keseluruhan adalah pengembangan Pantai Sigandu sebagai obyek wisata primadona Kabupaten Batang dengan bobot nilai 0,128, Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pesisir (PEMP) dengan bobot nilai 1,108, dan memberikan sarana dan fasilitas pada investor dengan bobot nilai 0,103.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Iwan Vanany (2003) dengan judul “Aplikasi *Analytic Network Process* (ANP) Pada Perencanaan Sistem Pengukuran Kinerja” menunjukkan bahwa terdapat beberapa permasalahan pada sistem pengukuran kerja PT X. Dari hasil pembobotan ANP diperoleh bahwa perspektif finansial sebesar 0,3636 lebih besar dibandingkan dengan perspektif proses bisnis yaitu sebesar 0,2726, perspektif tumbuh dan belajar sebesar 0,1819, dan perspektif konsumen sebesar 0,1818.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Endri (2009) dengan judul “Permasalahan Pengembangan Sukuk Korporasi di Indonesia menggunakan Metode *Analytic Network Process* (ANP)” menunjukkan bahwa pelaku pasar merupakan aspek yang paling berpengaruh dalam pengembangan sukuk korporasi di Indonesia yang berbobot 0,388, diikuti oleh aspek regulasi yaitu sebesar 0,282. Pada aspek masalah, minimnya pemahaman pelaku pasar sebesar 0,201 serta terbatasnya SDM professional yang terlibat di pasar modal syariah menjadi prioritas utama yaitu sebesar 0,180. Dalam hal solusi, sosialisasi dan edukasi



menjadi solusi utama pengembangan sukuk korporasi di Indonesia, yaitu sebesar 0,235, dilanjutkan dengan revisi regulasi perpajakan sebesar 0,230 dan penyediaan SDM professional sebesar 0,192. Dalam hal strategi, *market driven strategy* menjadi strategi yang dianggap tepat untuk dilakukan yaitu sebesar 0,495.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Eko Syamsul Ma'arif Tahajuddin (2011) dengan judul "Pengembangan Obyek Wisata Wonderia di Kota Semarang" yang menggunakan pendekatan SWOT dan AHP memiliki tujuan untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal yang dihadapi oleh Wonderia serta kemudian mengetahui strategi pengembangan yang harus diprioritaskan oleh pengelola guna meningkatkan jumlah pengunjung Wonderia. Hasil analisis SWOT menyebutkan bahwa Wonderia berada di kuadran I, yang berarti Wonderia merupakan obyek wisata yang mempunyai potensi cukup besar untuk berkembang di masa yang akan datang. Oleh karena itu, kebijakan yang disarankan adalah strategi progresif. Hasil analisis AHP menyebutkan bahwa kriteria yang harus diprioritaskan adalah aspek infrastruktur dengan nilai 0,413. Untuk keseluruhan alternatif yang direkomendasikan oleh *key person*, seharusnya yang menjadi prioritas adalah alternatif standarisasi karena memiliki nilai tertinggi dengan skor 0,167.

**Tabel 2.1**  
**Rangkuman Hasil Penelitian Terdahulu**

No	Nama Penulis (th) dan Judul	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Anung Setyadi, dkk(2012). Strategi Pengembangan Ekowisata Taman Nasional Sebangau Kalimantan Tengah.	Analytic Network Process (ANP)	Aspek yang mempengaruhi pengembangan TNS, aspek konservasi memiliki nilai tertinggi sebesar 0,0653 dari seluruh aspek yang ada, sedangkan untuk masalah utama yang dihadapi dalam pengembangan TNS adalah masalah yang berkaitan dengan daya tarik, yaitu kurangnya sarana prasarana dan akomodasi dengan nilai 0,0124. Untuk solusi yang menjadi prioritas adalah solusi yang berkaitan dengan daya tarik yaitu meningkatkan sarana prasarana dan akomodasi yang memiliki nilai sebesar 0,0095. Untuk strategi sendiri, penilaian yang diberikan oleh para ahli menyebutkan bahwa strategi yang diutamakan adalah strategi yang berkaitan dengan peningkatan informasi dan promosi produk ekowisata dengan nilai 0,0766. Diikuti dengan strategi yang berkaitan dengan peningkatan kerjasama dan pemahaman terhadap ekowisata bagi <i>stakeholders</i> dengan nilai sebesar 0,0633.
2.	Dewi Kusuma Sari(2011). Pengembangan Pariwisata Obyek Wisata Pantai Sigandu Kabupaten Batang.	Analytic Hierarki Process (AHP)	Alternatif yang diambil dalam Pengembangan Pantai Sigandu secara keseluruhan adalah pengembangan Pantai Sigandu sebagai obyek wisata primadona Kabupaten Batang dengan bobot nilai 0,128, Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pesisir (PEMP) dengan bobot nilai 1,108, dan memberikan sarana dan fasilitas pada investor dengan bobot nilai 0,103.

3.	Iwan Vanany(2003). Aplikasi <i>Analytic Network Process</i> (ANP) Pada Perencanaan Sistem Pengukuran Kinerja.	Analytic Network Process (ANP)	Permasalahan pada sistem pengukuran kerja PT X diperoleh bahwa perspektif finansial sebesar 0,3636 lebih besar dibandingkan dengan perspektif proses bisnis yaitu sebesar 0,2726, perspektif tumbuh dan belajar sebesar 0,1819, dan perspektif konsumen sebesar 0,1818.
4.	Endri (2009). Permasalahan Pengembangan Sukuk Korporasi di Indonesia menggunakan Metode <i>Analytic Network Process</i> (ANP).	Analytic Network Process (ANP)	Pelaku pasar merupakan aspek yang paling berpengaruh dalam pengembangan sukuk korporasi di Indonesia yang berbobot 0,388, diikuti oleh aspek regulasi yaitu sebesar 0,282. Pada aspek masalah, minimnya pemahaman pelaku pasar sebesar 0,201 serta terbatasnya SDM professional yang terlibat di pasar modal syariah menjadi prioritas utama yaitu sebesar 0,180. Dalam hal solusi, sosialisasi dan edukasi menjadi solusi utama pengembangan sukuk korporasi di Indonesia, yaitu sebesar 0,235, dilanjutkan dengan revisi regulasi perpajakan sebesar 0,230 dan penyediaan SDM professional sebesar 0,192. Dalam hal strategi, <i>market driven strategy</i> menjadi strategi yang dianggap tepat untuk dilakukan yaitu sebesar 0,495.
5.	Eko Syamsul Ma'arif Tahajuddin. (2011). Pengembangan Obyek Wisata Wonderia di Kota Semarang.	Analisis SWOT dan Analytic Hierarki Process (AHP)	Hasil analisis SWOT menyebutkan bahwa Wonderia berada di kuadran I, yang berarti Wonderia merupakan obyek wisata yang mempunyai potensi cukup besar untuk berkembang di masa yang akan datang. Oleh karena itu, kebijakan yang disarankan adalah strategi progresif. Hasil analisis AHP menyebutkan bahwa kriteria yang harus diprioritaskan adalah aspek infrastruktur dengan nilai 0,413. Untuk keseluruhan alternatif yang direkomendasikan oleh <i>key person</i> , seharusnya yang menjadi prioritas adalah alternatif standarisasi karena memiliki nilai tertinggi dengan skor 0,167.

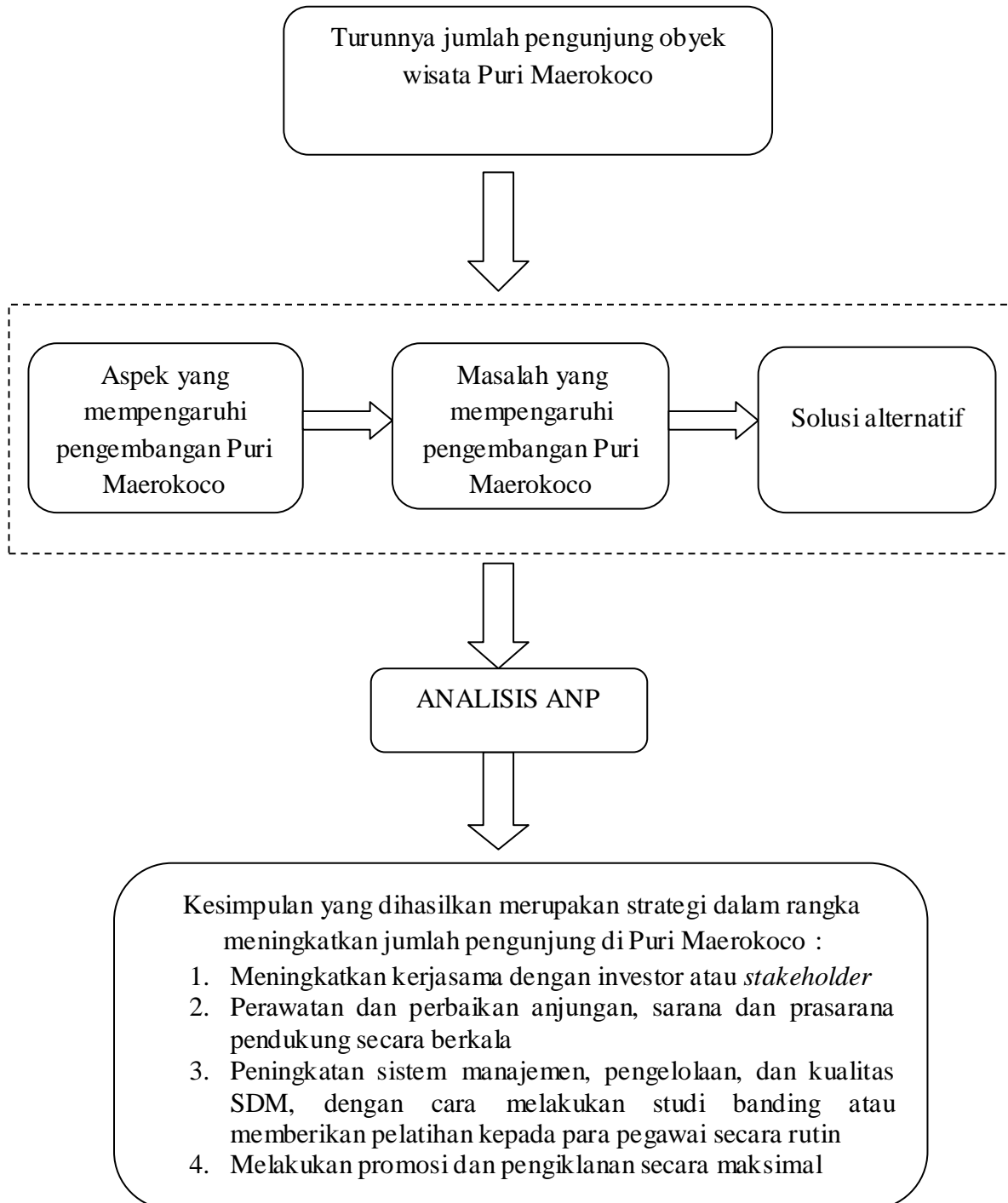
### 2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori penawaran pariwisata, semakin tinggi daya tarik yang dimiliki oleh suatu daerah tujuan wisata maka semakin banyak pula wisatawan yang berkunjung di daerah tujuan wisata tersebut. Sebagai salah satu tempat tujuan wisata di Kota Semarang, Puri Maerokoco Taman Wisata Budaya Jawa Tengah memiliki potensi untuk dikembangkan. Puri Maerokoco merupakan satu-satunya obyek wisata di Semarang bahkan di Jawa Tengah yang menampilkan miniatur rumah adat kota dan kabupaten yang ada di Jawa Tengah, seharusnya menjadikan Puri Maerokoco mampu bersaing dengan obyek wisata lain yang ada di Kota Semarang. Meskipun memiliki banyak potensi, namun pada kenyataannya obyek wisata ini justru jauh tertinggal dari obyek wisata lain yang ada di Kota Semarang.

Untuk mengembangkan obyek wisata Puri Maerokoco yang dibutuhkan adalah menganalisa aspek, permasalahan dan solusi alternatif yang didiskusikan oleh para *key person* kemudian dapat dirumuskan sebuah strategi pengembangan guna meningkatkan jumlah pengunjung di obyek wisata Puri Maerokoco agar dapat membuat strategi pengembangannya. Penentuan strategi pengembangan tersebut dilakukan dengan menggunakan metode *Analytic Network Process* (ANP).

**Gambar 2.2**

**Kerangka Pemikiran**



Sumber : Tahajuddin (2011), dengan modifikasi

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

Variabel adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi kebijakan dalam rangka meningkatkan jumlah pengunjung di obyek wisata Puri Maerokoco. Strategi kebijakan tersebut diperoleh dari hasil observasi dan diskusi dengan para *key person* baik dari pengelola Puri Maerokoco maupun dari dinas-dinas terkait. Adapun definisi dari strategi kebijakan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Aspek infrastruktur merupakan langkah-langkah untuk meningkatkan jumlah pengunjung Puri Maerokoco yang berkaitan dengan infrastruktur. Dalam penelitian ini, peningkatan jumlah pengunjung diupayakan melalui perbaikan dan perawatan anjungan dan sarana pendukung secara berkala. Perbaikan dan perawatan yang dimaksud adalah melakukan peremajaan anjungan-anjungan dan sarana prasarana pendukung yang telah rusak atau hilang serta melakukan pengecekan terhadap kondisi anjungan dan sarana pendukung secara rutin.
2. Aspek manajemen merupakan aspek yang terkait dengan pengelola atau manajemen Puri Maerokoco. Untuk meningkatkan jumlah pengunjung di Puri Maerokoco diperlukan adanya perbaikan sistem manajemen, pengelolaan dan kualitas SDM. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan pelatihan

kepada para pegawai, melakukan studi banding ke tempat wisata yang lebih maju dan penambahan tenaga kerja yang berkompeten.

3. Aspek ekonomi merupakan aspek yang berhubungan dengan permodalan dan biaya operasional Puri Maerokoco. Untuk mengembangkan dan meningkatkan jumlah pengunjung di Puri Maerokoco diperlukan adanya modal yang cukup besar. Peningkatan modal kerja dapat dilakukan dengan cara melakukan kerjasama dengan investor untuk bersama-sama mengembangkan Puri Maerokoco.
4. Aspek promosi merupakan merupakan langkah-langkah yang bertujuan untuk memperkenalkan Puri Maerokoco kepada masyarakat dan menarik minat wisatawan agar berkunjung ke Puri Maerokoco. Hal ini dapat dilakukan dengan cara melakukan promosi dan pengiklanan mengenai Puri Maerokoco secara optimal.

### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pengelompokannya dapat dibagi menjadi dua, yakni:

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber primer, yakni informasi yang diperoleh langsung dari responden (Wardiyanta,2010). Adapun data primer yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari hasil observasi lapangan, wawancara dengan beberapa *key person*, dan pengisian kuesioner oleh responden.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh tidak secara langsung dari responden namun diterbitkan oleh badan atau instansi lain yang bukan merupakan pengolahnya (Wardiyanta, 2010). Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari Badan Pusat Statistik Kota Semarang, dan pengelola Puri Maerokoco. Data yang digunakan meliputi:

- a. Data jumlah pengunjung dan pendapatan obyek wisata di Kota Semarang tahun 2009-2013.
- b. Data jumlah pengunjung Puri Maerokoco tahun 2003-2013.

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Observasi

Menurut Hasan (2002), observasi adalah pemilihan, pengubahan, pencatatan perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisme individu sesuai dengan tujuan empiris. Observasi dalam penelitian ini dilakukan di obyek wisata Puri Maerokoco. Berdasarkan observasi tersebut dapat diketahui mengenai kondisi fisik Puri Maerokoco. Kegiatan observasi ini kemudian dilanjutkan dengan wawancara kepada pihak pengelola guna mendapatkan informasi yang lebih akurat.



b. Wawancara

Wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung kepada responden dan jawabannya dicatat atau direkam (Hasan, 2002). Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan kepada pakar ahli (*key person*) yang mengetahui seluk beluk kegiatan pariwisata maupun yang berkaitan dengan pengembangan Puri Maerokoco, yaitu :

1. Dosen manajemen pariwisata Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata
2. Staf Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang Bidang Industri Pariwisata
3. Kepala Personalia PT. Pusat Rekreasi dan Promosi Pembangunan Jawa Tengah
4. Kepala Subagian BUMD Biro Perekonomian Pemerintah Provinsi Jawa Tengah
5. Staf Bappeda Kota Semarang Sub Bidang Pengembangan Kawasan.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2007). Jawaban pertanyaan tersebut dilakukan sendiri oleh responden tanpa bantuan fisik dari peneliti. Dalam penelitian ini kuesioner dibagikan kepada para pakar ahli (*key person*) pariwisata.

#### d. Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu metode pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur-literatur yang relevan dengan penelitian. Literatur tersebut dapat berasal dari buku, jurnal, media cetak, maupun dari internet.

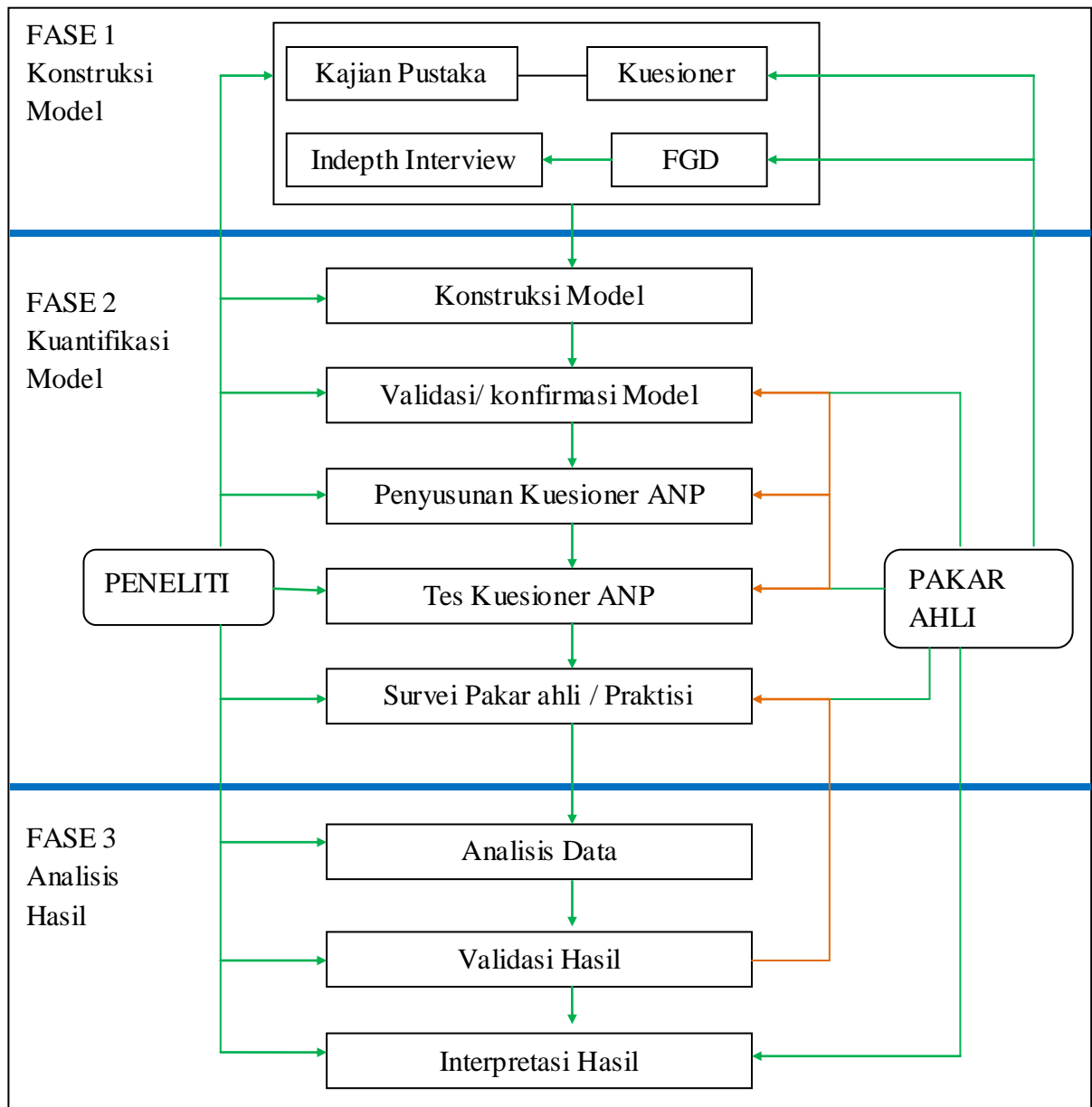
### 3.4 Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan metode *Analytic Network Process* (ANP) yang merupakan pengembangan dari metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). ANP mengizinkan adanya interaksi dan umpan balik dari elemen-elemen dalam klaster (*inner dependence*) dan antar klaster (*outer dependence*). ANP diterapkan pada pengambilan keputusan yang rumit, kompleks serta memerlukan berbagai variasi interaksi dan ketergantungan. Sebagai metode pengembangan dari metode AHP, ANP masih menggunakan cara *Pairwise Comparison Judgement Matrices* (PCJM) antar elemen yang sejenis. Perbandingan berpasangan ANP dilakukan antar elemen dalam komponen atau klaster untuk setiap interaksi dalam *network* (Rusydiana, 2013).

*Analytic Network Process* (ANP) juga merupakan teori matematis yang mampu menganalisa pengaruh dengan pendekatan asumsi-asumsi untuk menyelesaikan bentuk permasalahan. ANP bergantung pada alternatif-alternatif dan kriteria yang ada. Saaty (dalam Rusydiana, 2013) menjelaskan teknis analisis ANP menggunakan perbandingan berpasangan (*pairwise comparison*) pada alternatif-alternatif dan kriteria proyek. Pada jaringan ANP, level dalam AHP

disebut kluster yang dapat memiliki kriteria dan alternatif didalamnya. Adapun tahapan yang dilakukan dalam ANP adalah :

**Gambar 3.1**  
**Tahapan dalam ANP**



Sumber : Ascarya dalam Rusydiana (2013)

## 1. Konstruksi Model

Konstruksi model ANP disusun berdasarkan *literature review* secara teori maupun empiris dan memberikan pertanyaan pada pakar ahli dan praktisi pariwisata serta melalui *indepth interview* untuk mengkaji informasi secara lebih dalam untuk memperoleh permasalahan yang sebenarnya.

## 2. Kuantifikasi Model

Tahap kuantifikasi model menggunakan pertanyaan dalam kuesioner ANP berupa *pairwise comparison* (perbandingan pasangan) antar elemen dalam klaster kepada para responden. Penyebaran kuesioner ini dimaksudkan untuk mengetahui mana diantara keduanya yang lebih besar pengaruhnya (lebih dominan) serta seberapa besar perbedaannya melalui skala numerik 1-9. Ketika penilaian dilakukan untuk sepasang, nilai timbal balik secara otomatis ditetapkan ke perbandingan terbalik dalam matriks. Data hasil penilaian kemudian dikumpulkan dan diinput melalui software *super decision* untuk diproses sehingga menghasilkan output berbentuk supermatriks. Hasil dari setiap responden akan diinput pada jaringan ANP tersendiri. Dalam proses penilaian, masalah dapat terjadi dalam konsistensi dari perbandingan berpasangan. Rasio konsistensi memberikan penilaian numerik dari seberapa besar evaluasi ini mungkin tidak konsisten. Jika rasio yang dihitung kurang dari 0,10, maka konsistensi dianggap memuaskan.

**Tabel 3.1**  
**Nilai Perbandingan Antar Elemen**

<b>Tingkat Kepentingan</b>	<b>Definisi</b>	<b>Penjelasan</b>
9	Amat sangat lebih besar pengaruhnya	Bukti bahwa salah satu elemen sangat penting daripada pasangannya adalah sangat jelas
7	Sangat besar pengaruhnya	Salah satu elemen sangat berpengaruh dan dominasinya tampak secara nyata
5	Lebih besar pengaruhnya	Penilaian sangat memihak pada salah satu elemen dibandingkan pasangannya
3	Sedikit lebih besar pengaruhnya	Penilaian sedikit lebih memihak pada salah satu elemen dibandingkan pasangannya
1	Sama besar pengaruhnya	Kedua elemen memiliki pengaruh yang sama
2,4,6,8	<b>Nilai tengah</b> diantara pertimbangan yang berdekatan	Nilai ini diberikan jika terdapat keraguan diantara kedua penilaian yang berdekatan.

Sumber :Saaty (dalam Darmanto, 2009)

### 3. Sintesis dan Analisis

Sintesis merupakan proses menyatukan semua bagian menjadi satu kesatuan. Proses sintesis merupakan cara yang tepat untuk menghasilkan keputusan, ketika membuat keputusan dengan dibatasi batasan-batasan informasi. Menurut Ascarya (dalam Rusydiana, 2013) adapun tahapan penghitungan sintesis adalah:

#### a. *Geometric Mean*

Untuk mengetahui hasil penilaian individu dari para responden dan menentukan hasil pendapat pada satu kelompok dilakukan penilaian dengan menghitung *geometric mean* (Rusydiana, 2013). Pertanyaan berupa perbandingan (*Pairwise comparison*) dari responden akan dikombinasikan, sehingga membentuk suatu konsensus. *Geometric mean* merupakan jenis penghitungan

rata-rata yang menunjukkan tendensi atau nilai tertentu dimana memiliki formula sebagai berikut :

$$GM = (R_1 * R_2 * R_3 * \dots * R_n)^{1/n} \dots\dots\dots (3.1)$$

b. *Rater Agreement*

*Rater agreement* adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kesesuaian (persetujuan) para responden (R1-Rn) terhadap suatu masalah dalam satu klaster. Adapun alat yang digunakan untuk mengukur rater agreement adalah *Kendall's Coefficient of Concordance* ( $W; 0 < W \leq 1$ ).  $W=1$  menunjukkan kesesuaian yang sempurna (Rusydia, 2013).

Untuk menghitung Kendall's ( $W$ ), yang pertama adalah dengan memberikan ranking pada setiap jawaban kemudian menjumlahkannya.

$$R_i = \sum_j^m = 1r_{ij} \dots\dots\dots (3.2)$$

Nilai rata-rata dari total ranking adalah:

$$U = (T_1 + T_2 + T_3 + \dots + T_p) / p \dots\dots\dots (3.3)$$

Jumlah kuadrat deviasi ( $S$ ), dihitung dengan formula:

$$S = (T_1 - U)^2 + (T_2 - U)^2 + \dots + (T_p - U)^2 \dots\dots\dots (3.4)$$

$$MaxS = (n - U)^2 + (2n - U)^2 + \dots + (pn - U)^2 \dots\dots\dots (3.5)$$

Sehingga diperoleh Kendall's  $W$ , yaitu:

$$W = \frac{S}{MaxS} \dots\dots\dots (3.6)$$

Dimana : R= Jawaban Responden  
T = Total Ranking tiap Aspek  
p = Jumlah Aspek  
n = Jumlah Responden

Jika nilai pengujian  $W$  sebesar 1 ( $W=1$ ), dapat disimpulkan bahwa penilaian atau pendapat dari para responden memiliki kesesuaian yang sempurna. Sedangkan ketika nilai  $W$  sebesar 0 atau semakin mendekati 0, maka menunjukkan adanya ketidaksesuaian antar jawaban responden atau jawaban bervariasi (Ascarya dalam Rusydiana, 2013).

Menurut Ascarya (dalam Rusydiana 2013), terdapat 3 prinsip-prinsip dasar ANP yaitu dekomposisi, penilaian komparasi (*comparative judgements*), dan komposisi hierarkis atau sintesis dari prioritas :

1. Prinsip dekomposisi, yaitu diterapkan untuk menstrukturkan masalah yang kompleks menjadi kerangka hierarki atau kerangka ANP yang terdiri dari jaringan-jaringan klaster.
2. Prinsip penilaian komparasi diterapkan untuk membangun perbandingan pasangan (*pairwise comparison*) dari semua kombinasi elemen-elemen dalam klaster dilihat dari klaster induknya. Perbandingan pasangan ini digunakan untuk mendapatkan prioritas lokal dari elemen-elemen di dalam suatu klaster dilihat dari klaster induknya.
3. Prinsip komposisi hierarkis atau sintesis diterapkan untuk mengalikan prioritas lokal dari elemen-elemen dalam klaster dengan prioritas “global” dari elemen induk yang akan menghasilkan prioritas global seluruh hierarki dan menjumlahkannya untuk menghasilkan prioritas global untuk elemen level terendah (biasanya merupakan alternatif).