

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Kota Semarang adalah Ibukota Provinsi Jawa Tengah Indonesia, sekaligus sebagai Kota terbesar kelima di Indonesia sesudah Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Medan. Kota Semarang memiliki Semboyan “Semarang SETARA” yaitu, sejajar, setingkat dan sepadan. Selain disebut dengan Semarang SETARA, kota Semarang juga dijuluki sebagai kota Lumpia yang artinya Lumpia adalah makanan khas Semarang, yang terbuat dari akulturasi dua budaya yaitu budaya Jawa dan budaya China.

Kota yang sering dijuluki sebagai kota Lumpia ini, memiliki berbagai potensi wisata, mulai dari wisata alam, wisata sejarah, wisata religius, wisata keluarga, wisata belanja dan wisata kuliner. Observasi dan wawancara informal dengan beberapa mahasiswa pendatang, nampaknya jenis obyek wisata yang diminati di Kota Semarang lebih pada wisata berbasis sejarah, wisata religius, dan wisata kuliner. Para pendatang saat ditanya obyek wisata di Kota Semarang, umumnya menyebutkan Lawang Sewu, Masjid Agung Jawa Tengah, Gereja Blenduk, dan Sam Poo Kong. Tidak ketinggalan diungkapkan pula jenis wisata kuliner lumpia. Begitu pula dengan wisatawan lokal, yaitu wisatawan yang berasal dari Kota Semarang juga menyebutkan jenis obyek wisata yang sama, yaitu wisata alam, wisata religius, wisata sejarah, wisata belanja dan wisata kuliner.

Salah satu obyek wisata yang sangat mengalami penurunan kunjungan dan sudah mengalami penurunan kualitas sebagai obyek wisata adalah Taman Puri Maerokoco. Obyek wisata ini merupakan gambaran miniatur Jawa Tengah yang dibatasi oleh danau di utara dan selatan sebagai gambaran Laut Jawa dan Samudra Indonesia serta lahan Jawa Barat dan Jawa Timur,

sedangkan di luar danau ini terdapat jalan keliling lebar 6 m yang bisa dipakai untuk kereta mini dan sebagainya.

Berkembangnya pusat-pusat hiburan dalam berbagai bentuk seperti *Mall, Plaza Square, Lounge, Pool* atau pusat perbelanjaan lainnya, telah mengalihkan ketertarikan masyarakat, yang berdampak pada penurunan jumlah kunjungan ke obyek wisata, salah satunya adalah Taman Puri Maerokoco ini. Seperti tampak dalam tabel di bawah ini yang menunjukkan angka kunjungan yang semakin menurun dari tahun ke tahun.

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung Puri Maerokoco
Tahun 2010 s.d 2013

NO	PENGUNJUNG	TAHUN			
		2010	2011	2012	2013
1	Wisatawan Nusantara	27047	26285	23052	22012
2	Wisatawan Mancanegara	-	-	-	-

Sumber: Arsip Puri Maerokoco tahun 2010 s.d 2013

Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengunjung wisatawan nusantara mengalami penurunan dari tahun 2010 s.d 2013, sedangkan wisatawan mancanegara belum terlihat berkunjung sejak tahun 2010 s.d sekarang. Tidak hanya itu saja, kurangnya promosi akan obyek wisata mengakibatkan wisata ini menjadi kurang diminati oleh masyarakat, khususnya masyarakat Kota Semarang.



Gambar 1: Puri Maerokoco dan Area dalam Puri.

Sumber: Foto koleksi pribadi 2014

Puri Maerokoco terlihat dari depan, nampak bersih jarang sekali terlihat sampah yang berserakan di lokasi depan area obyek wisata.



Gambar 2: Contoh kerusakan Bangunan dan Contoh Kondisi Kolam.

Sumber: Foto, koleksi pribadi, 2014

Sepinya pengunjung yang membuat Obyek Wisata Puri Maerokoco ini mulai tidak terawat, bangunan-bangunan yang dulunya kuat dan kokoh kini mulai retak, dan bahkan rusak. Ketidakpedulian pengelola akan hal ini menyebabkan terbengkalainya bangunan-bangunan yang merupakan daya tarik dari obyek wisata tersebut. Kolam yang seharusnya menjadi daya tarik dan bersih, kini penuh dengan kotoran sampah-sampah plastik, botol, dll. Banyaknya sampah yang berserakan di area kolam membuat danau ini semakin kotor dan airnya berwarna hijau sehingga membuat danau ini tidak difungsikan sebagai daya tarik dari obyek wisata melainkan tempat pembuangan sampah.



Gambar 3: Kondisi Toilet dan Loket

Sumber: Foto, koleksi pribadi 2014

Kondisi kamar mandi pengunjung yang sudah mulai kotor, mulai dari dindingnya yang banyak dipenuhi sarang laba-laba, airnya pun tidak bersih, begitu pula dengan pintunya yang sudah mulai rusak, sehingga keadaan kamar mandi menjadi kotor seperti tidak pernah dibersihkan.

Menurut Cooper sebagaimana dikutip oleh Prof. Dr. I Gede Pitana dalam sambutannya di seminar *Cooperation in the Development of Education*

and Tourism in Global Era pada 31 Mei 2012 di Surabaya, sebelum sebuah destinasi diperkenalkan dan dijual, terlebih dahulu harus mengkaji 4 aspek utama (4A) yang harus dimiliki, yaitu attraction, accessibility, amenity dan ancillary service.

1. *Attraction*

Attraction atau atraksi wisata adalah produk utama sebuah destinasi. Atraksi berkaitan dengan *what to see* dan *what to do*. Apa yang bisa dilihat dan dilakukan oleh wisatawan di destinasi tersebut. Atraksi bisa berupa keindahan atau keunikan alam, budaya masyarakat setempat, peninggalan bangunan bersejarah, serta atraksi buatan seperti sarana permainan dan hiburan.

2. *Accessibility*

Accessibility atau aksesibilitas adalah sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi. Akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi dan rambu-rambu petunjuk jalan merupakan aspek penting bagi sebuah destinasi. Perlu juga diperhatikan bahwa akses jalan yang baik saja tidak cukup tanpa diiringi dengan ketersediaan sarana transportasi.

3. *Amenity*

Amenity atau amenitas adalah segala fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di destinasi. Amenitas berkaitan dengan ketersediaan sarana akomodasi untuk menginap serta restoran atau warung untuk makan dan minum. Kebutuhan lain yang mungkin diinginkan dan diperlukan oleh wisatawan, seperti toilet umum, *rest area*, tempat parkir, klinik kesehatan, dan sarana ibadah sebaiknya juga tersedia di sebuah destinasi.

4. *Ancillary Service*

Ancillary Service berkaitan dengan ketersediaan sebuah organisasi atau orang-orang yang mengurus destinasi tersebut. Ini menjadikan penting karena walaupun destinasi sudah mempunyai atraksi, aksesibilitas dan amenitas yang baik, tapi jika tidak ada yang mengatur dan mengurus maka kedepannya pasti akan terbengkalai.

Dari penjelasan 4A tersebut sudah seharusnya menjadi pertimbangan bagi pengusaha industri pariwisata untuk mengembangkan suatu destinasi dengan potensi pariwisata yang tinggi. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik pada Puri Maerokoco sebagai bahan penelitian yang berjudul “ **Analisis Persepsi Pengunjung terhadap 4A *Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary Service* Obyek Wisata Puri Maerokoco Semarang.** ”

1.2 RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana persepsi pengunjung terhadap 4A Obyek Wisata Puri Maerokoco, Semarang ?
2. Apa saja yang harus dilakukan guna meningkatkan potensi 4A Obyek Wisata Puri Maerokoco, Semarang menurut persepsi pengunjung ?

1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Tujuan Penelitian:

1. Untuk mengetahui persepsi pengunjung terhadap Obyek Wisata Puri Maerokoco melalui 4A. (*Attraction, Accessibility, Amenities, dan Ancillary Service*).
2. Untuk mengetahui bagaimana langkah-langkah dalam meningkatkan potensi 4A. (*Attraction, Accessibility, Amenities, dan Ancillary Service*) Obyek Wisata Puri Maerokoco.

Manfaat Penelitian:

1. Bagi Masyarakat
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi masyarakat sekitar dalam menarik minat pengunjung. Selain itu, sebagai sumber pengetahuan dimana, Obyek Wisata Puri Maerokoco ini menggambarkan Jawa Tengah dalam skala kecil, dan dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan tambahan bagi masyarakat sekitar.
2. Bagi Pengelola Obyek Wisata Puri Maerokoco
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan pertimbangan bagi Pengelola dalam upaya meningkatkan kualitas Obyek Wisata Puri Maerokoco Semarang.