BAB 4
HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

4.1. Hasil Wawancara Petugas/Instansi

Wisatawan dari obyek wisata Hutan Tinjomoyo saat sebelum ada pasar semarangan lebih banyak pada sore hari daripada pagi, siang maupun malam. Wisatawan lebih menghabiskan waktu untuk berfoto di jembatan Hutan Tinjomoyo dan di sungai Hutan Tinjomoyo karena pada sore hari, cahayanya sangat cocok untuk befoto. Setelah adanya Pasar Semarangan ini, wisataawan Hutan Tinjomoyo lebih ramai dan tidak hanya berfoto, melainkan juga menghabiskan sebagian waktunya untuk bersantai di Pasar Semarangan Hutan Tinjomoyo.

Namun hal ini berubah ketika jadwal Pasar Semarangan pindah dari hari Sabtu sore pukul 15.00 – 21.00 ke hari Minggu pagi. Wisatawan Hutan Tinjomoyo menjadi semakin sedikit dibandingkan dengan wisatawan yang datang pada hari Sabtu sore. Menurut petugas hal ini karena wisatawan mungkin lebih tertarik untuk mengikuti kegiatan CFD di Simpang Lima daripada Hutan Tinjomoyo.

Wisatawan Hutan Tinjomoyo sering dikunjungi rombongan 2-3 orang sekali kunjungan. Kebanyakan yang berkunjung ke Hutan Tinjomoyo merupakan anak muda sekitar usia 16-21 tahun. Terkadang wisatawan secara langsung dapat dibedakan dari gaya pakaiannya, karena pakaian yang digunakan setidaknya dapat memberikan perkiaan umur dari wisatawan seperti seragam sekolah, pakaian anak kuliah dan juga dapat dilihat langsung wisatawannya. Wisatawan yang menggunakan sepeda motor lebih banyak dari yang menggunakan mobil dan untuk bis atau angkutan umum lainnya hanya pada saat Hutan Tinjomoyo ada acara/*event* saja.

Kemudian harga tiket masuk untuk ke Hutan Tinjomoyo dikenai Rp 4.250,00 per orang, kendaraan roda 2 Rp 1.000,00 dan kendaraan roda 4 Rp 2.000,00. Apabila melakukan aktivitas camping atau menginap diobyek wisata, tarif per orangnya akan dikenai jumlah hari wisatawan melakukan aktivitasnya di obyek wisata Hutan Tinjomoyo.

Tidak hanya itu saja, Cimory ingin memperluas bisnisnya dengan mendirikan peternakan sapinya. Hal ini dilakukan survei di 2 tempat yaitu, Hutan Tinjomoyo dan Mangkang yang nantinya dari salah satu tempat tersebut akan dibangun binis dari Cimory.

4.2. Karakteristik Responden

Hasil dari penyebaran kuesioner di Hutan Tinjomoyo untuk mengetahui persepsi pengunjung terhadap obyek wisata terkumpul dengan jumlah 59 responden yang berdomisili di Semarang 58 responden dan Magelang 1 responden. Dari 59 responden ini diantaranya menyukasi wisata alam 49 responden sedangkan wisata buatan 10 responden. Hasil yang diperoleh dari obyek wisata dapat dilihat dari tabel berikut :

4.2.1. *Crosstabulation* Jenis Kelamin dan Usia

Dari tabel 4.1. menunjukan bahwa pengunjung dari hutan wisata Tinjomoyo lebih banyak laki-laki dengan total 33 responden atau 56% dibandingkan dengan perempuan 26 responden atau 44.1%. Dilihat dari hasil *crosstabulation* jumlah pengunjung laki-laki terbanyak berada pada usia 18 dengan jumlah 11 responden dan perempuan pada usia 19 dengan jumlah 10 responden.

Tabel 4.1. Hasil Crosstabulation Jenis Kelamin dan Usia

			Usia				
			17-21	22-25	26-29	30-33	Total
Jenis Kelamin	Laki-Laki	F	28	3	1	2	33
		%	47	5	2	3	57
	Perempuan	F	20	0	4	1	26
		%	34	0	7	2	43
Total		F	48	3	5	3	59
		%	81	5	9	5	100

Sumber : data primer 2018

4.2.2. Karakteristik berdasarkan pekerjaan :

Dari Tabel 4.2. menunjukan bahwa pengunjung di obyek wisata Hutan Tinjomoyo paling banyak di kunjungi oleh wisatawan dengan latar belakang

perkerjaan mahasiswa 47 + 1 freelance, wiraswasta 4 responden, karyawan 3 responden, ibu rumah tangga 2 responden, pelajar 1 responden, teller 1 responden. Obyek wisata hutan Tinjomoyo paling di minati oleh mahasiswa dengan perolehan 79,7%

Berikut ini merupakan uraian tabel karakteristik responden dari pengunjung Hutan Tinjomoyo:

Tabel 4.2. Hasil karakteristik pekerjaan responden

Pekerjaan	Frekuensi	%
Ibu Rumah Tangga	2	3.4
Karyawan	3	5.1
Mahasiswa	48	81.3
Pelajar	1	1.7
Teller	1	1.7
Wiraswasta	4	6.8
Total	59	100

Sumber : data primer 2018

4.2.3. Karakteristik berdasarkan jenis transportasi :

Dari Tabel 4.3. menunjukan bahwa pengunjung di obyek wisata Hutan Tinjomoyo menuju ke lokasi menggunakan angkutan umum 1 responden, mobil 19 responden, motor 38 responden, travel/bus 1 responden.

Tabel 4.3. Hasil Karakteristik jenis transportasi responden

Transportasi	Frekuensi	%
Angkutan Umum	1	1.7
Mobil	19	32.2
Motor	38	64.4
Travel/Bus	1	1.7
Total	59	100

Sumber : data primer 2018

4.2.4. Karakteristik berdasarkan tujuan dan kunjungan bersama :

Pada tabel 4.4. menunjukan bahwa pengunjung di lokasi obyek wisata Hutan Tinjomoyo faktor yang paling tinggi dari tujuan berkunjung adalah rekreasi dengan

total 38 responden dan dari berkunjung bersama adalah teman dengan total 42 responden. Hasil dari *crosstabulation* dari tujuan berkunjung dan berkunjung bersama paling tinggi pada rekreasi dan kunjungan bersama teman dengan total 25 responden. Ini menunjukan bahwa wisatawan yang berkunjung ke hutan wisata Tinjomoyo lebih banyak yang bertujuan untuk rekreasi bersama teman.

Tabel 4.4. Hasil karakteristik berdasar tujuan dan kunjunga bersama responden

Tujuan		Kunjungan Bersama				Total
		Instnsi/Perkumpulan	Keluarga	Sendiri	Teman	F
Berkumpul	F	1	0	0	0	1
	%	2	0	0	0	2
Foto-Foto	F	0	0	5	0	5
	%	0	0	9	0	8
Olahraga	F	0	0	0	4	4
	%	0	0	0	7	7
Penasaran	F	0	1	1	0	3
	%	0	2	2	0	5
Penelitian/Pendidikan	F	1	0	0	0	6
	%	2	0	0	0	10
Rekreasi	F	1	6	6	25	38
	%	2	10	10	42	64
Tugas	F	0	0	0	2	2
	%	0	0	0	3	3
Total	F	3	7	7	42	59
	%	5.1	11.9	11.9	71.2	100

Sumber : data primer 2018

4.2.5. Karakteristik berdasarkan jumlah kunjungan dan mendapatkan informasi:

Pada tabel 4.5. menunjukan bahwa responden yang pernah mendapatkan informasi mengenai hutan Tinjomoyo berjumlah 43 responden dan 16 responden tidak pernah mendapatkan informasi. Hal ini dinyatakan oleh responden yang baru pertama kali berkunjung dan beberapa kali berkunjung ke obyek wisata Hutan Tinjomoyo. Penyataan responden yang pernah mendapatkan informasi menunjukan bahwa sebagian besar baru mengunjungi hutan wisata pertama kali atau beberapa kali dengan jumlah kunjungan 2 sampai 3 kali. Apabila dilihat dari jumlah kunjungan, dari 59 responden menyatakan bahwa baru pertama kali kunjungan berjumlah 22 responden. Untuk beberapa kali kunjungan diasumsikan dari pernyataan yang tidak disebutkan

jumlahnya masuk ke dalam kategori 2 sampai 3 kali kunjungan. Kemudian apabila dilihat jumlah kunjungan dari beberapa kali 2 sampai 3 kali kunjungan yang pernah mendapatkan informasi berjumlah 16 responden. Pernyataan responden yang tidak pernah mendapatkan informasi menunjukan bahwa dari 16 responden, 13 menyatakan bahwa baru pertama kali berkunjung.

Tabel 4.5. Hasil Karakteristik berdasarkan mendapatkan informasi dan asal informasi

Banyak Kunjungan		Pernah Mendapatkan Informasi		Total
		Pernah	Tidak Pernah	
Pertama Kali Kunjungan	F	22	13	35
	%	37	22	59
Kunjungan 2-4	F	16	3	19
	%	27	5	32
Kunjungan 5-8	F	3	0	3
	%	5	0	5
Kunjugan >9	F	2	0	2
	%	3	0	3
Total	F	43	16	59
	%	73	27	100

Sumber : data primer 2018

4.2.6. Karakteristik berdasarkan mendapatkan informasi:

Pada tabel 4.6. menunjukan bahwa sebagian besar responden mendapatkan informasi dari teman dengan jumlah 40 responden, 11 responden dari iklan, 6 responden dari internet, 1 responden dari guru/dosen dan 1 responden dari kampus. Ditinjau dari tabel 4.6. menunjukan bahwa besarnya pengaruh dari kunjungan wisatawan merupakan informasi yang didapat melalui teman dengan 67.8%.

Tabel 4.6. Hasil karakteristik berdasarkan asal informasi

Asal Informasi	Frekuensi	%
Iklan	11	18.6
Internet	6	10.2
Guru/Dosen/Kampus	2	3.4
Teman	40	67.8
Total	59	100

Sumber : data primer 2018

4.3. Persepsi Pengunjung Mengenai Variabel Obyek Wisata Hutan Tinjomoyo

Hasil analisis data persepsi mengenai persepsi wisatawan tentang kunjungan ke hutan tinjomoyo untuk merumuskan ke dalam strategi pengembangan obyek wisata hutan Tinjomoyo yang di lakukan dengan mengumpulkan data kuesioner dan disebarkan 60 responden, tetapi kuesioner penelitian yang terisi sepenuhnya berjumlah 59 kuesioner. Pernyataan penelitian berisi 27 pernyataan yang terdiri dari 5 indikator peryataan dan dilakukan skoring untuk setiap jawaban responden menggunakan skala ordinal.

4.3.1. Persepsi pengunjung terhadap variabel Daya Tarik

Berikut ini merupakan merupakan uraian tabel hasil kuesioner responden variabel daya tarik:

Tabel 4.7. Tabulasi data kuesioner indikator daya tarik

Indikator	SS		S		TS		STS		Rata-rata Skor	Kategori
	F	S	F	S	F	S	F	S		
Kondisi Alam	6	24	49	147	4	8	0	0	3.03	SETUJU
Indah	7	28	47	141	5	10	0	0	3.03	SETUJU
Keaslian	9	36	47	141	3	6	0	0	3.1	SETUJU
Atraksi	8	32	43	129	8	16	0	0	3	SETUJU
Kebersihan	4	16	42	126	11	22	2	2	2.81	SETUJU
TOTAL	34	136	228	684	31	62	2	2	3.03	SETUJU

Sumber : data primer 2018

Pada tabel 4.7. pengolahan data daya tarik yang diperoleh dari 59 responden menunjukan hasil pada indikator daya tarik nilai rata-rata tertinggi adalah keaslian dengan nilai 3.1, sedangkan nilai rata-rata terendah adalah kebersihan dengan nilai 2.81 dan secara keseluruhan persepsi wisatawan setuju terhadap indikator daya tarik dengan nilai rata-rata 3.03.

Responden memberikan kritik/saran terhadap daya tarik obyek wisata Hutan Tinjomoyo yang terdiri dari masalah kebersihan, memperbanyak kegiatan, mengatasi nyamuk, dapat lebih menjaga kelestarikan Hutan Tinjomoyo, menambah spot/obyek foto dan cocok untuk menjadi tempat wisata.

Berikut ini merupakan tabulasi data dari 32 responden memberikan kritik/saran terhadap daya tarik obyek wisata Hutan Tinjomoyo :

Tabel 4.8 Kritik/Saran Variabel Daya Tarik

Daya Tarik	Frekuensi	%
Pengujung perlu menjaga kebersihan	11	37
Menambah kegiatan/event	4	13
Banyak nyamuk	3	10
Dapat lebih dihidupkan dan dilestarikan	7	23
Menambah spot foto	3	10
Cocok untuk wisata	2	7
Total	30	100

Sumber: Data Primer

Hal ini menunjukan bahwa kebersihan dari obyek wisata menjadi hal utama yang perlu di atasi dari obyek wisata Hutan Tinjomoyo. Selain nilai rata-rata dari kebersihan paling rendah, namun dari kritik juga paling banyak diantara kritikan-kritikan yang terdapat dari variabel daya tarik.

Kebersihan dari lingkungan Hutan Tinjomoyo juga dapat memberikan dampak pada kelangsungan kelestarian obyek wisata. Kebersihan Hutan Tinjomoyo secara langsung ikut serta dalam menjaga kondisi alamnya tetap asri, indah dan keaslian nuansa hutan dari Hutan Tinjomoyo.

Kemudian lingkungan yang bersih dapat dengan mudah mengundang orang untuk melakukan kegiatan di obyek wisata. Namun hal ini perlu juga obyek wisata sendiri untuk mempromosikan diri melalui kegiatan yang ada di Hutan Tinjomoyo

seperti Pasar Semarangan, biarkan wisatawan yang memberikan penilaian sendiri terhadap kondisi Hutan Tinjomoyo.

Dalam hal lain juga, kebersihan Hutan Tinjomoyo dapat mengurangi keberadaan nyamuk, lingkungan yang bersih dapat menjadi obyek/spot foto juga dapat mengkondisikan menjadi obyek yang cocok untuk wisata.

4.3.2. Persepsi pengunjung terhadap variabel Fasilitas

Berikut ini merupakan merupakan uraian tabel hasil kuesioner responden indikator Fasilitas :

Tabel 4.9. Tabulasi data kuesioner indikator Fasilitas

Indikator	SS		S		TS		STS		Rata-rata Skor	Kategori
	F	S	F	S	F	S	F	S		
Kondisi Jalan	0	0	42	126	16	32	1	1	2.69	SETUJU
Rasa Nyaman	1	4	33	99	25	50	0	0	2.59	SETUJU
Kondisi Bangunan	7	28	36	109	15	30	1	1	2.83	SETUJU
Jumlah Petugas	4	16	33	99	22	44	0	0	2.69	SETUJU
Ketanggapan Petugas	5	20	31	93	20	40	3	3	2.64	SETUJU
Petugas tidak bingung	14	56	39	117	6	12	0	0	3.14	SETUJU
Tempat parkir aman	6	24	39	117	10	20	4	4	2.8	SETUJU
Tempat parkir luas	12	48	32	96	13	26	2	2	2.92	SETUJU
Mudah mencari tempat sampah	6	24	34	102	18	36	1	1	2.76	SETUJU
Fasilitas baik	3	12	44	132	10	20	2	2	2.81	SETUJU
MCK memadai	5	20	37	111	15	30	2	2	2.76	SETUJU
MCK bersih	3	12	23	69	31	62	2	2	2.45	TIDAK SETUJU
Total	63	252	414	1242	198	396	18	18	2.76	SETUJU

Sumber : data primer 2018

Berdasarkan tabel 4.9. hasil pengolahan data fasilitas yang diperoleh dari 59 responden menunjukan bahwa hasil rata-rata tertinggi adalah petugas tidak bingung dengan nilai rata-rata 3.14 sedangkan nilai rata-rata terendah adalah MCK bersih

dengan nilai 2.45, namun secara keseluruhan persepsi wisatawan setuju terhadap indikator fasilitas dengan nilai rata-rata 2.76.

Responden memberikan kritik/saran terhadap fasilitas obyek wisata Hutan Tinjomoyo yang terdiri dari fasilitas sedikit terutama tempat sampah, mck tidak ada air, harga tiket dan fasilitas tidak sesuai, perlu merawat fasilitas, meningkatkan keamanan dan perlu menambah petugas.

Berikut ini merupakan tabulasi data dari 22 responden memberikan kritik/saran terhadap fasilitas obyek wisata Hutan Tinjomoyo :

Tabel 4.10. Tabulasi Kritik/Saran Variabel Fasilitas

Fasilitas	Frekuensi	%
Fasilitas tempat sampah sedikit	6	27
Mck tidak ada air	1	5
Harga tiket dan fasilitas tidak sesuai	1	5
Merawat fasilitas	9	41
Meningkatkatkan keamanan	4	18
Menambah petugas	1	5
Total	22	100

Sumber : Data Primer 2018

Dari data diatas menunjukan hal utama yang perlu di lakukan oleh pengelola Hutan Tinjomoyo adalah merawat fasilitas. Hasil yang didapat dari penyataan tidak memiliki nilai yang cukup tinggi walaupun dinyatakan setuju oleh responden. Hal ini didukung oleh kritikan dari responden mengenai fasilitas yang ada, jawaban terbanyak merupakan perlu adanya tindakan perawatan terhadap fasilitas-fasiltias yang ada terutama terhadap jawaban yang tidak setuju yaitu mck bersih.

Kelengkapan fasilitas obyek wisata yang kurang memadai terutama tempat sampah. Walaupun mudah mencari tempat sampah dinyatakan setuju, hal ini tidak membuat wisatawan merasa tempat sampah yang ada di Hutan Tinjomoyo cukup untuk memenuhi kebutuhannya untuk membuang sampah pada tempatnya. Maka setidaknya

pengelola Hutan Tinjomoyo dapat memperhatikan tempat yang banyak di pake oleh wisatawan untuk melakukan aktivitasnya di Hutan Tinjomoyo.

Kemudian keamanan dari obyek wisata Hutan Tinjomoyo dapat lebih ditingkatkan lagi. Mungkin dari keamanan Hutan Tinjomoyo dapat ditingkatkan dengan ditambahnya petugas yang ada disana. Walaupun pernyataan responden pada pernyataan jumlah petugas yang ada di Hutan Tinjomoyo dinyatakan setuju, namun nilai rata-ratanya tidaklah tinggi. Hal ini didukung juga oleh kritik dari responden yang menyatakan perlu menambah petugas yang ada di Hutan Tinjomoyo.

4.3.3. Persepsi pengunjung terhadap variabel Infrastruktur

Berikut ini merupakan merupakan uraian tabel hasil kuesioner responden indikator Infrastruktur :

Tabel 4.11. Hasil tabulasi data kuesioner indikator Infrastruktur

Indikator	SS		S		TS		STS		Rata-rata Skor	Kategori
	F	S	F	S	F	S	F	S		
Mudah mengakses jaringan	5	20	41	123	13	26	0	0	2.86	SETUJU
Terdapat penunjuk jalan	6	24	49	147	4	8	0	0	3.03	SETUJU
Kondisi jalan baik	4	16	41	123	14	28	0	0	2.83	SETUJU
Tersedia air bersih	4	16	41	123	14	28	0	0	2.83	SETUJU
Total	4	16	41	123	14	28	0	0	2.89	SETUJU

Sumber : data primer 2018

Berdasarkan tabel 4.9. hasil pengolahan data infrastruktur yang diperoleh dari 59 responden menunjukan bahwa hasil rata-rata tertinggi terdapat penunjuk jalan 3.03 nilai rata-rata terendah adalah kondisi jalan baik dengan nilai rata-rata 2.83, tersedia air bersih dengan nilai rata-rata 2.83 dan secara keseluruhan persepsi wisatawan setuju terhadap indikator infrastruktur dengan nilai rata-rata 2.89.

Tabel 4.12. Kritik/Saran Variabel Infrastruktur

Infrasturktur	Frekuensi	%
Penunjuk jalan dan lampu jalan di perhatikan	8	42
Memperbaiki sarana dan prasarana	7	37
Menyediakan sumber air bersih	4	21
Total	19	100

Sumber: data primer 2018

Dari uraian tabel 4.12. menunjukan bahwa perlu ada tindakan memperbaiki sarana dan prasarana dari obyek wisata Hutan Tinjomoyo. Hal ini guna untuk membantu wisatawan untuk dapat menemukan dan menuju obyek wisata Hutan Tinjomoyo dengan mudah. Setidaknya sarana dan prasarana yang perlu di perbaiki adalah petunjuk jalan dan lampu penerangan jalan menuju Hutan Tinjomoyo. Walaupun di dinyatakan setuju, namun hal ini tidak membuat wisatawan merasa terbantu dengan adanya sarana dan prasarana saat ini. Hal ini disebabkan oleh penunjuk jalan yang tidak kelihatan karena memudarnya cat pada penunjuk jalan dan lampu penunjuk jalan yang kurang memadai.

Kebutuhan air bersih diperlukan oleh obyek wisata Hutan Tinjomoyo. Pada fasilitas menyebutkan bahwa MCK Hutan Tinjomoyo tidak memiliki air. Hal ini menunjukan bahwa obyek wisata tidak mampu untuk menyediakan kebutuhan wisatawan terhadap air bersih.

4.3.4. Indikator Transportasi

Berdasarkan tabel 4.13. hasil pengolahan data transportasi yang diperoleh dari 59 responden bahwa hasil rata-rata tertinggi adalah diakses roda 2 dengan nilai rata-rata 3.27 sedangkan terendah diakses bus dengan hasil rata-rata 2.64, secara keseluruhan persepsi wisatawan terhadap transportasi untuk menuju obyek wisata Hutan Tinjomoyo sudah setuju dengan nilai rata-rata 2.92.

Berikut ini merupakan merupakan uraian tabel hasil kuesioner responden indikator Transportasi :

4.13. Hasil tabulasi data kuesioner indikator Transportasi

Indikator	SS		S		TS		STS		Rata-rata Skor	Kategori
	F	S	F	S	F	S	F	S		
Diakses transportasi umum	4	16	40	120	14	28	1	1	2.80	SETUJU
Diakses mobil	2	8	52	156	5	10	0	0	2.95	SETUJU
Diakses bus	3	12	34	102	20	40	2	2	2.64	SETUJU
Diakses roda 2	16	64	43	129	0	0	0	0	3.27	SETUJU
Total	25	100	169	507	34	68	3	3	2.92	SETUJU

Sumber : data primer 2018

Berikut ini merupakan tabulasi data dari 8 responden memberikan kritik/saran terhadap fasilitas obyek wisata Hutan Tinjomoyo :

Tabel 4.14. Kritik/Saran Variabel Transportasi

Transportasi	Frekuensi	%
Terdapat transportasi umum yang langsung ke obyek wisata	1	13
Mudah Kendaraan roda 2 dan 4	4	50
Jalan lebih lebar agar bis pariwisata tidak sulit mengakses	3	37
Total	8	100

Sumber : data primer 2018

Hal ini menunjukan untuk transportasi menuju ke lokasi hutan wisata Tinjomoyo sudah baik untuk berbagai alat transportasi. Namun wisatawan memiliki keraguan terhadap kondisi jalan yang dikira tidak dapat memenuhi bis yang cukup besar. Memang kondisi jalan dari obyek wisata Hutan Tinjomoyo baik, namun jalan yang dituju merupakan jalan yang cukup miring dan tidak terlalu lebar. Hal ini membuat wisatawan ragu akan kemampuan bis dengan muatanya banyak orang untuk dapat menuju ke lokasi Hutan Tinjomoyo.

4.3.5. Indikator Ramah-tamah

Berikut ini merupakan merupakan uraian tabel hasil kuesioner responden indikator Ramah-Tamah :

Tabel 4.15. Hasil tabulasi data kuesioner indikator Ramah-Tamah

Indikator	SS		S		TS		STS		Rata-rata Skor	Kategori
	F	S	F	S	F	S	F	S		
Ramah	15	60	42	126	2	4	0	0	3.22	SETUJU
Sifat terbuka	15	60	40	120	4	8	0	0	3.19	SETUJU
Total	30	120	82	246	6	12	0	0	3.21	SETUJU

Sumber : data primer 2018

Berdasarkan tabel 4.15. hasil pengolahan data ramah-tamah yang diperoleh dari 59 responden bahwa hasil rata-rata tertinggi adalah Ramah dengan nilai rata-rata 3.22 dan sifat terbuka dengan nilai rata-rata terendah 3.19 dan secara keseluruhan persepsi wisatawan terhadap ramah-tamah dari masyarakat obyek wisata Hutan Tinjomoyo sudah setuju dengan nilai rata-rata 3.21.

Tabel 4.16. Kritik/Saran Variabel Ramah-Tamah

Ramah-tamah	Frekuensi	%
Masyarakat ramah	8	50
Tidak ada respon	3	19
Membantu wisatawan	5	31
Total	16	100

Sumber : Data Primer 2018

Dari tabel 4.16. menunjukan bahwa masyarakat Hutan Tinjomoyo memberikan respon yang cukup terhadap wisatawan Hutan Tinjomoyo. Hal ini dinyatakan oleh wisatawan melalui kritik bahwa masyarakatnya ramah dan membantu wisatawan.

Namun hanya beberapa yang menyatakan bahwa masyarakat di Hutan Tinjomoyo tidak memberikan respon terhadap wisatawan.

4.4. Persepsi terhadap Hutan Tinjomoyo

Berikut ini merupakan merupakan tabel hasil keseluruhan indikator kuesioner responden :

Tabel 4.17. Hasil rata-rata indikator pernyataan

Variabel	Rata-rata Skor	Kategori
Daya Tarik	2.99	SETUJU
Fasilitas	2.76	SETUJU
Infrastruktur	2.89	SETUJU
Transportasi	2.92	SETUJU
Ramah-tamah	3.21	SETUJU
Rata-rata	2.95	SETUJU

Sumber : data primer 2018

Pada tabel 4.17. secara keseluruhan persepsi wisatawan tentang obyek wisata Hutan Tinjomoyo dilihat dari 5 indikator yaitu : Daya Tarik, Fasilitas, Infrastruktur, Transportasi dan Ramah-tamah tergolong dalam kategori setuju karena termasuk dalam rentang rata-rata 2.51-3.25. Dilihat dari urutan hasil tertinggi hingga terendah adalah Ramah-tamah 3.21, Daya Tarik 2.99, Infrastruktur 2.92, Transportasi 2.92 dan. Fasilitas 2.76.

Hasil penelitian obyek wisata Hutan Tinjomoyo yang ditinjau dari indikator Daya Tarik, Fasilitas, Infrastruktur, Transportasi dan Ramah-tamah sudah dapat memenuhi persepsi wisatawan.

4.5. Strategi Pengembangan berdasarkan Persepsi

Penyusunan strategi akan dilakukan dengan menggunakan 5 variabel strategis untuk membangun dan menganalisa rencana pemasaran yang meliputi : *product, positioning, target audience, scope of distribution and scope of communication*.

1. Product

Hutan Tinjomoyo merupakan produk pariwisata yang terdiri dari daya tarik obyek wisata, fasilitas, infrastruktur dan hiburan yang dipersiapkan oleh instansi atau pengelola wisata. Hutan Tinjomoyo menawarkan obyek wisata berupa keadaan alam, keindahan alam dan keaslian alam yang membedakan *icon* obyek wisata di kota Semarang.

Sebagai tolak ukur dalam persepsi wisatawan terhadap obyek wisata, wisatawan dari Hutan Tinjomoyo menyatakan setuju dengan pengukuran didalam penelitian yang dilakukan ini. Walaupun wisatawan menyatakan setuju, tetapi instansi dan pengelola harus memperhatikan keadaan dari obyek wisata Hutan Tinjomoyo terutama terkait kerbersihan lingkungan obyek wisata.

Untuk mengatasi kebersihan di obyek wisata Hutan Tinjomoyo, pengelola perlu mengetahui penyebab utama wisatawan membuang sampah tidak pada tempatnya. Ini merupakan hal yang penting. Saat ini obyek wista Hutan Tinjomoyo telah memberikan fasilitas tempat sampah, namun hal ini perlu dilihat pada kritik responden mengenai daya tarik dan fasiliatas. Dalam kritik daya tarik merupakan wisatawan perlu menjaga kebersihan yang berjumlah 11 responden dan dibagian fasilitas merupakan tempat sampah yang sedikit berjumlah 6 responden. Walaupun pengelola obyek wisata Hutan Tinjomoyo sudah memberikan fasilitas tempat sampah, namun dapat diasumsikan hal ini tidak dapat memenuhi kebutuhan wisatawan terhadap tempat sampah sehingga menyebabkan wisatawan membuang sampah tidak pada tempatnya.

Dari tempat sampah yang ada, sebaiknya tidak menggunakan tempat sampah yang dapat menampung air baik dari hujan maupun dari sampah minuman dari wisatawan. Hal ini dapat mengurangi kemungkinan munculnya bau tidak sedap dari sampah di obyek wisata karena sampah dalam keadaan basah atau lembab sangat cepat membuat sampah organik menjadi busuk.

Karena obyek wisata sudah memberikan tempat sampah untuk wisatawan, tetapi sampah masi sangat mudah untuk ditemukan. Maka pengelola harus memberikan tanda peringatan di obyek wisata untuk memperingatkan wisatawan

untuk menjaga lingkungan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan tanda peringatan berupa kutipan-kutipan yang sekiranya dapat memperingatkan atau membuat wisatawan merasa tertarik untuk membaca tanda tersebut dan akhirnya menuruti tanda peringatan tersebut.

Kebersihan dari obyek wisata Hutan Tinjomoyo perlu di jaga kebersihannya. Hal ini juga untuk menciptakan rasa nyaman bagi wisatawan yang ada di lokasi karena kebersihannya terjaga. Pengelolaan yang baik juga dapat membuat wisatawan merasa keinginan dan kebutuhan wisatawan di obyek wisata Hutan Tinjomoyo diperhatikan oleh pengelola/instansi.

Kemudian dari obyek wisata pasar semarangan di hutan Tinjomoyo, wisatawan lebih ramai di hari Sabtu 15.00-21.00 daripada hari Minggu pagi. Hal ini disampaikan oleh penjaga obyek wisata Hutan Tinjomoyo. Jadi sebaiknya obyek wisata Hutan Tinjomoyo tidak mengubah jadwalnya dari hari Sabtu ke Minggu, tetapi menambahkan jadwal event sendiri untuk di hari Minggu seperti senam pagi mingguan jadi pasar Semarangan tetap bisa ramai dikunjungi wisatawan ketika Sabtu malam. Obyek wisata Hutan Tinjomoyo menjadi sangat menarik di hari Sabtu malam dikarenakan terdapat lampu penerangan warna-warni di Hutan Tinjomoyo yang menarik dan bisa saja menambahkan *live music* yang dapat menghibur wisatawan yang datang.

Tentunya dari infrastruktur seperti kondisi jalan dan penanda jalan untuk menuju ke lokasi Hutan Tinjomoyo, sebaiknya diperbaharui untuk dapat membantu wisatawan yang ingin berkunjung ke Hutan Tinjomoyo. Hal ini agar dapat memudahkan wisatawan yang ingin pergi ke obyek wisata Hutan Tinjomoyo ketika malam hari, dikarenakan obyek wisata Hutan Tinjomoyo juga terkadang memiliki kegiatan pada malam hari.

2. Positioning

Untuk wilayah kota memiliki obyek wisata alam 5, budaya 11, buatan 10 dan 10 lainnya sehingga total 36 obyek wisata. Dilihat pernyataan dari 59 responden, diantaranya 49 memilih obyek wisata alam sedangkan 10 memilih obyek wisata

buatan. Jumlah obyek wisata alam yang bemjulah 5 membuat wisatawan tidak memiliki banyak pilihan seperti obyek wisata budaya, buatan dan lainnya.

Hutan Tinjomoyo merupakan obyek wisata alam dengan nuansa hutan. Saat ini kebanyakan obyek wisata merupakan obyek wisata buatan yang disebabkan semakin menyempitnya area hijau akibat perkembangan pembangunan kota. Hal ini membuat masyarakat yang mencari obyek wisata alam tidak memiliki lebih banyak pilihan dari obyek wisata budaya, buatan dan lainnya karena untuk kategori obyek wisata Kota Semarang terdiri dari obyek wisata alam 5, budaya 11, buatan 10 dan 10 lainnya sehingga total 36 obyek wisata ini menurut data Jumlah Daya Tarik Wisata, Tenaga Kerja, Desa Wisata, Wisatawan dan Pendapatan Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Tahun 2015

Kemudian setelah di revitalisasinya Hutan Tinjomoyo berubah nama menjadi Hutan Wisata Tinjomoyo. Hal ini memberikan gambaran bahwa Hutan Tinjomoyo dikelola menjadi tempat untuk berwisata. Revitalisasinya dengan melakukan perubahan di dalam Hutan Tinjomoyo namun tetap memperhatikan lingkungan sekitarnya, hingga adanya Pasar Semarangan yang memiliki konsep pasar alam terbuka.

Hutan Tinjomoyo juga merupakan obyek wisata yang cocok untuk melakukan aktivitas-aktivitas yang meng-edukasi seperti, camping ground, menanam bibit, outbound dan lain-lain yang dapat di manfaatkan untuk kegiatan alam. Hal ini didukung dari ketersediaan lokasi yang dapat saling mendukung antara kegiatan-kegiatan tersebut, seperti lahan datar untuk melakukan camping ground, penanaman bibit di hutan, dan memiliki jalur air sungai di obyek wisata Hutan Tinjomoyo.

Selain itu, Hutan Tinjomoyo merupakan obyek wisata yang *instagramable*. Hutan Tinjomoyo memiliki tempat-tempat yang sangat menarik wisatawan untuk mengabadikan foto/video mereka di Hutan Tinjomoyo. Terdapat beberapa spot foto yang sering dijadikan tempat foto bahkan untuk keperluan foto pra-nikah seperti di jalur air bawah jebatan, pondasi jembatan yang rusak, jembatan pintu masuk hutan tinjomoyo, hiasan lampu pasar semarangan pada malam hari, dll.

3. Target

Target wisatawan dari obyek wisata Hutan Tinjomoyo merupakan masyarakat kota Semarang. Dilihat dari data responden, wisatawan dalam penelitian ini berdomisili di Semarang berjumlah 58 responden dan berdomisili di Magelang berjumlah 1 responden. Dilihat dari data responden, wisatawan dari Kota Semarang terbanyak dengan rentang usia 17-20 tahun dengan status mahasiswa untuk melakukan rekreasi.

Kemudian sebagian besar wisatawan dari Hutan Tinjomoyo merupakan mahasiswa. Apabila dilihat dari kunjungan bersama untuk menuju ke Hutan Tinjomoyo, kebanyakan kunjungannya bersama teman. Tentunya dari hal ini, sebagai pengelola obyek wisata perlu memperhatikan akan kebutuhan dari wisatawan yang berkunjung ke Hutan Tinjomoyo sendirian maupun yang beranggotakan beberapa orang atau lebih.

Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan Hutan Tinjomoyo yang stategis dekat dengan lingkungan instansi Pendidikan bermanfaat untuk wisatawan untuk dapat digunakan sebagai tempat untuk me-refreshing diri.

4. Scope of Distribution

Untuk mendapatkan tiket masuk Hutan Tinjomoyo pada hari-hari biasa sudah mudah, karena tinggal untuk menuju ke obyek wisata Hutan Tinjomoyo. Namun untuk tiket event yang mungkin akan dilaksanakan di Hutan Tinjomoyo lebih baik dapat dibeli ditempat lain misalnya seperti acara-acara sekolah yang akan menggunakan lokasi Hutan Tinjomoyo. Dengan ini sekolah tersebut dapat menjadi tempat distribusi untuk penjualan tiket masuk ke Hutan Tinjomoyo.

Namun lebih baik untuk beberapa event, karena yang menjadi target dari obyek wisata Hutan Tinjomoyo merupakan masyarakat kota Semarang. Lebih baik terdapat beberapa tempat untuk memudahkan wisatawan mendapatkan tiket masuk Hutan Tinjomoyo. Jadi setiap ada event masyarakat bisa membeli tiket tidak perlu untuk menuju ke Hutan Tinjomoyo namun bisa mencari tempat-tempat terdekat dari lokasinya, tergantung dari persebaran tempat untuk mendistribusikan tiket.

5. Scope of Communication

Promosi dari obyek wisata Hutan Tinjomoyo melalui iklan, mmt, internet dan berita. Selain itu, terdapat promosi secara tidak langsung dengan adanya kegiatan yang dilaksanakan di Hutan Tinjomoyo yang mengikut sertakan banyak masyarakat. Namun metode promosi perlu di tambah dengan melalui sosial media, hal ini dikarenakan informasi melalui sosial media kini lebih cepat dibandingkan media cetak seperti Instagram, Facebook, Youtube, dll.

Hutan Tinjomoyo sering diadakan acara yang mengundang cukup banyak masyarakat, contohnya : kegiatan "Soegijazzz 2018" yang mengundang para pecinta musik jazz, "Festival Cinta Puspa dan Satwa 2018" yang mengundang anak-anak TK untuk ikut serta dalam acara dan lomba mewarnai di Hutan Tinjomoyo, pentas tari budaya, kegiatan kontes kicau burung, kegiatan perkemahan di Hutan Tinjomoyo, dan berbagai kegiatan yang dilakukan di obyek wisata Hutan Tinjomoyo seperti camping, outbond, penanaman bibit dan masih banyak yang lainnya. Dengan sering adanya kegiatan di Hutan Tinjomoyo, tentunya dapat secara langsung melakukan promosi mengenai Hutan Tinjomoyo.