ANALISIS PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP WISATA PANTAI TIRANG DI KOTA SEMARANG

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Magister Manajemen
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

Diajukan Oleh:

NAMA : Carissa Nadia Retianza
NIM : D3230011

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
2025

ABSTRAK

Kesadaran lingkungan di kalangan para wisatawan mendorong kebutuhan akan pengembangan segmen pariwisata baru yang disebut ekowisata. Ekowisata bertujuan menjaga kelestarian alam serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi wisatawan terhadap objek wisata Pantai Tirang dan upaya yang dibutuhkan untuk mengarahkan persepsi ke yang lebih positif. Dengan metode Deskriptif, penelitian ini berupaya untuk mengetahui persepsi pengunjung Pantai Tirang melalui kerangka 4A (Attraction, Accessibility, Amenity, dan Ancillary). Data diperoleh melalui pembagian kuesioner secara langsung dengan metode accidental sampling terhadap 30 responden wisatawan Pantai Tirang yang datang di akhir pekan. Jawaban responden dirangkum dan dideskripsikan secara sistematis untuk membentuk data yang siap dianalisis lebih lanjut. Berdasarkan hasil penelitian, secara umum wisatawan pantai Tirang memiliki persepsi positif terhadap keindahan alam dan suasananya, jarak destinasi wisata yang dekat, fasilitas seperti toilet, tempat makan, dan area parkir yang cukup, serta pengelolaan dan keamanan di lokasi wisata yang memadai. Namun demikian responden juga memiliki persepsi negatif terhadap minimnya elemen budaya dan hiburan yang tersedia, buruknya kebersihan pantai, ketiadaan penginapan dan toko oleh-oleh, kondisi jalan yang rusak dan kurangnya transportasi umum, serta sosialisasi peran lembaga dan strategi pemasaran masih dinilai negatif, menunjukan Pantai Tirang masih perlu membenahi infrastruktur, fasilitas, dan metode promosi destinasi. Dengan strategi yang lebih efektif, Pantai Tirang dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata yang lebih baik. Penelitian ini diharapkan mampu mengidentifikasi faktor yang relevan pada preferensi pengunjung, sehingga dapat digunakan untuk pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif dan ramah lingkungan.

Kata Kunci: Wisata Pantai, 4A, Strategi Pemasaran