ABSTRAK

Tegar Raka. P, Achmad. 2011. *Strategi Pengembangan Produk Pariwisata pada Obyek Wisata Masjid Agung Jawa Tengah di Kota Semarang.* Skripsi, Ekonomi Pembangunan, Ekonomi, Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I Dr. Hj. Sucihatininghsih DWP, M.Si, Pembimbing II Kusumantoro, S.Pd., M.Si.

Kata Kunci : Strategi, Pengembangan. Produk Pariwisata.

Keberadaan obyek wisata Masjid Agung Jawa Tengah di Kota Semarang mampu memberikan sumbangan yang cukup besar bagi Pendapatan Asli Daerah. Dengan adanya informasi obyek wisata yang ada di Kota Semarang dan didukung oleh Keputusan Walikota, obyek wisata yang ada diharapkan mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Namun jumlah kunjungan wisata pada obyek wisata Masjid Agung Jawa Tengah di Kota Semarang kurang begitu baik, dilihat dari jumlah kunjungan wisata yang mengalami penurunan dari tahun 2007-2009. Penurunan jumlah pengunjung tersebut tentu tidak diharapkan pemerintah daerah karena akan mempengaruhi pendapatan yang diterima oleh Obyek Wisata. Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana pendapat pengunjung mengenai atraksi wisata pada obyek wisata Masjid Agung Jawa Tengah di Kota Semarang? (2) Bagaimana pendapat pengunjung mengenai aksesibilitas pada obyek wisata Masjid Agung Jawa Tengah di Kota Semarang? (3) Bagaimana pendapat pengunjung mengenai fasilitas pada obyek wisata Masjid Agung Jawa Tengah di Kota Semarang? (4)Bagaimana strategi pengembangan produk pariwisata yang dapat dilakukan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan pada obyek wisata Masjid Agung Jawa Tengah di Kota Semarang?

Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang melakukan kegiatan wisata dan petugas pengelola pada obyek wisata Masjid Agung Jawa Tengah di Kota Semarang. Teknik pengembilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *insidental random sampling.* Penelitian ini memuat variable yaitu (1) Pendapat pengunjung mengenai atraksi wisata, (2) Pendapat pengunjung mengenai aksesbilitas wisata, (3) Pendapat pengunjung mengenai fasilitas wisata, dan (4) Strategi pengembangan produk pariwisata. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, dokumentasi dan wawancara. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakn metode analisis Deskriptif Persentase dan metode analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Pendapat pengunjung mengenai atraksi wisata pada obyek wisata Masjid Agung Jawa Tengah di Kota Semarang yaitu 32 dari 69 responden atau sebesar 46,38% pengunjung berpendapat bahwa atraksi wisata yang ada pada lokasi tersebut baik karena diselenggarakan atraksi wisata secara periodik. (2) Pendapat pengunjung mengenai aksesibilitas wisata pada obyek wisata Masjid Agung Jawa Tengah di Kota Semarang yaitu 40 dari 69 responden atau sebesar 57,97% pengunjung berpendapat bahwa aksesibilitas yang ada dalam kategori baik. Hal ini disebabkan oleh aksesibilitas pada obyek wisata yang mudah dijangkau oleh alat transportasi. (3) Pendapat pengunjung mengenai fasilitas wisata pada obyek wisata Masjid Agung Jawa Tengah di Kota Semarang yaitu 35 dari 69 responden atau sebesar 50,72% pengunjung berpandapat dalam kategori baik. Hal ini disebabkan karena fasilitas-fasilitas lengkap yang dimiliki obyek wisata dalam kondisi yang terawat dengan baik. (4) Strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kunjungan wisata pada obyek wisata Masjid Agung Jawa Tengah di Kota Semarang adalah dengan dengan mengoptimalkan kondisi daya tarik yang menjadi keunggulan Obyek Wisata, memanfaatkan kerjasama dengan pihak ke-3, serta dengan mengikuti even-even pasar wisata.

Saran yang dapat diberikan yaitu (1) Sebaiknya Pemerintah Kota Semarang dan Pengelola Masjid Agung Jawa Tengah di Kota Semarang lebih gencar melakukan promosi event-event yang diselenggarakan di obyek wisata Masjid Agung dengan cara memasang spanduk di lokasi pintu masuk Kota Semarang, agar masyarakat Semarang dan luar Semarang lebih banyak yang mengetahui adanya event tersebut. (2) Pemerintah Kota Semarang perlu menambahkan penyelenggaraan atraksi atau hiburan untuk lebih meningkatkan kunjungan wisata. (3) Pemerintah Kota Semarang dan Pengelola Masjid Agung Jawa Tengah perlu lebih mengoptimalkan fasilitas-fasilitas yang sudah dimiliki obyek wisata Masjid Agung Jawa Tengah.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES