



Jurnal Teknik PWK Volume 2 Nomor 3 2013

Online : <http://ejournal-sl.undip.ac.id/index.php/pwk>

PARIWISATA KEAGAMAAN DI MASJID AGUNG JAWA TENGAH

Oleh:

Shindy Taftia Ramadhani¹ dan Hadi Wahyono²

¹Mahasiswa Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro

²Dosen Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro

Email: shindytaftiaramadhani@yahoo.co.id

Abstrak

Masjid Agung Jawa Tengah merupakan salah satu obyek wisata keagamaan di Kota Semarang yang menjadi daya tarik bagi para wisatawan dan aset wisata Jawa Tengah. Masjid ini memiliki keunikan atraksi wisata yang dapat mengundang wisatawan untuk datang. Pertanyaan penelitian ini adalah Bagaimana kondisi pariwisata keagamaan di Masjid Agung Jawa Tengah berdasarkan kelima elemen sistem pariwisata? Tujuan penelitian ini untuk mengkaji pariwisata keagamaan di Masjid Agung Jawa Tengah berdasarkan lima elemen sistem pariwisata diantaranya atraksi wisata, akomodasi, aksesibilitas, promosi, dan wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Temuan penelitian ini mengemukakan bahwa tidak hanya keunikan atraksi wisata keagamaan yang mampu menjadi daya tarik wisatawan, tetapi atraksi wisata bukan keagamaan juga menjadi daya tarik wisatawan berkunjung ke masjid ini. Akan tetapi, jumlah wisatawan yang berkunjung ke masjid ini mengalami pasang surut, dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan yang mengalami penurunan pada tahun 2010. Hal ini dikarenakan belum ada penambahan atraksi wisata, masih kurang terawatnya akomodasi serta aksesibilitas dan promosi yang dilakukan masih terbatas. Rekomendasi penelitian ini lebih difokuskan terhadap elemen yang memiliki pengaruh dan kekuatan rendah dan sedang untuk menarik wisatawan datang diantaranya lebih difokuskan untuk memperbaiki dan lebih mengembangkan elemen akomodasi, aksesibilitas, dan promosi. Sedangkan elemen atraksi wisata sudah memiliki pengaruh dan kekuatan tinggi untuk menarik wisatawan, hanya dipertahankan dan lebih ditambah jenis-jenis atraksinya. Rekomendasi ini ditujukan kepada pihak pengelola Masjid Agung Jawa Tengah dan Dinas Pariwisata untuk ikut serta mengembangkan Masjid Agung Jawa Tengah sebagai pariwisata keagamaan berdasarkan 5 elemen sistem pariwisata

Kata kunci : Masjid Agung Jawa Tengah, 5 Elemen Sistem Pariwisata

Abstract

Masjid Agung Jawa Tengah is one of the religious tourist attraction in the city of Semarang that the main attraction for the tourists and tourism assets in Central Java. This mosque has a unique tourist attraction to invite tourists to come. Research question is the formulation of the problem What is the condition of religious tourism in Masjid Agung Jawa Tengah radius of the tourism system based on the five elements? The purpose of this study to examine the religious tourism in Masjid Agung Jawa Tengah is based on the five elements of the system such as tourism attractions, accommodation, accessibility, promotion, and tourists. This research uses descriptive qualitative method. The findings of this study suggest that not only the uniqueness of the religious tourist attractions that can be a tourist attraction, but not religious tourist attraction is also the main attraction of tourists to visit this mosque. However, the number of tourists who visit this mosque have ups and downs, judging from the number of tourist arrivals, which dropped in 2010. Because there is no additional tourist attraction, still less maintained accommodation and accessibility and promotion done is still limited. This study focused on the elements that have influence and strength low and medium to attract tourists to come including more focused to improve and further develop elements of

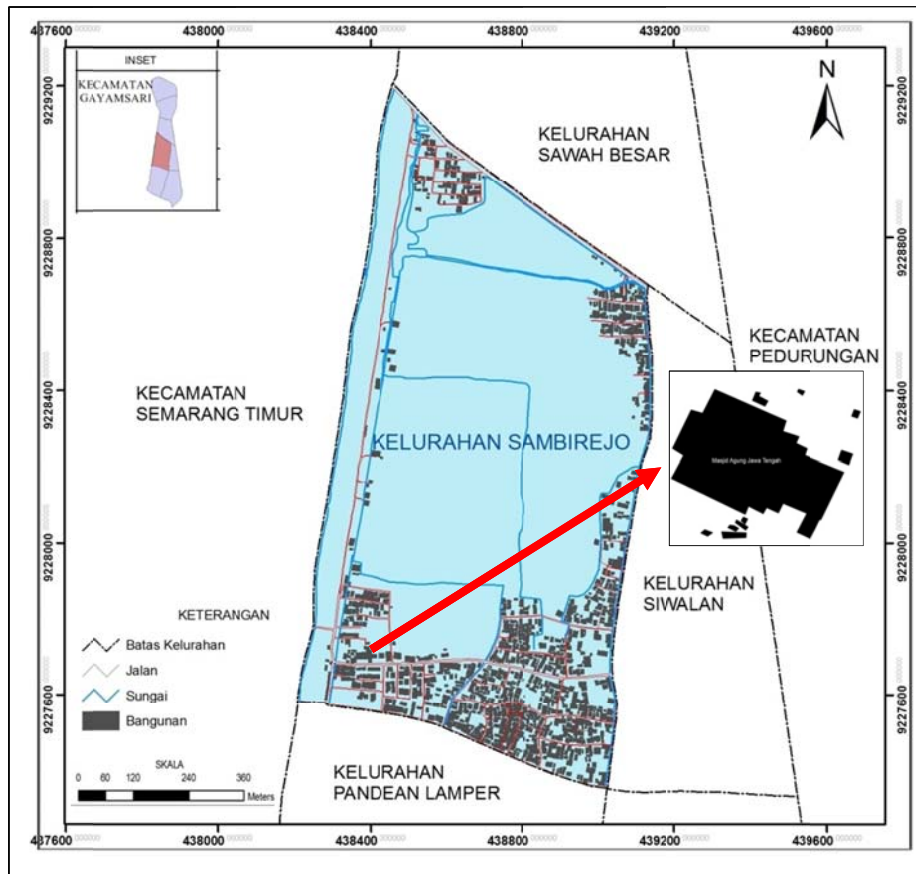
accommodation, accessibility, and promotion. While elements of tourist attractions already has high influence and power to attract tourists, only sustained and more plus other types of attractions. This recommendation is addressed to the manager of the Masjid Agung Jawa Tengah and the Department of Tourism to participate in developing the Masjid Agung Jawa Tengah as religious tourism tourism system based on the 5 elements

Keywords: Masjid Agung Jawa Tengah, 5 Elements Tourism System

PENDAHULUAN

Pariwisata pada hakikatnya berkaitan dengan obyek wisata dan daya tarik wisata. Salah satu jenis pariwisata yang menarik berupa pariwisata keagamaan menjadi populer di kalangan masyarakat, hal ini dikarenakan masyarakat semakin membutuhkan pariwisata keagamaan dibandingkan pariwisata yang bersifat duniawi. Kota Semarang yang merupakan

Ibukota Jawa Tengah yang masih terus berupaya meningkatkan aset pariwisata alam dan keagamaannya. Salah satu aset wisata keagamaan Jawa Tengah dan berada di Kota Semarang adalah Masjid Agung Jawa Tengah yang merupakan salah satu masjid termegah di Indonesia, dan saat ini sebagai salah satu ikon Jawa Tengah. Gambar dibawah ini menunjukkan lokasi MAJT



sis, 2013

Meskipun Masjid Agung Jawa Tengah memiliki keunikan yang membedakannya

1
JT dengan masjid-masjid lainnya, akan tetapi masih belum berkembang karena kurang

didukung oleh penyediaan 5 elemen sistem pariwisata yang baik. Pertama, atraksi wisata yang ditawarkan kepada wisatawan di Masjid Agung Jawa Tengah ini tidak ada penambahan jenis atraksi lainnya mengakibatkan wisatawan kurang tertarik untuk mengunjungi obyek wisata tersebut. Kedua, pelayanan yang disediakan oleh pihak pengelola Masjid Agung Jawa Tengah untuk menarik minat wisatawan sudah cukup memadai. Akan tetapi pelayanan tersebut kurang dirawat dan dijaga dengan baik dikarenakan minimnya biaya untuk melakukan perawatan terhadap berbagai pelayanan yang ada di masjid ini. Ketiga, agar wisatawan merasa nyaman menuju masjid ini sudah seharusnya memiliki aksesibilitas yang baik berupa jalan yang lebar dan banyaknya angkutan umum yang melewati masjid ini. Namun pada kenyataannya, aksesibilitas ke Masjid Agung Jawa Tengah dapat dikatakan kurang memadai. Minimnya angkutan umum yang melewati masjid ini serta akses jalan yang sempit hanya ada dua jalur, masing-masing 1 jalur untuk menuju dan meninggalkan Masjid Agung Jawa Tengah ini tentu saja berdampak sering terjadi kemacetan ketika *weekend*, adanya pasar tumpah di hari

Minggu pagi, serta berbagai acara yang ada di convention hall seperti resepsi pernikahan. Keempat, promosi yang dilakukan pengelola Masjid Agung Jawa Tengah masih minim, promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola Masjid Agung Jawa Tengah hanya masih sebatas melalui web dengan alamat www.majt.org, www.masjidagungjateng.com dan akun facebook. Sedangkan promosi melalui media cetak juga masih sebatas brosur dan koran. Kelima, dengan masih belum berkembangnya sistem pariwisata yang terdiri dari atraksi wisata, pelayanan, aksesibilitas dan promosi, dapat berakibat terjadi penurunan jumlah wisatawan yang datang ke Masjid Agung Jawa Tengah ini.

Dilatarbelakangi oleh berbagai kondisi dan situasi kawasan pariwisata Masjid Agung Jawa Tengah berdasarkan lima elemen sistem pariwisata, maka perlu dilakukan suatu penelitian tentang pariwisata keagamaan di Masjid Agung Jawa Tengah, sehingga dapat digunakan untuk memahami kondisi dan karakteristik Masjid Agung Jawa Tengah dilihat dari kelima elemen sistem pariwisatanya yang dapat menjadi nilai tambah bagi Masjid Agung Jawa Tengah untuk mengundang para wisatawan.

KAJIAN LITERATUR SARANA PERIBADATAN SEBAGAI OBYEK WISATA

TABEL I
KISI-KISI PENELITIAN

No	Sasaran	Kisi-Kisi Penelitian	Sumber Acuan
1	Mengkaji atraksi wisata di obyek wisata keagamaan Masjid Agung Jawa Tengah	a. Atraksi non fisik (peristiwa atau acara khusus yang mencirikan obyek wisata tersebut) b. Atraksi fisik - Arsitektur bangunan masjidnya - Payung raksasa - Convention Hall - Ruang utama masjid - Menara Al Husna - Perpustakaan - Office Hall - Radio DAIS - Mushaf Al Akbar - Replika Bedhug Purworejo	Clare.A Gunn (1992) Fandeli, Chafid. (1995) Robinson, H. (1976)
2	Mengkaji wisatawan yang datang ke Masjid Agung Jawa Tengah	a. Jumlah dan perkembangan b. Asal usul wisatawan datang ke MAJT c. Motivasi wisatawan datang ke MAJT	Clare.A Gunn (1992) Pendit, Nyoman S. (1999) Smith, Stephen L. J. (1989)

No	Sasaran	Kisi-Kisi Penelitian	Sumber Acuan
			Karyono, A. Hari. (1997) UU No 9 Tahun 1990
3	Mengkaji aksesibilitas obyek wisata Masjid Agung Jawa Tengah	a. Jalan dan prasarana jalan (Kondisi jalan menuju lokasi obyek wisata dan kelancaran lalu lintas menuju lokasi) b. Angkutan umum yang melewati lokasi wisata c. Tarif angkutan menuju lokasi	Clare.A Gunn (1992) Robert Christie Mill dan Morison (1985)
4	Mengkaji pelayanan (akomodasi) pada obyek wisata Masjid Agung Jawa Tengah	a. Pusat penampungan pedagang b. Akomodasi wisatawan (hotel, motel, villa, cottage)	Clare.A Gunn (1992) Robert Christie Mill dan Morison (1985)
5	Mengkaji promosi yang telah dilakukan agar Masjid Agung Jawa Tengah dapat menjadi salah satu pariwisata keagamaan yang terkenal dan menarik untuk dikunjungi	a. Mempromosikan MAJT melalui media cetak dan elektronik (penyebaran brosur dan web) b. Program diskon harga tiket masuk c. Kerjasama dengan pihak lain atau pihak asing untuk mempromosikan obyek wisata	Clare.A Gunn (1992) Robert Christie Mill dan Morison (1985)

Sumber: Hasil Analisis, 2012

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang sesuai diaplikasikan dalam kegiatan penelitian "Pariwisata Keagamaan di Masjid Agung Jawa Tengah" ini adalah pendekatan kualitatif. Pelaksanaan teknik penelitian kualitatif tidak terbatas sampai pada pengumpulan dan penyusunan data sehingga menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengkaji dan mengintegrasikan data yang bersumber dari wawancara dan observasi. Pendekatan ini bersifat deduktif yang melihat secara umum dan keseluruhan, kemudian di *review* dengan teori yang ada.

Strategi penelitian yang digunakan berupa studi kasus. Penelitian studi kasus memusatkan perhatian pada satu obyek tertentu yang diangkat sebagai sebuah kasus untuk dikaji secara mendalam. Sebagaimana lazimnya perolehan data dalam penelitian kualitatif, data studi kasus dapat diperoleh dari semua pihak yang bersangkutan, baik melalui wawancara, observasi, partisipasi, dan dokumentasi. Data yang diperoleh dari berbagai cara itu untuk saling melengkapi. Metode pengumpulan data membahas tentang alat/ teknik pengumpulan data dan prosedur penelitian dilakukan meliputi pencatatan data, kebutuhan data yang

diperlukan, dan langkah-langkah penelitian selanjutnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik pengumpulan data primer yaitu wawancara (*interview*) secara mendalam dan *participant observation*. Teknik pengumpulan data sekunder berbentuk telaah *organizational record* yang berupa pengumpulan catatan atau dokumen yang relevan. Pengumpulan dokumen dilakukan dengan cara mendatangi instansi-instansi terkait seperti Dinas Pariwisata dan Kantor Kelurahan Sambirejo

Dalam tahapan analisis memerlukan tahapan yang jelas sehingga proses penelitian dapat berjalan searah dengan tujuan yang akan dicapai. Berdasarkan pada pendekatan penelitian, yaitu menggunakan pendekatan kualitatif, maka analisis yang digunakan adalah: **Kualitatif deskriptif**. Analisis kualitatif deskriptif merupakan analisis yang dipergunakan untuk memahami dan menggambarkan fenomena yang terjadi di lapangan. Untuk mencapai pemahaman tersebut, data yang telah diperoleh dari penelitian di lapangan dapat disampaikan ke dalam bentuk tulisan yang berupa penjelasan dari informasi yang telah didapatkan di lapangan.

HASIL PEMBAHASAN KAJIAN LIMA ELEMEN SISTEM PARIWISATA KEAGAMAAN DI MASJID AGUNG JAWA TENGAH

Kajian Atraksi Wisata

Masjid Agung Jawa Tengah sebagai salah satu obyek wisata keagamaan yang sudah memiliki atraksi wisata yang menarik, seperti yang dikatakan Gunn (1992) bahwa atraksi wisata adalah sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk datang ke tempat wisata. Masjid Agung Jawa Tengah sudah memiliki daya tarik tersendiri sehingga wisatawan berkunjung ke Masjid Agung Jawa Tengah ini.

Atraksi wisata yang terdapat di Masjid Agung Jawa Tengah ini bisa dilihat dari adanya atraksi non fisik berupa peristiwa atau acara khusus serta atraksi fisiknya. Atraksi fisik utama keagamaan mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung, diantaranya ruang utama masjid, sedangkan atraksi fisik utama non keagamaan yang mampu menarik minat wisatawan diantaranya arsitektur bangunan, payung raksasa, *convention hall* dan menara Al Husna. Sedangkan atraksi fisik pendukung yang belum terlalu menarik minat wisatawan diantaranya perpustakaan, *office hall*, radio DAIS, mushaf Al Akbar dan replika bedhug Purworejo.

Berdasarkan kajian atraksi wisata, maka dihasilkan kesimpulan bahwa atraksi wisata yang terdapat di Masjid Agung Jawa Tengah ini bisa dilihat dari adanya atraksi non fisik berupa peristiwa atau acara khusus serta atraksi fisiknya. Atraksi fisik terbagi menjadi atraksi fisik utama keagamaan, atraksi fisik utama bukan keagamaan, serta atraksi fisik pendukung. Keunikan atraksi wisata yang terdapat di Masjid Agung Jawa Tengah ini tidak hanya atraksi wisata keagamaan namun juga atraksi wisata bukan keagamaan mampu menjadi daya tarik wisatawan.

Kajian Wisatawan

Menurut Gunn (1992), wisatawan datang ke suatu tempat sangat ditentukan oleh motivasi dan keinginan. Sehingga timbul hubungan yang erat antara

komponen wisatawan sebagai pasar wisata dengan komponen yang lainnya, yaitu transportasi, akomodasi, dan informasi

Terkait dengan hal tersebut, wisatawan yang berkunjung ke Masjid Agung Jawa Tengah ini juga didasarkan oleh berbagai atraksi wisata yang terdapat di masjid ini. Jika Masjid Agung Jawa Tengah ini tidak memiliki berbagai keunikan atraksi wisata, maka sudah pasti sedikit wisatawan yang datang ke masjid ini. Wisatawan cukup tertarik dengan keunikan dan kemegahan masjid ini yang berbeda dengan masjid lainnya, semua umur dan kalangan bisa menikmatinya meskipun memang dalam perkembangannya mengalami pasang surut jumlah wisatawan dikarenakan tidak adanya penambahan atraksi wisata di masjid ini.

Kajian Aksesibilitas

Menurut Gunn (1992), aksesibilitas merupakan fungsi dari jarak atau tingkat kemudahan untuk mencapai daerah wisata dengan berbagai daerah tujuan wisata. Agar wisatawan mudah berkunjung ke obyek wisata, akses ini harus tetap memperhatikan kondisi jalan menuju lokasi obyek wisata, kelancaran lalu lintas menuju obyek wisata, selain itu jarak dan ketersediaan sarana dan prasarana transportasi ke dalam wisata merupakan hal terpenting. (Mill dan Morison, 1985).

Terkait pendapat Gunn (1992) serta Mill dan Morison (1985), Masjid Agung Jawa Tengah sebagai obyek wisata tentu saja membutuhkan aksesibilitas yang layak serta transportasi yang memadai sehingga wisatawan tidak merasa kesusahan ketika ingin menuju atau meninggalkan masjid ini, akan tetapi pada kenyataannya aksesibilitas ini masih kurang layak terlihat dari akses jalan yang sempit, sering terjadi kemacetan serta minimnya angkutan umum menuju MAJT.

Berdasarkan kajian aksesibilitas, maka dihasilkan kesimpulan bahwa meskipun aksesibilitas menuju Masjid Agung Jawa Tengah ini masih kurang layak terlihat dari akses jalan yang sempit, sering terjadi kemacetan serta minimnya angkutan umum

menuju MAJT, namun tetap dikunjungi wisatawan. Hal ini terlihat dari banyaknya kendaraan yang masuk dan keluar area Masjid Agung Jawa Tengah.

Kajian Pelayanan (Akomodasi)

Servis merupakan pelayanan ataupun fasilitas-fasilitas yang disediakan termasuk didalamnya fasilitas restoran/rumah makan, dan perjalanan hotel maupun toko-toko yang menyajikan barang-barang khas daerah tersebut. Sarana dan prasarana wisata merupakan pelengkap daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya (Gunn, 1992).

Dengan melihat pendapat Gunn (1992), Akomodasi yang terdapat di Masjid Agung Jawa Tengah ini sudah cukup memadai untuk suatu obyek wisata yang terdiri pusat penampungan pedagang dan Hotel Graha Agung. Meskipun demikian, akomodasi yang ada di masjid ini kurang terawat sehingga terkesan kumuh dan jelek, padahal untuk membangunnya memerlukan dana yang besar seharusnya dirawat dengan baik, sehingga akomodasi ini kurang menjadi daya tarik wisatawan datang ke masjid ini.

Kajian Promosi

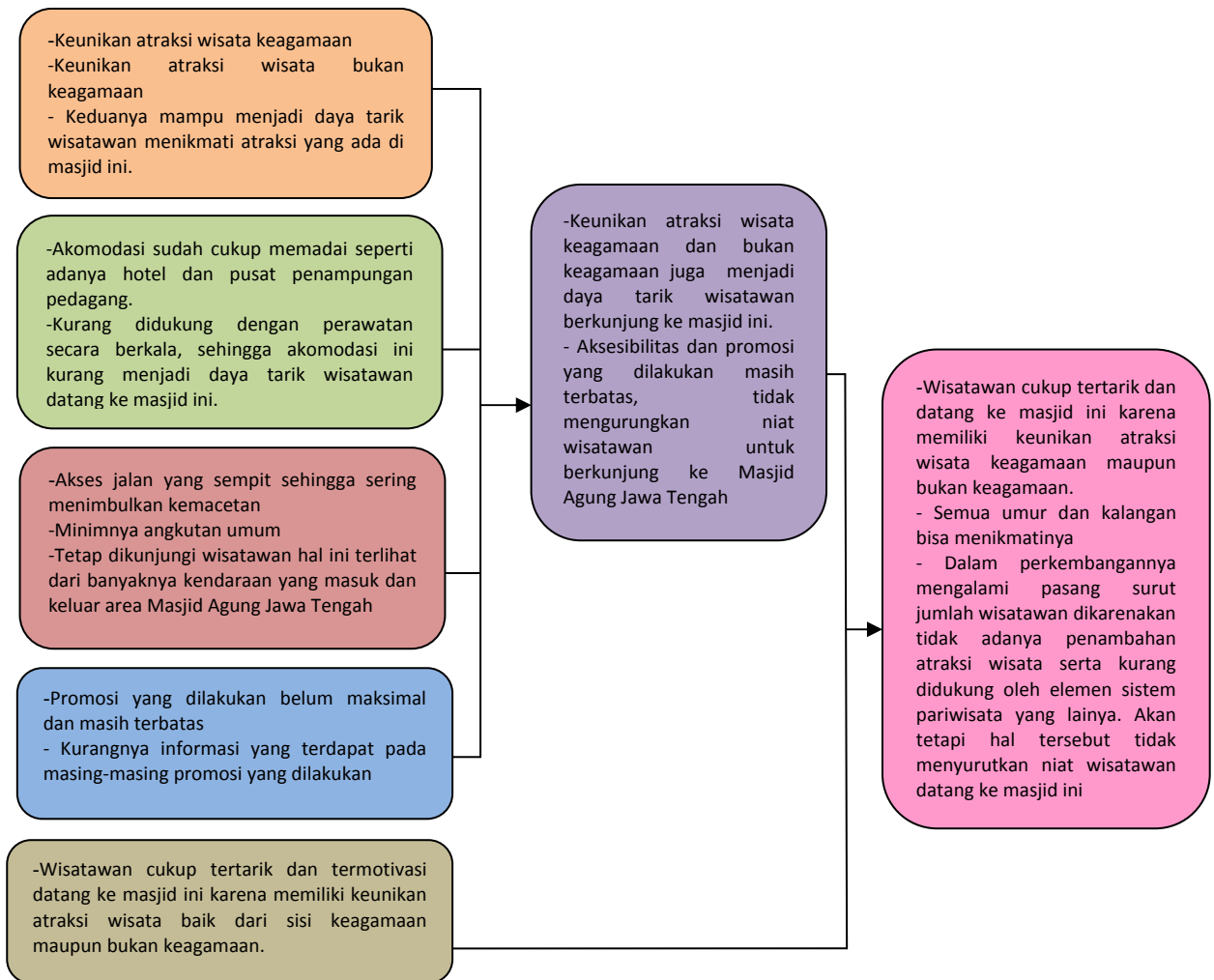
Promosi Menurut Mill dan Morison (1985) merupakan kegiatan yang penting dalam pengembangan pariwisata yang dapat dilakukan oleh pemerintah maupun swasta, kegiatan promosi ini dapat dilakukan dengan memasang iklan, melalui kegiatan kehumasan maupun memberikan insentif misalnya potongan tiket masuk. Sedangkan menurut Gunn (1992), promosi merupakan kegiatan yang penting dalam pengembangan pariwisata yang dapat dilakukan oleh pemerintah maupun swasta.

Dengan melihat pendapat Gunn (1992) serta Mill dan Morison (1985), obyek wisata keagamaan Masjid Agung Jawa Tengah ini sudah melakukan promosi terlihat baik dalam bentuk media elektronik seperti web, media cetak seperti penyebaran brosur, program diskon harga tiket masuk, maupun melakukan kerjasama dengan pihak lain terkait perkembangan obyek wisata keagamaan Masjid Agung Jawa Tengah ini. Meskipun promosi yang dilakukan belum maksimal dan masih terbatas. Hal ini terlihat dari kurangnya informasi yang terdapat pada masing-masing promosi yang dilakukan.

Sintesis Kajian Lima Elemen Sistem Pariwisata

Sintesis kajian elemen sistem pariwisata di Masjid Agung Jawa Tengah ini membahas kesimpulan dari masing-masing elemen sistem pariwisata yaitu atraksi wisata, wisatawan, akomodasi, aksesibilitas dan promosi.

Dalam diagram sintesis kajian elemen sistem pariwisata, terdapat kesimpulan bahwa atraksi wisata dan akomodasi mampu menjadi daya tarik wisatawan, tidak hanya keunikan atraksi wisata keagamaan yang mampu menjadi daya tarik wisatawan, tetapi atraksi wisata bukan keagamaan juga menjadi daya tarik wisatawan berkunjung ke masjid ini. Meskipun belum adanya penambahan atraksi wisata, masih kurang terawatnya akomodasi serta aksesibilitas dan promosi yang dilakukan masih terbatas, tidak mengurungkan niat wisatawan untuk berkunjung ke Masjid Agung Jawa Tengah. Agar lebih memahami, maka dapat dilihat pada diagram sintesis di bawah ini



Sumber: Hasil Analisis, 2013

GAMBAR 2
DIAGRAM SINTESIS KAJIAN ELEMEN SISTEM PARIWISATA

Tingkat Pengaruh dan Matriks Elemen Sistem Pariwisata di MAJT

Melihat dari diagram sintesis tersebut, maka dapat diketahui elemen mana yang berkekuatan tinggi, serta elemen mana yang berkekuatan sedang dan rendah. Sehingga dapat diketahui elemen mana yang memiliki

kekuatan tinggi untuk menarik wisatawan datang ke Masjid Agung Jawa Tengah. Agar lebih memahami tingkat pengaruh elemen sistem pariwisata terhadap daya tarik, maka dapat dibuat tabel seperti dibawah ini

TABEL II
TINGKAT PENGARUH ELEMEN SISTEM PARIWISATA TERHADAP DAYA TARIK

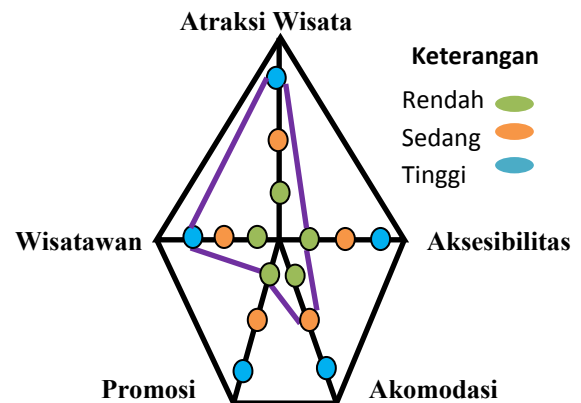
Elemen Sistem Pariwisata	Tingkat Pengaruh	Keterangan
Atraksi Wisata	Tinggi	Adanya keunikan atraksi wisata fisik dan non fisik baik dari sisi keagamaan dan bukan keagamaanya mampu menarik wisatawan
Akomodasi (Pelayanan)	Sedang	Meskipun akomodasi sudah cukup memadai akan tetapi akomodasi kurang terawat sehingga wisatawan kurang begitu tertarik menikmati akomodasi yang terdapat di masjid
Aksesibilitas	Rendah	Masih terbatasnya aksesibilitas terlihat dari akses jalan yang sempit

Elemen Sistem Pariwisata	Tingkat Pengaruh	Keterangan
		sehingga menimbulkan kemacetan dan minimnya angkutan umum menyebabkan banyak wisatawan yang menggunakan kendaraan pribadi
Promosi	Rendah	Minimnya promosi ini terlihat dari kurangnya informasi yang terdapat di masing-masing promosi yang dilakukan
Wisatawan	Tinggi	Jika jumlah wisatawan yang berkunjung mengalami peningkatan, berarti keempat elemen sistem pariwisata yang lain sudah cukup memiliki pengaruh dan kekuatan tinggi untuk menarik wisatawan datang ke MAJT

Sumber : Hasil Analisis, 2013

Dengan adanya tabel yang menunjukkan tingkat pengaruh elemen sistem pariwisata keagamaan terhadap daya tarik di Masjid Agung Jawa Tengah maka dapat dibuat matriks elemen sistem pariwisata terhadap daya tarik. Matriks ini dibuat menyesuaikan gambar tingkat pengaruh elemen sistem pariwisata keagamaan terhadap daya tarik di Masjid Agung Jawa Tengah. Elemen yang berwarna biru berarti memiliki kekuatan dan pengaruh tinggi, berwarna orange memiliki kekuatan dan pengaruh sedang, serta elemen yang berwarna hijau memiliki kekuatan dan pengaruh rendah.

Pada gambar di bawah ini terlihat matriks elemen sistem pariwisata terhadap daya tarik, jika kelima elemen tersebut memiliki pengaruh dan kekuatan tinggi maka bentuk matriks tersebut segilima, akan tetapi pada kenyataannya bentuk matriks tersebut tidak beraturan dikarenakan masih adanya elemen lain yang memiliki pengaruh dan kekuatan sedang dan rendah seperti promosi dan aksesibilitasnya memiliki pengaruh dan kekuatan rendah, sedangkan elemen akomodasi memiliki pengaruh dan kekuatan sedang. Gambar di bawah ini menunjukkan matriks elemen sistem pariwisata yang bentuknya masih belum beraturan dikarenakan masih adanya elemen pariwisata yang memiliki pengaruh dan kekuatan sedang maupun rendah.



Sumber: Hasil Analisis, 2013

GAMBAR 3
MATRISK ELEMEN SISTEM PARIWISATA DI MAJT

KESIMPULAN

Daerah tujuan wisata yang menjadi lokasi penelitian adalah Kota Semarang dengan wilayah studi penelitian Masjid Agung Jawa Tengah. Masjid Agung Jawa Tengah memiliki potensi pariwisata keagamaan yang cukup unik, akan tetapi potensi tersebut masih belum berkembang karena kurang didukung oleh penyediaan 5 elemen sistem pariwisata sebagai prasyarat daerah tujuan wisata.

Berdasarkan lima elemen sistem pariwisata dihasilkan temuan penelitian bahwa Masjid Agung Jawa Tengah sebagai obyek wisata keagamaan memiliki keunikan atraksi wisata yang mampu menjadi daya tarik dan motivasi wisatawan datang ke masjid ini. Atraksi wisata memiliki pengaruh dan kekuatan tinggi untuk menarik wisatawan datang. Tidak hanya keunikan atraksi wisata keagamaan yang mampu

menjadi daya tarik wisatawan, tetapi atraksi wisata bukan keagamaan juga menjadi daya tarik wisatawan berkunjung ke masjid ini.

Akomodasi yang terdapat di Masjid Agung Jawa Tengah ini sudah cukup memadai dengan adanya hotel dan pusat penampungan pedagang, akan tetapi akomodasi yang terdapat di masjid ini kurang terawat sehingga wisatawan kurang begitu tertarik menikmati akomodasi yang terdapat di masjid ini, sehingga akomodasi (pelayanan) memiliki pengaruh dan kekuatan sedang dalam menarik wisatawan datang ke masjid ini.

Aksesibilitas dan promosi yang dilakukan masih minim dan terbatas. Masih terbatasnya aksesibilitas menuju Masjid Agung Jawa Tengah ini terlihat dari akses jalan yang sempit sehingga sering menimbulkan kemacetan dan minimnya angkutan umum menyebabkan banyak wisatawan yang menggunakan kendaraan pribadi tentu saja semakin memperparah kemacetan. Minimnya promosi ini terlihat dari kurangnya informasi yang terdapat di masing-masing promosi yang dilakukan.

Atraksi wisata, akomodasi, aksesibilitas dan promosi mempengaruhi banyak sedikitnya jumlah wisatawan yang datang ke masjid ini. Hal ini terlihat seperti belum adanya penambahan atraksi wisata di masjid ini menyebabkan pernah terjadi penurunan jumlah wisatawan tahun 2010. Pasang surutnya jumlah wisatawan dikarenakan tidak adanya penambahan atraksi wisata serta kurang didukung oleh elemen sistem pariwisata yang lainnya. Jika jumlah wisatawan mengalami peningkatan, berarti keempat elemen sistem pariwisata yang lainnya sudah memiliki pengaruh dan kekuatan tinggi untuk menarik wisatawan datang berkunjung ke masjid ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Fandeli, Chafid. 1995. *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Penerbit Liberty: Yogyakarta.
- Gunn, Clare A. 1992. *Tourism Planning*. Taylor & Franciss: New York-Philadelphia- London.
- Karyono, A. Hari. 1997. *Kepariwisataan*, PT. Grasindo: Jakarta.
- Mill, Robert Christie and Morrison, Alastair A. 1985. *The Tourism System*. Prentice-Hall Inc.: New Jersey.
- Pendit, Nyoman S. 1999. *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Pradnya Paramita: Jakarta.
- Robinson, H. 1976. *A Geography of Tourism*. MacDonald: London.
- Smith, Stephen L. J. 1989. *Tourism Analysis: A Hand Book*. Longman Group UK Inafe: USA.
- Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan Indonesia.
- Wahab, Salah. 1996. *Manajemen Kepariwisataan*. PT. Pradnya Paramita: Jakarta.
- Yoeti, Oka A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Angkasa: Bandung