

# Pendapat Pengunjung Terhadap Pengembangan Destinasi Wisata Religi di Kawasan Masjid Agung Semarang Berdasarkan Komponen Pariwisata

G. Pamungkas<sup>1</sup>, H. Wahyono<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Diponegoro, Indonesia

## Article Info:

Received: 12 December 2020

Accepted: 02 February 2022

Available Online: 17 February 2022

## Keywords:

Tourism; religion tourism; visitor opinion

## Corresponding Author:

Guntur Pamungkas  
Diponegoro University,  
Semarang, Indonesia

Email:

[gunturpmgks@gmail.com](mailto:gunturpmgks@gmail.com)

**Abstract:** *Masjid Agung Semarang is one of the main tourist destination in Semarang, this particular destination is social-culture strategic area according to Regional Spatial Plan of Kota Semarang (RTRW) 2011-2031. Eventually to achieve its target as Social-culture Strategical Area, it needs religious tourism development with a tourism component approachment. Generally aspects which affect religious tourist destination are attraction, accessibility, amenity, activity, available packages, and ancillary services. Hence in this research those aspects will be analyzed further more. Besides, participation of tourist to contribute in the assesment of tourism service attributes considered significant. Based on this value of tourist opinion, identification of assesment from the tourist for the religious tourism destination development in Masjid Agung Semarang. Therefore, the goal of this research is to identify tourist opinion regarding the development of Masjid Agung Semarang area as religious tourism destination based on tourism components.*

Copyright © 2016 JTPWK-UNDIP

This open access article is distributed under a  
Creative Commons Attribution (CC-BY-NC-SA) 4.0 International license.

## How to cite (APA 6th Style):

Pamungkas, G., & Wahyono, H. (2022). Pendapat Pengunjung Terhadap Pengembangan Destinasi Wisata Religi di Kawasan Masjid Agung Semarang Berdasarkan Komponen Pariwisata. *Jurnal Teknik Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 11(1), 64–75.

## 1. PENDAHULUAN

Pengembangan pariwisata merupakan pengembangan yang berencana secara menyeluruh, sehingga dapat diperoleh manfaat yang optimal bagi masyarakat, baik dari segi ekonomi, sosial, dan budaya. Menurut (Buhalis, 2000), pengembangan pariwisata dapat diwujudkan dengan 6 komponen yaitu *attractions* (atraksi), *accessibility* (aksesibilitas), *amenities* (amenitas), *activity* (aktivitas), *available packages* (ketersediaan paket pariwisata), dan *ancillary services* (fasilitas pendukung lainnya). Salah satu bentuk pengembangan pariwisata adalah pengembangan wisata religi. Wisata religi merupakan wisata yang sangat erat kaitannya dengan atraksi dan karakteristik wisata berorientasi religius. Berdasarkan Hasil Penelitian (Verma & Sarangi, 2019), (Gupta & Basak, 2018; Patwal & Agarwal, 2013) bahwa untuk dikembangkan menjadi suatu wisata religi jika didalamnya terdapat *attractions*, tidak hanya berupa aspek fisik tetapi juga citra destinasi dan budaya masyarakat setempat berkarakteristik wisata religi. Selain itu, bukan hanya dari kelengkapan fasilitas yang ditawarkan untuk mendukung kegiatan wisata religi saja tetapi juga penghormatan terhadap budaya dan agama yang menjadi kepercayaan dari suatu daya tarik wisata yang didukung kawasan tersebut. Komponen wisata religi ini termasuk ke dalam komponen pariwisata.

Masjid Agung Semarang merupakan salah satu masjid tertua di Kota Semarang yang sudah ada sejak tahun 1890. Berdasarkan RPJMD Kota Semarang 2016-2021, Kawasan Masjid Agung Semarang

juga merupakan salah satu Kawasan Strategis Sosial Budaya di Kota Semarang. Hal tersebut didukung dengan adanya nilai historis dari sejarah dibangunnya masjid, nilai estetika dari keindahan arsitektur bangunan masjid yang merupakan perpaduan gaya Eropa dan Jawa, serta nilai sosial budaya seperti penyembelihan hewan qurban, pembagian zakat dan peringatan hari-hari besar islam seperti acara dugderan yang dilakukan ketika menyambut bulan Ramadhan setiap tahunnya. Keunggulan Masjid Agung Semarang ini seharusnya dapat dijadikan potensi wisata religi di Kota Semarang. Di sisi yang lain, terbangun kembalinya alun-alun dan Pasar Johar akan menambah pusat aktivitas yang terjadi di sekitar kawasan Masjid Agung Semarang. Tradisi budaya dugderan yang setiap tahun dilakukan perlu dijaga agar tradisi ini tidak hilang. Selain itu, kelestarian dan keaslian bangunan Masjid Agung Semarang juga perlu dijaga kelestariannya agar tetap dapat mempertahankan budaya dan mempertahankan nilai historisnya sehingga hal-hal inilah yang akan menjadi sebuah tantangan yang akan dihadapi Masjid Agung Semarang.

Pengembangan destinasi religi ini akan mengacu kepada pengembangan pariwisata. Pada umumnya aspek-aspek yang ada pada destinasi wisata religi terdapat pada pengembangan pariwisata, sehingga penelitian ini akan diteliti dengan komponen-komponen pariwisata. Melalui variabel komponen pariwisata ini akan membantu memudahkan peneliti dalam mengetahui potensi dan permasalahan yang ada dalam mengembangkan menjadi destinasi wisata religi. Pada penelitian ini berfokus pada kesesuaian Masjid Agung Semarang terhadap pengembangan destinasi wisata religi berdasarkan pendapat pengunjung. Pendapat pengunjung dapat menjadi acuan penilaian dan keinginan pengunjung atas pelayanan pariwisata yang disediakan oleh pengelola wisata yang dirasakan oleh pengunjung. Melalui pendapat pengunjung dapat memberikan masukan dan menjadi partisipasi dalam proses perencanaan. Oleh karena itu, penelitian ini bermaksud untuk mengidentifikasi pendapat pengunjung terhadap pengembangan Masjid Agung Semarang sebagai destinasi wisata religi dari keenam komponen pariwisata tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terhadap kebijakan pemerintah dalam pengembangan Masjid Agung Semarang sebagai destinasi wisata religi sehingga dapat menjaga melestarikan cagar budaya yang ada di Kota Semarang.

## 2. DATA DAN METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk memberikan gambaran kepada suatu objek penelitian melalui data atau sampel yang telah terkumpul (Sugiono, 2009). Pada penelitian kuantitatif, menuntun peneliti dalam menemukan masalah penelitian, menemukan hipotesis, menemukan konsep-konsep, menemukan metodologi, dan alat analisis data perlu menggunakan teori atau paradigma teori. (Bungin, 2005). Metode penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi pendapat pengunjung mengenai komponen pariwisata sebagai acuan dalam pengembangan destinasi wisata religi di Kawasan Masjid Agung Semarang. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan ialah pendistribusian kuesioner melalui online, telaah dokumen, dan observasi lapangan.

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel nonprobabilitas (*nonprobability sampling*) tepatnya dengan sampel aksidental. Pengambilan sampel nonprobabilitas (*nonprobability sampling*) adalah pengambilan sampel dimana anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel penelitian. Sedangkan, sampel aksidental adalah metode penentuan sampel yang didasarkan secara kebetulan yang dapat ditemui oleh peneliti dan yang bersangkutan memenuhi persyaratan atau kriteria sumber data yang diperlukan dalam penelitian, tanpa ada pertimbangan apapun.

Populasi sampel dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang ada di Masjid Agung Semarang. Jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah siapa saja pengunjung yang secara kebetulan sudah pernah mengunjungi Masjid Agung Semarang. Dalam menentukan jumlah sampel yang akan diteliti menggunakan teknik sampling tersebut menggunakan perhitungan dengan rumus

Slovin sehingga diperoleh sampel yang akurat. Berikut rumus Slovin yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel

$$n = \frac{n}{nd^2 + 1} \quad (1)$$

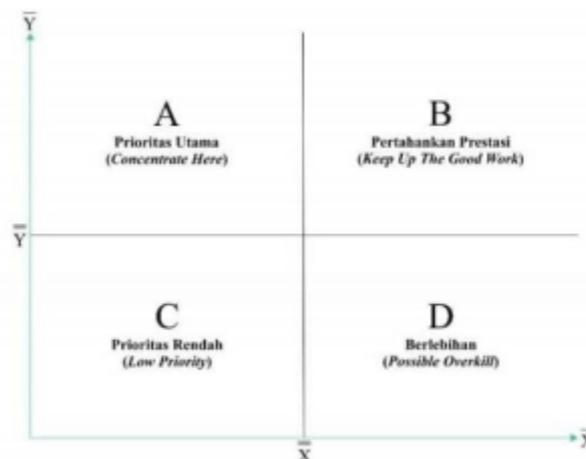
$$n = \frac{8.000.000}{(8.000.000)(0,1)^2 + 1}$$

$$n = 100 \text{ sampel}$$

Analisis yang pertama kali dilakukan adalah analisis uji kelayakan. Menurut (Azwar, 2011), para ahli psikometri menetapkan bahwa instrumen penelitian dapat dikatakan sebagai alat ukur yang baik apabila memiliki kriteria valid, reliabel, standar, ekonomis dan praktis. Hal tersebut dapat dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen penelitian. Menurut (Azwar, 2007), uji validitas merupakan suatu alat uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dapat mengukur apa yang diukur. Penelitian ini menggunakan uji validitas dengan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson). Uji ini dinyatakan valid jika berkorelasi signifikan dengan skor total dimana jika nilai  $r$  hitung  $\geq r$  tabel (*two tailed* dengan signifikansi 0,05). Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi dalam instrumen penelitian. (Reynolds et al., 2010) menyebutkan bahwa reliabilitas mengacu pada konsistensi atau kestabilan dalam hasil penelitian. Semakin konsisten hasilnya, maka instrumen tersebut dapat dipercaya yang dapat diukur dengan koefisien reliabilitas yang bernilai 0,70 sampai dengan 1. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan indikator *Alpha Cronbach* yang akan menghasilkan nilai  $\alpha$  untuk mengetahui tingkat reliabilitasnya. Apabila nilai  $\alpha >$  nilai  $r$  tabel, maka dianggap reliabel dan tingkat kepercayaan diketahui dari nilai  $\alpha$  yang semakin mendekati 1.

Teknik analisis berikutnya yaitu analisis *importance-performance analysis*. Analisis *importance-performance analysis* adalah metode analisis yang digunakan untuk mengukur hubungan antara pendapat seseorang dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal sebagai *quadrant analysis* (Brandt, 2004). Analisis ini sering digunakan dalam manajemen pariwisata dimana metode ini fokus terhadap pengalaman, pelayanan yang didapatkan, produk, dan seberapa baik bisnis pariwisata yang dibandingkan dengan ekspektasi dari wisatawan (Boley et al., 2017). Hasil dari analisis ini adalah diagram kartesius. Diagram kartesius terbagi menjadi empat kuadran yang terdiri dari *concentrate here, keep up with good work, low priority, dan possible overkill* (Martilla & James, 1977). Diagram kartesius didapatkan dari nilai rata-rata kinerja dan kepentingan sedangkan tingkat kesesuaian didapatkan dari perbandingan antara skor kinerja dan skor kepentingan (Yola & Budianto, 2016).

**Gambar 1.** Diagram Kartesius



### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Uji Kelayakan Instrumen

Data yang akan digunakan dalam analisis terlebih dahulu akan diuji kelayakannya agar dapat menghasilkan data yang berkualitas untuk analisis. Data ini dikumpulkan melalui instrumen dari kuesioner yang berisi atribut-atribut pelayanan variabel komponen pariwisata. Atribut-atribut tersebut akan dinilai oleh pengunjung Kawasan Masjid Agung Semarang terhadap tingkat kinerja dan tingkat harapan/kepentingan pelayanannya. Teknik yang digunakan dalam uji kelayakan instrumen adalah dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji kelayakan instrumen ini dilakukan terhadap hasil kuesioner yang telah diisi oleh 100 responden.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen yang digunakan dapat mengukur fenomena yang terjadi. Uji validitas dilakukan dengan mengorelasikan skor atribut variabel dengan skor total. Teknik pengujian validitas yang digunakan untuk menguji validitas adalah dengan korelasi *Bivariate Pearson Corelation* (Produk Momen Pearson). Hasil pengujian dinyatakan dengan korelasi Pearson yang dapat mengukur adanya hubungan linier antar atribut variabel. Atribut-atribut variabel komponen pariwisata dianggap valid apabila berkorelasi signifikan dengan skor total, yaitu jika nilai  $r$  hitung  $\geq r$  tabel, dimana  $r$  tabelnya adalah  $r$  tabel two tailed dengan signifikansi 0,05. Atribut-atribut variabel komponen variabel yang nilai  $r$  hitung  $< r$  tabel maka atribut tersebut dianggap tidak valid dan tidak digunakan lagi dalam analisis selanjutnya. Dengan jumlah responden 100 maka nilai  $r$  tabelnya adalah 0,197. Berikut adalah hasil uji validitas terhadap data tingkat kinerja dan tingkat harapan/kepentingan yang akan digunakan dalam analisis selanjutnya.

**Table 1.** Hasil Uji Validitas Data Tingkat Kinerja Dan Tingkat Kepentingan (Analisis, 2020)

No	Atribut Pelayanan	Nilai R Tabel	Nilai R Hitung (Kinerja)	Nilai R Hitung (Kepentingan)	Keterangan
<b>Atraksi</b>					
1	Tingkat Keaslian Bangunan Masjid	0,197	0,418	0,450	Valid
2	Tingkat Keslian Budaya Tradisi Dugderan	0,197	0,471	0,332	Valid
3	Tingkat Pelayanan Program Kauman Kampung Qur'an	0,197	0,514	0,591	Valid
<b>Aksesibilitas</b>					
4	Tingkat Kenyamanan Pejalan Kaki	0,197	0,593	0,720	Valid
5	Tingkat Keamanan Pejalan Kaki	0,197	0,584	0,756	Valid
6	Tingkat Kemudahan Akses Pejalan Kaki	0,197	0,562	0,798	Valid
7	Tingkat Kemudahan Akses Menuju Masjid	0,197	0,478	0,755	Valid
8	Tingkat Kemudahan Akses Transportasi Pribadi	0,197	0,598	0,752	Valid
9	Tingkat Kemudahan Akses Transportasi Umum	0,197	0,513	0,739	Valid
10	Tingkat Kemudahan Akses Parkir	0,197	0,503	0,738	Valid
11	Kondisi Jalan	0,197	0,602	0,748	Valid
12	Kondisi Penerangan	0,197	0,685	0,739	Valid
13	Jarak Dari Pusat Kota	0,197	0,475	0,428	Valid
<b>Amenitas</b>					
14	Kondisi dan Kenyamanan Ruang Utama Ibadah	0,197	0,473	0,675	Valid
15	Kondisi Penghijauan Lingkungan	0,197	0,686	0,730	Valid
16	Tingkat Polusi Udara	0,197	0,434	0,663	Valid
17	Tingkat Kebisingan	0,197	0,484	0,700	Valid
18	Tingkat Pelayanan Air Bersih	0,197	0,536	0,726	Valid
19	Tingkat Pelayanan Persampahan	0,197	0,603	0,746	Valid
20	Kondisi dan Kelengkapan Fasilitas Tempat Berkumpul	0,197	0,601	0,689	Valid
21	Kondisi dan Kelengkapan Fasilitas Restoran/Tempat Makan	0,197	0,629	0,599	Valid

No	Atribut Pelayanan	Nilai R Tabel	Nilai R Hitung (Kinerja)	Nilai R Hitung (Kepentingan)	Keterangan
22	Kondisi dan Kelengkapan Fasilitas Hotel/Penginapan	0,197	0,565	0,592	Valid
23	Kondisi dan Kelengkapan Fasilitas Toko/Warung/Ritel	0,197	0,484	0,621	Valid
24	Kondisi dan Kelengkapan Fasilitas Pusat Informasi	0,197	0,634	0,825	Valid
25	Peta Wisata/Peta Daerah	0,197	0,617	0,717	Valid
<b>Paket yang Tersedia</b>					
26	Tingkat Kegiatan Promosi	0,197	0,676	0,784	Valid
27	Ketersediaan Paket Wisata	0,197	0,657	0,709	Valid
<b>Aktivitas</b>					
28	Tingkat Aktivitas yang dapat Dilakukan	0,197	0,682	0,729	Valid
<b>Fasilitas Pendukung</b>					
29	Tingkat Kemudahan Akses ke KOSAMAS (Program Pemberdayaan Ekonomi Umat Masjid Agung Semarang)	0,197	0,612	0,664	Valid
30	Tingkat Kemudahan Akses ke ATM	0,197	0,498	0,662	Valid
31	Tingkat Kemudahan Akses ke Toilet	0,197	0,490	0,790	Valid
32	Tingkat Kemudahan Akses ke Tempat Pusat Informasi (Ketakmiran Masjid)	0,197	0,504	0,680	Valid
33	Tingkat Kemudahan Mencapai Papan Informasi Masjid	0,197	0,629	0,654	Valid
34	Tingkat Kemudahan Akses Ruang Serbaguna Masjid	0,197	0,576	0,735	Valid
35	Tingkat Kemudahan Akses ke Tempat Penitipan Barang	0,197	0,507	0,759	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai r hitung kinerja dan r hitung kepentingan setiap atribut variabel lebih besar dari r tabel sebesar 0,197. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan datanya adalah valid, sehingga dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Keseluruhan data yang terdiri dari 35 atribut variabel yang diperoleh dari 100 responden dianggap mampu mengukur fenomena yang akan diteliti dalam penelitian ini.

Data yang valid dari hasil uji validitas, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas pada data kuesioner tingkat kinerja maupun data kuesioner tingkat harapan/kepentingan. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen yang ada dapat dipercaya atau diandalkan. Teknik pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena instrumen penelitian yang digunakan berupa angket dan skala bertingkat. Hasil penghitungan ini dianggap reliabel apabila nilai  $\alpha >$  nilai r tabel dan mengetahui tingkat kepercayaan apabila  $\alpha$  yang semakin mendekati 1. Selain itu, nilai  $\alpha$  minimal yang harus didapatkan adalah sebesar 0,70.

**Table 2.** Hasil Uji Reliabilitas Data Tingkat Kinerja Dan Tingkat Harapan/Kepentingan (Analisis, 2020)

Data Kuesioner	Nilai R Tabel	Cronbach's Alpha
Tingkat Kinerja	0,197	0,930
Tingkat Harapan/Kepentingan	0,197	0,960

Berdasarkan, hasil penghitungan uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dari 100 responden terhadap atribut variabel pada data kuesioner tingkat kinerja didapatkan nilai  $\alpha$  (alpha) sebesar 0,930. Pada data kuesioner tingkat kepentingan didapatkan nilai  $\alpha$  (alpha) sebesar 0,960. Dari hasil penghitungan uji reliabilitas pada data kuesioner tingkat kinerja memiliki nilai  $\alpha$  (0,930)  $>$  r tabel (0,197) dan data kuesioner tingkat kepentingan memiliki nilai  $\alpha$  (0,960)  $>$  r tabel (0,197) serta nilai  $\alpha$

(alpha) > batas minimal nilai reliabilitas 0,70. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa data yang didapatkan dapat dipercaya atau reliabel.

### Analisis Pendapat Pengunjung Terhadap Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan Komponen Pariwisata

Pendapat pengunjung yang diidentifikasi pada penelitian ini mengenai tingkat kinerja dan tingkat kepentingan pelayanan komponen pariwisata yang ada di Masjid Agung Semarang berdasarkan komponen pariwisata, yaitu: atraksi, aksesibilitas, amenitas, paket yang tersedia, aktivitas, dan fasilitas pendukung. Pendapat pengunjung ini bertujuan untuk mengetahui penilaian pengunjung mengenai kinerja dan harapan pengunjung terkait pelayanan pariwisata yang ada di Masjid Agung Semarang.

**Table 3.** Tingkat Kinerja Dan Tingkat Kepentingan Variabel Komponen Pariwisata (Analisis, 2020)

No	Variabel	Atribut Pelayanan Wisata	Tingkat Kinerja	Tingkat Kepentingan
1	Atraksi	Tingkat Keaslian Bangunan Masjid	Baik	Sangat Penting
2		Tingkat Keaslian Budaya Tradisi Dugderan	Baik	Sangat Penting
3		Tingkat Pelayanan Program Kauman Kampung Qur'an	Baik	Sangat Penting
4	Aksesibilitas	Tingkat Kenyamanan Pejalan Kaki	Tidak Baik	Sangat Penting
5		Tingkat Keamanan Pejalan Kaki	Cukup Baik	Sangat Penting
6		Tingkat Kemudahan Akses Pejalan Kaki	Cukup Baik	Sangat Penting
7		Tingkat Kemudahan Akses Menuju Masjid	Baik	Sangat Penting
8		Tingkat Kemudahan Akses Transportasi Pribadi	Baik	Sangat Penting
9		Tingkat Kemudahan Akses Transportasi Umum	Cukup Baik	Sangat Penting
10		Tingkat Kemudahan Akses Parkir	Baik	Sangat Penting
11		Kondisi Jalan	Baik	Sangat Penting
12		Kondisi Penerangan	Baik	Sangat Penting
13		Jarak dari Pusat Kota	Baik	Penting
14	Amenitas	Kondisi dan Kenyamanan Ruang Utama Ibadah	Sangat Baik	Sangat Penting
15		Kondisi Penghijauan Lingkungan	Baik	Sangat Penting
16		Tingkat Polusi Udara	Cukup Baik	Sangat Penting
17		Tingkat Kebisingan	Cukup Baik	Sangat Penting
18		Tingkat Pelayanan Air Bersih	Baik	Sangat Penting
19		Tingkat Pelayanan Persampahan	Baik	Sangat Penting
20		Kondisi dan Kelengkapan Fasilitas Tempat Berkumpul	Baik	Sangat Penting
21		Kondisi dan Kelengkapan Fasilitas Restoran/Tempat Makan	Cukup Baik	Penting
22		Kondisi dan Kelengkapan Fasilitas Hotel/Penginapan	Cukup Baik	Penting
23		Kondisi dan Kelengkapan Fasilitas Toko/Warung/Ritel	Baik	Sangat Penting
24		Kondisi dan Kelengkapan Fasilitas Pusat Informasi	Cukup Baik	Sangat Penting
25	Peta Wisata / Peta Daerah	Cukup Baik	Sangat Penting	
26	Paket yang Tersedia	Tingkat Kegiatan Promosi	Cukup Baik	Sangat Penting
27		Ketersediaan Paket Wisata	Cukup Baik	Sangat Penting
28	Aktivitas	Tingkat Aktivitas yang dapat Dilakukan	Cukup Baik	Sangat Penting

No	Variabel	Atribut Pelayanan Wisata	Tingkat Kinerja	Tingkat Kepentingan
29	Fasilitas Pendukung	Tingkat Kemudahan Akses ke KOSAMAS (Program Pemberdayaan Ekonomi Ummat Masjid Agung Semarang)	Cukup Baik	Sangat Penting
30		Tingkat Kemudahan Akses ke ATM	Baik	Sangat Penting
31		Tingkat Kemudahan Akses ke Toilet	Baik	Sangat Penting
32		Tingkat Kemudahan Akses ke Tempat Pusat Informasi (Ketakmiran Masjid)	Baik	Sangat Penting
33		Tingkat Kemudahan Mencapai Papan Informasi Masjid	Baik	Sangat Penting
34		Tingkat Kemudahan Akses Ruang Serbaguna Masjid	Baik	Sangat Penting
35		Tingkat Kemudahan Akses ke Tempat Penitipan Barang	Baik	Sangat Penting

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebagian besar pengunjung menilai atribut pelayanan pariwisata pada semua variabel komponen pariwisata memiliki tingkat kinerja yang baik dan cukup baik. Akan tetapi, ada atribut pelayanan pariwisata yang memiliki tingkat kinerja yang tidak baik, yaitu pada variabel aksesibilitas dengan atribut pelayanan tingkat kenyamanan pejalan kaki. Pengunjung juga menilai bahwa keseluruhan atribut pelayanan pariwisata pada semua variabel komponen pariwisata merupakan atribut pelayanan pariwisata yang sangat penting.

#### **Analisis *Importance Performance Analysis* pada Pengembangan Destinasi Wisata Religi di Kawasan Masjid Agung Semarang berdasarkan Komponen Pariwisata**

Tahap terakhir dari analisis yang dilakukan adalah menganalisis pendapat pengunjung terhadap pengembangan destinasi wisata religi di Kawasan Masjid Agung Semarang dengan menggunakan metode analisis *importance performance analysis* (IPA). Penggunaan metode ini bertujuan untuk menganalisis sampai sejauh mana antara kinerja dan pelayanan pariwisata yang dapat dirasakan oleh pengunjung Masjid Agung Semarang. Pada metode analisis ini, menggunakan data yang dinyatakan valid dan reliabel pada uji kelayakan instrument tingkat kinerja dan tingkat kepentingan. Dalam proses analisisnya, metode ini dimulai dengan menghitung nilai rata-rata skor kinerja dan rata-rata skor kepentingan. Kemudian, menghitung nilai skor rata-rata dari rata-rata nilai kinerja dan nilai skor rata-rata dari skor rata-rata nilai kepentingan. Selanjutnya, nilai rata-rata skor kinerja dan rata-rata skor kepentingan digunakan sebagai koordinat pada diagram kartesius, sedangkan nilai skor rata-rata dari rata-rata nilai kinerja dan nilai skor rata-rata dari skor rata-rata nilai kepentingan digunakan sebagai pembagi diagram kartesius menjadi empat kuadran. Yang terakhir, dengan menggambarannya dalam bentuk diagram kartesius. Diagram kartesius ini memiliki empat kuadran yang terdiri dari *concentrate here, keep up with the good work, low priority, dan possible overkill*.

**Table 4.** Hasil Penghitungan Skor Rata-Rata Tingkat Kinerja Dan Skor Rata-Rata Tingkat Kepentingan (Analisis, 2020)

Kode	Atribut Pelayanan	Rata-Rata Tingkat Kinerja	Rata-Rata Tingkat Kepentingan
P1	Tingkat Keaslian Bangunan Masjid	4.31	4.61
P2	Tingkat Keaslian Budaya Tradisi Dugderan	3.95	4.08
P3	Tingkat Pelayanan Program Kauman Kampung Qur'an	3.95	4.40
P4	Tingkat Kenyamanan Pejalan Kaki	2.90	4.49
P5	Tingkat Keamanan Pejalan Kaki	2.95	4.58
P6	Tingkat Kemudahan Akses Pejalan Kaki	3.29	4.56
P7	Tingkat Kemudahan Akses Menuju Masjid	3.68	4.58

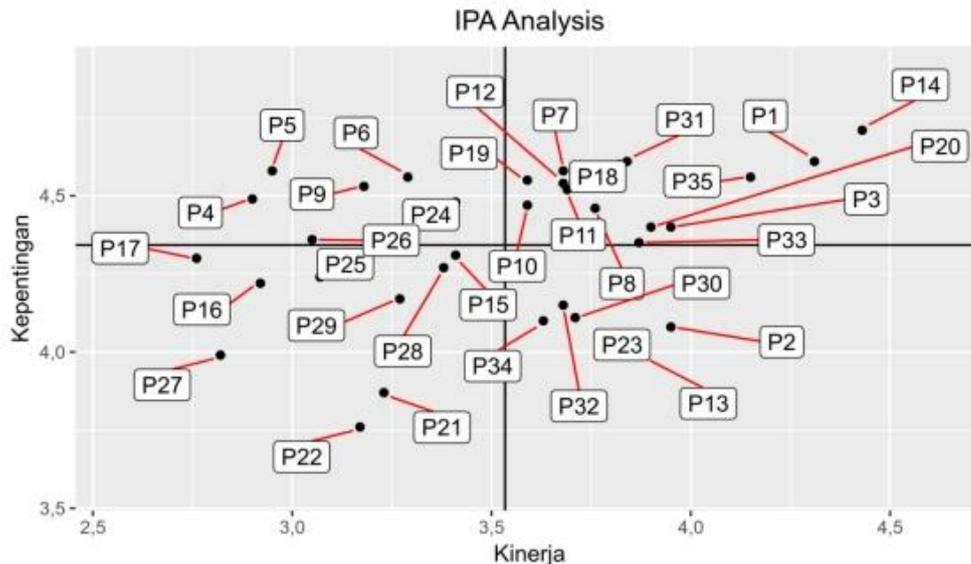
Kode	Atribut Pelayanan	Rata-Rata Tingkat Kinerja	Rata-Rata Tingkat Kepentingan
P8	Tingkat Kemudahan Akses Transportasi Pribadi	3.76	4.46
P9	Tingkat Kemudahan Akses Transportasi Umum	3.18	4.53
P10	Tingkat Kemudahan Akses Parkir	3.59	4.47
P11	Kondisi Jalan	3.69	4.52
P12	Kondisi Penerangan	3.68	4.54
P13	Jarak Dari Pusat Kota	3.88	3.99
P14	Kondisi dan Kenyamanan Ruang Utama Ibadah	4.43	4.71
P15	Kondisi Penghijauan Lingkungan	3.41	4.31
P16	Tingkat Polusi Udara	2.92	4.22
P17	Tingkat Kebisingan	2.76	4.30
P18	Tingkat Pelayanan Air Bersih	3.82	4.60
P19	Tingkat Pelayanan Persampahan	3.59	4.55
P20	Kondisi dan Kelengkapan Fasilitas Tempat Berkumpul	3.90	4.40
P21	Kondisi dan Kelengkapan Fasilitas Restoran/Tempat Makan	3.23	3.87
P22	Kondisi dan Kelengkapan Fasilitas Hotel/Penginapan	3.17	3.76
P23	Kondisi dan Kelengkapan Fasilitas Toko/Warung/Ritel	3.77	4.06
P24	Kondisi dan Kelengkapan Fasilitas Pusat Informasi	3.41	4.48
P25	Peta Wisata / Peta Daerah	3.07	4.24
P26	Tingkat Kegiatan Promosi	3.05	4.36
P27	Ketersediaan Paket Wisata	2.82	3.99
P28	Tingkat Aktivitas yang dapat Dilakukan	3.38	4.27
P29	Tingkat Kemudahan Akses ke KOSAMAS (Program Pemberdayaan Ekonomi Ummat Masjid Agung Semarang)	3.27	4.17
P30	Tingkat Kemudahan Akses ke ATM	3.71	4.11
P31	Tingkat Kemudahan Akses ke Toilet	3.84	4.61
P32	Tingkat Kemudahan Akses ke Tempat Pusat Informasi (Ketakmiran Masjid)	3.68	4.15
P33	Tingkat Kemudahan Mencapai Papan Informasi Masjid	3.87	4.35
P34	Tingkat Kemudahan Akses Ruang Serbaguna Masjid	3.63	4.10
P35	Tingkat Kemudahan Akses ke Tempat Penitipan Barang	4.15	4.56
<b>Rata-Rata</b>		<b>3.53</b>	<b>4.34</b>

Setelah melakukan penghitungan, selanjutnya adalah menggambarkannya ke dalam diagram kartesius. Langkah membuat diagram kartesius diawali dengan membuat suatu bagan menjadi empat bagian yang dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus dengan titik yang merupakan rata-rata dari skor rata-rata tingkat kinerja semua variabel (3,53) dan titik yang merupakan rata-rata dari skor rata-rata tingkat kepentingan semua variabel (4,34). Selanjutnya untuk titik yang merupakan rata-rata skor tingkat kinerja masing-masing variabel dan titik yang merupakan rata-rata skor tingkat kepentingan masing-masing variabel akan menjadi titik koordinat pada bagan diagram kartesius. Selanjutnya, setiap variabel akan terbagi di dalam empat kuadran yang terdiri dari *concentrate here*, *keep up with the good work*, *low priority*, dan *possible overkill*. Berikut adalah hasil diagram kartesius yang sudah dikelompokkan sesuai dengan skor yang ada

Berdasarkan tabel diatas, terdapat enam atribut pelayanan pariwisata yang termasuk di kuadran A. Pada variabel aksesibilitas terdapat tiga atribut yang memiliki kinerja belum sesuai diharapkan pengunjung tapi merupakan komponen pariwisata yang penting dalam pengembangan destinasi wisata religi di Kawasan Masjid Agung Semarang. Atribut pelayanan variabel aksesibilitas tersebut

adalah tingkat kenyamanan pejalan kaki, tingkat keamanan pejalan kaki, tingkat kemudahan akses pejalan kaki, dan tingkat kemudahan akses transportasi umum.

**Gambar 2.** Diagram Kartesius Variabel Komponen Pariwisata



Pada kuadran B terdapat empat belas atribut pelayanan pariwisata yang termasuk dalam kuadran ini. Pada variabel atraksi terdapat dua atribut pelayanan pariwisata yang memiliki kinerja sudah sesuai diharapkan pengunjung dan merupakan komponen pariwisata yang penting dalam pengembangan destinasi wisata religi di Kawasan Masjid Agung Semarang yaitu tingkat keaslian bangunan masjid dan tingkat pelayanan program kaumun kampung qur'an. Pada variabel aksesibilitas terdapat lima atribut pelayanan pariwisata yang memiliki kinerja sudah sesuai diharapkan pengunjung dan merupakan komponen pariwisata yang penting dalam pengembangan destinasi wisata religi di Kawasan Masjid Agung Semarang yaitu tingkat kemudahan akses menuju masjid, tingkat kemudahan akses transportasi pribadi, tingkat kemudahan akses parkir, kondisi jalan, dan kondisi penerangan. Pada variabel amenitas terdapat empat atribut pelayanan pariwisata yang memiliki kinerja sudah sesuai diharapkan pengunjung dan merupakan komponen pariwisata yang penting dalam pengembangan destinasi wisata religi di Kawasan Masjid Agung Semarang yaitu kondisi dan kenyamanan ruang utama ibadah, tingkat pelayanan air bersih, tingkat pelayanan persampahan, dan kondisi dan kelengkapan fasilitas tempat berkumpul. Sedangkan, pada variabel fasilitas pendukung terdapat tiga atribut pelayanan pariwisata yang memiliki kinerja sudah sesuai diharapkan pengunjung dan merupakan komponen pariwisata yang penting dalam pengembangan destinasi wisata religi di Kawasan Masjid Agung Semarang yaitu tingkat kemudahan akses ke toilet, tingkat kemudahan mencapai papan informasi masjid, dan tingkat kemudahan akses ke tempat penitipan barang.

Pada kuadran C terdapat sembilan atribut pelayanan pariwisata yang termasuk dalam kuadran ini. Pada variabel amenitas terdapat enam atribut pelayanan pariwisata yang memiliki kinerja yang belum sesuai diharapkan pengunjung dan merupakan komponen pariwisata yang tidak terlalu penting dalam pengembangan destinasi wisata religi di Kawasan Masjid Agung Semarang yaitu kondisi penghijauan lingkungan, tingkat polusi udara, tingkat kebisingan, kondisi dan kelengkapan fasilitas hotel/penginapan, dan peta wisata/peta daerah. Pada variabel paket yang tersedia terdapat satu atribut pelayanan pariwisata yang memiliki kinerja yang belum sesuai diharapkan pengunjung dan merupakan komponen pariwisata yang tidak terlalu penting dalam pengembangan destinasi wisata religi di Kawasan Masjid Agung Semarang yaitu ketersediaan paket wisata. Pada variabel aktivitas terdapat satu atribut pelayanan pariwisata yang memiliki kinerja yang belum sesuai diharapkan pengunjung dan merupakan komponen pariwisata yang tidak terlalu penting dalam pengembangan destinasi wisata religi di Kawasan Masjid Agung Semarang yaitu tingkat aktivitas yang dapat dilakukan.

Pada variabel fasilitas pendukung terdapat satu atribut pelayanan pariwisata yang memiliki kinerja yang belum sesuai diharapkan pengunjung dan merupakan komponen pariwisata yang tidak terlalu penting dalam pengembangan destinasi wisata religi di Kawasan Masjid Agung Semarang yaitu tingkat kemudahan akses ke KOSAMAS (program pemberdayaan ekonomi ummat Masjid Agung Semarang).

Pada kuadran D terdapat enam atribut pelayanan pariwisata yang termasuk dalam kuadran ini. Pada variabel atraksi terdapat satu atribut pelayanan pariwisata yang memiliki kinerja yang sudah sesuai yang diharapkan pengunjung, akan tetapi atribut pelayanan pariwisata ini merupakan komponen pariwisata yang tidak terlalu penting menurut pengunjung dalam pengembangan destinasi wisata religi di Kawasan Masjid Agung Semarang yaitu tingkat keaslian budaya tradisi dugderan. Pada variabel aksesibilitas terdapat satu atribut pelayanan pariwisata yang memiliki kinerja yang sudah sesuai yang diharapkan pengunjung, akan tetapi atribut pelayanan pariwisata ini merupakan komponen pariwisata yang tidak terlalu penting menurut pengunjung dalam pengembangan destinasi wisata religi di Kawasan Masjid Agung Semarang yaitu jarak dari pusat kota. Pada variabel amenitas terdapat satu atribut pelayanan pariwisata yang memiliki kinerja yang sudah sesuai yang diharapkan pengunjung, akan tetapi atribut pelayanan pariwisata ini merupakan komponen pariwisata yang tidak terlalu penting menurut pengunjung dalam pengembangan destinasi wisata religi di Kawasan Masjid Agung Semarang yaitu kondisi dan kelengkapan fasilitas toko/warung/ritel. Pada variabel fasilitas pendukung terdapat tiga atribut pelayanan pariwisata yang memiliki kinerja yang sudah sesuai yang diharapkan pengunjung, akan tetapi atribut pelayanan pariwisata ini merupakan komponen pariwisata yang tidak terlalu penting menurut pengunjung dalam pengembangan destinasi wisata religi di Kawasan Masjid Agung Semarang yaitu tingkat kemudahan akses ke ATM, tingkat kemudahan akses ke tempat pusat informasi (ketakmiran masjid), tingkat kemudahan akses ruang serbaguna masjid.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian, diketahui pendapat pengunjung terhadap pengembangan destinasi wisata religi di Kawasan Masjid Agung Semarang dari tingkat kinerja dan tingkat kepentingan atribut pelayanan pariwisata. Dari 35 atribut pelayanan pariwisata, pengunjung menilai bahwa tingkat kinerja komponen pariwisata di Masjid Agung Semarang sudah baik. Pengunjung juga menilai bahwa semua komponen pariwisata di Masjid Agung Semarang merupakan variabel yang sangat penting. Selanjutnya, penilaian pengunjung tersebut akan dianalisis dengan metode analisis Importance Performance Analysis. Metode ini bertujuan untuk menganalisis sampai sejauh mana antara kinerja dan kepentingan dengan pelayanan pariwisata yang dapat dirasakan oleh pengunjung Masjid Agung Semarang. Analisis metode ini dengan menggunakan diagram kartesius yang akan dibagikan menjadi empat kuadran yang terdiri dari *concentrate here*, *keep up with the good work*, *low priority*, dan *possible overkill*.

Kuadran A (*concentrate here*) berisikan atribut pelayanan pariwisata yang dianggap penting, namun memiliki kinerja yang belum sesuai diharapkan pengunjung. Pada kuadran ini terdapat enam atribut pelayanan pariwisata yang terdiri dari variabel aksesibilitas, amenitas, dan paket yang tersedia. Pada atribut pelayanan variabel aksesibilitas yaitu tingkat kenyamanan pejalan kaki, tingkat keamanan pejalan kaki, tingkat kemudahan akses pejalan kaki, dan tingkat kemudahan akses transportasi umum. Pada atribut pelayanan variabel amenitas yaitu kondisi dan kelengkapan fasilitas pusat informasi. Sedangkan, pada atribut pelayanan variabel paket yang tersedia, yaitu tingkat kegiatan promosi.

Kuadran B (*keep up with the good work*) berisikan atribut pelayanan pariwisata yang dianggap penting dan memiliki kinerja yang sudah sesuai seperti yang diharapkan pengunjung. Pada kuadran ini terdapat empat belas atribut pelayanan pariwisata yang terdiri dari variabel atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan fasilitas pendukung. Pada atribut pelayanan variabel atraksi yaitu tingkat keaslian bangunan masjid dan tingkat pelayanan program kauman kampung qur'an. Pada atribut pelayanan variabel aksesibilitas yaitu tingkat kemudahan akses menuju masjid, tingkat kemudahan akses transportasi pribadi, tingkat kemudahan akses parkir, kondisi jalan, dan kondisi penerangan. Pada atribut pelayanan variabel amenitas yaitu kondisi dan kenyamanan ruang utama ibadah, tingkat

pelayanan air bersih, tingkat pelayanan persampahan, dan kondisi dan kelengkapan fasilitas tempat berkumpul. Sedangkan, pada atribut pelayanan variabel fasilitas pendukung yaitu tingkat kemudahan akses ke toilet, tingkat kemudahan mencapai papan informasi masjid, dan tingkat kemudahan akses ke tempat penitipan barang.

Kuadran C (*low priority*) berisikan atribut pelayanan pariwisata yang dianggap kurang penting dan memiliki kinerja yang belum sesuai yang diharapkan pengunjung. Pada kuadran ini terdapat sembilan atribut pelayanan pariwisata yang terdiri dari variabel amenitas, paket yang tersedia, aktivitas, dan fasilitas pendukung. Pada atribut pelayanan variabel amenitas yaitu kondisi penghijauan lingkungan, tingkat polusi udara, tingkat kebisingan, kondisi dan kelengkapan fasilitas hotel/penginapan, dan peta wisata/peta daerah. Pada atribut pelayanan variabel paket yang tersedia yaitu ketersediaan paket wisata. Pada atribut pelayanan variabel aktivitas yaitu tingkat aktivitas yang dapat dilakukan. Pada atribut pelayanan variabel fasilitas pendukung yaitu tingkat kemudahan akses ke KOSAMAS (program pemberdayaan ekonomi umat masjid agung semarang).

Kuadran D (*possible overkill*) berisikan atribut pelayanan yang dianggap kurang penting, namun memiliki kinerja yang sesuai seperti yang diharapkan pengunjung. Pada kuadran ini terdapat enam atribut pelayanan pariwisata yang terdiri dari variabel atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan fasilitas pendukung. Pada atribut pelayanan variabel atraksi yaitu tingkat keaslian budaya tradisi dugderan. Pada atribut pelayanan variabel aksesibilitas yaitu jarak dari pusat kota. Pada atribut pelayanan variabel amenitas yaitu kondisi dan kelengkapan fasilitas toko/warung/ritel. Pada atribut pelayanan variabel fasilitas pendukung yaitu tingkat kemudahan akses ke ATM, tingkat kemudahan akses ke tempat pusat informasi (ketakmiran masjid), dan tingkat kemudahan akses ruang serbaguna masjid.

Berdasarkan hasil pembagian atribut pelayanan komponen pariwisata ke dalam empat kuadran A, B, C, dan D, selanjutnya akan dilakukan suatu penanganan dalam pengembangan destinasi wisata religi di Kota Semarang. Penanganan yang dilakukan berdasarkan dari masing-masing kuadran. Pada kuadran A yang merupakan sebuah ancaman atau permasalahan penanganannya adalah dengan meningkatkan kinerjanya. Pada kuadran B yang merupakan sebuah potensi penanganannya adalah dengan mempertahankan kinerjanya. Pada kuadran C ini penanganannya adalah dengan tidak mengutamakan untuk meningkatnya karena tidak memberikan pengaruh besar terhadap manfaat yang dirasakan pengunjung Kawasan Masjid Agung Semarang. Sedangkan pada kuadran D ini penanganannya adalah dengan mengurangi atau dengan menyesuaikan kinerjanya. Melalui penanganan tersebut, diharapkan dapat menjadikan Masjid Agung Semarang sebagai destinasi wisata religi sehingga dapat membantu menyukseskan program Pemerintah Kota Semarang dengan mempertahankan kekayaan budaya berupa peninggalan-peninggalan sejarah maupun budaya yang berguna untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dari ancaman kepunahan. Selain itu, hal tersebut tentunya secara umum akan mampu meningkatkan dan menunjang pariwisata di Kota Semarang.

## 5. REFERENSI

- Azwar, S. (2007). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2011). *Reliabilitas dan Validitas*. Pustaka Pelajar.
- Boley, B. B., McGehee, N. G., & Tom Hammett, A. L. (2017). Importance-performance analysis (IPA) of sustainable tourism initiatives: The resident perspective. *Tourism Management*, 58, 66–77. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.002>
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97–116. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- Bungin, M. B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik*. Kencana Prenada Media Group.
- Gupta, S., & Basak, B. (2018). Exploring pilgrim satisfaction on facilities for religious events: a case of Ratha Yatra at Puri. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(8), 765–779. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1486864>

- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), 77–79.
- Patwal, A., & Agarwal, T. (2013). *Pilgrimage Satisfaction of Religious Event: An Empirical Study* (Vol. 6, Issue 2).
- Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 6 Tahun 2016 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Semarang 2016-2021
- Reynolds, C. R., Livingston, R. B., & Wilson, V. (2010). *Measurement and Assessment in Education*. Pearson Education International Upper Saddle River.
- Sugiono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Verma, M., & Sarangi, P. (2019). Modeling attributes of religious tourism: A study of Kumbh Mela, India. *Journal of Convention & Event Tourism*, 20(4), 296–324.  
<https://doi.org/10.1080/15470148.2019.1652124>
- Yola, M., & Budianto, D. (2016). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada Supermarket dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 12(1), 301.  
<https://doi.org/10.25077/josi.v12.n1.p301-309.2013>