

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Wisatawan terhadap Penyediaan Pariwisata Kota Lama Pasca Adanya Covid-19

R. Nabila¹, S. P. Dewi²

^{1,2}Universitas Diponegoro, Indonesia

Article Info:

Received: 30 March 2022

Accepted: 04 April 2022

Available Online: 30 November 2022

Keywords:

Factor Analysis; Tourist Preferences; Tourism Supply; Semarang Old City; After the Covid-19 Pandemic

Corresponding Author:

Riska Nabila
Diponegoro University,
Semarang, Indonesia
Email: rskanab26@gmail.com

Abstract: *Tourism supply has to consider the preferences of tourists who differ from one tourist to another. In addition, supply tourism also has to consider the changing situations and conditions at any time. One of the changes that occurred was Covid-19 pandemic in 2020 which required each individual to keep their distance and limit travel. Therefore, all aspects of life are affected, including tourism activities. The number of domestic and foreign tourists who come to Semarang has decreased from 2019 to 2020. Changes in conditions due to the Covid-19 Pandemic and the nature of preferences that easily change become challenges in developing a tourism. Therefore, this study aims to analyze the factors that influence tourist preferences for supply tourism in the Old City after the Covid-19 outbreak. The method used in this study is a quantitative method with analytical technique used factor analysis related to the factors that influence tourist preferences for the supply of Old City Tourism after the Covid-19 outbreak. This study results that the factors that influence tourist preferences for supply tourism in the Semarang Old City after the Covid-19 pandemic are influenced by five factors, namely facilities, time flexibility, tourist attraction security, visitor restrictions, and visual attractions.*

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):

Nabila, R., & Dewi, S. P. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Wisatawan terhadap Penyediaan Pariwisata Kota Lama Pasca Adanya Covid-19. *Jurnal Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Dan Kota)*, 11(4), 316–324.

DOI: [10.14710/tpwk.2022.33508](https://doi.org/10.14710/tpwk.2022.33508)

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sumber devisa negara. Menurut BPS tahun 2017, pariwisata menempati posisi ketiga penyumbang devisa tertinggi setelah minyak sawit dan batu bara yaitu sebesar US\$ 13,139 miliar. Menurut data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang tahun 2017, sektor pariwisata menyumbang pada PAD Kota Semarang sebesar Rp.205.866.327.035. Pariwisata sangat perlu direncanakan dengan baik dan tepat karena saat ini dan masa depan ketertarikan terhadap pariwisata selalu bergeser, baik berdasarkan karakteristik, minat, motif, tuntutan, selera, maupun perilaku wisatawan (Damanik & Weber, 2006). Pariwisata harus dapat beradaptasi dengan segala perubahan dan tuntutan yang ada dari pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya wisatawan yang memiliki preferensi yang berbeda-beda sesuai dengan keadaan yang dihadapi (Dwiputra, 2013).

Keberagaman fasilitas dan kegiatan wisata yang mendukung pariwisata dapat menciptakan preferensi wisatawan. Preferensi wisatawan dapat dijadikan sebagai salah satu dasar dalam perhitungan keinginan dan kebutuhan pada fasilitas wisata yang akan diterima. Oleh sebab itu, preferensi wisatawan juga dapat digunakan sebagai dasar dalam pengembangan pariwisata karena pengembangan pariwisata merupakan suatu sistem yang berkelanjutan dengan melakukan matching dan adjustment antara penyediaan dan permintaan kepariwisataan untuk mencapai tujuan yang telah

disusun (Nuryanti, 1993). Perbedaan preferensi wisatawan salah satunya disebabkan oleh kondisi, sejak 11 Maret 2020 WHO mengumumkan adanya pandemi Covid-19. Pandemi dapat diartikan sebagai penyakit yang dapat menyebar keseluruh dunia. Virus tersebut dapat menular dengan mudah dan cepat antarmanusia di dunia.

WHO membuat kebijakan pembatasan penggunaan ruang publik dan physical distancing mengurangi transmisi Covid-19 dan melindungi kesehatan masyarakat (Honey-Rosés et al., 2020). Kota Semarang mengalami penurunan wisatawan pada tahun 2020 dibarengi dengan adanya pandemi Covid-19 yang menyerang Indonesia dan dunia, sementara itu pariwisata merupakan salah satu penyumbang PAD Kota Semarang. Hal tersebut ditakutkan akan mempengaruhi ekonomi Kota Semarang, sehingga diperlukan pengembangan pariwisata yang dapat menyesuaikan dengan keadaan saat ini. Kota Lama Semarang merupakan salah satu Kawasan Strategis Pariwisata Kota Semarang. Selain itu, Kota Lama Semarang masuk dalam tentative list of world heritage site oleh UNESCO sehingga Walikota Semarang Tahun 2016-2021 menyusun beberapa misi, salah satunya yaitu mewujudkan kehidupan masyarakat yang berbudaya dan berkualitas. Berdasarkan misi tersebut, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang memfokuskan pada beberapa strategi termasuk pengembangan Kawasan Kota Lama Semarang menuju warisan dunia tahun 2020 (UNESCO). Berdasarkan yang telah dijelaskan bahwa pengembangan pariwisata dipengaruhi oleh preferensi wisatawan yang memiliki sifat dasar berbeda-beda sesuai keadaan yang dihadapi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi wisatawan terhadap penyediaan pariwisata Kota Lama pasca adanya Covid-19.

2. DATA DAN METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016), Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang digunakan untuk mengkaji suatu populasi atau sampel tertentu menggunakan instrumen penelitian yang bersifat kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan Kota Lama Semarang selama Maret 2020 sampai saat penelitian ini dilakukan. Namun, jumlah populasi tersebut belum diketahui dan tidak memungkinkan apabila dilakukan penelitian pada seluruh populasi. Oleh karena itu, penelitian dilakukan dengan sampel yang dianggap mewakili populasi dan jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Lemeshow.

$$n = \frac{Z^2 P Q}{d^2} \quad (1)$$

n adalah jumlah sampel minimal; Z adalah nilai standar dari distribusi ($\alpha=5\%=1,96$); P adalah Prevelansi outcome (karena tidak diketahui, maka dipakai 50%), Q= 1-P; sedangkan d adalah tingkat ketelitian (10%). Jumlah sampel berdasarkan perhitungan rumus di atas adalah 96, tetapi dalam penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebesar 100. Teknik sampling yang digunakan dalam pengambilan data dalam penelitian ini adalah simple random sampling. Teknik sampling ini termasuk dalam probability sampling karena seluruh anggota populasi memiliki hak dan kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Simple random sampling dilakukan dengan mengambil sampel secara acak tanpa memperhatikan strata tertentu.

Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner online. Kuisisioner atau angket adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2016). Penyebaran kuisisioner ditujukan kepada para wisatawan yang pernah mengunjungi Kota Lama Semarang sejak Maret 2020 hingga kuisisioner dibagikan sebanyak 100 wisatawan dengan mengabaikan hari kunjungan. Kuisisioner berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai diri masing-masing wisatawan serta mengenai preferensinya terhadap penyediaan pariwisata di Kota Lama Semarang. Kuisisioner pada wisatawan ini akan diberikan dalam bentuk formulir online yang disebarakan melalui sosial media.

Penelitian ini dianalisis menggunakan analisis faktor. Analisis faktor merupakan analisis yang dilakukan untuk meringkas suatu data yang berbentuk variabel menjadi variabel baru yang lebih

ringkas dengan minimum loss of information (Gorsuch, 1988). Data yang akan diolah menggunakan analisis faktor adalah data preferensi wisatawan terhadap penyediaan pariwisata di Kota Lama pasca adanya pandemi Covid-19. Analisis faktor dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi wisatawan terhadap penyediaan pariwisata Kota Lama pasca adanya Covid-19. Selain itu, analisis faktor juga dapat digunakan untuk melihat validitas dan reliabilitas suatu instrumen penelitian dan menguji validasi data yang didapatkan apakah dapat digeneralisasikan untuk populasinya. Analisis faktor dilakukan dengan memeriksa matriks korelasi melalui uji Bartlett, uji KMO, dan uji MSA; ekstraksi faktor melalui principal components analysis; merotasi faktor melalui varimax method; serta interpretasi faktor.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap pertama dalam analisis faktor adalah menghitung matriks korelasi dengan menggunakan tes KMO dan Barlett. Menurut Malhotra & Birks (2007) nilai *Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) digunakan untuk mengetahui data dapat diolah menggunakan analisis faktor atau tidak. Data dapat dilanjutkan menggunakan analisis faktor apabila memiliki nilai KMO MSA >0,5. Selanjutnya, nilai sig. Barlett digunakan untuk melihat korelasi antar variabel cukup besar atau tidak untuk analisis faktor. Korelasi antar variabel dikatakan cukup kuat apabila memiliki nilai sig. Barlett <0,05. Selain melihat nilai dari tes KMO dan Barlett secara keseluruhan, melihat nilai MSA tiap variabel juga perlu dilakukan. Apabila terdapat item yang memiliki nilai MSA <0,5 maka harus dipertimbangkan untuk dibuang dan dilakukan pengujian ulang sampai seluruh variabel memiliki nilai MSA >0,5 (Andy Field, 2009).

Tabel 1. Hasil Pengolahan SPSS KMO Barlett's Test dan anti-image matrices (analisis, 2021)

Item	MSA
Obyek Outdoor	0,622
Datang Langsung	0,484
Banyak Spot Foto	0,382
Pengunjung Terbatas	0,471
Jam Kunjung Bebas	0,588
Banyak Tempat Cuci Tangan	0,569
Banyak Tempat Duduk	0,519
Pengunjung Restoran Dibatasi	0,539
Jam Restoran Bebas	0,533
Souvenir Online	0,323
Parkir Terpusat	0,556
Banyak Akses Masuk	0,410
Bebas Kendaraan Bermotor	0,675
CCTV	0,477
Petugas Berkeliling	0,376
Sanksi Pelanggar	0,556
Obyek Wisata dengan Keindahannya	0,513
Obyek Wisata dengan Kebersihannya	0,541
Obyek Wisata dengan Keamanannya	0,583
Obyek Wisata dengan Penerapan Protokolnya	0,524
KMO MSA = 0,531	
Barlett's Test of Sphericity = 438,858 (df=190, Sig.= 0,000)	

Berdasarkan nilai KMO MSA dan sig. Barlett pada tabel 1, 20 item tersebut dapat diolah menggunakan analisis faktor. Apabila dilihat dari nilai MSA tiap item, terdapat 7 item yang harus dipertimbangkan untuk dieliminasi karena kurang dari batas minimum yang harus dipenuhi. Eliminasi dilakukan pada satu item terkecil yaitu souvenir online dengan nilai MSA 0,323, kemudian dilakukan

pengolahan ulang. Pengolahan ulang pertama menghasilkan 6 item yang memiliki nilai MSA >0,5, sehingga item nilainya terkecil dieliminasi yaitu petugas berkeliling dengan nilai 0,391. Kemudian, pengolahan ulang kedua menghasilkan 2 item yang nilainya kurang dan mengeliminasi item banyak spot foto dengan nilai 0,412. Pengolahan ulang ketiga menghasilkan 3 item yang nilainya kurang dan mengeliminasi item datang langsung yang nilainya 0,493. Pengolahan ulang keempat harus mengeliminasi CCTV dengan nilai 0,485. Pengolahan ulang kelima mengeliminasi sanksi pelanggar yang memiliki nilai 0,487.

Nilai MSA tiap item pada pengolahan ulang keenam telah >0,5 seluruhnya, yaitu sejumlah 14 item seperti yang dapat dilihat pada tabel 2. Tahap selanjutnya adalah ekstraksi faktor yang dilakukan dengan metode *principal component*. Nilai ekstraksi digunakan untuk melihat besar varian dari suatu faktor yang dapat dijelaskan oleh faktor baru yang akan terbentuk (Hair et al., 2014). Menurut Andy Field (2009) batas nilai ekstraksi adalah 0,5, apabila kurang dari itu maka dinilai kurang dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk. Oleh karena itu, item yang memiliki nilai ekstraksi kurang dari 0,5 perlu dieliminasi dan diolah ulang.

Tabel 2. Nilai MSA Pervariabel dan Ekstraksi setelah Eliminasi (Analisis, 2021)

Item	MSA	Ekstraksi
Obyek Outdoor	0,752	0,478
Pengunjung Terbatas	0,560	0,759
Jam Kunjung Bebas	0,618	0,695
Banyak Tempat Cuci Tangan	0,658	0,731
Banyak Tempat Duduk	0,708	0,421
Pengunjung Restoran Dibatasi	0,547	0,813
Jam Restoran Bebas	0,579	0,634
Parkir Terpusat	0,551	0,411
Banyak Akses Masuk	0,601	0,383
Bebas Kendaraan Bermotor	0,717	0,702
Obyek Wisata dengan Keindahannya	0,550	0,714
Obyek Wisata dengan Kebersihannya	0,666	0,677
Obyek Wisata dengan Keamanannya	0,630	0,722
Obyek Wisata dengan Penerapan Protokolnya	0,555	0,729
KMO MSA = 0,630		
Barlett's Test of Sphericity = 297,984 (df=91, Sig.= 0,000)		

Hasil ekstraksi dari 14 item pada tabel 2 menunjukkan bahwa masih ada 4 item yang kurang dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk nantinya. Oleh karena itu, item banyak akses masuk perlu dieliminasi karena memiliki nilai ekstraksi terendah yaitu 0,383 dan dilakukan pengolahan ulang. Pengolahan ulang masih menghasilkan 3 item yang kurang dapat dijelaskan oleh faktor baru yang akan terbentuk, sehingga perlu mengeliminasi item parkir terpusat yang memiliki nilai ekstraksi terendah yaitu 0,411 dan dilakukan pengolahan ulang. Pengolahan ulang selanjutnya hanya menghasilkan 1 item yang tidak memenuhi batas yaitu banyak tempat duduk dengan nilai ekstraksi 0,421, sehingga perlu dieliminasi dan mengolah item yang tersisa kembali. Pengolahan ulang ketiga telah berhasil membuat seluruh item dapat cukup dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk nantinya yaitu berjumlah 11 item. Berikut merupakan hasil analisis faktor dari 11 item tersebut.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh penulis, dapat diketahui bahwa dari 20 preferensi, terdapat 9 preferensi yang harus direduksi karena tidak memenuhi persyaratan pada saat pengolahan dengan analisis faktor. Oleh karena itu, dihasilkan 11 preferensi yang paling dominan terhadap penyediaan pariwisata di Kota Lama Semarang pasca adanya pandemi Covid-19. Selanjutnya, dari 11 preferensi tersebut dapat diwakili oleh 5 faktor yaitu, kenyamanan, kebebasan wisatawan, keamanan obyek wisata, pembatasan pengunjung, dan visual obyek wisata.

Tabel 3. Hasil Pengolahan SPSS Analisis Faktor (Analisis, 2021)

FAKTOR	FAKTOR LOADING	EIGENVALUE	VARIANCE EXPLAINED
FAKTOR 1		2,705	24,593
Obyek <i>outdoor</i>	740		
Banyak tempat cuci tangan	846		
Bebas kendaraan bermotor	806		
FAKTOR 2		2,016	18,332
Jam kunjung bebas	866		
Jam restoran bebas	868		
FAKTOR 3		1,301	11,827
Obyek wisata dengan keamanannya	811		
Obyek wisata dengan penerapan protokolnya	875		
FAKTOR 4		1,186	10,780
Pengunjung terbatas	863		
Pengunjung restoran dibatasi	881		
FAKTOR 5		1,088	9,893
Obyek wisata dengan keindahannya	904		
Obyek wisata dengan kebersihannya	699		

Total variance extracted = 75,425%, KMO = 0,619

Barlett's Test of Sphericity = 259,895, sig. = 0,000

Faktor 1: Fasilitas

Faktor ini dinamakan fasilitas karena terdiri atas preferensi yang dapat melengkapi suatu obyek wisata yaitu obyek wisata *outdoor*, banyak tempat cuci tangan, dan bebas kendaraan bermotor. Obyek wisata *outdoor* menjadi salah satu daya tarik dari Kota Lama Semarang karena 50% wisatawan datang ke Kota Lama untuk mengunjungi Taman Srigunting atau berjalan-jalan di Kawasan Kota Lama. Obyek wisata *outdoor* lebih disukai oleh 73% wisatawan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Zeng et al. (2005) bahwa setelah adanya SARS, wisatawan lebih menyukai destinasi *outdoor*. Wisatawan tersebut 66% diantaranya merupakan wisatawan perempuan, 82% diantaranya datang untuk berwisata, serta 68% diantaranya pernah mengunjungi wisata *outdoor* di Kota Lama. Berdasarkan alasan pemilihannya, obyek wisata *outdoor* dapat memberi kenyamanan pada wisatawan karena sirkulasi udara lebih baik dan mendapat lebih banyak ruang antar manusia. Menurut Bapak Hakim selaku Sekretaris BPK2L, selama pandemi Covid-19 ini tempat *indoor* mengalami penurunan wisatawan yang cukup signifikan. Namun, wisatawan *outdoor* seperti di Taman Srigunting dan jalan-jalan di Kawasan Kota Lama cenderung tidak mengalami perubahan signifikan.

Hampir seluruh wisatawan lebih menyukai Kota Lama memiliki banyak tempat cuci tangan yaitu 92% wisatawan. Hanya 8% wisatawan yang lebih menyukai Kota Lama memiliki tempat cuci tangan terbatas yang terdiri atas 50% laki-laki dan 50% perempuan, serta 50% diantaranya datang untuk berwisata bersama keluarga, 37% wisatawan datang untuk berwisata dengan teman dan 13% wisatawan datang berwisata sendiri. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Sigala (2020), yang menyatakan bahwa sebuah pariwisata setelah adanya Covid-19 harus memperhatikan kebersihan dan protokol kesehatan. Oleh karena itu, obyek wisata yang memiliki banyak tempat cuci tangan memiliki daya tarik bagi wisatawan. Banyaknya tempat cuci tangan dapat memberi kenyamanan karena wisatawan lebih mudah menemukannya dan meminimalkan kerumunan manusia, sehingga mengurangi resiko penularan Covid-19. Saat ini, tempat cuci tangan untuk umum di Kota Lama berjumlah 8 titik. Selain tempat cuci tangan untuk umum, setiap gedung yang ada di Kota Lama juga menyediakan tempat cuci tangan. Namun, sering ditemui tempat cuci tangan yang tidak tersedia sabun, sabun habis, dan air tidak mengalir.

Bebas kendaraan bermotor lebih disukai oleh 85% wisatawan yang 60% diantaranya berjenis kelamin perempuan, 67% diantaranya datang bersama teman, dan 52% diantaranya pernah mengunjungi obyek *outdoor* di Kota Lama Semarang. Wisata yang bebas kendaraan dapat memberi kenyamanan bagi wisatawan karena lebih ramah lingkungan dan bebas menentukan destinasi tanpa ada kendaraan berlalu-lalang, sehingga juga ramah terhadap wisatawan anak-anak tanpa takut tertabrak oleh kendaraan. Hal tersebut selaras dengan penelitian (Sharifi & Khavarian-Garmsir, 2020), yang menyatakan bahwa diperlukan promosi peralihan moda dari bermotor menjadi sepeda atau jalan kaki setelah adanya pandemi, salah satunya disebabkan pemikiran negatif masyarakat mengenai transportasi umum meningkat. Sebelum adanya pandemi, Kota Lama pernah mengadakan *car free night* setiap akhir pekan. Namun, *car free night* ditiadakan saat adanya pandemi karena ditakutkan menimbulkan kerumunan manusia. Kota Lama Semarang juga tidak dapat melakukan bebas kendaraan bermotor setiap hari karena Kota Lama terdiri atas banyak guna lahan yang tidak memungkinkan untuk memberlakukan kebijakan tersebut seperti perdagangan, perumahan, perkantoran, dan lain-lain.

Faktor 2: Fleksibilitas Waktu

Faktor fleksibilitas waktu memberi kebebasan bagi wisatawan yang akan datang ke Kota Lama. Kebebasan tersebut antara lain jam kunjung, jam buka restoran. Sebanyak 51% dan 37% wisatawan datang ke Kota Lama Semarang selama 1-2 jam dan >2 jam. Kebebasan jam kunjung lebih disukai oleh 64% wisatawan yang 67% diantaranya perempuan dan 33% laki-laki. Para wisatawan tersebut beralasan karena lebih bebas memilih jam berapa akan datang ke Kota Lama, selain itu juga ada wisatawan yang lebih biasa datang di malam hari. Wisatawan tersebut hampir seluruhnya datang ke Kota Lama untuk rekreasi, hanya 3% wisatawan yang datang untuk pekerjaan, dan 33% diantaranya datang bersama keluarga.

55% wisatawan lebih menyukai jam buka restoran yang tidak dibatasi, karena menurut mereka lebih nyaman, bebas, tidak harus terburu-buru, dan jam buka tidak berpengaruh terhadap penyebaran Covid-19. Wisatawan tersebut terdiri atas 67% wisatawan perempuan, 34,5% diantaranya datang ke Kota Lama bersama keluarga dan sisanya datang bersama teman, serta hampir seluruh wisatawan yang lebih suka jam buka restoran tidak dibatasi datang ke Kota Lama untuk rekreasi hanya 2% wisatawan yang datang untuk pekerjaan.

Temuan tersebut bertentangan dengan peraturan di Kota Lama yang mengharuskan tutup pada pukul 22.00 WIB. Menurut Ibu Suci selaku Kasi Jasa Pariwisata dan Hiburan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, Kawasan Kota Lama memberlakukan pembatasan jam kunjung baik pada daya tarik maupun tempat makannya. Hal tersebut dilakukan sebagai salah satu upaya mengurangi penyebaran Covid-19 di Kota Lama dan mematuhi peraturan dari Satgas Covid-19 terkait jam buka tempat umum.

Faktor 3: Keamanan Obyek Wisata

Menurut Abraham Maslow dalam Suwatno (2011), kebutuhan atas keamanan dapat berupa perlindungan akan adanya bahaya, ancaman, ataupun lingkungan yang tidak aman. Pernyataan tersebut sesuai dengan temuan penulis bahwa faktor ini terdiri atas pemilihan obyek wisata berdasarkan keamanannya dan pemilihan obyek wisata berdasarkan penerapan protokol kesehatannya. Hampir seluruh wisatawan memilih obyek wisata berdasarkan keamanannya kecuali 2% wisatawan. 65% wisatawan yang memilih obyek wisata berdasarkan keamanannya berjenis kelamin perempuan yang merupakan salah satu kelompok rentan akan kejahatan. Para wisatawan memilih obyek wisata berdasarkan keamanannya karena agar merasa lebih aman, tidak merasa khawatir dengan adanya kejahatan yang mengancam di tempat yang ramai maupun sepi. Pemilihan obyek wisata berdasarkan penerapan protokol kesehatannya juga lebih disukai oleh 98% wisatawan. Wisatawan beralasan agar terhindar dari penularan Covid-19.

Temuan tersebut tidak sesuai dengan eksisting di Kawasan Kota Lama Semarang. Hal tersebut karena Kawasan Kota Lama belum memiliki sertifikat CHSE dari Kemenparekraf untuk daya tarik wisata. Namun, temuan tersebut sesuai dan didukung dengan telah adanya tiga hotel di Kawasan Kota

Lama yang memiliki sertifikat CHSE yaitu Hotel Golden City, Hotel Horison, dan Bobobox. Sertifikat CHSE membuktikan bahwa ketiga hotel tersebut telah memenuhi penilaian mengenai keamanan dan kesehatan dari Kemenparekraf.

Faktor 4: Pembatasan Pengunjung

Faktor pembatasan pengunjung terdiri atas pembatasan pengunjung Kota Lama Semarang dan pembatasan pengunjung restoran di Kota Lama Semarang. Pembatasan pengunjung Kota Lama lebih disukai oleh 84% wisatawan yang terdiri atas 34,5% wisatawan laki-laki dan 64,5% wisatawan perempuan. Mereka beralasan lebih bebas dalam berwisata karena pengunjung lebih sedikit dan mengurangi kerumunan sehingga menurunkan resiko penularan Covid-19. Selanjutnya, pembatasan pengunjung restoran lebih disukai oleh 87% wisatawan yang terdiri atas 32% wisatawan laki-laki dan 68% wisatawan perempuan. Mereka memiliki alasan lebih merasa aman dari penularan Covid-19 karena tidak terjadi kerumunan pengunjung.

Temuan tersebut kurang sesuai dengan eksisting di Kota Lama, karena penerapan pembatasan pengunjung belum berjalan maksimal. Hal tersebut karena baru ada dua tempat yang menerapkan *scan barcode* peduli lindungi. Dua tempat tersebut yaitu Taman Srigunting dan Galeri Industri Kreatif Semarang.

Faktor 5: Visual Obyek Wisata

Faktor visual obyek wisata terdiri atas pemilihan obyek wisata berdasarkan keindahannya dan pemilihan obyek wisata berdasarkan kebersihannya. Faktor ini dinamakan visual obyek wisata karena keindahan dan kebersihan merupakan sesuatu yang dapat dilihat melalui mata. Sebanyak 96% wisatawan yang lebih memilih obyek wisata berdasarkan keindahannya. Mereka beralasan obyek wisata yang indah sangat cocok untuk *refreshing energy* dan relaksasi setelah lelah melakukan kegiatan biasa. Selanjutnya, pemilihan obyek wisata berdasarkan kebersihannya lebih disukai oleh 98% wisatawan. Mereka beralasan di saat pandemi seperti sekarang, kebersihan di lingkungan obyek wisata merupakan hal yang paling mudah dilihat kesehatannya.

Menurut Ibu Suci selaku Kasi Jasa Pariwisata dan Hiburan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, pihaknya telah menyediakan petugas kebersihan yang membersihkan Kota Lama. Selain itu, setiap hari terdapat petugas yang menyiram dan merawat tanaman-tanaman di Kota Lama untuk menunjang keindahan di Kota Lama. Meskipun begitu, Kota Lama belum memiliki sertifikat CHSE yang membuktikan telah memenuhi syarat penilaian kebersihan dari Kemenparekraf.

Temuan dalam penelitian ini kurang sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman et al. (1991) dalam Cuomo et al. (2021). Persamaan yang ditemukan pada kedua penelitian tersebut adalah keduanya menghasilkan lima faktor. Faktor-faktor yang dihasilkan pada penelitian Parasuraman et al. (1991) adalah *tangible*, *reability*, *assurance*, *responsiveness*, dan *emphaty*. Namun, apabila dilihat dari pengertian masing-masing faktor terdapat kemiripan antara 3 faktor yang ada di Parasuraman et al. (1991) dalam Cuomo et al. (2021) dan penelitian ini. Faktor-faktor tersebut yaitu *tangible* yang pada penelitian ini dinamakan visual obyek wisata, *reability* yang pada penelitian ini dinamakan fasilitas, dan *assurance* yang pada penelitian ini dinamakan keamanan. Dua faktor selanjutnya yaitu *responsiveness* dan *emphaty* berbeda dengan temuan pada penelitian ini. Perbedaan yang ditemukan karena pada penelitian Parasuraman et al. (1991) dalam Cuomo et al. (2021) meneliti mengenai dampak preferensi wisatawan pada daya saing industri perhotelan selama *new normal*.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi wisatawan terhadap penyediaan pariwisata Kota Lama pasca adanya Covid-19. Guna mencapai tujuan tersebut, dilakukan identifikasi dan analisis pada variabel-variabel yang telah ditentukan. Berdasarkan preferensi wisatawan terhadap penyediaan pariwisata di Kota Lama Semarang pasca adanya pandemi Covid-19 menghasilkan wisatawan Kota Lama Semarang lebih menyukai obyek wisata yang *outdoor*, pengunjung terbatas, jam kunjung bebas, banyak tempat cuci tangan, pengunjung restoran dibatasi,

jam restoran bebas, bebas kendaraan bermotor, obyek wisata dengan keindahannya, obyek wisata dengan kebersihannya, obyek wisata dengan keamanannya, obyek wisata dengan penerapan protokolnya. faktor yang paling mempengaruhi preferensi wisatawan terhadap penyediaan pariwisata di Kota Lama Semarang pasca adanya pandemi Covid-19 adalah fasilitas, fleksibilitas waktu, keamanan obyek wisata, pembatasan pengunjung, dan visual obyek wisata. Faktor fasilitas terdiri atas wisata *outdoor*, banyak tempat cuci tangan, dan bebas kendaraan bermotor.

5. REFERENSI

- Andy Field. (2009). *Discovering Statistics using SPSS Statistics*. In *SAGE Publications*.
- Cuomo, M. T., Tortora, D., Danovi, A., Festa, G., & Metallo, G. (2021). Toward a 'New Normal'? Tourist Preferences Impact on Hospitality Industry Competitiveness. *Corporate Reputation Review*. <https://doi.org/10.1057/s41299-021-00123-7>
- Damanik, J., & Weber, H. F. (2006). *Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke Aplikasi*. 2006, 11–13.
- Dwiputra, R. (2013). Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Wisata di Kawasan Wisata Alam Erupsi Merapi. *Journal of Regional and City Planning*. <https://doi.org/10.5614/jpwk.2013.24.1.3>
- Gorsuch, R. L. (1988). Exploratory Factor Analysis. In *Handbook of Multivariate Experimental Psychology* (pp. 231–258). Springer US. https://doi.org/10.1007/978-1-4613-0893-5_6
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: Exploratory Data Analysis in Business and Economics*. In *New International Edition*.
- Honey-Rosés, J., Anguelovski, I., Chireh, V. K., Daher, C., Konijnendijk van den Bosch, C., Litt, J. S., Mawani, V., McCall, M. K., Orellana, A., Oscilowicz, E., Sánchez, U., Senbel, M., Tan, X., Villagomez, E., Zapata, O., & Nieuwenhuijsen, M. J. (2020). The impact of COVID-19 on public space: an early review of the emerging questions – design, perceptions and inequities. *Cities & Health*. <https://doi.org/10.1080/23748834.2020.1780074>
- Malhotra, N., & Birks, D. (2007). *Marketing Research : An Applied Approach*. In *Marketing Research*.
- Nuryanti, W. (1993). Concept, Perspective and Challenges, makalah bagian dari Laporan Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya. *Yogyakarta: Gajah Mada University Press. Hal.*
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Understanding customer expectations of service. *Sloan Management Review*, 32(3).
- Prof.DR. Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. In *Alfabeta*.
- Sharifi, A., & Khavarian-Garmsir, A. R. (2020). The COVID-19 pandemic: Impacts on cities and major lessons for urban planning, design, and management. In *Science of the Total Environment*. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.142391>
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>
- Suwatno, H. & P. D. . (2011). *Manajemen SDM Dalam Organisasi Publik & Bisnis*. In *Manajemen*.
- Zeng, B., Carter, R. W., & De Lacy, T. (2005). Short-term perturbations and tourism effects: The case of SARS in China. In *Current Issues in Tourism*. <https://doi.org/10.1080/13683500508668220>