

**PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP SARANA DAN
PRASARANA OBJEK WISATA MASJID AGUNG DEMAK**

TUGAS AKHIR

TP216012001



Disusun Oleh:

Purba Pratistawiningrat

31202100040

**PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2025**

**PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP SARANA DAN
PRASARANA OBJEK WISATA MASJID AGUNG DEMAK**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Perencanaan Wilayah Dan Kota**



Disusun Oleh:
Purba Pratistawiningrat

31202100040

**PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2025

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Purba Pratistawiningrat

NIM : 31202000040

Status : Mahasiswa Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota,
Fakultas Teknik, Universitas Islam Sultan Agung

Dengan Ini Menyatakan Bahwa Tugas Akhir/Skripsi Saya Dengan Judul “Persepsi Wisatawan Terhadap Sarana Dan Prasarana Objek Wisata Masjid Agung Demak” adalah karya ilmiah yang bebas dari plagiasi. Jika kemudian di kemudian hari terbukti terdapat plagiasi dalam Tugas Akhir/Skripsi ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 26 Agustus 2025

Menyatakan,



Purba Pratistawiningrat

NIM. 31202000040

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Dr. Hj. Mila Karmilah, S.T., M.T.
NIK. 210298024

HALAMAN PENGESAHAN
PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP SARANA DAN PRASARANA
WISATA MASJID AGUNG DEMAK

Tugas Akhir Diajukan Kepada:
Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik,
Universitas Islam Sultan Agung



Oleh:

PURBA PRATISTAWININGRAT

31202100040

Tugas Akhir ini telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Perencanaan Wilayah dan Kota pada tanggal 26 Agustus 2025

DEWAN PENGUJI

Dr. Hj. Mila Karmila, S.T., M.T. Pembimbing.....
NIK. 210298024

Ir. Hj. Eppy Yuliani, M.T. Penguji I
NIK. 220203034

Dr. Ir. Mohammad Agung Ridlo, M.T. Penguji II
NIK. 210296019

Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik Universitas Islam
Sultan Agung



Dr. Abdul Rochim, S.T., M.T.
NIK. 210200031

Ketua Program Studi Perencanaan Wilayah
dan Kota



Dr. Hj. Mila Karmila, S.T., M.T.
NIK. 210298024

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan penyusunan laporan penelitian Tugas Akhir sesuai waktu yang diberikan. Shalawat serta salam saya panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi panutan bagi umatnya. Laporan penelitian ini disusun sebagai syarat telah menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Persepsi Wisatawan Terhadap Sarana dan Prasarana Objek Wisata Masjid Agung Demak”. Saya menyadari tanpa adanya bantuan, doa, motivasi, dan bimbingan dari semua pihak akan sulit menyelesaikan laporan ini. Maka dengan ini saya ucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat dalam penyusunan laporan ini, diantaranya:

1. Dr. Abdul Rochim, S.T., M.T. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Islam Sultan Agung.
2. Dr. Hj. Mila Karmilah, S.T., M.T. selaku Ketua Program Studi Perencanaan Wilayah Dan Kota dan selaku dosen pembimbing laporan Tugas Akhir, Fakultas Teknik, Universitas Islam Sultan Agung.
3. Ir. Hj. Eppy Yuliani, M.T. dan Dr. Ir. Mohammad Agung Ridlo, M.T. selaku dosen penguji yang telah bersedia meluangkan waktunya dan memberikan masukan yang sangat bermanfaat untuk menyempurnakan laporan ini.
4. Seluruh dosen Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Islam Sultan Agung Semarang, yang telah memberikan ilmu dan wawasan selama penulis menempuh perkuliahan.
5. Kedua orang tua saya Bapak Wigyo dan Ibu Damingsih yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan serta semangat.
6. Partner saya yang telah memberikan dukungan serta bantuan kepada saya dalam penyusunan laporan.
7. Sahabat-sahabat diluar kampus yang memberikan support dalam proses penelitian.

8. Terima kasih untuk keluarga besar KMFT angkatan 2021 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku kuliah.
9. Seluruh staff Bagian Administrasi Penganjaran, Fakultas Teknik Universitas Islam Sultan Agung Semarang, yang telah mendukung penulis dalam urusan perijinan dan lain-lain.

Penyusun menyadari bahwa dalam upaya penyusunan laporan penelitian ini jauh dari kata sempurna sehingga penyusun berharap memperoleh kritik dan saran yang positif untuk bahan masukan agar nantinya penelitian dapat dimanfaatkan dengan baik bagi semua orang.

Semarang, 26 Agustus 2025



Penulis



HALAMAN PERSEMBAHAN

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ۚ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ

قَدِيرٌ

Artinya: Katakanlah: "Berjalanlah di (muka) bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. QS: Al-Ankabut ayat 20.

Penelitian ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak dan Ibu (Wigyo dan Darningsih) yang selalu memberikan support serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah doa lanjutan doa dan tiada doa yang paling khusuk selain doa dari kedua orang tua.
2. Diri sendiri yang sudah semaksimal mungkin untuk berjuang menyelesaikan kuliah dari awal sampai sekarang
3. Buat (Bacan) yang sudah mendukung dan memberikan semangat serta memberi perhatiannya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Buat pembimbing serta dosen-dosen yang telah banyak memberikan ilmu dan masukan di setiap bimbingan.
5. Sahabat-sahabatku tersayang yang selalu menjadi tempat untuk berkeluh kesah dan memberi semangat serta selalu ada disaat saya butuh bantuan. Thank u all
6. Terima kasih untuk keluarga besar KMFT angkatan 2021 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku kuliah.

Ucapan terima kasih ini merupakan ungkapan kecil dari rasa penghargaan penulis. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dari semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Untuk yang tidak dapat disebutkan satu per satu, penulis juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya.

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	Purba Pratistawiningrat
NIM	:	31202100040
Program Studi	:	Perencanaan Wilayah dan Kota
Fakultas	:	Teknik

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir dengan judul :

PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP SARANA DAN PRASARANA **OBJEK WISATA MASJID AGUNG DEMAK**

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 26 Agustus 2025

Yang Menyatakan,



(Purba Pratistawiningrat)

ABSTRAK

Masjid Agung Demak merupakan salah satu wisata religi yang terletak di Kabupaten Demak. Masjid Agung Demak merupakan Masjid yang memiliki nilai historis dan arsitektur tradisional. Tetapi ada beberapa sarana dan prasarana yang belum memenuhi untuk memberikan kepuasan terhadap wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap sarana dan prasarana wisata Masjid Agung Demak. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik analisis yaitu analisis statistik deskriptif statistic. Hasil penelitian ini yaitu wisatawan remaja hingga lansia senang berkunjung ke wisata religi Masjid Agung Demak. Berdasarkan hasil penelitian mayoritas responden berasal dari kelompok perempuan usia 17–35 tahun, yang secara konsisten mendominasi jumlah responden pada seluruh variabel yang diteliti, seperti atraksi, amenitas, akomodasi, aksesibilitas, layanan penunjang (ancillary), serta informasi dan promosi. Persepsi yang diberikan oleh kelompok ini cenderung positif, yang ditunjukkan dengan tingginya persentase jawaban “Setuju” dan “Sangat Setuju” terhadap ketersediaan dan kualitas fasilitas wisata. Secara umum sarana dan prasarana di Masjid Agung Demak memperoleh nilai sangat setuju dan setuju yang diartikan bahwa sarana dan prasarana tersebut sudah baik dan layak untuk menunjang wisatawan yang berkunjung.

Kata Kunci: Sarana, Prasarana, wisatawan

ABSTRACT

The Great Mosque of Demak is a religious tourism destination located in Demak Regency. The Great Mosque of Demak is a mosque that has historical value and traditional architecture. However, some facilities and infrastructure are not yet sufficient to provide tourist satisfaction. This study aims to determine tourist perceptions of the facilities and infrastructure of the Great Mosque of Demak. This research method uses a quantitative method. The analysis technique is descriptive statistical analysis. The results of this study indicate that tourists from teenagers to elderly tourists enjoy visiting the Great Mosque of Demak religious tourism. Based on the results of the study, the majority of respondents were women aged 17–35 years, who consistently dominated the number of respondents in all variables studied, such as attractions, amenities, accommodation, accessibility, supporting services (ancillary), as well as information and promotions. The perception given by this group tends to be positive, as indicated by the high percentage of "Agree" and "Strongly Agree" answers regarding the availability and quality of tourist facilities. In general, the facilities and infrastructure at the Great Mosque of Demak received a score of strongly agree and agree, meaning that the facilities and infrastructure are good and adequate to support visiting tourists.

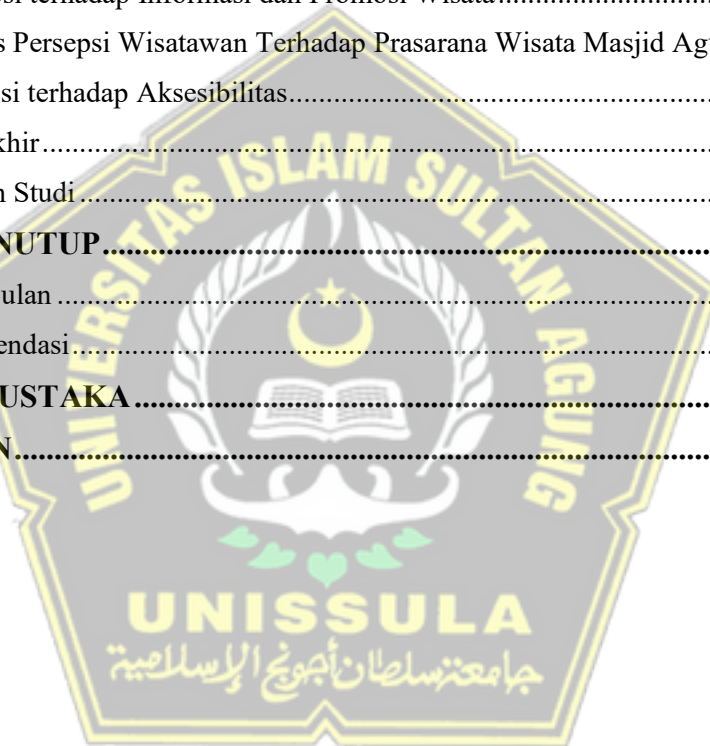
Keywords: Facilities, Infrastructure, Tourists

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH	vi
ABSTRAK	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan dan Sasaran Penelitian.....	3
1.3.1 Tujuan	3
1.3.2 Sasaran	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	4
1.5.1 Ruang Lingkup Substansi.....	4
1.5.2 Ruang Lingkup Wilayah	4
1.6 Tabel Keaslian Penelitian.....	6
1.7 Diagram SOTA focus keaslian penelitian:	15
1.8 Kerangka Pikir	16
1.9 Metode Penelitian.....	17
1.9.1 Tahap Penelitian	19
a) Tahap Persiapan.....	19
b) Tahap Pengumpulan Data dan Informasi	19
1.9.2 Teknik Pengolahan Data dan Penyajian Data	21
1.9.3 Teknik Pengolahan Data.....	21
1.9.4 Populasi dan Sampel	22
1.9.5 Teknik Analisis Data	24
1.10 Sistematika Laporan	29
BAB II KAJIAN TEORI TENTANG PERSEPSI WISATAWAN	
TERHADAP SARANA DAN PRASARANA OBJEK WISATA	30
2.1 Persepsi	30
2.1.1 Definisi Persepsi.....	30
2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	30
2.1.3 Unsur- unsur Persepsi.....	31

2.1.4 Indikator-Indikator Persepsi	32
2.1.5 Proses Terjadinya Persepsi	33
2.1.6 Karakteristik Wisatawan	33
2.2 Pariwisata	34
2.2.1 Definisi Pariwisata	34
2.2.2 Jenis-Jenis Pariwisata	35
2.3 Konsep Pengembangan Pariwisata	36
2.3.1 Atraksi/objek wisata	36
2.3.2 Aktivitas Objek Wisata	37
2.3.3 Aksesibilitas	38
2.3.4 Akomodasi (Accommodation)	38
2.3.5 Amenitas (Amenity)	38
2.4 Sarana Pariwisata	39
2.5 Prasarana Pariwisata	41
2.6 Wisatawan	41
2.7 Wisata Religi	42
2.8 Kisi- Kisi Teori	43
BAB III KONDISI EKSISTING SARANA DAN PRASARANA OBJEK	
WISATA MASJID AGUNG DEMAK	46
3.1 Gambaran Umum Kawasan Kecamatan Demak	46
3.2 Gambaran Umum Masjid Agung Demak	48
3.3 Jumlah Wisatawan Masjid Agung Demak	50
3.4 Karakteristik Wisatawan di Wisata Masjid Agung Demak	50
3.4.1 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Kelompok Umur	50
3.4.2 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Tingkat Pekerjaan	51
3.4.3 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	52
3.4.4 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Tujuan Kunjungan	53
3.4.5 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Lama Berkunjung Wisatawan Terhadap Masjid Agung Demak	54
3.4.6 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Wisatawan Terhadap Masjid Agung Demak	55
3.4.7 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Asal Daerah Wisatawan Terhadap Masjid Agung Demak	56
BAB IV ANALISIS PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP SARANA	
DAN PRASARANA OBJEK WISATA MASJID AGUNG DEMAK	57
4.1 Hasil Uji Validitas & Uji Reliabilitas	57
4.1.1 Uji Validitas Instrumen Penelitian	57

4.1.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	61
4.2 Analisis Objek Wisata Masjid Agung Demak	63
4.3 Analisis Persepsi Wisatawan Terhadap Sarana Wisata Masjid Agung Demak.....	66
4.3.1 Persepsi Wisatawan terhadap Sarana Pokok Wisata	66
a. Atraksi Wisata Masjid Agung Demak	66
b. Akomodasi Wisata Masjid Agung Demak	76
4.3.2 Persepsi Wisatawan terhadap Sarana Pendukung Wisata	80
a. Amenitas Wisata Masjid Agung Demak.....	80
4.3.3 Persepsi Wisatawan terhadap Sarana Penunjang Wisata	94
a. Ancillary Wisata Masjid Agung Demak.....	95
b. Persepsi terhadap Informasi dan Promosi Wisata.....	101
4.4 Analisis Persepsi Wisatawan Terhadap Prasarana Wisata Masjid Agung Demak	105
a. Persepsi terhadap Aksesibilitas.....	105
4.5 Hasil akhir.....	113
4.6 Temuan Studi.....	114
BAB V PENUTUP.....	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Rekomendasi.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN.....	111



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 SOTA Metode Keaslian Penelitian	15
Gambar 1. 2 SOTA Metode Keaslian Penelitian	15
Gambar 1. 3 Kerangka Pikir Penelitian	16
Gambar 1. 4 Diagram Alir Pendekatan Penelitian.....	18
Gambar 3. 1 Diagram Kelompok Umur	51
Gambar 3. 2 Diagram Jenis Pekerjaan	52
Gambar 3. 3 Diagram Jenis Kelamin	53
Gambar 3. 4 Diagram Tujuan Kunjungan	54
Gambar 3. 5 Diagram Lama Berkunjung	55
Gambar 3. 6 Diagram Frekuensi Kunjungan.....	56
Gambar 3. 7 Diagram Asal Daerah	57



DAFTAR PETA

Peta 1. 1 Ruang Lingkup Wilayah.....	5
Peta 3. 1 Peta Administrasi Kecamatan Demak	47
Peta 3. 2 Peta Lokasi Penelitian	49



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Keaslian Penelitian.....	6
Tabel 1. 2 Kebutuhan Data.....	20
Tabel 1. 3 Jumlah Wisatawan	22
Tabel 1. 4 Teknik dan Metode Analisis	24
Tabel 1. 5 Tingkat Indikator skala likert.....	26
Tabel 1. 6 Interval Kelas Kriteria Persepsi Wisatawan	27
Tabel 2. 1 Matriks Teori.....	43
Tabel 2. 2 VIP	45
Tabel 3. 1 Jumlah Wisatawan Wisata	50
Tabel 3. 2 Jumlah Wisatawan Berdasarkan Usia	50
Tabel 3. 3 Jumlah Wisatawan Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	51
Tabel 3. 4 Jumlah Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 3. 5 Jumlah Wisatawan Berdasarkan Tujuan Kunjungan	53
Tabel 3. 6 Jumlah Wisatawan Berdasarkan Lama berkunjung	55
Tabel 3. 7 Jumlah Wisatawan Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	55
Tabel 3. 8 Jumlah Wisatawan Berdasarkan Asal Daerah	56
Tabel 4. 1 Distribusi R Tabel signifikansi 5% dan 1%	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Perbandingan r hitung dan r tabel	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3 Tabel Case Processing Summary	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4 Reliability Statistics	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Distribusi R Tabel signifikansi 5% dan 1%	58
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Perbandingan r hitung dan r tabel.....	59
Tabel 4. 3 Tabel Case Processing Summary	61
Tabel 4. 4 Reliability Statistics	61
Tabel 4. 5 Item Total Statistic	62
Tabel 4. 6 Analisis Persepsi terhadap Atraksi Wisata.....	67
Tabel 4. 7 Perbandingan analisis lapangan atraksi wisata dengan standar sarana dan prasarana pariwisata	69
Tabel 4. 8 Hasil Skor Parameter Atraksi wisata.....	75
Tabel 4. 9 Analisis Persepsi terhadap Akomodasi Wisata	76
Tabel 4. 10 Perbandingan analisis lapangan akomodasi wisata dengan standar sarana dan prasarana pariwisata	78
Tabel 4. 11 Hasil Skor Parameter Akomodasi wisata	80
Tabel 4. 12 Analisis Persepsi terhadap Amenitas Wisata	81
Tabel 4. 13 Perbandingan analisis lapangan Amenitas Wisata dengan standar sarana dan prasarana pariwisata	83
Tabel 4. 14 Hasil Skor Parameter Amenitas wisata	94
Tabel 4. 15 Analisis Persepsi terhadap Ancillary Wisata.....	95
Tabel 4. 16 Perbandingan analisis lapangan Ancillary Wisata dengan standar sarana dan prasarana pariwisata	97
Tabel 4. 17 Hasil Skor Parameter Ancillary wisata.....	100
Tabel 4. 18 Analisis informasi dan promosi Wisata	101

Tabel 4. 19 Perbandingan analisis lapangan lapangan informasi dan promosi Wisata dengan standar sarana dan prasarana pariwisata	103
Tabel 4. 20 Hasil Skor Parameter informasi dan promosi wisata	104
Tabel 4. 21 Analisis Persepsi terhadap Aksesibilitas Wisata	105
Tabel 4. 22 Perbandingan analisis lapangan Aksesibilitas Wisata dengan standar sarana dan prasarana pariwisata	108
Tabel 4. 23 Hasil Skor Parameter Aksesibilitas wisata	112
Tabel 4. 24 Hasil Akhir	113
Tabel 4. 25 Temuan Studi Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Sarana Dan Prasarana Pada Wisata Masjid Agung Demak	114
Tabel 4. 26 Tabulasi Silang	106



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai tempat bertamasya dan rekreasi, tetapi juga berfungsi untuk melestarikan budaya dan alam setempat serta menyediakan infrastruktur bagi Masyarakat (Aji, 2016). Sektor pariwisata di Indonesia berkembang pesat saat ini. Pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai tempat bertamasya dan rekreasi, tetapi juga berfungsi untuk melestarikan budaya dan alam setempat serta menyediakan infrastruktur bagi masyarakat. Hal-hal yang dapat menarik pengunjung adalah objek wisata memiliki keunikan dan kekhasan yang tidak ditemukan di tempat lain. Keunikan dan kekhasan ini adalah potensi yang dapat dikembangkan dan dipromosikan untuk menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya lagi (Tamrin et al., 2024).

Semua pihak yang terlibat dalam industri pariwisata harus berpartisipasi dan mendukung pengembangan objek wisata. Sarana dan prasarana yang dimiliki objek wisata merupakan bagian penting dari pengembangan. Pandangan wisatawan tentang infrastruktur dan fasilitas yang dimiliki objek wisata dapat menjadi dasar untuk melakukan pengembangan (Ummah, 2019).

Persepsi wisatawan akan berpengaruh terhadap image objek wisata dan sebagai sumber informasi bagi wisatawan baru yang akan mengunjungi daerah tujuan wisata yang sama. Adapun parameter yang digunakan dalam menentukan persepsi wisatawan yaitu dari parameter latar belakang budaya dengan indicator factor pribadi, factor sosial, keindahan alam, kepuasan dan kelayakan (Sulistiowati, 2022).

Analisis terhadap hasil-hasil penelitian pembandingan yang memiliki kesamaan dan perbedaan dengan penelitian ini menunjukkan beberapa hal penting. Pertama, penelitian oleh Bian et al. (2016) mengungkapkan bahwa secara keseluruhan kondisi prasarana dan sarana di kawasan wisata Pantai Sulamadaha masih memerlukan perbaikan serta penambahan fasilitas. Dari 14 jenis prasarana dan sarana yang ada, hanya dua prasarana dan dua sarana yang dianggap cukup

mendukung aktivitas wisata, sementara sepuluh fasilitas lainnya masih dalam kondisi kurang memadai sehingga perlu dilakukan perbaikan. Kedua, penelitian oleh Way et al. (2016) menyatakan bahwa prasarana dan sarana di kawasan pariwisata Danau Uter masih sangat kurang dan belum memenuhi kebutuhan wisatawan, sehingga memerlukan perhatian ekstra untuk pengembangan dan peningkatannya.

Kemudian, penelitian dari Grehastuti et al. (2022) menunjukkan bahwa di era new normal, sarana dan prasarana di desa wisata Wonosoco belum sepenuhnya terpenuhi. Diperlukan upaya peningkatan baik dari segi kualitas maupun kuantitas fasilitas seperti akses jalan, jaringan telekomunikasi, rencana penginapan wisatawan, tempat makan, fasilitas cuci tangan, penanda jarak aman, kotak P3K, alat pemadam kebakaran, titik pengecekan suhu, serta titik kumpul yang jelas di lokasi wisata. Namun sudah ada penelitian terdahulu yang meneliti yaitu pada kasus dengan judul "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan Religi Masjid Agung Demak (Studi pada Masjid Agung Demak)". pembeda penelitian ini, bisa lebih menekankan kualitas sarana dan prasarana sebagai faktor yang meningkatkan kepuasan wisatawan, sementara penelitian terdahulu lebih menyoroti faktor yang ikut menentukan minat kunjungan wisatawan Masjid Agung Demak.

Sarana dan prasarana pada objek wisata religi Masjid Agung Demak pada dasarnya sudah cukup lengkap, namun masih terdapat beberapa fasilitas yang belum optimal dalam memenuhi kepuasan pengunjung. Saat ini, Masjid Agung Demak menghadapi beberapa kendala, seperti terbatasnya moda transportasi, fasilitas pendukung wisata yang belum sesuai dengan kebutuhan, serta adanya pedagang kaki lima (PKL) yang berjualan di area terlarang dan tidak tertata dengan baik. Permasalahan tersebut menimbulkan kebutuhan untuk dilakukan pengelolaan serta penataan ruang yang efektif, sehingga aktivitas wisata dapat terkontrol dengan baik dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi para wisatawan.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian yakni dalam latar belakang diatas sebagai berikut:

1. Bagaimanakah persepsi wisatawan terhadap sarana dan prasarana pada objek wisata Masjid Agung Demak?

1.3 Tujuan dan Sasaran Penelitian

1.3.1 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap sarana dan prasarana wisata Masjid Agung Demak. Untuk itu persepsi wisatawan terhadap sarana dan prasarana pariwisata di Masjid Agung Demak perlu diketahui sebagai masukan untuk masyarakat setempat dan pengelola wisata agar aktivitas wisata dapat memenuhi kepuasan wisatawan.

1.3.2 Sasaran

Langkah-langkah yang digunakan untuk mencapai tujuan dalam penelitian ini adalah melakukan sasaran sebagai berikut:

- a) Melakukan identifikasi karakteristik wisatawan objek wisata Masjid Agung Demak dengan analisis deskriptif .
- b) Menganalisis persepsi wisatawan terhadap sarana wisata Masjid Agung Demak
- c) Menganalisis persepsi wisatawan terhadap prasarana wisata Masjid Agung Demak

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis dari penelitian ini dapat memberikan pembelajaran dalam menyelesaikan masalah dengan menggunakan metode.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pengelola Pariwisata

Sebagai wadah informasi bagi pengelola wisata sehingga dapat mengetahui bagaimana kondisi pariwisata berkelanjutan di wisata Masjid Agung Demak serta prioritas pengembangan yang dapat dilakukan oleh pihak pengelola untuk meningkatkan nilai pariwisata berkelanjutan.

b. Bagi Penulis

Penulis dapat mengetahui kondisi sarana dan prasarana pariwisata Masjid Agung Demak secara pasti dan memahami kondisi yang ada. Penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan baik.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

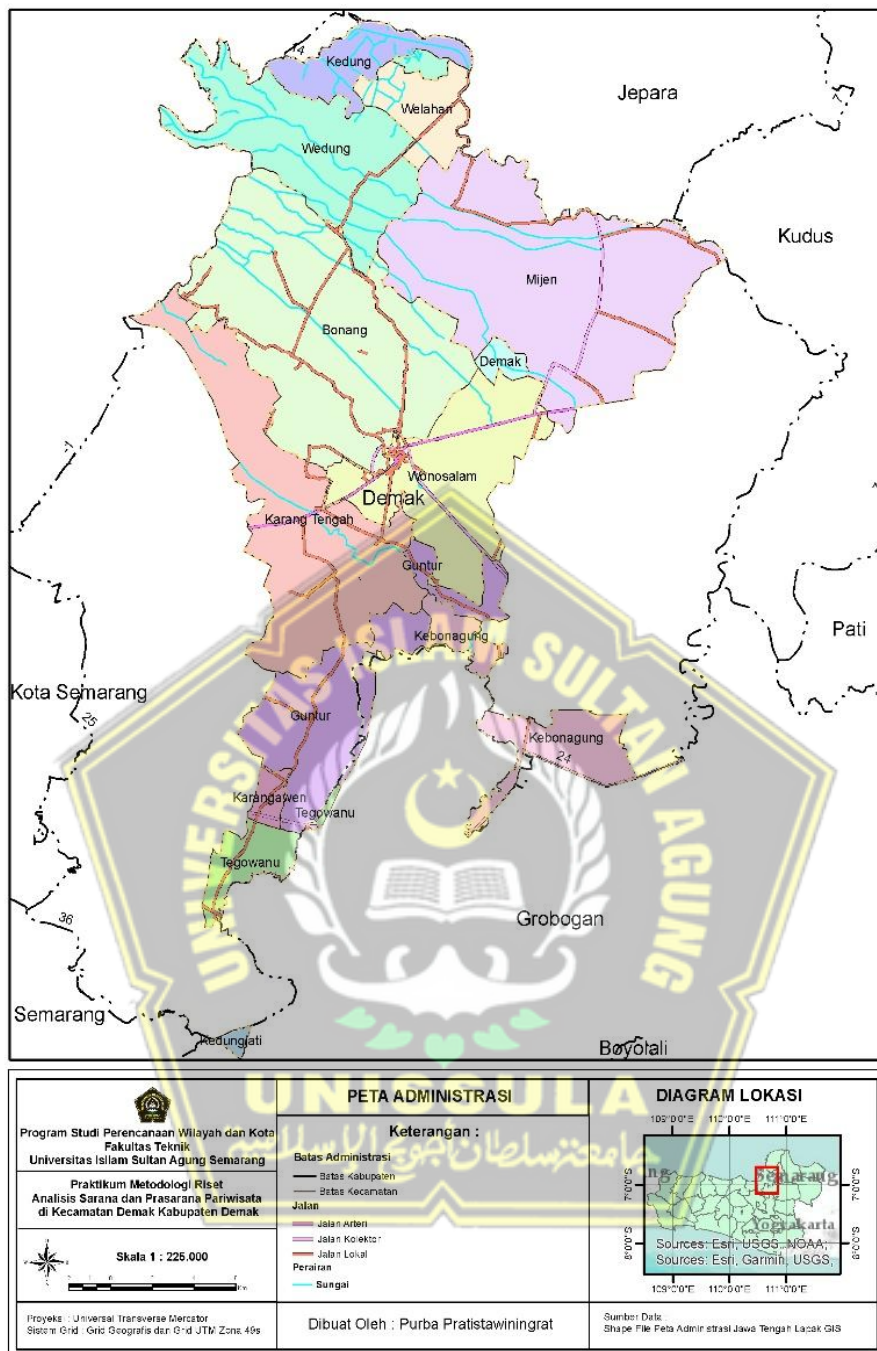
1.5.1 Ruang Lingkup Substansi

Ruang lingkup substansi membatasi pada materi yang akan difokuskan pada pembahasan tentang penilaian subjektif wisatawan terhadap fasilitas yang tersedia, fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan dan infrastruktur yang mendukung fungsi wisata Masjid Agung Demak.

1.5.2 Ruang Lingkup Wilayah

Ruang lingkup wilayah yang akan dikaji adalah pada Kecamatan Demak, dengan batas administrasi Kecamatan Demak sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara : Kecamatan Mijen
- b. Sebelah Selatan : Kecamatan Mijen dan Kecamatan Wonosalam
- c. Sebelah Timur : Kecamatan Karangtengah dan Kecamatan Wonosalam
- d. Sebelah Barat : Kecamatan Bonang



Peta 1. 1 Ruang Lingkup Wilayah

Sumber: Analisis Penulis, 2025

1.6 Tabel Keaslian Penelitian

Tabel 1. 1 Keaslian Penelitian

No.	Judul	Penulis	Tahun	Lokasi	Tujuan	Metode	Hasil
1.	Visualisasi Peta Fasilitas Penunjang Wisata Religi Kabupaten Demak Menggunakan Aplikasi Carrymap (Studi Kasus Masjid Agung Demak Dan Makam Kadilangu)	Mohammad Faiz Ilhami., Arief Laila Nugraha, Hana Sugiastu Firdaus	2017	Kabupaten Demak	membuat sebuah aplikasi peta persebaran fasilitas penunjang wisata religi di Kabupaten Demak.	Kuantitatif	Aplikasi yang dihasilkan dari penelitian ini dapat digunakan pada PC dan smartphone. Hasil uji usability menunjukkan ketelitian posisi aplikasi 7,824 meter, dengan kriteria efisiensi 79,333, dan kriteria kepuasan 79,333. Ada harapan bahwa peta pelayanan informasi pariwisata yang dapat diakses melalui smartphone ini akan meningkatkan pendapatan masyarakat di sekitar objek wisata dan membuat perjalanan lebih mudah bagi wisatawan.
2.	Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan Religi Masjid Agung Demak (Studi pada Masjid Agung Demak)	Wardani, Fatikha Hayura	2018	Kabupaten Demak	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan	Kuantitatif	Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa aspek-aspek yang ada sangat berpengaruh secara signifikan dan tidak signifikan serta positif dan negatif terhadap minat kunjungan wisata religi Masjid Agung Demak
3.	Analisis Prasarana dan	Indah Puji Lestari	2023	Kabupaten Demak	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis	Kuantitatif	Sarana dan prasarana di wisata religi makam sunan kalijaga

	Sarana Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga di Kelurahan Kadilangu, Kecamatan Demak, Kabupaten Demak				ketersediaan prasarana dan sarana wisata religi Makam Sunan Kalijaga Demak		ada yang sesuai standar dan ada yang masih belum memenuhi yaitu jaringan persampahan, parkir, ruang informasi , biro perjalanan, pemandu wisata, jalur masuk dan jalur keluar hanya terdapat 1.
4.	Potensi Pengembangan Pariwisata Kabupaten Demak	Endang Susilowati ¹ , Hartuti Purnaweni ²	2020	Kabupaten Demak	menganalisis:(1)Pelaksanaan pengembangan pariwisata di Demak Daerah; (2) Faktor-faktor yang berhubungan dengan pengembangan pariwisata; (3) Upaya harus dilakukan denganPemerintah Kabupaten Demak dalam mengembangkan pariwisatanya.	Kualitatif	Dalam hal upaya pengembangan pariwisata, komitmen untuk melaksanakan rencana pengembangan masih rendah. serta tetap terbatas pada wisata religi, tanpa mempertimbangkan wisata lain yang mungkin. Oleh karena itu, kesimpulan dari analisis pengembangan pariwisata Kabupaten Demak dari tahun 2008 hingga 2013 adalah bahwa tujuan belum tercapai secara optimal.
5.	Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Demak Dalam Mempromosikan Objek Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga	Sulli Kusmiati	2024	Kabupaten Demak	Penelitian Ini Bertujuan Untuk melndelskripsikan stratelgi komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Demak dalam melmpromosikan objek wisata religi Makam Sunan Kalijaga.	Kulitatif	Salah satu cara untuk membuat rencana komunikasi adalah dengan mengidentifikasi khalayak, yaitu orang di dalam dan di luar negeri, dan menetapkan tujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung setiap tahunnya. Ini akan menghasilkan peningkatan jumlah

							pengunjung dan menjadikan Makam Sunan Kalijaga sebagai objek wisata religi yang populer di Jawa Tengah.
6.	Strategi Pengembangan Wisata Religi Kabupaten Demak Menjadi Pusat Destinasi Wisata Religi	Amin Triyanto	2019	Kabupaten Demak	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana strategi pengembangan wisata religi Kabupaten Demak dengan cara mengidentifikasi komponen pengembangan pariwisata religi menggunakan analisis SWOT.	Kuantitatif	penilaian terhadap objek dan daya tarik wisata tergolong baik, pengelolaan berada pada tingkat rata-rata yang baik, sarana dan prasarana dalam kondisi baik, serta kondisi masyarakat juga dinilai baik. Setelah mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman), analisis dilakukan dan hasilnya disajikan dalam bentuk tabel matriks SWOT yang memuat strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT.
7.	Pengembangan Pariwisata Dusun Bedono dan Dusun Morosari Kabupaten Demak Melalui Pendekatan Analisis SWOT	Nur Fitriyani1, Sarah Iasya dan Facia Adinda	2022	Kabupaten Demak	Tujuan ini menggunakan deskriptif kualitatif dan analisis SWOT dalam memperoleh hasil analisis Dusun Bedono dan Dusun Morosari Kabupaten Demak.	Kualitatif	perlunya mengembangkan program unggulan di sektor pariwisata serta meningkatkan kapasitas sumber daya manusia melalui inisiatif pembentukan kelompok yang peduli terhadap wisata. Analisis SWOT terkait pengembangan Dusun Bedono dan Dusun Morosari dapat dijadikan dasar dalam merumuskan strategi kerja sama dengan berbagai

							pemangku kepentingan di bidang pariwisata. Dengan demikian, pelaku usaha pariwisata dapat membangun sentra UMKM dan layanan wisata yang lebih baik. Menurut rekomendasi untuk Pemkab Demak.
8.	Strategi Pengembangan Pariwisata Melalui Unsur 3a (Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas) Pada Objek Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Di Kabupaten Demak	Lailatul Hasanah	2023	Kabupaten Demak	Untuk mengetahui angkah-langkah pengembangan objek pada objek wisata religi makam Sunan Kalijaga di Kabupaten Demak.	Kualitatif	Dari berbagai aspek tersebut, pengelola makam telah merancang dan menerapkan strategi pengembangan pariwisata berdasarkan elemen 3A dengan baik. Namun, masih terdapat beberapa hal yang perlu diperbaiki. Hal ini dikarenakan upaya tersebut dilakukan oleh pengurus yayasan makam Sunan Kalijaga secara mandiri, tanpa keterlibatan dari pemerintah Kota Demak atau dinas pariwisata.
9.	Persepsi Dan Preferensi Wisatawan Muslim Terhadap Sarana Dan Prasarana Wisata Di Lombok (Studi Kasus Kawasan Ekonomi	Adi Permadi, Sri Darwini, Weni Retnowati, Sri Wahyulina	2018	Lombok	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pandangan dan pilihan wisatawan Muslim terhadap fasilitas dan infrastruktur pariwisata di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika.	Kualitatif	Beberapa fasilitas perlu disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan, misalnya musala yang lokasinya cukup jauh sehingga harus disediakan yang lebih dekat dengan area wisata. Bagi wisatawan Muslim di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika, fasilitas tambahan yang dibutuhkan antara lain

	Khusus Mandalika)						tempat sampah, toilet, area istirahat, serta musala khusus untuk wisatawan.
10.	Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Daya Tarik Wisata Tenganan Pegringsingan, Kabupaten Karangasem	Ni Luh Apriani*1, Naswan Suharsono2, Lulup Endah Tripalupi3	2020	Kabupaten Karangasem	untuk memahami persepsi wisatawan terhadap objek daya tarik wisata di Tenganan Pegringsingan. Kelengkapan sarana dan prasarana sangat penting untuk mendukung kenyamanan wisatawan, namun fasilitas di kawasan wisata tersebut masih kurang memadai sehingga perlu dilakukan evaluasi ulang terkait kelengkapannya.	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisatawan sangat setuju tentang bagaimana objek wisata Tenganan Pegringsingan menarik dari perspektif atraksi, kenyamanan, dan aksesibilitas. Hal ini menunjukkan bahwa objek wisata Tenganan Pegringsingan memiliki keunikan alam, tradisi, dan budaya.
11.	Identifikasi Kelengkapan Sarana Dan Prasarana Pariwisata Di Kebun Teh Jamus Kabupaten Ngawi	Lynda Istiqomah, Alpha Fabela Priyatmono	2019	Kabupaten Ngawi	Kelengkapan sarana dan prasarana sangat penting untuk mendukung kenyamanan wisatawan, namun fasilitas yang ada di kawasan wisata tersebut masih belum mencukupi sehingga perlu dilakukan peninjauan kembali terkait kelengkapannya.	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebun teh jamus kabupaten Ngawi memiliki sarana dan prasarana wisata yang lengkap dan layak. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk pengembangan wisata di daerah tersebut.
12.	Persepsi Wisatawan Terhadap Fasilitas Objek Wisata Dataran Tinggi Dieng	Fredy Noitolo Zebua	2018	Dieng, Jawa Tengah	Menghasilkan sebuah gambaran mengenai pandangan wisatawan terhadap fasilitas wisata yang kemudian digunakan untuk menentukan kebutuhan, prioritas	Kuantitatif	Untuk meningkatkan kualitas produk wisata, penilaian dan analisis ini digunakan untuk mendapatkan gambaran kebutuhan dan persepsi wisatawan terhadap fasilitas di kawasan objek wisata Dataran

	Provinsi Jawa Tengah				pengembangan, serta tingkat kepuasan dan pentingnya fasilitas berdasarkan persepsi wisatawan.		Tinggi Dieng. Hasil pengenalan persepsi wisatawan terhadap fasilitas objek wisata menunjukkan bahwa fasilitas tidak memenuhi kebutuhan wisatawan dan tingkat kepuasan wisatawan terhadap fasilitas tersebut.
13.	Evaluasi Sarana Dan Prasarana Pariwisata Pantai Selatan Di Daerah Istimewa Yogyakarta (Studi Kasus: Pantai Parangtritis, Baron, Dan Pulangsawal Atau Indrayanti)	M. Shahab, Djoko Sulisty, M. Fauzie Siswanto	2022	DIY	Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi ketersediaan serta membandingkan sarana dan prasarana pariwisata berdasarkan penilaian wisatawan di kawasan Pantai Parangtritis, Baron, dan Pulangsawal. Atau Indrayanti. M	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas dan infrastruktur pariwisata di pantai parangtritis, baron, pulangsawal, dan indrayanti secara umum dianggap baik oleh wisatawan. Pantai parangtritis termasuk dalam kategori baik dengan skor 67,2% dan baron 61,8%, sedangkan pantai indrayanti termasuk dalam kategori cukup baik dengan skor 60,6%.
14.	Persepsi Wisatawan Terhadap Atraksi, Aksesibilitas Dan Amenitas Pada Daya Tarik Wisata Alam. Studi Kasus: Danau Toba, Sumatera Utara	Ali Hanafiah , Gian Rafi Firjatullah , Mas Wahyu Wibowo , Indriyani Handyastuti	2023	Danau Toba, Sumatera Utara	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap atraksi, aksesibilitas dan amenitas pada daya tarik wisata alam di Danau Toba.	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. Persepsi wisatawan terhadap atraksi menghasilkan dampak yang sangat positif dengan hasil nilai rata-rata (mean) 4,33 pada kategori sangat tinggi. 2. Persepsi wisatawan terhadap hasil nilai rata-rata (mean) 3,91 yang berada pada kategori tinggi. 3. Persepsi wisatawan terhadap amenitas dampak

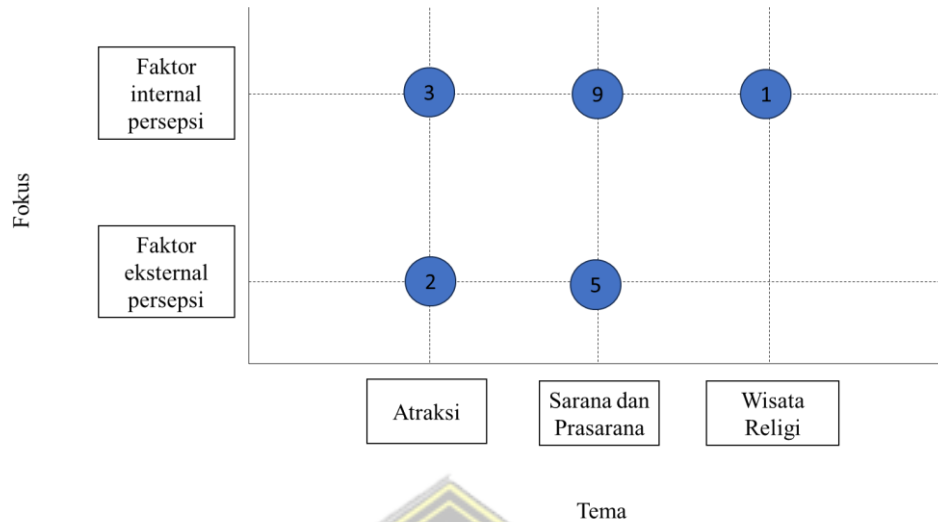
							positif dengan hasil nilai rata rata (mean) 3,89 pada kategori tinggi.
15.	Evaluasi Sarana Dan Prasarana Pariwisata Pantai Pasir Putih Desa Lamreh Kecamatan Mesjid Raya Kabupaten Aceh Besar	Riki Kurniawana, Renni Anggraini , Irin Caisarina	2019	Kabupaten Aceh Besar	Untuk Meningkatkan Kuantitas Dan Kualitas Sarana Dan Prasarana, Peningkatan Masyarakat Partisipasi/Keterlibatan Dalam Pemeliharaan Sarana Dan Prasarana	Kualitatif	Tingkat partisipasi masyarakat dalam pembangunan wisata pantai pasir putih masih rendah, yaitu 72,95% masyarakat tidak pernah berpartisipasi sama sekali.
16.	Identifikasi Kebutuhan Sarana Dan Prasarana Wisata Berdasarkan Persepsi Wisatawan Di Pantai Sipelot Kabupaten Malang	Wahyu Narendra Kusuma Wardana, Agung Witjaksono, Maria C. Endarwati	2018	Kabupaten Malang	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebutuhan sarana dan prasarana pariwisata berdasarkan wisatawan di Pantai Sipelot.	Kualitatif	Hasil analisis menunjukkan bahwa fasilitas pariwisata di lokasi penelitian masih kurang tersedia. Oleh karena itu, disarankan untuk meningkatkan dan menambah fasilitas tersebut.
17.	Evaluasi Tingkat Ketersediaan Sarana Dan Prasarana Pariwisata Di Kecamatan Pujon Kabupaten Malang	Mohamad Agus Sanjayah, Agus Purnomo, Bayu Kurniawan	2021	Kabupaten Malang	Tujuan penelitian ini yaitu Mengevaluasi bagaimana kesesuaian Ketersediaan Sarana Dan Prasarana Pariwisata Di Kecamatan Pujon Kabupaten Malang	Kuantitatif	Hasil evaluasi menunjukkan bahwa delapan desa memiliki ketersediaan sarana dan prasarana pariwisata di kecamatan pujon kabupaten malang yang mencakup sarana pokok, penunjang, pelengkap, prasarana umum, dan prasarana kebutuhan masyarakat yang

							berbeda-beda. Desa pandesari dan pujon lor termasuk dalam kategori mampu, sedangkan desa bendosari, sukumulyo, pujon kidul, Ngabab, dan ngroto termasuk dalam kategori cukup mampu, dan desa madiredo kurang mampu
18.	Persepsi Wisatawan Tentang Sarana Dan Prasarana Objek Wisata Rumah Pohon Tabek Patah	Vina Ananda, Ira Meirina Chair	2020	Kabupaten Tanah Datar	Tujuan penelitian ini dilatarbelakangi oleh sejumlah keluhan yang disampaikan oleh para wisatawan mengenai fasilitas dan infrastruktur di objek wisata Rumah Pohon Tabek Patah.	Kuantitatif	Hasil survey menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan dalam penelitian berada dalam kategori baik untuk variabel sarana. Dengan demikian, persepsi mayoritas wisatawan tentang sarana di objek wisata Rumah Pohon Tabek Patah sudah sesuai dengan harapan mereka. Dengan pariwisata yang dikelola oleh masyarakat sekitar, tentunya akan berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi masyarakat. Wisatawan yang datang ke objek wisata akan menambah pendapatan masyarakat di sekitar objek wisata.
19.	Analisis Kebutuhan Sarana Prasarana Pariwisata New Normal Di Desa	Denada Grehastuti 1 , Mila Karmilah 2 ,	2022	Kabupaten Kudus	Menganalisis Kebutuhan Sarana Prasarana Pariwisata Era New Normal Di Desa Wisata Wonosoco.	Kuantitatif	Hasil penelitian mengindikasikan bahwa Desa Wisata Wonosoco masih mengalami kekurangan dalam hal fasilitas pariwisata modern.

	Wisata Wonosoco	Eppy Yuliani ³					Oleh karena itu, perlu dilakukan peningkatan baik dari segi kualitas maupun kuantitas fasilitas yang ada, seperti jalan, jaringan telekomunikasi, pengelolaan wisata rumah tangga, warung makan, tempat cuci tangan, penanda jarak, kotak pertolongan pertama, alat pemadam kebakaran, area titik kumpul, serta alat pengukur suhu..
20.	Persepsi Wisatawan Terhadap Sarana Prasana Pendukung Destinasi Wisata Bukit Porong, Desa Wisata Coal	Linda Marlince Taka, Gregorius A. Berybe, Fresnawati Missa Mensi,	2022	Manggarai Barat	Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sarana dan prasarana yang ada di Bukit Porong serta memahami pandangan wisatawan terhadap fasilitas pendukung di Desa Wisata Bukit Porong.	Kualitatif	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa fasilitas yang ada di Bukit Porong, meliputi objek wisata alam, buatan, dan budaya, homestay, akses transportasi, petugas informasi, makanan khas, berbagai aktivitas rekreasi, tempat belanja, komunikasi, serta fasilitas kebersihan, tergolong memadai berkat swadaya dari masyarakat setempat. Meski demikian, wisatawan masih menganggap ada kekurangan pada beberapa fasilitas, sehingga perlu adanya perhatian dan perbaikan dari pihak pengelola

Sumber: Analisis Penulis, 2025

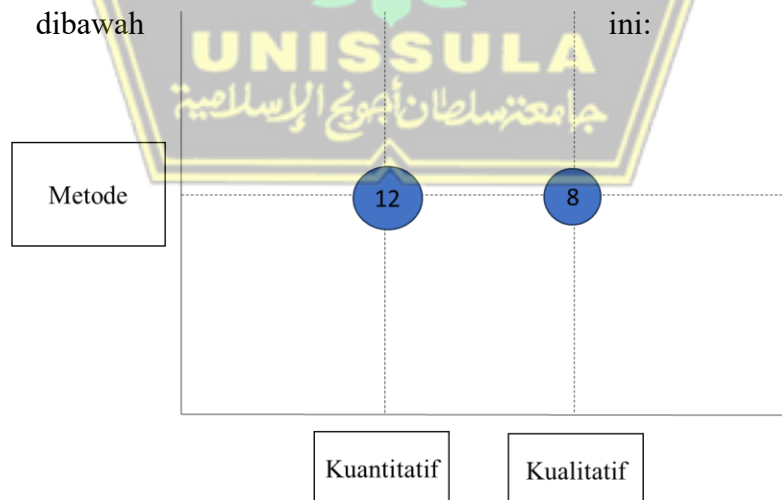
1.7 Diagram SOTA focus keaslian penelitian:



Gambar 1. 1 SOTA Metode Keaslian Penelitian

Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2025

Adapun hasil dari penelitian yang telah diteliti terdahulu, fokus penelitian ini adalah mengenai “Persepsi wisatawan terhadap Sarana dan prasarana Wisata Masjid Agung Demak”. Dibawah ini merupakan kesimpulan penelitian terdahulu berdasarkan kesamaan metode yang digunakan dengan penelitian yang akan diambil oleh penulis. Metode penelitian yang digunakan dengan tujuan agar mengetahui persepsi wisatawan terhadap sarana dan prasarana wisata. Keaslian penelitian berdasarkan kesamaan metode yang akan digunakan dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

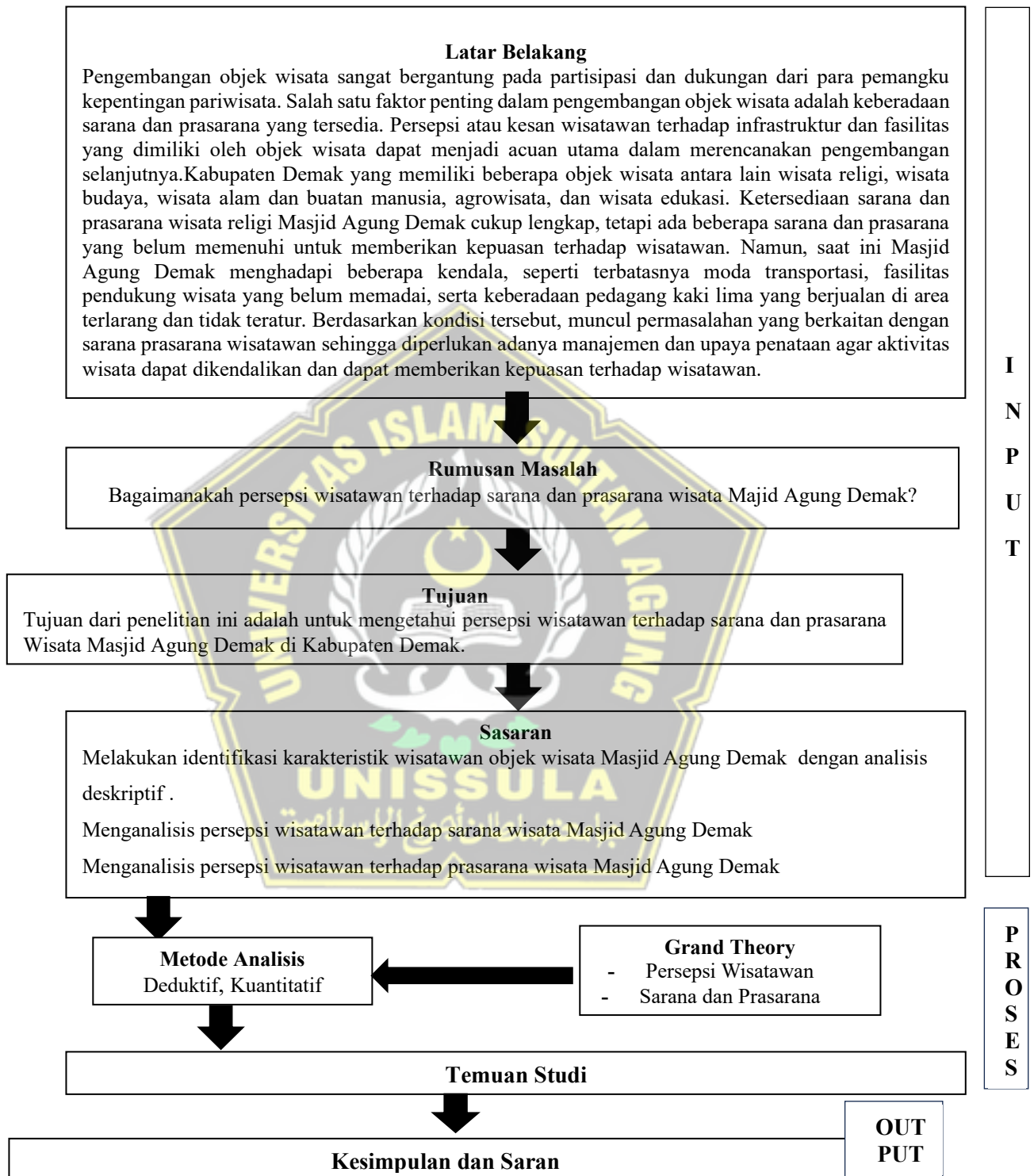


Gambar 1. 2 SOTA Metode Keaslian Penelitian

Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2025

1.8 Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran studi menjelaskan proses berpikir yang digunakan dalam menjalankan penelitian, sebagai berikut:



Gambar 1. 3 Kerangka Pikir Penelitian

Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2025

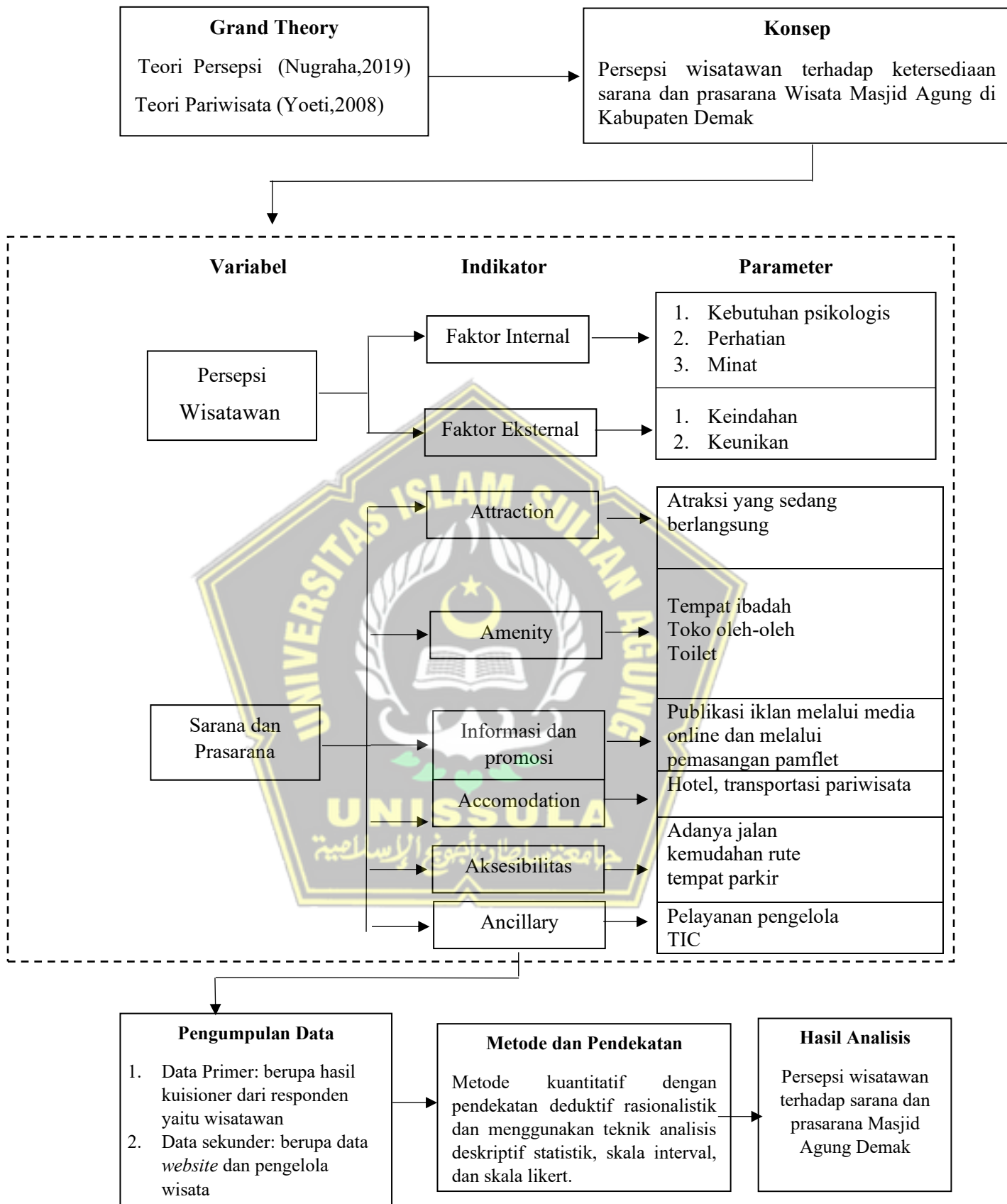
1.9 Metode Penelitian

Penelitian ini yang berjudul “Persepsi Wisatawan Terhadap Sarana Dan Prasarana Wisata Masjid Agung Demak” menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data berbentuk angka (numerik) untuk menjelaskan fenomena, menguji hipotesis, dan membuat kesimpulan yang dapat digeneralisasi.

Metode ini digunakan karena pada penelitian ini persepsi wisatawan terhadap kualitas sarana dan prasarana memungkinkan pengukuran persepsi secara objektif. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan deduktif karena pendekatan deduktif digunakan untuk menguji teori yang sudah ada dengan data empiris yang diperoleh dari wisatawan Masjid Agung Demak.

Penelitian ini dilakukan dengan menentukan grand theory yaitu berupa teori persepsi wisatawan, sarana dan prasarana. Berdasarkan teori tersebut kemudian dirumuskan suatu konsep variabel yang menghasilkan parameter sebagai acuan pengukuran penelitian. Selanjutnya, parameter yang sudah ditentukan tersebut lalu diujikan kepada responden dan hasilnya di analisis menggunakan beberapa teknik analisis yaitu analisis statistik deskriptif, skala interval dan skala likert.

Penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling yaitu teknik sampling non-probabilitas di mana pengumpulan data dilakukan dengan memilih responden yang secara kebetulan tersedia atau mudah dijangkau pada saat penelitian berlangsung.



Gambar 1. 4 Diagram Alir Pendekatan Penelitian

1.9.1 Tahap Penelitian

a) Tahap Persiapan

Persiapan awal yang dilakukan untuk menunjang kelancaran penyusunan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Penyusunan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, serta sasaran penelitian untuk mempertimbangkan topik permasalahan yang akan dikaji pada penelitian ini yaitu persepsi wisatawan objek wisata Masjid Agung Demak yang belum memenuhi ketersediaan sarana dan prasarana objek wisata yang penting untuk diteliti. Sehingga dibutuhkan persepsi wisatawan terhadap sarana dan prasarana wisata agar dapat secara maksimal untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.
2. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Demak. Lokasi ini telah ditentukan berdasarkan beberapa pertimbangan sebelumnya agar dapat meningkatkan kebutuhan akan sarana dan prasarana wisatawan.
3. Penyusunan kajian teori penelitian didasarkan pada penelitian yang akan dilakukan. Langkah ini dilakukan untuk mengkaji teori-teori penelitian yaitu teori persepsi, sarana dan prasarana. Kemudian setelah dikaji teori-teori tersebut dapat ditentukan VIP (variabel, indikator, parameter) penelitian untuk menganalisis dan mengidentifikasi fokus penelitian.
4. Pelaksanaan penelitian dengan penyusunan teknis pelaksanaan penelitian dimulai dari pengumpulan data baik data primer maupun data sekunder, penyajian data serta pengolahan data. Data primer didapatkan dari observasi lapangan, kuisioner, wawancara, dan dokumentasi, sedangkan data sekunder didapatkan dari data instansi terkait dan pengkajian artikel.

b) Tahap Pengumpulan Data dan Informasi

Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik sampling non-probabilitas di mana pengumpulan data dilakukan dengan memilih responden yang secara kebetulan tersedia atau mudah dijangkau pada saat penelitian berlangsung. Adapun cara pengumpulan data penyusunan tugas akhir yang dapat dilakukan dengan metode seperti di bawah ini:

1. Angket/Kuisisioner

Peneliti akan membagikan angket yang berisi sejumlah pernyataan atau pertanyaan tertulis bersifat terbuka kepada responden, yang dalam hal ini adalah para wisatawan di Masjid Agung Demak, untuk dijawab. Dalam penelitian tentang persepsi wisatawan terhadap sarana dan prasarana pariwisata Masjid Agung Demak, kuisisioner dapat disusun untuk menggali berbagai aspek yang berkaitan dengan pengalaman wisatawan antara lain aspek fasilitas umum, kenyamanan fasilitas, aksesibilitas, fasilitas ibadah, tempat makan, aspek layanan dan pelayanan wisatawan, dan kepuasan wisatawan.

2. Observasi

Observasi atau yang disebut juga dengan pengamatan langsung objek penelitian di lapangan untuk mendapatkan informasi yang relevan. Observasi dilakukan dengan pengamatan di lokasi wisata. Observasi dilakukan untuk melengkapi data dari kuisisioner dengan melihat kondisi aktual sarana dan prasarana wisata yang tersedia.

3. Dokumentasi

- a. Dokumentasi dilakukan untuk mengetahui gambaran nyata dilapangan dan mendapatkan sumber primer tentang objek wisata.

Berdasarkan penjelasan diatas, berikut adalah kebutuhan data primer dan data sekunder yang diperlukan beserta Teknik pengumpulan datanya dan sumber data sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Kebutuhan Data

Sasaran	Kebutuhan Data	Jenis Data	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
Melakukan identifikasi karakteristik wisatawan objek wisata Masjid Agung Demak dengan analisis deskriptif	Tujuan wisatawan, asal wisatawan, jumlah kunjungan, moda wisatawan, usia dan kelompok wisatawan	Primer	Kuisisioner	Wisatawan
Menganalisis persepsi wisatawan terhadap sarana dan prasarana wisata	Pariwisata Umum: -Daya Tarik -Fasilitas -Aksesibilitas/	Primer	Observasi, kuisisioner, dokumentasi	Wisatawan

Masjdi Agung Demak dengan analisis statistic	transportasi -Informasi dan promosi			
--	-------------------------------------	--	--	--

Sumber: Analisis Penulis, 2025

1.9.2 Teknik Pengolahan Data dan Penyajian Data

Pengolahan distribusi frekuensi dilakukan dengan mengelompokkan atau menghitung skor total dari jawaban responden. Proses ini meliputi penyajian data dalam bentuk tabel, grafik, diagram lingkaran, dan pictogram, serta perhitungan nilai modus, median, rata-rata, sebaran data, dan persentase.

1.9.3 Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data adalah proses menilai informasi yang dikumpulkan sesuai dengan tujuan, kerangka kerja, dan sifat penelitian. Data yang dikumpulkan pada titik ini digunakan untuk membuat penilaian, menyelesaikan masalah, atau menghasilkan topik penelitian baru. Tujuan dari pengelompokan data ini adalah untuk secara metodis menggabungkan berbagai jenis data yang dikumpulkan untuk membantu dalam analisis.

a. Pengkodean Data

Titik ini digunakan untuk membuat penilaian, menyelesaikan masalah, atau menghasilkan topik penelitian baru. Tujuan dari pengelompokan data ini adalah untuk secara metodis menggabungkan berbagai jenis data yang dikumpulkan untuk membantu dalam analisis. Dalam analisis ini menggunakan skala likert untuk menilai Tingkat persetujuan atau kepuasan. Berikut contoh pengkodean untuk pertanyaan menggunakan skala likert:

- Sangat Tidak Setuju = 1
- Tidak Setuju = 2
- Setuju = 3
- Sangat Setuju = 4

b. Tabulasi data

Yaitu tindakan yang bertujuan untuk menguraikan tanggapan yang diterima dari responden dengan menandai setiap kode yang berbeda. Saat melakukan analisis kuantitatif, diberikan kode berupa angka yang berfungsi sebagai skor pada skala pengukuran.

c. Pengolahan Data Kuisisioner Seluruh Pertanyaan

Jumlah responden pada penelitian ini adalah 400 orang, dengan jumlah pertanyaan sebanyak 30 butir. Berikut dibawa ini adalah pengolahan data kuisisioner semua pertanyaan:

- a) Menyebarkan kuisisioner di lokasi yang sudah ditentukan. Penelitian ini memiliki sampel sebanyak **30** sampel.
- b) Hasil kuisisioner yang telah disebar memiliki jawaban beragam, maka perlu diperingatkan berdasarkan urutan di seluruh pertanyaan.
- c) Mengeneralisasikan jawaban dari pertanyaan kuisisioner
 - Sangat setuju> sangat menyetujui pernyataan yang disebutkan
 - Setuju> menyetujui pernyataan yang disebutkan
 - Tidak setuju > tidak menyetujui pernyataan yang disebutkan
 - Sangat tidak setuju > sangat tidak menyetujui pernyataan yang disebutkan
- d) Membuat tabel distribusi frekuensi per pertanyaan berdasarkan tempat yang sangat diunggulkan hingga yang tidak diunggulkan.
- e) Membuat grafik distribusi frekuensi untuk memudahkan dalam membaca hasil dari data yang telah didapat.

1.9.4 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Penelitian ini menggunakan populasi wisatawan berdasarkan bulan. Berikut tabel jumlah wisatawan berdasarkan bulan di tahun 2024:

Tabel 1. 3 Jumlah Wisatawan

Nama Objek Wisata	JAN	FEB	MAR	APRIL	MEI	JUNI
Masjid Agung Demak	126.897	148.016	196.792	226.122	161.609	147349
Total	1.006.785					

Sumber: Open Data Kab.Demak, 2024

b. Sampel

Sampel merupakan bagian dari keseluruhan populasi yang dijadikan sumber data dalam sebuah penelitian. Populasi sendiri menggambarkan

keseluruhan karakteristik atau elemen yang menjadi objek studi. Ketika populasi sangat besar sehingga tidak memungkinkan untuk mempelajari seluruh anggotanya, maka peneliti dapat memilih sampel yang mewakili populasi tersebut.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling, khususnya metode incidental atau accidental sampling. Artinya, sampel diambil dari individu yang secara kebetulan ditemui dan dianggap relevan sebagai sumber data penelitian. Untuk menentukan jumlah sampel, digunakan rumus Slovin. Berikut ini adalah rumus Slovin beserta hasil perhitungannya.

Rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n= Banyak sampel minimum

N= Banyak sampel pada populasi

e= Batas toleransi kesalahan/eror (10%)

Dalam hal ini, menurut data Pariwisata Kabupaten Demak, rata-rata wisatawan dari bulan Januari-Juni berjumlah **1.006.785** jiwa dengan tingkat margin of error sebesar 10% atau 0,05. Adapun perhitungan sampel dengan rumus slovin pada penelitian ini sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ n &= \frac{1.006.785}{1 + 1.006.785 (0,05)^2} \\ n &= \frac{1.006.785}{2.517,9625} \\ n &= \mathbf{400} \end{aligned}$$

Dari perhitungan rumus diatas, maka jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah **400 orang**.

Berdasarkan hasil perhitungan diatas didapatkan hasil total sampel 400 sampel. Teknis pengambilan data primer akan menggunakan kuisioner dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Kuisioner yang digunakan guna pengambilan sampel dengan Teknik *sampling insidental/accidental* sampling. Kuisioner tersebut akan disebar kepada masyarakat Kecamatan Demak maupun luar Kabupaten Demak yang pernah mengunjungi objek wisata tersebut dengan mempertimbangkan kriteria dengan usia produktif 15-64 tahun. Cara penyebaran kuisioner akan dilakukan dengan menggunakan google form dan scan barcode sebagai media penyebaran kuisioner. Untuk media penyebaran kuisioner google form akan disebar melalui media sosial dan untuk scan barcode akan disebar secara langsung.

1.9.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan meliputi beberapa metode, antara lain analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, serta penggunaan skala pengukuran. Selain itu, penelitian ini juga menerapkan analisis spasial yang bertujuan untuk memahami pola, distribusi, dan hubungan antar variabel yang berkaitan dengan lokasi atau tempat tertentu.

1.9.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Pada penelitian ini, analisis yang diterapkan adalah analisis statistik deskriptif. Proses pengolahan distribusi frekuensi dilakukan dengan menyusun kelompok atau skor total berdasarkan jawaban dari responden. Tahapan ini mencakup penyajian data dalam bentuk tabel, grafik, diagram lingkaran, dan pictogram. Selain itu, dilakukan juga perhitungan ukuran pemusatan seperti modus, median, dan mean, serta analisis penyebaran data dan perhitungan persentase. Berikut ini adalah langkah-langkah yang diambil dalam proses analisis data tersebut.

Tabel 1. 4 Teknik dan Metode Analisis

No.	Sasaran	Teknik dan Metode Analisis
1.	Mengidentifikasi karakteristik wisatawan objek wisata Masjid	Deskriptif, tabel, gambar (peta dan dokumentasi)

	Agung Demak dengan analisis deskriptif	
3.	Menganalisis persepsi wisatawan terhadap sarana wisata Masjid Agung Demak dengan analisis statistic deskriptif	Deskriptif dengan analisis statistic melalui proses persepsi wisatawan yang diawali dengan pemahaman wisatawan dan membentuk keyakinan wisatawan sehingga muncul penilaian dari setiap wisatawan.
4.	Menganalisis persepsi wisatawan terhadap prasarana wisata Masjid Agung Demak dengan analisis statistic deskriptif	Deskriptif dengan analisis statistic melalui proses persepsi wisatawan yang diawali dengan pemahaman wisatawan dan membentuk keyakinan wisatawan sehingga muncul penilaian dari setiap wisatawan.

Sumber: Analisis Penulis, 2025

Deskripsi tabel didasarkan pada tanggapan terhadap kuisioner responden, dari mana setiap pertanyaan diringkas dan dideskripsikan secara individual menggunakan data. Instrument pengumpulan data menggunakan instrument yang valid dan realibel untuk mengumpulkan data yang sesuai dengan variabel yang ditentukan.

1.9.5.2 Skala Perhitungan

Distribusi frekuensi diolah dengan cara mengelompokkan atau menghitung total skor berdasarkan jawaban responden. Data yang diperoleh kemudian disajikan dalam berbagai bentuk seperti tabel, grafik, diagram lingkaran, dan pictogram. Selain itu, dilakukan juga perhitungan ukuran pemusatan data seperti modus, median, dan rata-rata, serta analisis penyebaran data dan persentase. Kuesioner yang digunakan memakai skala Likert 4 poin, yang berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi individu terhadap suatu objek atau fenomena dengan skor berkisar antara 1 hingga 4.

Dalam penelitian berjudul *"Persepsi Wisatawan terhadap Sarana dan Prasarana Wisata Masjid Agung Demak "*, skala Likert digunakan untuk mengukur persepsi wisatawan terkait kualitas, keberadaan, dan kenyamanan sarana serta prasarana wisata yang mendukung konsep pariwisata.

Pengukuran menggunakan skala Likert dipakai untuk merubah variabel menjadi indikator-indikator variabel, lalu indikator tersebut dijabarkan ke dalam beberapa pernyataan sebagai item instrumen. Pemberian skor untuk setiap jawaban dibagi ke dalam empat kategori berbeda. Rentang nilai 4 sampai 4,5 menunjukkan

"Sangat Setuju", nilai antara 3 sampai 3,5 menunjukkan "Setuju", nilai 2 sampai 2,5 berarti "Tidak Setuju", dan nilai 1 atau kurang menunjukkan "Sangat Tidak Setuju".

Kuisisioner menggunakan skala Likert 4 poin yang berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu terhadap suatu objek atau fenomena dengan rentang skor dari 1 hingga 4. Berikut merupakan tingkatan pemberian skor menggunakan skala likert:

Tabel 1. 5 Tingkat Indikator skala likert

Simbol	Skor	Pernyataan
SS	4	Sangat Setuju
S	3	Setuju
TS	2	Tidak Setuju
STS	1	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Analisis Penulis, 2025

Untuk pertanyaan dengan jawaban “sangat setuju (SS)” maka memiliki bobot 4, untuk pertanyaan dengan jawaban “Setuju (S)” maka memiliki bobot 3, untuk pertanyaan dengan jawaban “Tidak Setuju (TS)” maka memiliki bobot 2, untuk pertanyaan dengan jawaban “Sangat Tidak Baik (STS)” maka memiliki bobot 1. Berdasarkan indikator persepsi yang menggunakan skala likert dapat diketahui 4 skala penilaian ketersediaan sarana dan prasarana berdasarkan persepsi wisatawan. Selanjutnya ditentukan interval terhadap kualitas pada tiap variabel dan indikator persepsi wisatawan. Perhitungan interval dapat dilakukan dengan rumus berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Maksimal} - \text{Nilai Minimal}}{\text{Kelas}}$$

Keterangan:

Nilai Maksimal: nilai maksimal (skor indikator tertinggi x jumlah responden)

Nilai Minimal: nilai minimal (skor indikator terendah x jumlah responden)

Kelas: Jumlah kelas

$$\text{interval} = \frac{\text{Nilai Maksimal} - \text{Nilai Minimal}}{\text{Kelas}}$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{(4 \times 400) - (1 \times 400)}{4} \\
&= \frac{1600 - 400}{4} \\
&= \frac{1200}{4} \\
&= 300
\end{aligned}$$

Tabel 1. 6 Interval Kelas Kriteria Persepsi Wisatawan

Interval	Nilai
300-600	Sangat Tidak Setuju
601-900	Tidak Setuju
901-1200	Setuju
1201-1500	Sangat Setuju

Sumber: Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui terdapat 4 kelas interval berdasarkan nilai interval yang digunakan untuk mengukur tingkat ketersediaan sarana dan prasarana berdasarkan persepsi wisatawan wisata.

1.9.5.3 Uji Validitas Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan uji validitas instrumen guna memastikan data yang diperoleh valid. Data yang valid menunjukkan bahwa instrumen tersebut mampu mengukur hal yang menjadi objek pengukuran sesuai tujuan penelitian. Untuk memastikan validitas berbasis data kuantitatif pada butir-butir pertanyaan yang menggunakan skala Likert, langkah yang perlu dilakukan adalah melakukan uji validitas item, yaitu mengukur sejauh mana setiap butir pertanyaan secara individual mampu menggambarkan atau mendukung konstruk yang diukur. Proses analisis ini dapat dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik seperti SPSS, di mana korelasi antara skor setiap item dengan total skor instrumen akan dihitung.

Nilai korelasi yang dihasilkan kemudian dibandingkan dengan nilai kritis dalam tabel korelasi (r tabel) berdasarkan jumlah sampel dan tingkat signifikansi tertentu (biasanya 0,05). Jika nilai korelasi (r hitung) lebih besar dari r tabel, maka butir pertanyaan dianggap valid, artinya butir tersebut secara signifikan berkontribusi dalam mengukur konstruk yang diteliti. Sebaliknya, jika nilai korelasi

tidak memenuhi kriteria tersebut, maka butir pertanyaan tersebut dianggap tidak valid dan perlu diperbaiki atau dihilangkan dari instrumen penelitian.

1.9.5.4 Uji reabilitas Penelitian

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini, metode yang dipakai adalah Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel jika koefisien Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Metode ini umumnya digunakan pada instrumen yang memakai skala Likert. Uji reliabilitas dilakukan terhadap sampel sebanyak 100 responden. Proses pengujian dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS (Statistical Package for the Social Science) yang menerapkan rumus Cronbach's Alpha untuk menghitung tingkat konsistensi alat ukur tersebut. Uji ini memastikan bahwa kuesioner yang digunakan dapat menghasilkan data yang konsisten dalam mengukur persepsi wisatawan terhadap berbagai aspek sarana dan prasarana wisata. Hasil perhitungan nilai Cronbach's Alpha ini akan menjadi dasar untuk menilai apakah instrumen penelitian dapat dipercaya untuk mengumpulkan data secara konsisten. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$, maka instrumen penelitian tersebut dianggap reliabel dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

$$r_{ii} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \cdot \left[1 - \frac{\sigma^2_b}{\sigma^2_t} \right]$$

Keterangan:

r: reliabilitas instrument

K: banyak butir pertanyaan

σ^2 : varian total

- Jika nilai alpha Cronbach $> 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten
- Jika nilai alpha Cronbach $< 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten

1.10 Sistematika Laporan

Adapun sistematika pembahasan dalam penyusunan laporan ini, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat penjelasan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan sasaran, ruang lingkup materi dan ruang lingkup wilayah, keaslian penelitian, dan sistematika laporan.

BAB II KAJIAN TEORI TENTANG PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP SARANA DAN PRASARANA OBJEK WISATA

Pada bab ini memuat tentang teori-teori yang berkaitan dengan persepsi, analisis 4a pariwisata, konsep pengembangan wisata, dan sarana prasarana, wisatawan, dan wisata religi.

BAB III KONDISI EKSISTING SARANA DAN PRASARANA OBJEK WISATA MASJID AGUNG DEMAK

Pada bab ini membahas mengenai keadaan eksisting pada wilayah studi di Masjid Agung Demak

BAB IV ANALISIS PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP SARANA DAN PRASARANA OBJEK WISATA MASJID AGUNG DEMAK

Pada bab ini membahas mengenai persepsi wisatawan terhadap sarana dan prasarana di objek wisata Masjid Agung Demak menggunakan analisa deskriptif yang digunakan. Dalam bagian analisis ini dapat diketahui hasil akhir temuan studi mengenai persepsi wisatawan

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan yang menjelaskan secara singkat mengenai hasil penelitian dan harus menjawab tujuan penelitian. Rekomendasi merupakan saran penulis kepada pihak-pihak terkait.

DAFTAR PUSTAKA

BAB II

KAJIAN TEORI TENTANG PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP SARANA DAN PRASARANA OBJEK WISATA

2.1 Persepsi

2.1.1 Definisi Persepsi

Secara etimologis, kata "persepsi" bermakna "menerima." Dalam pengertian yang lebih sempit, persepsi merujuk pada penglihatan atau cara seseorang menyaksikan sesuatu, sedangkan dalam arti yang lebih luas, persepsi mencakup pandangan atau pemahaman seseorang terhadap suatu hal. Menurut Bimo Walgito dalam (Azhar, 2020) Persepsi merupakan proses bagaimana sistem indera kita mengolah informasi yang diterima. persepsi adalah pengalaman yang berkaitan dengan objek, kejadian, atau perasaan yang diterima oleh individu atau organisme sehingga memiliki makna penting. Aktivitas ini bersifat menyeluruh dan melibatkan seluruh aspek dalam diri seseorang secara terpadu.

Tanggapan atau reaksi langsung terhadap suatu hal disebut sebagai persepsi. Persepsi tidak hanya berasal dari rangsangan fisik, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman pribadi dan sikap individu. Pengalaman ini bisa didapatkan dari berbagai pengamatan di masa lalu atau melalui proses pembelajaran, karena seseorang dapat memperoleh pengalaman dengan cara belajar. Sudut pandang yang berbeda akan terbentuk oleh pengalaman yang berbeda, yang pada gilirannya membentuk proses pengamatan yang berbeda.

2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Walgito dalam (Sugiarto, 2016) ada dua kelompok faktor yang mempengaruhi persepsi, yaitu faktor internal dan faktor eksternal:

a. Faktor Internal

Persepsi dapat dipengaruhi oleh berbagai elemen yang berasal dari dalam diri individu, seperti tingkat pendidikan, fungsi indera, sistem saraf pusat dan perifer, karakter kepribadian, pengalaman pribadi, serta kondisi fisik dan psikologis seseorang.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal berkaitan dengan objek atau stimulus yang diterima oleh seseorang, meliputi kondisi lingkungan sekitar, intensitas rangsangan, serta

kekuatan rangsangan itu sendiri yang ikut menentukan apakah suatu rangsangan dapat diterima dan dipersepsikan.

Menurut Pieter, Janiwarti dan Saragih (2011) dalam (Widayanti & Sri, 2011), faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah:

1. Minat

Semakin besar minat seseorang terhadap suatu objek atau kejadian, semakin besar pula perhatian dan persepsi yang diberikan terhadap hal tersebut.

2. Kepentingan

Semakin penting suatu objek atau peristiwa bagi individu, maka kepekaan dan perhatian terhadap objek atau peristiwa tersebut akan meningkat secara signifikan.

3. Kebiasaan

Semakin sering seseorang mengalami atau berinteraksi dengan suatu objek atau situasi, kebiasaan ini membentuk cara individu tersebut memandang atau mempersepsikannya.

4. Konstansi

Konstansi adalah kecenderungan seseorang untuk mempersepsikan suatu objek dengan cara yang stabil dan konsisten meskipun ada perubahan pada bentuk, ukuran, warna, atau kecerahan objek tersebut.

5. Semua faktor ini secara bersama-sama mempengaruhi bagaimana seseorang membentuk persepsi terhadap lingkungan dan objek di sekitarnya.

2.1.3 Unsur- unsur Persepsi

- a) Sensasi

Sensasi merujuk pada sinyal yang dikirim ke otak melalui alat indera manusia, yakni lidah, kulit, telinga, hidung, dan mata. Panca indera berperan sebagai reseptor yang menghubungkan otak dengan lingkungan sekitar.

- b) Atensi atau perhatian

Atensi atau perhatian berarti bahwa manusia terlebih dahulu memperhatikan objek, kejadian, atau rangsangan sebelum merespon atau memahami apa pun. Oleh karena itu, persepsi mengacu pada kehadiran

suatu objek untuk dilihat, yang dapat mencakup dirinya sendiri atau orang lain.

c) Interpretasi

Memberi makna atau menafsirkan informasi yang sampai ke otak kita melalui panca indra dengan bantuan proses mental yang dikenal sebagai kognisi dan afeksi yang dikenal sebagai interpretasi. (Adolph, 2016)

2.1.4 Indikator-Indikator Persepsi

Adapun indikator-indikator dari persepsi meliputi:

a. Tanggapan/Respons

Tanggapan merupakan gambaran atau jejak yang tertinggal dalam ingatan setelah melakukan pengamatan atau imajinasi. Istilah lain untuk tanggapan adalah kesan, bekas, atau kenangan. Sebagian besar tanggapan ini berada pada tingkat bawah sadar atau pra sadar, dan baru muncul ke tingkat kesadaran karena suatu alasan tertentu.

b. Pendapat

1. Proses terbentuknya pendapat berlangsung melalui beberapa tahap berikut: Menyadari adanya tanggapan atau pengertian, karena pendapat tidak dapat terbentuk tanpa adanya pengertian sebelumnya.
2. Menguraikan tanggapan atau pengertian tersebut.
3. Menyusun hubungan logis antar bagian-bagian yang telah dianalisis dan dipisahkan menjadi dua pengertian utama. Hubungan antar pengertian ini harus dilakukan secara tepat agar menghasilkan pendapat yang logis dan dapat dinyatakan dalam kalimat yang benar, yaitu kalimat yang memiliki subjek dan predikat yang jelas.

c. Penilaian

Dalam proses persepsi, seseorang memilih sudut pandang tertentu terhadap objek yang dipersepsikan. Persepsi tidak hanya membuat individu mengetahui dan berpikir, namun juga menilai sifat, kualitas, dan kondisi internal dari objek atau dirinya sendiri.

2.1.5 Proses Terjadinya Persepsi

Adanya objek atau stimulus yang merangsang panca indera untuk ditangkap dan dibawa ke otak menyebabkan persepsi. Akibatnya, otak menghasilkan kesan atau tanggapan dari pengamatan panca indera. (Widayatun,1999)dalam (CEF, 2002).

2.1.6 Karakteristik Wisatawan

Karakteristik bisa diartikan sebagai sifat atau keunikan yang melekat pada sesuatu. Wisatawan adalah orang yang melakukan kunjungan ke suatu tempat. Oleh karena itu, karakteristik wisatawan mengacu pada ciri-ciri khusus pengunjung suatu destinasi yang dinilai berdasarkan kategori tertentu. Ciri-ciri ini dipengaruhi oleh berbagai aspek seperti kebutuhan akan akomodasi, transportasi, fasilitas dan layanan, infrastruktur, serta fasilitas umum.

Menurut Inskeep (1991) dalam Aprilia (2024), terdapat beberapa karakteristik wisatawan yang perlu diperhatikan ketika menilai persepsi di ruang publik, antara lain:

1. Usia dan Kelompok Wisatawan

Informasi mengenai usia dan kelompok wisatawan sangat penting sebagai bagian dari profil pengunjung ruang publik. Usia dibagi berdasarkan kategori seperti anak-anak, remaja, dewasa, dan lansia, sesuai dengan usia sekolah dan aturan kependudukan.Usia dan Jenis Kelompok Wisatawan

2. Tujuan Wisatawan

Tujuan wisatawan adalah alasan mereka mengunjungi ruang publik. Secara umum, tujuan tersebut beragam, seperti menikmati ruang publik, menikmati keindahan alam, berkumpul bersama, bermain, berolahraga, dan kegiatan lainnya.

3. Jumlah Kunjungan

Jumlah kunjungan dapat berisi informasi mengenai apakah ini merupakan kunjungan pertama atau jumlah kunjungan ke suatu tempat memberikan indikasi tingkat ketertarikan terhadap atraksi yang ditawarkan di tempat tersebut.

4. Tujuan wisatawan
Kategori umum pengunjung objek wisata
5. Moda kunjungan

2.2 Pariwisata

2.2.1 Definisi Pariwisata

Pariwisata didefinisikan sebagai sekumpulan kegiatan perjalanan seseorang atau sekelompok atau keluarga dari tempat asalnya ke berbagai tempat lain dimana tujuannya adalah berkunjung atau sekedar menikmati wisata dan bersantai atau menghasilkan pendapatan pada suatu objek wisata. Menurut Mc. Intosh (1990), Pariwisata adalah serangkaian kejadian atau hubungan yang terjadi dari interaksi antara wisatawan, pelaku usaha, pemerintah, dan komunitas lokal dengan tujuan menarik dan melayani wisatawan serta menyediakan fasilitas pendukung. Selain itu, pariwisata juga dapat dimaknai sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan secara berulang atau berpindah dari satu tempat ke tempat lain. (Yoeti, 1983).

Selain sektor infrastruktur, pangan, dan energi, pemerintah Indonesia juga menempatkan pariwisata sebagai salah satu sektor prioritas. Oleh sebab itu, sektor pariwisata di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dalam beberapa waktu terakhir. Sektor ini memiliki peran penting dalam mendorong peningkatan pertumbuhan ekonomi serta penciptaan lapangan kerja. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata didefinisikan sebagai berbagai aktivitas wisata yang didukung oleh beragam sarana dan prasarana yang disediakan oleh pemerintah, pelaku usaha, serta masyarakat umum. Istilah "pariwisata" sendiri pertama kali diperkenalkan oleh Prof. Priyono dalam Musyawarah Nasional Pariwisata II yang berlangsung di Tretes, Jawa Timur, pada tanggal 12-14 Juni 1958. Selanjutnya, Presiden Soekarno secara resmi mengesahkan penggunaan kata tersebut. Menurut R.S Darmadjati (2001: 125, dalam (Warang et al., 2015) pariwisata diambil dari Bahasa Sanskerta yakni "Pari" memiliki arti berulang-ulang dan "wisata" yang artinya perjalanan berpergian. Bahasa Inggris menyebut wisata sebagai *tour* yang artinya belajar. Kebanyakan orang menyamakan kata rekreasi dengan wisata.

Wisata ialah suatu perjalanan, tetapi belum tentu segala perjalanan dapat dikatakan sebagai wisata. Pariwisata dapat didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan berulang-ulang kali dengan mengunjungi satu tempat ke tempat lainnya. Menurut Richardson dan Fluker (2004; 5) dalam Kemenpar (2015) menyebutkan factor yang menjadi definisi pariwisata, antara lain:

1. Terdapat unsur perjalanan (journey), yakni perpindahan manusia pada suatu tempat ke tempat lainnya.
2. Terdapat unsur akomodasi sementara pada tempat lain dengan tujuan selain untuk mencari penghidupan atau pekerjaan di tempat tersebut.

Menurut Gretzel et al (2016) dalam (Ferdiansyah, 2020) Pariwisata merupakan kegiatan seseorang atau sekelompok orang dalam suatu perjalanan untuk mendapatkan hiburan atau kesenangan. Kegiatan pariwisata sangat besar manfaatnya bagi negara untuk mengembangkan perekonomian. Sector pariwisata dapat dijadikan sebagai ekosistem bisnis karena banyak interaksi yang melibatkan banyak pihak. Menurut (Ngafif & Wicaksono, 2018) industri pariwisata merupakan industry besar dan dianggap sebagai industri yang mendorong pertumbuhan ekonomi. Industri dapat meningkatkan kunjungan wisatawan, pendapatan daerah, dan meningkatkan pendapatan perekonomian masyarakat serta membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Terdapat lima komponen penting dalam pariwisata yaitu aksesibilitas, atraksi, amenity, accommodation, activities yang bertujuan agar penyelenggaraan sector pariwisata menjadi lebih optimal (chaerunissa, 2020).

2.2.2 Jenis-Jenis Pariwisata

Tujuan daerah wisata harus mempertimbangkan beberapa potensi yang dapat dikembangkan. Potensi-potensi ini berdampak pada keinginan wisatawan untuk datang ke objek wisata. Adapun berbagai jenis pariwisata berdasarkan motif perjalanan wisata Spilane, 1985 dan Yoeti, 1996 dalam (Richardeva, 2016), yaitu :

1. Wisata budaya bertujuan untuk mengenal dan mempelajari berbagai aspek budaya tertentu.
2. Wisata perjalanan biasanya dilakukan dengan tujuan untuk menikmati keindahan alam.

3. Wisata kesehatan dan rekreasi dimotivasi oleh keinginan untuk bersantai, menikmati suasana, dan menyegarkan fisik dan mental.
4. Wisata olahraga bertujuan untuk melakukan aktivitas olahraga seperti pendakian gunung, berburu, atau berpartisipasi dalam acara olahraga seperti Olimpiade.

2.3 Konsep Pengembangan Pariwisata

2.3.1 Atraksi/objek wisata

Menurut Oka.A.Yoeti (1997) dalam (Richardeva, 2016) Terdapat tiga syarat utama dalam pengembangan suatu wilayah agar dapat menjadi destinasi wisata yang menarik bagi para pengunjung, yaitu:

a. **Something to See**

Artinya, di lokasi tersebut harus tersedia objek dan atraksi wisata yang unik dan berbeda dibandingkan dengan yang ada di daerah lain.

b. **Something to Do**

Lokasi wisata harus menyediakan berbagai aktivitas yang bisa dinikmati serta fasilitas rekreasi yang memadai agar pengunjung merasa nyaman dan ingin menghabiskan waktu lebih lama di tempat tersebut.

c. **Something to Buy**

Di tempat wisata juga perlu tersedia fasilitas belanja, seperti toko oleh-oleh, suvenir, dan kerajinan khas daerah yang dapat dibawa pulang oleh wisatawan sebagai kenang-kenangan.

Ketiga hal tersebut menjadi fokus utama dalam strategi pemasaran pariwisata. Melalui promosi yang tepat, diharapkan pengunjung tidak hanya semakin banyak datang ke lokasi wisata, tetapi juga betah untuk tinggal lebih lama dan akhirnya meningkatkan pengeluaran mereka selama berkunjung. Menurut Oka.A.Yoeti (2002) atraksi wisata adalah segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, seperti :

- a) Benda-benda yang terdapat di alam semesta mencakup berbagai unsur alam seperti iklim, pemandangan alam, hutan belukar, flora dan fauna, serta pusat-pusat kesehatan alamiah.

- b) Produk hasil ciptaan manusia meliputi empat kategori wisata yang berkaitan dengan sejarah, budaya, dan agama. Contohnya termasuk monumen bersejarah, museum, gedung kesenian, acara tradisional, serta tempat ibadah.

Menurut (Purwaningrum & Ahmad, 2021) Atraksi merupakan alasan utama bagi wisatawan dalam memilih suatu destinasi perjalanan. Secara umum, atraksi dapat dibedakan menjadi empat kategori utama, yaitu:

- a. Atraksi alam, seperti pantai dengan kondisi alami, air terjun, pemandangan indah, iklim tertentu, curah hujan yang tinggi, pegunungan bersalju, dan sebagainya.
- b. Atraksi buatan manusia, contohnya taman hiburan dan fasilitas rekreasi lainnya yang dibuat oleh manusia.
- c. Atraksi budaya, yakni acara seperti bazar, festival, perayaan tradisional, pertunjukan teater, dan museum yang menggambarkan kekayaan sejarah dan budaya suatu daerah.
- d. Atraksi sosial, yang meliputi interaksi wisatawan dengan masyarakat setempat, termasuk bertemu dengan penduduk asli maupun kerabat dan teman selama berada di tempat tujuan.

Atraksi tersebut memiliki daya tarik tersendiri yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi lokasi tersebut guna memenuhi atau memuaskan kebutuhan tertentu. Dengan begitu, atraksi wisata dapat dikategorikan menjadi tiga jenis utama: objek alami yang tersedia di lingkungan, produk hasil karya manusia, dan gaya hidup masyarakat setempat.

2.3.2 Aktivitas Objek Wisata

Dickman dalam (Wariska, 2023) mengungkapkan aktivitas sering dipahami sebagai berbagai jenis kegiatan yang dapat dilakukan oleh individu. Contohnya termasuk berjalan-jalan di alam terbuka, menjelajahi situs sejarah dan arsitektur, berperahu, menikmati pemandangan, aktivitas kesehatan, dan lain-lain. Beberapa orang menyukai liburan yang aktif dengan melakukan aktivitas luar ruangan seperti memancing, hiking, dan eksplorasi alam, sementara yang lain lebih

memilih untuk bersantai dan menikmati waktu tanpa banyak bergerak. Setiap destinasi wisata biasanya menawarkan beragam pilihan aktivitas yang sesuai untuk berbagai kelompok usia dan latar belakang sosial, sehingga para wisatawan dapat tertarik pada satu atau beberapa jenis atraksi dan kegiatan yang tersedia.

2.3.3 Aksesibilitas

Menurut Holloway dalam (Wariska, 2023) aksesibilitas adalah subjek infrastruktur transportasi dan teknologi. Akses di sini mengacu pada cara pengunjung dapat mengakses, menjangkau, atau mencapai tempat yang mereka inginkan. Wisatawan menginginkan perjalanan yang nyaman dan bebas stres. Sebelum melakukan perjalanan, ada beberapa faktor penting yang harus diperhatikan selain kenyamanan, biaya, kemudahan, waktu perjalanan, dan keamanan. Wisatawan mengharapkan perjalanan yang lancar, jalur kereta api, bandara, pelabuhan, dan sarana transportasi yang aman.

2.3.4 Akomodasi (Accommodation)

Kemampuan membangun untuk memastikan memenuhi segmen pasar yang menguntungkan . saat berpergian diperlukan tempat tinggal sementara. Bahkan di tempat-tempat paling menarik di dunia , akan sulit untuk mengembangkan pariwisata jika tidak ada akomodasi. Penting dalam pariwisata adalah akomodasi. Setiap tamu perlu tempat untuk bersantai dan beristirahat. Wisatawan menginginkan penginapan yang bersih, higienis, dan terawat dengan tempat tidur yang nyaman, sprei yang bersih, dan fasilitas toilet yang memadai. Sebagian besar destinasi menawarkan berbagai jenis penginapan, mulai dari penginapan sederhana hingga hotel bintang lima mewah. Pariwisata tidak akan ada tanpa penginapan yang layak, karena penginapan adalah hunian sementara di tempat tujuan dan tempat wisatawan melakukan aktivitas. Menurut Dickman dalam (Wariska, 2023).

2.3.5 Amenitas (Amenity)

Menurut Kotler dan Makens dalam Primaldi (2017: 15) UU No. 10 tahun 2009 bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan segmen sasaran yang diidentifikasi oleh studi kelayakan pasar. Makanan, air minum, sanitasi, dan layanan lain yang kami perlukan saat perjalanan untuk membuat perjalanan nyaman dan menyenangkan. Ini mengacu pada fasilitas yang tersedia di lokasi. Para

wisatawan membutuhkan layanan yang tepat, menarik, dan nyaman. Fasilitas wisata termasuk makanan dan minuman, air minum, jaringan komunikasi yang baik, transportasi lokal, ATM, sistem sampah dan limbah yang tepat, fasilitas medis, dan lainnya. Tempat tujuan harus memiliki pasokan listrik dan udara yang memadai.

2.4 Sarana Pariwisata

Sarana kepariwisataan mencakup segala fasilitas yang mendukung keberlangsungan dan perkembangan prasarana kepariwisataan. Sarana ini berperan dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan untuk memenuhi beragam kebutuhan mereka selama berwisata. Selain itu, sarana wisata merupakan elemen pelengkap yang dibutuhkan oleh suatu destinasi agar dapat melayani kebutuhan pengunjung dalam menikmati pengalaman perjalanan wisata secara lebih optimal. Suwanto (2004:22) dalam (Palendeng et al., 2022).

Terkait dengan ragam dan kualitas layanan sarana wisata di destinasi wisata, telah dibuat standar baku baik di tingkat nasional maupun internasional. Dengan adanya standar ini, penyedia sarana wisata dapat dengan mudah menentukan jenis serta mutu layanan yang akan mereka tawarkan kepada pengunjung. Menurut Lothar A. Kreck dalam (Yoeti, 1996) dalam (Wardana et al., 2018) Sarana kepariwisataan terbagi atas:

a. Sarana Pokok Kepariwisata

Sarana utama dalam kepariwisataan mengacu pada perusahaan atau layanan yang eksistensinya sangat terkait dengan kunjungan wisatawan. Kelompok ini meliputi agen perjalanan dan penyelenggara tur, perusahaan transportasi wisata, hotel serta berbagai jenis akomodasi, serta bar, restoran, dan tempat makan lainnya yang memenuhi kebutuhan wisatawan selama perjalanan.

b. Sarana Pelengkap Kepariwisata

Sarana pelengkap terdiri dari perusahaan atau fasilitas rekreasi juga bertujuan agar wisatawan dapat tinggal lebih lama di suatu destinasi wisata dengan menikmati aktivitas dan hiburan tambahan.

c. Sarana Penunjang Kepariwisata

Sarana penunjang meliputi perusahaan yang mendukung baik sarana pokok maupun pelengkap. Fungsi utama sarana ini bukan hanya untuk memperpanjang masa tinggal wisatawan di lokasi, tetapi juga untuk meningkatkan pengeluaran wisatawan selama mereka berkunjung, sehingga menambah nilai ekonomi daerah tujuan wisata.

Menurut Edward Inskeep (1991:44) menjelaskan bahwa fasilitas wisatawan disebut sebagai sumber daya alam dan buatan dalam melakukan wisata. Sarana tersebut meliputi:

a) Accommodation (Akomodasi)

Daerah tujuan wisata dapat digunakan sebagai alat ukur untuk menentukan lokasi suatu objek wisata. Dengan kata lain kawasan wisata dengan akomodasi merupakan tempat yang mudah bagi wisatawan untuk mencapai tujuannya dan/atau melakukan kegiatan lain. Sebelum memulai perjalanan menuju objek wisata yang dituju, para wisatawan perlu sarana sementara untuk menampung wisatawan. Informasi mengenai akomodasi dipengaruhi oleh penilaian wisatawan.

b) Tempat Makan

Wisatawan yang sedang berwisata pasti ingin merasakan makanan yang berada di objek wisata tersebut. Sehingga pelayanan pada tempat makan di suatu objek wisata harus dilakukan secara baik agar wisatawan dapat menikmati atraksi wisata tersebut.

c) Tempat belanja (Shopping)

Aktivitas penting setelah berkunjung ke objek wisata yaitu membeli oleh-oleh. Tanggapan dalam penyediaan fasilitas belanja diikuti oleh kelengkapan produk-produk yang diperjualkan dan pelayanan yang memadai, tempat yang aman dan nyaman serta akses yang dapat dijangkau.

d) Publik facilities

Fasilitas umum yang terapat di objek wisata yaitu tempat parkir, toilet umum, tempat beribadah, ATM, sarana penitipan barang, tempat sampah, dll.

e) Keamanan

Adanya jaminan keamanan seperti petugas keamanan, rambu-rambu perhatian.

2.5 Prasarana Pariwisata

Menurut Wahab dalam Yoeti (1982), dalam (Dapas et al., 2020) Prasarana kepariwisataan mencakup seluruh fasilitas yang memungkinkan sarana kepariwisataan berfungsi dan berkembang dengan baik, sehingga dapat memberikan pelayanan yang memadai untuk memenuhi berbagai kebutuhan wisatawan. Pengertian prasarana pariwisata juga merujuk pada sumber daya alam dan manusia yang seringkali dibutuhkan oleh pelaku wisata selama perjalanan ke wilayah tujuan wisata. Contoh prasarana yang mendukung kegiatan pariwisata meliputi jaringan jalan, pasokan air bersih dan listrik, fasilitas kesehatan, sarana telekomunikasi, akomodasi, jembatan, dan lain-lain.

Perhatian khusus harus diberikan pada kondisi dan lokasi yang dapat meningkatkan aksesibilitas ke objek wisata agar pembangunan proyek wisata dapat berjalan dengan lancar. Selain itu, koordinasi yang baik dengan instansi terkait serta menjalin hubungan kerja yang solid dengan berbagai pihak sangat penting untuk mendukung keberhasilan tersebut.

Menurut Lothar A. Kreck pada bukunya yang berjudul *International tourism* dalam (Yang, 2006) menyebutkan prasarana pariwisata terbagi menjadi dua yaitu:

- a. Prasarana perekonomian (economy infrastructure) yang terbagi atas kendaraan atau *transportation*, komunikasi, kelompok UTILITIES, dan bank.

- b. Prasarana sosial (Social Infrastructure)

Prasarana sosial merupakan seluruh factor yang dapat menopang keberlangsungan prasarana perekonomian. Meliputi sistem Pendidikan, pelayanan Kesehatan, keamanan, dan *government apparatus*.

2.6 Wisatawan

Menurut Konferensi PBB dalam Spillane (1987):20 Menurut definisi mengenai perjalanan dan pariwisata internasional yang disampaikan di Roma pada tahun 1963, Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan selama lebih dari 24 jam dengan tujuan tertentu, yang mencakup berbagai kategori seperti rekreasi

(termasuk liburan, kesehatan, pendidikan, agama, dan olahraga), serta kegiatan bisnis, kunjungan keluarga, misi, dan pertemuan. Perjalanan wisata ini bersifat sementara, dilakukan secara sukarela, dan bukan untuk tujuan bekerja. Istilah "wisatawan" (tourist) digunakan khusus untuk orang yang memenuhi kriteria ini. Karena tujuan utama pariwisata adalah untuk menikmati daya tarik wisata, hal yang paling penting adalah memastikan kenyamanan dan kepuasan wisatawan selama kunjungan mereka. Untuk meningkatkan jumlah kunjungan, dukungan berupa sarana dan prasarana yang memadai sangat diperlukan.

2.7 Wisata Religi

Wisata religi merupakan jenis perjalanan yang dilakukan secara rutin setiap tahunnya, yang berkaitan dengan aspek keagamaan, sejarah, tradisi, serta kepercayaan dari suatu komunitas atau kelompok masyarakat tertentu. Tujuan utama dari wisata religi adalah untuk melaksanakan ibadah sekaligus memperdalam spiritualitas. Selain itu, wisata religi juga mengandung pesan yang bertujuan mendorong terciptanya kehidupan yang lebih bermartabat dan beradab. (Pendit N. S., 2002; (Adiyati et al., 2019)). Menurut Ulung, G. (2013) jenis wisata religi di Indonesia meliputi kegiatan mengunjungi situs-situs bersejarah keagamaan atau lokasi suci, serta berziarah ke makam pemuka agama seperti ulama, kyai, dan tokoh-tokoh masyarakat. Daya tarik wisata yang sudah ada sangat mempengaruhi tren wisata religi, terutama mengingat perkembangan wisata yang semakin kompetitif di kalangan masyarakat.

Tren wisata religi sangat dipengaruhi oleh daya tarik wisata yang tersedia, terutama dengan meningkatnya persaingan di kalangan masyarakat dalam sektor pariwisata. Menurut Cooper (2005) terdapat elemen wisata yang perlu dipenuhi, yaitu:

a. Atraksi (attractions)

Misalnya, keindahan alam yang menarik, budaya lokal yang memikat, serta pertunjukan seni yang mengesankan.

b. Aksesibilitas (accessibilities)

Faktor ini meliputi kemudahan transportasi, termasuk ketersediaan moda transportasi lokal dan terminal yang memadai.

c. Amenitas atau fasilitas

Meliputi sarana pendukung seperti tempat penginapan, rumah makan, akomodasi, dan agen perjalanan yang siap melayani wisatawan.

d. Layanan pendukung (ancillary services)

Ini mencakup organisasi kepariwisataan yang memainkan peran penting dalam pelayanan pengunjung, seperti kelompok sadar wisata (pokdarwis) dan manajemen pemasaran pariwisata. (Heni Nurhayati et al., 2024).

Wisata religius mendapat perhatian khusus karena syariah Islam sebagai sistem keagamaan yang bertujuan untuk memberikan nilai ibadah dan mencegah perbuatan maksiat. Wisata religius termasuk dalam kategori wisata khusus karena wisatawan memiliki motivasi yang berbeda dan cenderung terkait dengan mitos. Wisatawan juga memiliki tujuan untuk mempelajari sejarah atau arsitektur bangunan yang ada, yang memberikan kepuasan tersendiri. Objek wisata religi juga menjadi bukti Kebudayaan yang dianut oleh masyarakat dan dijadikan tempat berdoa (JASMINE, 2014).

2.8 Kisi- Kisi Teori

Persepsi wisatawan terhadap sarana dan prasarana pariwisata Masjid Agung Demak memiliki 2 variabel yaitu variable persepsi wisatawan dan variable sarana dan prasarana dengan skala rating dan dianalisis dengan metode deskriptif. Teori yang dipilih sesuai dengan kondisi lapangan. Berikut adalah teori-teori 2 variabel tersebut:

Tabel 2. 1 Matriks Teori

No.	Grand Theory	Sumber	Variabel	Parameter	Uraian
1.	Persepsi Wisatawan	Walgito (2020)	Persepsi	Definisi persepsi	Persepsi merupakan pengalaman yang diperoleh seseorang mengenai objek, peristiwa, atau hubungan tertentu melalui proses

					penafsiran dan penyimpulan informasi.
		(Murphy 1985)	Persepsi	Tiga komponen persepsi	Dalam studi persepsi wisatawan terhadap komponen wisata ada 3 yaitu pengalaman pribadi, preferensi, dan cerita orang lain.
		Walgito, (2004:1001)	Persepsi	Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi	Faktor internal berkaitan dengan keadaan psikologis seseorang, dan faktor eksternal berkaitan dengan objek dan situasi di sekitar seseorang. Mereka adalah dua kelompok faktor yang memengaruhi persepsi.
2.	Sarana dan prasarana	Yoeti dalam Ghani (2017)	Sarana	3 kelompok sarana pariwisata	3 kelompok sarana diantaranya: sarana pokok, sarana pelengkap, dan sarana penunjang kepariwisataan
		Warpani dalam Ghani (2017)	Prasarana	3 prasarana pariwisata	3 prasarana pariwisata yaitu aksesibilitas, utilitas, dan jaringan pelayanan
		Bovid dan Lawson (1998) dalam Hamdi (2018)	Aksesibilitas	Peran penting jaringan jalan	Jaringan jalan memiliki peran penting dalam pariwisata, tidak hanya sebagai sarana untuk mengakses dan berkomunikasi bagi wisatawan, tetapi juga

					berfungsi sebagai fasilitas untuk kegiatan menikmati pemandangan atau sightseeing.
		Inskeep (1991) dalam Hamdi (2018)	Atraksi	3 kategori daya Tarik wisata	Ada tiga kategori daya tarik: daya tarik alam, daya tarik budaya, dan daya tarik khusus.
		Global Muslim Travel Index (GMTI) 2021	Amenitas atau fasilitas	Klasifikasi kebutuhan muslim	Ada 2 tingkatan kebutuhan muslim secara garis besar yaitu kebutuhan dasar yang mencakup fasilitas dan aktifitas yang dan juga kebutuhan yang membuat nyaman wisatawan muslim seperti hiburan dan restoran.

Sumber: Analisis Penulis, 2025

Tabel 2. 2 VIP

Variabel	Indikator	Parameter
Persepsi wisatawan	Faktor Internal Persepsi	1. Kebutuhan psikologis 2. Perhatian 3. Minat
	Faktor Eksternal Persepsi	1. Keindahan 2. Keunikan
Sarana dan prasarana	Attraction	Atraksi yang sedang berlangsung
	Amenity	1. Tempat ibadah 2. Toko oleh-oleh 3. Toilet
	Informasi dan promosi	Publikasi iklan melalui media online dan melalui pemasangan pamflet
	Accommodation	Hotel/guesthouse
	Aksesibilitas	1. Adanya jalan 2. tempat parkir
	Ancillary	Pelayanan pengelola TIC (Touris Information Center)

Sumber: Analisis Penulis, 2025

BAB III

KONDISI EKSISTING SARANA DAN PRASARANA OBJEK WISATA MASJID AGUNG DEMAK

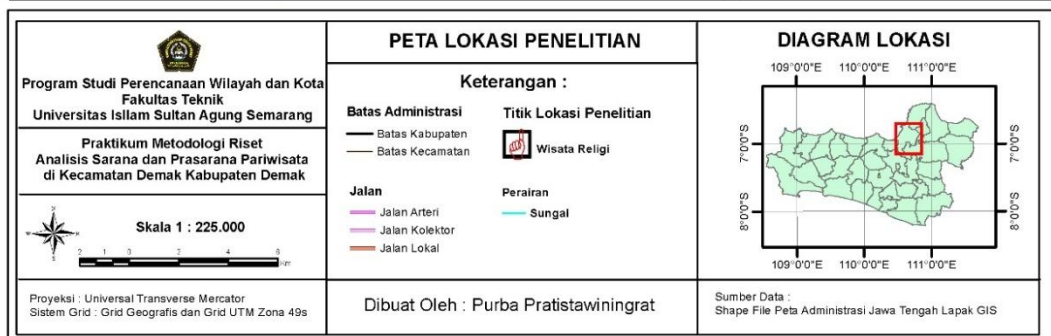
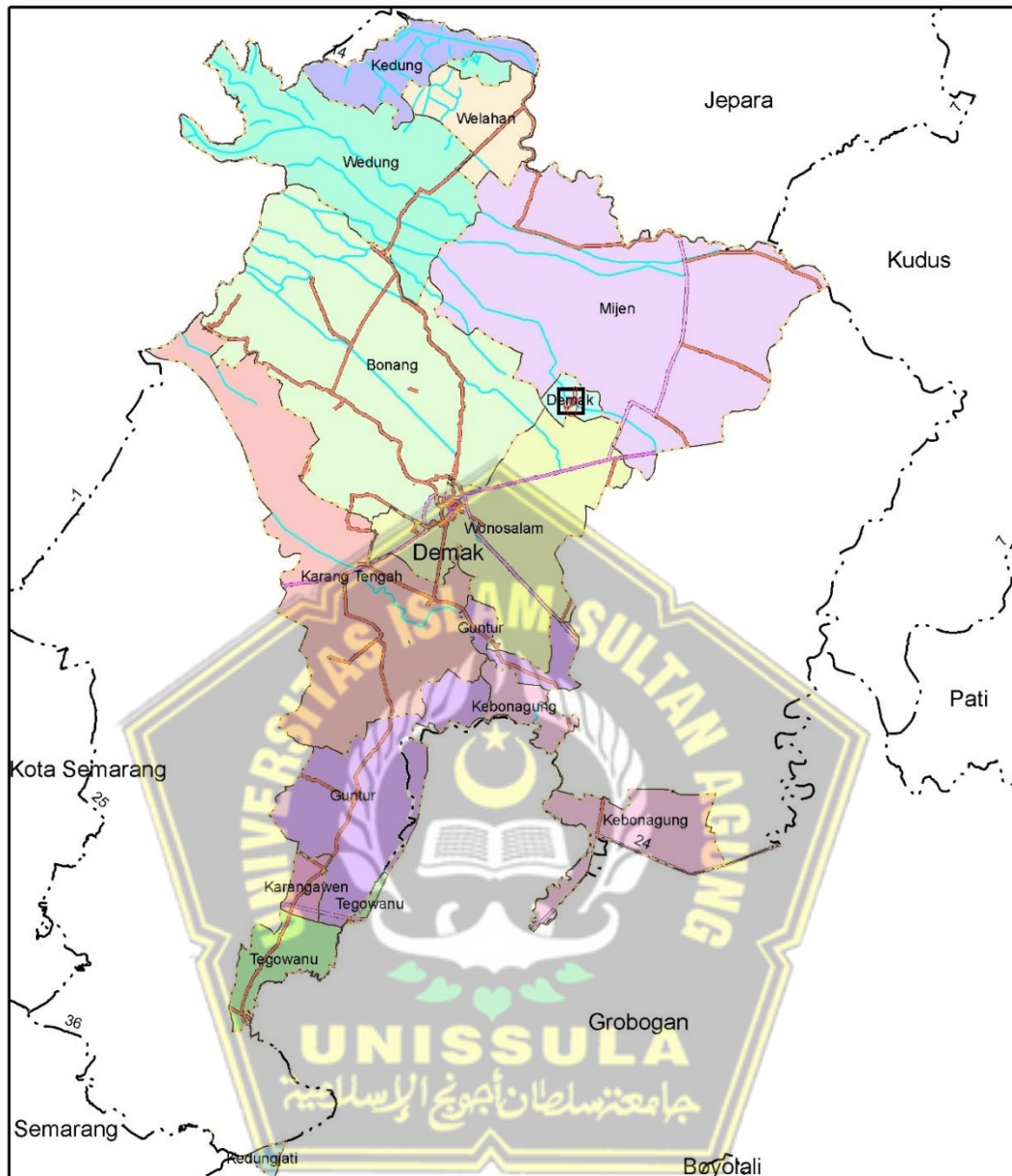
3.1 Gambaran Umum Kawasan Kecamatan Demak

Secara umum, Kabupaten Demak memiliki luas sekitar 89.743 hektar dan terdiri dari 14 kecamatan, 243 desa, dan 6 kelurahan. Bagian selatannya memiliki sedikit perbukitan. Demak berada di lokasi yang strategis untuk menjadi tempat istirahat sementara bagi para pelancong yang melintasi jalur pantai utara, terutama bagi mereka yang melakukan perjalanan jauh dari Jakarta atau Surabaya, sehingga menjadi tempat yang ideal untuk beristirahat dan menghilangkan lelah (Bappeda Kabupaten Demak, 2008; 2011).

Di Kecamatan Demak, ada dua destinasi wisata religius utama. Yang pertama adalah Masjid Agung Demak, yang merupakan lokasi awal penyebaran Islam di Pulau Jawa dan merupakan bagian dari peninggalan Walisongo.

Peninggalan Kerajaan Demak juga termasuk makam raja dan sultan. Rencana Induk Pengembangan Pariwisata (RIPP) Kabupaten Demak telah diperbarui sejak 2008-2013 hingga Peraturan Daerah (Perda) Nomor 5 Tahun 2019 yang menetapkan Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Kabupaten Demak untuk periode 2019-2029. Pengembangan pariwisata di Kabupaten Demak juga bergantung pada pembagian Kawasan Pengembangan Pariwisata (KPP).

Menurut RIPP Kabupaten Demak Tahun 2008-2013, KPP di Demak meliputi Kecamatan Kota Demak dan Wonosalam dengan beberapa objek wisata utama, seperti Masjid Agung Demak yang secara administratif berada di Kampung Kauman, Kelurahan Bintoro, Kecamatan Demak; Makam Sunan Kalijaga yang terletak di Jalan Raden Sahid, Kadilangu, Kecamatan Demak; serta Bendung Gerak Kalijajar.



Peta 3. 1 Peta Administrasi Kecamatan Demak

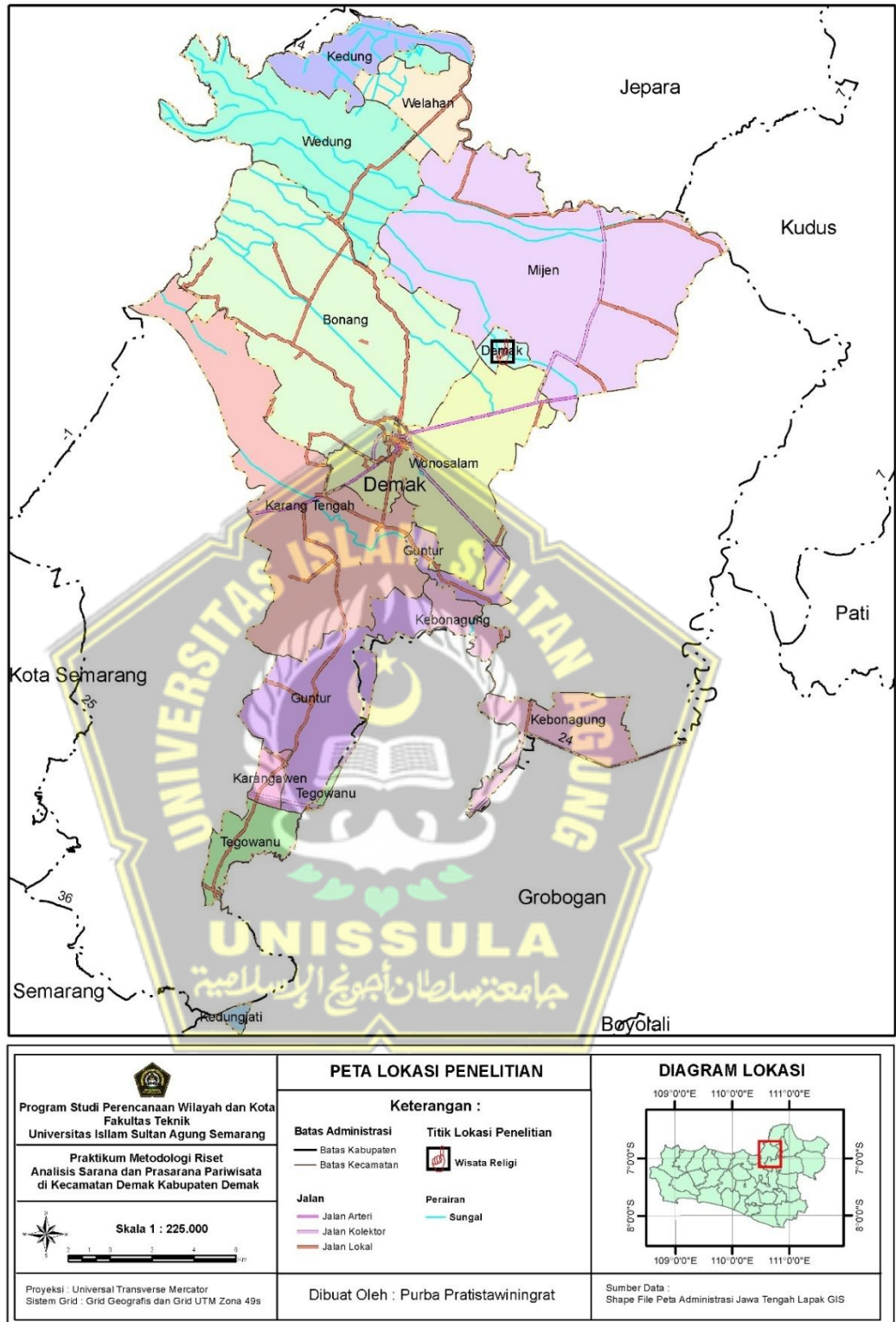
Sumber: Analisis Penulis, 2025

3.2 Gambaran Umum Masjid Agung Demak

Studi ini dilakukan di Masjid Agung Demak, yang terletak di Kauman, Kecamatan Demak, Kabupaten Demak, Jawa Tengah, di Jalan Sultan Fatah No. 57. Salah satu masjid tertua di Indonesia memiliki nilai religius, sejarah, dan budaya yang signifikan. Masjid ini mudah diakses baik oleh turis lokal maupun asing karena berada di pusat kota Demak.

Wisata Masjid Agung Demak di Bintoro Demak memiliki Pesona Keindahan yang sangat menarik untuk dikunjungi. Wisatawan yang datang dari dalam maupun luar Demak, biasanya datang untuk melakukan ziarah ke makam dan mengagumi keindahan Masjid Agung Demak. Namun tak hanya itu yang dilakukan oleh wisatawan, biasanya ada beberapa wisatawan yang hanya singgah untuk sholat atau melakukan pertemuan majelis pengajian yang kebetulan berlangsung di lingkungan sekitar Masjid.

Fokus penelitian di lokasi ini adalah untuk menganalisis bagaimana sarana dan prasarana yang tersedia mampu mendukung pengalaman wisatawan, khususnya dalam konteks wisata religi. Lokasi ini dipilih karena perannya yang signifikan dalam sejarah Islam di Indonesia sekaligus sebagai destinasi yang terus berkembang dalam sektor pariwisata.



Peta 3. 2 Peta Lokasi Penelitian

Sumber: Analisis Penulis, 2025

3.3 Jumlah Wisatawan Masjid Agung Demak

Dinas Pariwisata Kabupaten Demak mencatat bahwa selama sepuluh hari masa libur Idul Fitri 2024, total kunjungan wisatawan mencapai 193.706 orang. Tiga tempat yang paling banyak dikunjungi adalah Masjid Agung Demak, yang menarik 131.903 orang, Makam Sunan Kalijaga di Kadilangu, yang menarik 33.921 orang, dan Makam Syech Mudzakir, yang menarik 3.880 orang.

Tabel 3. 1 Jumlah Wisatawan Wisata

No.	Objek wisata	Wisatawan (orang)				
		2019	2020	2021	2022	2023
1.	Masjid Agung Demak	750.235	166.478	134.590	521.617	797.191

Sumber: Dinas Pariwisata Demak, 2023

Berdasarkan jumlah wisatawan diatas, Masjid Agung Demak masih sangat diminati oleh wisatawan untuk berkunjung ke wisata religi ini walaupun sempat mengalami penurunan jumlah wisatawan. Namun Masjid Agung Demak masih menjadi wisata religi yang sering dikunjungi oleh Masyarakat dalam kabupaten maupun luar kabupaten.

3.4 Karakteristik Wisatawan di Wisata Masjid Agung Demak

3.4.1 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Kelompok Umur

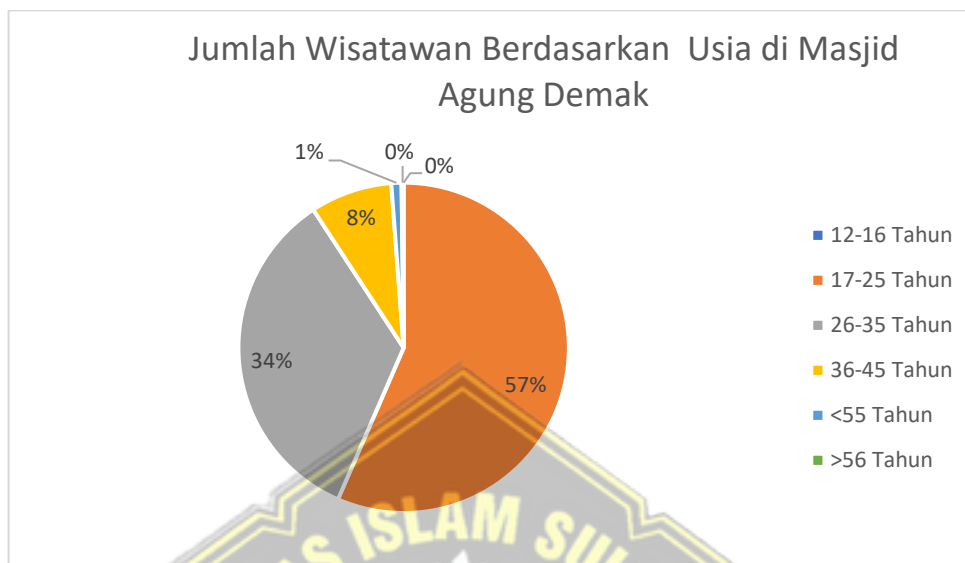
Salah satu elemen yang mempengaruhi keterlibatan wisatawan dalam kegiatan terkait pariwisata adalah usia dan jenis kelamin mereka. Karakteristik wisatawan berdasarkan kelompok umur dan jenis kelamin adalah cara untuk memahami perbedaan kebutuhan, minat, dan perilaku wisatawan berdasarkan usia dan gender mereka. Berikut merupakan tabel dan gambar untuk informasi lebih lanjut.

Tabel 3. 2 Jumlah Wisatawan Berdasarkan Usia

No.	Golongan Usia	Total
1.	12-16 Tahun	0
2.	17-25 Tahun	226
3.	26-35 Tahun	137
4.	36-45 Tahun	32

5.	<55 Tahun	5
Jumlah		400

Sumber: Hasil Observasi Lapangan, 2025



Gambar 3. 1 Diagram Kelompok Umur

Berdasarkan kelompok umur diatas dilihat bahwa wisatawan yang berkunjung ke Masjid Agung Demak dominan berumur 17-25 Tahun. Selanjutnya kelompok umur 26-35 Tahun dan kelompok terkecil pada usia 12-16 Tahun. Hal ini menunjukkan bahwa destinasi wisat Masjid Agung banyak diminati dikalangan usia mulai dari remaja hingga orang tua. Oleh karena itu, umur dan jenis kelamin merupakan salah satu factor yang berpengaruh terhadap partisipasi seseorang dalam kegiatan berwisata. Segmentasi pasar wisata religi ini umumnya berasal dari kelompok umur 17-27 Tahun dan 26- 35 Tahun karena wisatawan pada usia ini senang melakukan aktivitas atau kegiatan berwisata dengan adanya atraksi yang disajikan dapat menambah daya tarik bagi wisatawan. Sehingga pengembangan daya tarik wisata lebih ditekankan pada usia tersebut.

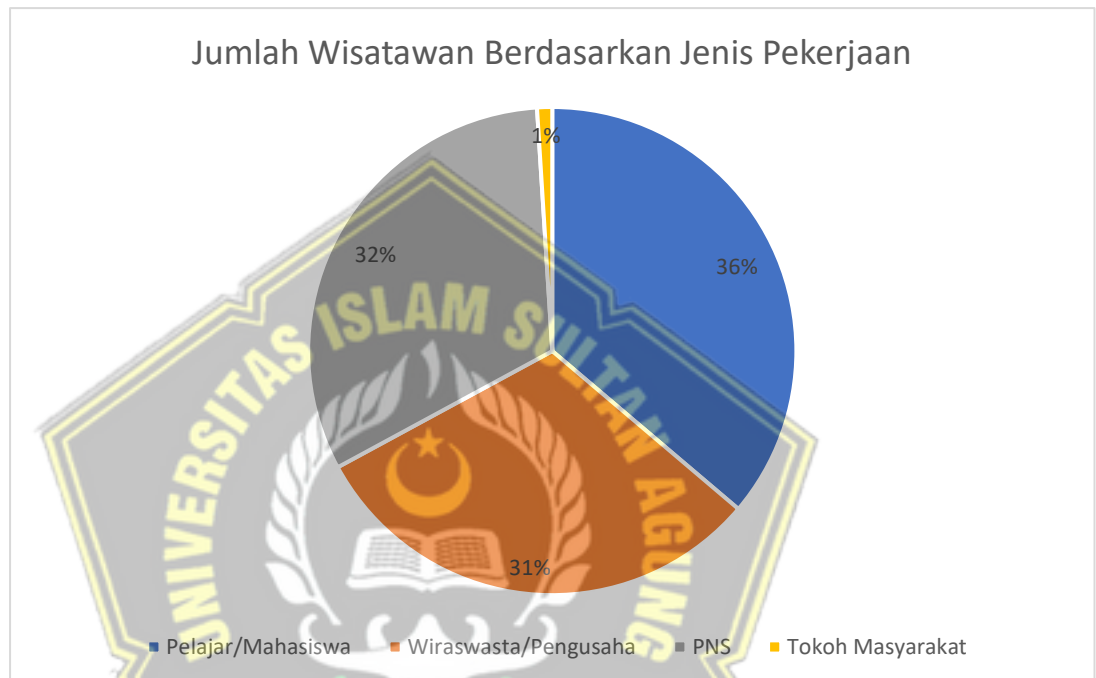
3.4.2 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Tingkat Pekerjaan

Dalam berwisata, salah satu yang menjadi faktor pendorong wisatawan yakni berdasarkan tingkat pekerjaan. Berikut ini merupakan tabel dan diagram jumlah wisatawan berdasarkan pekerjaan.

Tabel 3. 3 Jumlah Wisatawan Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Total (Orang)
1.	Pelajar/Mahasiswa	144
2.	Wiraswasta/Pengusaha	124
3.	PNS	128
4.	Tokoh Masyarakat	4
Jumlah		400

Sumber: Hasil Observasi Lapangan, 2025



Gambar 3. 2 Diagram Jenis Pekerjaan

Pada tingkat pekerjaan wisatawan, kebanyakan dari golongan pelajar sebanyak 144 wisatawan. Wiraswasta/pengusaha sebanyak 124 wisatawan, PNS sebanyak 128 wisatawan, dan tokoh masyarakat sebanyak 4 wisatawan. Kebanyakan dari wisatawan datang ke Masjid Agung bersama keluarganya, mereka beranggapan bahwa liburan bersama keluarga merupakan kebahagiaan. Pada wisatawan di kalangan pelajar/mahasiswa dan PNS lebih banyak memiliki waktu luang untuk berwisata religi dibandingkan lainnya.

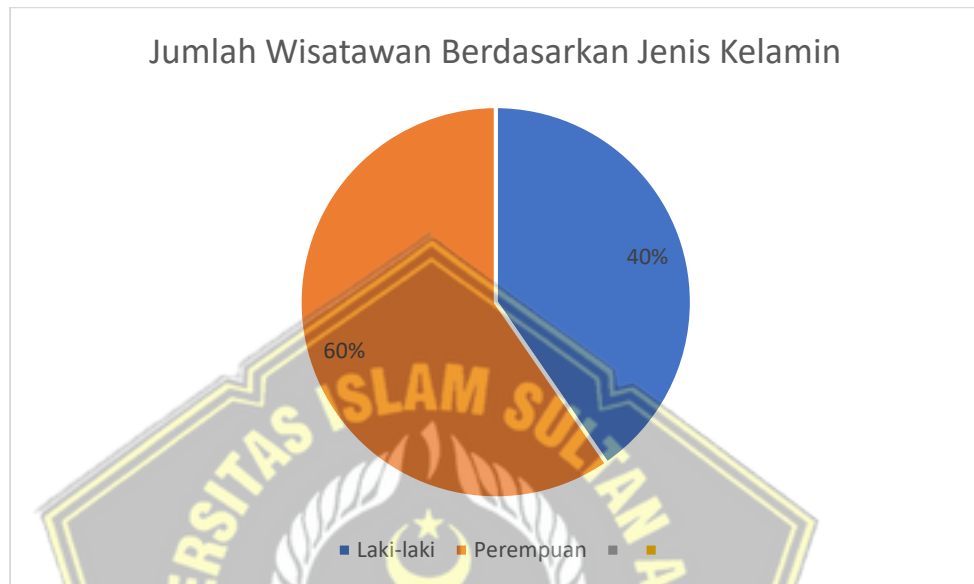
3.4.3 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Salah satu faktor pendorong wisatawan yakni berdasarkan jenis kelamin. Berikut ini merupakan tabel dan diagram dari jenis kelamin wisatawan:

Tabel 3. 4 Jumlah Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Total (Orang)
1.	Pria	161
2.	Wanita	238
Jumlah		400

Sumber: Hasil Observasi Lapangan, 2025



Gambar 3. 3 Diagram Jenis Kelamin

Berdasarkan table diatas, jumlah kunjungan wisatawan yang berdatangan di Kawasan Masjid Agung Demak berdasarkan jenis kelamin tersebut cukup banyak dikunjungi oleh Perempuan sebanyak 238 responden, sedangkan laki-laki sebanyak 161 responden.

3.4.4 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Tujuan Kunjungan

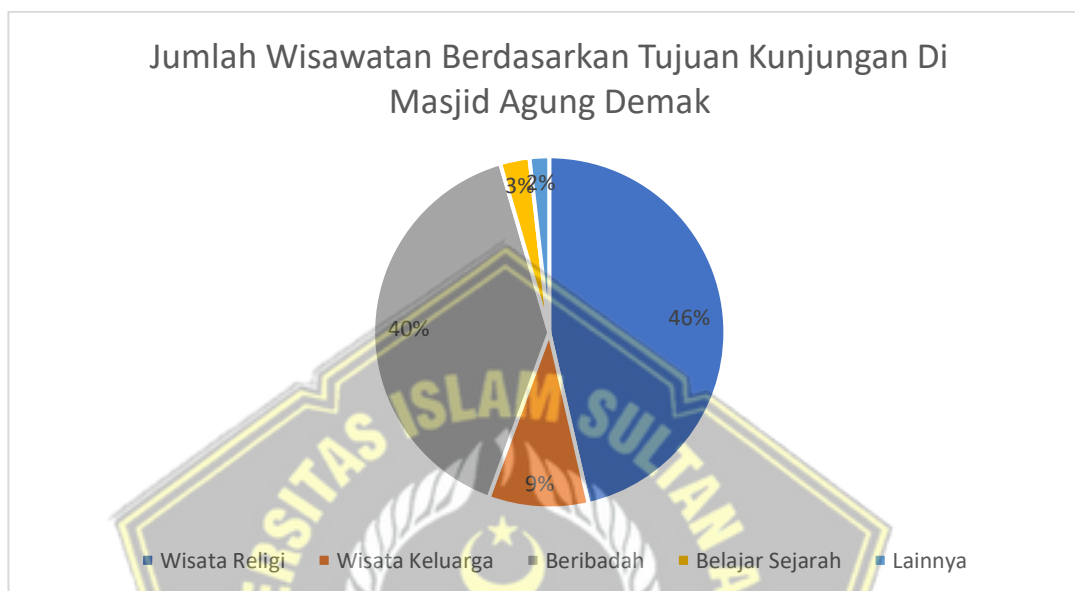
Kunjungan ke Masjid Agung Demak tidak hanya untuk ibadah, tetapi juga untuk ziarah, pembelajaran sejarah Islam, wisata religi, serta wisata keluarga. Berikut table dan diagram:

Tabel 3. 5 Jumlah Wisatawan Berdasarkan Tujuan Kunjungan

No.	Tujuan Kunjungan	Total (Orang)
1.	Wisata Religi	186
2.	Wisata Keluarga	37
3.	Beribadah	160

4.	Belajar sejarah	11
5.	Lainnya	6
Jumlah		400

Sumber: Hasil Observasi Lapangan, 2025



Gambar 3. 4 Diagram Tujuan Kunjungan

Bersarkan table dan diagram diatas maka terbukti bahwa jumlah wisatawan yang lebih besar bepergian wisata religi sebesar 46% dan untuk beribadah sebesar 40% Kunjungan wisatawan yang dimaksud berwisata yaitu untuk menikmati keindahan arsitektur Masjid, menikmati koleksi museum, beribadah, serta sejedat foto-foto. Wisatawan yang berkunjung dengan tujuan melakukan studi/penelitian dilakukan oleh wisatawan yang mempunyai status sebagai mahasiswa/pelajar yang melakukan penelitian di lokasi ini.

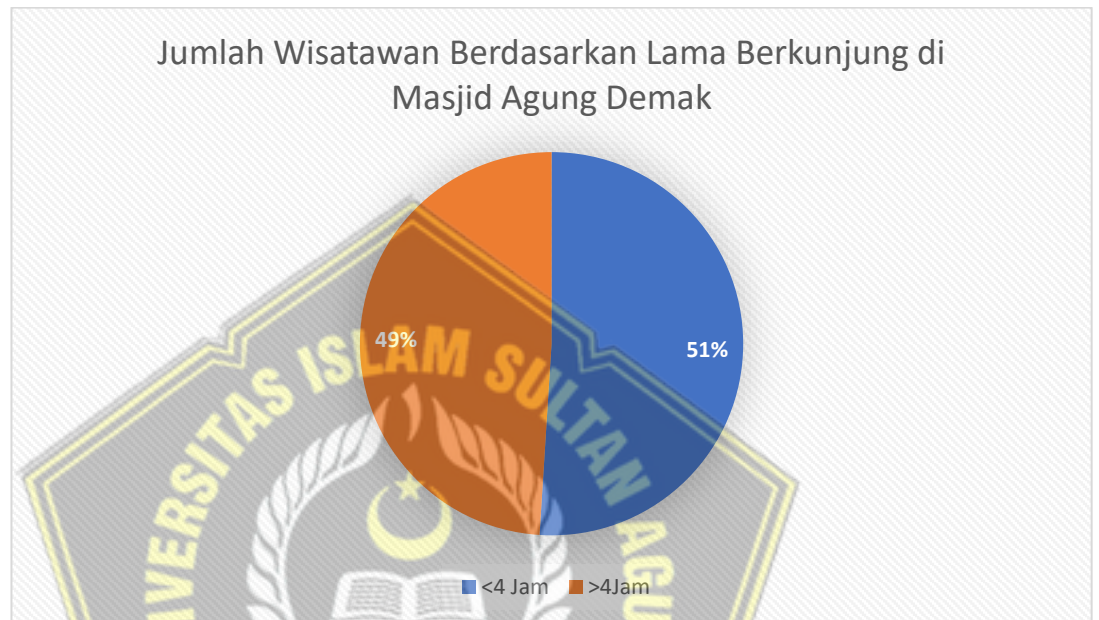
3.4.5 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Lama Berkunjung Wisatawan Terhadap Masjid Agung Demak

Lama berkunjung wisatawan bertujuan untuk mengetahui berapa lama waktu yang dihabiskan oleh para wisatawan saat berkunjung ke Masjid Agung Demak. Lama waktu berkunjung bisa mencerminkan tingkat ketertarikan dan kepuasan wisatawan terhadap Masjid Agung Demak sebagai objek wisata religi dan sejarah. Berikut merupakan table dan diagram:

Tabel 3. 6 Jumlah Wisatawan Berdasarkan Lama berkunjung

No.	Tujuan Kunjungan	Total (Orang)
1.	<4 Jam	202
2.	>4 Jam	198
Jumlah		400

Sumber: Hasil Observasi Lapangan, 2025



Gambar 3. 5 Diagram Lama Berkunjung

Berdasarkan hasil di lapangan, lama wisatawan untuk berkunjung di objek wisata ini sebesar 51% dengan jawaban yaitu kurang dari 4 jam lamanya wisatawan berkunjung. Sedangkan frekuensi wisatawan berkunjung dengan waktu lebih dari 4 jam memiliki presentase sebesar 49%. Wisatawan lebih banyak menghabiskan waktu kurang dari 4 jam karena tujuan wisatawan yang berbeda-beda.

3.4.6 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Wisatawan Terhadap Masjid Agung Demak

Frekuensi Kunjungan Wisatawan terhadap Masjid Agung Demak merujuk pada berapa sering wisatawan datang berkunjung ke Masjid Agung Demak dalam jangka waktu tertentu. Berikut table dan diagram:

Tabel 3. 7 Jumlah Wisatawan Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

No.	Tujuan Kunjungan	Total (Orang)
-----	------------------	---------------

1.	Baru Pertama Kali	61
2.	Kedua kali	54
3.	Ketiga kali	96
4.	Lebih dari tiga kali	189
Jumlah		400

Sumber: Hasil Penulis, 2025



Gambar 3. 6 Diagram Frekuensi Kunjungan

Berdasarkan hasil di lapangan, frekuensi wisatawan dalam mengunjungi Wisata Masjid Agung Demak paling besar yaitu lebih dari tiga kali dikarenakan sangat dikenalnya wisata ini sehingga membuat para wisatawan tertarik untuk mengunjunginya kembali, dan para wisatawan mendapatkan *experience* saat mengunjungi wisata Masjid Agung Demak.

3.4.7 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Asal Daerah Wisatawan Terhadap Masjid Agung Demak

Asal daerah wisatawan yang mengunjungi wisata Masjid Agung Demak merujuk pada seberapa banyak wisatawan dari daerah Kabupaten Demak maupun luar Kabupaten Demak. Berikut table dan diagram:

Tabel 3. 8 Jumlah Wisatawan Berdasarkan Asal Daerah

No.	Asal Daerah	Total (Orang)
1.	Kabupaten Demak	235
2.	Luar Kabupaten Demak	165
Jumlah		400

Sumber: Hasil Penulis, 2025



Gambar 3. 7 Diagram Asal Daerah

Berdasarkan hasil di lapangan, asal daerah wisatawan yang mengunjungi Masjid Agung Demak sebesar 58% dari Kabupaten Demak dan sebesar 41% dari luar kabupaten Demak. Rata-rata wisatawan yang berkunjung di wisata ini dari luar Kabupaten Demak yaitu orang-orang yang melakukan wisata religi.

BAB IV

ANALISIS PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP SARANA DAN PRASARANA OBJEK WISATA MASJID AGUNG DEMAK

4.1 Hasil Uji Validitas & Uji Reliabilitas

4.1.1 Uji Validitas Instrumen Penelitian

Tahap awal yang dilakukan adalah menguji validitas dan reliabilitas isi kuesioner. Apabila semua data yang terkumpul memenuhi syarat validitas dan reliabilitas, penelitian dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya. Namun, jika ada data

yang tidak valid atau tidak reliabel, maka pertanyaan yang bermasalah harus dihapus atau diperbaiki. Dalam penelitian ini, pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan terlebih dahulu pada 30 responden sebagai sampel awal sebelum diterapkan pada 400 responden utama. Berikut ini akan dijelaskan metode serta hasil dari pengujian validitas dan reliabilitas tersebut.

a) Uji Validitas

Interpretasi hasil validitas didasarkan pada perbandingan nilai r hitung setiap item dengan nilai r tabel. Suatu item dianggap valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel atau nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi (α) 0,05. Sebaliknya, item tersebut dianggap tidak valid jika nilai r hitung lebih kecil dari r tabel atau nilai signifikansi sama dengan atau lebih besar dari 0,05. Berikut adalah output dari uji validitas kuisioner penelitian dengan lokasi pengujian di Masjid Agung Demak dan menggunakan 30 responden.



Tabel 4. 1 Distribusi R Tabel signifikansi 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Sumber: Google, 2025

Hasil perbandingan nilai antara r hitung dan r tabel adalah valid, karena berdasarkan hasil pada item X sebesar $0,534 > r$ tabel $0,361$. Maka berdasarkan nilai tersebut pada nilai X_{01} lebih besar daripada r tabel. Hasil dari perhitungan uji validitas dapat diperoleh semua variable valid.

Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Perbandingan r hitung dan r tabel

Variabel	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
	X1	0,534	0,361	Valid
	X2	0,37	0,361	Valid
	X3	0,413	0,361	Valid
	X4	0,394	0,361	Valid
	X5	0,617	0,361	Valid
	X6	0,53	0,361	Valid
	X7	0,589	0,361	Valid
Attraction	X8	0,592	0,361	Valid
	X9	0,58	0,361	Valid

Variabel	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
	X10	0,494	0,361	Valid
	X11	0,442	0,361	Valid
	X12	0,461	0,361	Valid
	X13	0,72	0,361	Valid
	X14	0,706	0,361	Valid
	X15	0,713	0,361	Valid
	X16	0,719	0,361	Valid
	X17	0,628	0,361	Valid
Amenity	Y1,1	0,431	0,361	Valid
	Y1,2	0,588	0,361	Valid
	Y1,3	0,667	0,361	Valid
	Y1,4	0,612	0,361	Valid
	Y1,5	0,655	0,361	Valid
	Y1,6	0,384	0,361	Valid
	Y1,7	0,543	0,361	Valid
	Y1,8	0,611	0,361	Valid
	Y1,9	0,65	0,361	Valid
	Y1,10	0,567	0,361	Valid
	Y1,11	0,832	0,361	Valid
	Y1,12	0,684	0,361	Valid
	Y1,13	0,694	0,361	Valid
	Y1,14	0,685	0,361	Valid
	Y1,15	0,645	0,361	Valid
	Y1,16	0,59	0,361	Valid
	Y1,17	0,742	0,361	Valid
Informasi dan Promosi	Y2,1	0,717	0,361	Valid
	Y2,2	0,697	0,361	Valid
Akomodasi	Y3,1	0,73	0,361	Valid
	Y3,2	0,885	0,361	Valid
	Y3,3	0,823	0,361	Valid
	Y3,4	0,871	0,361	Valid
	Y3,5	0,891	0,361	Valid
Aksesbilitas	Y4,1	0,756	0,361	Valid
	Y4,2	0,794	0,361	Valid
	Y4,3	0,73	0,361	Valid
	Y4,4	0,704	0,361	Valid
	Y4,5	0,8	0,361	Valid
	Y4,6	0,867	0,361	Valid
	Y4,7	0,879	0,361	Valid

Variabel	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
	Y4,8	0,843	0,361	Valid
	Y4,9	0,888	0,361	Valid
Ancillary	Y5,1	0,545	0,361	Valid
	Y5,2	0,792	0,361	Valid
	Y5,3	0,752	0,361	Valid
	Y5,4	0,756	0,361	Valid
	Y5,5	0,834	0,361	Valid
	Y5,6	0,793	0,361	Valid
	Y5,7	0,823	0,361	Valid
	Y5,8	0,744	0,361	Valid
	Y5,9	0,666	0,361	Valid

Sumber: Hasil SPSS data primer diolah, 2025

4.1.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien Alpha Cronbach (α). Jika nilai α melebihi 0,690, maka dapat disimpulkan bahwa hasil pengukuran bersifat relatif konsisten apabila dilakukan pengulangan pengukuran lebih dari satu kali. Dengan kata lain, instrumen penelitian tersebut dinyatakan layak dan dapat digunakan untuk penelitian ini. Hasil uji reliabilitas kuesioner penelitian yang dilakukan dengan bantuan SPSS menggunakan metode Alpha Cronbach dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Tabel Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	31	86.1
	Excluded ^a	5	13.9
	Total	36	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber: SPSS & Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan table diatas menunjukan bahwa jumlah responden yang dianalisis pada program SPSS sebanyak 30 responden.

Tabel 4. 4 Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.992	59

Sumber: SPSS & Analisis Penulis, 2025

Pada tabel reliability statistic diketahui bahwa terdapat 59 item pertanyaan dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,992. Karena nilai Cronbach's Alpha 0,992, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan pada kuisioner penelitian "Persepsi Wisatawan Terhadap Sarana dan Prasarana Wisata Masjid Agung Demak" adalah realibel (konsisten). Berikut adalah tabel nilai Cronbach's Alpha dari 59 item pertanyaan dengan nilai Cronbach's Alpha > 0,60.

Tabel 4. 5 Item Total Statistic

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	183,07	2082,367	.856	.992
X2	182,91	2075,423	.734	.992
X3	182,65	2076,518	.838	.992
X4	182,62	2077,879	.822	.992
X5	183,19	2075,596	.832	.992
X6	182,81	2080,093	.813	.992
X7	183,16	2084,374	.846	.992
X8	183,10	2080,154	.829	.992
X9	182,97	2075,582	.838	.992
X10	183,16	2082,132	.762	.992
X11	183,17	2080,501	.750	.992
X12	182,97	2076,908	.785	.992
X13	182,93	2078,152	.881	.992
X14	182,96	2076,455	.872	.992
X15	183,16	2079,502	.843	.992
X16	182,80	2072,647	.886	.992
X.17	183,00	2072,277	.858	.992
Y1.1	182,75	2076,587	.809	.992
Y1.2	183,29	2078,375	.761	.992
Y1.3	183,38	2079,100	.731	.992
Y1.4	183,06	2079,853	.790	.992
Y1.5	182,80	2071,697	.830	.992
Y1.6	182,65	2073,376	.841	.992
Y1.7	182,71	2073,542	.823	.992
Y1.8	182,61	2073,488	.897	.992

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.9	182,74	2070,749	.897	.992
Y1.10	182,90	2075,311	.892	.992
Y1.11	183,15	2071,243	.824	.992
Y1.12	183,13	2074,735	.883	.992
Y1.13	183,06	2072,706	.820	.992
Y1.14	183,22	2078,003	.795	.992
Y1.15	183,51	2075,565	.769	.992
Y1.16	182,65	2074,483	.881	.992
Y1.17	182,93	2074,633	.889	.992
Y2.1	182,74	2079,127	.837	.992
Y2.2	182,67	2081,563	.804	.992
Y3.1	183,38	2087,107	.670	.992
Y3.2	183,25	2083,350	.792	.992
Y3.3	183,28	2084,101	.765	.992
Y3.4	183,12	2078,996	.846	.992
Y3.5	183,12	2080,721	.793	.992
Y4.1	183,09	2077,796	.778	.992
Y4.2	182,86	2074,121	.885	.992
Y4.3	183,06	2079,390	.804	.992
Y4.4	183,06	2076,999	.864	.992
Y4.5	182,99	2074,198	.883	.992
Y4.6	183,12	2070,888	.845	.992
Y4.7	183,02	2073,251	.845	.992
Y4.8	183,12	2076,122	.845	.992
Y4.9	183,06	2076,240	.822	.992
Y5.1	183,07	2075,413	.837	.992
Y5.2	183,12	2075,835	.814	.992
Y5.3	183,32	2076,962	.776	.992
Y5.4	183,16	2073,584	.851	.992
Y5.5	183,35	2081,764	.802	.992
Y5.6	183,32	2084,624	.811	.992
Y5.7	183,25	2082,881	.829	.992
Y5.8	183,25	2079,655	.828	.992
Y5.9	183,16	2078,649	.816	.992

Sumber: Hasil SPSS, data primer diolah, 2025

4.2 Analisis Objek Wisata Masjid Agung Demak

Masjid Agung Demak merupakan salah satu destinasi wisata religi yang memiliki daya tarik utama berupa nilai sejarah, budaya, dan spiritual. Selain fungsi utamanya sebagai tempat ibadah, kawasan Masjid Agung Demak juga

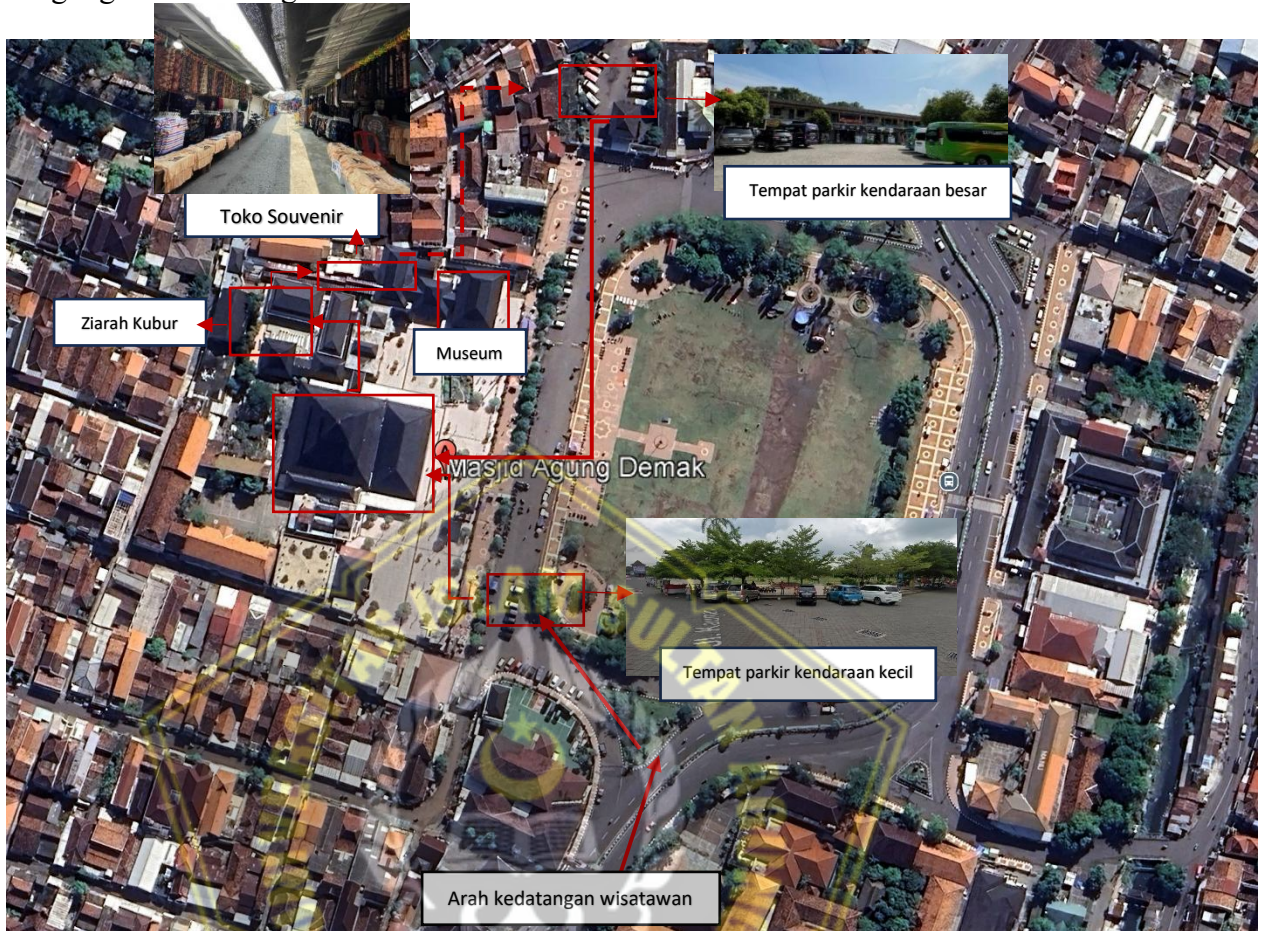
menyuguhkan beragam objek wisata pendukung yang menambah daya tarik bagi pengunjung. Salah satunya adalah Museum Masjid Agung Demak, yang menyimpan berbagai peninggalan bersejarah terkait berdirinya masjid, termasuk mimbar, bedug, dan artefak peninggalan Wali Songo yang menjadi bukti nyata perkembangan Islam di tanah Jawa. Keberadaan museum ini memberikan nilai edukatif bagi wisatawan, khususnya dalam memahami perjalanan sejarah Islam di Indonesia.

Selain itu, ziarah makam raja-raja Demak dan tokoh-tokoh penting yang berada di kompleks masjid juga menjadi daya tarik utama. Aktivitas ziarah ini banyak dilakukan oleh wisatawan yang datang dengan tujuan spiritual, sebagai bentuk penghormatan sekaligus mengenang jasa para pendiri Kesultanan Demak. Dengan demikian, kawasan Masjid Agung Demak tidak hanya berfungsi sebagai pusat ibadah umat Islam, tetapi juga sebagai destinasi wisata religi yang memadukan unsur ibadah, sejarah, budaya, dan edukasi.

Masjid Agung Demak juga menjadi pusat pelaksanaan berbagai event keagamaan besar, antara lain peringatan Maulid Nabi Muhammad SAW, Isra' Mi'raj, Tahun Baru Islam, serta Nuzulul Qur'an. Pada event tersebut, ribuan jamaah memadati kawasan masjid sehingga menciptakan suasana religius yang khas. Selain event tahunan, pengajian rutin mingguan maupun bulanan juga digelar dan diikuti masyarakat sekitar, yang bertujuan untuk memperdalam pemahaman agama sekaligus mempererat silaturahmi.

Tidak hanya itu, terdapat acara penting lainnya seperti Haul Sunan Kalijaga dan kegiatan doa bersama tingkat regional maupun nasional. Kehadiran acara-acara ini menegaskan posisi Masjid Agung Demak sebagai pusat kegiatan keagamaan, budaya, dan sosial yang memiliki peran signifikan di tingkat lokal maupun nasional.

Adapun rute wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata di Masjid Agung Demak sebagai berikut:



- Deskripsi Rute Perjalanan Wisatawan di Masjid Agung Demak:

1. Titik Kedatangan

- Wisatawan biasanya datang melalui jalan utama Alun-alun Demak. Kendaraan diparkir di area parkir timur dan selatan masjid.
- Bagi rombongan besar, bus pariwisata diarahkan ke area parkir khusus di sekitar alun-alun.

2. Pintu Masuk Kompleks Masjid

- Dari area parkir, wisatawan masuk melalui gerbang utama menuju halaman masjid.
- Di sini, wisatawan biasanya berhenti sejenak untuk mengambil foto dengan latar arsitektur Masjid Agung Demak.

3. Kegiatan Utama

- Ibadah Shalat di dalam masjid.

- Ziarah ke makam raja-raja Demak (Sultan Fatah, Raden Patah, dan keluarga kerajaan).
- Mengunjungi Museum Masjid Agung Demak untuk melihat koleksi sejarah seperti *saka tatal*, mimbar Sunan Kalijaga, dan peninggalan lainnya.

4. Aktivitas Pendukung

- Wisatawan bisa berbelanja di toko souvenir dan jajanan khas yang berada di sekitar kawasan masjid.
- Mengikuti pengajian rutin atau event keagamaan tertentu jika waktunya bertepatan (misalnya haul Sunan Kalijaga atau Maulid Nabi).

5. Akhir Perjalanan

- Setelah selesai berziarah dan berkunjung, wisatawan kembali ke area parkir.
- Beberapa wisatawan melanjutkan perjalanan ke objek wisata religi lain di Kabupaten Demak seperti Makam Sunan Kalijaga di Kadilangu.

4.3 Analisis Persepsi Wisatawan Terhadap Sarana Wisata Masjid Agung Demak

4.3.1 Persepsi Wisatawan terhadap Sarana Pokok Wisata

Fungsi sarana pokok dalam destinasi wisata adalah sebagai fasilitas utama yang mendukung keberlangsungan industri pariwisata dengan memberikan pelayanan langsung kepada wisatawan. Sarana ini menjadi pusat interaksi wisatawan selama di destinasi dan menentukan kenyamanan serta kepuasan wisatawan sehingga dapat meningkatkan lama tinggal dan pengeluaran wisatawan di tempat tersebut.

a. Atraksi Wisata Masjid Agung Demak

Tempat wisata yang menawarkan wisata religi seperti yang ada di Kawasan Masjid Agung Demak merupakan salah satu bentuk wisata religi yang dijadikan sebagai daya tarik wisata. Penelitian ini memperjelas bagaimana persepsi wisatawan terhadap sarana atraksi wisata di Kawasan Masjid Agung Demak.

Atraksi pada Masjid Agung Demak yaitu berupa Ziarah Kubur. Berikut adalah persepsi wisatawan yang mengunjungi Masjid Agung Demak berdasarkan atraksi wisata ziarah kubur:

Tabel 4. 6 Analisis Persepsi terhadap Atraksi Wisata

No.	Atraksi Wisata				
	Persepsi Atraksi Wisata	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
		1	2	3	4
Ziarah Kubur					
1.	Akses Jalan	3	4	197	196
	Persentase	1%	1%	49%	49%
2.	Tempat Luas	2	4	154	240
	Persentase	1%	1%	39%	60%
3.	Toilet	2	12	178	208
	Persentase	1%	3%	45%	52%
4.	Tempat Parkir	2	7	176	215
	Persentase	1%	2%	44%	54%
5.	Area istirahat	2	18	106	274
	Persentase	1%	5%	27%	69%

Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2025

Atraksi wisata pada ziarah kubur memperoleh jawaban dari responden antara lain indikator dengan persentase tertinggi pada kategori "*Sangat Setuju*" adalah akses jalan sebesar 49%, tempat yang luas sebesar 60%, toilet sebesar 52%, tempat parkir sebesar 54%, dan area istirahat sebesar 69%. Sedangkan untuk pernyataan tidak setuju antara lain 1% untuk akses jalan dan tempat yang luas, 3% untuk toilet, 2% untuk tempat parkir, dan 5% untuk area istirahat. Berdasarkan hasil kuisioner, adapun beberapa faktor yang mempengaruhi penilaian wisatawan dalam memberikan persepsi baik terhadap atraksi wisata ziarah kubur yang ramai dikunjungi peziarah serta melakukan wisata religi.

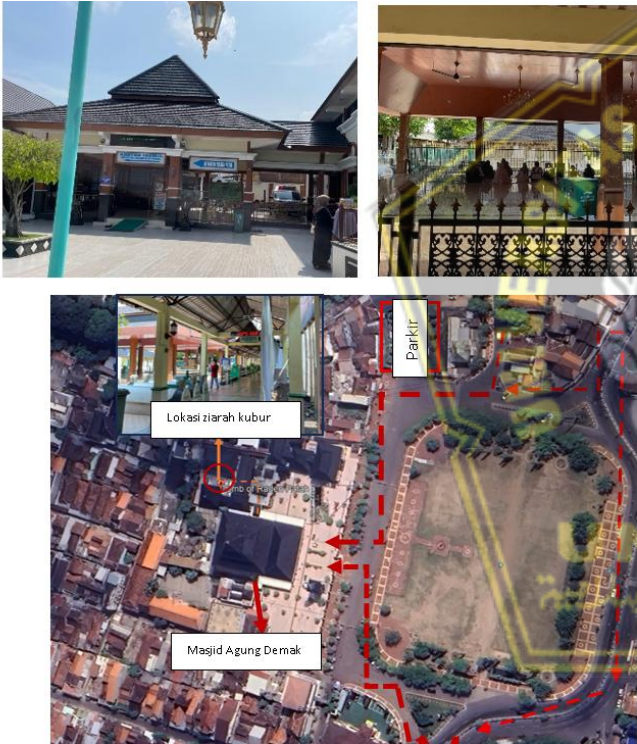
Berdasarkan dari hasil kuisioner, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penilaian wisatawan terhadap atraksi wisata ziarah kubur yaitu mayoritas wisatawan memberikan penilaian baik karena ziarah kubur ini memiliki fasilitas yang memadai dengan tujuan wisatawan yang ingin berwisata religi serta menikmati keindahan dari gaya arsitek Masjid Agung. Dengan memiliki keindahan Masjid Agung dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung ke Masjid Agung.

Wisatawan yang telah mengikuti kegiatan berwisata religi mendapatkan wawasan dan pengalaman baru karena ketika mengunjungi objek wisata religi ini, wisatawan memiliki pilihan untuk mengikuti kegiatan wisata ziarah kubur, wisatawan dapat mengunjungi museum yang ada di sebelah Masjid Agung. Wisatawan juga dapat menambah wawasan di Museum Masjid Agung Demak karena di dalam museum menyediakan ruang pembelajaran sejarah Islam, warisan budaya Wali Songo, dan arsitektur tradisional Jawa. Hal tersebut dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke Masjid Agung Demak.

Adapun perbandingan analisis atraksi wisata ziarah kubur terhadap standar minimal pariwisata yang diatur dalam PERMENPAREKRAF Nomor 3 Tahun 2022 yaitu:



Tabel 4. 7 Perbandingan analisis lapangan atraksi wisata dengan standar sarana dan prasarana pariwisata

Atraksi Wisata (Ziarah Kubur)		
Eksisting	Standar Minimal	Analisis
1. Lokasi Ziarah Lokasi ziarah terletak di sebelah kiri masjid, dengan lokasi yang mudah diakses. Para wisatawan dapat mengikuti petunjuk yang tersedia untuk menuju makam. 	1. Lokasi yang strategis dan mudah diakses	1. Lokasi ziarah strategis mudah diakses wisatawan dengan memasuki area masjid. Lokasi ziarah mudah diakses oleh wisatawan dari tempat parkir, namun wisatawan yang menggunakan kendaraan seperti bus/mobil/elf dapat berjalan sekitar $\pm 50-100$ meter (< 2 menit jalan kaki) untuk menuju lokasi ziarah. Di dalam area masjid terdapat tanda panah arah menuju makam. Wisatawan dapat mengikuti tanda panah ke arah makam dengan berjalan kaki. Tempat ziarah cukup luas dengan tersedianya area pendopo untuk duduk dan berdoa.

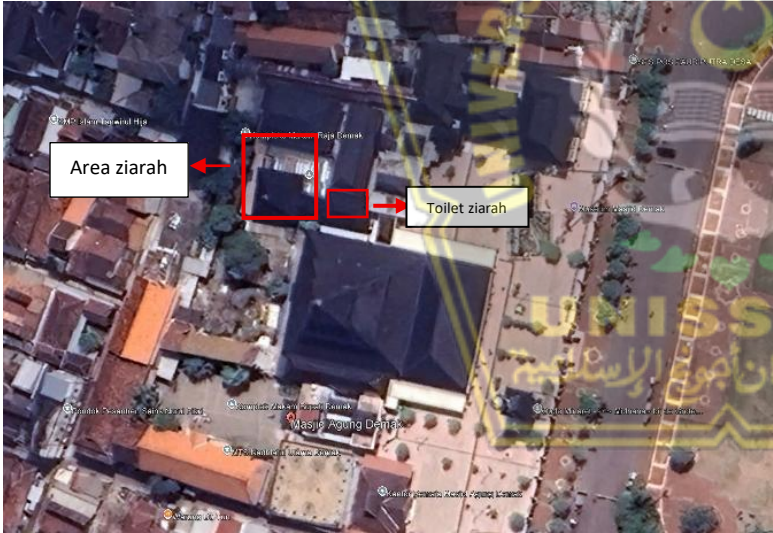
2. Toilet

Terdapat toilet didepan makam ziarah untuk wisatawan. Toilet tersebut tersedia secara terpisah laki-laki dan perempuan.



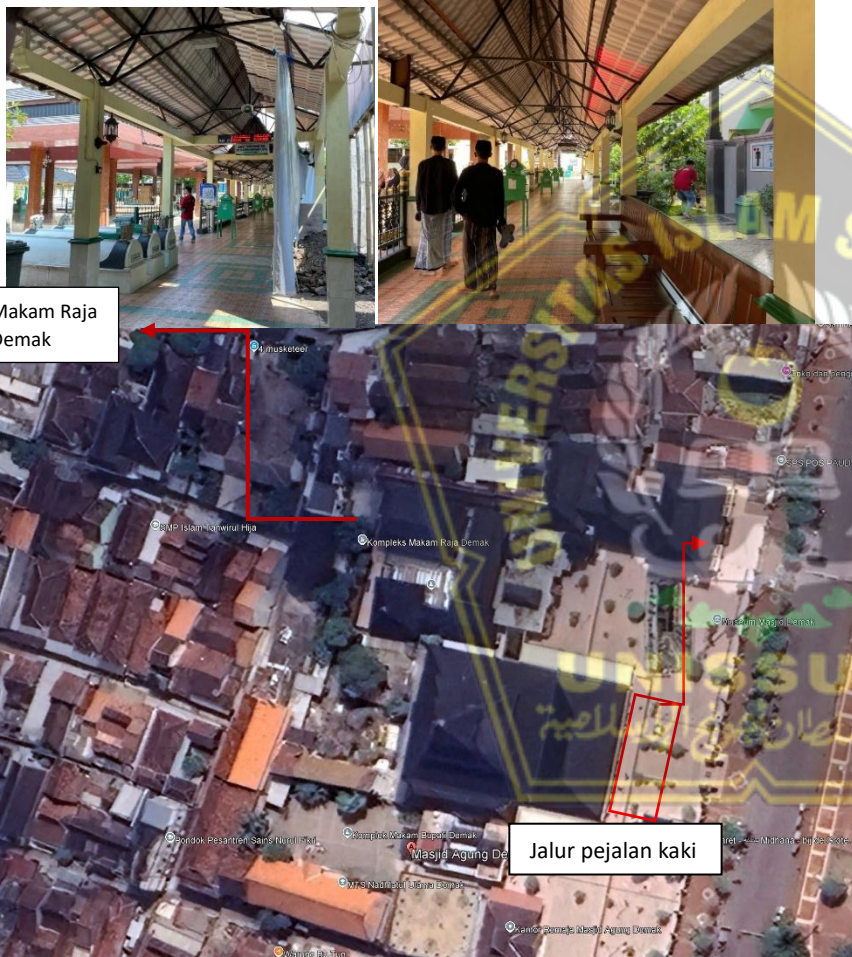
2. -Pembuatan toilet;

-Ziarah kubur sudah memiliki toilet yang tersedia secara terpisah antara laki-laki dan perempuan.

3. Toilet Terdapat toilet didepan makam ziarah untuk wisatawan. Toilet tersebut tersedia secara terpisah laki-laki dan perempuan.	-Mudah diketahui dan dicapai keberadaannya;	-Mudah ditemukan oleh para pengunjung karena letaknya yang strategis.
	-Akses menuju toilet laki-laki dan perempuan perlu dibuat terpisah untuk pertimbangan keamanan.	-Akses menuju toilet laki-laki dan perempuan terpisah yaitu untuk pria di sebelah kiri dan untuk wanita di sebelah kanan.
	-Toilet dilengkapi dengan penanda yang jelas dan informatif.	-Toilet sudah dilengkapi penanda yang jelas dan informatif
	-Setiap toilet umum harus menyediakan paling sedikit 1 (satu) buah toilet untuk penyandang disabilitas.	-toilet menyediakan hand rail untuk penyandang disabilitas

4. Jalur pejalan kaki ke area ziarah

Akses menuju makam telah disediakan jalur pejalan kaki yang sudah menggunakan keramik. Terdapat bangku untuk beristirahat. Dan sudah tersedia tempat parkir didepan masjid.



-Pembuatan jalur pejalan kaki (pedestrian)/jalan setapak/jalan dalam kawasan, dan tempat parkir;

3. Pedestrian

-Akses menuju ziarah kubur sudah terdapat jalur pejalan kaki yang dilengkapi dengan tempat duduk untuk wisatawan. Jalur pejalan kaki menerus dan hanya satu arah menuju area makam serta pintu keluar.

5. Jalur pejalan kaki ke area ziarah	3.-Pelindung atau Peneduh: jenis pelindung atau peneduh jalur pejalan kaki dapat disesuaikan dengan fasilitas pejalan kaki dapat berupa pohon, atap	-Jalur pejalan kaki dengan penaung berupa atap.
	-Tempat sampah tidak boleh mengganggu pergerakan	-Tempat sampah terdapat di jalur pejalan kaki
	-Lokasi fasilitas berada dalam cakupan jarak pejalan kaki, yaitu antara 300 (tiga ratus) meter – 400 (empat ratus) meter. Apabila jarak lebih dari 400 (empat ratus) meter, harus diberikan jeda atau tempat istirahat pejalan kaki.	-Lokasi fasilitas berada dalam cakupan jarak 150 meter. Sudah disediakan bangku untuk bersistirahat pejalan kaki.



Akses menuju makam telah disediakan jalur pejalan kaki yang sudah menggunakan keramik. Terdapat bangku untuk beristirahat. Dan sudah tersedia tempat parkir didepan masjid.



Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perbandingan analisis atraksi ziarah kubur dengan standar sarana dan prasarana pariwisata menurut Permenparekraf Nomor 3 Tahun 2022 mendapatkan Kesimpulan bahwa atraksi wisata tersebut di Masjid Agung Demak secara umum sudah memenuhi aspek yang ada pada standar sarana dan prasarana pariwisata. Hal ini menunjukkan bahwa atraksi wisata ziarah kubur tidak hanya menarik dari sisi spiritual dan historis, tetapi juga didukung oleh sarana dan prasarana yang baik. Dukungan fasilitas inilah yang memperkuat Masjid Agung Demak sebagai destinasi wisata religi yang tidak hanya menawarkan nilai keagamaan, tetapi juga kenyamanan bagi para peziarah.

Berdasarkan hasil 5 analisis terkait akses jalan, tempat luas, toilet, tempat parkir, dan area istirahat di Masjid Agung Demak, maka disimpulkan bahwa parameter atraksi wisata di Masjid Agung Demak masuk dalam kategori sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Skor Maksimal} - \text{Nilai Skor Minimal}}{\text{Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{(400 \times 4 \times 5) - (400 \times 1 \times 5)}{4}$$

$$\text{Interval} = \frac{8.000 - 2.000}{4}$$

$$\text{Interval} = \frac{6.000}{4}$$

$$\text{Interval} = 1.500$$

Tabel 4. 8 Hasil Skor Parameter Atraksi wisata

Atraksi wisata	
Nilai min. = 2000 Nilai maks. = 8.000 Interval = 1.500 Kategori: STS: 2000 – 3.500 TS: 3.501 – 5.000 S: 5.001 – 6.500 SS: 6.501 – 8.000	Hasil Skor 7.066 Kategori " Sangat Setuju "

Sumber: Analisis Penulis, 2025

Dalam penelitian ini berdasarkan persepsi wisatawan, atraksi wisata menjadi salah satu parameter penting yang mempengaruhi persepsi wisatawan terhadap masjid agung. Berdasarkan hasil penilaian atraksi wisata, skor yang

diperoleh Adalah 7.066 dari nilai maksimum 8.000. skor tersebut masuk dalam kategori “sangat setuju” berdasarkan rentang yang telah ditentukan. Artinya atraksi wisata yang terdapat di Masjid Agung Demak dinilai sangat baik oleh wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa elemen-elemen atraksi, seperti akses jalan, luas area, fasilitas toilet, tempat parkir, dan area istirahat, telah mampu memberikan pengalaman positif bagi pengunjung.

b. Akomodasi Wisata Masjid Agung Demak

Akomodasi merupakan salah satu unsur penting dalam pengembangan destinasi wisata, karena berperan sebagai tempat istirahat dan pelayanan penunjang bagi wisatawan selama melakukan kunjungan. Berikut merupakan tabel persepsi wisatawan terhadap akomodasi wisata:

Tabel 4. 9 Analisis Persepsi terhadap Akomodasi Wisata

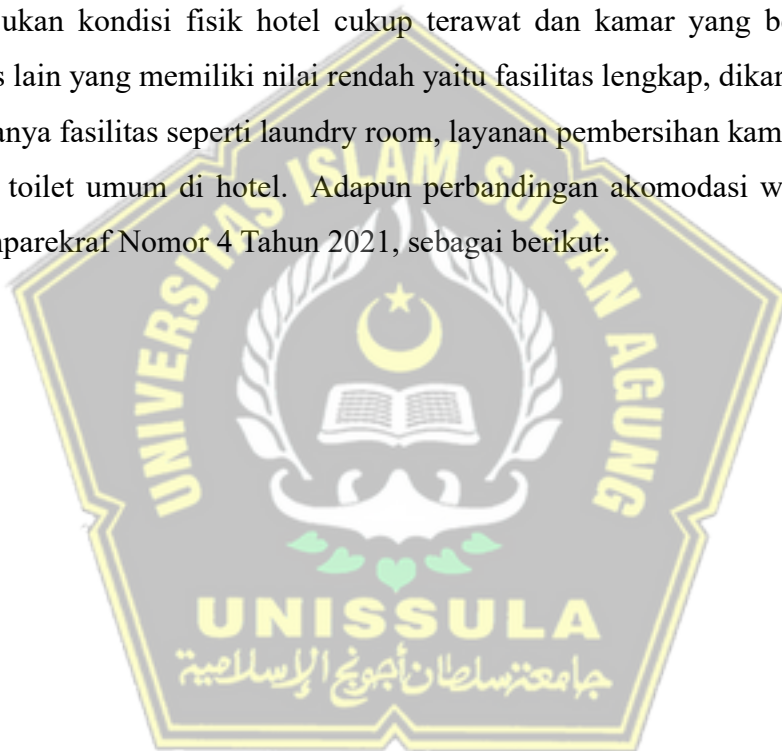
No.	Akomodasi Wisata				
	Persepsi Akomodasi Wisata	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
		1	2	3	4
Hotel/Guest House					
1.	Lokasi strategis	6	18	195	181
	persentase	2%	5%	49%	45%
2.	Fasilitas lengkap	6	230	18	146
	persentase	2%	58%	5%	37%
3.	Harga terjangkau	4	18	166	212
	persentase	1%	5%	42%	53%
4.	Pelayanan ramah	3	16	226	155
	persentase	1%	4%	57%	39%
5.	Terdapat toilet umum	196 %	188	2	14
	persentase	1%	47%	1%	4%

Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2025

Dapat dilihat dari tabel diatas, bahwa persepsi wisatawan terhadap akomodasi wisata yaitu hotel atau guesthouse pada indikator Lokasi strategis memperoleh nilai sebesar 45% sangat setuju dan 5% untuk tidak setuju. Indikator fasilitas lengkap memperoleh nilai sebesar 37% sangat setuju dan 58% untuk tidak setuju. Indikator harga terjangkau memperoleh nilai sebesar 53% untuk sangat setuju dan 5% untuk tidak setuju. Indikator pelayanan ramah memperoleh nilai

sebesar 39% untuk sangat setuju dan 4% untuk tidak setuju. Indikator toilet memperoleh nilai sebesar 4% untuk sangat setuju dan 47% untuk tidak setuju.

Berdasarkan hasil penilaian persepsi, homestay yang terletak di atas toko atau plaza kuliner dinilai cukup praktis dan strategis karena berada dekat dengan Masjid Agung Demak serta mudah ditemukan. Wisatawan terbantu dengan adanya warung makan atau toko dibawah penginapan. Namun, terdapat beberapa indikator yang memiliki penilaian buruk terhadap hotel. Pertama, mempertimbangkan pengaruh individu terhadap bagaimana wisatawan akan mempersepsikan kondisi hotel saat mengunjungi destinasi wisata religi. Pengamatan langsung di lapangan menunjukan kondisi fisik hotel cukup terawat dan kamar yang bersih. Adapun fasilitas lain yang memiliki nilai rendah yaitu fasilitas lengkap, dikarenakan belum tersedianya fasilitas seperti laundry room, layanan pembersihan kamar serta belum adanya toilet umum di hotel. Adapun perbandingan akomodasi wisata terhadap Permenparekraf Nomor 4 Tahun 2021, sebagai berikut:



Tabel 4. 10 Perbandingan analisis lapangan akomodasi wisata dengan standar sarana dan prasarana pariwisata

Akomodasi Wisata (Hotel/Guesthouse)		
Eksisting	Standar minimal	Analisis
1. Homestay Terdapat penginapan syariah didekat masjid yang terawat dan bersih dan harganya terjangkau. Dibawah wisma ini terdapat penjual makanan dan minuman.    	-Memiliki area parkir kendaraan Tersedia fasilitas seperti: -Tempat sampah organik dan non organik - Toilet umum yang bersih dan terawat; Tersedia Instalasi Air Bersih -sirkulasi udara dan pencahayaan baik. Dan petunjuk arah serta papan informasi jelas dan mudah terlihat; -Kamar tidur/unit hunian termasuk kamar mandi, dilengkapi fasilitas tambahan	Tersedia parkir di depan penginapan yang tergabung dalam tempat parkir souvenir Tidak memiliki tempat sampah terpisah organik dan non organik -Toilet umum belum tersedia. Homestay cukup bersih dan tersedia air bersih. -Penginapan memiliki sirkulasi udara yang baik letaknya yang mudah dilihat oleh wisatawan -Fasilitas berupa kamar tidur,TV dan lemari serta AC

Parkir homestay

Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perbandingan analisis akomodasi wisata dengan standar sarana dan prasarana pariwisata menurut Permenparekraf Nomor 4 Tahun 2021 mendapatkan kesimpulan bahwa akomodasi berupa hotel/guesthouse di wisata masjid agung demak belum memenuhi aspek yang ada pada standar sarana dan prasarana pariwisata.

Berdasarkan hasil studi lapangan, homestay atau penginapan syariah yang berada di sekitar Masjid Agung Demak telah memenuhi beberapa aspek dalam standar amenitas wisata, khususnya dalam hal ketersediaan fasilitas dasar seperti kamar tidur, kamar mandi, lemari, kipas angin, dan akses air bersih. Lokasi homestay juga cukup strategis karena terletak dekat dengan area masjid dan mudah dijangkau oleh wisatawan, dengan sirkulasi udara dan pencahayaan yang baik. Akses kendaraan tersedia melalui area parkir yang berada di depan penginapan dan terintegrasi dengan lokasi parkir souvenir, sehingga memudahkan pengunjung yang membawa kendaraan pribadi atau bus pariwisata.

Salah satu kekurangan utama adalah tidak tersedianya toilet umum yang terpisah dan layak secara khusus untuk pengunjung non-penginap, hal ini penting mengingat homestay berada di kawasan destinasi ziarah dengan intensitas kunjungan tinggi. Fasilitas tambahan seperti tempat sampah terpisah organik dan non organik tersedia namun masih bersifat menyatu dengan area luar (parkir souvenir), bukan berada dalam zona khusus homestay. Serta belum tersedia jalur evakuasi.

Berdasarkan hasil analisis akomodasi di Masjid Agung Demak, maka disimpulkan bahwa parameter akomodasi wisata di Masjid Agung Demak masuk dalam kategori sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Skor Maksimal} - \text{Nilai Skor Minimal}}{\text{Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{(400 \times 4 \times 5) - (400 \times 1 \times 5)}{4}$$

$$\text{Interval} = \frac{8.000 - 2.000}{4}$$

$$\text{Interval} = \frac{6.000}{4}$$

$$\text{Interval} = 1.500$$

Tabel 4. 11 Hasil Skor Parameter Akomodasi wisata

Akomodasi wisata	
Nilai min. = 2000	Hasil Skor 5.864 Kategori " Setuju "
Nilai maks. = 8.000	
Interval = 1.500	
Kategori:	
STS: 2000 – 3.500	
TS: 3.501 – 5.000	
S: 5.001 – 6.500	
SS: 6.501 – 8.000	

Sumber: Hasil Penulis, 2025

Dalam penelitian ini berdasarkan persepsi wisatawan, akomodasi wisata menjadi salah satu parameter penting yang mempengaruhi persepsi wisatawan terhadap masjid agung. Berdasarkan hasil penilaian akomodasi wisata, skor yang diperoleh adalah 5.864 dari nilai maksimum 8.000. Skor tersebut masuk dalam kategori “setuju” berdasarkan rentang yang telah ditentukan. Artinya akomodasi wisata berupa hotel/guesthouse yang terdapat di Kawasan Masjid Agung Demak dinilai cukup baik oleh wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa elemen-elemen lokasi strategis, fasilitas penunjang, harga terjangkau, pelayanan ramah, dan telah mampu memberikan pengalaman positif bagi pengunjung.

4.3.2 Persepsi Wisatawan terhadap Sarana Pendukung Wisata

Sarana pendukung pariwisata adalah perusahaan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok pariwisata, tetapi yang terpenting adalah untuk membuat wisatawan dapat lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata.

a. Amenitas Wisata Masjid Agung Demak

Amenitas merupakan elemen penting dalam menunjang kenyamanan, kepuasan, dan kelancaran aktivitas wisatawan selama berkunjung, khususnya pada destinasi wisata religi yang tidak hanya menjadi tempat ibadah, tetapi juga pusat sejarah dan budaya Islam. Amenitas pada Wisata Masjid Agung Demak meliputi tempat ibadah dan toko souvenir. Berikut dijelaskan mengenai hasil analisis persepsi wisatawan terhadap amenities (amenity) di Masjid Agung Demak pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 12 Analisis Persepsi terhadap Amenitas Wisata

No.	Amenitas Wisata				
	Persepsi Amenitas Wisata	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
		1	2	3	4
Tempat Ibadah					
1.	Toilet terpisah	4	4	156	236
	Persentase	1%	1%	39%	59%
2.	Terdapat alat penunjang ibadah	3	3	137	257
	Persentase	1%	1%	34%	64%
3.	Pembatas Shalat	3	8	170	219
	Persentase	1%	2%	43%	55%
4.	Tempat wudhu terpisah	2	4	178	216
	Persentase	1%	1%	45%	54%
Toko Souvenir					
1.	Tersedia Toko souvenir	3	4	201	192
	Persentase	1%	1%	50%	48%

Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan data tabel diatas amenities wisata memperoleh jawaban dari responden antara lain indikator dengan persentase tertinggi pada kategori "*Sangat Setuju*" adalah indikator tempat ibadah, toilet terpisah sebesar 59%, terdapat alat penunjang ibadah sebesar 64%, pembatas shalat sebesar 55%, tempat wudhu terpisah sebesar 54%. Pada indikator toko souvenir sebesar 48%. Sedangkan pada kategori "*Tidak setuju*" adalah indikator toilet terpisah tempat wudhu terpisah, dan alat penunjang ibadah sebesar 1%, pembatas shalat sebesar 2%. Indikator toko souvenir sebesar 1%.

Berdasarkan analisis dari temuan persepsi tersebut, terdapat beberapa karakteristik yang mempengaruhi bagaimana pengunjung menilai kenyamanan dan kebersihan pada setiap indikator amenities wisata. Persepsi pengunjung terhadap tempat ibadah dan toko souvenir di Masjid Agung Demak dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan kenyamanan, kebersihan, aksesibilitas, kelengkapan fasilitas, dan pengalaman spiritual maupun belanja.

Pada indikator toko souvenir dalam aksesibilitasnya, toko souvenir mudah dijangkau bagi para wisatawan karena letak toko souvenir yaitu dekat dengan pintu keluar area ziarah kubur. Para wisatawan dapat langsung membeli souvenir yang

tersedia. Banyak berbagai macam oleh-oleh khas masjid agung yang dapat dibeli oleh wisatawan. Souvenir yang dijual yaitu berupa jajanan khas Demak antara lain jenang, kripik, rengginang, wingko babat, dll. Adapun souvenir lain seperti pakaian muslim, peci, sajadah, tasbih, sarung, gelang, dll. Toko souvenir terletak di dekat area ziarah kubur dan di sebelah utara area parkir Bus. Wisatawan yang ingin membeli souvenir di sebelah utara area parkir, dapat berjalan kurang lebih 250 meter dari Masjid Agung. Hanya saja kurangnya tempat duduk atau area tunggu pada toko souvenir.

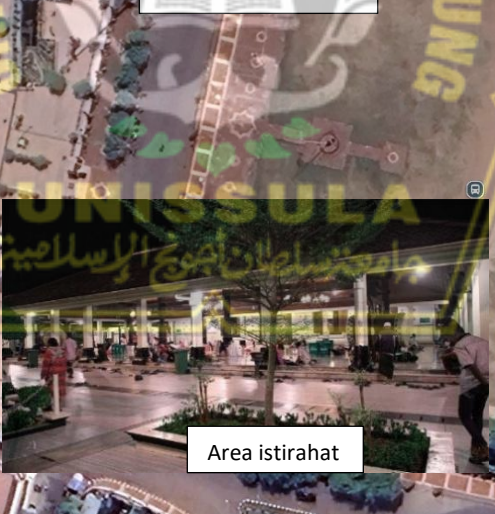
Adapun perbandingan amenitas wisata terhadap PERMENPAREKRAF Nomor 3 Tahun 2022, sebagai berikut:



Tabel 4. 13 Perbandingan analisis lapangan Amenitas Wisata dengan standar sarana dan prasarana pariwisata



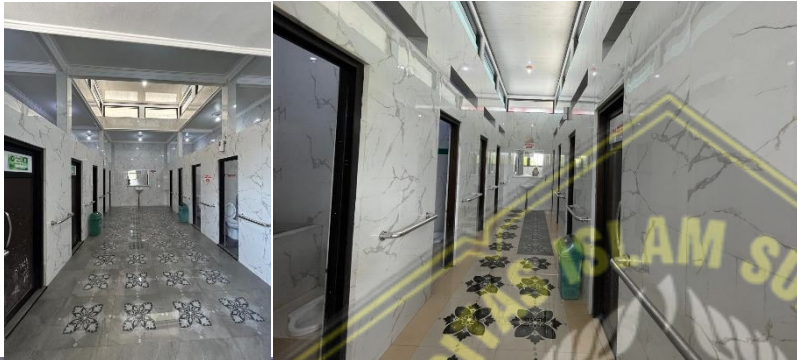
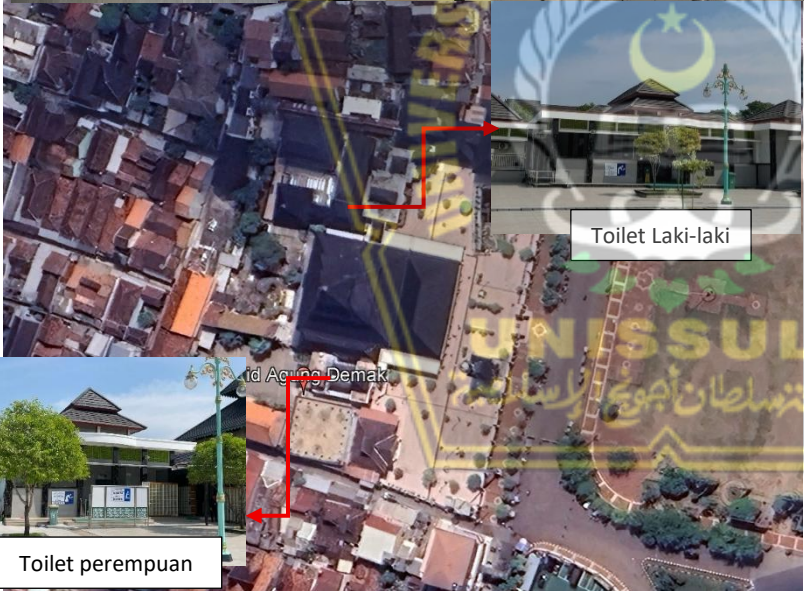
Amenitas Wisata		
Eksisting	Standar Minimal	Analisis
1. Tempat ibadah Lokasi masjid berada dekat dengan alun-alun Demak. Akses wisatawan terhadap masjid sangat mudah. Akses kendaraan yaitu melalui jalur utama menuju kompleks masjid, berada di sisi selatan/selatan-timur alun-alun Simpang 6 Demak. 	1. Tempat ibadah -Tempat ibadah mudah diakses dan dekat dengan Lokasi kegiatan wisatawan	-Lokasi Masjid strategis karena berada ditengah kota dan mudah diakses oleh wisatawan baik menggunakan kendaraan umum maupun pribadi. -Lokasi masjid juga bersebelahan dengan kegiatan wisatawan yang sedang berziarah. -Akses kendaraan yaitu dapat melalui jalur utama yaitu dari Jl.Sultan Fatah yang berada di sisi selatan/selatan-timur alun-alun Simpang 6 menuju kompleks masjid Demak. Maupun jalur dari Jl.Kyai singkil menuju kompleks masjid Demak.

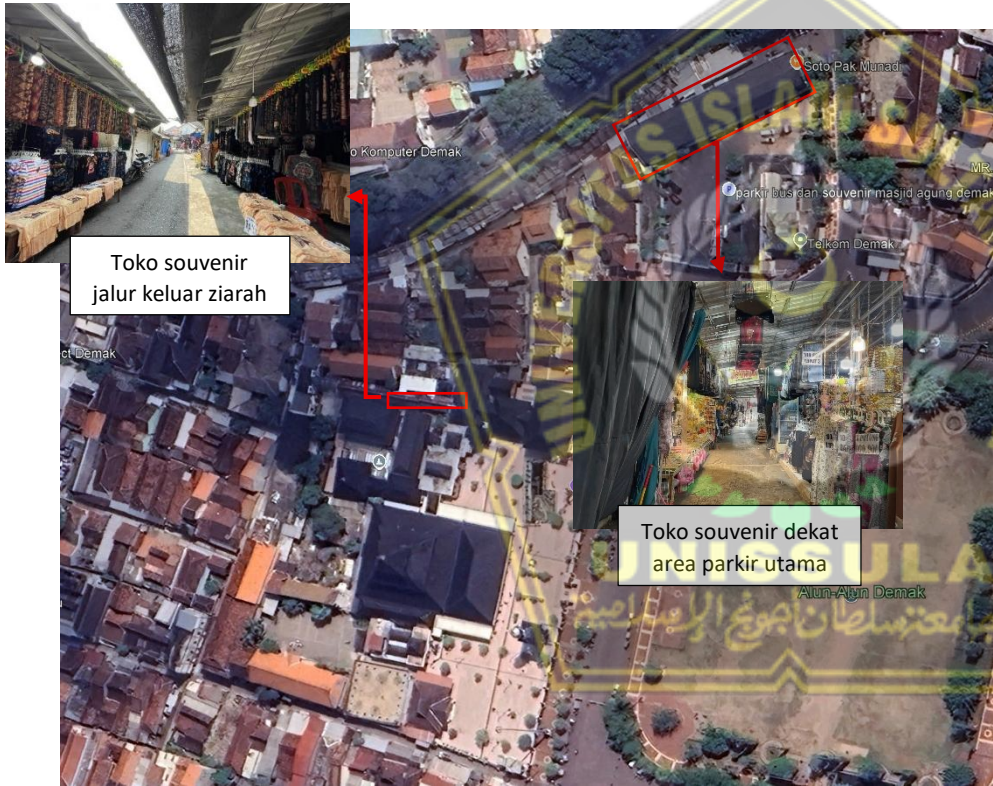
Amenitas Wisata		
Eksisting	Standar Minimal	Analisis
2. Ruang Shalat Masjid digunakan sebagai tempat shalat, pengajian, dan kegiatan keagamaan lainnya. Ruang shalat utama sebagai tempat shalat laki-laki sedangkan pawestren yaitu ruang shalat khusus perempuan. Masjid mampu menampung lebih dari 500 jamaah. Masjid juga memiliki area outdoor untuk wisatawan yang ingin beristirahat saat berwisata atau hanya sekedar beribadah.    	2. Ruang shalat -luas ruangan mampu menampung minimal 30 (tiga puluh) orang -Pintu keluar masuk pria dan wanita terpisah; -Tersedia rak penyimpanan mukena, sarung dan Al-Qur'an; -Pada bagian teras atau selasar mushola disediakan fasilitas tempat duduk (untuk pengguna melepaskan dan memasangkan alas kaki)	Ruang shalat dapat menampung jamaah lebih dari minimal orang yang ditentukan standar. Tata letak ruang shalat juga memisahkan area laki-laki dan perempuan secara jelas. Memiliki pintu keluar masuk terpisah pria dan wanita Terdapat rak penyimpanan alat shalat dan Al-Qur'an Terdapat area istirahat, pengunjung beristirahat secara lesehan di atas lantai teras yang terbuat dari ubin atau keramik.

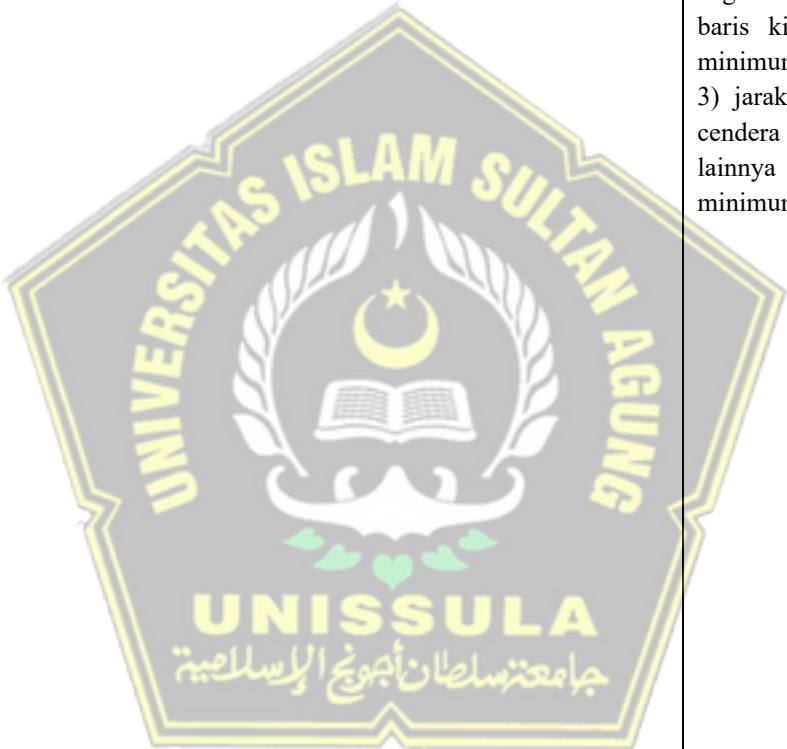
Amenitas Wisata		
Eksisting	Standar Minimal	Analisis
3. Tempat Wudhu Masjid Tempat wudhu masjid tersedia secara terpisah laki-laki dan perempuan. Tempat wudhu laki-laki berada di sebelah kiri masjid dan perempuan berada di sebelah kanan masjid.	3. Tempat wudhu masjid Tempat wudhu sudah terpisah (aurat wanita terjaga); Tempat wudhu dilengkapi dengan kisi-kisi besi (yang dapat dilepas dan pasang), Material lantai tempat wudhu menggunakan material bertekstur, antislip dan tidak licin; Tinggi keran tempat wudhu antara ketinggian 80 cm sampai dengan 109 cm dari lantai; jarak antarkeran dan sekat tempat gantungan 50 cm.	Tempat wudhu sudah terpisah pria dan wanita Sudah tersedia kisi-kisi besi Lantai sudah menggunakan material keramik bertekstur sehingga tidak licin Tinggi keran wudhu kurang lebih 100cm dari lantai dan jarak antar keran kurang lebih 60cm.



Amenitas Wisata		
Eksisting	Standar Minimal	Analisis
		
4. Toilet Toilet tersedia secara terpisah antara laki-laki dan perempuan. Toilet pada masjid ini cukup bersih dan terawat serta memiliki sirkulasi yang baik, dinding berwarna terang. Memiliki 1 wastafel dan 2 tempat sampah.	4. Toilet Toilet pria dan wanita terpisah;	-Fasilitas toilet terpisah laki-laki dan perempuan, sudah memenuhi standar.
	Toilet dilengkapi dengan penanda yang jelas dan informatif.	Toilet memiliki penanda jelas dan informatif
	Setiap toilet umum harus menyediakan paling	Toilet ramah disabilitas dengan menyediakan

Amenitas Wisata		
Eksisting	Standar Minimal	Analisis
  Toilet Laki-laki Toilet perempuan	sedikit 1 (satu) buah toilet untuk penyandang disabilitas. Luas ruang dalam toilet paling sedikit berukuran 80 cm x 155 cm;	tiang pegangan di setiap dinding toilet. Luas toilet kurang lebih berukuran 100 cm x 150 cm

Amenitas Wisata		
Eksisting	Standar Minimal	Analisis
5. Toko souvenir Toko souvenir berada disebelah pintu keluar area ziarah dan di Area parkir utama dekat alun-alun dan pintu masuk masjid, sering disebut sebagai “Parkir Bus dan Souvenir Masjid Agung Demak”. Para wisatawan yang telah berziarah dapat langsung membeli oleh-oleh dari masjid agung.  Toko souvenir jalur keluar ziarah Toko souvenir dekat area parkir utama	5. Toko souvenir -Kios berada pada lokasi yang tidak mengganggu pergerakan pejalan kaki dan mudah diakses Kios Cendera Mata yang ditata berkelompok harus memenuhi ketentuan berikut ini: 1) ditata berhadapan antara kios cendera mata baris pertama dan baris kedua; 2) harus menyediakan sirkulasi atau akses	-Kios souvenir terletak strategis karena berada di sebelah pintu keluar area ziarah dan tidak mengganggu pergerakan pejalan kaki. Namun Jarak antara toko souvenir yang berada di jalur keluar ziarah (dekat kompleks makam) dengan toko souvenir di area parkir utama (depan masjid atau dekat alun-alun) cukup jauh, sehingga wisatawan perlu berjalan kaki sekitar beberapa ratus meter jika ingin mengunjungi keduanya. Kios sudah ditata berhadapan dan menyediakan akses pejalan kaki namun lebar tersebut hanya kurang lebih 2-3 meter dikarenakan lokasi souvenir yang menyempit. Dan tidak

Amenitas Wisata		
Eksisting	Standar Minimal	Analisis
	pejalan kaki (sirkulasi utama pejalan kaki) pada bagian tengah antara dua baris kios dengan lebar minimum 6 m; 3) jarak antara unit kios cendera mata satu dan lainnya memiliki jarak minimum 3,5 m.	ada jarak antar unit kios cendera mata.

Amenitas Wisata		
Eksisting	Standar Minimal	Analisis
5. Tempat Parkir Toko souvenir Toko souvenir memiliki tempat parkir yang luas. Tempat parkir ini juga difungsikan untuk wisatawan yang mengunjungi masjid agung dengan kendaraan besar dapat parkir disini dengan mengikuti rambu-rambu petunjuk.  	5. Tempat Parkir Toko souvenir - Tempat parkir yang bersih, aman, dan terawat, dilengkapi dengan rambu-rambu petunjuk	-Toko souvenir menyediakan tempat parkir yang luas dapat diakses oleh kendaraan besar seperti bus/elf dan kendaraan bermobil. Terdapat rambu parkir, dan terawat.

Amenitas Wisata		
Eksisting	Standar Minimal	Analisis
6. Toilet Toko souvenir Pada kios-kios souvenir hanya terdapat wc umum yang disediakan. 	- Toilet yang bersih, terawat, dan terpisah untuk pengunjung pria dan wanita, termasuk untuk penyandang disabilitas	-Toilet yang tersedia dalam toko souvenir yaitu WC umum dan tidak terpisah untuk laki-laki dan Perempuan, termasuk penyandang disabilitas

Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perbandingan analisis amenitas dengan standar sarana dan prasarana pariwisata menurut Permenparekraf Nomor 3 Tahun 2022 mendapatkan kesimpulan bahwa amenitas wisata yaitu tempat ibadah sudah memenuhi aspek yang ada pada standar. Masjid Agung Demak secara umum telah memenuhi sebagian besar standar minimal amenitas wisata, khususnya dari aspek kapasitas, pemisahan ruang ibadah, dan ketersediaan sarana ibadah, toilet dan tempat wudhu yang terpisah Wanita dan pria, aksesibilitas menuju tempat ibadah juga mudah dijangkau oleh kendaraan pribadi maupun kendaraan umum karena letaknya yang strategis berada di tengah kota.

Namun, untuk amenitas toko souvenir di Masjid Agung Demak belum memenuhi aspek yang ada pada standar sarana dan prasarana pariwisata. Dikarenakan berdasarkan hasil studi lapangan dan perbandingan terhadap standar minimal amenitas wisata, keberadaan toko souvenir di kawasan Masjid Agung Demak dapat dinilai belum memenuhi ketentuan yang berlaku. Toko souvenir tersebar di dua titik utama, yaitu di jalur keluar area makam dan di sekitar area parkir utama depan alun-alun. Meskipun lokasi tersebut dinilai strategis karena tidak mengganggu pergerakan pengunjung dan mudah ditemukan, namun terdapat kelemahan dari segi keterjangkauan. Pengunjung yang ingin mengunjungi kedua lokasi toko souvenir harus berjalan kaki cukup jauh, karena jarak antar titik mencapai beberapa ratus meter.

Dari segi penataan, kios souvenir memang telah disusun secara berhadapan dan menyediakan jalur sirkulasi pejalan kaki. Akan tetapi, jalur tersebut belum memenuhi lebar minimal 6 meter sebagaimana standar aksesibilitas yang ideal. Kondisi ini dapat menyebabkan kerumunan atau kesesakan, terutama saat musim ramai ziarah. Selain itu, jarak antar unit kios souvenir sangat rapat atau bahkan tanpa jarak, sehingga berpotensi mengurangi kenyamanan serta tidak sesuai dengan ketentuan minimum jarak antar unit kios sebesar 3 meter.

Berdasarkan hasil analisis amenitas di Masjid Agung Demak, maka disimpulkan bahwa parameter atraksi wisata di Masjid Agung Demak masuk dalam kategori sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Skor Maksimal} - \text{Nilai Skor Minimal}}{\text{Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{(400 \times 4 \times 5) - (400 \times 1 \times 5)}{4}$$

$$\text{Interval} = \frac{8.000 - 2.000}{4}$$

$$\text{Interval} = \frac{6.000}{4}$$

$$\text{Interval} = 1.500$$

Tabel 4. 14 Hasil Skor Parameter Amenitas wisata

Amenitas wisata	
Nilai min. = 2000	Hasil Skor 7.063 Kategori "Sangat Setuju"
Nilai maks. = 8.000	
Interval = 1.500	
Kategori:	
STS: 2000 – 3.500	
TS: 3.501 – 5.000	
S: 5.001 – 6.500	
SS: 6.501 – 8.000	

Sumber: Hasil Analisis penulis, 2025

Dari hasil observasi dan tanggapan responden, toilet, terdapat alat penunjang ibadah, pembatas shalat, tempat wudhu terpisah, dan toko souvenir diperoleh hasil skor 7.063 dengan dari rentang skor dengan nilai minimal 2.000 dan nilai maksimal 8.000 dengan interval 1.500. skor 7.063 diartikan kategori “sangat setuju” yang artinya mendapatkan penilaian baik karena memberikan suasana yang religius, bersih, dan tenang wisatawan menilai bahwa tempat ibadah bersih, memiliki sarana ibadah lengkap seperti tempat wudu yang bersih, ruang shalat yang lapang, ventilasi cukup, dapat memberikan kepuasan bagi wisatawan. Serta toko souvenir yang tersedia membuat wisatawan dengan mudah membeli oleh-oleh di objek wisata masjid agung demak. Meskipun dalam hal ini diperlukan peningkatan terhadap fasilitas yang memiliki kekurangan dalam menunjang kepuasan wisatawan. Dengan hal ini menjadi aspek utama dalam membentuk persepsi positif terhadap Masjid Agung sebagai destinasi wisata religi.

4.3.3 Persepsi Wisatawan terhadap Sarana Penunjang Wisata

Sarana penunjang pariwisata adalah perusahaan yang menunjang sarana pelengkap dan sarana pokok.

a. Ancillary Wisata Masjid Agung Demak

Ancillary wisata merupakan berbagai fasilitas dan layanan penunjang yang tidak menjadi daya tarik utama, namun berfungsi untuk melengkapi kebutuhan wisatawan selama berada di destinasi. Pada kawasan Masjid Agung Demak, ancillary wisata mencakup keberadaan fasilitas-fasilitas pelayanan pengelola dan TIC (Tourist Information Center). Berikut tabel persepsi wisatawan terhadap ancillary wisata:

Tabel 4. 15 Analisis Persepsi terhadap Ancillary Wisata

No.	Ancillary Wisata				
	Persepsi Ancillary Wisata	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
		1	2	3	4
Pelayanan Pengelola					
1.	Terdapat papan informasi	2	13	84	301
	persentase	1%	3%	21%	75%
2.	Petugas/Pemandu wisata	182	17	110	91
	persentase	46%	4%	28%	23%
3.	Layanan paket wisata	164	25	114	97
	persentase	41%	6%	29%	24%
4.	Petugas keamanan	3	13	271	113
		1%	3%	68%	28%
TIC (Tourist Information Center)					
1.	Fasilitas lengkap	3	18	267	112
	persentase	1%	5%	67%	28%
2.	Tersedia ruang tunggu	4	19	271	106
	persentase	1%	5%	68%	27%
3.	Petugas TIC yang berkompeten	3	10	275	112
	persentase	1%	3%	69%	28%
4.	TIC menyediakan informasi lengkap	3	11	250	136
	persentase	1%	3%	63%	34%

Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pada pelayanan pengelola, indikator papan informasi memperoleh nilai sebesar 75% responden sangat setuju dan 3% responden tidak setuju. Indikator pemandu wisata memperoleh sebesar 46% responden sangat tidak setuju dan hanya 23% sangat setuju. Indikator layanan paket wisata memperoleh nilai sebesar 41% responden sangat tidak setuju dan 6% responden tidak setuju. Serta indikator petugas keamanan memperoleh nilai sebesar 68% responden setuju dan 3% responden tidak setuju.

Berdasarkan hasil responden dari TIC (Tourist Information Center) fasilitas lengkap memiliki nilai sebesar 67% responden setuju dan 5% responden tidak setuju. Indikator tersedia ruang tunggu memperoleh nilai sebesar 68% responden setuju dan 5% responden tidak setuju. Indikator petugas TIC yang berkompeten memperoleh nilai sebesar 69% responden setuju dan 3% responden tidak setuju. Serta indikator menyediakan informasi lengkap memperoleh nilai sebesar 63% responden setuju dan 3% responden tidak setuju.

Berdasarkan table hasil jawaban responden, secara umum persepsi wisatawan terhadap ancillary wisata di Masjid Agung Demak tergolong baik. Namun demikian, pelayanan dari aspek pemandu wisata dan layanan paket wisata dinilai masih kurang optimal. Banyak pengunjung yang tidak menjumpai keberadaan pemandu yang aktif memberikan informasi secara langsung, serta minimnya informasi atau promosi mengenai adanya layanan paket wisata. Hal ini menyebabkan pengalaman wisata menjadi kurang mendalam karena pengunjung hanya berkunjung untuk beribadah atau berziarah tanpa mendapatkan edukasi atau pemahaman lebih lanjut mengenai nilai sejarah dan budaya dari Masjid Agung Demak. Tidak tersedianya pemandu dan tidak maksimalnya layanan wisata menjadi alasan mengapa sebagian pengunjung memberikan persepsi kurang baik terhadap dua aspek tersebut.

Persepsi pengunjung terhadap keberadaan TIC (Tourist Information Center) di kawasan Masjid Agung Demak cenderung baik, terutama dalam hal fasilitas yang lengkap dan keberadaan petugas TIC.

Adapun perbandingan aksesibilitas wisata terhadap PERMENPAREKRAF Nomor 3 Tahun 2022, sebagai berikut:

Tabel 4. 16 Perbandingan analisis lapangan Ancillary Wisata dengan standar sarana dan prasarana pariwisata

Ancillary		
Eksisting	Standar Minimal	Analisis
1. Pelayanan pengelola Terdapat papan informasi, namun pemandu wisata dan layanan paket tidak tersedia. Paket wisata tersebut dikelola oleh biro perjalanan swasta sebagai pengatur ziarah dan wisata religi.  	1. Pelayanan pengelola -Kemudahan dalam mengakses layanan paket wisata -Informasi layanan paket wisata yang diperbaharui	- Tidak ada paket layanan tur atau wisata resmi dari internal Masjid Agung Demak. Namun, tersedia berbagai paket wisata religi yang mencakup kunjungan ke Masjid Agung Demak, diorganisir oleh pihak ketiga yaitu biro perjalanan swasta.
2. TIC (Tourist Information Center) Terdapat TIC di objek wisata Masjid Agung. TIC berada di sekitar Alun-alun Demak yang berada dekat dengan Masjid Agung Demak, dikelola oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Demak.  	2. TIC (Tourist Information Center) -Standar dimensi TIC dengan perlengkapannya adalah 300 m2, mencakup entrance dan lobby, resepsionis, ruang display/ruang serbaguna, gudang, toilet, dan kantor pengelola.	2. TIC (Tourist Information Center) - Luas bangunan kurang lebih sudah memenuhi standar dimensi TIC dengan tersedianya toilet dan kantor pengelola.

3. Akses TIC TIC dapat diakses wisatawan karena letaknya yang mudah dilihat. Terdapat rambu petunjuk dan lokasinya dekat dengan area toko souvenir.	- TIC harus mudah diakses untuk lalu lintas pejalan kaki dan kendaraan bermotor	TIC mudah diakses dan dilalui pejalan kaki dengan berjalan kaki kurang lebih 200 meter dari lokasi Masjid Agung dan dapat diakses oleh kendaraan bermotor. TIC dilengkapi dengan CCTV.





Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan table perbandingan diatas bahwa pelayanan pengelolaan masjid agung belum sesuai aspek yang ditentukan pada Permenparekraf nomor 2 tahun 2022 karena belum tersedianya layanan paket wisata dan pemandu wisata. Standar minimal di dalam Permenparekraf menyebutkan adanya informasi layanan paket wisata namun pada wisata masjid agung demak belum tersedianya layanan paket wisata serta pemandu wisata yang memadai. Sedangkan untuk TIC sudah sesuai aspek yang ditentukan oleh Permenparekraf nomor 2 tahun 2022. Bahwa akses menuju TIC mudah diakses dan memiliki petunjuk arah yang jelas, serta bangunan yang sudah sesuai dengan ketentuan.

Berdasarkan hasil analisis ancillary di Masjid Agung Demak, maka disimpulkan bahwa parameter ancillary wisata di Masjid Agung Demak masuk dalam kategori sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Skor Maksimal} - \text{Nilai Skor Minimal}}{\text{Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{(400 \times 4 \times 8) - (400 \times 1 \times 8)}{4}$$

$$\text{Interval} = \frac{12.800 - 3.200}{4}$$

$$\text{Interval} = \frac{9.600}{4}$$

$$\text{Interval} = 2.400$$

Tabel 4. 17 Hasil Skor Parameter Ancillary wisata

Ancillary wisata	
Nilai min. = 3.200 Nilai maks. = 12.800 Interval = 2.400 Kategori: STS: 3.200 – 5.600 TS: 5.601 – 8.000 S: 8.001 – 10.400 SS: 10.401 – 12.800	Hasil Skor 9.792 Kategori " Setuju "

Sumber: Hasil Penulis, 2025

Dalam penelitian ini berdasarkan persepsi wisatawan, ancillary wisata menjadi salah satu parameter penting yang mempengaruhi persepsi wisatawan terhadap masjid agung. Berdasarkan hasil penilaian ancillary wisata, skor yang

diperoleh adalah 9.792 dari nilai maksimum 12.800. Skor tersebut masuk dalam kategori “setuju” berdasarkan rentang yang telah ditentukan. Artinya ancillary wisata berupa pelayanan pengelola dan TIC (Tourist information Center) yang terdapat di Kawasan Masjid Agung Demak dinilai cukup baik oleh wisatawan. Namun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang perlu mendapat perhatian, seperti keberadaan pemandu wisata dan layanan paket wisata, karena persentase responden yang sangat tidak setuju masih cukup besar. Meskipun perbedaan persepsi wisatawan terhadap standar minimal, mengindikasikan bahwa wisatawan masih menghargai keberadaan ancillary berupa pelayanan pengelola dan TIC sebagai fasilitas pendukung di masjid agung demak. Persepsi wisatawan terhadap keberadaan fasilitas pendukung pelayanan pengelola masih cukup baik, sehingga untuk pengelola wisata disarankan untuk melakukan penambahan layanan wisatawan dengan menghadirkan pemandu wisata dan layanan paket wisata sehingga wisatawan memiliki tujuan yang jelas dan berwisata secara optimal pada saat berkunjung ke Masjid Agung Demak.

b. Persepsi terhadap Informasi dan Promosi Wisata

Informasi dan promosi pariwisata merupakan aspek penting dalam pengembangan suatu destinasi wisata. Menurut Yoeti (2008), promosi pariwisata bertujuan untuk memberikan pengetahuan, membangkitkan minat, serta mendorong wisatawan untuk berkunjung. Dalam konteks Masjid Agung Demak, kegiatan informasi dan promosi menjadi strategi utama untuk memperkenalkan potensi wisata religi yang dimiliki. Berikut merupakan tabel persepsi wisatawan terhadap informasi dan promosi wisata:

Tabel 4. 18 Analisis informasi dan promosi Wisata

No	Informasi dan Promosi Wisata				
	Persepsi Informasi dan Promosi Wisata	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
		1	2	3	4
1.	Informasi lewat media online	4	14	102	280
	Persentase	1%	4%	26%	70%

Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwa pada informasi lewat media online sebesar 70% responden memilih sangat setuju dan 4% reponden memilih tidak setuju. Masjid Agung Demak melakukan promosi wisata secara online karena beberapa alasan strategis dan efisien, terutama dalam konteks pariwisata religi modern dan perubahan perilaku wisatawan. Adapun perbandingan amenities wisata terhadap Permenpar Nomor 10 Tahun 2018, sebagai berikut:



Tabel 4. 19 Perbandingan analisis lapangan lapangan informasi dan promosi Wisata dengan standar sarana dan prasarana pariwisata

Informasi dan Promosi Wisata		
Eksisting	Standar Minimal	Analisis
1. Informasi lewat media online Adanya informasi mengenai wisata melalui media online (Instagram dan website) 	-Pelayanan informasi pariwisata (output minimal: tersedianya informasi, brosur, media promosi). -Pengelolaan destinasi pariwisata minimal: kegiatan promosi melalui media digital.	-Pada masjid agung demak memiliki pelayanan informasi pariwisata, namun tidak adanya brosur, peta dan media promosi. Kegiatan promosi hanya melalui media online seperti website resmi, dan dapat melalui radio.

Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perbandingan analisis Informasi dan promosi wisata dengan standar sarana dan prasarana pariwisata menurut Permenpar Nomor 10 Tahun 2018 mendapatkan Kesimpulan bahwa layanan informasi dan promosi di wisata masjid agung demak belum memenuhi aspek yang ada pada standar sarana dan prasarana pariwisata. Karena informasi dan promosi secara langsung menggunakan brosur, peta dan media promosi belum tersedia. Promosi dilakukan hanya melalui media digital.

Berdasarkan hasil analisis **Informasi dan Promosi Wisata** di Masjid Agung Demak, maka disimpulkan bahwa parameter **Informasi dan Promosi Wisata** wisata di Masjid Agung Demak masuk dalam kategori sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Skor Maksimal} - \text{Nilai Skor Minimal}}{\text{Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{(400 \times 4 \times 1) - (400 \times 1 \times 1)}{4}$$

$$\text{Interval} = \frac{1.600 - 400}{4}$$

$$\text{Interval} = \frac{1.200}{4}$$

$$\text{Interval} = 300$$

Tabel 4. 20 Hasil Skor Parameter informasi dan promosi wisata

Informasi dan Promosi wisata	
Nilai min. = 400 Nilai maks. = 1600 Interval = 300 Kategori: STS: 400 – 700 TS: 701 – 1.000 S: 1.001– 1.300 SS: 1.301 – 1.600	Hasil Skor 1.458 Kategori " Sangat Setuju"

Sumber: Hasil Penulis, 2025

Dalam penelitian ini berdasarkan persepsi wisatawan, Informasi dan Promosi wisata menjadi salah satu parameter penting yang mempengaruhi persepsi wisatawan terhadap masjid agung. Berdasarkan hasil penilaian Informasi dan Promosi wisata, skor yang diperoleh adalah 1.458 dari nilai maksimum 1.600. Skor tersebut masuk dalam kategori “Sangat setuju” berdasarkan rentang yang telah

ditentukan. Artinya Informasi dan Promosi wisata berupa informasi lewat media online untuk wisata Masjid Agung Demak dinilai sangat baik oleh wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum informasi dan promosi masjid agung demak sudah memenuhi harapan wisatawan masjid dalam aspek kemudahan.

4.4 Analisis Persepsi Wisatawan Terhadap Prasarana Wisata Masjid Agung Demak

a. Persepsi terhadap Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan salah satu komponen penting dalam mendukung kenyamanan dan kemudahan wisatawan dalam mengunjungi suatu destinasi wisata. Persepsi wisatawan terhadap aksesibilitas mencerminkan penilaian subjektif pengunjung mengenai seberapa mudah dan nyaman mereka menjangkau serta mengakses kawasan wisata tersebut. Berikut tabel persepsi wisatawan terhadap aksesibilitas wisata:

Tabel 4. 21 Analisis Persepsi terhadap Aksesibilitas Wisata

No.	Aksesibilitas Wisata				
	Persepsi Aksesibilitas Wisata	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
		1	2	3	4
Jalan					
1.	Jalan bebas hambatan	3	22	162	213
	persentase	1%	6%	41%	53%
2.	Akses mudah dilewati	4	14	205	177
	persentase	1%	4%	51%	44%
3.	Penerangan jalan	1	16	143	240
	persentase	0%	4%	36%	60%
Tempat Parkir					
1.	Lahan parkir berdasarkan standar	2	206	172	20
	persentase	1%	52%	43%	2%
2.	Memiliki petunjuk arah parkir	1	14	174	211
	persentase	0%	4%	44%	53%
3.	Memiliki petugas keamanan	1	17	197	185
	persentase	0%	4%	49%	46%

Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan table diatas, dapat diketahui bahwa indikator Jalan bebas hambatan memperoleh nilai sebesar 53% responden sangat setuju dan tidak setuju

sebesar 6%. Indikator akses mudah dilewati memperoleh nilai sebesar 44% responden sangat setuju dan 4% responden tidak setuju. Indikator penerangan jalan memperoleh nilai sebesar 60% responden sangat setuju dan 6% responden tidak setuju.

Sedangkan untuk tempat parkir diketahui bahwa indikator lahan parkir berdasarkan standar memperoleh nilai sebesar 2% responden sangat setuju dan 52% responden tidak setuju. Indikator memiliki petunjuk arah parkir memperoleh nilai sebesar 53% responden setuju dan 3% responden tidak setuju. Indikator memiliki petugas keamanan memperoleh nilai sebesar 46% responden sangat setuju dan 4% responden tidak setuju.

Berdasarkan table diatas persepsi wisatawan dipengaruhi oleh penilaian kondisi jalan dan tempat parkir pada kawasan wisata Masjid Agung Demak. Faktor ini merupakan pengaruh seseorang terhadap bagaimana wisatawan berperilaku. Dilihat dari akses jalan menuju Kawasan masjid agung, menurut wisatawan untuk mencapai Kawasan masjid agung dinilai cukup mudah karena lokasinya yang strategis berada di tengah kota. Wisata religi ini juga mudah dijangkau oleh kendaraan umum maupun pribadi. Kondisi jalan yang terawat tidak berlubang dan sudah menggunakan perkerasan jalan berupa aspal dan paving block pada area wisata masjid agung. Adapun penerangan jalan di sepanjang area masjid agung. Lokasi wisata masjid agung demak diklaim mudah dijangkau dari pusat kota Demak karena letaknya bersebelahan dengan Alun-Alun Kabupaten Demak. Sementara itu aksesibilitas wisatawan yang berasal dari arah jalan Semarang dapat ditempuh selama 30 menit perjalanan. Jika wisatawan berasal dari arah Kudus dapat menempuh jarak selama 1 jam perjalanan. Dengan adanya akses jalan menuju wisata masjid agung demak sudah memenuhi standar sarana dan prasarana pariwisata.

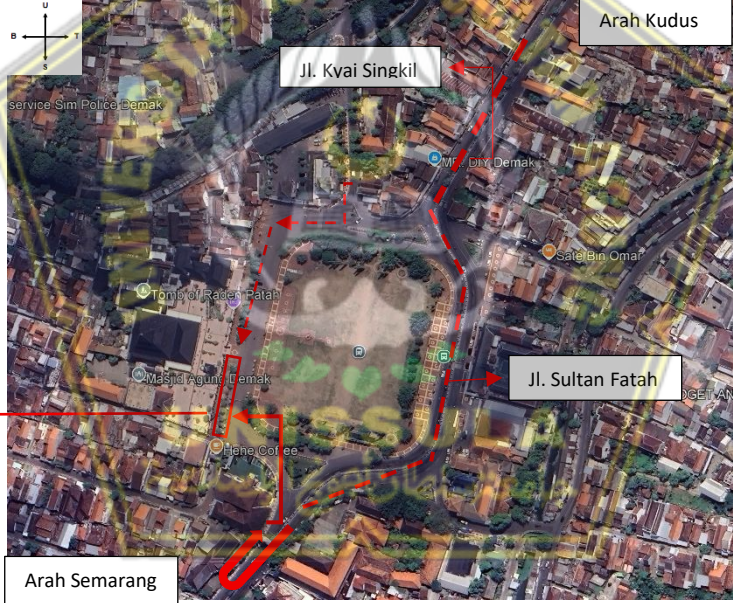
Sementara itu, aksesibilitas berupa tempat parkir di area masjid agung sudah tersedia di beberapa titik. Lokasi tempat parkir bus dan ELF di kawasan Masjid Agung Demak terletak di sebelah timur laut area masjid, tepatnya di dekat Gedung Pusat Informasi Wisata (Tourist Information Center / TIC) dan area toko souvenir. Adapun kendaraan pribadi dapat parkir di arah pintu masuk kendaraan dari arah

barat. Tempat parkir di area tok souvenir tersebut cukup menampung kendaraan ukuran sedang hingga ELF dan medium bus. Namun kekurangan yang dapat dirasakan pengunjung yaitu ruang manuver untuk kendaraan besar seperti bus pariwisata tergolong sempit dan berbelok. Tidak terdapat turning radius atau ruang putar yang memadai sesuai standar kendaraan besar (idealnya 12,5 m untuk bus besar). Serta tidak adanya jalur satu arah yang jelas.

Adapun perbandingan aksesibilitas wisata terhadap Permenparekraf Nomor 3 Tahun 2022, sebagai berikut:



Tabel 4. 22 Perbandingan analisis lapangan Aksesibilitas Wisata dengan standar sarana dan prasarana pariwisata

Aksesibilitas		
Eksisting	Standar minimal	Analisis
1. Jalan Jalan menuju lokasi Masjid Agung masih banyaknya PKL yang berjualan di area Masjid Agung sehingga dapat menghalangi jalur pejalan kaki. Terdapat jalur pejalan kaki untuk masuk ke area Masjid Agung dengan perkerasan jalan menggunakan paving blok. Aksesibilitas alternatif dari arah kudus menempuh waktu 60 menit, sementara itu jika dari arah Semarang menempuh waktu 30 menit perjalanan. Namun masih adanya parkir diluar area yang disediakan sehingga dapat mengganggu aktivitas  	-Adanya kemudahan dalam aksesibilitas bagi pengunjung maupun penyandang disabilitas, moda transportasi serta memiliki lampu penerangan jalan	-Jalan akses menuju masjid agung mudah dilalui oleh kendaraan umum maupun pribadi serta kondisi jalan menggunakan aspal dan paving block yang bagus tidak berlubang. Serta terdapat lampu penerangan. -Namun terjadi hambatan bagi pejalan kaki karena banyak PKL yang berjualan di sekitar pedestrian yang dapat mengganggu sirkulasi dan kenyamanan pengunjung. -Masih terdapat parkir tidak sesuai ketentuan yang dapat menghambat akses jalan keluar area wisata.

2. Tempat Parkir Tempat parkir untuk kendaraan besar seperti elf berada didepan plaza kuliner. Luas tempat parkir kurang lebih 167m². Akses kendaraan menuju area parkir cukup mudah dijangkau karena letaknya tidak jauh dari Jalan Sultan Fatah, jalan utama kota Demak yang menghubungkan kawasan Alun-alun Simpang 6 dengan kawasan masjid. Dari area parkir menuju pintu masuk masjid, pengunjung harus berjalan kaki ±150–250meter melewati lorong pedestrian yang juga digunakan sebagai jalur pedagang. Tidak tersedia jalur guiding block untuk disabilitas atau jalur khusus stroller/lansia, yang membuat aksesibilitas terbatas bagi sebagian pengunjung. Tempat parkir sudah menggunakan material paving block. 	2. Tempat parkir -Tempat parkir yang terdiri dari tiga modul parkir mobil (panjang total 7,5 m, lebar total 5 m), -Jalur sirkulasi parkir (satu jalur, panjang sirkulasi 11,5 m, lebar sirkulasi 3 m), -Menggunakan material Paving Block/Porous Pavement	2. Tempat Parkir -Tidak terlihat modul berukuran standar 7,5 m × 5 m secara terukur. -Mobil diparkir secara tidak teratur dan area parkir bercampur dengan aktivitas pedagang (PKL) -ruang manuver untuk bus pariwisata terbatas di jam ramai -Jalur masuk parkir sempit untuk kendaraan besar seperti bus pariwisata, hanya dapat diakses oleh kendaraan kecil, elf dan mobil. Tidak ada petunjuk jelas arah kendaraan keluar. -sudah menggunakan paving block
--	--	--

3. Fasilitas Tempat Parkir

Tempat parkir juga tersedia di area sebelah utara masjid. memiliki petugas parkir. etribusi parkir yaitu sebesar Rp.3.000 untuk mobil, Rp.2.000 untuk motor dan Rp.15.000 untuk bus. Terdapat rambu petunjuk parkir, dan lampu penerangan.



Fasilitas tempat parkir antara lain:

- Lampu Penerangan
- Pos petugas parkir (opsional)
- Pintu keluar masuk
- jalur pejalan kaki/pedestrian
- Rambu petunjuk parkir

-Tempat parkir sudah terdapat lampu, petugas parkir, jalur pejalan kaki serta rambu petunjuk parkir.

Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perbandingan analisis aksesibilitas wisata dengan standar sarana dan prasarana pariwisata menurut Permenparekraf Nomor 10 Tahun 2022 mendapatkan Kesimpulan bahwa aksesibilitas di wisata masjid agung demak belum memenuhi aspek yang ada pada standar sarana dan prasarana pariwisata.

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, meskipun jalan utama seperti Jalan Sultan Fatah dan Jalan Kyai Singkil dapat dilalui kendaraan umum maupun pribadi, serta dilengkapi dengan lampu penerangan dan paving block, namun masih banyak ditemukan kendala aksesibilitas fisik dan non-fisik di sekitarnya. Salah satu kendala utama adalah keberadaan pedagang kaki lima (PKL) yang memanfaatkan area pedestrian untuk berjualan. Hal ini menyebabkan terhalangnya jalur pejalan kaki, sehingga wisatawan harus berbagi ruang dengan aktivitas perdagangan, yang secara langsung mengurangi kenyamanan dan keamanan pengguna jalan. Dari aspek penataan ruang, akses masuk dan keluar dari dan menuju masjid belum tertata secara efisien, karena beberapa area parkir terletak di luar zona utama dan memerlukan perjalanan kaki yang cukup jauh tanpa adanya fasilitas pendukung.

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, area parkir bus dan ELF di Masjid Agung Demak belum sepenuhnya memenuhi standar yang ditetapkan dalam Permenparekraf Nomor 4 Tahun 2021, khususnya terkait modul parkir, jalur sirkulasi kendaraan, dan aksesibilitas ruang parkir. Secara dimensi, tidak ditemukan penataan area yang terdiri dari tiga modul parkir mobil berukuran panjang total 7,5meter dan lebar total 5meter sebagaimana diatur dalam peraturan. Jalur masuk dan keluar area parkir tidak cukup lebar dan sempit untuk kendaraan besar seperti bus pariwisata, mengakibatkan keterbatasan dalam manuver dan potensi kemacetan saat jam sibuk. Selain itu, keberadaan pedagang kaki lima (PKL) di sekitar parkir mempersempit ruang gerak kendaraan, serta menurunkan kualitas tata kelola parkir. Hanya saja bagi wisatawan akses parkir saat adanya event besar kurang memadai sehingga wisatawan harus parkir dipinggir jalan sehingga dapat mengganggu lalulintas.

Berdasarkan hasil analisis aksesibilitas di Masjid Agung Demak, maka disimpulkan bahwa parameter aksesibilitas wisata di Masjid Agung Demak masuk dalam kategori sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Skor Maksimal} - \text{Nilai Skor Minimal}}{\text{Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{(400 \times 4 \times 6) - (400 \times 1 \times 6)}{4}$$

$$\text{Interval} = \frac{9.600 - 2.400}{4}$$

$$\text{Interval} = \frac{7.200}{4}$$

$$\text{Interval} = 1.800$$

Tabel 4. 23 Hasil Skor Parameter Aksesibilitas wisata

Aksesibilitas wisata	
Nilai min. = 2400	Hasil Skor 7.934 Kategori "Sangat setuju"
Nilai maks. = 9.600	
Interval = 1.800	
Kategori:	
STS: 2.400 – 4.200	
TS: 4.201 – 6.000	
S: 6.001 – 7.800	
SS: 7.801 – 9.600	

Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2025

Dalam penelitian ini berdasarkan persepsi wisatawan, aksesibilitas wisata menjadi salah satu parameter penting yang mempengaruhi persepsi wisatawan terhadap masjid agung. Berdasarkan hasil penilaian aksesibilitas wisata, skor yang diperoleh adalah 7.934 dari nilai maksimum 9.600. Skor tersebut masuk dalam kategori “sangat setuju” berdasarkan rentang yang telah ditentukan. Artinya aksesibilitas wisata yang terdapat di Kawasan Masjid Agung Demak dinilai cukup baik oleh wisatawan. Perbedaan antara kondisi lapangan yang belum memenuhi standar dan persepsi wisatawan yang cukup positif ini mengindikasikan bahwa wisatawan masih menghargai aksesibilitas Kawasan masjid agung demak sebagai kemudahan yang diberikan kepada wisatawan, meskipun fasilitas penunjang aksesibilitas belum sepenuhnya tersedia. Maka dari itu pengelola masjid agung demak dapat melakukan peningkatan aksesibilitas dengan menertibkan PKL yang berada di zona merah, mengelola tempat parkir sesuai standar, dan menambahkan fasilitas yang belum tersedia agar kenyamanan wisatawan dapat terpenuhi secara optimal.

4.5 Hasil akhir

Berdasarkan hasil analisis pada setiap parameter dan indikator yang telah dilakukan sebelumnya, maka diperoleh gambaran mengenai sarana dan prasarana masjid agung demak menurut persepsi wisatawan. Dengan demikian, hasil berikut ini memperlihatkan ketersediaan sarana dan prasarana masjid agung demak berdasarkan persepsi wisatawan yang telah dianalisis secara keseluruhan, sebagai berikut:

Tabel 4. 24 Hasil Akhir

Kategori	Interval	Hasil
Sangat Tidak Setuju	12.000 – 21.000	Skor 39.177 Kategori: “Sangat Setuju”
Tidak Setuju	21.001 – 30.000	
Setuju	30.001– 39.00	
Sangat Setuju	39.001–48.000	

Sumber: Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan hasil perhitungan skor persepsi dari keenam indikator penilaian yaitu atraksi, amenitas, akomodasi, aksesibilitas, ancillary, informasi dan promosi diperoleh total skor sebesar **39.177**. jika dibandingkan dengan rentang kategori hasil berdasarkan 30 butir pertanyaan dan 400 responden, skor tersebut berada dalam interval “sangat setuju” (39.001–48.000). Dalam hal tersebut artinya persepsi pengunjung terhadap sarana dan prasarana objek wisata masjid agung demak dapat dikategorikan sangat baik. Dengan hal ini menunjukkan bahwa sarana dan prasarana di objek wisata masjid agung demak telah cukup memenuhi Sebagian besar persepsi pengunjung, meskipun diperlukan peningkatan pada indikator-indikator tertentu yang belum sesuai standar minimal permen pariwisata. Oleh karena itu sasaran penelitian untuk merumuskan persepsi wisatawan terhadap sarana dan prasarana objek wisata telah tercapai. Hasil tersebut dapat menjadi dasar rekomendasi peningkatan serta pengembangan objek wisata Masjid Agung Demak agar menunjang fungsi edukatif dan spiritual bagi pengunjung yang datang untuk ziarah, ibadah, dan belajar sejarah Islam. Dengan fasilitas yang memadai dan pelayanan yang lebih baik, pengunjung dapat merasa lebih nyaman, aman, dan terlayani, sehingga kepuasan wisatawan meningkat.

4.6 Temuan Studi

Temuan ini diperoleh melalui metode kuesioner yang disebarakan kepada responden serta observasi langsung di lokasi penelitian. Selain itu, temuan juga menunjukkan bahwa motivasi kunjungan wisatawan didorong oleh faktor spiritual, historis, dan sosial. Wisatawan datang tidak hanya untuk beribadah, tetapi juga untuk menelusuri nilai sejarah Islam yang terkandung dalam bangunan masjid dan makam Wali Songo. Secara keseluruhan, temuan studi ini menggambarkan bahwa pengembangan wisata religi di Masjid Agung Demak memiliki potensi besar, selama dikelola dengan baik dan didukung oleh peningkatan fasilitas serta promosi yang lebih terpadu.

Tabel 4. 25 Temuan Studi Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Sarana Dan Prasarana Pada Wisata Masjid Agung Demak

Indikator	Parameter	Temuan Studi	Kategori
Faktor-faktor persepsi	Usia	Wisatawan yang berkunjung ke Masjid Agung Demak dominan berumur 17-25 Tahun. karena kelompok usia muda memiliki mobilitas tinggi, tingkat partisipasi lebih besar, serta lebih sering melakukan aktivitas wisata.	
	Jenis kelamin	Persepsi wisatawan perempuan lebih dominan dibandingkan laki-laki pada sebagian besar variabel penelitian. Pada variabel ancillary, terlihat bahwa persepsi wisatawan laki-laki dan perempuan relatif seimbang.	
	Tingkat pekerjaan	Kebanyakan dari golongan pelajar sebanyak 144 wisatawan. Wiraswasta/pengusaha sebanyak 124 wisatawan, PNS sebanyak 128 wisatawan.	
	Tujuan kunjungan	Jumlah wisatawan yang lebih besar bepergian wisata religi sebesar 46% dan untuk beribadah sebesar 40%.	
	Lama berkunjung	Lama wisatawan untuk berkunjung di objek wisata ini sebesar 51% dengan jawaban yaitu kurang dari 4 jam lamanya wisatawan berkunjung. Sedangkan frekuensi wisatawan berkunjung dengan waktu lebih dari 4 jam memiliki presentase sebesar 49%.	
	Frekuensi kunjungan	Frekuensi wisatawan dalam mengunjungi Wisata Masjid Agung Demak paling besar yaitu lebih dari tiga kali dengan nilai sebesar 47%.	

	Asal daerah	Wisatawan yang mengunjungi Masjid Agung Demak sebesar 58% dari Kabupaten Demak dan sebesar 41% dari luar kabupaten Demak.	
Sarana wisata	Ziarah kubur	Atraksi wisata di masjid agung demak yaitu ziarah kubur masuk dalam kategori "Sangat Setuju" dengan skor 7.066 dari nilai maksimum 8.000. nilai positif yang diberikan wisatawan yang artinya hal ini menunjukkan bahwa elemen-elemen atraksi, seperti akses jalan, luas area, fasilitas toilet, tempat parkir, dan area istirahat, telah mampu memberikan pengalaman positif bagi pengunjung.	"Sangat Setuju"
	Tempat Ibadah	Hasil kuisioner menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan terhadap tempat ibadah berada pada kategori "setuju" dengan skor 7.063 dari nilai maksimum 8.000. penilaian positif ini diberikan wisatawan terhadap fasilitas pendukung pada tempat ibadah. kategori "sangat setuju" yang artinya mendapatkan penilaian baik karena memberikan suasana yang religius, bersih, dan tenang wisatawan menilai bahwa tempat ibadah bersih, memiliki sarana ibadah lengkap seperti tempat wudu yang bersih, ruang shalat yang lapang, ventilasi cukup, dapat memberikan kepuasan bagi wisatawan.	"Setuju"
	Toko souvenir	Persepsi pengunjung terhadap tempat ibadah dan toko souvenir di Masjid Agung Demak dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan kenyamanan, kebersihan, aksesibilitas, kelengkapan fasilitas. Dengan Tersedianya toko souvenir di Kawasan objek wisata sudah tersedia dan mudah dijangkau karena letak toko souvenir yaitu dekat dengan pintu keluar area ziarah kubur memberikan persepsi baik dengan masuk dalam kategori "sangat setuju" bagi wisatawan.	"Sangat Setuju"
Prasarana wisata	Hotel/guesthouse	Homestay yang terletak di atas toko atau plaza kuliner dinilai cukup praktis dan strategis. Dengan kategori "setuju" dinilai cukup baik oleh wisatawan. Bahwa indikator lokasi strategis, fasilitas penunjang, harga terjangkau, pelayanan ramah, dan telah mampu memberikan pengalaman positif bagi pengunjung. Meskipun ada beberapa fasilitas yang belum tersedia hal ini penting mengingat homestay berada di kawasan destinasi ziarah dengan intensitas kunjungan tinggi.	"Setuju"
	Jalan	Persepsi wisatawan dipengaruhi oleh penilaian kondisi jalan, aksesibilitas jalan memperoleh kategori "sangat setuju" Dilihat dari akses jalan menuju Kawasan masjid	"Sangat Setuju"

		agung, menurut wisatawan untuk mencapai Kawasan masjid agung dinilai cukup mudah karena lokasinya yang strategis berada di tengah kota. Wisata religi ini juga mudah dijangkau oleh kendaraan umum maupun pribadi. Kondisi jalan yang terawat tidak berlubang dan sudah menggunakan perkerasan jalan berupa aspal dan paving block pada area wisata masjid agung. Adapun penerangan jalan di sepanjang area masjid agung.	
	Tempat parkir	Persepsi wisatawan terhadap tempat parkir memperoleh kategori "sangat setuju", tempat parkir di area masjid agung sudah tersedia di beberapa titik. Lokasi tempat parkir bus dan ELF di kawasan Masjid Agung Demak terletak di sebelah timur laut area masjid, tepatnya di dekat Gedung TIC dan area souvenir. Meskipun ruang manuver untuk kendaraan besar seperti bus pariwisata tergolong sempit dan berbelok. Tidak terdapat turning radius atau ruang putar yang memadai, keberadaan pedagang kaki lima (PKL) di sekitar parkir mempersempit ruang gerak kendaraan, serta menurunkan kualitas tata kelola parkir.	"Sangat Setuju"
	Pelayanan pengelola	Ancillary berupa Pelayanan pengelola masuk dalam kategori "setuju" menurut persepsi wisatawan yang artinya tergolong baik. Namun tidak tersedianya pemandu wisata dan layanan paket wisata dapat menurunkan persepsi wisatawan. sehingga untuk pengelola wisata disarankan untuk melakukan penambahan layanan wisatawan dengan menghadirkan pemandu wisata dan layanan paket wisata sehingga wisatawan memiliki tujuan yang jelas dan berwisata secara optimal	"Setuju"
	TIC (Tourist Information Center)	Dengan kategori "setuju" pada TIC mendapatkan penilaian positif dari wisatawan yang artinya TIC dapat memberikan fasilitas yang memadai dengan keberadaan petugas TIC.	"Setuju"

Sumber: Analisis Penulis, 2025

Analisis silang digunakan untuk melihat perbedaan atau hubungan antara persepsi wisatawan terhadap sarana dan prasarana wisata dengan karakteristik jenis kelamin dan usia. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui apakah ada variasi persepsi antar kelompok responden sehingga dapat menjadi dasar rekomendasi perbaikan layanan dan fasilitas wisata.

Tabel 4. 26 Tabulasi Silang

Gender Variabel	Perempuan				Laki-laki			
	STS	TS	S	SS	STS	TS	S	SS
Atraksi				50.4%			50.6%	
Amenitas				63.9%				60.5%
Akomodasi				59.7%			47.5%	
Aksesibilitas			53.4%					59.3%
Ancillary	42.0%							77.2%
Informasi dan promosi				71.7%			59.6%	

Tabel 4. 27 Tabulasi Silang Berdasarkan Usia

Usia Variabel	12-16 Tahun				17-25 Tahun				26-35 Tahun				36-45 Tahun				>46 Tahun			
	STS	TS	S	SS	STS	TS	S	SS	STS	TS	S	SS	STS	TS	S	SS	STS	TS	S	SS
Atraksi				0,25%				57.1%			66.7%					53.1%				100.0%
Amenitas				0,25%				65.9%				56.0%				60.0%				80.0%
Akomodasi		0,25%					47.8%				60.3%				65.6%					80.0%
Aksesibilitas		0,25%						54.0%			54.4%				59.4%					80.0%
Ancillary				0,25%				47.8%	51.5%							62.5%				80.0%
Informasi Dan Promosi				0,25%				72.0%				71.3%				71.9%				60.0%

Sumber: Olah Data SPS, 2025

Berdasarkan hasil analisis tabulasi silang antara variabel sarana dan prasarana wisata dengan karakteristik responden, diperoleh hasil bahwa terdapat variasi persepsi wisatawan terhadap Masjid Agung Demak jika ditinjau dari jenis kelamin dan kelompok usia. Hasil penelitian dilihat dari gender, dapat disimpulkan bahwa persepsi wisatawan perempuan lebih dominan dibandingkan laki-laki pada sebagian besar variabel penelitian, khususnya pada aspek atraksi (50.4%), amenitas (63.9%), akomodasi (59.7%), serta informasi dan promosi (71.7%). Sementara itu, pada variabel aksesibilitas dan ancillary, laki-laki lebih tinggi dari perempuan yaitu sebesar 59.3% untuk aksesibilitas dan 77.2% untuk ancillary.

Jika ditinjau melalui perspektif **hierarki kebutuhan Maslow**, wisatawan tidak hanya datang untuk memenuhi kebutuhan spiritual (melalui kegiatan ziarah atau ibadah), tetapi juga membutuhkan pemenuhan kebutuhan dasar seperti kenyamanan fasilitas (amenitas dan akomodasi), kemudahan akses, dan informasi yang jelas. Perempuan cenderung lebih responsif terhadap aspek kenyamanan fasilitas seperti atraksi, amenitas, akomodasi, serta informasi dan promosi, sedangkan laki-laki lebih memperhatikan aspek teknis seperti aksesibilitas dan layanan penunjang(ancillary).

Berdasarkan tabulasi silang berdasarkan usia, dapat diketahui bahwa kelompok usia 17–25 tahun merupakan responden yang paling dominan dalam memberikan persepsi terhadap seluruh variabel sarana dan prasarana wisata di Masjid Agung Demak. Hal ini terlihat dari jumlah total penilaian pada setiap variabel (atraksi, amenitas, aksesibilitas, ancillary, serta informasi dan promosi) yang lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok usia lainnya.

Sementara itu, kelompok usia 26–35 tahun berada di urutan kedua, dengan kontribusi penilaian yang cukup signifikan terutama pada variabel atraksi dan informasi/promosi. Adapun kelompok usia 36–45 tahun memberikan jumlah persepsi yang lebih sedikit, meskipun tetap berkontribusi terutama pada variabel atraksi dan amenitas. Sedangkan kelompok usia 12–16 tahun dan >46 tahun merupakan kelompok dengan kontribusi paling sedikit terhadap persepsi wisata, terlihat dari jumlah total penilaiannya yang rendah pada semua variabel.

Usia muda umumnya memiliki mobilitas tinggi, minat eksploratif, dan partisipasi aktif dalam aktivitas wisata, sehingga lebih kritis dan responsif terhadap keberadaan

fasilitas seperti atraksi, amenitas, maupun informasi dan promosi. Selain itu, jika ditinjau melalui **teori siklus hidup konsumen**, kelompok usia 17–25 tahun berada pada fase eksplorasi awal, individu cenderung lebih aktif mencoba pengalaman baru dan menyuarakan persepsi mereka. Sementara itu, kelompok usia di atasnya cenderung lebih selektif dan pasif dalam menilai elemen-elemen destinasi, sehingga berkontribusi lebih sedikit dalam persepsi wisata.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini menjelaskan secara ringkas hasil penelitian dan menjawab tujuan dari penelitian yang telah dianalisis, persepsi wisatawan terhadap sarana dan prasarana wisata di Masjid Agung Demak berada pada kategori baik. Hal ini ditunjukkan dengan penilaian positif pada aspek atraksi, amenitas, akomodasi, aksesibilitas, serta informasi dan promosi. Atraksi berupa kegiatan ziarah, museum, dan nilai sejarah menjadi daya tarik utama, sementara fasilitas umum, penginapan, dan akses menuju lokasi dinilai cukup memadai meskipun masih perlu peningkatan dari segi kebersihan, penataan parkir, serta penyediaan informasi dan promosi. Persepsi wisatawan perempuan lebih dominan dibandingkan laki-laki pada sebagian besar variabel penelitian, khususnya pada aspek atraksi, amenitas, akomodasi, aksesibilitas, serta informasi dan promosi. Namun, pada aspek ancillary, wisatawan laki-laki justru lebih menilai positif. Temuan ini menunjukkan adanya perbedaan kebutuhan dan fokus penilaian antara laki-laki dan Perempuan. Jika dilihat dari persepsi berdasarkan usia wisatawan (khususnya 17–25 tahun) lebih aktif dalam memberikan persepsi dibandingkan kelompok usia diatas 25 tahun. Hal ini dapat disebabkan karena kelompok usia muda memiliki mobilitas tinggi, tingkat partisipasi lebih besar, serta lebih sering melakukan aktivitas wisata. Tingginya tingkat kepuasan wisatawan terhadap pelayanan dan suasana destinasi juga mencerminkan sikap yang responsif dan mendukung terhadap pengelolaan wisata yang baik. Dalam hal tersebut artinya persepsi pengunjung terhadap sarana dan prasarana objek wisata masjid agung demak dapat dikategorikan sangat baik. Dengan hal ini menunjukkan bahwa sarana dan prasarana di objek wisata masjid agung demak telah cukup memenuhi sebagian besar persepsi pengunjung, meskipun diperlukan peningkatan pada indikator-indikator tertentu yang belum sesuai standar minimal permen pariwisata. Pihak pengelola perlu melakukan peningkatan fasilitas agar para wisatawan merasa nyaman dalam mengunjungi objek wisata Masjid Agung Demak

5.2 Rekomendasi

Rekomendasi dalam penelitian ini ditujukan pada pihak terkait, dengan dilakukan Upaya penataan agar aktivitas wisata dapat dikendalikan pihak yang dituju berdasarkan penelitian mengenai "Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Wisata Masjid Agung Demak" adalah pihak pengelola objek wisata berikut merupakan rekomendasi yang dapat dijadikan sebagai masukan oleh pihak pengelola:

1. Peningkatan pelayanan pemandu dan paket wisata

Pengelola perlu menyediakan pemandu wisata dan merancang paket wisata terpadu misalnya tur masjid, museum, dan makam raja-raja Demak.

2. Perbaikan tata kelola toko souvenir

Jarak antar kios perlu ditata sesuai standar untuk menjaga kenyamanan dan sirkulasi pengunjung dan fasilitas toilet perlu disesuaikan.

3. Optimalisasi Tempat Parkir

Dibutuhkan penataan ulang lahan parkir untuk kendaraan besar seperti bus pariwisata, khususnya pada hari besar agar tidak terjadi kemacetan kendaraan di area wisata.

4. Penertiban Pedagang Kaki Lima (PKL)

Penataan area pedestrian perlu ditingkatkan karena agar tidak digunakan PKL dan agar jalur pejalan kaki dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan

5. Pengembangan TIC (Tourist Information Center)

TIC sudah cukup baik, tetapi perlu dilengkapi dengan system digital terpadu, pemesanan tiket acara dan brosur digital interaktif.

6. Penguatan media promosi online

Pengelola perlu mengembangkan konten edukatif dan interaktif seperti peta wisata digital, panduan ziarah. Promosi yang dilakukan tidak hanya informatif, tetapi juga menarik minat generasi muda.

7. Peningkatan fasilitas hotel/guest house

Disarankan menambahkan fasilitas tambahan seperti laundry, toilet umum, dan layanan kebersihan kamar, agar penginapan lebih layak dan memenuhi standar wisata religi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Deni Darmawan (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Bandung. PT REMAJA ROSDAKARYA.

Jurnal

Adiyati, A., Sardjono, A. B., & Murtini, T. W. (2019). Aktivitas Wisata Religi Dalam Perubahan Permukiman Di Kawasan Bersejarah Menara Kudus. *Jurnal Arsitektur ARCADE*, 3(2), 161. <https://doi.org/10.31848/arcade.v3i2.258>

Adolph, R. (2016). 済無No Title No Title No Title. 1–23.

Aji, R. (2016). 済無No Title No Title No Title. 1–23.

Aprilia, C. (2024). *Disusun dan Diajukan Oleh : CINDY APRILIA M011201 0 17*.

Azhar, A. F. (2020). Persepsi Masyarakat Tentang Informasi Ekonomi Pada Profgram Acara Talkshow Economic Challenges Di Metro TV(Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau). *Jurnal Ilmiah MEA*, 4(3), 1831–1852.

Bian, A. P. P., Waani, D. J. O., & Poluan, I. . (2016). Analisis Ketersediaan Prasarana Dan Sarana Untuk Objek Wisata (Studi Kasus : Kawasan Wisata Pantai Sulamadaha Di Kota Ternate). *Spasial*, 3(3), 38–46.

CEF. (2002). No Title이것은 임시도서. *Academy of Management Journal*, 5(3), 11–143.

chaerunissa. (2020). Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonopolo Kota Semarang. *Journal Of Public Policy And Management Review*, 9(4), 159–175.

Dapas, Tilaar, & Mononimbar. (2020). Analisis Kawasan Pariwisata Pesisir Pantai Di Kecamatan Kombi Kabupaten Minahasa. *Jurnal Spasial*, 7(2), 218–227.

Eko, C. (2014). Bab I Pendahuluan. *Universitas Andalas*, 10(3), 1.

Ferdiansyah, H. (2020). Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Melalui Konsep Smart Tourism. *Tornare*, 2(1), 30. <https://doi.org/10.24198/tornare.v2i1.25831>

Greastuti, D., Karmilah, M., & Yuliani, E. (2022). Analisis Kebutuhan Sarana Prasarana

<https://pwk.ft.undip.ac.id/id/kunjungan-lapangan-tim-dpww-undip-untuk-penataan-kawasan-masjid-agung-demak-dan-sekitarnya/>

Pariwisata New Normal di Desa Wisata Wonosoco. *Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula 7 (KIMU 7)*, 7(Kimu 7), 96–102.

Heni Nurhayati, St. Rukaiyah, & Nurmadhani Fitri Suyuthi. (2024). Pengaruh Atraksi, Amenitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Kunjungan Ulang Wisatawan

- Lokal. *Journal of Management and Social Sciences*, 3(1), 254–272.
<https://doi.org/10.55606/jimas.v3i1.1055>
- JASMINE, K. (2014). 済無No Title No Title No Title. *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*, 11–31.
- Ngafif, A., & Wicaksono, P. A. (2018). Adopsi Model Value Chain Untuk Pengembangan Sistem Pengukuran Kinerja Industri Pariwisata (Studi Kasus: Pt Taman Wisata Candi *Industrial Engineering Online* ..., 1–20.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/20714>
- Palendeng, C. A., Mantiri, M. S., & Rachman, I. (2022). PERAN PEMERINTAH KABUPATEN MINAHASA UTARA DALAM PENGEMBANGAN OBJEK WISATA MENARA TUJUH KAKI DIAN (Studi di Kantor Dinas Pariwisata *Jurnal Eksekutif*, 2(1), 1–11.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnaleksekutif/article/view/37909%0>
[Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnaleksekutif/article/download/37909/34712](https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnaleksekutif/article/download/37909/34712)
- Purwaningrum, H., & Ahmad, H. (2021). Evaluasi Pengelolaan Wisata Jati Larangan Dan Taman Sengon Melalui Indikator 5A Di Dusun Iroyudan. *Kepariwisata : Jurnal Ilmiah*, 15(2), 107–129.
- Richardeva, gdl. (2016). 済無No Title No Title No Title. 1–23.
- Satriya Mukti Fauzan, M., Ardyansyah, F., & Hanifah, L. (2022). Analisis Potensi Dan Tantangan Wisata Halal Pantai Biru Di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 5(2), 270–286.
<http://ejournal.unma.ac.id/index.php/Mr/index>
- Sudarta. (2022). 済無No Title No Title No Title. 16(1), 1–23.
- Sugiarto. (2016). *jurnal Pendidikan*. 4(1), 1–23.
- Sulistiowati, I. (2022). Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Sarana Dan Prasarana Pada Kawasan Objek Wisata Pantai Jungwok Kab Gunung Kidul Yogyakarta. *Tugas Akhir Universitas Islam Sultan Agung Semarang*.
- Tamrin, H., Amaluddin, L. O., & Harudu, L. (2024). *Strategi Pengembangan Potensi Puncak Wakila Sebagai Objek Wisata Alam*. 9(3), 185–194.
- Ummah, M. S. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Wahyulina, S., Darwini, S., Retnowati, W., & Oktaryani, S. (2018). Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Sarana Penunjang Wisata Halal Dikawasan Desa Sembalun Lawang Lombok Timur. *Jmm Unram - Master of*

Management Journal, 7(1), 32–42. <https://doi.org/10.29303/jmm.v7i1.100>

- Warang, T. R., Rondonuwu, D. M., & Warouw, F. (2015). Kajian Pengembangan Wisata Pantai Di Pulau Sulabesi Kabupaten Kepulauan Sula Provinsi Maluku Utara. *Spasial*, 1(1), 113–122. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/spasial/article/view/9186>
- Wardana, W. N. K., Witjaksono, A., & Endarwati, M. C. (2018). Identifikasi Kebutuhan Sarana Dan Prasarana Wisata Berdasarkan Persepsi Wisatawan Di Pantai Sipelot Kabupaten Malang. *Jurnal Kepariwisataaan*, 17(3), 2.
- Wariska, O. T. (2023). *Strategi Pemerintah Desa Padang Bakau Dalam Mengembangkan Wisata Alam Pantai Sawang Indah Di Kecamatan Labuhanhaji Kabupaten Aceh Selatan*. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/30759/%0Ahttps://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/30759/1/uplod.pdf>
- Way, I. H., Wuisang, C. E. V, & Supardjo, S. (2016). Analisis Kebutuhan Prasarana Dan Sarana Pariwisata di Danau Uter Kecamatan Aitinyo Kabupaten Maybrat Propinsi Papua Barat. *Spasial*, 3(3), 27–37. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/spasial/article/view/13393>
- Widayanti, D., & Sri, N. M. (2011). *Persepsi orang tua siswa kelas II sampai kelas V SDN 14 sesetan terhadap kegiatan pelayanan asuhan kesehatan gigi dan mulut tahun 2018*.
- Yang, J. (2006). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Global Shadows: Africa in the Neoliberal World Order*, 44(2), 8–10.

