

ABSTRAK

Semarang Zoo merupakan salah satu objek wisata di Kota Semarang yang memiliki keunggulan berupa objek wisata berbasis konservasi, edukasi dan rekreasi. Semarang Zoo memiliki 264 jenis hewan dan 18 sampai 20 spesies hewan. Atraksi yang dimiliki yaitu terdapat pertunjukan hewan, kereta mini, ATV, perahu naga dan lain sebagainya. Semarang Zoo juga termasuk ke dalam objek wisata di Kota Semarang yang memiliki kunjungan wisatawan terbanyak pada tahun 2022 dan 2023. Namun, pada tahun 2023 Semarang Zoo mengalami penurunan tingkat kunjungan wisatawan sebesar 21,44%. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai strategi yang menjadi prioritas pengembangan Semarang Zoo sebagai upaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Penelitian ini menggunakan metode analisis berupa metode *Contingent Valuation Method* (CVM) dan *Analitycal Hierarchy Process* (AHP) dengan menggunakan aplikasi *expert choice* 11. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui kesediaan yang dibayarkan oleh pengunjung dan pengambilan keputusan untuk menentukan strategi prioritas pengembangan Semarang Zoo untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Responden dalam penelitian ini yaitu berupa pengunjung, calon pengunjung dan *key person*. *Key person* tersebut dari pengelola Semarang Zoo dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang. Variabel yang diteliti meliputi tiga aspek yaitu aspek atraksi, aspek promosi dan aspek amenitas. Ketiga aspek tersebut diperoleh berdasarkan pra-survei.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata *willingness to pay* sebesar Rp56.000 yang bersedia dibayarkan oleh pengunjung untuk pengembangan Semarang Zoo dan startegi yang menjadi prioritas pengembangan yaitu terhadap aspek atraksi. Aspek atraksi merupakan aspek utama yang ditawarkan oleh Semarang Zoo. Hasil pembobotan dari aspek atraksi yaitu sebesar 0,550 atau 55% dengan nilai inkonsistensi 0,05. Prioritas kedua yaitu aspek amenitas dan prioritas ketiga yaitu aspek promosi. Ketiga aspek tersebut memiliki nilai inkonsistensi di bawah 0,1 yang menunjukkan bahwa strategi tersebut merupakan keputusan yang konsisten dan dapat diterapkan oleh Semarang Zoo sebagai strategi peningkatan kunjungan wisatawan.

Kata kunci: Kunjungan Wisatawan, Semarang Zoo, CVM, AHP