

Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai di Kota Ternate, Provinsi Maluku Utara

Beach Tourism Development Strategy in Ternate City, North Maluku Province

Julifa M Latif^{1*}, Ernan Rustiadi², & Janthy T Hidayat³

¹Magister Program Studi Ilmu Perencanaan Wilayah, Sekolah Pascasarjana, IPB University, Jalan Meranti, Kampus IPB Dramaga, Bogor, Jawa Barat, 16680, Indonesia; ²Departemen Ilmu Tanah dan Sumberdaya Lahan, Fakultas Pertanian, IPB University, Jalan Meranti, Kampus IPB Dramaga, Bogor, Jawa Barat, 16680, Indonesia; ³Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Pakuan, Jalan Pakuan, Tegallega, Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat, 16143, Indonesia; *Penulis korespondensi. e-mail: julifa.latif23@gmail.com

(Diterima: 16 Desember 2022; Disetujui: 28 Juni 2023)

ABSTRACT

The city of Ternate has great potential in the field of tourism, with a strategic geographical location has a high level of tourist visits both local and foreign tourists, has a variety of tourist objects and attractions and has the characteristics of the city as a coastal city (waterfront city). However, currently the tourism potential along the coast of Ternate City has not been maximally explored. This study aims to 1) analyze beach tourism objects that have developed, those that have the potential to be developed and those that have less potential to be developed; 2) analyze the factors that attract tourists; 3) analyze the strategy of developing tourism objects. several methods used include Multi-Criteria Evaluation (MCE), binary logistic regression, and AWOT combined Analytic Hierarchy Process (AHP) and Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats (SWOT). Based on the results of the assessment of physical parameters and institutional, socio-cultural and economic parameters, Of the nine identified beach tourism objects, five of them have been developed, two tourism objects are included in the category of tourism objects that have the potential to be developed and the other two have less potential to be developed. Factors driving and attracting tourist interest in beach tourism objects in Ternate City consist of, Age; Visit frequency; one-time visit fee and facilities. The priority strategy for developing beach tourism objects in Ternate City consists of: developing tourism objects by taking advantage of their uniqueness and increasing promotion; program upgrade community based tourism, improve maintenance event-event related to tourism, improvement of accommodation facilities; development of the tourism sector as a leading sector, reinforces existing regulations in terms of licensing of C minerals in tourist areas.

Keywords : AWOT, Binary Logistics Regression, Coastal Tourism Object, MCE, Strategy.

ABSTRAK

Kota Ternate memiliki potensi yang besar dalam bidang pariwisata, dengan letak geografis yang strategis memiliki tingkat kunjungan wisatawan yang tinggi baik wisatawan lokal maupun mancanegara, memiliki keanekaragaman objek dan daya tarik wisata serta memiliki karakteristik kota sebagai kota pantai (*waterfront city*). Namun saat ini potensi pariwisata di sepanjang pantai Kota Ternate belum tergali secara maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk 1) menganalisis objek wisata pantai yang sudah berkembang, yang berpotensi untuk dikembangkan dan yang kurang

berpotensi untuk dikembangkan; 2) menganalisis faktor-faktor penarik minat wisatawan; 3) menganalisis strategi pengembangan objek wisata. beberapa metode yang digunakan antara lain Multi-Criteria Evaluation (MCE), Regresi logistik biner, dan AWOT yaitu gabungan *Analytic Hierarchy Process* (AHP) dan *Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats* (SWOT). Berdasarkan hasil penilaian terhadap parameter fisik dan parameter kelembagaan, sosial budaya dan ekonomi, dari Sembilan objek wisata pantai yang teridentifikasi, lima diantaranya sudah berkembang, dua objek wisata masuk kategori objek wisata yang berpotensi untuk dikembangkan dan dua lainnya kurang berpotensi untuk dikembangkan. Faktor-faktor pendorong dan penarik minat wisatawan pada objek wisata pantai di Kota Ternate terdiri dari, Umur; Frekuensi berkunjung; biaya sekali berkunjung dan fasilitas. Strategi prioritas pengembangan objek wisata pantai di Kota Ternate terdiri dari : pengembangan objek wisata dengan memanfaatkan keunikan dan meningkatkan promosi; peningkatan program *community based tourism*, meningkatkan penyelenggaraan *event-event* terkait pariwisata, peningkatan sarana akomodasi; pengembangan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan, mempertegas peraturan-peraturan yang ada dalam hal perizinan bahan galian C pada kawasan objek wisata.

Kata kunci : AWOT, MCE, Objek Wisata Pantai, Regresi Logistik Biner, Strategi.

PENDAHULUAN

Dewasa ini pariwisata dianggap sebagai salah satu sektor pembangunan yang dapat memacu pertumbuhan ekonomi suatu wilayah, pariwisata sebagai suatu aset yang strategis untuk mendorong pembangunan pada wilayah-wilayah tertentu yang mempunyai objek wisata (Yakup, 2019; Junaidi *et al.*, 2022). Diakui bahwa sektor pariwisata memainkan peran penting dalam pengembangan sosial ekonomi masyarakat lokal, sehingga terkadang dianggap sebagai kekuatan transformasi yang berdampak besar di dunia (Musavengane *et al.*, 2020; Hanajayani & Sariffudin, 2018; Itamar *et al.*, 2014). Dalam kurun waktu 2014-2017, sektor pariwisata Indonesia berkontribusi menyumbangkan sekitar 4% dari pendapatan domestik bruto (Afriyanto, 2018), begitupun pada tahun 2019 menjadi sektor dengan penyumbang PDB sebesar 4.80% nilai ini meningkat 0.30 poin dari tahun sebelumnya, serta menjadi penyumbang devisa nasional yang cukup tinggi yakni mencapai 280 Triliun Rupiah (Kementerian Pariwisata RI, 2019). Pada tahun 2019 PDRB Kota Ternate atas dasar harga konstan tercatat sebesar 9,711 triliun, dan atas dasar harga berlaku sebesar 6,739 triliun (BPS Kota Ternate, 2019). Sektor pariwisata ikut berkontribusi dalam pencapaian PDRB tersebut, dimana dapat dilihat dari 2 (dua)

lapangan usaha yakni transportasi yang berkontribusi sebesar 1,122.41 juta rupiah atau sekitar 16.46 % kemudian akomodasi dan makanan minuman yang berkontribusi sebesar 82.02 juta rupiah atau 1.06 %.

Wilayah pesisir memiliki potensi yang besar terkait dengan fungsi kawasan pesisir dan lautan sebagai tempat rekreasi dan pariwisata (Suhendra & Adi, 2017). Menurut Akhmad (2006) saat ini wisata yang banyak diminati oleh turis baik lokal ataupun mancanegara ialah wisata yang menuju ke alam. Salah satu tipe wisata alam yang saat ini banyak menciptakan turis lokal ataupun asing ialah wisata bahari ataupun wisata tepi laut (Muawanah *et al.*, 2020). Wisata bahari merupakan salah satu tipe pariwisata yang mempunyai objek sajian meliputi wisata alam serta berhubungan dengan sumberdaya air, maupun aktivitas bepergian yang bertujuan buat menikmati alam laut (Rif'an, 2018). Saat ini kota dengan karakteristik pesisir atau kota pantai banyak menjadi tujuan wisata (Nastiti *et al.*, 2013; Abdillah, 2016). Pasalnya kota tersebut dianggap memiliki daya tarik yang kuat dengan sejumlah potensi wisata bahari yang ditawarkannya.

Kota Ternate adalah salah satu *waterfront city* di Indonesia dengan luas 5,709.84 Km² sebagian besar wilayahnya dikelilingi oleh

lautan. Sesuai dengan visi dan misi Kota Ternate yang merupakan kota pariwisata dengan karakteristik sebagai kota pesisir yang agamis dan didukung oleh sektor perdagangan dan jasa, maka sektor ini perlu mendapatkan perhatian lebih. Kawasan wisata pantai/bahari di Kota Ternate terdiri dari wisata Pantai Hol, Pantai Talaga Nita, Pantai Sulamadaha, Pantai Tabanga, Pantai Ake rica dan Pantai Kastela (RTRW Kota Ternate 2012-2032). Selain beberapa objek wisata diatas secara eksisting terdapat beberapa objek wisata pantai lainnya yang memiliki daya tarik serta berpotensi untuk dikembangkan diantaranya Pantai Bobane Ici, Pantai Tobololo, dan Pantai Jikomalamo. Data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Ternate menunjukkan pada tahun 2015 jumlah kunjungan wisatawan tercatat 119,377 jiwa dan mengalami peningkatan menjadi 278,230 jiwa pada tahun 2019. Hal ini menunjukkan tren yang positif dalam pengembangan pariwisata di Kota Ternate.

Saat ini pemerintah Kota Ternate sedang gencarnya untuk melakukan pengembangan di sektor pariwisatanya baik dengan melakukan penataan di kawasan pantai, pembangunan infrastruktur serta memperluas wilayah wisatanya di berbagai tempat wisata yang ada di Kota Ternate. Meskipun demikian pada kenyataannya kegiatan pariwisata yang ada saat ini masih belum memperlihatkan perkembangan yang signifikan sejalan dengan konsep kota pantai dengan daya tarik wisatanya. Belum ada suatu keterpaduan lintas sektoral yang mampu menciptakan iklim pengembangan aktivitas tersebut, sehingga terkesan kota ini belum dikenal sebagai satu potensi wisata. Melihat kenyataan tersebut sudah seharusnya Kota Ternate melakukan terobosan untuk mencari dan menggali potensi pariwisata untuk mendukung pembangunan wilayahnya. Potensi pariwisata yang ada di Kota Ternate meliputi pariwisata yang berbasis pantai/laut dengan dukungan kesenian daerah seperti soya-soya, bambu gila, serta festival keagamaan seperti legu gam dan juga festival kora-kora. Melalui pemanfaatan potensi yang ada dan karakteristik kota sebagai kota pantai

(*Waterfront city*) hal ini dapat dimanfaatkan untuk pengembagn pariwisata di Kota Ternate dengan dukungan kondisi fisik pantai untuk kegiatan rekreasi. Selain itu, keberagaman budaya dan kondisi geografi dapat diarahkan untuk menunjang kegiatan pariwisata terutama pariwisata perairan. Dan tentunya harus didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai.

Beraneka ragamnya kegiatan pariwisata di sepanjang pantai Kota Ternate ini belum tergali potensinya secara maksimal (Drakel, 2020) hal ini ditunjukkan dengan keberadaan beberapa objek wisata yang dulunya berkembang namun saat ini sepi peminat, beberapa faktor yang menyebabkan penurunan kualitas objek wisata diantaranya, kurang dikembangkannya daya tarik yang dimiliki serta kurangnya fasilitas pendukung wisata. Melihat hal tersebut maka, dibutuhkan pengembangan dan perencanaan yang komprehensif agar pengembangan pariwisata dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan wilayah Kota Ternate (Halim, 2018). Strategi pengembangan dibutuhkan guna menjadi panduan bagi stakeholder dalam mencapai suatu sasaran atau tujuan tertentu (Djou, 2013). Beberapa upaya pengembangan pariwisata dapat dilakukan melalui pengembangan atraksi wisata, transportasi, akomodasi, fasilitas, dan infrastruktur (Yustinaningrum, 2017). Dalam menyusun strategi pengembangan pariwisata pantai di Kota Ternate diperlukan data informasi jumlah dan karakterisasi objek wisata pantai baik yang sudah berkembang, yang berpotensi untuk dikembangkan, dan yang kurang berpotensi untuk dikembangkan. Perlu diketahui pula faktor-faktor penarik minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di Kota Ternate.

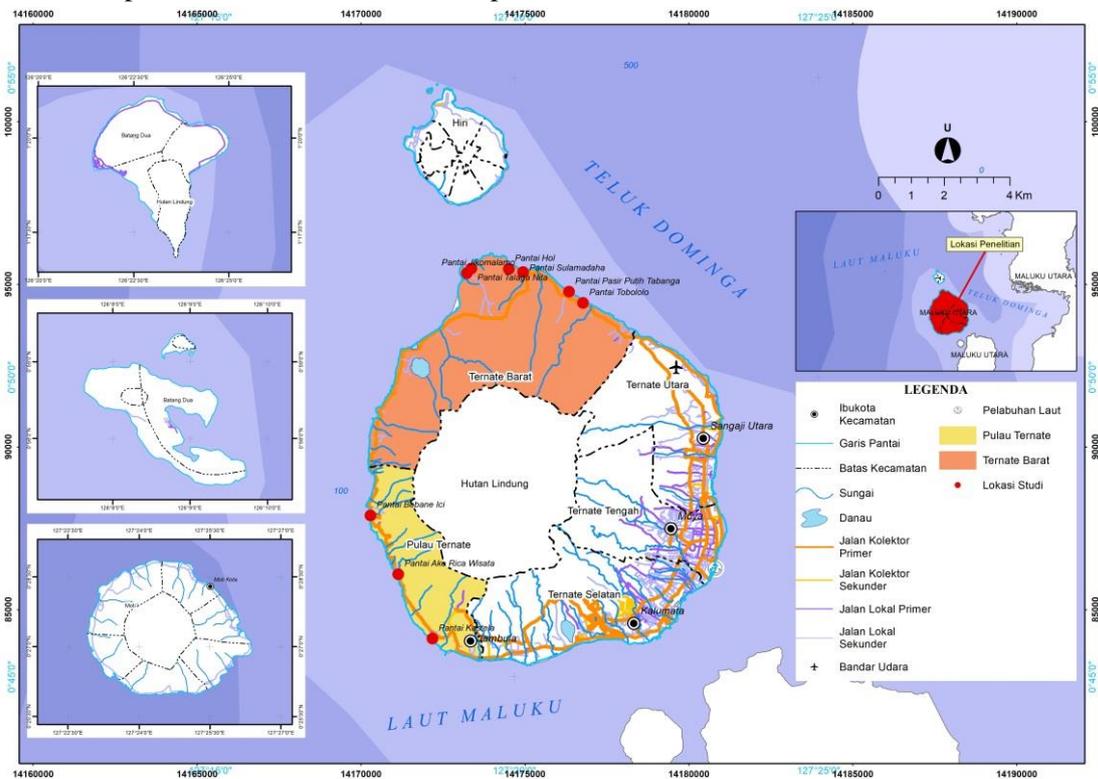
Tujuan penelitian ini adalah 1) menganalisis objek wisata pantai yang sudah berkembang, berpotensi untuk dikembangkan dan kurang berpotensi untuk dikembangkan di Kota Ternate; 2) mengetahui faktor-faktor penarik minat wisatawan ke objek wisata pantai di Kota Ternate; 3) menyusun strategi pengembangan kawasan wisata pantai di Kota

Ternate. Dengan adanya strategi pengembangan pariwisata pantai di Kota Ternate diharapkan pengembangan pariwisata dapat terarah, meningkatkan ekonomi masyarakat lokal serta dapat memaksimalkan potensi wisata untuk terwujudnya pariwisata yang berkelanjutan di Kota Ternate.

METODOLOGI

Penelitian dilakukan di wilayah administrasi Kota Ternate, Provinsi Maluku Utara yang difokuskan pada Pulau Ternate, pemilihan 9 objek wisata pantai yang dijadikan lokasi penelitian didasarkan pada Perda Kota Ternate Nomor 2 Tahun 2012 tentang RTRW Kota Ternate Tahun 2012 hingga 2032 serta pertimbangan terhadap kondisi eksisting yang menunjukkan 9 objek wisata tersebut memiliki daya tarik serta berpotensi untuk dikembangkan. 9 objek wisata terletak di 2 Kecamatan yakni Kecamatan Ternate Barat dan Kecamatan Pulau Ternate, lokasi penelitian disajikan pada Gambar 1. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2021 sampai

dengan Desember 2022. Penelitian ini mengoleksi data primer melalui penyebaran kuesioner kepada narasumber yang terdiri dari wisatawan yang berjumlah 399 jiwa dengan kriteria sudah pernah mengunjungi kesembilan objek wisata pantai yang dijadikan lokasi penelitian dan expert yang berjumlah 5 orang yang terdiri dari Pemda, Pengelola objek wisata dan akademisi. Data sekunder diperoleh dari Badan Perencanaan Pembangunan Penelitian dan Pengembangan Daerah (Bappelitbangda) Kota Ternate, Dinas Pariwisata Kota Ternate, Badan Pusat Statistik (BPS). Alat yang digunakan terdiri dari: *Software Arcgis 10.5*, *SPSS Statistic 26*, *Microsoft Word*, *Microsoft Excel*, kuesioner dan kamera digital. Bahan yang digunakan terdiri dari peta administrasi, peta sebaran objek wisata, data karakteristik ODTW, data karakteristik wisatawan, data terkait kebijakan perencanaan dan pembangunan (Undang-Undang, RTRW, RIPDA).



Gambar 1. Peta lokasi penelitian Kota Ternate
Sumber: Bappelitbangda Kota Ternate, 2019

Metode Penelitian

Analisis Objek Wisata Pantai yang Sudah Berkembang, Berpotensi dikembangkan, dan yang Kurang Berpotensi dikembangkan

Pemilihan objek wisata yang berpotensi untuk dikembangkan dan yang tidak dapat berkembang dilakukan dengan metode *Multi-criteria Evaluation* (MCE). Menurut Yamani *et al.* (2015) MCE merupakan metode integrasi data yang hasilnya dapat untuk mendukung pengambilan keputusan. Dalam analisis objek wisata pantai yang berpotensi dikembangkan dengan menggunakan MCE maka tahap yang harus dilakukan adalah:

1. Memilih parameter

Parameter disini adalah kriteria untuk menilai potensi pariwisata. Penilaian parameter pariwisata dalam hal ini berupa penilaian fisik dan penilaian parameter kelembagaan, sosial budaya dan ekonomi hasil studi literatur dari beberapa sumber diantaranya: (Gunn, 1979 & Cappock, 1971 dalam Pramudia (2008), Permen PU Nomor 41 Tahun 2007, Hardjowigeno (2007), Dirjen PHKA (2003) Parameter fisik meliputi: 1) Jarak; 2) Sarana prasarana; 3) Aksesibilitas; 4) Daya Tarik; 5) Lereng; 6) Tipe pantai; 7) Penutupan lahan pantai; 8) Pengolahan limbah.

Sementara parameter kelembagaan, sosial budaya, dan ekonomi meliputi: 1) Pengelola; 2) Atraksi/hiburan kesenian; 3) Keamanan; 4) Penjualan cendera mata, makanan dan minuman.

2. Standarisasi

Standarisasi dilakukan untuk menyamakan rentang nilai yang bervariasi. Persamaan

standarisasi dapat diuraikan sebagai berikut:

$$X'_{ij} = (x_j^{\max} - x_{ij}) / (x_j^{\max} - X_j^{\min})$$

X'_{ij} = nilai ter-standard

X_{ij} = nilai asli

X_j^{\max} = nilai max dalam populasi

X_j^{\min} = nilai min dalam populasi

3. Pembobotan

Pembobotan dalam hal ini dilakukan dengan metode *Pairwise Comparison*. Penentuan bobot dari masing-masing kriteria dihitung berdasarkan rata-rata geometrik, dengan persamaan:

$$GM = \sqrt[n]{X_1 \cdot X_2 \cdot \dots \cdot X_n}$$

GM= *Geometric Mean*,

X_1 = pakar ke-1, X_2 = pakar ke-2, X_n = pakar ke-n.

Penilaian diserahkan kepada pakar atau *expert* yaitu dari Dinas Pariwisata Kota, Bappelitbangda Kota Ternate, serta Akademisi. Pemberian nilai oleh para pakar tersebut berdasarkan pada skala nilai kepentingan Saaty (1988).

4. Implementasi

Menjalankan algoritma pengambilan keputusan. Sebagai contoh bahwa potensi pariwisata pada setiap objek wisata sesuai dengan hasil penjumlahan kriteria terbobot.

Berikut dijabarkan mengenai kriteria Penilaian potensi pariwisata yang terdiri dari parameter fisik dan parameter kelembagaan. Untuk lebih jelasnya mengenai kriteria penilaian potensi pariwisata berdasarkan parameter fisik disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria penilaian potensi pariwisata berdasarkan parameter fisik

No	Parameter	Nilai Potensi				
		Sangat Lemah (1)	Lemah (2)	Sedang (3)	Kuat (4)	Sangat Kuat (5)
1	Jarak (J)	> 40 km	35.01 > 40 km	30.01 > 35 km	15.01 > 30 km	≤ 15 km
2	Sarana Prasarana (SP)	Tidak terdapat sarana prasarana radius 1 km	Terdapat 1 jenis sarana prasarana radius 1 km	Terdapat 2-3 jenis sarana prasarana radius 1 km	Terdapat 4 jenis sarana prasarana radius 1 km	Terdapat lebih dari 4 jenis sarana prasarana radius 1 km
3	Aksesibilitas (A)	> 1000 m dari jalan dengan lapisan permukaan tanah	500-1000 m dari jalan dengan lapisan permukaan kerikil	< 500 m dari jalan dengan lapisan permukaan paving	< 500 m dari jalan dengan lapisan permukaan beton	< 500 m dari jalan dengan lapisan permukaan aspal
4	Daya Tarik (DT)	Memiliki keindahan alam, pasir pantai, bersih, nyaman, variasi kegiatan wisata yang dapat dilakukan terdiri dari 1 kegiatan	Memiliki keindahan alam, pasir pantai, bersih, nyaman, variasi kegiatan wisata yang dapat dilakukan 1-2	Memiliki keindahan alam, pasir pantai, bersih, nyaman, variasi kegiatan wisata yang dapat dilakukan 3-4	Memiliki keindahan alam, pasir pantai, bersih, nyaman, variasi kegiatan wisata yang dapat dilakukan 5-6	Memiliki keindahan alam, pasir pantai, bersih, nyaman, variasi kegiatan wisata yang dapat dilakukan >6
5	Lereng (L)	> 15%	-	8-15%	-	0-8%
6	Tipe Pantai (TP)	Lumpur, karang, mangrove	Berpasir, berkarang, sedikit terjal	Berpasir, berkarang	Berpasir, sedikit karang	Berpasir
7	Penutupan Lahan Pantai (PLP)	Mangrove, permukiman, dramaga	Belukar tinggi	Semak, belukar rendah, savana	Lahan Terbuka, Mangrove	Lahan Terbuka
8	Pengolahan limbah (PL)	Tidak terdapat pengolahan limbah	-	-	-	Terdapat pengolahan limbah

Sumber: Model Gunn 1979 & Coppock 1971 dalam Pramudya (2008), Permen PU 41 (2007), Hardjowigeno (2007), Pedoman ADO-ODTWA Dirjen PHKA (2003a) dengan modifikasi.

Penentuan nilai potensi suatu objek wisata berdasarkan parameter fisik (PF) dilakukan dengan mengalikan nilai masing-masing parameter dengan bobot suatu parameter. Adapun bobot dari masing-masing parameter fisik yaitu, jarak (0.05), sarana prasarana (0.16), aksesibilitas (0.18), daya tarik (0.28), lereng (0.03), tipe pantai (0.16), penutupan lahan pantai (0.07), dan pengolahan limbah (0.07). Setelah didapatkan hasil dari operasi diatas, maka dilakukan penjumlahan terhadap nilai-nilai parameter dengan fisik objek yang dianalisis yaitu nilai jarak, jumlah sarana

prasarana, aksesibilitas, daya tarik, lereng, tipe pantai, penutupan lahan pantai, serta pengolahan limbah dengan persamaan:

$$\text{Metode Skoring PF} = (\text{Bobot} \times J) + (\text{Bobot} \times \text{SP}) + (\text{Bobot} \times A) + (\text{Bobot} \times \text{DT}) + (\text{Bobot} \times L) + (\text{Bobot} \times \text{TP}) + (\text{Bobot} \times \text{PLP}) + (\text{Bobot} \times \text{PL}).$$

Sementara itu untuk pembagian kriteria penilaian potensi pariwisata berdasarkan parameter kelembagaan disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Kriteria penilaian potensi pariwisata berdasarkan parameter kelembagaan, sosial budaya, dan ekonomi

No	Parameter	Nilai Potensi		
		Sangat Lemah (1)	Sedang (3)	Sangat Kuat (5)
1	Pengelola (P)	Tidak ada pengelola	-	Adanya pengelola
2	Atraksi/hiburan (AH)	Tidak ada atraksi / hiburan	Adanya atraksi / hiburan 1-2 kali sebulan	Adanya atraksi / hiburan lebih 2 kali sebulan
3	Keamanan (K)	Tidak adanya petugas keamanan dan pos jaga/pos keamanan	-	Adanya petugas keamanan dan pos jaga/pos keamanan
4	Penjualan Cendera mata, Makanan dan Minuman (PSM)	Tidak adanya tempat penjualan cendera mata dan makanan	Terdapat 1-5 tempat penjualan cendera mata dan makanan	Terdapat lebih dari 5 tempat penjualan cendera mata dan makanan

Sumber: Model Gunn 1979 & Coppock 1971 dalam Pramudya (2008) dengan modifikasi

Pembagian kriteria penilaian potensi wisata berdasarkan parameter kelembagaan, sosial budaya, dan ekonomi (PKSE). Sama halnya dengan penilaian terhadap parameter fisik, dimana masing-masing parameter PKSE dikalikan dengan bobot parameter. Adapun bobot dari masing-masing parameter PKSE yaitu, pengelola (0.06), atraksi/hiburan (0.60), penjualan cendera mata, makanan dan minuman (0.18), serta keamanan (0.16). Setelah itu dilakukan penjumlahan terhadap nilai-nilai parameter diatas. Adapun parameter PKSE yang dianalisis dengan metode skoring sebagai berikut:

$$\text{Metode Skoring PSKE} = (\text{Bobot} \times P) + (\text{Bobot} \times \text{AH}) + (\text{Bobot} \times K) + (\text{Bobot} \times \text{PSM})$$

Untuk mendapatkan nilai potensi pariwisata dari suatu objek wisata, maka

dilakukan pencarian rata-rata dari penjumlahan nilai skor objek wisata dari dua pembagian kelompok penilaian yaitu metode skoring parameter fisik (PF) dan metode skoring parameter kelembagaan, sosial budaya dan ekonomi (PKSE).

Metode Skoring Potensi Pariwisata sebagai berikut = $\frac{\sum PF + \sum PKSE}{2}$

Kemudian nilai skor tersebut dimasukan kedalam klasifikasi penilaian [Tabel 3] sebagai potensi pariwisata dari potensi sangat rendah sampai potensi sangat tinggi dengan selang kelas kesesuaian ditentukan dengan rumus Walpole (1982).

$$\text{Selang Kelas} = \frac{\sum \text{SkorMaksimal} - \sum \text{SkorMinimal}}{\sum \text{Kriteria}}$$

Tabel 3. Klasifikasi Penilaian Potensi Wisata

No	Total Nilai	Keterangan	Status Objek Wisata
1	1 – 2	Potensi Rendah	Kurang berpotensi untuk dikembangkan
2	2,01 – 3	Potensi Sedang	Berpotensi untuk dikembangkan
3	3,01 – 4	Potensi Tinggi	Sudah berkembang
4	4,01 – 5	Potensi Sangat Tinggi	Sudah berkembang

Sumber: Olahan rumus Walpole (1982) dalam Pramudya (2008)

Analisis Faktor-faktor Pendorong dan Penarik Minat Berkunjung Wisatawan ke Objek Wisata Pantai di Kota Ternate

Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi pendorong dan dapat menarik minat kunjungan wisatawan berkunjung ke

objek wisata pantai di Kota Ternate dilakukan dengan metode analisis regresi logistik biner. Menurut Pamungkas (2017) regresi logistik biner adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk mencari hubungan antara variabel respon (Y) yang bersifat biner

(*dichotomous*) dengan variabel prediktor (X) yang bersifat kategorik atau kontinu. Data yang digunakan dalam analisis regresi logistik biner diperoleh dari persepsi responden terkait faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat kunjungan wisatawan. Responden wisatawan berjumlah 399 jiwa dengan kriteria sudah pernah mengunjungi kesembilan objek wisata pantai yang dijadikan lokasi penelitian.

Identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan ditentukan berdasarkan hasil studi literatur yang mengacu pada empat faktor yaitu karakteristik wisatawan, potensi dan daya tarik objek wisata, prasarana/utilitas, serta sarana dan fasilitas Warpani & Warpani (2007), Spillane & James (2003), (Ferdiansyah, 2005) pada Tabel 4.

Tabel 4. Variabel penentu minat berkunjung wisatawan

Peubah respon (Y)	Peubah penjelas (X)
Y= Minat wisatawan pada setiap objek wisata (Minat=1 dan tidak diminati=0)	X1= Umur (Tahun) (15-30= 0 dan 31-50 =1) X2= Jenis Kelamin (Perempuan=0 dan laki-laki=1) X3= Pendapatan rata-rata dalam sebulan (rupiah/bulan) (0-2 juta= 0, dan 2,1 juta-5 juta=1) X4= Frekuensi berkunjung (1-2 kali =0 dan >2 kali=1) X5= Informasi awal tentang objek wisata (Tidak tahu=0 dan Tahu=1) X6= Motivasi (Program sekolah/field trip=0, Rekreasi/hiburan=1) X7= Aksesibilitas (Tidak mudah=0 dan Mudah=1) X8= Transportasi yang digunakan (Kendaraan umum=0 dan Kendaraan pribadi=1) X9= Pemandu wisata (Tidak Ada=0 dan Ada=1) X10= Biaya sekali berkunjung (< Rp. 100.000.- /orang=0 dan Rp.100.000 s/d 300.000.-/orang= 1) X11= Fasilitas (Kurang memadai=0, Memadai=1) X12= Daya tarik yang ditawarkan objek wisata (Tidak menarik=0 dan Menarik=1)

Sumber : Modifikasi Warpani & Warpani (2007), Spillane & James (2003), Ferdiansyah (2005)

Pada regresi logistik biner jika variabel responnya terdiri dari dua kategorik misal Y=1 menyatakan hasil yang diperoleh “sukses” dan Y=0 menyatakan hasil yang diperoleh “gagal” (Indriyani *et al.* 2020). Pada penelitian ini, variabel respon Y ada dua kategori yaitu objek wisata yang diminati dan objek wisata yang tidak diminati, penentuan dua kategorik ini bertujuan untuk mengetahui objek wisata apa yang diminati atau yang sering dikunjungi wisatawan dan objek wisata yang tidak di minati oleh wisatawan. Sementara itu variabel penjelas X pada penelitian ini berupa variabel *dummy* yang digunakan untuk membuat kategorik data yang bersifat kualitatif, variabel *dummy* mempunyai 2 (dua) nilai yaitu 1 dan nilai 0 (Basuki, 2016). Dalam penelitian, kadang variabel yang akan digunakan bersifat

kualitatif, sehingga muncul kendala dalam pengukuran, dengan adanya variabel *dummy* tersebut, maka besaran atau nilai variabel yang bersifat kualitatif tersebut dapat diukur dan diubah menjadi kuantitatif. Bentuk model regresi logistik dengan variabel prediktor *i* adalah sebagai berikut:

$$\pi(x) = \frac{(\beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_i x_i)}{1 + e^{(\beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_i x_i)}}$$

Keterangan:

$\pi(x)$ = Peluang kejadian sukses dengan nilai probabilitas $0 \leq \pi(x) \leq 1$

β_j = Nilai parameter dengan $j = 1, 2, \dots, p$.

X_1, \dots, X_i = Peubah penjelas

$\pi(x)$ merupakan fungsi yang non linier, sehingga perlu dilakukan transformasi ke dalam bentuk logit untuk memperoleh fungsi yang

linier agar dapat dilihat hubungan antara variabel respon dan variabel prediktor. Dengan melakukan transformasi dari logit $\pi(x)$, maka didapat persamaan yang lebih sederhana, yaitu:

$$g(x) = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_i x_i$$

Bentuk logit $g(x)$ ini merupakan model logit, fungsi linear dalam parameter-parameternya, dan berada dalam jarak antara $-\infty$ sampai $+\infty$ tergantung dari variabel X (Yudissanta dan Ratna 2012).

Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai di Kota Ternate

Penyusunan strategi pengembangan kawasan wisata pantai di Kota Ternate dirumuskan berdasarkan pada hasil AHP (*Analytic Hierarchy Process*) dan analisis SWOT (*Strength Weakness Opportunities Threat*) atau sering dikenal dengan analisis A'WOT. Menurut Bawamenewi (2019), metode A'WOT adalah metode yang dibangun untuk dapat mendukung pengambilan keputusan melalui analisis AHP dengan memperhatikan unsur SWOT. Metode A'WOT yang ditetapkan untuk menentukan pembobotan dalam analisis SWOT (Maromon 2017) seperti pada Gambar 2.

Data dikumpulkan melalui 2 (dua) tahap, tahap pertama dilakukan kegiatan identifikasi faktor SWOT yang meliputi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) tahap kedua bertujuan untuk memperoleh bobot dan rating dari tiap-tiap faktor internal dan eksternal. Selanjutnya dilakukan analisis faktor strategi internal (IFAS) dan eksternal (EFAS), analisis matriks *space* dan tahap pengambilan keputusan dengan analisis SWOT.



Gambar 2. Komponen SWOT dianalisis dengan AHP

1. Analisis AHP (*Analytic Hierarchy Process*)

Proses pengambilan keputusan pada dasarnya adalah memilih suatu alternatif (Rahmawati, 2015). Peralatan utama AHP (*Analytical Hierarchy Process*) adalah sebuah hierarki fungsional dengan input utamanya persepsi manusia. Ide dasar prinsip kerja AHP Maromon (2017) adalah penyusunan hierarki. Persoalan yang diselesaikan, diuraikan menjadi unsur-unsur yaitu kriteria dan alternatif yang disusun menjadi struktur hierarki. Kriteria yang dibangun alternatif di lapangan berdasarkan observasi dan wawancara dengan perkiraan hierarki. Expert pada penelitian ini terdiri dari 5 (lima) yakni, 1 dari Dinas Pariwisata Kota Ternate, 1 dari Bappelitbangda Kota Ternate, 1 dari Pengelola Kawasan wisata, dan 2 dari Akademisi.

2. Analisis Faktor Strategi Internal dan Eksternal

Dalam penelitian Rahmawati, (2015) Analisis ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor kekuatan dan kelemahan yang menentukan strategi pengembangan pariwisata. Bagian dari analisis ini adalah membuat Matriks *Internal Strategic Factor Analysis Summary* (IFAS) dan membuat matriks *Eksternal Strategic Factor Analysis Summary* (EFAS).

3. Analisis Matriks *Space*

Menurut Rahmawati (2015), Matriks *Space* berfungsi untuk memperoleh strategis yang paling tepat yang akan diambil dalam pengembangan objek wisata. Penajaman strategi yang akan diambil digunakan analisis matriks *Space* untuk mengetahui posisi dan arah perkembangan suatu penelitian, (Rangkuti, 2011). Parameter yang digunakan dalam analisis matriks *space* adalah selisih skor faktor internal dan selisih skor faktor eksternal, dan hasilnya akan ditempatkan pada kuadran matriks *space*. Matriks *space* disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Matriks Space

4. Analisis SWOT (Matriks SWOT)
 Menurut Rangkuti (2011) setelah matriks internal dan eksternal terbentuk kemudian dibentuk matriks SWOT yang menjelaskan berbagai alternatif yang bisa digunakan sebagai strategi perusahaan atau instansi. Analisis selanjutnya didasarkan berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek Wisata Pantai yang Sudah Berkembang, yang Berpotensi di Kembangkan dan yang Kurang Berpotensi untuk dikembangkan

1. Objek Wisata yang Sudah Berkembang

Berdasarkan hasil analisis dengan metode MCE, 9 objek wisata pantai di Kota Ternate setelah dilakukan pembobotan dan penilaian parameter pariwisata berupa penilaian fisik yaitu: (1) jarak 0.05; (2) sarana prasarana 0.16; (3) aksesibilitas 0.18; (4) daya tarik 0.28; (5) lereng 0.03; (6) tipe pantai 0.16; (7) penutupan lahan pantai 0.07; dan (8) pengolahan limbah 0.07. Parameter kelembagaan, sosial budaya, dan ekonomi terdiri dari: (1) pengelola 0.06; (2) atraksi/hiburan 0.60; (3) penjualan cendera mata, makanan dan minuman 0.18; serta (4) keamanan 0.16.

Hasil dari kedua parameter dijumlahkan kemudian dihitung rata-ratanya. Hasil penilaian menunjukkan bahwa dari 9 (Sembilan) objek wisata pantai terdapat 5 (lima) objek wisata yang memiliki nilai potensi tinggi (3.76-4.34)

dan sangat tinggi (4.35-4.92) yang dinyatakan sebagai objek wisata yang sudah berkembang, seperti yang tersaji pada Tabel 5. Jika dilihat dari tahapan pengembangan pariwisata (*tourism life cycle*) menurut Butler (1980) 5 objek wisata pantai ini masuk dalam tahap pengembangan (*development*), pada objek wisata menunjukkan adanya peningkatan jumlah kunjungan wisata oleh karena itu sangat dibutuhkan adanya control lokal baik oleh masyarakat maupun pemerintah. Pada tahap ini ditandai pula dengan masuknya industri wisata dari luar yang menyebabkan kerusakan lingkungan alam dan sosial budaya sehingga diperlukan adanya campur tangan control penguasa lokal maupun nasional.

Tabel 5. Nilai objek wisata pantai yang sudah berkembang

No	Nama Objek Wisata	Nilai
1	Pantai Sulamadaha	4.89
2	Pantai Jikomalamo	4.62
3	Pantai Tobololo	4.13
4	Pantai Bubane Ici	3.96
5	Pantai Kastela	3.89

Sumber: Hasil analisis (2022)

Pantai Sulamadaha secara eksisting menjadi salah satu objek wisata pantai yang pengembangannya saat ini diprioritaskan oleh Pemerintah Daerah dalam hal ini Dinas Pariwisata, memiliki jumlah kunjungan wisatawan yang terus meningkat, pada tahun 2020 sampai tahun 2021 secara berturut turut dari 12,987 menjadi 45,049 tingginya jumlah kunjungan wisatawan ini dipengaruhi potensi yang dimiliki objek wisata ini, berupa hamparan pasir dan lautan yang biru, serta pemandangan pulau Hiri yang dikelilingi oleh bukit, salah satu spot *snorkeling* dan *diving* serta sangat cocok dijadikan sebagai tempat berjemur karena potensi pasir pantai yang halus, dari segi ketersediaan fasilitas penunjang wisata pantai Sulamadaha adalah satu satunya objek wisata dengan kelengkapan yang cukup memadai, baik dari fasilitas penjualan makanan minuman serta fasilitas keamanan seperti pos jaga.

Pantai lain yang masuk kategori sudah berkembang adalah pantai Jikomalamo dengan

daya tarik utama berupa keindahan bawah lautnya yang masih alami dan air laut yang jernih. Wisatawan yang melakukan kegiatan *diving* maupun *snorkeling* akan dimanjakan dengan keindahan terumbu karang dengan bermacam corak yang menjadi tempat berbagai biota laut hidup. Selain berenang, wisatawan juga dapat melakukan permainan air seperti *banana boat*. Ketika mengunjungi pantai ini wisatawan akan menjumpai warung apung di sepanjang kawasan yang menjual makanan.

Terdapat tiga pantai lainnya yang masuk klasifikasi sudah berkembang yakni pantai Tobololo, pantai Bubane Ici, dan Pantai Kastela. Pantai Tobololo memiliki keindahan alam dengan potensi pasir pantai berwarna hitam yang lembut. Pantai Tobololo juga memiliki potensi air panas yang terdiri dari beberapa titik sumber air. Selain itu, di pantai ini juga dapat dijumpai tempat konservasi penyu pasalnya pesisir Pantai Tobololo kerap dijadikan tempat bertelur penyu. Sementara itu, Pantai Bubane Ici memiliki daya tarik berupa adanya keberadaan kolam renang di tepi pantai, sejatinya keberadaan kolam ini sengaja dibangun untuk mengakomodasi keinginan wisatawan yang hendak berenang dengan aman Pantai terakhir yang masuk klasifikasi sudah berkembang adalah pantai Kastela. Pantai ini sangat erat kaitannya dengan keberadaan Benteng Kastela (Nostra Senhorade Rasario), benteng yang dibangun Portugis sejak kedatangan mereka di Ternate pada Tahun 1515. Selain menikmati panorama alam dan keindahan pantai Kastela, wisatawan juga dapat mengunjungi salah satu benteng peninggalan bersejarah ini.

2. Objek Wisata yang Berpotensi Untuk di Kembangkan

Berdasarkan hasil analisis dengan metode MCE, 9 objek wisata pantai di Kota Ternate setelah dilakukan pembobotan dan penilaian parameter pariwisata berupa penilaian fisik serta parameter kelembagaan, sosial, budaya, dan ekonomi. Hasil penilaian menunjukkan bahawa dari 9 (Sembilan) objek wisata pantai terdapat 2 (dua) objek wisata yang memiliki nilai potensi sedang (3.18–3.75)

yang dinyatakan sebagai objek wisata yang berpotensi untuk dikembangkan, seperti yang tersaji pada Tabel 6.

Tabel 6. Nilai objek wisata pantai yang berpotensi untuk dikembangkan

No	Nama Objek Wisata	Nilai
1	Pantai Tabanga	3,62
2	Pantai Hol	3,20

Sumber: Hasil analisis (2022)

Jika dilihat dari tahapan pengembangan pariwisata (*tourism life cycle*) menurut Butler (1980) 2 objek wisata pantai ini masuk dalam tahap keterlibatan (*involvement*) dan tahap pengembangan (*development*) pada objek wisata pantai hol menunjukkan adanya peningkatan jumlah kunjungan wisata oleh karena itu sangat dibutuhkan adanya kontrol lokal baik oleh masyarakat maupun pemerintah dalam bentuk koordinasi dengan melakukan upaya-upaya guna mengurangi dampak kerusakan lingkungan akibat berkembangnya objek wisata. Sementara itu, pada objek wisata pantai tabanga adanya inisiatif dari masyarakat lokal untuk mempromosikan kepada sejumlah wisatawan.

Pantai Tabanga merupakan satu satunya objek wisata pantai yang memiliki pasir putih. Beberapa kegiatan yang dapat dilakukan wisatawan di pantai ini diantaranya *snorkeling* dan *diving*. Namun potensi-potensi yang ada belum di tunjang oleh keberadaan fasilitas baik utama maupun penunjang, sehingga wisatawan yang berkunjung hanya bisa melakukan aktivitas berenang. Sementara itu, pantai Hol adalah pantai dengan karakteristik pantai teluk. Teluk ini memiliki keunikan karena memiliki dua warna air yaitu bening dan biru kehijauan sangat cocok untuk kegiatan *snorkeling* dan *diving* dengan kekayaan biota laut yang sangat indah seperti ikan *Harlequin filefish*, ikan buntal, dan ikan kerapu serta terumbu karang yang masih terawat dan berbagai biota lain bisa di lihat ketika anda berwisata di objek wisata ini. Namun potensi yang dimiliki Teluk Hol ini belum di tunjang oleh keberadaan fasilitas penunjang wisata. Faktor keamanan pada pantai ini juga sangat kurang karena tidak terdapat petugas keamanan maupun pos jaga.

3. Objek Wisata yang Kurang Berpotensi untuk di Kembangkan

Berdasarkan hasil analisis dengan metode MCE, 9 (Sembilan) objek wisata pantai di Kota Ternate setelah dilakukan pembobotan dan penilaian parameter pariwisata berupa penilaian fisik serta parameter kelembagaan, sosial budaya dan ekonomi. Hasil penilaian menunjukkan bahawa dari 9 (Sembilan) objek wisata pantai terdapat 2 (dua) objek wisata yang memiliki nilai potensi rendah (2.59–3.17) yang dinyatakan sebagai objek wisata yang kurang berpotensi untuk dikembangkan, seperti yang tersaji pada Tabel 7.

Tabel 7. Nilai objek wisata pantai yang kurang berpotensi untuk dikembangkan

No	Nama Objek Wisata	Nilai
1	Pantai Ake Rica	3,12
2	Pantai Talaga Nita	2,59

Sumber: Hasil analisis (2022)

Jika dilihat dari tahapan pengembangan pariwisata (*tourism life cycle*) menurut Butler (1980) 2 objek wisata pantai ini masuk dalam tahap penurunan kualitas (*decline*) untuk pantai ake rica dan tahap eksplorasi (*exploration*) untuk pantai talaga nita karena lokasinya cenderung belum tercemar dan lokasinya cukup sulit diakses namun diminati sejumlah kecil wisatawan.

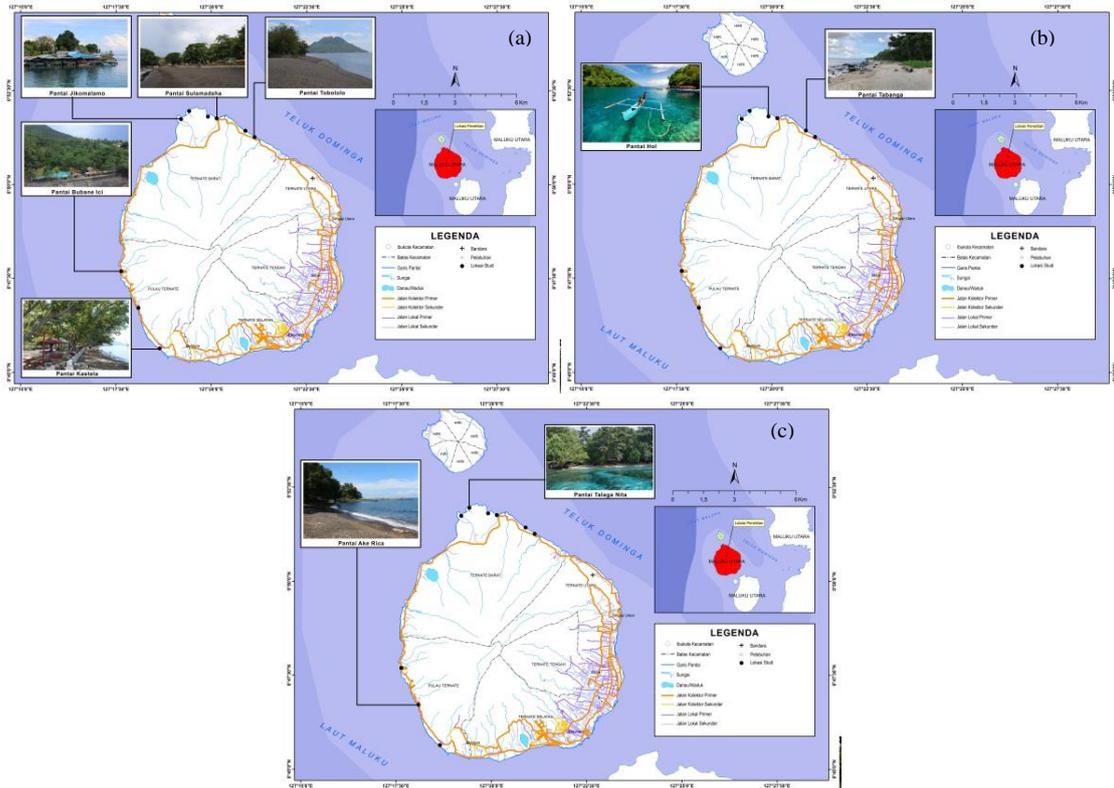
Pantai Ake Rica merupakan salah satu objek wisata yang cukup ramai dikunjungi wisatawan lokal, disamping memiliki panorama pantai yang sejuk dan relatif masih alami, Pantai Ake Rica merupakan tempat Sultan dan Permaisurinya melakukan persinggahan untuk mensucikan kaki terkait dengan kegiatan Ritual Adat (Kololo Kie). Melihat potensi wisata alam sekaligus wisata budaya yang ada sayangnya ketersediaan fasilitas di objek wisata ini masih sangat terbatas. Selain itu, faktor keamanan pantai ini juga sangat kurang karena tidak terdapat petugas maupun pos jaga, fasilitas penjualan makanan dan minuman kurang memadai serta tidak terdapat pengelola objek wisata. Sementara itu, pantai Talaga Nita selain

memiliki panorama alam dan keindahan pantainya yang masih alami, objek wisata ini juga menyimpan suatu nilai sejarah, wisata ini disebut Talaga Nita karena terdapat danau (Telaga) yang jernih di sebelah pantai. Saat berkunjung ke Talaga Nita wisatawan akan menjumpai sebuah tempat peristirahatan Sultan Ternate. Namun setelah kematian dari Sultan Mudaffar Sjah pada tahun 2015, tempat peristirahatan ini menjadi tidak terawat dan bahkan sudah mulai terabaikan. Akses darat menuju Talaga Nita bisa dikatakan cukup sulit. Dengan akses perkerasan jalan berupa tanah dan wisatawan harus berjalan kaki sekitar 20 menit untuk dapat menjangkau objek wisata pantai yang satu ini. Selain akses darat, Talaga Nita juga dapat di kunjungi melalui akses laut dengan menyewa *speed* dari Pantai Jikomalamo dengan tarif 10 ribu per orang. Sama halnya dengan objek wisata pantai lainnya, faktor keamanan pada pantai Talaga Nita juga kurang memadai karena tidak terdapat petugas keamanan maupun pos jaga, fasilitas penjualan makanan dan minuman juga kurang memadai serta tidak terdapat pengelola objek wisata.

Sebaran objek wisata yang berkembang, berpotensi dikembangkan dan kurang berpotensi dikembangkan disajikan pada Gambar 4.

Faktor-Faktor Pendorong dan Penarik Minat Wisatawan pada Objek Wisata Pantai di Kota Ternate

Hasil analisis mengenai persentase variabel respon yang diprediksi dalam analisis regresi logistik biner disajikan pada Tabel 8. Dari hasil analisis regresi logistik biner diperoleh nilai *Hosmer and Lemeshow (HL)* yang menjadi ukuran kebaikan suai (*goodness of fit*) atau kelayakan model. Model dikatakan fit apabila nilai *HL* cukup besar mengikuti sebaran khi-Kuadrat dengan signifikansi lebih besar dari 0,05. Nilai *HL* sebesar 0.999, disimpulkan model dinyatakan layak.



Gambar 4. Sebaran objek wisata yang sudah berkembang (a); objek wisata yang berpotensi dikembangkan (b); dan objek wisata yang kurang berpotensi dikembangkan (c)
 Sumber: Hasil analisis data, 2022

Nilai *Nagelkerke R square* diperoleh sebesar 0.557 menunjukkan kemampuan variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat sebesar 55.7%. Nilai *-2 Log Likelihood* diperoleh penurunan 141.572 menjadi 69,883, adanya penurunan nilai *-2 Log Likelihood* sebesar 71,689 (*chi square*) yang mengindikasikan bahwa model regresi logistik baik.

Tabel 8. Nilai akurasi dan Pseudo R² hasil regresi logistik biner

Observed		Predicted		Pseudo R ²
		UPD		
		Tidak minat	Minat	
Urutan objek wisata yang paling disukai (UPD)	Tidak Minat	6	12	0.557
	Minat	3	326	
Overall percentage				95.7

Sumber: Hasil analisis (2022)

Nilai *chi square* hitung 71,689 lebih besar dari *chi square* tabel 21,026 mengindikasikan bahwa penambahan variabel bebas memberikan pengaruh terhadap model, dengan kata lain minimal terdapat variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel terikat.

Terdapat lima variabel berpengaruh signifikan meningkatkan minat berkunjung wisatawan didasarkan nilai p-value <0,05 yaitu umur (X1), jenis kelamin (X2), frekuensi berkunjung (X4), biaya sekali berkunjung (X10), dan fasilitas (X11). Faktor umur memiliki hubungan positif artinya umur berpengaruh meningkatkan peluang minat wisatawan, semakin tinggi atau bertambahnya umur masyarakat menunjukkan semakin tingginya minat atau keinginan untuk mengunjungi objek wisata pantai. Hal ini tentunya menjadi potensi yang dapat dimanfaatkan pemerintah dan pengelola kawasan wisata dengan terus meningkatkan atraksi objek wisata, peningkatan fasilitas, bahkan peningkatan pengelolaan kawasan

guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Selain umur, faktor jenis kelamin juga berpengaruh meningkatkan minat berkunjung wisatawan, dari hasil analisis dihasilkan objek wisata pantai di Kota Ternate lebih banyak dikunjungi oleh wisatawan laki-laki, hal ini mengindikasikan bahwa saat ini atraksi wisata yang ditawarkan objek wisata pantai di Kota Ternate lebih menarik untuk wisatawan pria atau laki-laki, beberapa kegiatan wisata yang sering dilakukan wisatawan laki-laki diantaranya seperti *snorkeling* dan *diving*. Hal ini perlu menjadi perhatian bagi pengelola kawasan wisata untuk dapat menciptakan daya tarik yang dapat meningkatkan motivasi wisatawan perempuan untuk mengunjungi objek wisata pantai salah satunya dengan menciptakan atraksi wisata berupa spot foto yang menarik.

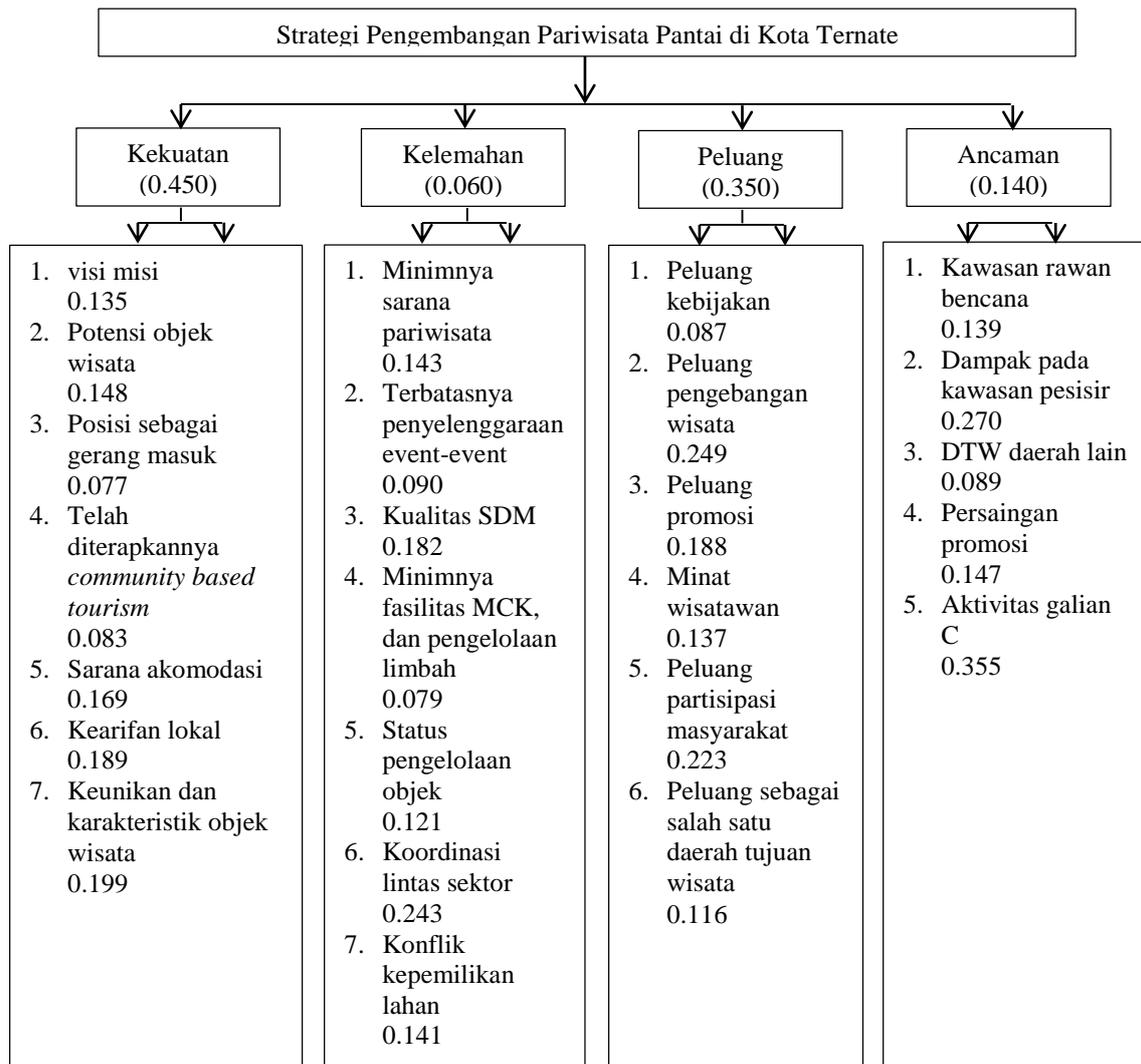
Selain dua faktor di atas, Faktor frekuensi berkunjung juga berpotensi menurunkan minat berkunjung wisatawan, artinya semakin sering atau semakin tingginya intensitas seseorang mengunjungi objek wisata pantai maka akan berpotensi menurunkan minat berwisatanya, hal ini perlu diantisipasi dengan menciptakan daya tarik yang dapat meningkatkan motivasi orang untuk datang dan berkunjung kembali ke objek wisata tersebut. Selain itu, faktor biaya sekali berkunjung berpotensi menurunkan minat berkunjung wisatawan, artinya semakin mahal atau semakin tinggi biaya yang harus dikeluarkan wisatawan dalam sekali berkunjung ke objek wisata pantai maka akan berpotensi menurunkan minat berwisatanya.

Faktor terakhir yang berpotensi menurunkan minat berkunjung wisatawan adalah fasilitas. Artinya jika fasilitas memadai namun jumlahnya sedikit maka

dapat menurunkan minat berkunjung wisatawan. Seperti halnya pada objek wisata pantai Jikomalamo fasilitas MCK yang tersedia sudah cukup memadai namun jumlahnya tidak banyak dan hanya terfokus pada satu titik kawasan hal ini menyebabkan wisatawan sulit menjangkau fasilitas tersebut. Sama halnya dengan MCK, fasilitas kebersihan seperti tempat sampah juga tidak tersebar dan hanya terdapat pada beberapa titik kawasan hal ini menjadi salah satu penyebab menurunnya tingkat kebersihan pada objek wisata pantai. Oleh karena itu penambahan jumlah fasilitas pendukung pada setiap objek wisata pantai sangat perlu direalisasikan.

Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai di Kota Ternate

Penyusunan strategi pengembangan objek wisata pantai di Kota Ternate dirumuskan dari hasil AHP dan SWOT. Penyusunan strategi pengembangan objek wisata pantai di Kota Ternate dilakukan dengan mengidentifikasi faktor-faktor komponen SWOT. Faktor-faktor komponen strategi pengembangan objek wisata pantai di Kota Ternate di spesifikasikan ke dalam faktor strategi *internal* dan faktor strategi *eksternal*. Faktor-faktor ini diperoleh dari hasil wawancara para *expert* yang terdiri dari 5 (lima) orang kemudian digabungkan untuk mendapatkan faktor yang paling berpengaruh terhadap pengembangan objek wisata pantai di Kota Ternate. Pembobotan SWOT dilakukan dengan menggunakan teknik analisis AHP (*Analytical Hierarchy Process*) dimana setiap komponen AHP dianalisis dengan sistem perbandingan berpasangan. Hasil kelima *expert* digabungkan (*combine*) sehingga menghasilkan struktur hirarki seperti terlihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Struktur hirarki gabungan faktor internal dan eksternal
 Sumber: Hasil analisis data, 2022

Tingkat kepentingan dan pengaruh faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) terhadap pengembangan wisata di Kota Ternate dianalisis dengan menggunakan matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*) yang pembobotannya menggunakan AHP. Setiap faktor diranking untuk mengetahui pengaruhnya sampai nilai rating 1-4 dimana nilai 1 (*poor*) berarti kurang berpengaruh, nilai rating 2 berarti agak berpengaruh, nilai rating 3

berarti berpengaruh, sedangkan rating 4 (*outstanding*) artinya sangat berpengaruh (Rangkuti, 2009). Untuk mendapatkan skor diperoleh dengan mengalikan bobot dan rating. Selain itu, skor total dan hasil perhitungan masing-masing faktor internal (kekuatan-kelemahan) dan faktor eksternal (peluang-ancaman) ditempatkan pada kuartal yang tepat untuk memilih strategi yang tepat (Marimin, 2004) [Tabel 9].

Tabel 9. Variabel penentu minat berkunjung wisatawan

SWOT	Bobot SWOT	Faktor SWOT	Bobot Sub faktor	Faktor Prioritas	
Kekuatan	0.450	1	Visi misi pengembangan pariwisata	0.135	0.061
		2	Potensi objek wisata	0.148	0.067
		3	Posisi sebagai gerbang masuk	0.077	0.035
		4	Telah diterapkannya community based tourism	0.083	0.037
		5	Sarana akomodasi	0.169	0.076
		6	Kearifan lokal	0.189	0.085
		7	Keunikan dan karakteristik objek wisata	0.199	0.090
Kelemahan	0.060	1	Minimnya sarana pariwisata	0.143	0.009
		2	Terbatasnya penyelenggaraan event-event	0.090	0.005
		3	Kualitas SDM	0.182	0.011
		4	Minimnya fasilitas MCK, dan pengolahan limbah	0.079	0.005
		5	Status pengelolaan objek	0.121	0.007
		6	Koordinasi lintas sektor	0.243	0.015
		7	Konflik kepemilikan lahan	0.141	0.008
Peluang	0.035	1	Peluang kebijakan	0.087	0.031
		2	Peluang pengembangan wisata	0.249	0.087
		3	Peluang promosi	0.188	0.066
		4	Minat wisatawan	0.137	0.048
		5	Peluang partisipasi masyarakat	0.223	0.078
		6	Peluang sebagai salah satu daerah tujuan wisata di Maluku Utara dan Wilayah Indonesia Timur	0.116	0.041
Ancaman	0.140	1	Kawasan rawan bencana	0.139	0.019
		2	Dampak pada kawasan pesisir	0.270	0.038
		3	DTW daerah lain	0.089	0.012
		4	Persaingan promosi	0.147	0.021
		5	Aktivitas galian C	0.355	0.050

Sumber: Hasil analisis data, 2022

Selanjutnya, dilakukan analisis matriks IFAS (*internal factor analysis summary*) dan EFAS (*external factor analysis summary*) untuk menganalisis faktor strategi internal menyangkut kekuatan dan kelemahan dan faktor strategi eksternal menyangkut peluang dan ancaman dalam pengembangan pariwisata pantai di Kota Ternate. Hasil analisis matriks IFAS EFAS disajikan pada Tabel 10 dan Tabel 11.

Melalui analisis strategi internal dengan matriks IFAS, diperoleh kekuatan yang dapat dikembangkan dan kelemahan yang dapat diminimalkan. Berdasarkan Tabel 10, dapat diketahui aspek keunikan dan karakteristik objek wisata pada faktor kekuatan memiliki bobot tertinggi (0.100) yang sangat berpengaruh (*rating* 4) terhadap pengembangan

wisata pantai di Kota Ternate hal ini didukung pula dengan hasil wawancara terhadap Dinas Pariwisata Kota Ternate yang mengatakan bahwa keunikan dan karakteristik yang berbeda-beda yang dimiliki setiap objek wisata pantai menjadi salah satu kekuatan dalam pengembangan wisata di Kota Ternate. Bobot paling rendah yakni aspek posisi sebagai gerbang masuk (0.038) yang agak berpengaruh (*rating* 2) terhadap pengembangan objek wisata pantai di Kota Ternate.

Pada faktor kelemahan, aspek yang memiliki bobot tertinggi yaitu koordinasi lintas sektor (0.121) yang berpengaruh (nilai *rating* 3) hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan para stakeholder yang berpendapat bahwa dalam pengembangan wisata koordinasi antar sektor sangat penting untuk dilakukan.

Sedangkan bobot paling rendah dimiliki aspek minimnya fasilitas MCK dan pengolahan limbah (0.040) yang kurang berpengaruh (nilai *rating* 1) terhadap pengembangan wisata pantai di Kota Ternate.

Sementara itu, melalui analisis strategi eksternal dengan matriks EFAS, diperoleh peluang yang dapat dimanfaatkan dan ancaman yang dapat diminimalkan. Berdasarkan Tabel 11, dapat diketahui aspek peluang pengembangan wisata memiliki bobot paling tinggi (0.125) yang berpengaruh (nilai *rating* 3) terhadap pengembangan objek wisata pantai di Kota Ternate, hal ini sesuai dengan hasil wawancara kepada stakeholders yang berpendapat bahwa peluang pengembangan wisata di Kota Ternate sangat dapat dilakukan

karena Kota Ternate memiliki potensi. Sementara itu, bobot paling rendah dimiliki aspek peluang kebijakan (0.044) yang berpengaruh (nilai *rating* 3) terhadap pengembangan objek wisata pantai di Kota Ternate.

Pada faktor ancaman, aspek dengan bobot tertinggi yakni aktivitas galian C (0.177) yang berpengaruh (nilai *rating* 3) berdasarkan hasil wawancara terhadap stakeholder mengatakan bahwa saat ini aktivitas galian C yang dilakukan berdekatan dengan beberapa objek wisata pantai hal ini akan sangat mempengaruhi kualitas objek wisata dan kenyamanan wisatawan.

Tabel 10 Matriks IFAS dalam pengembangan pariwisata pantai Kota Ternate

Faktor-Faktor strategi internal	Bobot	Rating	Skor	Simbol
Kekuatan				
1 Visi misi pengembangan pariwisata	0.068	3	0.091	S1
2 Potensi objek wisata	0.074	4	0.133	S2
3 Posisi sebagai gerbang masuk	0.038	2	0.035	S3
4 Telah diterapkannya <i>community based tourism</i>	0.041	2	0.037	S4
5 Sarana akomodasi	0.085	4	0.153	S5
6 Kearifan lokal	0.095	4	0.170	S6
7 Keunikan dan karakteristik objek wisata	0.100	4	0.179	S7
Jumlah			0.798	
Kelemahan				
1 Minimnya sarana pariwisata	0.072	2	0.009	W1
2 Terbatasnya penyelenggaraan event-event	0.045	1	0.003	W2
3 Kualitas SDM	0.091	3	0.016	W3
4 Minimnya fasilitas MCK, dan pengolahan limbah	0.040	1	0.002	W4
5 Status pengelolaan objek	0.061	1	0.004	W5
6 Koordinasi lintas sektor	0.121	3	0.022	W6
7 Konflik kepemilikan lahan	0.071	2	0.008	W7
Jumlah	1.000		0.064	

Sumber: Hasil analisis data, 2022

Tabel 11. Matriks EFAS dalam pengembangan pariwisata pantai Kota Ternate

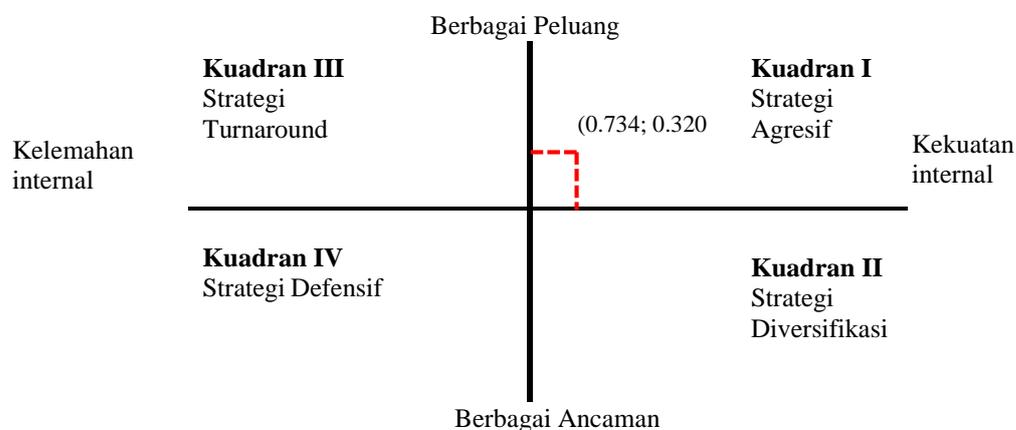
Faktor-Faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Skor	Simbol
Peluang				
1 Peluang kebijakan	0.044	3	0.046	O1
2 Peluang pengembangan wisata	0.125	3	0.131	O2
3 Peluang promosi	0.094	3	0.099	O3
4 Minat wisatawan	0.068	3	0.072	O4
5 Peluang partisipasi masyarakat	0.111	3	0.177	O5

Faktor-Faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Skor	Simbol
6 Peluang sebagai salah satu daerah tujuan wisata	0.058	2	0.041	O6
Jumlah			0.505	
Ancaman				
1 Kawasan rawan bencana	0.069	3	0.029	T1
2 Dampak pada kawasan pesisir	0.135	2	0.038	T2
3 DTW daerah lain	0.045	2	0.012	T3
4 Persaingan promosi	0.073	3	0.031	T4
5 Aktivitas galian C	0.177	3	0.074	T5
Jumlah	1.000		0.185	

Sumber: Hasil analisis data, 2022

Sementara itu, bobot terendah dimiliki aspek DTW daerah lain (0.045) yang agak berpengaruh (nilai *rating* 2) dalam pengembangan objek wisata pantai di Kota Ternate. Selanjutnya, penajaman strategi dilakukan dengan analisis matrix *space*. Hasil analisis dari matriks *space* dapat digunakan untuk mengetahui arah dan posisi pengembangan Kawasan wisata pantai di Kota Ternate berdasarkan kuadran-kuadran yang terdapat pada matriks *space* (Rahmawati 2015).

Parameter yang digunakan dalam analisis matriks *space* merupakan selisih skor antara faktor internal (kekuatan-kelemahan) dan faktor eksternal (peluang-ancaman) dengan perhitungan sebagai berikut: jumlah skor kekuatan - total skor kelemahan = $0.798 - 0.064 = 0.734$ (koordinat X) sementara itu, jumlah skor peluang - total skor ancaman = $0.505 - 0.185 = 0.320$ (koordinat Y) [Gambar 6].



Gambar 6. Arah Pengembangan Objek Wisata Pantai di Kota Ternate
 Sumber: Hasil analisis data, 2022

Penyusunan strategi pengembangan objek wisata pantai Kota Ternate secara terpadu dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT. Dengan mengacu pada analisis matriks *space*, posisi pengembangan objek wisata pantai secara terpadu berada pada kuadran I. Sehingga pemilihan strategi yang dipilih adalah strategi SO (*Strengths-Opportunities*) atau dengan kata lain strategi yang disusun dengan cara menggunakan semua kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang

sebesar-besarnya. Langkah selanjutnya adalah menggabungkan kekuatan untuk atasi ancaman (ST), mengurangi kelemahan yang ada dengan memanfaatkan peluang (WO) dan kurangi kelemahan untuk melawan ancaman di masa depan (WT).

Berdasarkan hasil analisis SWOT dirumuskan 12 strategi kemudian dilakukan perankingan dan diperoleh 7 strategi prioritas pengembangan objek wisata pantai di Kota Ternate yaitu:

1. Pengembangan objek wisata dengan memanfaatkan keunikan dari setiap objek wisata;
2. Meningkatkan promosi baik pada objek wisata yang sudah berkembang, berpotensi dikembangkan dan kurang berpotensi dikembangkan dengan memanfaatkan perkembangan IPTEK;
3. Pengadaan serta peningkatan program *community based tourism* pada kawasan objek wisata pantai Sulamadaha, Jikomalamo, Tobololo, Bubane Ici, Tabanga, Hol, Ake Rica, Talaga Nita dan pantai Kastela dengan memanfaatkan partisipasi masyarakat serta penguatan nilai-nilai budaya lokal, sebagai wujud konsistensi terhadap pengembangan pariwisata Kota Ternate;
4. Meningkatkan penyelenggaraan *event-event* terkait kepariwisataan pada masing-masing objek wisata pantai dengan kerja sama masyarakat setempat sebagai bagian dari ajang promosi untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan guna pengembangan pariwisata Kota Ternate;
5. Peningkatan sarana akomodasi terutama untuk objek wisata Talaga Nita guna meningkatkan kunjungan wisatawan dan dalam memanfaatkan posisi sebagai gerbang masuk untuk meningkatkan peluang sebagai daerah tujuan wisata di Provinsi Maluku Utara dan Timur Indonesia;
6. Dukungan kebijakan pemerintah terkait pengembangan sektor pariwisata yang merupakan sektor unggulan di Kota Ternate dan merupakan destinasi wisata yang paling diminati di Provinsi Maluku Utara.
7. Penegakan peraturan-peraturan yang ada dalam hal perizinan bahan galian C pada objek wisata pantai terutama pada objek wisata Pantai Tobololo, Pantai Sulamadaha, Pantai Tabanga dan Pantai Jikomalamo.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari sembilan objek wisata pantai, lima di antaranya sudah berkembang yakni Pantai Sulamadaha, Pantai Jikomalamo, Pantai Tobololo, Pantai Bubane Ici, dan Pantai Kastela. Dua objek wisata pantai yang berpotensi untuk dikembangkan yakni Pantai Tabanga, dan Pantai Hol. Sementara itu, dua objek wisata yang kurang berpotensi untuk dikembangkan adalah Pantai Ake Rica dan Pantai Talaga Nita. Faktor-faktor penarik minat wisatawan pada objek wisata pantai di Kota Ternate terdiri dari: umur, jenis kelamin, frekuensi berkunjung, biaya sekali berkunjung dan fasilitas. Strategi prioritas pengembangan pariwisata pantai di Kota Ternate yaitu pengembangan objek wisata dengan memanfaatkan keunikan, pengadaan dan peningkatan *program community based tourism*, meningkatkan penyelenggaraan *event-event* kepariwisataan, peningkatan sarana akomodasi, pengembangan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan, dan mempertegas perizinan bahan galian C di beberapa kawasan objek wisata pantai.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam penyempurnaan Rencana Induk Pariwisata Daerah Kota Ternate (RIPDA), penelitian ini terbatas dan hanya fokus pada objek wisata pantai, maka diharapkan untuk peneliti berikutnya untuk meneliti dan menambahkan parameter lainnya, sehingga dapat digunakan untuk wisata selain pantai.

Selain itu, variabel penarik minat wisatawan yang digunakan belum sepenuhnya dapat menggambarkan faktor-faktor penarik minat wisatawan sehingga dalam upaya pengembangan pariwisata di Kota Ternate perlu adanya penambahan variabel lainnya dan berbagai analisis lanjutan. Perlu adanya peningkatan kerjasama antar *stakeholder* seperti pemerintah, masyarakat, swasta, dan pengelola kawasan wisata dalam meningkatkan sistem promosi guna peningkatan jumlah kunjungan wisatawan di Kota Ternate.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dinas Pariwisata Kota Ternate, Badan Perencanaan, Penelitian, dan Pengembangan Daerah (Bappelitbangda) Kota Ternate yang telah memberikan kemudahan dalam mengakses data yang menunjang penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, D. (2016). Mengembangkan wisata bahari di pesisir pantai Teluk Lampung. *Jurnal Destinasi Kepariwisataaan Indonesia Vol , 1* (1), 45-66.
- Afriyanto. (2018). Analisis objek wisata dan arahan rencana serta strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatera Barat. Bogor. Institut Pertanian Bogor.
- Akhmad A. (2006). Pengembangan Pariwisata (Belajar dari Kamboja). Semiloka Transportasi Indonesia Kamboja Workshop-Seminar Transportation between Indonesia-Cambodia.
- Basuki ATRI. (2016). Variabel Dummy dalam Regresi. 1:1-4.
- Bawamenewi MO.(2019). Arahan Rencana Dan Strategi Pengembangan Komoditas Unggulan Di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Cahaya Baru, Kalimantan Selatan. (Disertasi). Bogor. Institut Pertanian Bogor
- [BPS] Badan Pusat Statistik. (2019). Kota Ternate dalam Angka Tahun 2019. Kota Ternate: Badan Pusat Statistik Kota Ternate.
- Departemen Kehutanan. (2003). Pedoman Analisis Daerah Operasi Objek Daya Tarik Wisata Alam (ADO-ODTWA).pdf. *Direktorat Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam*:46.
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Ternate. (2019). Data Kepariwisataaan Kota Ternate Tahun 2015-2019. Kota Ternate : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Ternate
- Djou, JAG (2013). Pengembangan 24 Destinasi Wisata Bahari Kabupaten Ende. *Jurnal Kawistara , 3* (1).<https://doi.org/10.22146/ka-wistara.3958>.
- Drakel, A. (2020). Kajian Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Potensi Ekonomi Wilayah (Studi Kasus Pembangunan Pariwisata Kota Ternate). *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi (Jupek) , 2* (1), 1-12. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.4431068>
- Ferdiansyah F. (2005). Peramalan dan faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke agrowisata little farmers unit usaha tani koperasi karyawan PT. Bio Farma Cisarua, Lembang. Institut Pertanian Bogor.
- Halim, MA. (2018). *Studi Potensi Dan Prospek Pengembangan Pariwisata Di Kota Ternate, Maluku Utara (Studi Dinas Pariwisata Kota Ternate)*. Skripsi. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Hanajayani, G., & Sariffuddin, S. (2018). Mengatur Desa Wisata: Peran Tokoh Masyarakat Membangun Inisiatif Kolektif Dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Komunitas. *Tataloka, 20* (2), 195-204. <https://doi.org/10.14710/tataloka.20.2.195-204>
- Hardjowigeno S, Widiatmaka. (2007). *Evaluasi Kesesuaian Lahan dan Perencanaan Tata Guna Lahan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Indriyani S, Raupong, Anisa. (2020). Estimasi Parameter Regresi Logistik Biner Dengan Metode Partial Least Squares. *Core*.(1965):274-282.
- Itamar, H., Alam, AS, & Rahmatullah, R. (2014). Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Tana Toraja. *Pemerintah: Jurnal Ilmu Pemerintahan , 91*-108.
- Junaidi., DewiW. O., SaidA., & HanafiH. (2022). Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan: Studi Kasus di Desa Paccekke, Kabupaten Barru, Indonesia. *Jurnal Perencanaan Pembangunan Wilayah Dan Perdesaan , 6* (3), 287-301. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2022.6.3287-301>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2020-2021). Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia 2020/2021. Jakarta. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.
- Marimin. (2004). *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Faktor Majemuk*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Maromon RYY. (2017). Analisis Objek Wisata dan Arahan Pengembangannya di Kota Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur. Institut Pertanian Bogor.
- Muawanah, U., Triyanti, R., & Soejarwo, PA (2020). Dampak Ekonomi Wisata Bahari Di Kabupaten Alor. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan , 15* (1), 33-46. <http://dx.doi.org/10.15578/jsekp.v15i1.8841>
- Musavengane R, Siakwah P, Leonard L. (2020). The nexus between tourism and urban risk: Towards inclusive, safe, resilient and sustainable outdoor tourism in African cities. *J. Outdoor Recreat. Tour.* 29(August 2019):100254.doi:10.1016/j.jort.2019.100254.

- Nastiti CEP, Umilia E. (2013). Faktor Pengembangan Kawasan Wisata Bahari di Kabupaten Jember. *Jurnal Teknik POMITS*. 2(2):164–167. <http://dx.doi.org/10.12962/j23373539.v2i2.4333>
- Pamungkas ET. (2017). Metode regresi logistik biner pada faktor yang mempengaruhi kesembuhan pasien penderita demam berdarah dengue di RSUD Dr. Iskak Kabupaten Tulungagung. *Institut Teknologi Sepuluh Nopember*.
- Pramudia E. (2008). Evaluasi potensi objek wisata aktual di Kabupaten Agam Sumatera Barat Untuk perencanaan program pengembangan. Institut Pertanian Bogor.
- Rahmawati J. (2015). Identifikasi Potensi Objek Wisata Serta Arah dan Rencana Strategi Pengembangan Kawasan Wisata di Kabupaten Siak, Provinsi Riau. Institut Pertanian Bogor.
- Rangkuti F. (2009). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti F. (2011). *SWOT Balance Scorecard Teknik Menyusun Strategi Korporat Yang Efektif Plus Cara Mengelola Kinerja dan Risiko*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rifan, AA (2018). Daya tarik wisata pantai wediombo sebagai alternatif wisata bahari di daerah istimewa yogyakarta. *Jurnal Geografi*, 10 (1), 63-73. <https://doi.org/10.24114/jg.v10i1.7955>
- Spillane, James J. (2003). *Pariwisata dan Wisata Budaya*. CV Rajawali.
- Suhendra.Adi. (2017). Matra pembaruan. *Jurnal. Matra Pembaruan*. 1(Inovasi kebijakan):75–84. <https://doi.org/10.21787/mp.1.1.2017.1-9>
- Walpole RE. (1982). *Pengantar Statistik*. Cetakan ke. Jakarta: PT. Gramedia.
- Warpani S, Warpani I. (2007). *Pariwisata dalam Tata Ruang*. Bandung: ITB Press.
- Yakup Ap. (2019). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Universitas Airlangga Surabaya*.
- Yamani, A., Rustiadi, E., & Widiatmaka, W. (2015). Evaluasi Pola Ruang Berbasis Kerawanan Banjir Di Kabupaten Pidie. *Tataloka*, 17 (3), 130-146. <https://doi.org/10.14710/Tataloka.17.3.130-146>
- Yudissanta A, Ratna M. (2012). Analisis Pemakaian Kemoterapi pada Kasus Kanker Payudara dengan Menggunakan Metode Regresi Logistik Multinomial (Studi Kasus Pasien di Rumah Sakit “X” Surabaya). *Jurnal Sains dan Seni ITS*. 1(1):D112–D117.
- Yustinaningrum, D. (2017). Pengembangan wisata bahari di Taman Wisata Perairan Pulau Pieh dan laut sekitarnya. *Agrika*, 11 (1). <https://doi.org/10.31328/ja.v11i1.455>