



PEMERINTAH KOTA TERNATE
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN PENELITIAN
DAN PENGEMBANGAN DAERAH (BAPPELITBANGDA)
KOTA TERNATE

LAPORAN AKHIR

RIPARDA

RENCANA INDUK PEMBANGUNAN
KEPARIWISATAAN DAERAH KOTA TERNATE

Tahun Anggaran 2023

tim penyusun:

L P P M

UNIVERSITAS KHAIRUN



KATA PENGANTAR

Pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan Kota Ternate dalam upaya memacu pertumbuhan perekonomian daerah selain sektor perikanan dan kelautan serta sektor perhubungan. Pemilihan pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan Kota Ternate didasari atas beragamnya potensi pariwisata yang dimiliki dan besarnya dukungan pemangku kepentingan di Kota Ternate yang mendorong pembangunan sektor pariwisata.

Dalam kerangka meningkatkan kualitas sektor kepariwisataan di Kota Ternate maka dibutuhkan sebuah perencanaan pembangunan kepariwisataan yang terintegratif dan komprehensif. Badan Perencanaan Pembangunan Penelitian dan Pengembangan Daerah (Bappelitbangda) Kota Ternate bekerjasama dengan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Khairun melakukan penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPPARDA).

Laporan Akhir ini disusun dengan memperhatikan struktur penulisan dan pertimbangan akademik sehingga didapatkan dokumen laporan yang sistematis, meliputi pendahuluan, Pendekatan Studi, Penetapan Kawasan Strategis, Analisis Lingkungan dan Strategi Pembangunan Pariwisata, serta Kebijakan, Strategi dan Program Pembangunan Kepariwisata serta Penutup yang memuat Kesimpulan dan Saran sebagai akhir dari penulisan.

Dengan tersusunnya Laporan ini, diharapkan menjadi acuan untuk Pelaksanaan pekerjaan pada tahap selanjutnya. Penyusunan laporan Akhir ini juga tentunya tidak terlepas dari kekurangan sehingga saran dan kritik sangat

kami harapkan untuk perbaikan dan penyempurnaan di masa yang akan datang. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak atas kerjasama, bantuan dan kontribusinya sehingga laporan pendahuluan ini dapat diselesaikan penyusunannya.

Kami ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dalam proses penyusunan laporan ini.

Ternate, April 2023

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
Bab I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	I- 1
B. Dasar Penyusunan Riparda Kota Ternate	I- 5
C. Maksud, Tujuan Dan Sasaran Penyusunan Riparda Kota Ternate	I- 8
D. Lingkup Kajian Riparda Kota Ternate	I- 10
E. Keluaran	I- 15
Bab II PENDEKATAN STUDI	
A. Pendekatan Studi	II- 1
B. Metodologi	II- 42
Bab III PENETAPAN KAWASAN STRATEGIS KOTA TERNATE	
A. Kawasan Strategis Nasional	III- 2
B. Kawasan Strategis Provinsi	III- 5
C. Kawasan Strategis Kota Ternate	III- 6
D. Kebijakan Pembangunan Kepariwisata Nasional	III- 12
E. Profil Umum Kota Ternate	III- 16
F. Profil Kepariisataan Kota Ternate	III- 19

BAB IV ANALISIS LINGKUNGAN DAN

STRATEGI PEMBANGUNAN PARIWISATA

A. Pencermatan Lingkungan Eksternal	IV- 1
B. Pencermatan Lingkungan Internal	IV- 8
C. Pencermatan Kelembagaan	IV- 17
D. Pencermatan Industri kepariwisataan	IV- 19
E. Analisis Tows	IV- 22

BAB V KEBIJAKAN, STRATEGI DAN

PROGRAM PEMBANGUNAN PARIWISATA

A. Visi, Misi, Tujuan Dan Sasaran Kepariwisata Daerah Kota Ternate	V- 1
B. Kebijakan Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Ternate	V- 5
C. Strategi Pembangunan Kepariwisata Kota Ternate	V- 11
D. Strategi Pembangunan Destinasi Pariwisata	V- 13
E. Strategi Pembangunan Industri Pariwisata	V- 19
F. Strategi Pembangunan Pasar Dan Pemasaran Pariwisata	V- 20
G. Strategi Pembangunan Kelembagaan Pariwisata	V- 25
H. Indikasi Program Pembangunan Pariwisata	V- 26

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	VI- 1
B. Saran	VI- 2

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Dimensi RIPARDA Kota Ternate	II- 4
Gambar 2.2	Sistem Kepariwisata	II- 9
Gambar 2.3	<i>Leiper's Model</i> Sistem Dasar Kepariwisata	II- 9
Gambar 2.4	Diagram Keterkaitan Industri Pariwisata dengan Bidang dan Sektor Lain	II- 11
Gambar 2.5	Diagram Mata Rantai Kegiatan Wisata Secara umum	II- 12
Gambar 2.6	Usulan Paradigma Konsep Pariwisata Berkelanjutan di Kota Ternate	II- 21
Gambar 2.7	Implementasi Konsep Pariwisata Berkelanjutan di Kota Ternate	II- 22
Gambar 2.8	Model Pengembangan Perwilayahan (Zona dan Sub-Zona) Pariwisata	II- 24
Gambar 2.9	Pola Hubungan Stakeholders kepariwisataan	II- 28
Gambar 2.10	Penetapan Posisi Untuk Sebuah Destinasi	II- 38
Gambar 2.11	Levels of Place Marketing	II- 41
Gambar 3.1	Rencana Kawasan Strategis Kota Ternate	III- 10
Gambar 3.2	Peta Sebaran Destinasi Pariwisata Indonesia	III- 14
Gambar 3.3	Peta Detail Destinasi Pariwisata Indonesia	III- 16
Gambar 3.4a	Peta Pulau Ternate	III- 17
Gambar 3.4b	Peta Maluku Utara	III- 17
Gambar 3.5	Grafik Jumlah Objek Menurut Kecamatan di Kota Ternate, 2022	III- 20

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jumlah Jenis Objek wisata menurut Kecamatan di Kota Ternate, 2022	III- 21
Tabel 3.2	Daftar Objek wisata pada Kecamatan Pulau Ternate, Kota Ternate 2022	III- 22
Tabel 3.3	Daftar Objek wisata pada Kecamatan Moti dan Kecamatan Pulau Batang Dua, Kota Ternate 2022	III- 23
Tabel 3.4	Daftar Objek wisata pada Kecamatan Hiri, Kota Ternate 2022	III- 24
Tabel 3.5	Daftar Objek wisata pada Kecamatan Ternate Barat, Kota Ternate 2022	III- 25
Tabel 3.6	Daftar Objek wisata pada Kecamatan Ternate Selatan, Kota Ternate 2022	III- 26
Tabel 3.7	Daftar Objek wisata pada Kecamatan Ternate Tengah, Kota Ternate 2022	III- 27
Tabel 3.8	Daftar Objek wisata pada Kecamatan Ternate Utara, Kota Ternate 2022	III- 28
Tabel 3.9	Jumlah wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Ternate, 2018-2022	III- 30
Tabel 3.10	Jumlah Akomodasi Hotel menurut Kelas dan kelompok Kamar di Kota Ternate, 2022	III- 31
Tabel 3.11	Jumlah Rumah makan/Restoran menurut Kecamatan di Kota Ternate, 2019-2022	III- 31
Tabel 4.1	Arahan Pembangunan Industri Pariwisata	IV- 21
Tabel 4.2	Matriks Analisis Lingkungan Internal Kepariwisata Kota Ternate	IV- 23

Tabel 4.3	Matriks Analisis Lingkungan Eksternal Kepariwisata Kota Ternate	IV- 27
Tabel 4.4	Analisis Perbandingan Kekuatan dan Kelemahan Kepariwisata Kota Ternate	IV- 29
Tabel 4.5	Analisis Opportunity (peluang) dan MM Strategy Kepariwisata Kota Ternate	IV- 32
Tabel 4.6	Analisis Threat (ancaman) dan MM Strategy Kepariwisata Kota Ternate	IV- 34
Tabel 5.1	Arah Kebijakan Kawasan Strategis Pembangunan Pariwisata dan Mensinergikan Pengembangan Daya Tarik Wisata dengan Rencana Pengembangan Aksesibilitas.	V- 27
Tabel 5.2	Arah Kebijakan Penegakan Regulasi Pembangunan DPD, KSPD dan KPPD.	V- 27
Tabel 5.3	Arah Kebijakan Pengendalian Implementasi Pembangunan DPD, KSPD dan KPPD.	V- 28
Tabel 5.4	Arah Kebijakan Perintisan Pengembangan daya tarik wisata dalam rangka mendorong pertumbuhan DPD, KSPD dan KPPD.	V- 29
Tabel 5.5	Arah Kebijakan Pembangunan Daya Tarik Wisata untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk dalam menarik minat dan loyalitas segmen pasar yang ada	V- 30
Tabel 5.6	Arah Kebijakan Pemantapan Pembangunan Daya Tarik Wisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan segmen pasar yang lebih luas.	V- 30
Tabel 5.7	Arah Kebijakan Pembangunan Prasarana Umum, Fasilitas Umum dan Fasilitas Pariwisata dalam mendukung Perintisan Pembangunan Kawasan Pembangunan	V- 31
Tabel 5.8	Arah Kebijakan Meningkatkan kualitas prasarana umum dan fasilitas pariwisata yang mendorong pertumbuhan daya saing kawasan pembangunan pariwisata daerah	V- 32
Tabel 5.9	Arah Kebijakan Pengendalian Prasarana Umum, Fasilitas Umum dan Fasilitas Pariwisata bagi destinasi-destinasi	

	pariwisata yang sudah melampaui ambang batas daya dukung	V- 33
Tabel 5.10	Arah Kebijakan Pengembangan Moda Transportasi dalam mendukung Pembangunan Pariwisata	V- 34
Tabel 5.11	Arah Kebijakan Pengembangan Sarana Prasarana Transportasi dalam mendukung Pembangunan Pariwisata	V- 35
Tabel 5.12	Arah Kebijakan Pengembangan Sistem Transportasi dalam mendukung Pembangunan Pariwisata	V- 36
Tabel 5.13	Arah Kebijakan Peningkatan Kapasitas dan Peran Masyarakat dalam Pembangunan Bidang Kepariwisata	V- 37
Tabel 5.14	Arah Kebijakan Peningkatan Usaha Ekonomi Masyarakat Bidang Kepariwisata	V- 38
Tabel 5.15	Arah Kebijakan Penguatan Kesadaran Wisata Masyarakat	V- 39
Tabel 5.16	Arah Kebijakan Mendorong tumbuh dan berkembangnya investasi dibidang Pariwisata	V- 40
Tabel 5.18	Arah Kebijakan Peningkatan Promosi investasi dibidang Pariwisata	V- 41
Tabel 5.19	Arah Kebijakan Pemetaan, Analisis Peluang Pasar dan Perintisan Pemasaran ke Pasar Potensial	V- 42
Tabel 5.20	Arah Kebijakan Pemantapan Segmen Pasar Wisatawan Massal (Mass Market) dan Pengembangan Segmen Ceruk Pasar (Niche Market) dalam Mengoptimalkan Pengembangan Destinasi Pariwisata dan Dinamika Pasar Global	V- 43
Tabel 5.21	Arah Kebijakan Pengembangan dan Pemantapan Citra Destinasi Pariwisata	V- 45
Tabel 5.22	Arah Kebijakan Peningkatan Peran Media Komunikasi Pemasaran Dalam Memasarkan Dan Mempromosikan Wisata	V- 47
Tabel 5.23	Arah Kebijakan Pengembangan Kemitraan Pemasaran yang Terpadu, Sinergis, Berkesinambungan dan Berkelanjutan	V- 49

Tabel 5.24	Arah Kebijakan Penciptaan iklim investasi kepariwisataan yang sehat melalui penetapan kebijakan yang mendukung aktivitas investasi serta pembangunan masyarakat	V- 51
Tabel 5.25	Arah Kebijakan Peningkatan informasi dan kerjasama investasi dalam meningkatkan arus investasi kepariwisataan	V- 52
Tabel 5.26	Arah Kebijakan Membangun organisasi pengelolaan pariwisata di kawasan dengan melibatkan stakeholders yang terkait dan menggunakan prinsip good corporate governance dan mengembangkan sistem pelayanan yang terpadu dan terintegrasi.	V- 54
Tabel 5.27	Arah Kebijakan Membangun sistem dan jaringan komunikasi diantara seluruh stakeholders di dalam melaksanakan pembangunan pariwisata.	V- 54
Tabel 5.28	Arah Kebijakan Membangun sistem dan jaringan komunikasi diantara seluruh stakeholders di dalam melaksanakan pembangunan pariwisata.	V- 55
Tabel 5.29	Arah Kebijakan Optimalisasi kemitraan usaha pariwisata antara pemerintah kabupaten, swasta dan masyarakat	V- 56
Tabel 5.30	Arah Kebijakan Optimalisasi dan akselerasi kompetensi SDM Pemerintah	V- 56
Tabel 5.31	Arah Kebijakan Akselerasi kualitas Institusi pendidikan kepariwisataan	V- 57
Tabel 5.32	Arah Kebijakan Optimalisasi Kuantitas SDM Industri Pariwisata	V- 58

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Sektor Pariwisata merupakan salah satu sektor yang secara terus menerus diupayakan pengembangannya agar dapat didayagunakan sebagai salah satu sektor andalan dalam kegiatan perekonomian daerah. Berkembangnya kegiatan pariwisata disuatu daerah akan memberikan pengaruh dan dorongan pembangunan sektor-sektor lainnya, khususnya dalam hal memperluas lapangan kerja dan peluang usaha. Menyadari bahwa sektor pariwisata merupakan salah satu sektor potensial yang mampu menjadi motor penggerak pembangunan daerah maka kegiatan pembangunan kepariwisataan merupakan salah satu prioritas yang mendapat perhatian dalam perencanaan pembangunan daerah Kota Ternate.

Sektor pariwisata memiliki peran penting dimasa depan dalam pembangunan ekonomi daerah di Kota Ternate baik kontribusi langsung terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) maupun manfaat berganda dari kegiatan kepariwisataan di Kota Ternate, khususnya penciptaan lapangan pekerjaan utama dan lapangan pekerjaan ikutan. Pemikiran terhadap pentingnya sektor pariwisata dalam mendukung pembangunan ekonomi daerah didasari oleh peran penting sektor pariwisata yang bersifat strategis dalam perekonomian, karena bersifat lintas sektoral yang berimplikasi secara luas terhadap berbagai aspek terkait dengan sektor politik-pemerintahan, ketahanan-keamanan, ekonomi-pembangunan, dan sosial-kebudayaan. Secara empirik-institusional, sektor unggulan dengan produk andalan ini memiliki keterkaitan kebelakang dan

keterkaitan ke depan baik dalam tataran lokal, nasional dan berskala global.

Berbagai perkembangan dan peristiwa dewasa ini membawa pengaruh besar pada perkembangan kepariwisataan, khususnya kepariwisataan dalam lingkup Kota Ternate. Banyak potensi dan sekaligus permasalahan serta isu baru yang muncul ke permukaan yang membutuhkan cara penanganan dengan pendekatan yang spesifik. Dinamika tersebut perlu diakomodasi ke dalam produk-produk rencana yang ada di daerah agar potensi, permasalahan serta isu-isu baru yang muncul dapat ditampung dan menjadi dasar dalam menyusun kebijakan serta program tindak lanjut. Oleh sebab itu, arah pembangunan kepariwisataan di Kota Ternate sebaiknya adalah pembangunan yang berkelanjutan dengan melibatkan setiap unsur dan sektor yang ada dalam tatanan daerah. Setiap unsur dan sektor harus bahu membahu secara sinergis untuk dapat mengupayakan model pembangunan kepariwisataan yang tepat sasaran dan sesuai dengan kultur dan kemampuan sumber daya yang dimiliki oleh Kota Ternate.

Dalam perkembangannya, Pariwisata Kota Ternate juga dihadapkan pada permintaan terhadap produk wisata yang bermutu sebagai akibat dari meningkatnya pengetahuan dan pengalaman wisatawan, serta persaingan dengan destinasi pariwisata lain. Kemampuan untuk memanfaatkan peluang yang ada menjadi tantangan bagi semua pihak, baik pemerintah, swasta maupun masyarakat.

Pemerintah daerah Kota Ternate perlu menegaskan arah dan posisi sektor pariwisata bagi pembangunan Kota Ternate. Pemerintah Kota Ternate sudah seharusnya menjadikan pariwisata sebagai salah satu paradigma baru pembangunan dengan sasaran salah satunya untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dalam wujud pengembangan yang berkelanjutan. Kota Ternate memiliki keragaman potensi wisata serta lokasi wilayah yang strategis yang dapat menjadi

basis pengembangan kepariwisataan, sehingga diharapkan tetap menjadi daerah tujuan wisata unggulan di Kota Ternate.

Untuk dapat mengoptimalkan potensi wisata di Kota Ternate, diperlukan perencanaan dan pengembangan pariwisata lebih lanjut secara holistik. Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPARDA) Kota Ternate merupakan langkah dalam menyelaraskan perkembangan kondisi lingkungan terkait keberlanjutan pembangunan pariwisata di Kota Ternate. RIPARDA merupakan dokumen perencanaan yang posisinya sangat strategis dalam pembangunan pariwisata. Sebagai rencana induk, maka RIPARDA Kota Ternate ini harus berisikan kebijakan-kebijakan yang bersifat komprehensif dan terintegrasi dengan Rencana Induk secara horizontal (Rencana Strategis Dinas Teknis lain di Kota Ternate), dan secara vertikal, baik dengan RIPPAPROV Maluku Utara, maupun dengan RIPPARNAS (Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional). RIPARDA merupakan rencana pembangunan kepariwisataan dalam skala Kota Ternate yang perlu mengacu pada dokumen rencana pariwisata yang berada pada hirarki yang lebih tinggi, yaitu RIPPAPROV (Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi) Maluku Utara dan RIPPARNAS (Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Nasional). Selain itu RIPARDA juga perlu mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Ternate, maupun rencana pembangunan sektor-sektor lainnya yang terkait. Dengan memperhatikan hirarki tersebut, pembangunan pariwisata yang dilakukan suatu Kota merupakan suatu pembangunan yang terintegrasi baik vertikal maupun horizontal.

Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPARDA) Kota Ternate merupakan suatu rencana yang tidak berdiri sendiri dan lepas dari sistem perencanaan sektor lain tetapi merupakan bagian dari perencanaan pembangunan wilayah secara keseluruhan. RIPARDA harus dapat berfungsi untuk memadupadankan perencanaan pariwisata ke dalam kebijakan dan rencana pembangunan Kota Ternate secara utuh,

agar dapat mengakomodasi tuntutan pengembangan kepariwisataan ke arah yang lebih profesional dan disesuaikan dengan kondisi perkembangan lingkungan yang terjadi. Untuk dapat mengoperasionalkan dan merealisasikan sasaran yang telah ditetapkan, maka diperlukan kesiapan seluruh unsur pokok pembangunan kepariwisataan di Kota Ternate.

Perencanaan pengembangan pariwisata yang dilakukan merupakan penjabaran dari visi dan misi pembangunan sektor pariwisata maupun pembangunan Kota Ternate. Secara operasional RIPARDA berfungsi sebagai pedoman dasar pembangunan kepariwisataan bagi pemerintah, sektor bisnis pariwisata, dan masyarakat di masa yang akan datang. Dengan demikian, RIPARDA Kota Ternate ini tentunya harus mampu menyesuaikan dengan kondisi lingkungan strategis, kepentingan, dan trend yang sangat dinamis serta mampu mengikuti kemajuan teknologi yang dapat mengakomodir rencana pengembangan pariwisata di masa yang akan datang dalam jangka menengah.

Dalam era otonomi, Kota Ternate diharapkan dapat dikelola secara lebih produktif untuk meningkatkan perekonomian wilayah yang lebih besar. Dengan demikian dibutuhkan pengelolaan yang lebih profesional untuk mendapatkan nilai lebih dari pembangunan pariwisata yang dilakukan, serta memiliki keunggulan kompetitif. Dalam perkembangannya, pariwisata Kota Ternate juga dihadapkan pada permintaan terhadap produk wisata yang bermutu sebagai akibat dari meningkatnya pengetahuan dan pengalaman wisatawan, serta persaingan dengan destinasi pariwisata lain. Kemampuan untuk memanfaatkan peluang yang ada menjadi tantangan bagi semua pihak, baik pemerintah, swasta maupun masyarakat.

Adapun beberapa faktor yang mendasari perlunya penyusunan RIPARDA Kota Ternate ini adalah:

1. Diperlukan suatu rencana yang dapat membantu menangani masalah-masalah kepariwisataan yang timbul serta peluang-

peluang pembangunan kepariwisataan pada saat ini dan masa akan datang, maka diperlukan identifikasi dan pembangunan terhadap Daya Tarik Wisata di Kota Ternate.

2. Dituntut adanya suatu kebijakan yang bermuatan lokal dan mudah diterjemahkan ke dalam program-program tindak dan aktivitas usaha oleh masyarakat serta memberikan kepastian arah investasi sektor usaha.

Melihat pada kondisi tersebut, maka penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPARDA) Kota Ternate diharapkan dapat menjadi jawaban atas berbagai potensi, permasalahan serta isu-isu strategis terkait pembangunan kepariwisataan dan sekaligus juga sebagai alat dalam mencapai visi dan misi yang telah ditetapkan pemerintah Kota Ternate sehingga mampu memberikan panduan komprehensif mengenai pembangunan dan pengembangan pariwisata Kota Ternate di masa depan dengan mempertimbangkan berbagai kekuatan, kelemahan, peluang, dan hambatan yang terkait pada pembangunan sektor pariwisata serta keterpaduan lintas sektoral dalam usaha pengembangan kepariwisataan.

Pada akhirnya, melalui penyusunan RIPARDA Kota Ternate diharapkan pembangunan dan pengelolaan kepariwisataan Kota Ternate akan dapat lebih terarah yang sesuai dengan prinsip pengembangan yang berorientasi pada perolehan ekonomi yang tinggi, pengembangan yang sesuai dengan kepentingan masyarakat lokal, serta pengembangan berwawasan lingkungan yang berkelanjutan.

B. DASAR PENYUSUNAN RIPARDA KOTA TERNATE

Dalam menyusun Rencana Induk Pembangunan Kota Ternate, memiliki dasar penyusunan Peraturan dan Kebijakan sebagai berikut:

1. Kelompok Peraturan Undang-Undang

Dalam menyusun Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Ternate:

- a. Undang-undang Nomor 2 tahun 2015 tentang penetapan Peraturan Pemerintah pengganti undang-undang nomor 2 tahun 2014 tentang perubahan atas undang-undang nomor 23 tahun 2014 tentang pemerintahan daerah menjadi undang-undang;
- b. Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata (Lembar Negara Republik Indonesia Tahun 2009 No 11, Tambahan Lembar Negara Republik Indonesia Nomor 4966);
- c. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya;
- d. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup; Undang-Undang No. 5 Tahun 1990 tentang Konservasi Sumberdaya Alam Hayati dan Ekosistemnya;
- e. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2004 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2004 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 41 Tahun 1999 tentang Kehutanan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 86, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4412);
- f. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 104, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4421);
- g. Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 68, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4725);
- h. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 69, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4851);
- i. Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan

Angkutan Jalan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 96, Tambahan Lembaran Negara Nomor 5025).

- j. Undang-Undang No 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.

2. Kelompok Peraturan Pemerintah

- a. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025;
- b. Peraturan Pemerintah Nomor 34 Tahun 2006 tentang Jalan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2006 Nomor 86, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4655);
- c. Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2007 tentang Tata Hutan dan Penyusunan Rencana Pengelolaan Hutan serta Pemanfaatan Hutan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 22; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4696);
- d. Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan Antara Pemerintah, Pemerintahan Daerah Provinsi dan Pemerintahan Daerah Kabupaten/Kota (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4737);
- e. Peraturan Pemerintah Nomor 26 Tahun 2008 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 48, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4833);
- f. Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 2010 Tentang Penyelenggaraan Penataan Ruang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 21, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5103);
- g. Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2010 Tentang Penggunaan Kawasan Hutan (Lembaran Negara Republik

Indonesia Tahun 2010 Nomor 30, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5112);

- h. Peraturan Pemerintah No. 61 Tahun 2012 Tentang Perubahan Atas Penggunaan Kawasan Hutan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 140, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5325); dan
- i. Peraturan Pemerintah No.28 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Kawasan Suaka Alam dan Kawasan Pelestarian.

3. Kelompok Peraturan Undang-Undang

- a. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2012 Tentang Rencana Tata Ruang Pulau Sumatera;
- b. Instruksi Preseiden Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2006 Tentang Pembangunan Kebudayaan dan Kepariwisata;
- c. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Sertifikasi Usaha Pariwisata; dan
- d. Peraturan menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Pelaksanaan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Badan Koordinasi Penanaman

C. MAKSUD, TUJUAN DAN SASARAN PENYUSUNAN RIPARDA KOTA TERNATE

1. Maksud

Kegiatan ini diselenggarakan atas dasar kebutuhan dokumen perencanaan pembangunan kepariwisataan di Kota Ternate untuk mewujudkan rencana pembangunan kepariwisataan yang berkualitas, serasi dan optimal, sesuai dengan kebijakan pembangunan Kota Ternate, dan Provinsi Maluku Utara serta pembangunan Nasional terkait dengan Pembangunan Kepariwisata. Maksud pelaksanaan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Ternate telah sesuai dengan arahan substansi dan kepentingan pembangunan pariwisata di Kota Ternate dengan

landasan untuk menjadi pedoman dalam setiap aspeknya terkait sektor kepariwisataan di Kota Ternate.

2. Tujuan

Tujuan dari Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPARDA) Kota Ternate adalah mewujudkan ruang wilayah kepariwisataan di Kota Ternate dengan memenuhi kebutuhan pembangunan di bidang pariwisata dengan senantiasa berwawasan lingkungan, efisien dalam alokasi investasi, bersinergi dan dapat dijadikan acuan dalam penyusunan program pembangunan untuk tercapainya sinkronisasi perencanaan di semua sektor pendukung pembangunan pariwisata serta pencapaian Visi dan Misi Pemerintah Kota Ternate.

Tujuan dilaksanakannya kegiatan ini adalah untuk menghasilkan suatu dokumen perencanaan kepariwisataan yang menjadi pedoman utama bagi *stakeholders* kepariwisataan di Kota Ternate, yang mengakomodasi isu-isu strategis dan perkembangan kepariwisataan terbaru secara terintegrasi dan sinergis.

3. Sasaran

Sasaran yang perlu dicapai dalam penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Ternate diantaranya:

- a. Terkendalinya pembangunan pariwisata di wilayah Kota Ternate baik yang dilakukan oleh pemerintah maupun oleh swasta dan masyarakat.
- b. Terciptanya keserasian antara kawasan-kawasan/zonasi pemanfaatan/budidaya, sesuai dengan peruntukannya.
- c. Tersusunnya rencana dan keterpaduan program-program pembangunan dalam wilayah Kota Ternate dalam upaya pengoptimalan sumber daya kepariwisataan.
- d. Terinventarisnya daya tarik wisata aktual dan potensial yang berada di Kota Ternate.
- e. Tersusunnya konsep pembangunan kepariwisataan Kota

Ternate (Visi dan Misi), yang dilandasi pendekatan perencanaan dan isu- isu strategis yang terkait dengan pembangunan kepariwisataan Kota Ternate, serta falsafah pembangunan kepariwisataan nasional yang berwawasan lingkungan dan budaya.

- f. Teridentifikasinya kawasan wisata prioritas unggulan Kota Ternate yang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan.
- g. Tersusunnya kebijakan dan program pembangunan kepariwisataan Kota Ternate.

D. LINGKUP KAJIAN RIPARDA KOTA TERNATE

Penyusunan RIPARDA Kota Ternate memiliki lingkup kajian yang terbagi menjadi dua, yaitu lingkup substansi pelaksanaan pekerjaan dan lingkup kajian wilayah.

1. Lingkup Substansi

RIPARDA Kota Ternate disusun berdasarkan perkiraan kecenderungan dan arahan perkembangan untuk memenuhi kebutuhan pembangunan pariwisata di masa depan sesuai dengan jangka waktuperencanaannya.

Penyusunan RIPARDA Kota Ternate dilakukan dengan berazaskan kaidah-kaidah perencanaan seperti keselarasan, keserasian, keterpaduan, kelestarian dan kesinambungan dalam lingkup wilayah kota dan kaitannya dengan Kota/Kabupaten sekitarnya. Secara garis besar kegiatan penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Ternate ini meliputi tahapan kegiatan sebagai berikut:

- a. Identifikasi karakteristik umum wilayah perencanaan yang meliputi aspek kependudukan, sosial budaya, ekonomi, serta fisik lingkungan termasuk kawasan wisata yang rawan bencana.
- b. Identifikasi dan inventarisasi sumber daya destinasi pariwisata.
- c. Identifikasi dan inventarisasi sarana dan prasarana pendukung

wisata.

- d. Identifikasi karakteristik pasar wisatawan dan pemasaran pariwisata.
- e. Identifikasi kelembagaan terkait pembangunan pariwisata di Kota Ternate.
- f. Identifikasi potensi, permasalahan, serta isu-isu strategis yang terkait dengan pengembangan pariwisata di Kota Ternate.
- g. Menganalisis potensi dan kecenderungan pengembangan pariwisata yang meliputi aspek destinasi, pasar dan pemasaran, industri dan kelembagaan kepariwisataan.
- h. Perumusan kawasan wisata unggulan dan prioritas pengembangan wisata.
- i. Menyusun kerangka dasar pembangunan kepariwisataan dalam jangka waktu tertentu:
- j. Visi, misi, tujuan, dan sasaran pembangunan kepariwisataan Kota Ternate;
- k. Kebijakan dan strategi pembangunan kepariwisataan;
- l. Indikasi program pembangunan kepariwisataan.

Adapun penyusunan RIPARDA Kota Ternate perlu didukung oleh keterpaduan antara dimensi lingkungan hidup, sosial, dan ekonomi, yang juga merupakan pilar dari pariwisata berkelanjutan. Dengan demikian, keterpaduan diantaranya menjadi landasan bagi kebijakan-kebijakan pengembangan kepariwisataan, dalam hal ini RIPARDA Kota Ternate. Hal ini dilakukan untuk:

- a. Terjaminnya keberlanjutan sumber daya wisata dan sumber daya pendukung pembangunan pariwisata untuk kesejahteraan masyarakat Kota Ternate,
- b. Terintegrasinya pembangunan kepariwisataan di Kota Ternate dengan lingkungan alam, sosial dan budaya, serta menjamin perubahan yang terjadi akibat pembangunan pariwisata sehingga dapat diterima/ditoleransi oleh

lingkungan.

- c. Memadukan perencanaan dan pengembangan Kota Ternate yang didukung oleh pemerintah dan *stakeholders* pariwisata Pemerintah Kota Ternate.

Karena sifatnya yang ‘menerus’, maka pariwisata yang berkelanjutan mencakup pelestarian keanekaragaman hayati; minimalisasi dampak negatif terhadap ekologi, budaya dan sosial; pemanfaatan konservasi dan komunitas lokal bagi pengembangan pariwisata; maupun peningkatan perekonomian masyarakat lokal.

Untuk menyempurnakan Kajian RIPARDA Kota Ternate, maka kegiatan yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan pengumpulan data dan informasi yang terkait dengan aspek-aspek pengembangan kepariwisataan Kota Ternate.
- b. Melakukan kajian atas acuan pembangunan pariwisata nasional (UU Kepariwisata, PP RIPPARNAS, RTRW Kota dan lain-lain), untuk kemudian dikaji kemungkinan implementasinya.
- c. Melakukan kajian atas kondisi, potensi, dan permasalahan pengembangan kepariwisataan Kota Ternate yang menyangkut aspek industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran pariwisata, kelembagaan kepariwisataan serta pemberdayaan masyarakat. Kajian menyangkut pola dan kecenderungan yang terkait dengan pola pergerakan/perjalanan wisatawan, pemasaran wisata, kecenderungan perkembangan daya tarik wisata, kompetisi dalam pemasaran produk wisata, ketersediaan sarana/fasilitas, hambatan dan tanggapan, serta kebijakan yang terkait dengan kunjungan wisata, regulasi dan lain-lain yang erat kaitannya dengan promosi serta perjalanan wisata.
- d. Merumuskan isu-isu strategis pengembangan kepariwisataan Kota Ternate;
- e. Merumuskan visi, misi, tujuan dan sasaran pengembangan kepariwisataan Kota Ternate;
- f. Merumuskan kebijakan dan strategi pengembangan kepariwisataan

Kota Ternate; yang merupakan penjabaran dari misi, visi, tujuan, dan sasaran, serta mengarahkan secara umum pengembangan kepariwisataan di Kota Ternate;

- g. Merumuskan rencana pengembangan perwilayahan kepariwisataan Kota Ternate, yang mencakup rencana struktur perwilayahan pariwisata, rencana kawasan strategis pariwisata, serta rencana pengembangan produk pariwisata;
- h. Merumuskan strategi pengembangan aspek-aspek kepariwisataan Kota Ternate, mencakup pengembangan destinasi pariwisata, industri pariwisata, pemasaran pariwisata, kelembagaan kepariwisataan dan pemberdayaan masyarakat.

Merumuskan program pembangunan aspek-aspek kepariwisataan Kota Ternate seperti: Nama program, deskripsi program, kegiatan pendukung program, indikator pencapaian, tahapan pelaksanaan program, instansi pananggung jawab, dan instansi pendukung.

Berlandaskan kepada pedoman penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Ternate, ragam aspek yang perlu diidentifikasi, diantaranya;

- a. Data dan Informasi Kelembagaan Kepariwisata, meliputi:
 - 1) Kebijakan dan regulasi;
 - 2) Organisasi kepariwisataan ;
 - 3) Sumberdaya manusia pariwisata ;
 - 4) Penelitian dan pengembangan pariwisata ; dan
 - 5) Kemitraan pariwisata.
- b. Data dan Peta Perwilayah
 - 1) Peta Administrasi;
 - 2) Peta Penggunaan Lahan;
 - 3) Profil dan Gambaran umum Wilayah;
 - 4) Peta Rawan Bencana; dan

- 5) Peta Wilayah Konservasi/dilindungi.
- c. Data dan Informasi Destinasi Pariwisata
 - 1) Daya tarik wisata;
 - 2) Aksesibilitas pariwisata;
 - 3) Prasarana umum;
 - 4) Fasilitas umum;
 - 5) Fasilitas pariwisata;
 - 6) Masyarakat pariwisata; dan
 - 7) Investasi pariwisata.
- d. Data dan Informasi Industri Pariwisata
 - 1) Peta industri Pariwisata;
 - 2) Struktur industri Pariwisata;
 - 3) Daya saing industri Pariwisata;
 - 4) Kemitraan usaha ; dan
 - 5) Ketenagakerjaan industri pariwisata.
- e. Data dan Informasi Pemasaran Pariwisata
 - 1) Pasar pariwisata;
 - 2) Citra destinasi;
 - 3) Kemitraan pemasaran; dan
 - 4) Promosi pariwisata.

Mengacu pada data-data yang telah teridentifikasi di atas, selanjutnya di kompilasikan dan di analisis menjadi beberapa aspek analisis, baik dari aspek Destinasi, Industri, Kelembagaan, Pasar dan pemasaran, yang dilandasi oleh kebijakan-kebijakan terkait pembangunan pariwisata di Kota Ternate.

2. Lingkup Wilayah

Ruang lingkup wilayah dalam kegiatan penyusunan Riparda Kota Ternate meliputi seluruh wilayah dalam lingkup administrasi Kota Ternate dengan semua objek wisata aktual yang terdapat di Kota Ternate baik yang sudah dikelola, berkembang dan belum berkembang

maupun daya tarik wisata potensial yang belum dikelola sampai saat ini.

E. KELUARAN

Keluaran yang dihasilkan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Ternate, yang menjadi pedoman utama bagi *stakeholders* kepariwisataan Kota Ternate yang mampu memberikan gambaran potensi yang dimiliki serta identifikasi permasalahan-permasalahan pengembangan yang ada serta menyediakan media bagi keterpaduan lintas sektoral dan antar *stakeholders* guna melancarkan pelaksanaan penyelenggaraan pembangunan kepariwisataan. Selain itu Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Ternate merupakan acuan dasar atas penyusunan dan penentuan PERDA terkait kepariwisataan di Kota Ternate kedepannya.

PENDEKATAN STUDI

Bab

II

A. PENDEKATAN STUDI

Dalam penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Ternate, dilaksanakan dengan mengacu kepada Pendekatan Studi yang mampu menjadi landasan dalam menyusun dan menganalisis data dan informasi yang diperoleh sehingga menghasilkan simpulan yang mampu menjadi pertimbangan utama dalam melakukan penyusunan Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran pembangunan kepariwisataan Kota Ternate.

Pendekatan studi dalam penyusunan RIPARDA Kota Ternate akan menggunakan pendekatan kebijakan strategis sebagai pendekatan utama untuk mengarahkan pengambilan keputusan organisasi pada tingkat pengelolaan, perencanaan, dan pengendalian pembangunan pariwisata Kota Ternate. Pada pembuatannya ini RIPARDA Kota Ternate akan mengacu kepada empat pilar yang tiap pilarnya memiliki pendekatan yang berbeda. Empat pilar tersebut adalah Destinasi Pariwisata, Usaha Kepariwisata, Pasar dan Pemasaran serta Kelembagaan. Mengacu kepada Hal tersebut, Maka penyusunan RIPARDA Kota Ternate ini akan mencoba menjabarkan kesetiap aspek tersebut dengan memanfaatkan pendekatan yang ada.

Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata memiliki peran yang sangat fundamental bagi pemerintah daerah khususnya dan *stakeholders* pariwisata lainnya, sehingga aspek-aspek dan dimensi RIPARDA Kota Ternate berdasarkan kepada Pasal 7 UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata perlu diakomodir dan menjadi aspek utama yang ada

dalam dokumen RIPARDA Kota Ternate. Aspek dan Dimensi yang dimaksud antara lain sebagai berikut:

- 1) Pembangunan Industri Kepariwisata, terdiri dari berbagai macam pelayanan yang dimaksudkan untuk memenuhi dan menunjang kebutuhan wisatawan.
- 2) Pembangunan Destinasi Pariwisata, merupakan kumpulan daya tarik, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat (tuan rumah).
- 3) Pembangunan Pasar Pariwisata, mencakup pasar wisnus dan wisman, pemasaran dan promosi, maupun citra destinasi
- 4) Pembangunan Kelembagaan Pariwisata mencakup organisasi, sumberdaya manusia, dan peraturan perundangan yang sesuai.

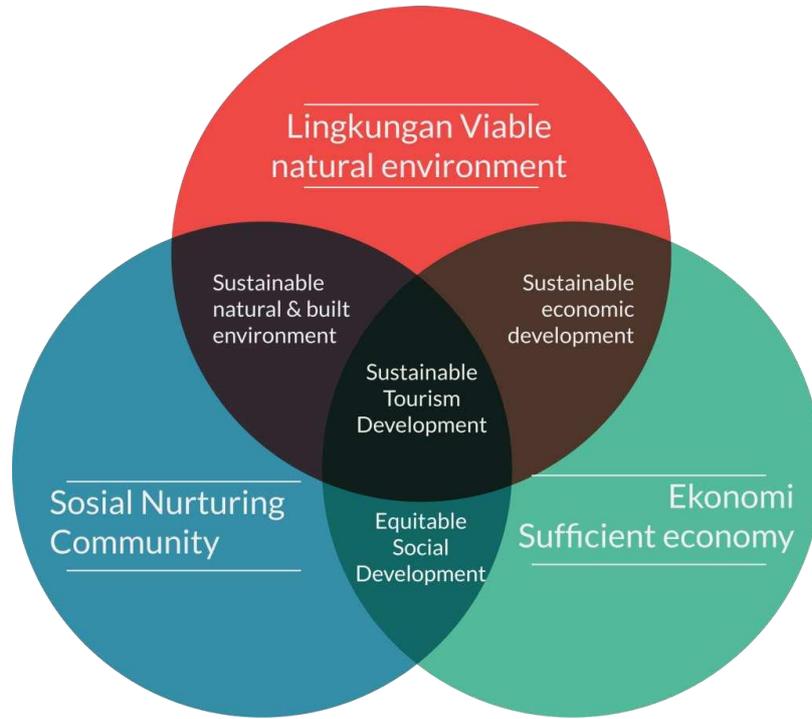
Adapun penyusunan RIPARDA disokong oleh keterpaduan antara dimensi lingkungan hidup, sosial, dan ekonomi, yang juga merupakan pilar dari pariwisata berkelanjutan. Dengan demikian, keterpaduan diantaranya menjadi landasan bagi kebijakan-kebijakan pengembangan kepariwisataan, dalam hal ini RIPARDA Kota Ternate. Hal ini dilakukan untuk:

1. Terjaminnya keberlanjutan sumber daya wisata dan sumber daya pendukung pembangunan pariwisata untuk kesejahteraan masyarakat Kota Ternate;
2. Terintegrasinya pembangunan kepariwisataan Kota Ternate dengan lingkungan alam, sosial dan budaya, serta menjamin perubahan yang terjadi akibat pembangunan pariwisata sehingga dapat diterima/ditoleransi oleh lingkungan;
3. Memadukan perencanaan dan pengembangan pariwisata Kota Ternate yang didukung oleh pemerintah dan *stakeholders* pariwisata Kota Ternate.

Karena sifatnya yang ‘menerus’, maka pariwisata yang berkelanjutan mencakup pelestarian keanekaragaman hayati; minimalisasi dampak negatif terhadap ekologi, budaya dan sosial; pemanfaatan konservasi dan komunitas lokal bagi pengembangan pariwisata; maupun peningkatan perekonomian masyarakat lokal.

Pendekatan yang akan digunakan dalam penyusunan Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah Kota Ternate mengacu kepada kebijakan-kebijakan di atasnya yaitu RIPPARNAS Tahun 2010-2025, dan kebijakan kepariwisataan atau lainnya yang mendukung dan berkaitan dengan pembangunan pariwisata baik tingkat nasional dan daerah, selain itu juga pendekatan yang digunakan adalah modifikasi penerapan konsep pembangunan berkelanjutan dan destinasi pariwisata berdaya saing.

Tren pariwisata saat ini menunjukkan pergeseran, dari wisatawan konvensional menjadi wisatawan minat khusus hal ini dipengaruhi oleh minat atau motivasi wisatawan terhadap obyek atau aktivitas wisata tertentu. Wisata konvensional sering diidentikkan dengan wisata bersifat rekreasi umum dan berorientasi pada obyek 4 S (*Sea, Sand, Sun* dan *Snow*) ataupun obyek-obyek wisata konvensional yang populer, sedangkan wisatawan minat khusus berorientasi pada obyek-obyek yang tidak biasa/populer serta mengandung unsur-unsur pengembangan diri melalui bentuk perjalanan yang lebih aktif, dimana wisatawan terlibat secara fisik dan emosional yang lebih mendalam dengan alam dan masyarakat setempat pada suatu kegiatan tertentu sehingga mereka dapat memperoleh pengalaman berwisata yang berkualitas.



Gambar 2.1 Dimensi RIPARDA Kota Ternate
 Sumber : *Modifikasi, Inskeep 1991, Berke & Conroy 2000*

Prinsip-prinsip pengembangan wisata minat khusus lebih dikenal dengan istilah *REAL TRAVEL*, yaitu perjalanan wisata yang mengandung unsur-unsur:

1. Penghargaan (*Rewarding*), yaitu penghargaan atas sesuatu daya tarik wisata yang dikunjungi, yang diwujudkan pada keinginan wisatawan untuk dapat belajar memahami atau berpartisipasi dalam aktivitas wisata yang terkait dengan obyek tersebut.
2. Pengkayaan (*Enriching*), yaitu pengkayaan atau penambahan pengetahuan dan kemampuan terhadap bentuk kegiatan wisata yang diikuti.
3. Petualangan (*Adventuresome*), yaitu keterlibatan wisatawan dalam kegiatan wisata yang memiliki resiko secara fisik dalam bentuk kegiatan wisata petualangan.
4. Pembelajaran (*Learning*), yaitu mengandung aspek pendidikan melalui proses belajar yang diikuti wisatawan terhadap kegiatan edukatif yang terdapat di suatu kawasan wisata.

Dari gambaran diatas pendekatan studi dilakukan dengan lebih mendalam melalui beberapa metode yang sesuai dengan kepariwisataan Kota Ternate diantaranya:

1. Pendekatan Manajemen Strategik

Manajemen Strategik dalam manajemen sebuah organisasi, dapat diartikan sebagai kiat, cara dan teknik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen, yang terarah pada tujuan strategik organisasi. Merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara pelaksanaannya, yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi, untuk mencapai tujuannya" (Nawawi, 2000: 148).

Dalam kaitannya dengan penyusunan RIPARDA Kota Ternate, pendekatan manajemen strategik diadopsi untuk menjabarkan rencana yang berorientasi pada jangkauan masa depan yang jauh (VISI) dan ditetapkan sebagai keputusan manajemen puncak (keputusan yang bersifat mendasar dan prinsipil), agar memungkinkan setiap *stakeholders* terkait kepariwisataan dapat berinteraksi secara efektif (MISI) dalam usaha mewujudkan pembangunan kepariwisataan yang lebih produktif dan berkualitas dengan diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan (Tujuan Strategik) dan berbagai sasaran (Tujuan Operasional).

Secara garis besar, karakteristik pendekatan manajemen strategik yang akan dioperasionalkan dalam penyusunan RIPARDA ini adalah sebagai berikut:

- a. Manajemen Strategik diwujudkan dalam bentuk perencanaan berskala besar dalam arti mencakup seluruh komponen di lingkungan Kota Ternate yang dituangkan dalam bentuk Rencana Strategik (RIPARDA) yang dapat dijabarkan menjadi rencana aksi ataupun rencana kerja tahunan.

- b. Rencana Strategik ini berorientasi pada jangkauan masa depan, dalam hal RIPARDA Kota Ternate ini dilakukan dalam kurun waktu 10 (Sepuluh) tahun atau menyesuaikan dengan Rencana Tata Ruang dan Kebijakan Pembangunan Jangka Panjang Lainnya di RIPARDA Kota Ternate, yang akan dilakukan review minimal selama 5 Tahun ataupun terdapat perubahan dalam kebijakan/peraturan perwilayahan yang berada pada tingkatan strategis seperti RTRW, baik dalam tingkat Nasional, Provinsi maupun Kabupaten/Kota.
- c. VISI, MISI, pemilihan strategi yang menghasilkan Strategi Induk (utama) dan Tujuan Strategik untuk Jangka Panjang merupakan acuan dalam merumuskan Rencana Strategis.
- d. Pengimplementasian Strategi dalam Indikasi Program untuk mencapai sasaran masing-masing dilakukan melalui fungsi-fungsi manajemen kepariwisataan yang mampu memenuhi kepentingan berbagai pihak terkait pembangunan kepariwisataan Kota Ternate.

2. Sistem Kepariwisata

Dalam konsep kepariwisataan terdapat beberapa terminologi yang perlu diketahui sebagai dasar pemahaman mengenai kepariwisataan. Beberapa terminologi tersebut diantaranya adalah wisata, pariwisata, dan kepariwisataan.

Menurut Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pengertian wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Selain itu, sebagai padanan kata pariwisata diartikan sebagai perjalanan sementara yang dilakukan seseorang di luar tempat di mana ia biasa tinggal dan bekerja, untuk maksud di luar mencari nafkah tetap. Termasuk dalam pengertian ini adalah kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan tersebut dan berbagai fasilitas yang digunakan untuk mengakomodasikan kebutuhannya.

Sedangkan menurut UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata diartikan sebagai berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

Di samping itu, kepariwisataan digunakan sebagai padanan kata *tourism* dalam konteks kesisteman yang luas, mencakup keterkaitan antara pasar wisatawan, daerah tujuan wisata, dan upaya-upaya untuk menghubungkan antara wisatawan dengan destinasi, misalnya transportasi dan peran pemasaran dan promosi. Mc. Intosh, Goeldner dan Richie (1995) menyatakan bahwa kepariwisataan adalah “Akumulasi dari fenomena dan hubungan yang tumbuh dari interaksi wisatawan, pelaku bisnis, penyedia barang dan jasa, pemerintah dan masyarakat setempat dalam proses menarik dan menjadi tuan rumah bagi sejumlah wisatawan dan pengunjung lainnya”. Hal tersebut juga sejalan dengan apa yang tertera pada UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, di mana kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi dan multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha.

Pariwisata dapat dilihat sebagai suatu sistem yang terdiri dari empat komponen (Mill and Morrison, 1992) di mana masing-masing komponen tersebut saling mempengaruhi dan dipengaruhi oleh yang lain. Komponen-komponen tersebut adalah:

a. *Market* (pasar)

Keputusan untuk berwisata dan menjadi wisatawan dapat dipahami melalui analisis terhadap segmen pasar. Keputusan berwisata dilakukan jika seseorang telah memahami bahwa berwisata akan memuaskan kebutuhannya. Model perilaku konsumen merupakan salah satu cara untuk memahami proses tersebut.

- b. *Destination* (daerah tujuan wisata)
Terdiri dari atraksi dan jasa yang dikonsumsi oleh wisatawan; masing-masing memiliki ketergantungan yang tinggi untuk mencapai kesuksesan suatu destinasi.
- c. *Travel* (perjalanan)
Pemilihan ke mana, kapan, dan bagaimana perjalanan tersebut akan dilakukan diperlukan untuk mengetahui pola perjalanan wisatawan eksisting, regional, nasional, internasional, dan memperkirakan pola perjalanan di masa yang akan datang.
- d. *Marketing* (pemasaran)
Pengembangan rencana pemasaran, pemilihan *marketing mix* yang sesuai, serta pemilihan jalur distribusi akan menentukan sukses tidaknya usaha destinasi mendorong wisatawan untuk datang.

Di dalam sistem kepariwisataan yang paling mendasar, ada tiga elemen dasar yang di dalamnya dapat menjadi isu strategis sebagai fokus pertimbangan dalam kajian kepariwisataan itu sendiri yang terkait dengan kegiatan yang dilakukan wisatawan, yang mencakup sektor industri pariwisata serta elemen geografi dalam seluruh perjalanannya. Cooper et. al (1993) menyebutkan tiga elemen dasar tersebut, yaitu:

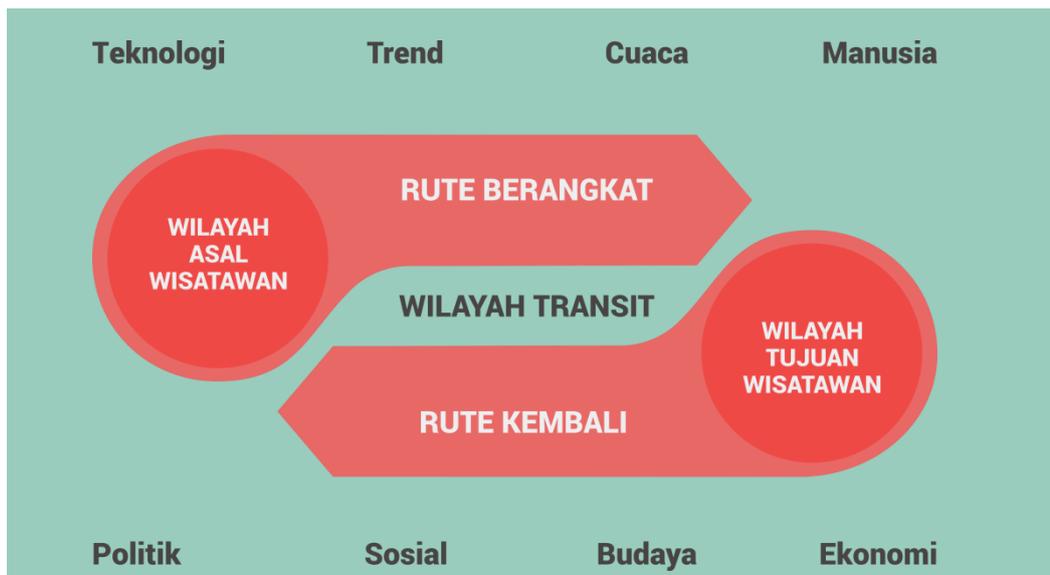
- a. Wisatawan; yang memegang peranan utama dalam sistem. Bagaimana pun pariwisata adalah pengalaman manusia yang dinikmati, diantisipasi dan dikenang sebagai sesuatu yang menyenangkan.
- b. Elemen Geografik, yang terdiri dari:
 - 1) Daerah asal pengunjung (pasar) di mana terdapat faktor-faktor pendorong yang memotivasi perjalanan,
 - 2) Daerah tujuan wisata, yang merupakan tujuan akhir, tempat tumbuhnya faktor-faktor penarik, dan
 - 3) Daerah transit, yang dilintasi dalam perjalanan, dapat juga menjadi daerah tujuan antara.

- c. Industri pariwisata, berbagai bisnis dan organisasi yang terlibat dalam pengadaan produk wisata. Industri pariwisata sangat tergantung pada berbagai sektor lain dalam mencapai keberhasilan.



Gambar 2.2 Sistem Kepariwisata
Sumber : *Mill and Morisson, 1992*

Elemen-elemen tersebut di atas yang telah dijelaskan sebelumnya berasal dari sebuah model yang disebut sebagai *Leiper's model*, dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 2.3 *Leiper's Model* Sistem Dasar Kepariwisata
Sumber : *Leiper (1990) dalam Cooper et al. (1993)*

Dari gambar tersebut, dapat disimpulkan juga, bahwa pariwisata sebagai suatu sistem sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti politik, sosial, ekonomi, budaya, teknologi, tren global, cuaca dan iklim, manusia, dan lain sebagainya. Faktor-faktor eksternal tersebut seringkali menjadi faktor di luar kendali pariwisata.

3. Pemahaman Mengenai Kegiatan Kepariwisata

Pariwisata sebagai salah satu industri yang tumbuh, berkembang dan memiliki prospek cukup menjanjikan, baik secara regional maupun internasional, dapat dianggap sebagai peluang baru bagi tumbuh dan berkembangnya sektor-sektor usaha terkait.

Pariwisata sendiri sebenarnya merupakan industri yang memiliki keterkaitan erat dengan sektor lainnya, seperti pendidikan, kebudayaan, teknologi, perdagangan dan perindustrian, perbankan, dan keamanan. Keterkaitan tersebut dapat berbentuk penyediaan produk-produk dan jasa layanan yang dibutuhkan dalam kegiatan pariwisata (*tourist products*) atau bisa disebut keterkaitan langsung, maupun dalam bentuk keterkaitan tak langsung seperti, pembinaan pengrajin yang dilakukan oleh instansi di luar pariwisata, atau perluasan dan perbaikan jalan yang dilakukan oleh Departemen Pekerjaan Umum dan bentuk lainnya.

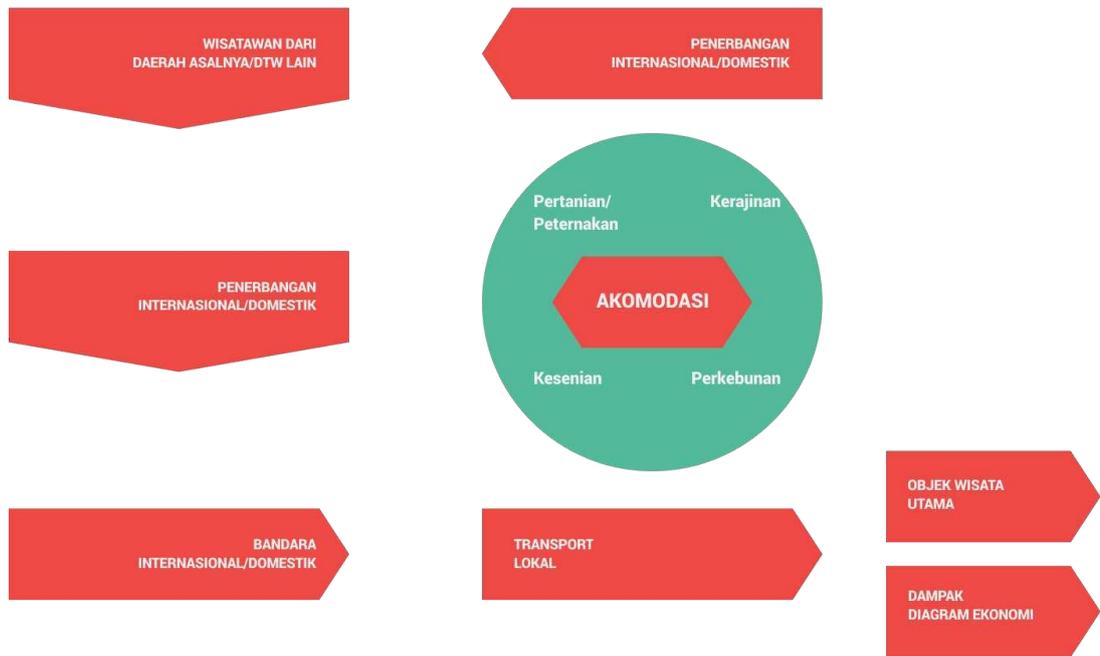
Sementara untuk melihat peluang diciptakannya suatu program kemitraan usaha pariwisata, dapat digali dengan melihat pada mata rantai kegiatan pariwisata yang terjadi di suatu daerah. Dalam hal ini pembatasan pengamatan berdasarkan geografis (daerah) menjadi penting mengingat, mata rantai yang terjadi dipengaruhi oleh tingkat intensitas kegiatan wisata, tingkat pertumbuhan kepariwisataan, dan potensi-potensi lokal yang dimiliki berlainan antara satu daerah dengan daerah lain.



Gambar 2.3 Diagram Keterkaitan Industri Pariwisata dengan Bidang dan Sektor Lain
 Sumber : *Modifikasi model, Inskeep 1991*

Rantai kegiatan pariwisata dapat pula dicermati dengan melihat pada siklus kegiatan pariwisata secara umum. Mata rantai dibawah sebenarnya memuat berbagai kegiatan yang terkait secara langsung dan memberikan peluang tumbuhnya kerjasama usaha. Sebagai gambaran misalnya dapat dilihat pada usaha akomodasi yang memiliki keterkaitan langsung dengan berbagai kegiatan seperti pertanian/peternakan dan kerajinan yang bertindak selakupemasok bahan baku penolong (makanan dan interior pendukung/ *souvenir*).

Masih banyak sebenarnya yang dapat digali dari berbagai kemungkinan kerjasama usaha, salah satunya adalah bentuk Usaha Kemitraan Pariwisata. Namun sebagai langkah awal, perlu adanya penekanan kegiatan pada usaha menemukenali pola yang akan diterapkan dalam kemitraan tersebut, serta usaha mempertemukan antara para pengelola usaha pariwisata dengan usaha kecil potensial di sekitar daerah wisata yang menjadi sasaran kegiatan.



Gambar 2.4 Diagram Mata Rantai Kegiatan Wisata Secara umum
 Sumber : *Modifikasi model, Inskeep 1991*

4. Dimensi Interaksi dalam Pengembangan Kegiatan Pariwisata

Dari sudut pandang sosiologi, kegiatan pariwisata sekurang-kurangnya mencakup tiga dimensi interaksi, yaitu: kultural, politik, dan bisnis. Dalam dimensi interaksi kultural, kegiatan pariwisata memberi ajang kulturasi budaya berbagai macam etnis dan bangsa. Melalui pariwisata, kebudayaan masyarakat tradisional agraris sedemikian rupa bertemu dan berpadu dengan kebudayaan masyarakat modern industrial. Kebudayaan-kebudayaan itu saling menyapa, saling bersentuhan, saling beradaptasi dan tidak jarang kemudian menciptakan produk-produk budaya baru.

Dalam dimensi interaksi politik, kegiatan pariwisata dapat menciptakan dua kemungkinan ekstrim, yaitu: (1) persahabatan antar etnis dan antarbangsa, dan (2) bentuk-bentuk penindasan, eksploitasi dan neokolonialisme. Di satu pihak, melalui pariwisata, masing-masing etnis dan bangsa dapat mengetahui atau mengenal tabiat, kemauan dan kepentingan etnis dan bangsa lain.

Pengetahuan demikian dapat memudahkan pembinaan persahabatan atau memupuk rasa satu sepenanggungan. Tetapi di lain pihak, melalui pariwisata

pula, dapat tercipta bentuk ketergantungan suatu etnis atau bangsa kepada etnis atau bangsa lain. Misalnya, meningkatnya ketergantungan pendapatan negara sedang berkembang kepada wisatawan dari negara maju.

Sedangkan dalam dimensi interaksi bisnis, kegiatan pariwisata terlihat menawarkan bertemunya unit-unit usaha yang menyajikan bermacam-macam keperluan wisatawan. Bentuk yang disajikan oleh unit-unit usaha ini dapat berupa barang, ataupun jasa. Adapun rentangannya dapat berupa berskala lokal, nasional, atau internasional.

5. Dampak Berganda Pariwisata

Dalam kepariwisataan pembelanjaan wisatawan (*tourist expenditure*) hanyalah menunjukkan tahap awal dari dampak ekonomi pariwisata terhadap suatu daerah/kawasan pariwisata. Selanjutnya jumlah pembelanjaan tersebut akan memberikan dampak berganda (*multiplier effects*) terhadap berbagai komponen dalam usaha pariwisata, yang memiliki kemampuan untuk menyerap dampak tersebut, baik dalam bentuk pemenuhan pasokan barang maupun jasa layanan wisata.

Besarnya angka pengganda ini menjadi sangat penting serta menggambarkan besarnya tingkat pemerataan keuntungan ekonomis, yang dapat diterima oleh komunitas atau masyarakat lokal dari adanya kegiatan pariwisata di suatu daerah/kawasan wisata. Besarnya angka pengganda ini tergantung kepada kompleksitas kegiatan ekonomi di daerah yang bersangkutan, intensitas kegiatan pariwisata, tingkat kebutuhan impor untuk kebutuhan pariwisata, serta kemampuan usaha-usaha formal dan informal setempat dalam memenuhi permintaan kebutuhan para pelaku usaha pariwisata, untuk dijual kepada wisatawan yang berkunjung ke daerah/kawasan yang bersangkutan.

Kemampuan daya serap usaha lokal terhadap dampak pembelanjaan wisatawan tersebut akan berpengaruh terhadap besar kecilnya tingkat kebocoran (*leakages*), dan perkembangan serta pertumbuhan usaha-usaha lokal itu sendiri. Kebocoran yang terjadi sebenarnya dapat diminimalisasi

dengan pemberdayaan usaha-usaha lokal untuk mendukung pemenuhan kebutuhan wisatawan.

Dari konsep di atas, secara teoritis masyarakat lokal yang berada di sekitar suatu kawasan pariwisata seharusnya menjadi pihak pertama yang memperoleh dampak tersebut. Namun dalam kenyataan mayoritas masyarakat lokal di sekitar kawasan pariwisata masih berperan sebagai “penonton” semata, bahkan yang lebih parah kadang justru menjadi obyek wisata tanpa menerima kompensasi apapun dari wisatawan yang datang. Sementara individu atau para pelaku usaha yang berasal dari luar kawasan tersebut justru menerima hasil yang melimpah, baik melalui hotel, restoran, agen perjalanan atau sebagai pemandu wisata.

Kondisi di atas diperburuk lagi dengan kegiatan pengadaan bahan baku dan layanan yang didatangkan dari luar daerah yang bersangkutan (impor), dan bukan merupakan hasil produksi dari masyarakat setempat. Hal inilah yang akhirnya menimbulkan kebocoran pendapatan yang seharusnya dapat diterima oleh masyarakat lokal.

Hal di atas sebenarnya terjadi karena belum adanya titik temu dalam hal pemenuhan kebutuhan (baik kualitas, kuantitas dan kontinuitas) yang dituntut oleh para pelaku sektor formal. Sementara di satu sisi, para pelaku sektor informal masih berhadapan dengan berbagai permasalahan mendasar, meliputi modal kerja, manajemen usaha dan produktivitas kerja.

Dua sisi inilah yang seharusnya dipertemukan melalui suatu bentuk kemitraan, yang dalam hal ini diawali dengan komitmen kedua belah pihak untuk saling mendukung, mengembangkan serta memelihara kegiatan kemitraan yang akan dijalankan.

6. Pembangunan Pariwisata yang Berkelanjutan

Konsep pengembangan pariwisata berkelanjutan yang akan diterapkan sebagai pendekatan fundamental dalam penyusunan RIPARDA Kota Ternate merupakan konsep dasar yang digunakan sebagai pedoman dalam

perumusan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPARDA) dan program pembangunannya.

Dengan demikian seluruh rencana pengembangan kepariwisataan Kota Ternate dirumuskan dengan berpedoman pada konsepsi ini. Untuk lebih optimalnya operasionalisasi konsep ini dan juga disesuaikan dengan karakteristik dan lingkup perencanaan, maka didukung pula oleh, konsep pariwisata berkelanjutan, konsep *community live hoods*, konsep manajemen strategis, konsep perwilayahan dan klaster pengembangan, serta konsep sinergi *stakeholders*. Sebagaimana dipahami bahwa pariwisata adalah sebuah aktivitas dimana dalam operasionalisasi maupun pengembangannya perlu adanya keseimbangan dalam pengelolaan lingkungan hidup. Oleh karenanya, pelaksanaan pembangunan harus berdasar pada daya dukung lingkungan; dapat meningkatkan keselarasan dan keseimbangan dan meningkatkan ketahanan sistem serta tidak menurunkan kualitas lingkungan hidup

Pariwisata berkelanjutan merupakan sebuah isu dan telah menjadi visi pengembangan pariwisata di dunia saat ini dan masa datang. Hal ini secara tegas telah disampaikan oleh UNWTO dengan merekomendasikan pedoman dan manual penerapan pembangunan pariwisata secara berkelanjutan. Setiap negara dan daerah perlu secara bertahap untuk menerapkan pendekatan ini dalam pembangunan kepariwisataannya. Pembangunan yang berkelanjutan merupakan pedoman dasar bagi pengelola pariwisata yang berkaitan dengan lingkungan alam, lingkungan binaan, dan lingkungan sosial budaya agar dapat dimanfaatkan dalam pembangunan.

Konsep ini merupakan sebuah konsep ideal bagi pengembangan pariwisata dimana dalam pengembangannya, pariwisata harus mampu melakukan pengembangan secara seimbang antara aspek ekonomi-lingkungan-sosial budaya, sehingga pemanfaatan sumberdaya pariwisata dapat dilakukan secara lestari dan bertanggung jawab tanpa merusak atau mengurangi nilai sumber daya yang dimiliki. Hal ini dimaksudkan agar upaya komersialisasi (ekonomi) selaras dengan upaya konservasi sumber daya agar tetap dapat dimanfaatkan oleh generasi mendatang.

Disamping itu, perlunya pelaksanaan pembangunan pariwisata berkelanjutan juga terkait dengan semakin meingkatnya apresiasi konsumen yang semakin tinggi dan menuntut suatu destinasi wisata untuk memperhatikan keseimbangan kualitas lingkungan dan sosial budaya dengan pengembangan ekonomi.

Prinsip-prinsip dan sasaran-sasaran dari Piagam Pariwisata Berkelanjutan yang direkomendasikan UNWTO tahun 2004 adalah bahwa:

- a. Pembangunan pariwisata harus berdasarkan kriteria keberlanjutan dapat didukung secara ekologis dalam waktu yang lama, layak secara ekonomi, adil secara etika dan sosial bagi masyarakat setempat.
- b. Pariwisata harus berkontribusi kepada pembangunan berkelanjutan dan diintegrasikan dengan lingkungan alam, budaya dan manusia.
- c. Pemerintah dan otoritas yang kompeten, dengan partisipasi lembaga swadaya masyarakat dan masyarakat setempat harus mengambil tindakan untuk mengintegrasikan perencanaan pariwisata sebagai kontribusi kepada pembangunan berkelanjutan.
- d. Pemerintah dan organisasi multilateral harus memprioritaskan dan memperkuat bantuan, langsung atau tidak langsung, kepada proyek-proyek pariwisata yang berkontribusi kepada perbaikan kualitas lingkungan.
- e. Ruang-ruang dengan lingkungan dan budaya yang rentan saat ini maupun di masa depan harus diberi prioritas khusus dalam hal kerja sama teknis dan bantuan keuangan untuk pembangunan pariwisata berkelanjutan.
- f. Promosi/dukungan terhadap berbagai bentuk alternatif pariwisata yang sesuai dengan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan.
- g. Pemerintah harus mendukung dan berpartisipasi dalam penciptaan jaringan untuk penelitian, diseminasi informasi dan transfer pengetahuan tentang pariwisata dan teknologi pariwisata berkelanjutan.
- h. Penetapan kebijakan pariwisata berkelanjutan memerlukan dukungan dan sistem pengelolaan pariwisata yang ramah lingkungan, studi kelayakan untuk transformasi sektor, dan pelaksanaan berbagai proyek

percontohan dan pengembangan program kerjasama internasional.

Berdasarkan prinsip-prinsip tersebut, dikembangkan indikator-indikator yang dapat dipakai untuk mengukur tingkat keberlanjutan suatu destinasi pariwisata, sebagai arah kemana program pembangunan pariwisata harus dilakukan atau ukuran keberhasilan yang harus dicapai, jadi bukan semata jumlah kunjungan wisatawan. Indikator-indikator, yang saat ini berjumlah lebih dari 500 indikator, dikelompokkan dalam aspek sebagai berikut:

- a. Kesejahteraan (*well being*) masyarakat tuan rumah;
- b. Terlindunginya aset-aset budaya;
- c. Partisipasi masyarakat;
- d. Kepuasan wisatawan;
- e. Jaminan kesehatan dan keselamatan;
- f. Manfaat ekonomi;
- g. Perlindungan terhadap aset alami;
- h. Pengelolaan sumber daya alam yang langka;
- i. Pembatasan dampak; dan
- j. Perencanaan dan pengendalian pembangunan.

Dalam penerapan pembangunan pariwisata berkelanjutan Kota Ternate, disamping mempertimbangkan kemampuan daya saing Kota Ternate sebagai destinasi pariwisata, pengembangan pariwisata perlu senantiasa memperhatikan:

- a. Sistem nilai dan identitas ODTW dan destinasi;
- b. Standarisasi pelayanan dan fasilitas pariwisata;
- c. Tingkat pemanfaatan (intensitas) dan perilaku pemanfaatan;
- d. Pengaturan kewilayahan, waktu, dan tingkat pengembangan;
- e. Daya dukung lingkungan dan sosial;
- f. Tingkat keterlibatan masyarakat.

Sejalan dengan hal tersebut, Rachel Dodds and Marion Joppe (2001) di Toronto mengembangkan “*Green Tourism*” dengan 4 (empat) elemen pokok, yaitu:

a. *Enviromental Resposibility*

Elemen ini menyatakan bahwa perlu adanya perlindungan lingkungan dalam upaya untuk menjamin kelangsungan ekosistem wilayah.

b. *Local Economic*

Pengembangan pariwisata harus mendukung kelangsungan ekonomi komunitas.

c. *Cultural Diversity*

Dalam pengembangan pariwisata harus mengangkat kekayaan budaya dari masyarakat.

d. *Experiential Richness*

Perlu dikembangkan aktivitas-aktivitas yang bersifat partisipatif terhadap lingkungan, masyarakat, serta budaya wilayah tersebut.

Pada tingkat implementasi, penerapan pembangunan pariwisata berkelanjutan di Kota Ternate dihadapkan pada sederetan tantangan, antara lain:

- a. Pengembangan kebijakan dan implementasi kebijakan terhadap pengembangan pariwisata.
- b. Kemampuan pengembangan dan pengemasan produk wisata yang tertuang dalam Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Kota Ternate beserta Rencana Tindak lanjutnya, untuk meningkatkan kreativitas pengembangan produk wisata yang selaras dengan profil wilayah dan kecenderungan permintaan wisatawan (faktor penentu dan kompetisi).
- c. Peran serta aktif *stakeholders* pariwisata dalam setiap proses pengembangan pariwisata.
- d. Konsistensi dalam melaksanakan dan mengembangkan standar dan kualitas dalam setiap unsur atribut dan produk wisata.

Dari uraian di atas, pengembangan pariwisata secara berkelanjutan di Kota Ternate perlu dikembangkan dengan berorientasi pada:

- a. Pengembangan kebijakan dan implementasi kebijakan Pemerintah Daerah Kota Ternate terhadap pengembangan pariwisata. Pengembangan kepariwisataan memiliki tingkat integrasi yang tinggi dengan sektor-sektor lain (multisektor), dalam hal ini pariwisata di Kota Ternate harus memiliki peran sebagai pemikat and keterkaitan bisnis. Dalam keterkaitan bisnis Kota Ternate sebagai destinasi pariwisata berupaya mengembangkan perannya yang mampu menciptakan sinergitas antar sektor dalam pelaksanaan pembangunannya. Lalu sebagai pemikat, Kota Ternate memiliki fungsi untuk mengemas sumber daya menjadi aktivitas maupun produk yang mampu menarik wisatawan. Dalam hal ini pengembangan kebijakan bidang pariwisata harus selaras dengan kebijakan dan pembangunan wilayah.
- b. Penggalan dan penerapan nilai-nilai yang dimiliki masyarakat menjadi unsur dan atribut produk wisata.
- c. Sebagai satu kesatuan wilayah yang utuh, dengan kekhasan dan keragaman ciri khas masing-masing, Kota Ternate diharapkan mampu mengakomodir ciri religius dalam mengembangkan sektor pariwisata.
- d. Komunikasi dan kerjasama antar *stakeholders* dalam menumbuhkembangkan identitas, standar, dan kualitas dalam mengelola kegiatan pariwisata.
- e. Dengan makin tingginya tingkat persaingan dalam pengembangan pariwisata, perlu adanya kesiapan dan komitmen bersama antar *stakeholders* dalam upaya menciptakan situasi wilayah yang sangat kondusif bagi kegiatan pariwisata. Kondisi ini dapat dimungkinkan dengan adanya komunikasi dan kerjasama yang intensif dan komprehensif

dalam penetapan kebijakan maupun arah pengembangan Kota Ternate.

- f. Pengembangan Pariwisata Kota Ternate diwujudkan dalam kerangka pelestarian fungsi-fungsi sosiologis dan ekologis secara konsisten dan bertanggung jawab.
- g. Dalam pelaksanaannya, kebijakan pengembangan pariwisata di Kota Ternate dilakukan dengan diarahkan kepada pelestarian sumber daya serta identitas masyarakat. Ini dapat dilakukan secara bertahap, disesuaikan dengan proyeksi pertumbuhan pasar, serta kesiapan masyarakat dalam mendukung pengembangan kegiatan pariwisata.
- h. Pembangunan pariwisata yang memberikan ruang dan peran serta yang nyata pada masyarakat.
- i. Penetapan atribut produk pariwisata dilakukan dengan mengkonversi aktivitas pariwisata yang dapat melibatkan masyarakat, dengan mengkombinasikannya aktivitas masyarakat yang secara langsung maupun tidak langsung yang dapat mendukung aktivitas pariwisata. Hal ini dimaksudkan agar masyarakat mendapatkan manfaat dari kegiatan pariwisata sehingga timbulnya kesadaran akan pentingnya kegiatan pariwisata. Dengan kondisi tersebut diharapkan akan mampu memberikan kondisi yang kondusif dalam kepariwisataan di Kota Ternate.

Untuk menumbuhkan daya saing pada penerapan konsep pariwisata berkelanjutan dalam pengembangan pariwisata Kota Ternate, secara operasional dilakukan dengan menggunakan kombinasi Pendekatan Berbasis Sumber Daya dan Pendekatan Berbasis Pasar, dengan pemahaman bahwa secara umum Pendekatan Berbasis Sumber Daya dikembangkan dengan mengadopsi pemahaman akan kecenderungan pasar dan lingkungan strategis.

Implementasi konsep Pariwisata Berkelanjutan di Kota Ternate dikembangkan dengan kesadaran bahwa pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang memiliki ciri pengembangan melalui ketersediaan dan kemampuan sumberdaya pariwisata, kemampuan wilayah, pengorganisasian, dan masyarakat.

Secara operasional, penerapan konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan di Kota Ternate dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 2.5 Usulan Paradigma Konsep Pariwisata Berkelanjutan di Kota Ternate Sebagai Destinasi Pariwisata
Sumber: Modifikasi model Manente, 2005

Pembangunan pariwisata melalui pendekatan ini diyakini akan lebih dapat diterima oleh masyarakat dan memanfaatkan lingkungan secara bertanggung jawab, dengan tetap memiliki manfaat ekonomi serta menciptakan Efek Berganda yang tinggi. Oleh sebab itu, pengembangan pariwisata di Kota Ternate perlu mempertimbangkan secara cermat faktor-faktor yang saling berkaitan dan yang diperkirakan akan menjadi faktor pengganggu. Dalam mengembangkan Kota Ternate sebagai destinasi pariwisata, tidak hanya aspek daya tarik sebuah hal yang paling esensial namun aspek-aspek lain perlu diperhatikan.

Dengan demikian, maka diharapkan bahwa pembangunan pariwisata di Kota Ternate dapat tumbuh berkembang secara dinamis dan produktif dalam rangka mendukung terwujudnya kesejahteraan masyarakat. Secara lebih jelas dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 2.6 Implementasi Konsep Pariwisata Berkelanjutan di Kota Ternate
 Sumber: Modifikasi model Manente, 2005

7. Pendekatan *Honey Pot* (Klaster Pengembangan)

Kawasan Wisata adalah sebuah lokasi dari sekumpulan daya tarik wisata dan fasilitas serta pelayanan wisata dimana wisatawan memilih untuk mengunjungi lokasi tersebut. Konsep dari kawasan wisata sebagai destinasi (masyarakat, daya tarik, dan akses menuju objek) digunakan untuk beberapa alasan. Hal ini memperlihatkan peranan yang signifikan dalam arus wisatawan, penyediaan pelayanan bagi wisatawan. Konsep pengembangan kawasan ini harus memperhatikan prinsip-prinsip penyebaran agar tidak terjadi penumpukan di suatu area tertentu.

Perencanaan pariwisata di Kota Ternate disamping mengadopsi konsep perwilayahan, juga menerapkan pendekatan yang didasarkan kepada pengelompokan-pengelompokan sumber daya yang dimiliki oleh wilayah-wilayah di Kota Ternate. *Honey Pot* adalah sebuah konsep yang dikembangkan dalam suatu wilayah yang memiliki karakteristik pengelompokan fasilitas dan aktivitas, dimana pengelompokan tersebut didasarkan kepada kemampuan daya dukung sumberdaya.

Pengembangan konsep *honey pot* merupakan tingkat perencanaan yang meliputi suatu kawasan (*Development Area*), umumnya tidak memperhatikan batas-batas administratif, dan memiliki sejumlah *site*/atraksi wisata yang potensial. Perencanaan pengembangan klaster (*local area*) merupakan aplikasi *regional tourism plan* atau rencana pariwisata regional secara lebih terinci untuk suatu daerah perencanaan pengembangan destinasi wisata.

Penerapan konsep *Honey Pot* pada pengembangan kepariwisataan di Kota Ternate adalah sebagai berikut:

a. Jenis dan Karakter Daya Tarik Wisata

Kesamaan jenis dan karakter DTW pada suatu lokasi akan efektif dalam pengembangan dan pemasarannya apabila dirangkai dalam suatu jaringan keterkaitan membentuk area pengembangan pariwisata (kawasan wisata) dengan karakter spesifik.

b. Kesamaan Arah dan Cara Pencapaian/ Persiapan Perjalanan

Kesamaan arah dan cara pencapaian ke lokasi pada beberapa DTW akan menguntungkan untuk dikembangkan apabila dirangkai dalam suatu jaringan keterkaitan membentuk satu kawasan pengembangan pariwisata.

c. Efisiensi Waktu Pencapaian

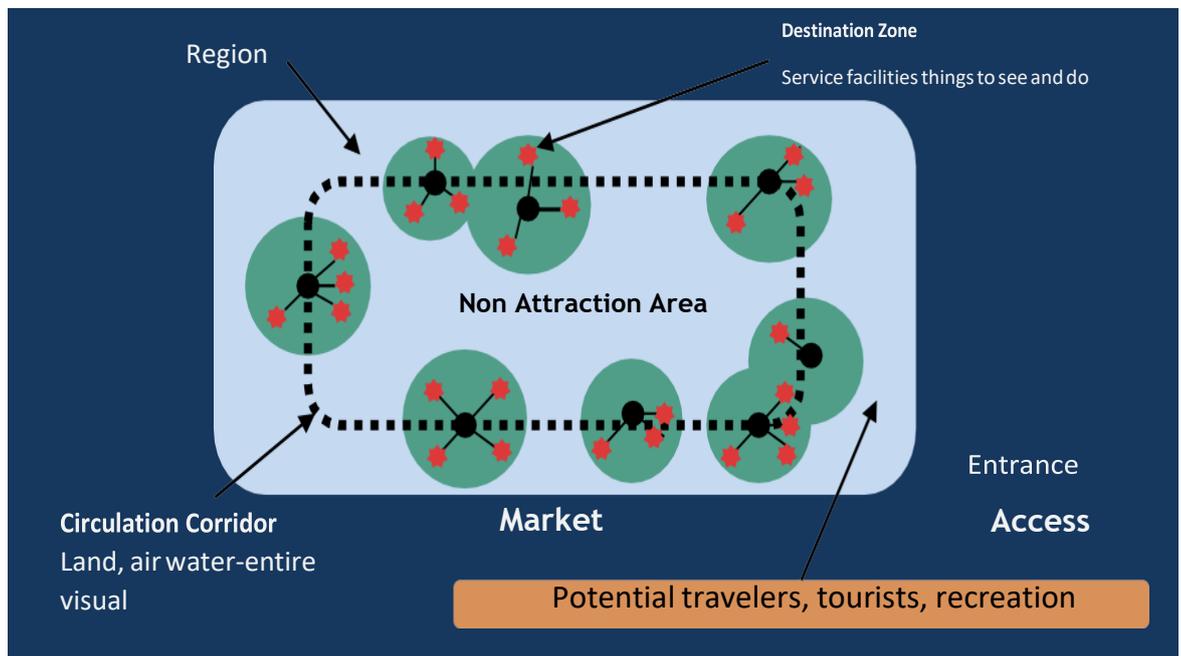
Sebaran sejumlah DTW yang secara waktu tempuh pencapaian dimungkinkan dijangkau dalam waktu yang efisien akan efektif apabila dirangkai dalam suatu jaringan keterkaitan membentuk satu kawasan pengembangan pariwisata.

d. Kedudukan Sebaran Daya Tarik Wisata Secara Geografis

Sebaran DTW pada suatu lokasi yang secara fisik berdekatan akan efektif apabila dirangkai dalam suatu jaringan keterkaitan yang membentuk satu zona pengembangan pariwisata.

Penerapan konsep *honey pot* pada pengembangan kepariwisataan di Kota Ternate memiliki fungsi sebagai berikut:

- a. Memperkuat identitas kawasan/klaster.
- a. Menumbuhkembangkan kapasitas kawasan dan hubungan intra kawasan.
- b. Menumbuhkembangkan nilai beda antar kawasan dan hubungan antar kawasan.
- c. Menghindari konflik pemanfaatan yang tidak sesuai (fasilitas, aktivitas).
- d. Meningkatkan daya dukung tapak (pertimbangan lingkungan).



Gambar 2.7 Model Pengembangan Perwilayahan (Zona dan Sub-Zona) Pariwisata
Sumber: Regional Planning Concept, Gunn 1993:126

8. Sinergitas Pelaku Pariwisata

Pembangunan kepariwisataan memerlukan landasan yang kokoh antara lain kebijakan strategis untuk dapat menciptakan partisipasi aktif seluruh lapisan guna memanfaatkan aktivitas pembangunan kepariwisataan secara luas untuk mendapatkan hasil yang sebesar-besarnya bagi kesejahteraan masyarakat.

Pembangunan kepariwisataan adalah pembangunan yang mencoba untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, melestarikan lingkungan, meningkatkan pendapatan daerah, dan mempertahankan budaya, yang melibatkan seluruh *stakeholders*-nya dalam suatu sinergi. Permasalahan yang sering muncul dalam pengembangan kepariwisataan nasional maupun pada tingkat destinasi adalah sinergi antar *stakeholders* pariwisata dalam merumuskan arah pembangunan dan pengembangan kepariwisataan. Hal yang sering terjadi adalah dalam penetapan rencana pengembangan pariwisata umumnya kurang terjadi suatu kordinasi antar *stakeholders* dalam hal ini bahwa pengembangan dan perencanaan pariwisata dapat dikatakan kurang optimal mengingat bahwa kegiatan pariwisata adalah kegiatan multidisiplin dan multisektoral. Menurut penelitian Bill Fualkner, Griffith University yang mengatakan bahwa “*effective involvement & coordination all of stakeholder who have a role of play in tourism development and/or potentially affected by such development*”. Dari hasil penelitian tersebut diketahui bahwa kurang terjadinya sinergi antar *stakeholders* dalam menyusun rencana serta pengelolaan pariwisata mengakibatkan pengembangan kepariwisataan kurang optimal. Kondisi ini terjadi hampir di seluruh wilayah Indonesia.

Dalam rangka pembangunan kepariwisataan di Kota Ternate sebagai suatu destinasi wisata unggulan, maka dalam proses perencanaannya harus melibatkan berbagai pihak yang terkait satu denganlainnya. Dengan kata lain diperlukan koordinasi yang tinggi antara Dinas di Kota Ternate, khususnya yang menangani bidang kepariwisataan dengan pembina kepariwisataan di tingkat Kabupaten/Kota maupun dengan pihak lain yang

secara langsung maupun tidak langsung terkait dengan pembangunan kepariwisataan di wilayah ini. Selain itu, penyusunan dokumen Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPARDA) Kota Ternate juga harus diarahkan pada pencapaian tujuan dan sasaran yang telah ditentukan dengan tepat, yang sesuai dengan karakteristik daerah serta melibatkan seluruh *stakeholders* yang ada. Salah satu tujuan tersebut adalah untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, yang akan berdampak pada pendapatan daerah yang berarti pula peningkatan pendapatan masyarakat.

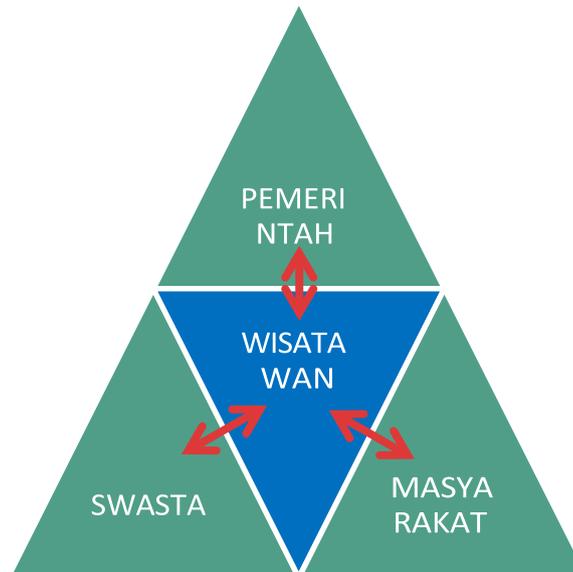
Masih terbatasnya kinerja kepariwisataan Kota Ternate seperti kualitas produk wisata yang sebagian besar masih belum bersifat *customize* atau *market oriented*, lemahnya kemampuan pengelolaan, serta tingkat penambahan investasi kurang optimal, memperlihatkan bahwa penetapan pariwisata sebagai sektor prioritas dan andalan pembangunan di Kota Ternate belum dapat diwujudkan secara optimal, dimana pembangunan kepariwisataan telah dipilih oleh banyak negara sebagai salah satu generator perekonomian.

Salah satu faktor penyebabnya adalah bahwa dalam proses pembangunan pariwisata daerah kurang mengakomodasi kepentingan para *stakeholdersnya*. Penetapan sektor pariwisata sebagai sektor andalan seharusnya didukung oleh tindakan-tindakan kolektif pembangunan yang mampu menciptakan sinergi para pelakunya guna diarahkan untuk mencapaisasaran tersebut.

Salah satu penyebab utama kurang berkembangnya kepariwisataan di suatu destinasi wisata adalah perencanaan pembangunan pariwisata yang dilakukan kurang mengakomodir kepentingan para *stakeholdersnya*, padahal pariwisata seharusnya didukung oleh tindakan-tindakan kolektif yang mampu menciptakan sinergi para pelakunya. Perencanaan yang efektif merupakan proses kompleks dan dalam perancangannya melibatkan banyak pihak, sehingga membutuhkan sinergi dengan pihak-pihak tersebut. Kotler, Haider, dan Rein (1993) mengemukakan bahwa mekanisme antar

stakeholders yang terlibat harus dikondisikan sedemikian rupa untuk dapat menjawab tantangan dan tuntutan pembangunan kepariwisataan daerah. Merujuk pada isu kepariwisataan yang berkembang di Kota Ternate, maka BAPPELITBANGDA dan Dinas yang membawahi Pariwisata Kota Ternate perlu menekankan aktivitas kepariwisataannya dengan berorientasi pada nilai-nilai dan ekspektasi *stakeholders*. Sinergi merupakan kebutuhan yang esensial dalam proses perencanaan, mengingat banyak pihak yang terlibat didalamnya, sehingga dapat menghasilkan perencanaan yang efektif. Perencanaan tersebut harus mampu mengakomodasikan harapan *stakeholders* dalam mengelola kompleksitas pembangunan yang ada, serta mengelola pemanfaatan sumber daya yang tersedia, termasuk ketersediaan dana yang memadai.

Berbagai gambaran tersebut menunjukkan diperlukannya suatu perencanaan kepariwisataan yang mampu mendayagunakan kapasitas kepariwisataan di Kota Ternate dalam mencapai sasaran- sasaran yang ditetapkan, yaitu perumusan dan penciptaan suatu perencanaan yang dapat menciptakan suatu sinergi dalam bentuk tindakan kolektif antar *stakeholders* kepariwisataan. *Stakeholders* kepariwisataan yang dimaksud adalah pemerintah selaku regulator dan fasilitator pembangunan pariwisata, pihak swasta selaku aktor yang terlibat langsung dalam berbagai bentuk usaha dan kegiatan pariwisata, serta masyarakat selaku *host community*, termasuk pula di dalamnya berbagai lembaga swadaya masyarakat (LSM), organisasi kemasyarakatan, maupun lembaga- lembaga adat.



Gambar 2.8 Pola Hubungan Stakeholders kepariwisataan
 Sumber: Regional Planning Concept, Gunn 1993:126

Keseluruh *stakeholders* pariwisata tersebut harus terlibat secara aktif dan saling mendukung dalam suatu sinergi dalam melaksanakan pembangunan kepariwisataan di Kota Ternate. Untuk itu proses dan bentuk perencanaan kepariwisataan harus mampu melibatkan dan mengakomodasikan berbagai kebutuhan, minat, dan *interest* para *stakeholders*-nya, sehingga pelaksanaan pembangunan kepariwisataan tidak merugikan salah satu pihak dan bahkan mampu menguntungkan semua pihak.

Berdasarkan hal tersebut di atas maka perlu disusun suatu model perencanaan sinergi *stakeholders* yang sesuai dengan kondisi pembangunan di Kota Ternate, yang mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang secara langsung akan mampu meningkatkan pendapatan asli daerah. Dalam rangka menyelenggarakan perencanaan pengembangan yang efektif, diperlukan aktivitas perencanaan yang memadai, sebagai salah satu fungsi fundamental perencanaan. Perencanaan yang efektif merupakan proses yang kompleks dan dalam perancangannya melibatkan banyak pihak, sehingga membutuhkan sinergi dengan pihak-pihak terkait. Inti dari koordinasi perencanaan adalah arus informasi dan proses komunikasi antar lembaga perencanaan dengan para *stakeholders*. Hal tersebut merupakan fungsi dari perencanaan dan sekaligus merupakan hal yang paling azasi dari semua fungsi manajerial. Hal tersebut berlaku pula untuk pembangunan

kepariwisataan Kota Ternate. Dalam upaya mencapai tujuan pembangunan Kota Ternate, maka diperlukan rencana pembangunan kepariwisataan yang mampu mengakomodasikan seluruh unsur pembangunannya, serta mampu mengelola pemanfaatan sumber daya aktual dan potensial dengan tepat. Kesemuanya itu dilakukan dalam upaya menciptakan sinergi *stakeholders*. Kepariwisataan melibatkan banyak pelaku (*stakeholders*) pada setiap tahapan pembangunan. Oleh karena itu kepariwisataan sebagai sebuah *global socio-economic system* memerlukan penanganan yang sinergis, dengan menjabarkan logika-logika pembangunan kepariwisataan ke dalam perencanaan program maupun prosedur yang tepat dan sesuai.

Perencanaan sinergi *stakeholders* kepariwisataan adalah perencanaan yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pembangunan kepariwisataan dalam rangka menciptakan kesejahteraan masyarakat, pelestarian lingkungan, pendapatan daerah, dan mempertahankan budaya, melalui perencanaan yang melibatkan seluruh *stakeholders*-nya dalam suatu sinergi. Karena hakikat dari pembangunan kepariwisataan tersebut, maka perencanaan yang dirumuskan harus dilakukan dengan menggunakan pendekatan holistik yang memungkinkan tercapainya sinergi di antara bagian/sub satuan yang ada.

9. Keterlibatan Masyarakat dalam Sektor Pariwisata

Keterlibatan masyarakat yang dijelaskan meliputi jenis keterlibatan dan tingkat keterlibatannya.

a. Jenis Keterlibatan Masyarakat dalam Pariwisata

Pada dasarnya masyarakat lokal memiliki pengetahuan tentang fenomena alam dan budaya yang ada di sekitarnya, Conyers (1991) dalam Indrayani (2011). Namun, mereka tidak memiliki kemampuan secara finansial yang berkualitas untuk mengelolanya atau terlibat langsung dalam kegiatan pariwisata yang berbasis alam dan budaya. Sejak beberapa tahun terakhir ini, potensi-potensi yang dimiliki oleh masyarakat lokal tersebut dimanfaatkan oleh para pengelola wilayah

yang dilindungi dan pengusaha pariwisata untuk diikutsertakan dalam menjaga kelestarian dan biodiversitas yang ada di daerahnya (Al Tabri, 2010).

Masyarakat lokal diharuskan terlibat secara aktif dalam pengembangan pariwisata. Lebih jauh, pariwisata juga diharapkan memberikan peluang dan akses kepada masyarakat lokal untuk mengembangkan usaha pendukung pariwisata seperti toko cinderamata, warung makan, dan lain-lain agar masyarakat lokal memperoleh manfaat ekonomi yang lebih besar dan secara langsung dari wisatawan, yang digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidupnya.

Adapun bentuk partisipasi (keterlibatan) masyarakat dalam pembangunan pariwisata adalah sebagai berikut. (Cohen dan Uphof, 1997 dalam file.upi.edu, 2011).

1) Partisipasi masyarakat dalam perencanaan

- a) Masyarakat dilibatkan dalam perencanaan pengembangan kepariwisataan bertujuan untuk menggali permasalahan dan potensi pariwisata yang ada di masyarakat, tantangan, serta peluang yang dihadapi dengan menggunakan sumber daya lokal atas prinsip pemberdayaan masyarakat. Adapun acuannya adalah sebagai berikut.
- b) Mengumpulkan informasi yang dilakukan oleh masyarakat sendiri. Bahan informasi dapat digunakan oleh orang lain atau suatu lembaga yang akan mengembangkan objek pariwisata.
- c) Mempelajari kondisi dan kehidupan di lokasi yang memiliki potensi pengembangan pariwisata, dari dan oleh masyarakat setempat untuk saling berbagi, berperan aktif dalam perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian serta tindak lanjutnya.
- d) Informasi yang diperoleh dapat dipergunakan sebagai bahan perencanaan kegiatan dalam pemberdayaan masyarakat di

sekitar lokasi pariwisata.

Bentuk partisipasi tersebut dilaksanakan oleh pengambil kebijakan bersama masyarakat lokal, kelompok pendamping lapangan, dan dari unsur pemerintah desa. Dalam metode ini kelompok pendamping lapangan hanya sebatas fasilitator.

2) Partisipasi masyarakat dalam pengelolaan

Keterlibatan dalam pengelolaan ini maksudnya adalah agar masyarakat tidak hanya menjadi obyek tapi juga berperan selaku subjek sehingga dapat menikmati keuntungan yang optimal dari pengelolaan pariwisata dan dapat menambah sumber pendapatan masyarakat, dari biasanya. Dengan berkembangnya usaha pariwisata berbasis masyarakat, penduduk akan memperoleh pendapatan tambahan sehingga ketergantungan masyarakat terhadap sumber daya alam akan berkurang. Untuk mendukung upaya ini hendaknya jadwal operasional usaha pariwisata disesuaikan berdasarkan situasi dan kondisi masyarakat, agar tidak mengganggu aktivitas rutin masyarakat misalnya tidak mengganggu saat musim panen. Harapan ke depan, keterlibatan/peran serta masyarakat dalam pengembangan pariwisata dengan pola pengembangan pariwisata berbasis masyarakat ini adalah agar keuntungan dari usaha pariwisata dapat lebih banyak diterima langsung dan dinikmati oleh masyarakat.

Untuk mencapai harapan ini dapat diterapkan sistem rotasi dalam penyediaan jasa pariwisata. Sistem rotasi dalam hal ini diartikan sebelum pengunjung datang, masyarakat telah mendapatkan informasi tentang kunjungan tersebut sehingga dapat dilakukan pengaturan pembagian penyediaan jasa kepada pengunjung (wisatawan) seperti penginapan, penyediaan makanan, pemandu, dan sebagainya sehingga seluruh masyarakat memperoleh tambahan (Al Tabri, 2010). Tentu pengaturan tersebut harus dikelola dengan baik dengan melibatkan unsur masyarakat yang berkepentingan.

Hasil akhir yang diharapkan nantinya adalah sebagian pendapatan dari kunjungan wisatawan yang datang bisa masuk ke kas desa, dan dana tersebut dapat digunakan untuk membiayai pembangunan di desa serta kegiatan sosial, pendidikan, dan pemeliharaan lingkungan.

b. Tingkat Keterlibatan Masyarakat dalam Pariwisata

Subadra (2009) dalam Al Tabri (2010) menjelaskan bahwa tingkat keterlibatan masyarakat dalam pariwisata sangat berbeda dan hal ini tergantung dari jenis potensi, pengalaman, pengetahuan dan keahlian yang dimiliki oleh individu atau masyarakat lokal tersebut. Keterlibatan masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- 1) Menyewakan tanahnya kepada operator pariwisata untuk dikembangkan sebagai objek dan daya tarik pariwisata serta turut memantau dampak-dampak yang ditimbulkan sehubungan dengan pengembangan pariwisata tersebut.
- 2) Bekerja sebagai karyawan ataupun paruh waktu diperusahaan operator pariwisata tersebut.
- 3) Menyediakan pelayanan jasa kepada operator pariwisata seperti: pelayanan makanan, transportasi, akomodasi, dan panduan berwisata (*guiding*).
- 4) Membentuk usaha patungan (*joint venture*) dengan pihak swasta, dimana masyarakat lokal menyediakan lokasi dan pelayanan jasanya sedangkan pihak swasta menangani masalah pemasaran produk dan manajemen perusahaan.
- 5) Mengembangkan pariwisata secara mandiri dengan mengutamakan pengembangan pariwisata berbasis kemasyarakatan (*community-based tourism*).

Untuk pengembangan partisipasi masyarakat, perlu pemahaman dasar mengenai partisipasi. Ada beberapa penjelasan mengenai pengertian “partisipasi”. Tingkat-tingkat partisipasi masyarakat tersebut bermanfaat sebagai alat untuk menilai partisipasi nyata di lapangan. Tingkat-tingkat partisipasi masyarakat diuraikan sebagai berikut.

1) Tingkat 1:

Pemberitahuan (*informing*), yaitu hasil yang diputuskan oleh orang luar (pakar, pejabat, dan sebagainya) diberikan kepada masyarakat. Komunikasi terjadi satu arah dari luar kepada masyarakat setempat/lokal.

2) Tingkat 2:

Pengumpulan informasi (*information gathering*), yaitu masyarakat menjawab pertanyaan yang diajukan oleh orang luar. Komunikasi bersifat searah dari masyarakat keluar.

3) Tingkat 3:

Perundingan (*consultion*), yaitu pihak luar berkonsultasi dan berunding dengan masyarakat melalui pertemuan atau *public hearing* dan sebagainya. Komunikasi dilaksanakan dua arah, tetapi masyarakat tidak ikut serta dalam menganalisis atau mengambil keputusan.

4) Tingkat 4:

Plakasi/konsiliasi (*placation/consoliation*), yaitu masyarakat ikut dalam proses pengambilan keputusan yang biasanya sudah diputuskan sebelumnya oleh pihak luar, terutama menyangkut hal-hal penting. Dalam tingkatan ini biasanya masyarakat sering terbuai oleh insentif berupa uang, barang, dan sebagainya.

5) Tingkat 5:

Kemitraan (*partnership*), yaitu masyarakat mengikuti seluruh proses pengambilan keputusan bersama dengan pihak luar, seperti studi kelayakan, perencanaan, implementasi, evaluasi, dan sebagainya. Partisipasi merupakan hak mereka dan bukan

kewajiban untuk mencapai sesuatu. Hal ini disebut "partisipasi interaktif".

6) Tingkat 6:

Mobilisasi dengan kemauan sendiri (*self-mobilization*), yaitu masyarakat mengambil inisiatif sendiri, jika perlu dengan bimbingan dan bantuan pihak luar. Mereka memegang kontrol atas keputusan dan pemanfaatan sumber daya sementara pihak luar hanya memfasilitasi.

10. Pasar dan Pemasaran Pariwisata

a. Pasar Wisata

Dalam perkembangannya, istilah pasar pada saat ini memiliki banyak makna. Pada awalnya definisi pasar hanya berupa tempat bertemunya penjual dan pembeli dengan aktifitas tukar menukar barang.

"Market are group of people with particular needs and wants and one or more product that can be satisfy buyer's needs and buyer must be willing and able to purchase a product that satisfies their needs and wants." (Craven, 2003)

Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa pasar terdiri dari sekumpulan orang yang memiliki kebutuhan dan keinginan dengan satu atau beberapa produk yang dapat memenuhi harapan dari pembeli.

Selain itu, untuk melihat celah pasar lebih mendalam digunakan konsep *STP (Segmentation, Targeting, Positioning)*, merupakan suatu konsep yang dalam prosesnya bertahap dari mulai mengidentifikasi pasar, melakukan pemilihan pasar, hingga merealisasikan terhadap pasar sasaran. Berikut bauran dari konsep STP:

1) Segmentasi Pasar (*segmentation*)

Pasar memiliki karakter yang berbeda-beda (*heterogen*) dimana terdapat berbagai variasi kebutuhan, permintaan, penawaran, serta daya beli. Oleh karena itu dibutuhkan pengelompokan terhadap pasar

yang semula bersifat heterogen menjadi homogen. Langkah pertama adalah melakukan identifikasi terhadap segmen pasar yang ada.

Berikut beberapa variable untuk segmentasi pasar (Boone & Kurtz, 2005. Jorge A. Restrepo):

a) *Geographic Segmentation*

Segmentasi geografis membagi pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda, seperti negara, provinsi, dan kota.

b) *Demographic Segmentation*

Dalam segmentasi ini, pasar dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan variabel demografis, yaitu usia, jenis kelamin, pekerjaan, penghasilan, pendidikan, agama dan ras.

c) *Psychographic Segmentation*

Merupakan segmentasi berdasarkan psikografis yang dibagi berdasarkan gaya hidup atau kepribadian.

d) *Product-Related Segmentation*

Segmentasi ini dilihat dari manfaat yang menonjol yang didapat oleh konsumen sehingga mendapatkan suatu citra, kualitas dan harga. Banyak cara yang dapat digunakan untuk membuat segmentasi pasar, namun beberapa kriteria penentuan haruslah diperhatikan agar mendapatkan efektifitas. Berikut karakteristik dalam penentuan segmentasi pasar:

- Dapat diukur, yaitu sejauh mana ukuran dan daya beli segmen dapat diukur,
- Dapat diakses, yaitu sejauh mana segmen itu dapat dilayani,
- Cukup besar, yaitu sejauh mana segmen itu cukup besar atau cukup menguntungkan untuk dilayani,
- Dapat dilaksanakan, yaitu sejauh mana program yang efektif yang dapat didisain untuk menarik dan melayani segmen.

Setelah mengidentifikasi segmen pasar apa saja yang ada di destinasi, maka langkah selanjutnya adalah mengevaluasi segmen pasar. Ada 2 faktor yang harus diperhatikan dalam mengevaluasi segmen pasar, yaitu:

a) Ukuran dan pertumbuhan segmen

Memilih suatu segmen yang memiliki karakteristik dan ukuran pertumbuhan yang tepat. Namun ukuran dan pertumbuhan yang tepat bersifat relatif, seperti sasaran segmen yang memiliki tingkat daya beli yang tinggi.

b) Tujuan dan sumber daya

Sebuah segmen dapat dipilih berdasarkan tujuan yang berbentuk jangka panjang dan penyesuaian dengan sumber daya yang dimiliki sebuah destinasi.

Selain segmentasi, kebutuhan dan keinginan pasar sangat perlu untuk diketahui yaitu melalui preferensi yang dapat diukur dengan persepsi (Cravens, 1996). Preferensi didefinisikan sebagai proses dimana individual memilih apa yang mereka inginkan.

2) Target Pasar (Targeting)

Setelah mengevaluasi berbagai segmen, langkah selanjutnya adalah memilih segmen mana yang akan ditargetkan sesuai dengan kebutuhan pemasaran destinasi.

Proses targeting biasanya dilakukan setelah mendapatkan segmentasi pasar yang akan tepat dan menguntungkan. Hasil dari proses targeting adalah berupa target market. Berikut beberapa cara untuk mencapai target pasar yang diinginkan (Kotler, 1997):

a) *Undifferentiated Marketing*

Yaitu strategi pasar yang memperlakukan keseluruhan pasar sebagai pasar potensial yang biasa disebut mass marketing,

yaitu melayani seluruh segmen pasar sebagai satu kesatuan dengan produk yang sama.

b) *Differentiated Marketing*

Dalam proses ini, pasar yang berdeda akan mendapatkan perlakuan yang berbeda pula.

c) *Concentrated Marketing*

Merupakan mass marketing namun memiliki skala yang lebih fokus pada satu segmen saja.

d) *Micro Marketing*

Dalam tahap ini, pasar dibagi-bagi kembali menjadi lebih detail, bahkan menuju ke tingkat individual.

3) Penempatan Pasar (*Positioning*)

Setelah melakukan proses *targeting*, maka tahapan selanjutnya adalah melakukan proses *positioning*, yaitu menempatkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar sasaran (Craven, 1994). Dalam penempatan produk dapat dilakukan dengan beberapa strategi, diantaranya:

❖ Penempatan berdasarkan produk

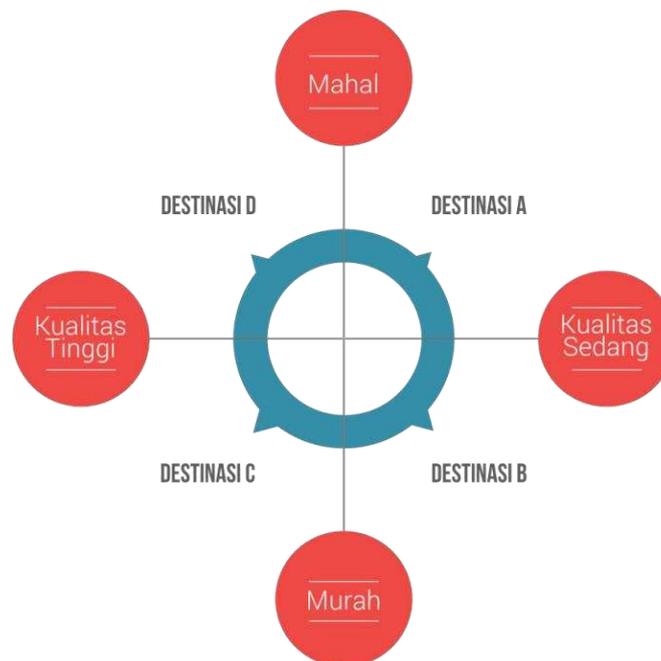
Yaitu dengan menunjukkan penampilan produk dengan memperlihatkan perbedaannya dengan produk lain. Dalam sebuah destinasi wisata sangat penting untuk memperlihatkan daya saing melalui keunikan dari destinasinya.

❖ Penempatan berdasarkan manfaat produk

Bergantung pada sejauh mana produk itu dapat memberikan manfaat bagi pasar. Dalam sebuah destinasi dapat dilihat dari sejauh mana pasar dapat merasakan kepuasan yang didapat dengan berkunjung terhadap destinasi tersebut.

- ❖ Penempatan berdasarkan penggunaan
Dilihat dari seberapa banyak pasar yang menggunakan produk itu. Dalam hal destinasi wisata adalah seberapa sering pengunjung datang untuk berekreasi dan tetap akan memilih destinasi tersebut dibandingkan dengan destinasi lain.
- ❖ Penempatan terhadap pesaing
Cara ini dilakukan dengan memperlihatkan atau mengenalkan produk yang ada terhadap pesaing untuk membandingkan keunggulan yang dimiliki.

Setelah mengetahui strategi mana yang akan digunakan, langkah selanjutnya adalah pemetaan posisi. Penempatan posisi berisi 3 langkah: mengidentifikasi sekelompok keunggulan bersaing, memilih keunggulan bersaing, dan secara efektif mengkomunikasikan dan memberikan posisi yang terpilih. Pemetaan posisi dapat terbentuk dari persepsi wisatawan melalui instrumen penelitian berupa daftar periksa dan pedoman wawancara. Berikut contoh dari pemetaan penempatan sebuah destinasi:



Gambar 2.9 **Penetapan Posisi Untuk Sebuah Destinasi**

Sumber: *Craven, 1996*

Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa :

- a) Posisi dari destinasi A berada pada tingkatan kualitas produk dan pelayanan sedang dengan besaran harga yang tinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa destinasi A tidak relevan dalam penetapan harga dengan kualitas produk dan pelayanan yang dimilikinya.
- b) Posisi dari destinasi B berada pada tingkatan kualitas produk dan pelayanan yang sedang dengan besaran harga yang minim.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa destinasi A mempunyai harga, produk dan pelayanan yang dapat mencakup seluruh segmen pasar.

- c) Posisi dari destinasi C berada pada tingkatan kualitas dan pelayanan produk yang tinggi dengan besaran harga yang minim. Sehingga destinasi ini memiliki daya jual yang rendah namun tetap mementingkan dan menjaga kualitas dari produk.
- d) Posisi dari destinasi D berada pada tingkatan kualitas dan pelayanan yang tinggi dengan besaran harga yang tinggi pula. Sehingga dapat disimpulkan bahwa destinasi tersebut berupa destinasi yang eksklusif.

b. Pasar Wisata

Pendekatan ini tumbuh berkembang sebagai konsekuensi meningkatnya tuntutan persaingan. Meningkatnya persaingan ini ditandai dengan pesatnya perkembangan komunikasi, transportasi, teknologi, dan investasi. Akselerasi atas faktor-faktor tersebut memaksa “tempat” untuk melakukan penyempurnaan dan percepatan tindakan-tindakan secara nyata untuk memobilisasi seluruh sumber- sumber yang dimiliki untuk menjamin kelangsungan aktivitas perekonomian, termasuk di dalamnya kepariwisataan.

Pendekatan pemasaran tempat atau lebih dikenal sebagai *strategic marketing places*, ditujukan untuk merevitalisasi tempat (Kabupaten, kota, daerah, negara) melalui penggalangan seluruh kekuatan yang dimilikinya. Keberhasilan pendekatan pemasaran tempat akan tercipta pada kondisi di mana *stakeholders* kepariwisataan mampu menyelaraskan visi dan tindakan (*action*) dengan pengharapan (*expectation*) pasar sasaran yang mencakup wisatawan, aktivitas bisnis, dan investor. Optimalisasi pemanfaatan pendekatan ini menuntut adanya kolaborasi antara komunitas bisnis, publik, dan masyarakat.

Pendekatan *place marketing* mengarahkan produk yang heterogen menjadi lebih homogen. Heterogenitas produk akan memberikan rentang alternatif yang terlalu lebar, yang berdampak pada proses pengambilan keputusan yang semakin lama. Proses menghomogenkan produk lebih diarahkan pada upaya memposisikan produk pada potensi pasar tertentu.

Kesimpulan yang dapat diambil dari orientasi baru ini, yakni nilai potensial tempat sebagai produk tidak semata bergantung pada faktor lokasi, iklim dan sumber daya natural, melainkan lebih kepada keinginan manusia, energi, kemampuan, nilai, dan organisasi.

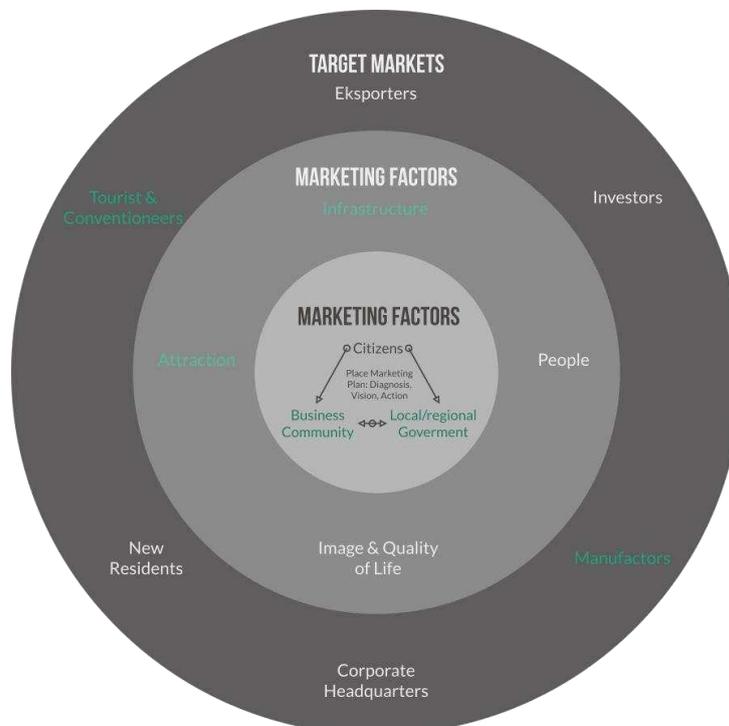
Bersandar pada konsepsi ini, maka kemajuan dan perkembangan kepariwisataan saat ini tidak terlepas dari peran sektor publik dalam menyediakan kebijakan beserta instrumennya, termasuk bidang pemasaran, yang mendukung dan dapat mengantisipasi perkembangan kepariwisataan sebagai industri berbasis jasa.

Selanjutnya, terdapat beberapa faktor pokok yang patut dicermati guna kesuksesan pemasaran tempat, yakni:

- 1) Menginterpretasikan apa yang sedang menjadi trend dilingkungan sekitar.
- 2) Memahami kebutuhan, keinginan dan kebiasaan pengambilan keputusan dalam spesifikasi internal dan eksternal konstituen.

- 3) Membangun Visi yang bersifat nyata atau memungkinkan untuk dilakukan oleh atau pada tempat tersebut.
- 4) Membuat sebuah rencana aksi untuk mendukung visi tersebut.
- 5) Membangun kesepakatan internal dan organisasi yang efektif.
- 6) Mengevaluasi setiap tahapan pelaksanaan atau perkembangan yang telah dicapai dari rencana aksi.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka untuk dapat memobilisasi seluruh sumber daya pariwisata yang dimiliki guna menciptakan kedekatan produk-pasar, kemampuan beradaptasi Dinas Pariwisata sebagai *stakeholder* pembina kepariwisataan daerah memegang peranan kunci dalam mempercepat perkembangan kepariwisataan di daerah. Dalam konteks destinasi wisata, maka aktivitas pemasaran perlu diarahkan pada peluang yang dimiliki suatu tempat yang berperan sebagai karakter destinasi wisata. Untuk dapat memperlihatkan mekanisme atau keterkaitan konsideran-konsideran pokok dalam merumuskan implementasi pemasaran yang berbasis *place marketing* yang telah dipaparkan di atas, maka dapat dilihat pada diagram berikut:



Gambar 2.10 **Levels of Place Marketing**
 Sumber: Kotler, Heider, dan Rein (1993:19)

B. METODOLOGI

Metodologi adalah model yang mengandung prinsip-prinsip teoritis dan kerangka yang memberikan petunjuk bagaimana penelitian dilakukan dalam suatu konteks paradigma tertentu, dalam hal ini, penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Ternate tetap mengacu kepada prinsip-prinsip pelaksanaan kajian. Metodologi ditentukan bukan oleh model penelitian, tetapi oleh prinsip-prinsip yang berkaitan dengan paradigma yang diambil. Mengacu pada pemahaman tersebut, uraian mengenai metodologi yang digunakan dalam penilaian kelayakan terdiri dari dua hal pokok, yaitu tahapan penyusunan dan metoda yang digunakan pada tahap-tahap pekerjaan tersebut.

1. Tahapan Pelaksanaan Kajian

Secara garis besar, pekerjaan penyusunan Dokumen Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPARDA) Kota Ternate, yaitu: 1) Tahap persiapan, 2) Tahap pengumpulan dan kompilasi data, 3) Tahap identifikasi dan analisis data, 4) Tahap pengembangan konsep dan strategi, serta 5) Tahap pengembangan program tindak lanjut. Pada saat ini RIPARDA Kota Ternate dalam tahapan kompilasi data, dan memasuki tahap identifikasi dan analisis data, yang kemudian akan dilakukan pengembangan konsep strategi sehingga menghasilkan perencanaan program-program.

a) Tahap Persiapan

Tahapan ini merupakan tahapan awal dari studi. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada tahap ini pada dasarnya dilakukan untuk mencapai sasaran-sasaran berikut ini:

- 1) Tersepakatinya tujuan dan sasaran, keluaran, lingkup pekerjaan, metodologi, dan rencana kerja.
- 2) Berkembangnya substansi pekerjaan dan gagasan/ide-ide yang mendukung pencapaian tujuan dan sasaran pekerjaan, mencakup teori yang terkait dengan pembangunan kepariwisataan, termasuk komponen-komponen di dalamnya,

serta metoda dan analisis yang mendukung pelaksanaan kajian.

- 3) Teridentifikasinya kebutuhan data dan alat analisisnya.
- 4) Terumuskannya rancangan survei dan format kompilasi data.

Untuk mencapai sasaran tersebut, kegiatan-kegiatan yang dilakukan adalah:

- 1) Melakukan koordinasi dengan tim pelaksana kajian untuk berbagi tugas dan tanggung jawab serta menyepakati jadwal penugasan personil, sekaligus melakukan diskusi untuk menyamakan persepsi tentang tujuan dan sasaran, keluaran dan lingkup pekerjaan, metodologi, serta rencana kerja pelaksanaan penyusunan dokumen Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPARDA) Kota Ternate.
- 2) Melakukan kajian terhadap teori-teori terkait kepariwisataan, perencanaan dan pengembangannya, pembangunan destinasi wisata, penataan kawasan, serta metoda dan alat analisis terkait lingkup studi, untuk memperkaya gagasan/ide-ide selama proses pengkajian. Pengayaan substansi pekerjaan juga dilakukan dengan mengkaji hasil-hasil penelitian yang terkait dengan potensi sektor pariwisata dalam pembangunan daerah.
- 3) Melakukan inventarisasi terhadap data-data yang dibutuhkan dalam melakukan penyusunan dokumen Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPARDA) Kota Ternate, juga terhadap alat analisis yang akan digunakan.
- 4) Merancang rencana survei, termasuk di dalamnya metoda survei, teknik sampling yang akan digunakan, dan juga pengurusan perijinan. Pada kegiatan ini juga akan dibuat format kompilasi data yang akan dikembangkan untuk mendukung kegiatan analisis data.

Metoda yang digunakan pada tahap ini adalah kajian pustaka untuk memperkaya ide dan gagasan, *stakeholder mapping* untuk memetakan pihak-pihak yang terkait dengan substansi pekerjaan,

dan *need assessment* dalam menentukan kebutuhan data dan kompilasi/ pengolahannya untuk mencapai tujuan dan sasaran kajian.

b) Tahap Pengumpulan dan Kompilasi Data

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif yang terkait dengan komponen-komponen kepariwisataan. Sasaran yang hendak dicapai adalah:

- 1) Tersedianya data dan informasi yang mendukung pencapaian tujuan dan sasaran kajian.
- 2) Tersedianya hasil kompilasi data untuk mendukung proses analisis yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran kajian.

Sesuai dengan sasarannya, dua kegiatan pokok yang dilakukan pada tahap ini pengumpulan data dan kompilasinya. Data yang dikumpulkan pada tahap ini terdiri dari data sekunder maupun data primer. Data sekunder diperoleh melalui survei ke beberapa instansi sumber data, seperti BAPPELITBANGDA Kota Ternate, Dinas Pendapatan Daerah Kota Ternate, Badan Pusat Statistik Kota Ternate, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Ternate, dan lain-lain. Data primer diperoleh melalui survei primer dengan melakukan observasi terhadap daya tarik wisata, fasilitas penunjang wisata, sarana dan prasarana transportasi, dan infrastruktur; wawancara dengan narasumber ahli; maupun penyebaran kuesioner kepada wisatawan dan penduduk di lokasi-lokasi tertentu.

Selain pengumpulan data sekunder, dan melakukan review terhadap Laporan Akhir Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Kota Ternate terhadap instansi-instansi sumber data dilakukan pula diskusi/wawancara untuk membahas hal-hal terkait berikut ini:

- 1) Kebijakan yang mendukung pengembangan potensi pariwisata Kota Ternate.
- 2) Potensi yang mendukung pengembangan potensi pariwisata

Kota Ternate.

- 3) Permasalahan dan tantangan yang dihadapi saat ini dalam pelaksanaan pembangunan.

Sementara itu, data primer yang akan diperoleh melalui pengamatan lapangan adalah:

- 1) Perkembangan kegiatan fisik dan nonfisik terbaru dari pusat-pusat kegiatan terkait kepariwisataan (di daya tarik wisata dan fasilitas penunjang pariwisata).
- 2) Pola sebaran kunjungan ke berbagai daya tarik wisata.
- 3) Karakteristik dan intensitas kegiatan-kegiatan wisata dan yang terkait (di daya tarik wisata dan fasilitas penunjang pariwisata).
- 4) Kondisi bangkitan dan arus lalu lintas menuju dan dari pusat-pusat kegiatan wisata dan yang terkait.
- 5) Kondisi fisik jalan menuju dan di pusat-pusat kegiatan wisatadan yang terkait.

Selain pengamatan lapangan, data primer yang dibutuhkan dalam kajian ini juga diperoleh melalui proses kegiatan wawancara kepada masyarakat dan wisatawan. Proses kegiatan wawancara kepada wisatawan dan dilakukan untuk mengetahui:

- 1) Karakteristik wisatawan eksisting yang berkunjung ke Kota Ternate, baik itu karakteristik sosial, ekonomi, demografinya maupun karakteristik perjalanan wisatanya.
- 2) Persepsi wisatawan terhadap produk pariwisata Kota Ternate, baik citra yang terbentuk maupun kinerja pelayanannya, termasuk tingkat kepuasannya.
- 3) Preferensi wisatawan terhadap produk pariwisata Kota Ternate di masa datang.
- 4) Faktor-faktor penting pembentuk citra pariwisata Kota Ternate dari sisi wisatawan.

Proses kegiatan wawancara kepada masyarakat difokuskan di lingkungan-lingkungan sekitar kawasan pariwisata yang ditetapkan nanti. Proses kegiatan wawancara kepada masyarakat dilakukan untuk mengetahui:

- 1) Karakteristik masyarakat yang tinggal di sekitar kawasan pariwisata yang akan dikembangkan, mencakup karakteristik sosial, ekonomi, demografi.
- 2) Keterikatan masyarakat dengan komunitas dan lingkungannya.
- 3) Persepsi masyarakat terhadap perkembangan kegiatan wisata dan pendukungnya di lingkungan atau sekitar lingkungan tempat tinggalnya.
- 4) Sikap masyarakat terhadap perkembangan kegiatan wisata dan pendukungnya di lingkungan atau sekitar lingkungan tempat tinggalnya.
- 5) Harapan masyarakat terhadap perkembangan kegiatan wisata dan pendukungnya di lingkungan atau sekitar lingkungan tempat tinggalnya.

Pada tahap ini metoda yang digunakan adalah metoda wawancara baik *face to face* interview maupun wawancara tertulis/*written interview*, *indepth interview*, dan survei primer melalui observasi.

c) Tahap Identifikasi dan Analisis Data

Tahap berikutnya adalah tahap identifikasi dan analisis data. Pada tahap ini sasaran yang hendak dicapai adalah:

- 1) Teridentifikasinya potensi pariwisata yang ada di Kota Ternate;
- 2) Teridentifikasinya posisi kepariwisataan Kota Ternate, kawasan pariwisata yang potensial untuk dikembangkan, kelengkapan dan kelayakan data yang mendukung pembangunan kepariwisataan.

3) Terumuskan kesimpulan dari hasil analisis yang dilakukan.

Untuk mencapai sasaran tersebut, terdapat tiga kegiatan pokok yang dilakukan, yaitu:

- 1) Kegiatan identifikasi, dilakukan untuk mengidentifikasi:
 - a) Potensi produk pariwisata;
 - b) Potensi pasar pariwisata;
 - c) Kebijakan-kebijakan yang mendukung pembangunan pariwisata Kota Ternate;
 - d) Dukungan Masyarakat (Pelaku Usaha/Industri Kecil yang berhubungan dengan pariwisata) dan Pelaku Usaha Hotel/Restoran/Rumah Makan/Pengusaha Fasilitas Wisata/Agen Perjalanan; dan
 - e) Jenis dan sifat data yang tersedia.
- 2) Kegiatan analisis, dilakukan untuk menganalisis:
 - a) Potensi Produk Pariwisata Kota Ternate;
 - b) *Positioning* pariwisata Kota Ternate berdasarkan potensi kontribusinya terhadap Pembangunan Daerah pada masa yang akan datang (produk dan pasar pariwisata); dan
 - c) Kebijakan-kebijakan yang ada untuk mendorong peningkatan Pembangunan Kepariwisata.
- 3) Kegiatan perumusan kesimpulan, dilakukan untuk mendapatkan gambaran tentang:
 - a) Potensi produk pariwisata yang diunggulkan di Kota Ternate;
 - b) Segmen pasar pariwisata yang potensial dikembangkan di masa yang akan datang;
 - c) Kawasan pariwisata prioritas yang akan dikembangkan;
 - d) Kelembagaan Pariwisata di Kota Ternate;
 - e) Industri Pariwisata di Kota Ternate; dan

- f) Kebijakan Pembangunan Kepariwisata Kota Ternate; dari Aspek Destinasi Pariwisata, Kelembagaan Pariwisata, Pasar dan Pemasaran Pariwisata dan Industri Pariwisata.
- g) Pada tahap ini metoda yang digunakan adalah tabulasi frekuensi/tabulasi satu arah, TOWS, analisis kluster, analisis korelasi, analisis deskriptif, *content analysis*, dan matriks penilaian untuk mengidentifikasi kawasan-kawasan pariwisata yang potensial untuk dikembangkan.

d) Tahap Identifikasi dan Analisis Data

Tahapan berikutnya adalah tahap pengembangan konsep dan strategi. Pada tahap ini terdapat empat sasaran yang akan dicapai, yaitu:

- 1) Terumuskannya konsep dan strategi pembangunan pariwisata Kota Ternate dengan penjabaran; dan
- 2) Terumuskannya dan Tergambarkannya Kawasan Strategis Pembangunan Pariwisata Kota Ternate, beserta Kawasan Pengembangan Pariwisata.

Kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai keempat sasaran pada tahap ini adalah:

Sasaran 1: Terumuskannya konsep dan strategi pembangunan pariwisata Kota Ternate.

Kegiatan yang dilakukan untuk mencapai sasaran ini adalah:

- 1) Visi Pembangunan Kepariwisata Kota Ternate dalam kurun waktu 10 Tahun;
- 2) Misi Pembangunan Kepariwisata Kota Ternate;
- 3) Tujuan dan Sasaran Pembangunan Kepariwisata Kota Ternate;
- 4) Strategi Pembangunan Kepariwisata Kota Ternate;

- 5) Merumuskan strategi investasi pariwisata; dan
- 6) Merumuskan strategi pelibatan masyarakat dalam kepariwisataan.

Sasaran 2: Terumuskannya dan Tergambarkannya Kawasan Strategis Pembangunan Kota Ternate, beserta Kawasan Pengembangan Pariwisata;

Kegiatan yang dilakukan untuk mencapai sasaran ini adalah:

- 1) Merumuskan prinsip-prinsip perancangan;
- 2) Merumuskan tema perancangan kawasan; dan
- 3) Merumuskan standar-standar perancangan kawasan.

Metoda yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan-kegiatan tersebut adalah otoritas kepakaran, diskusi, dan akseptibilitas stakeholders.

e) Tahap Pengembangan Program Tindak

Tahap terakhir dari kegiatan Penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPARDA) Kota Ternate adalah tahap pengembangan program tindak. Sasaran yang hendak dicapai pada tahap ini adalah:

- 1) Terumuskannya program tindak, yang mencakup program pembangunan destinasi pariwisata, pembangunan pasar dan pemasaran, pembangunan kelembagaan, pembangunan industri pariwisata; dan
- 2) Dihasilkannya ilustrasi Peta Kawasan Strategis Pembangunan Kepariwisata Kota Ternate dan Kawasan Pengembangan Pariwisata.

Sesuai dengan sasarannya, tahapan ini terdiri dari kegiatan-kegiatan berikut ini:

- 1) Merumuskan program tindak kepariwisataan yang unggul

sesuai dengan produk, pasar dan kajian lingkungan internal dan eksternal; dan

- 2) Mengembangkan ilustrasi Peta Kawasan Strategis Pembangunan Kepariwisata Kota Ternate dan Kawasan Pengembangan Pariwisata.

Metoda yang digunakan pada tahap ini adalah diskusi dan akseptabilitas stakeholders.

2. Metoda yang digunakan

Metoda penelitian yang digunakan pada kegiatan penyusunan RIPARDA Kota Ternate adalah Kajian pustaka yang memiliki pengertian yaitu kajian terhadap jabaran teori, konsep, atau hasil-hasil penelitian yang berhubungan dengan variabel-variabel penelitian yang dipermasalahkan. Kajian pustaka mempunyai dua tujuan, yaitu tujuan utama dan tujuan lain. Tujuan utamanya yaitu membantu peneliti dalam memecahkan masalah penelitiannya, sedangkan tujuan lainnya adalah memperoleh gambaran tentang kedudukan penelitiannya terhadap penelitian-penelitian lain (Sumaryanto, 2008).

Sementara itu, fungsi kajian pustaka adalah:

- a) Mengetahui sejarah masalah penelitian. Sejarah penelitian meliputi aspek-aspek masalah, cara memecahkan masalah, hasil penelitian, dan hambatan dalam penelitian;
- b) Membantu pemilihan prosedur. Memilih prosedur berdasarkan pengalaman peneliti lain, dengan penyesuaian terhadap masalah penelitiannya;
- c) Memahami latar belakang teoretis masalah penelitian. Memperoleh gambaran tentang kedudukan penelitian yang dilakukannya terhadap scope pengetahuan yang lebih luas;
- d) Mengetahui manfaat penelitian sebelumnya. Melihat manfaat penelitian sebelumnya dan mengingat teori yang relevan, memperluas wawasan tentang manfaat penelitian yang dilakukan;

- e) Menghindari duplikasi. Membantu penentuan mana yang duplikasi, dan mana yang sebaiknya tidak duplikasi; dan
- f) Memberikan pembenaran pemilihan masalah penelitian. Kajian tentang manfaat, keterbatasan, kemungkinan hasil, memberikan pembenaran pemilihan masalah yang diteliti.

3. Teknik Pengolahan Data

Data yang diperoleh sebagian besar adalah data yang sifatnya kualitatif disajikan secara deskriptif, tabulasi, maupun bentuk-bentuk pemodelan untuk lebih menjelaskan informasi yang ada. Deskripsi data yang memberikan informasi data tersebut dan tidak untuk menguji hipotesis dan kemudian menarik informasi yang digeneralisasikan untuk populasi. Penyajian tabulasi yaitu penyajian data dalam bentuk tabel, sedangkan bentuk-bentuk permodelan menyajikan data berbentuk gambar atau grafik.

4. Teknik Analisis

Analisis yang dilakukan menggunakan teknik analisis akan digunakan analisis *Threats*, *Oppurtunity*, *Weakness* dan *Strenght* (TOWS) yang digunakan dalam melakukan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan suatu strategi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat mempertimbangkan dan meminimalisir Ancaman (*Threats*) dan memperhitungkan Kesempatan (*Opportunities*) sebagai lingkup eksternal, namun secara bersamaan dapat meminimalkan Kelemahan (*Weakness*), dan memaksimalkan Kekuatan (*Strength*) sebagai lingkup internal. Dalam rangka formulasi rencana strategi yang mencerminkan perwujudan pandangan ideal dan hal-hal yang harus dicapai di masa mendatang dan selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan maka diperlukan analisis faktor-faktor strategis, dalam hal ini penguasaan informasi eksternal.

Adapun langkah-langkah dalam melakukan analisis TOWS adalah sebagai berikut:

a) Pencermatan Lingkungan Eksternal dan Internal

Merupakan kegiatan penilaian faktor-faktor eksternal dan internal yang meliputi pencermatan peluang eksternal dan ancaman/tantangan eksternal serta kekuatan internal, kelemahan internal. Dari kedua pencermatan ini dapat diketahui peluang-peluang spesifik yang ada serta hal-hal yang mungkin membahayakan.

b) Kesimpulan Analisis Faktor Eksternal dan Internal (KAFE dan KAFI)

Merupakan daftar urutan prioritas faktor internal dan eksternal berdasarkan pada hasil pencermatan lingkungan Eksternal dan Internal. Hasil dari KAFE dan KAFI bermanfaat sebagai langkah awal panduan dalam merumuskan dan memilih strategi yang sesuai dengan kondisi lingkungan yang ada.

c) Analisis Pilihan Strategi

Menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman/tantangan eksternal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimilikinya, sehingga dapat diketahui kemungkinan-kemungkinan alternatif strategi sehingga matriks TOWS ini bermanfaat dalam menentukan asumsi-asumsi strategis.

d) Penetapan Pilihan Strategi

Merupakan kegiatan menentukan strategi berdasarkan asumsi strategis yang terdapat dalam matriks TOWS yang dikaitkan dengan kepentingan/“kedekatan” Visi dan Misi.

Konsep TOWS adalah menempatkan posisi Visi dengan melihat Ancaman ataupun Kesempatan hanya sebagai ‘peluang semata’ lalu melihat Kelemahan dan Kekuatan kondisi saat ini untuk kemudian menarik garis usaha dengan menghubungkan antara Visi dan kondisi saat ini.

PENETAPAN KAWASAN STRATEGIS KOTA TERNATE



Kawasan strategis kota merupakan bagian wilayah kota yang penataan ruangnya diprioritaskan, karena mempunyai pengaruh sangat penting dalam lingkup kota di bidang ekonomi, sosial, budaya dan/atau lingkungan.

Fungsi dari ditetapkan suatu Kabupaten/Kota sebagai Kawasan strategis adalah sebagai berikut.

- Mengembangkan, melestarikan, melindungi, dan/atau mengkoordinasikan keterpaduan pembangunan nilai strategis kawasan yang bersangkutan dalam mendukung penataan ruang wilayah kota;
- Sebagai alokasi ruang untuk berbagai kegiatan pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, serta fungsi dan daya dukung lingkungan hidup dalam wilayah kota yang dinilai mempunyai pengaruh sangat penting terhadap wilayah kota bersangkutan;
- Sebagai pertimbangan dalam penyusunan indikasi program utama RTRW kota; dan
- Sebagai dasar penyusunan rencana rinci tata ruang wilayah kota.

Penetapan kawasan strategis harus didukung oleh tujuan tertentu daerah sesuai pertimbangan aspek strategis masing-masing kota. Kawasan strategis yang ada di kota memiliki peluang sebagai kawasan strategis nasional dan provinsi. Penetapan kawasan strategis kota didasarkan pada kesepakatan para pemangku kepentingan dan kebijakan yang ditetapkan.

Berdasarkan UU No 26 Tahun 2007 Tentang Penataan Ruang, Kawasan Strategis secara spasial atau keruangan meliputi 3 (tiga) jenis, yaitu Kawasan

Strategi Nasional (KSN), Kawasan Strategi Provinsi (KSP) dan Kawasan Strategi Kabupaten/Kota.

A. KAWASAN STRATEGIS NASIONAL

Kawasan Strategis Nasional (KSN) yang tercantum di dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 26 Tahun 2008 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Nasional (RTRWN) adalah wilayah yang penataan ruangnya diprioritaskan karena mempunyai pengaruh sangat penting secara nasional terhadap kedaulatan negara, pertahanan dan keamanan negara, ekonomi, sosial, budaya dan/atau lingkungan, termasuk di dalamnya adalah wilayah yang ditetapkan sebagai warisan dunia.

Secara umum terdapat 7 (tujuh) tipologi KSN yaitu: (a) pelestarian dan peningkatan fungsi dan daya dukung lingkungan hidup; (b) peningkatan fungsi kawasan untuk pertahanan dan keamanan negara; (c) pengembangan dan peningkatan fungsi kawasan dalam pengembangan perekonomian nasional yang produktif; (d) pemanfaatan sumberdaya alam dan/atau teknologi tinggi; (e) pelestarian dan peningkatan sosial dan budaya bangsa; (f) pelestarian dan peningkatan nilai kawasan lindung; dan (g) pengembangan kawasan tertinggal. Pemerintah telah menetapkan 76 KSN yang harus disusun rencana tata ruangnya, walaupun sampai saat ini baru tersusun 5 (lima) Peraturan Presiden terkait KSN yaitu SARBAGITA, MAMMINASATA, MEBIDANGPRO, BBK dan JABODETABEKPUNJUR.

Dalam Penetapan kawasan strategis nasional dilakukan berdasarkan beberapa kepentingan yang diuraikan sebagai berikut.

1. Kawasan Strategis Nasional Kepentingan Pertahanan dan Keamanan, ditetapkan dengan kriteria :
 - Diperuntukkan bagi kepentingan pemeliharaan keamanan dan pertahanan Negara berdasarkan geostrategi nasional;
 - Diperuntukkan bagi basis militer, daerah latihan militer, daerah

- pembuangan amunisi dan peralatan pertahanan lainnya, gudang amunisi, daerah uji coba sistem persenjataan, dan/atau kawasan industri sistem pertahanan; dan
- Merupakan wilayah kedaulatan Negara termasuk pulau-pulau kecil terluar yang berbatasan langsung dengan Negara tetangga dan/atau laut lepas.
2. Kawasan Strategis Nasional Kepentingan pertumbuhan ekonomi ditetapkan dengan kriteria :
- Memiliki potensi ekonomi cepat tumbuh;
 - Memiliki sektor unggulan yang dapat menggerakkan pertumbuhan ekonomi nasional;
 - Memiliki potensi ekspor;
 - Didukung jaringan prasarana dan fasilitas penunjang kegiatan ekonomi;
 - Memiliki kegiatan ekonomi yang memanfaatkan teknologi tinggi;
 - Berfungsi untuk mempertahankan tingkat produksi sumber energi dalam rangka mewujudkan ketahanan pangan nasional; atau
 - Ditetapkan untuk mempercepat pertumbuhan kawasan tertinggal.
3. Kawasan Strategis Nasional dari Kepentingan sosial dan budaya ditetapkan dengan kriteria :
- Merupakan tempat pelestarian dan pengembangan adat istiadat atau budaya nasional;
 - Merupakan prioritas peningkatan kualitas sosial dan budaya serta jati diri bangsa;
 - Merupakan aset nasional atau internasional yang harus dilindungi dan dilestarikan;
 - Memberikan perlindungan terhadap keanekaragaman budaya;
 - Merupakan tempat perlindungan peninggalan budaya nasional; dan
 - Memiliki potensi kerawanan terhadap konflik sosial skala nasional.
4. Kawasan strategis nasional dari sudut kepentingan pendayagunaan sumber daya alam dan/atau teknologi tinggi ditetapkan dengan kriteria:

- Diperuntukkan bagi kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berdasarkan lokasi sumber daya alam strategis nasional, pengembangan antariksa, serta tenaga atom dan nuklir;
 - Memiliki sumber daya alam strategis nasional;
 - Berfungsi sebagai pusat pengendalian dan pengembangan antariksa;
 - Berfungsi sebagai pusat pengendalian tenaga atom dan nuklir; dan
 - Berfungsi sebagai lokasi penggunaan teknologi tinggi strategis.
5. Kawasan Strategis Nasional dari sudut kepentingan fungsi dan daya dukung lingkungan hidup ditetapkan dengan kriteria :
- Merupakan tempat perlindungan keanekaragaman hayati;
 - Merupakan aset nasional berupa kawasan lindung yang ditetapkan bagi perlindungan ekosistem, flora dan fauna yang hampir punah atau diperkirakan akan punah yang harus dilindungi atau dilestarikan;
 - Memberikan perlindungan terhadap keseimbangan tata guna air yang setiap tahun berpotensi menimbulkan kerugian Negara;
 - Memberikan perlindungan terhadap keseimbangan iklim makro;
 - Menuntun prioritas tinggi peningkatan kualitas lingkungan hidup;
 - Rawan bencana alam nasional; dan
 - Sangat menentukan dalam perubahan rona alam dan mempunyai dampak luas terhadap kelangsungan kehidupan.

Dalam sistem penataan ruang nasional (RTRWN) mengarahkan Kota Ternate sebagai salah satu Pusat Kegiatan Nasional (PKN), yang ditunjang oleh keberadaan Bandara Sultan Babullah dan Pelabuhan Ahmad Yani. Dengan demikian perlunya dilakukan deliniasi terhadap kawasan bandara dan pelabuhan, untuk memberikan fungsi yang strategis dan saling menunjang sehingga dapat beraglomerasi dalam satu kesatuan kawasan strategis bandara dan pelabuhan.

B. KAWASAN STRATEGIS PROPINSI (KSP)

Kawasan strategis provinsi adalah wilayah yang penataan ruangnya diprioritaskan karena mempunyai pengaruh sangat penting dalam lingkup provinsi terhadap ekonomi, sosial, budaya, dan/atau lingkungan. Berdasarkan Peraturan Menteri Pekerjaan Umum No. 15/PRT/M/2009, kawasan strategis provinsi berfungsi sebagai :

- Untuk memwadahi penataan ruang kawasan yang tidak bisa terakomodasi dalam rencana struktur ruang dan rencana pola ruang;
- Sebagai alokasi ruang untuk berbagai kegiatan sosial ekonomi masyarakat dan kegiatan pelestarian lingkungan dalam wilayah provinsi yang dinilai mempunyai pengaruh sangat penting terhadap wilayah provinsi bersangkutan; dan
- Sebagai dasar penyusunan rencana tata ruang kawasan strategis provinsi.

Penetapan Kawasan Strategis Provinsi (KSP) Maluku Utara dilakukan berdasarkan kepentingan pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pendayagunaan sumber daya alam dan/atau teknologi tinggi dan fungsi dan daya dukung lingkungan hidup.

Kawasan Strategis Provinsi (KSP) Maluku Utara, menetapkan Kota Ternate dalam satu kawasan strategis yang terintegrasi dengan beberapa kawasan sekitarnya yaitu Kota Ternate, Tidore, Sidangoli dan Sofifi sebagai kawasan strategis dari sudut kepentingan perekonomian, karena potensial untuk pengembangan industri. Kawasan ini berpotensi untuk kegiatan pelayanan tingkat regional, pemerintahan, pendidikan dan pengembangan industri. Untuk itu pengembangannya diarahkan pada :

- 1) Pembangunan dan pelayanan di Bandara Sultan Babullah Ternate, sebagai gerbang masuk kegiatan ekonomi di Kota Ternate;
- 2) Peningkatan pelabuhan Ternate sebagai pelabuhan ekspor, dengan penyediaan prasarana dan sarana penunjangnya seperti prasarana jalan dan penyeberangan dari dan ke Pelabuhan Ternate;
- 3) Peningkatan pelayanan fasilitas umum seperti pelabuhan laut, bandar

udara, rumah sakit dan lain-lain;

- 4) Peningkatan pada sektor perhubungan, dalam hal ini pelayanan transportasi antar moda, sarana penyebrangan, serta fasilitas-fasilitas regional lainnya;
- 5) Peningkatan prasarana perkotaan yang menunjang di Kota Ternate terutama peningkatan aksesibilitas dari wilayah produksi ke pusat pengumpul atau pasar;
- 6) Pengembangan sarana pendidikan tinggi dan ketrampilan khusus penunjang industri di Kota Ternate;
- 7) Pengembangan permukiman baru dan pengembangan sarana air bersih di Kota Ternate sebagai langkah mengantisipasi peningkatan jumlah penduduk yang selalu meningkat ditiap tahunnya;
- 8) Kota Ternate memiliki potensi pariwisata yang baik, sehingga perlu adanya pengembangan di sektor pariwisata sebagai strategi untuk meningkatkan pendapatan atau industri masyarakat Kota Ternate.

C. KAWASAN STRATEGIS KOTA TERNATE

Kawasan strategis kota merupakan bagian wilayah kota yang penataan ruangnya diprioritaskan karena mempunyai pengaruh sangat penting terhadap perkembangan kawasan makro Kota Ternate baik dari segi ekonomi, sosial, budaya dan/atau lingkungan. Selain itu, kawasan strategis juga akan berpengaruh terhadap tata ruang di wilayah sekitarnya, kegiatan lain di bidang yang sejenis dan kegiatan di bidang lainnya serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Mengingat kawasan ini mempunyai pengaruh yang sangat penting maka diperlukan penetapan secara tegas dan rencana serta penanganan perkembangannya harus dilihat secara komprehensif dengan mempertimbangkan berbagai sektor, sinergis dengan kawasan yang ada di sekitarnya dan harmonis dengan tetap mempertimbangkan dampak lingkungan yang dapat ditimbulkan.

Kawasan Strategis Kota memiliki fungsi yaitu :

- Mengembangkan, melestarikan, melindungi, dan/atau mengkoordinasikan keterpaduan pembangunan nilai strategis kawasan yang bersangkutan dalam mendukung penataan ruang wilayah kota;
- Sebagai alokasi ruang untuk berbagai kegiatan pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, serta fungsi dan daya dukung lingkungan hidup dalam wilayah kota yang dinilai mempunyai pengaruh sangat penting terhadap wilayah kota bersangkutan;
- Sebagai pertimbangan dalam penyusunan indikasi program utama RTRW kota; dan
- Sebagai dasar penyusunan rencana rinci tata ruang wilayah kota.
- Kawasan Strategis Kota ditetapkan dengan kriteria-kriteria sebagai berikut, yaitu :
 - Memperhatikan kawasan strategis nasional dan kawasan strategis provinsi yang ada di wilayah kota;
 - Kawasan strategis kota dapat berhimpitan dengan kawasan strategis nasional dan/atau kawasan strategis provinsi, namun harus memiliki kepentingan/kekhususan yang berbeda serta harus ada pembagian kewenangan yang jelas;
 - Dapat merupakan kawasan yang memiliki nilai strategis dari sudut kepentingan ekonomi yaitu merupakan aglomerasi berbagai kegiatan ekonomi yang memiliki :
 - Potensi ekonomi cepat tumbuh;
 - Sektor unggulan yang dapat menggerakkan pertumbuhan ekonomi;
 - Potensi ekspor;
 - Dukungan jaringan prasarana dan fasilitas penunjang kegiatan ekonomi; dan
 - Kegiatan ekonomi yang memanfaatkan teknologi tinggi;
 - Dapat merupakan kawasan yang memiliki nilai strategis dari sudut kepentingan sosial budaya;
 - Dapat merupakan kawasan yang memiliki nilai strategis pendayagunaan sumber daya alam atau teknologi tinggi di wilayah

kota; dan

- Dapat merupakan kawasan yang memiliki nilai strategis dari sudut kepentingan fungsi dan daya dukung lingkungan hidup.
- Selain kriteria penetapan dan fungsi Kawasan Strategis Kota, terdapat juga ketentuan pemetaan Kawasan Strategis, yang diatur sebagai berikut :
- Delineasi Kawasan strategis harus dipetakan pada satu lembar kertas yang menggambarkan wilayah kota secara keseluruhan;
- Pada bagian legenda peta harus dijelaskan bidang apa yang menjadi pusat perhatian setiap delineasi kawasan strategis kota; dan
- Penggambaran peta kawasan strategis kota harus mengikuti peraturan perundang- undangan terkait pemetaan rencata tata ruang.
- Kawasan strategis kota perlu digambarkan dalam peta penetapan kawasan strategis. Penentuan batasan fisik kawasan strategis kota pada RTRW kota lebih bersifat indikatif. Penetapan kawasan strategis harus didukung oleh tujuan tertentu daerah sesuai pertimbangan aspek strategis masing-masing kota. Kawasan strategis yang ada di kota memiliki peluang sebagai kawasan strategis nasional dan provinsi. Penetapan kawasan strategis kota didasarkan pada kesepakatan para pemangku kepentingan dan kebijakan yang ditetapkan.

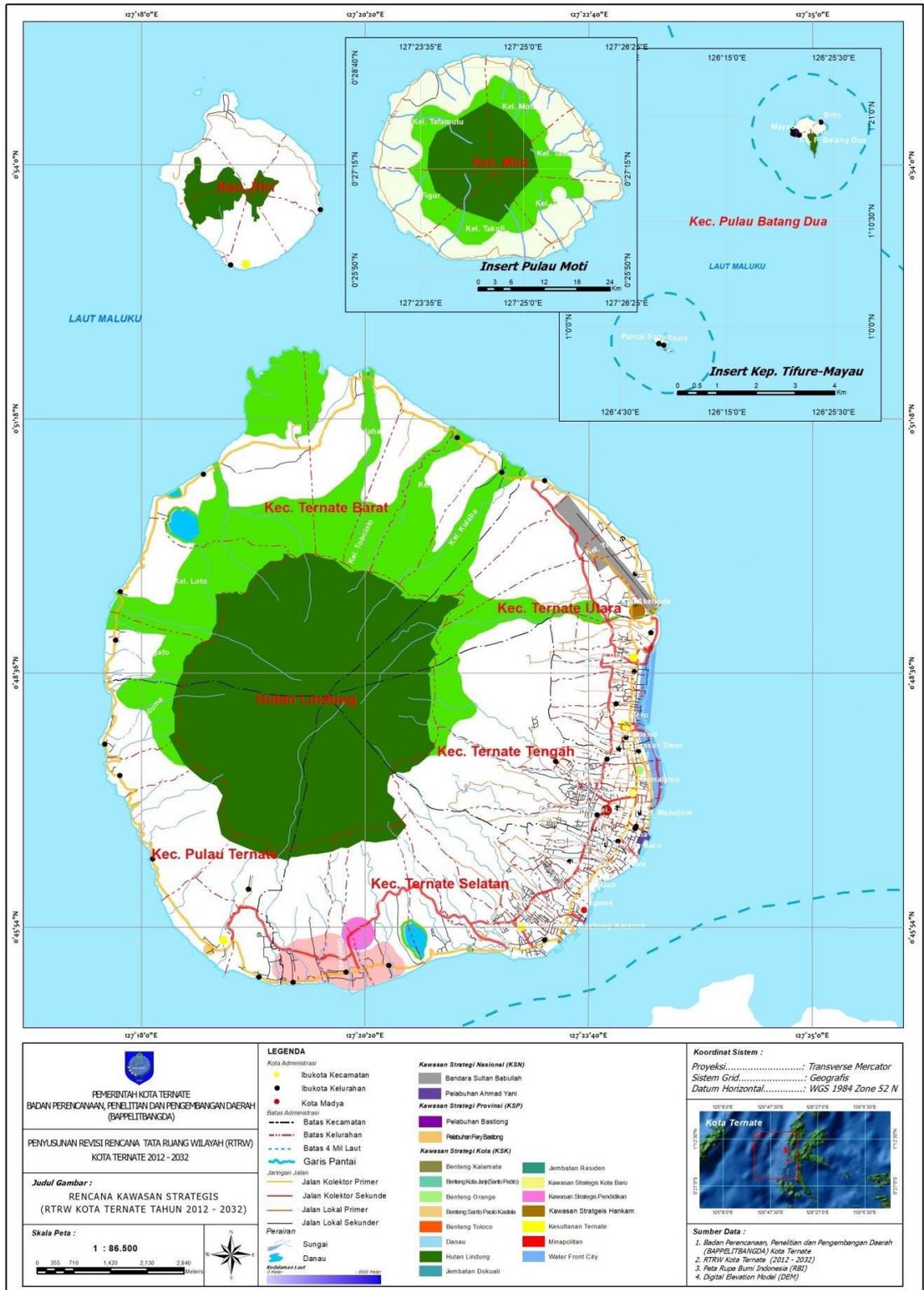
1. Kawasan Strategis Kepentingan Pertumbuhan Ekonomi

Kawasan strategis kepentingan pertumbuhan ekonomi, merupakan kawasan yang memiliki nilai strategis terhadap kepentingan ekonomi Kota Ternate. Penetapan kawasan ini bertujuan untuk memacu pertumbuhan ekonomi Kota Ternate, dengan memanfaatkan potensi dan sumberdaya yang ada, sehingga diharapkan dapat menjadi sumber-sumber pendapatan ekonomi bagi pemerintah dan masyarakat. Fungsi kawasan diarahkan untuk kegiatan budidaya, dengan mengembangkan aglomerasi berbagai kegiatan ekonomi yang memiliki:

- Sektor unggulan yang dapat menggerakkan pertumbuhan ekonomi;
- Potensi ekspor;
- Dukungan jaringan prasarana dan fasilitas penunjang kegiatan ekonomi; dan
- Kegiatan ekonomi yang memanfaatkan teknologi tinggi.

Kawasan strategis kepentingan pertumbuhan ekonomi, yang diarahkan pengembangannya di Kota Ternate meliputi :

- Kawasan pengembangan Kota Baru Ternate di Kecamatan Ternate Selatan dan Kecamatan Pulau Ternate;
- Kawasan Perdagangan dan Jasa di kelurahan Gamalama, Muhajirin, Bastiong Talangame, reklamasi pantai kelurahan Salero – Dufa-dufa;
- Kawasan wisata pantai Sulamadaha, Pantai Hol dan Telaga Nita di Kelurahan Sulamadaha, Pantai Tabanga di Kelurahan Tobololo, Pantai Ake Rica wisata di Kelurahan Rua, Pantai Bobane Ici di Kelurahan Rua dan Pantai Kastela di kelurahan Kastela;
- Kawasan Minapolitan meliputi Kecamatan Ternate Utara, Ternate Tengah, Kecamatan Ternate Selatan dan wilayah hiterland di Kecamatan Pulau Ternate, Hiri, Moti dan Kecamatan Pulau Batang Dua; dan
- Kawasan Water Front City (Kawasan Reklamasi) Kota Ternate.



Gambar 3.1 Rencana Kawasan Strategis Kota Ternate

2. Kawasan Strategis Lingkungan Hidup

Kawasan Strategis dari sudut kepentingan fungsi dan daya dukung lingkungan hidup yang diarahkan di Kota Ternate, meliputi :

- a. Kawasan Cengkeh Afo di Kelurahan Marikurubu;
- b. Kawasan rawan letusan gunung api terdapat di Pulau Ternate yaitu Kecamatan Ternate Utara, Kecamatan Ternate Tengah, Kecamatan Ternate Selatan, dan Kecamatan Pulau Ternate;
- c. Kawasan resapan air pada daerah kemiringan lereng > 25% terdapat di Kecamatan Ternate Utara, Ternate Tengah, Ternate Selatan, Pulau Ternate, Hiri, Moti dan Kecamatan Pulau Batang Dua;
- d. Kawasan rawan bencana tsunami terdapat pada pesisir pantai di Kecamatan Ternate Utara, Kecamatan Ternate Tengah, Kecamatan Ternate Selatan, Kecamatan Pulau Ternate, Kecamatan Batang Dua, Kecamatan Pulau Hiri dan Kecamatan Moti;
- e. Kawasan Danau Laguna, Danau Tolire dan sekitarnya; dan
- f. Kawasan Mata Air Tege - Tege di Kelurahan Marikurubu, Mata Air Ake Ga'ale di Kelurahan Sangadji, Mata Air Santosa di Kelurahan Salero dan Mata Air Akerica di kelurahan Rua, Mata Air Jebubu di Kelurahan Tafaga, Mata Air Ake Boki dan Ake Hula Kelurahan Tadenas (Moti).

Kawasan-kawasan tersebut perlu dilakukan pelestarian untuk menjaga kelangsungan dan kelestarian lingkungan, yang berfungsi untuk menjaga keselamatan lingkungan dan masyarakat.

3. Kawasan Strategis Kepentingan Sosial Budaya

Kawasan Strategis Kepentingan Sosial Budaya, merupakan kawasan yang memiliki nilai strategis dari sudut kepentingan sosial budaya, seperti :

- Keraton Kesultanan Ternate di Kelurahan Soa Kecamatan Ternate Utara;
- Lapangan Ngaralamo dan Dodoku Ali di Kelurahan Salero;

- Kawasan Benteng Kota Janji di Kelurahan Fitu Kecamatan Ternate Selatan;
- Kawasan Benteng Orange di Kelurahan Makassar Timur Kecamatan Ternate Tengah;
- Kawasan Benteng Toloko/Holandia di Kelurahan Sangaji Utara Kecamatan Ternate Utara;
- Kawasan Benteng Kalamata (Santa Lucia) di Kelurahan Kayu Merah;
- Kawasan Benteng Kastela/Gamlamo (Santo Paolo/Nostra Senora De Rosario) di Kelurahan Kastela; dan
- Kawasan wisata budaya di Kawasan Kelurahan Soasio seperti Upacara Adat Kolano Uci Sabea, Penobatan Kapita/Fanyura, Baramasuwen (Bambu Gila), Badabus, Soya- soya, Cakalele, Lagu dan Dadansa, Tide dan Ronggeng, Gala, Upacara Adat perkawinan Malut, Lala, Dana-dana, Salai Jin dan Togal yang merupakan wisata budaya yang memiliki potensi sebagai atraksi budaya tradisional Ternate.

Penetapan kawasan ini bertujuan untuk memberikan ruang bagi pengembangan sosial budaya termasuk pelestarian nilai-nilai budaya lokal dan history yang dapat menjadi ciri khas kota, serta sebagai daya tarik atraksi wisata budaya.

D. KEBIJAKAN PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN NASIONAL

Kebijakan pembangunan kepariwisataan dalam lingkup Provinsi dan Kabupaten/Kota, perlu mengacu kepada Rencana Induk yang lebih tinggi dalam lingkup Nasional, yaitu Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Nasional (RIPPARNAS; PP No. 50 Tahun 2011).

a. Destinasi Pariwisata Nasional (DPN)

Merupakan Kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat Daya Tarik Wisata, Fasilitas Umum, Fasilitas Pariwisata Aksesibilitas serta Masyarakat

yang saling terkait dan melengkap terwujudnya Kepariwisata dalam tatanan Nasional.

b. Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN)

Merupakan kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata nasional yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan. Sumber: Batang Tubuh RIPPARNAS 2010-2025 (PP.No.50 Tahun 2011).

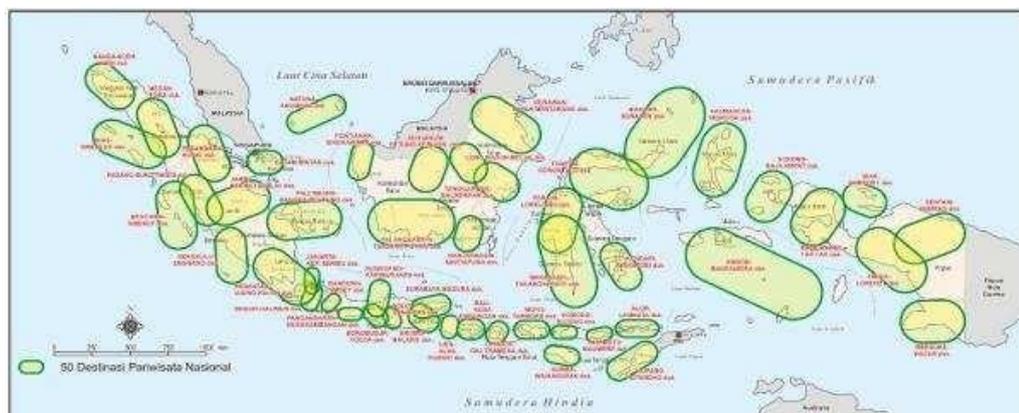
Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS) merupakan salah satu acuan dalam pembangunan kepariwisataan dalam tingkatan Nasional yang tertuang dalam Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2011 dengan masa waktu perencanaan selama 15 Tahun (2010-2025). Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS) merupakan dokumen perencanaan pembangunan kepariwisataan nasional untuk periode 15 (lima belas) tahun terhitung sejak tahun 2010 hingga tahun 2025 yang menekankan kepada 4 pilar utama dalam pembangunan pariwisata nasional, yaitu pembangunan destinasi pariwisata, pemasaran pariwisata, industri pariwisata dan kelembagaan kepariwisataan. Pelaksanaan RIPPARNAS dilaksanakan secara terpadu oleh pemerintah dan pemerintah daerah sesuai dengan kewenangannya, dunia usaha dan masyarakat. Sebagai sebuah pedoman di dalam pembangunan kepariwisataan, maka dalam menyusun Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi dan Daerah perlu mengacu kepada RIPPARNAS.

Disebutkan dalam RIPPARNAS Pasal 4 bahwa:

- a. RIPPARNAS menjadi pedoman bagi pembangunan kepariwisataan nasional.

- b. RIPPARNAS sebagaimana dimaksud ayat (1) menjadi pedoman penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi.
- c. RIPPARNAS dan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) menjadi pedoman penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten/Kota.

Arah pembangunan kepariwisataan nasional yang menjadi dasar bagi arah kebijakan, strategi dan indikasi program pembangunan kepariwisataan berdasarkan dokumen RIPPARNAS 2010-2025, meliputi; Pembangunan Destinasi Pariwisata Nasional (DPN), Pemasaran Pariwisata Nasional, Industri Pariwisata Nasional dan Kelembagaan Kepariwisata Nasional. Dari sisi perwilayahan pembangunan DPN meliputi Destinasi Pariwisata Nasional dan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN).



Gambar 3.2 Peta Sebaran Destinasi Pariwisata Indonesia berdasarkan RIPPARNAS 2010-2025

Sumber: PP. No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional 2010-2025 Lampiran II

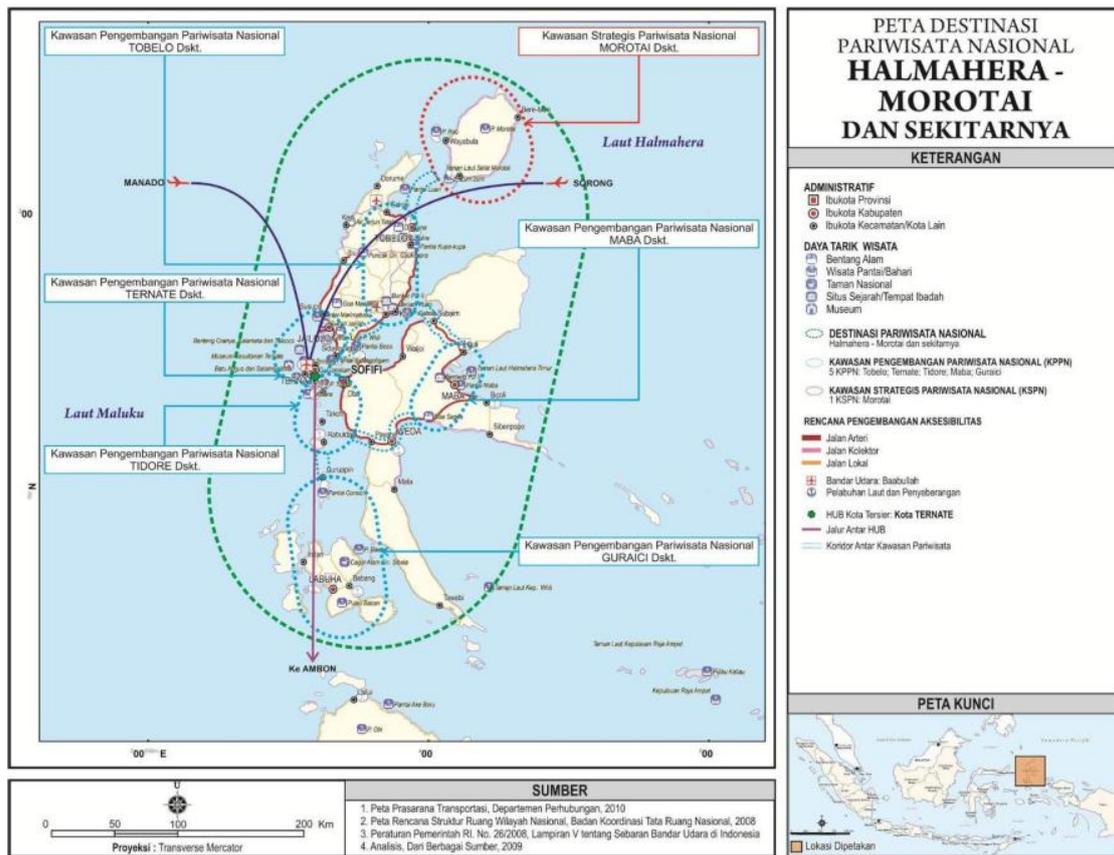
Berdasarkan RIPPARNAS 2010-2025 terdapat 50 (lima) puluh DPN yang tersebar di 33 (tiga puluh tiga) Provinsi di Indonesia. Di dalamnya terdapat pembagian yang lebih khusus berupa Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) yang berjumlah 88 (delapan puluh delapan).

Visi pembangunan kepariwisataan nasional sampai dengan tahun 2025 adalah “Terwujudnya Indonesia sebagai destinasi pariwisata berkelas dunia, berdaya saing, berkelanjutan, mampu mendorong pembangunan daerah dan kesejahteraan masyarakat.” Untuk mewujudkan visi tersebut, maka misi pembangunan kepariwisataan Indonesia, yaitu:

- a. Mengembangkan industri pariwisata yang efisien, berdaya saing, kredibel, menyinergikan kemitraan antar usaha, dan bertanggungjawab terhadap lingkungan alam dan sosial budaya.
- b. Mengembangkan destinasi pariwisata berkelas dunia, berdaya saing, berwawasan lingkungan, meningkatkan pendapatan daerah, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- c. Mengembangkan pemasaran pariwisata yang unggul, efektif, dan bertanggung jawab untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.
- d. Mengembangkan kelembagaan dan tata kelola kepariwisataan yang efektif dan efisien serta mampu mendorong terwujudnya pembangunan industri, destinasi, dan pemasaran pariwisata yang berdaya saing dan berkelanjutan.

Dalam Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional, Ternate dan sekitarnya masuk dalam Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN) yang merupakan salah satu faktor pada kriteria Destinasi Pariwisata Nasional (DPN).

Yang dimaksud Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN) adalah suatu ruang pariwisata yang mencakup luasan area tertentu sebagai suatu kawasan dengan komponen Kepariwisataanya serta memiliki karakter atau tema produk wisata tertentu yang dominan dan melekat kuat sebagai komponen pencitraan kawasan tersebut.



Gambar 3.3 Peta Detail Destinasi Pariwisata Indonesia berdasarkan RIPPARNAS 2010-2025
 berdasarkan RIPPARNAS 2010-2025
 Sumber: PP. No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional 2010-2025 Lampiran II

E. PROFIL UMUM KOTA TERNATE

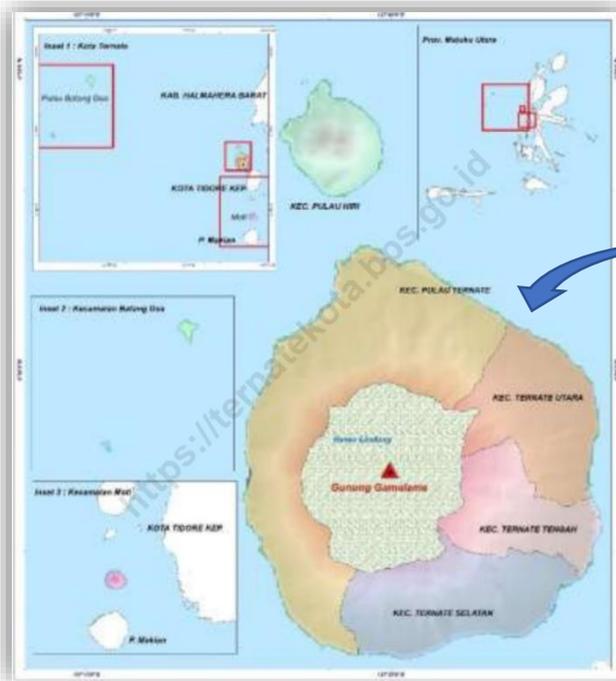
Kota Ternate adalah sebuah kota yang berada di bawah kaki gunung api Gamalama di Pulau Ternate, provinsi Maluku Utara, Indonesia. Kota Ternate pernah menjadi ibu kota sementara provinsi Maluku Utara secara de facto dari tahun 1999 hingga 2010.

Kondisi topografi Kota Ternate dengan sebagian besar daerah bergunung dan berbukit, terdiri atas pulau vulkanis dan pulau karang dengan kondisi jenis tanah Rogusal (Pulau Ternate, Pulau Hiri, dan Pulau Moti) dan Rensika (Pulau Mayau, Pulau Tifure, Pulau Maka, Pulau Mano dan Pulau Gurida). Gunung Gamalama merupakan gunung api yang masih aktif yang terletak di tengah Pulau Ternate. Pemukiman masyarakat secara intensif berkembang di sepanjang garis pantai pulau. Memiliki

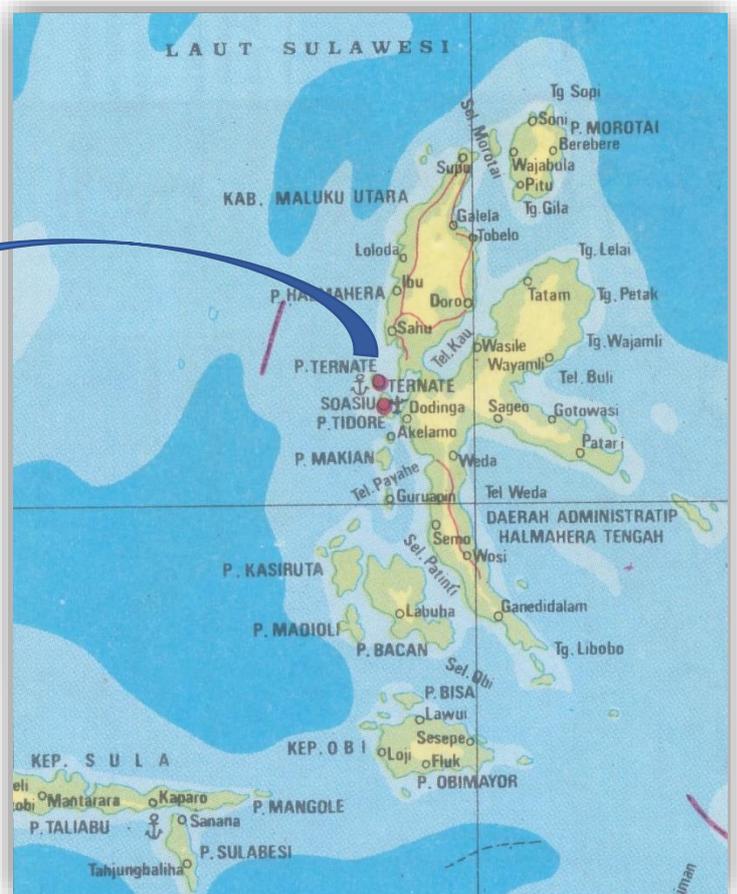
kelerengan fisik terbesar di atas 40% yang mengerucut ke arah puncak gunung Gamalama. Di daerah pesisir rata-rata kemiringan 2% sampai 8%. Kondisi topografi Kota Ternate juga ditandai dengan keberagaman ketinggian dan permukaan laut dari rendah: berkisar antara 0-499 mdpl, sedang: berkisar antara 500-699 mdpl, sampai tinggi: berkisar lebih dari 700 mdpl.

Wilayah Kota Ternate didominasi oleh laut, maka kondisi iklimnya sangat dipengaruhi oleh iklim laut dan siklus dua musim yakni musim Utara-Barat dan musim Timur-Selatan yang sering kali diselingi dengan dua kali masa pancaroba disetiap tahunnya.

Kedalaman lautnya bervariasi. Pada beberapa lokasi di sekitar Pulau Ternate terdapat tingkat kedalaman yang tidak terlalu dalam, sekitar 10 meter sampai pada jarak sekitar 100 meter dari garis pantai, tetapi pada bagian lain tingkat kedalamannya cukup besar dan berjarak tidak jauh dari garis pantai



Gambar 3.4a Peta Pulau Ternate (Sumber : BPS Kota Ternate)



Gambar 3.4b Peta Maluku Utara

Secara astronomis, Kota Ternate terletak diantara 0°25'41,82" – 1°21'21,78" Lintang Utara dan antara 126°07'32,14" – 127°26'23,12" Bujur Timur. Sedangkan Secara geografis Kota Ternate dibatasi oleh :

- Utara : Laut Maluku
- Selatan : Kota Tidore Kepulauan dan Kabupaten Halmahera Selatan
- Timur : Pulau Halmahera
- Barat : Laut Maluku dan Pulau Sulawesi

Luas Kota Ternate adalah 5.709,72 Km², yang terdiri dari daratan 162,17 Km² dan lautan 5.547,55 Km². Kota Ternate merupakan kota kepulauan yang terdiri dari 3 pulau besar dan 5 pulau kecil. Ibukota Kota Ternate adalah Ternate Tengah dengan wilayah administratif terdiri dari 8 kecamatan dan 78 kelurahan. Pusat Pemerintahan berada di pulau terbesarnya yakni Pulau Ternate. Pada Pulau Ternate terdapat 5 kecamatan yang berada di sana yakni Pulau Ternate, Ternate Selatan, Ternate Tengah, Ternate Utara, dan Ternate Barat.

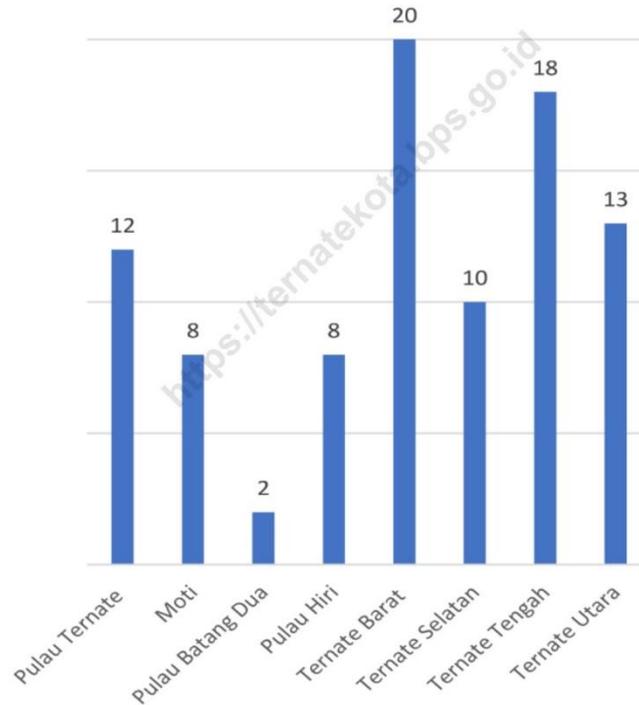
Kota Ternate sebelumnya merupakan Kota Administratif yang berada di bawah binaan Daerah Maluku Utara. Kemudian, melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1999 bersamaan dengan pembentukan Provinsi Maluku Utara Kota Ternate dinaikkan statusnya menjadi Kotamadya. Sejak berdiri dari Kota Administratif hingga meningkat status menjadi Kotamadya, secara administratif Kota Ternate terdiri dari 3 Kecamatan dan 58 Kelurahan. Pada tahun 2001 dimekarkan menjadi 4 kecamatan selanjutnya tahun 2009 dimekarkan kembali menjadi 7 kecamatan. Pada tahun 2018 melalui Peraturan Daerah Kota Ternate Nomor 1 Tahun 2018, Kota Ternate berkembang menjadi 8 kecamatan dengan kecamatan Ternate Barat sebagai kecamatan baru pemekaran dari Kecamatan Pulau Ternate.

F. PROFIL KEPARIWISATAAN KOTA TERNATE

Kota Ternate merupakan salah satu daerah dikawasan timur Indonesia yang kaya akan sejarah dan budaya. Dinas Pariwisata Kota Ternate mencatat bahwa terdapat 30 objek wisata pantai dan 13 objek wisata budaya yang berlokasi di Kota Ternate. Terdapat 30 pantai nan cantik yang bisa dinikmati oleh wisatawan yang berkunjung di Kota Rempah Ternate. Wisatawan juga dapat menikmati wisata sejarah lewat kemegahan benteng-benteng maupun lewat sakralitas kadaton kesultanan Ternate dan Masjid Sultan. Kecamatan Ternate Barat menjanjikan banyak pilihan dalam berwisata yang bisa dinikmati. Pada tahun 2022 tercatat sebanyak 935 wisatawan domestik mengunjungi kota Ternate. Terjadi peningkatan jumlah wisatawan dibandingkan tahun sebelumnya sebanyak 27.902 wisatawan.

1. Objek Wisata di Kota Ternate

Sebagai salah satu daerah yang masuk dalam Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN), kota Ternate memiliki beberapa Objek Wisata andalan yang dapat di unggulan. Jumlah objek wisata tersebut, tersebar diseluruh kecamatan yang ada di Kota Ternate. Di Kecamatan Pulau Ternate, terdapat 12 objek wisata, Kecamatan Moti 8 objek wisata, Kecamatan Pulau Batang Dua berjumlah 2 objek wisata, Kecamatan Pulau Hiri 8 objek wisata, Kecamatan Ternate Barat sebanyak 20 objek wisata, dan Kecamatan Ternate Selatan 10 objek wisata, sedangkan di Kecamatan Ternate Tengah 18 objek wisata, serta Kecamatan Ternate Utara sebanyak 13 objek wisata terdapat disana. Sebagaimana yang digambarkan pada grafik berikut.



Gambar 3.5 Grafik Jumlah Objek Wisata menurut Kecamatan di Kota Ternate, 2022
(Sumber : Dinas Pariwisata Kota Ternate melalui BPS; Kota Ternate dalam angka 2023)

Berdasarkan gambaran pada grafik tersebut, dapat dijabarkan jenis objek wisata pada tiap kecamatan di Kota Ternate, baik objek wisata sejarah, wisata alam maupun wisata buatan, wisata pantai, serta wisata bahari dan wisata budaya. Penjabaran tersebut, dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.1 Jumlah Jenis Objek wisata menurut Kecamatan di Kota Ternate, 2022

Kecamatan <i>Subdistrict</i>	Jenis Obyek Wisata/ <i>Type of Tourism Object</i>					
	Bahari <i>Nautical</i>	Pantai <i>Beach</i>	Alam <i>Natural</i>	Budaya <i>Cultural</i>	Sejarah <i>Historical</i>	Buatan <i>Artificial</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Pulau Ternate	-	7	1	-	3	1
Moti	-	2	1	-	5	-
Pulau Batang Dua	-	2	-	-	-	-
Pulau Hiri	4	4	-	-	-	-
Ternate Barat	-	10	5	-	2	3
Ternate Selatan	1	2	2	-	2	3
Ternate Tengah	2	1	4	-	5	6
Ternate Utara	-	2	-	1	4	6
Kota Ternate	7	30	13	1	21	19

(Sumber : Dinas Pariwisata Kota Ternate melalui BPS; Kota Ternate dalam angka 2023)

Dari tabel diatas, akan diuraikan daftar objek wisata berdasarkan Jenis/Type pada tiap kecamatan di Kota Ternate tersebut, uraian tersebut dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.2 Daftar Objek wisata pada Kecamatan Pulau Ternate, Kota Ternate 2022

Kecamatan Subdistrict	Objek Wisata Tourism Object				
	Jenis Type	Nama Name	Lokasi Location	Kepemilikan Ownership	Pengelolaan Management
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Pulau Ternate	Sejarah	Benteng Kastela	Kelurahan Kastela	Pemerintah	Pemerintah
	Sejarah	Makam Sultan Babullah	Kelurahan Foramadiah	Pemerintah	Pemerintah
	Sejarah	Monumen Sultan Khairun	Kelurahan Kastela	Pemerintah	Pemerintah
	Buatan	Bukit Taduma	Kelurahan Taduma	Pemerintah	Pemerintah
	Alam	Air Taduma	Kelurahan Taduma	Pemerintah	Pemerintah
	Pantai	Pantai Kastela	Kelurahan Kastela	Pemerintah	Swakelola Masyarakat
	Pantai	Pantai Rua	Kelurahan Rua	Pemerintah	Pemerintah
	Pantai	Pantai Ake Rica	Kelurahan Rua	Pemerintah	Pemerintah
	Pantai	Pantai Dorpedu Kecil	Kelurahan Dorpedu	Pemerintah	Pemerintah
	Pantai	Pantai Dorpedu Besar	Kelurahan Dorpedu	Pemerintah	Pemerintah
Pantai	Pantai Bobane Ici	Kelurahan Dorpedu	Pribadi	Pribadi	
Pantai	Pantai Taduma	Kelurahan Taduma	Pemerintah	Pemerintah	

(Sumber : Dinas Pariwisata Kota Ternate melalui BPS; Kota Ternate dalam angka 2023)

Tabel 3.3 Daftar Objek wisata pada Kecamatan Moti dan Kecamatan Pulau Batang Dua, Kota Ternate 2022

Kecamatan Subdistrict	Objek Wisata Tourism Object				
	Jenis Type	Nama Name	Lokasi Location	Kepemilikan Ownership	Pengelolaan Management
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Moti	Sejarah	Batu Sultan/Mapujou	Kelurahan Tadenas	Pemerintah	Pemerintah
	Sejarah	Kadaton Ici	Kelurahan Tafamutu	Pemerintah	Pemerintah
	Sejarah	Ake Boki	Kelurahan Tadenas	Pemerintah	Pemerintah
	Sejarah	Benteng Nassau	Kelurahan Kota Moti	Pemerintah	Pemerintah
	Sejarah	Jere Puncak Gunung Tua	Kelurahan Tafamutu	Pemerintah	Pemerintah
	Alam	Hutan Mangrove	Kelurahan Tafamutu	Pemerintah	Pemerintah
	Pantai	Pantai Tanjung Pura	Kelurahan Takofi	Pemerintah	Pemerintah
	Pantai	Pantai Tuma	Kelurahan Tafamutu	Pemerintah	Pemerintah
Pulau Batang Dua	Pantai	Pantai Keramat	Kelurahan Mayau	Pemerintah	Pemerintah
	Pantai	Pantai Tifure	Kelurahan Tifure	Pemerintah	Pemerintah

(Sumber : Dinas Pariwisata Kota Ternate melalui BPS; Kota Ternate dalam angka 2023)

Tabel 3.4 Daftar Objek wisata pada Kecamatan Hiri, Kota Ternate 2022

Kecamatan <i>Subdistrict</i>	Objek Wisata <i>Tourism Object</i>				
	Jenis <i>Type</i>	Nama <i>Name</i>	Lokasi <i>Location</i>	Kepemilikan <i>Ownership</i>	Pengelolaan <i>Management</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Pulau Hiri	Pantai	Pantai Faudu	Kelurahan Faudu	Pemerintah	Pemerintah
	Pantai	Pantai Tomajiko	Kelurahan Tomajiko	Pemerintah	Pemerintah
	Pantai	Pantai Mohomagoa	Kelurahan Tomajiko	Pemerintah	Pemerintah
	Pantai	Gurabala	Kelurahan Tomajiko	Pemerintah	Pemerintah
	Bahari	Gofu Malo	Pulau Gofu Malo	Pemerintah	Pemerintah
	Bahari	Maka	Pulau Maka	Pemerintah	Pemerintah
	Bahari	Guramangofa	Pulau Guramangofa	Pemerintah	Pemerintah
	Bahari	Guragofumalo	Pulau Guragofumalo	Pemerintah	Pemerintah

(Sumber : Dinas Pariwisata Kota Ternate melalui BPS; Kota Ternate dalam angka 2023)

Tabel 3.5 Daftar Objek wisata pada Kecamatan Ternate Barat, Kota Ternate 2022

Kecamatan Subdistrict	Objek Wisata Tourism Object				
	Jenis Type	Nama Name	Lokasi Location	Kepemilikan Ownership	Pengelolaan Management
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Ternate Barat	Pantai	Pantai Jikomalamo	Kelurahan Sulamadaha	Pribadi	Pribadi
	Pantai	Pantai Kahona	Kelurahan Sulamadaha	Pemerintah	Pemerintah
	Pantai	Pantai Marihisa	Kelurahan Takome	Pemerintah	Pemerintah
	Pantai	Pantai Tolire Kecil	Kelurahan Takome	Pemerintah	Pemerintah
	Pantai	Pantai Sulamadaha	Kelurahan Sulamadaha	Pemerintah	Pemerintah
	Pantai	Pantai Hol	Kelurahan Sulamadaha	Pemerintah	Pemerintah
	Sejarah	Monumen Jepang	Kelurahan Kulaba	Pemerintah	Pemerintah
	Sejarah	Jere Kulaba	Kelurahan Kulaba	Pemerintah	Pemerintah
	Alam	Talaga Nita	Kelurahan Sulamadaha	Pemerintah	Pemerintah
	Alam	Batu Angus	Kelurahan Kulaba	Pemerintah	Pemerintah
	Alam	Danau Tolire Kecil	Kelurahan Takome	Pemerintah	Pemerintah
	Alam	Danau Tolire Besar	Kelurahan Takome	Pemerintah	Pemerintah
	Pantai	Pantai Kulaba	Kelurahan Kulaba	Pemerintah	Pemerintah
	Pantai	Pantai Bula	Kelurahan Bula	Pemerintah	Pemerintah
	Pantai	Pantai Tobololo	Kelurahan Tobololo	Pemerintah	Pemerintah
	Pantai	Pantai Tabanga	Kelurahan Sulamadaha	Pemerintah	Pemerintah
	Alam	Air Panas Tobololo	Kelurahan Tobololo	Pemerintah	Pemerintah
	Buatan	Taman Sakura	Kelurahan Takome	Pribadi	Pribadi
	Buatan	Pulo Tareba	Kelurahan Takome	Karang Taruna Takome	Karang Taruna Takome
	Buatan	Mo Mina Jang	Kelurahan Takome	Pribadi	Pribadi

(Sumber : Dinas Pariwisata Kota Ternate melalui BPS; Kota Ternate dalam angka 2023)

Tabel 3.6 Daftar Objek wisata pada Kecamatan Ternate Selatan, Kota Ternate 2022

Kecamatan Subdistrict	Objek Wisata Tourism Object				
	Jenis Type	Nama Name	Lokasi Location	Kepemilikan Ownership	Pengelolaan Management
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Ternate Selatan	Pantai	Pantai Toboko	Kelurahan Toboko	Pemerintah	Pemerintah
	Bahari	Taman Laut Floridas	Kelurahan Ngade	Pemerintah	Pemerintah
	Sejarah	Benteng Kalamata	Kelurahan Kayu Merah	Pemerintah	Pemerintah
	Sejarah	Benteng Kota Janji	Kelurahan Kalumata	Pemerintah	Pemerintah
	Buatan	Bukit Ngade	Kelurahan Fitu	Pribadi	Pribadi
	Buatan	Rumah Papua	Kelurahan Gambesi	Pribadi	Pribadi
	Buatan	Landscape Ternate	Kelurahan Toboko	Pemerintah	Pemerintah
	Alam	Danau Laguna	Kelurahan Fitu	Pemerintah	Pemerintah
	Alam	Kebun Cengkeh	Kelurahan Gambesi	Pribadi	Pribadi
	Pantai	Pantai Fitu	Kelurahan Fitu	Pemerintah	Pemerintah

(Sumber : Dinas Pariwisata Kota Ternate melalui BPS; Kota Ternate dalam angka 2023)

Tabel 3.7 Daftar Objek wisata pada Kecamatan Ternate Tengah, Kota Ternate 2022

Kecamatan Subdistrict	Objek Wisata Tourism Object				
	Jenis Type	Nama Name	Lokasi Location	Kepemilikan Ownership	Pengelolaan Management
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Ternate Tengah	Buatan	Taman Nukila	Kelurahan Gamalama	Pemerintah	Pemerintah
	Buatan	Taman Fitness	Kelurahan Santiang	Pemerintah	Pemerintah
	Buatan	Taman Film	Kelurahan Gamalama	Pemerintah	Pemerintah
	Buatan	Taman Moya Mabuku	Kelurahan Moya	Pemerintah	Swakelola Masyarakat
	Buatan	Taman Love	Kelurahan Moya	Pribadi	Pribadi
	Bahari	Taman Laut Seputaran Masjid Al-Munawwar	Kelurahan Gamalama	Pemerintah	Pemerintah
	Bahari	Taman Laut Pantai Falajawa	Kelurahan Muhajirin	Pemerintah	Pemerintah
	Pantai	Pantai Falajawa	Kelurahan Muhajirin	Pemerintah	Pemerintah
	Alam	Gamalama Spices	Kelurahan Tongole	Pemerintah	Pemerintah
	Alam	Cengkeh Afo	Kelurahan Tongole	Pemerintah	Pemerintah
	Alam	Hutan Kota	Kelurahan Marikurubu	Pemerintah	Pemerintah
	Alam	Air Abdas	Puncak Gamalama	Pemerintah	Pemerintah
	Sejarah	Benteng Oranje	Kelurahan Gamalama	Pemerintah	Pemerintah
	Sejarah	Gereja Batu St. Wilibrodus	Kelurahan Tanah Raja	Pemerintah	Pemerintah
	Sejarah	Jere Tusa	Puncak Gamalama	Pemerintah	Pemerintah
	Sejarah	Makam Sultan Badaruddin	Kelurahan Makassar Barat	Pemerintah	Pemerintah
	Sejarah	Kedaton Ici	Kelurahan Moya	Pemerintah	Pemerintah
	Buatan	Landmark Ternate	Kelurahan Muhajirin	Pemerintah	Pemerintah

(Sumber : Dinas Pariwisata Kota Ternate melalui BPS; Kota Ternate dalam angka 2023)

Tabel 3.8 Daftar Objek wisata pada Kecamatan Ternate Utara, Kota Ternate 2022

Kecamatan Subdistrict	Objek Wisata Tourism Object				
	Jenis Type	Nama Name	Lokasi Location	Kepemilikan Ownership	Pengelolaan Management
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Ternate Utara	Buatan	Taman Jolemajiko	Kelurahan Dufa-Dufa	Pemerintah	Swakelola Masyarakat
	Buatan	Taman Loloro	Kelurahan Soa Sio	Pemerintah	Swakelola Masyarakat
	Buatan	Sunye Lamo	Kelurahan Soa Sio	Kesultanan	Kesultanan
	Buatan	Dodoku Kapita Lao Ali	Kelurahan Soa Sio	Kesultanan	Kesultanan
	Buatan	Sunye Ici	Kelurahan Soa Sio	Kesultanan	Kesultanan
	Buatan	Bukit Bintang	Kelurahan Dufa-Dufa	Pribadi	Pribadi
	Pantai	Pantai Tulang Ikan	Kelurahan Dufa-Dufa	Pemerintah	Pemerintah
	Pantai	Pantai Daulasi	Kelurahan Tafure	Pemerintah	Pemerintah
	Budaya	Kerajinan Tenun	Kelurahan Toboleu	Pribadi	Pribadi
	Sejarah	Kedaton Kesultanan Ternate	Kelurahan Soa Sio	Kesultanan	Kesultanan
	Sejarah	Museum Kesultanan Ternate	Kelurahan Soa Sio	Kesultanan	Kesultanan
	Sejarah	Masjid Kesultanan Ternate	Kelurahan Soa Sio	Kesultanan	Kesultanan
	Sejarah	Benteng Tolukko	Kelurahan Sangaji Utara	Pemerintah	Pemerintah

(Sumber : Dinas Pariwisata Kota Ternate melalui BPS; Kota Ternate dalam angka 2023)

2. Wisatawan di Kota Ternate

Wisatawan merupakan salah satu faktor penentu perkembangan Pariwisata. Wisatawan adalah orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap di tempat yang didatanginya atau hanya untuk sementara waktu tinggal di tempat yang didatanginya. Organisasi Wisata Dunia (WTO), menyebut wisatawan sebagai pelancong yang melakukan perjalanan pendek. Menurut organisasi ini, wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan ke sebuah daerah atau negara asing dan menginap minimal 24 jam atau maksimal enam bulan di tempat tersebut. Wisatawan adalah konsumen atau pengguna produk dan layanan. Perubahan-perubahan yang terjadi dalam kehidupan mereka berdampak langsung pada kebutuhan wisata, yang dalam hal ini permintaan wisata.

Ciri-ciri wisatawan dapat dijabarkan sebagai berikut.

- a) Melakukan suatu perjalanan di luar tempat tinggal, sehubungan dengan berbagai keperluan seperti rekreasi, liburan, kesehatan, pendidikan, tugas-tugas, pekerjaan, usaha bisnis, kesenian, ilmu pengetahuan, ibadah, olahraga dan pameran.
- b) Melakukan perjalanan dan persinggahan di tempat lain untuk sementara waktu tanpa bermaksud untuk memperoleh penghasilan tetap ditempat yang dikunjungi.

Ada dua macam atau jenis wisatawan, yaitu wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik atau nusantara. Wisatawan mancanegara merupakan wisatawan yang berasal dari luar negeri, atau orang yang berekreasi ke negara lain. Wisatawan Domestik atau wisatawan nusantara merupakan wisatawan yang berwisata ke tempat lain, tetapi masih berada di wilayah negaranya sendiri. Jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Ternate dalam 5 tahun terakhir, selalu mengalami perubahan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik.

Kunjungan terbanyak ditahun 2018, berjumlah 280.561 orang, ditahun 2019, menurun ke angka 210.372 orang, kembali menujrun drastis ditahun 2020 yg hanya berjumlah 153.603 orang. Hal ini dikarenakan adanya pandemi Covid 19. Ditahun berikutnya, jumlah kunjungan wisatawan ke Ternate mulai pulih, sebanyak 206.443 orang berkunjung ke Ternate ditahun 2021. Jumlah kunjungan kembali meningkat sebanyak 234.345 orang pada tahun 2022, sebagaimana yang diuraikan pada tabel berikut.

Tabel 3.9 Jumlah wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Ternate, 2018-2022

Kecamatan <i>Subdistrict</i>	Wisatawan <i>Visitors</i>		Jumlah <i>Total</i>
	Mancanegara <i>International</i>	Domestik <i>Domestic</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)
2022	935	233.410	234.345
2021	187	206.256	206.443
2020	314	153.289	153.603
2019	1.501	208.871	210.372
2018	2.331	278.230	280.561

(Sumber : Dinas Pariwisata Kota Ternate melalui BPS; Kota Ternate dalam angka 2023)

3. Hotel dan Rumah makan di Kota Ternate

Hotel dan Rumah makan juga merupakan salah satu faktor penentu perkembangan Pariwisata. Penyediaan akomodasi Hotel dan Rumah makan dianggap penting sabagai sarana dalam menunjang aktivitas wisatawan dalam suatu daerah. Terdapat sejumlah Hotel yang tersebar di Kota Ternate, hal ini dapat dilihat dalam uraian pada tabel berikut.

Tabel 3.10 Jumlah Akomodasi Hotel menurut Kelas dan kelompok Kamar di Kota Ternate, 2022

Kelas Hotel dan Kelompok Kamar <i>Hotel Class and Room Group</i>	Hotel <i>Hotel</i>	Kamar <i>Room</i>
(1)	(2)	(3)
Berbintang	10	544
Berbintang V
Berbintang IV
Berbintang III
Berbintang II
Berbintang I
Non Bintang	63	1 180
< 10 Kamar
10-24 Kamar
25-40 Kamar
41-100 Kamar
Jumlah/Total		
2022	73	1 724
2021	71	1 708
2020	73	1 710
2019	78	1 633

(Sumber : Survey Perusahaan/usaha lokal melalui BPS; Kota Ternate dalam angka 2023)

Jumlah Rumah makan dikota Ternate sejak tahun 2019 selalu meningkat hingga tahun 2022. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.11 Jumlah Rumah makan/Restoran menurut Kecamatan di Kota Ternate, 2019-2022

Kecamatan <i>Subdistrict</i>	2019	2020	2021	2022
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Pulau Ternate	1	1	2	3
Moti	-	-	-	-
Pulau Batang Dua	-	-	-	-
Pulau Hiiri	-	-	-	-
Ternate Barat	-	-	-	-
Ternate Selatan	23	36	38	72
Ternate Tengah	88	99	135	140
Ternate Utara	38	37	20	54
Kota Ternate	150	173	195	269

(Sumber : Dinas Pariwisata Kota Ternate melalui BPS; Kota Ternate dalam angka 2023)

4. Kawasan Pembangunan Pariwisata berdasarkan Rancangan RTRW Kota Ternate tahun 2012-2032.

Dalam Rencana Tata Ruang Wilayah kota Ternate tahun 2012-2032, disebutkan program pembangunan Pariwisata di Kota Ternate, meliputi :

- a) Revitalisasi dan Restorasi situs-situs sejarah (benteng, makam sejarah, mesjid, dermaga, keraton, rumah kuno, kediaman tokoh sejarah dll); lokasi : Kota Ternate
- b) Pembangunan museum keraton dan museum rempah-rempah; Lokasi: Kota Ternate
- c) Pengembangan dan penataan objek wisata bahari, Lokasi : Pantai Hol, Sulamadaha, Telaga Nita , pantai pasir putih Tabanga, pantai Ake Rica dan pantai Kastela
- d) Pengembangan dan penataan objek wisata danau/mata air; Lokasi: danau Laguna, danau Tolire (besar dan kecil), kolam air
- e) Pengembangan wisata Botanical/*ZooGarden*; Lokasi : Taman Burung/Bird Park dikawasan Danau Laguna/Tolire, Agrotourism/Agrowisata Danau Tolire, Marikurubu, Fitu, Moya, Foramadiahi dan cengkeh Afo
- f) Pengembangan wisata Sportourism: Lomba renang lintas selat Ternate-Tidore; Diving dan Snorkling di Hol Sulamadaha, Pulau Gurida, Pulau Makka, Pulau Hiri, Pulau Moti, Memancing di Pulau Hiri, Mayau dan Pulau Tifure; Jet Sky; perahu/kano/berselancar angin; hiking Gunung Gamalama; Sepeda Ron gunung; kolam pemancingan di Tolire Kecil; Kolam Renang TNI-AL; Lokasi: Kota Ternate
- g) Pengembangan wisata Taman Rekreasi, Camping ground and Outbond; Lokasi : Land Mark Kota Ternate, Dodoku Ali, Outobond dan kemping di bekas lapangan tembak/danau Tolire, Bumi Perkemahan Gambesi.
- h) Pengembangan Jasa, cinderamata, SDM; Lokasi: Kota Ternate

RTRW Kota Ternate juga menjabarkan arahan Peraturan Zonasi Kawasan Peruntukan Pariwisata, sebagai berikut:

- a) Pada kawasan pariwisata alam tidak diperkenankan dilakukan kegiatan yang dapat menyebabkan rusaknya kondisi alam terutama yang menjadi obyek wisata alam.
- b) Dalam kawasan pariwisata dilarang dibangun permukiman dan industri yang tidak terkait dengan kegiatan pariwisata.
- c) Dalam kawasan pariwisata diperkenankan adanya sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan pariwisata dan sistem prasarana wilayah sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- d) Pada kawasan pariwisata diperkenankan dilakukan penelitian dan pendidikan.
- e) Pada kawasan pariwisata alam tidak diperkenankan adanya bangunan lain kecuali bangunan pendukung kegiatan wisata alam.
- f) Kegiatan kepariwisataan yang dikembangkan harus memiliki hubungan fungsional dengan kawasan industri kecil dan industri rumah tangga serta membangkitkan kegiatan sektor jasa masyarakat.
- g) Pemanfaatan lingkungan dan bangunan cagar budaya untuk kepentingan pariwisata, sosial, pendidikan, ilmu pengetahuan, kebudayaan dan agama harus memperhatikan kelestarian lingkungan dan bangunan cagar budaya tersebut. Pemanfaatan tersebut harus memiliki izin dari Pemerintah Daerah dan atau Kementerian yang menangani bidang kebudayaan.
- h) Pengusahaan situs benda cagar budaya sebagai obyek wisata diharapkan dapat membantu memenuhi kebutuhan dana bagi pemeliharaan dan upaya pelestarian benda cagar budaya yang bersangkutan.
- i) Pemanfaatan ruang di kawasan peruntukan pariwisata harus diperuntukan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat,

dengan tetap memelihara sumber daya tersebut sebagai cadangan pembangunan yang berkelanjutan dan tetap memperhatikan kaidah-kaidah pelestarian fungsi lingkungan hidup.

- j) Pada kawasan peruntukan pariwisata, fasilitas fisik yang harus tersedia meliputi jaringan listrik, telepon, jaringan jalan raya, tempat pembuangan sampah, drainase, dan saluran air kotor.
- k) Harus memberikan dampak perkembangan terhadap pusat produksi seperti kawasan pertanian, perikanan dan perkebunan.
- l) Harus bebas polusi.
- m) Setiap orang dilarang mengubah bentuk dan atau warna, mengambil atau memindahkan benda cagar budaya dari lokasi keberadaannya.
- n) Pengembangan pariwisata harus dilengkapi dengan upaya pengelolaan lingkungan dan upaya pemantauan lingkungan serta studi AMDAL.

ANALISIS LINGKUNGAN DAN STRATEGI PEMBANGUNAN PARIWISATA

Bab

IV

A. PENCERMATAN LINGKUNGAN EKSTERNAL

1. Pemanasan Global (Global Warming)

Iklim global telah mengalami perubahan drastis dibandingkan dengan sebelumnya era pra-industri dan diperkirakan akan terus berubah sampai akhir abad ke-21 dan masih akan terus berlanjut. Inter-governmental Panel on Climate Change (IPCC) menyimpulkan bahwa peningkatan rata-rata suhu di bumi ini hampir 90% merupakan hasil dari aktivitas manusia yang menambahkan konsentrasi gas efek rumah kaca (GHGs) ke atmosfer.

Bila hal ini terus berlanjut, Badan Energi Internasional (IEA) memprediksi gas efek rumah kaca akan meningkat paling sedikit 3°C.

Peningkatan suhu ini menjadi penyebab utama mencairnya gletser dan bongkahan es kutub yang berakibat naiknya permukaan air laut global. Di samping itu, peningkatan suhu ini juga menyebabkan bertambahnya frekuensi dan besarnya gangguan iklim yang cukup ekstrim seperti gelombang panas, kekeringan, banjir, dan badai tropis.

Dari gambaran di atas, dapat diketahui sejumlah tantangan atas fenomena pemanasan global bagi kepariwisataan Indonesia dapat dijabarkan dalam butir-butir berikut ini:

- a. Diperlukan berbagai kebijakan dan strategi bagi segenap pelaku usaha sektor pariwisata untuk menerapkan berbagai praktek manajemen dan pengembangan yang berasaskan pada prinsip ramah lingkungan (e.g.: sosialisasi program-program *Green Tourism* secara luas);

- b. Diperlukan *guidelines* pengembangan destinasi-destinasi rawan bencana dan kerusakan alam (e.g.: resor-resor di sepanjang pantai yang rawan bencana tsunami dan ancaman abrasi);
- c. Diperlukan rencana aksi dan strategi dan mitigasi bencana alam dan proses evakuasi yang bersifat “*quick response*” pada destinasi wisata rawan bencana; dan
- d. Diperlukan pengembangan *Destination Management Organization* (DMO) yang mampu mendorong pengembangan *green tourism* (*green economy*).

2. Kecenderungan dan Perkembangan Pariwisata Global

Identifikasi beberapa kekuatan penggerak yang diperkirakan banyak memberikan pengaruh terhadap tren pergerakan wisatawan internasional pada umumnya, dan wisatawan nasional pada khususnya menurut data WTO, antara lain:

- a. Pertumbuhan Ekonomi tinggi di berbagai negara di dunia yang berdampak pada meningkatnya kesejahteraan;
- b. Meningkatnya *Disposable Income* yang berakibat pada meningkatnya pola pembelanjaan;
- c. Intensitas dan keberhasilan promosi pariwisata di tiap-tiap negara seperti yang terjadi di Thailand dan Malaysia yang sukses dalam pemulihan industri pariwisatanya;
- d. Meningkatnya frekuensi dari Durasi Perjalanan Pendek (*short trip*). Meningkatnya durasi perjalanan pendek diperkirakan akan memberikan dampak positif khususnya dalam hal pembelanjaan. Jenis wisatawan yang berminat pada tipe perjalanan pendek pada umumnya memiliki minat belanja yang tinggi.

Berdasarkan data statistik WTO dapat digambarkan bahwa ada proporsi perjalanan regional, intra regional, dan domestik yang tinggi di mana lebih dari 50% - 60% perjalanan dilakukan diantara negara-negara maju dalam suatu kawasan Eropa Barat, Amerika Utara, dan Asia Timur. Hal ini mengindikasikan adanya kecenderungan wisatawan untuk melakukan

perjalanan dalam satu kawasan (regional) yang disebabkan antara lain oleh faktor-faktor berikut:

- a. Adanya kemudahan dalam aksesibilitas dari negara ke negara tujuan;
- b. Biaya perjalanan yang relatif terjangkau;
- c. Waktu perjalanan yang relatif singkat, sehingga wisatawan dapat lebih lama menikmati wisatanya;
- d. Kemiripan selera terhadap makanan dan minuman;
- e. Kemiripan budaya/kebiasaan hidup masyarakatnya memudahkan melakukan komunikasi/mengikuti adat istiadat setempat;
- f. Kecenderungan kebutuhan manusia berwisata yang semakin meningkat.

Dalam beberapa dekade terakhir industri pariwisata telah menjadi menjadi pusat perhatian dunia, karena berbagai faktor keberhasilannya, bahkan untuk Indonesia pariwisata sempat menjadi primadona dengan posisinya sebagai salah satu sumber devisa negara non migas. Namun demikian, akibat dinamika gejolak ekonomi, sosial, politik, dan keamanan, harus diakui pula bahwa pariwisata di Indonesia menjadi sangat tidak menentu, bahkan sempat mengalami degradasi ketika terjadi krisis.

Disamping itu, masih ada beberapa aspek lainnya yang diindikasikan juga akan berpengaruh pada pariwisata dunia, termasuk Indonesia didalamnya adalah:

- a. Kemajuan teknologi informasi yang telah menyebabkan terjadinya perubahan kecenderungan konsumen yang lebih bersifat *point to point*;
- b. Perubahan pola konsumsi (*customer behaviour pattern*) yang tidak lagi terfokus pada 3S (*sun, sea, and sand*);
- c. Tuntutan wisatawan atas produk-produk yang memiliki nilai tinggi (*smart customer*);
- d. Tanggungjawab terhadap kondisi pelestarian lingkungan (*responsible*

tourism) dan keterlibatan masyarakat setempat (*local people participation*) yang besar;

- e. Berbagai kebijakan regional (misal *ASEAN Campaign*, *AFTA (Asean Free Trade Agreement)*, *AFAS (Asean Framework Agreement on Service)*, dan *GATTS*).

3. Kode Etik Pariwisata *Global (Global Code of Ethics Tourism)*

Identifikasi beberapa kekuatan penggerak yang diperkirakan banyak memberikan pengaruh terhadap tren pergerakan wisatawan internasional pada umumnya, dan wisatawan nasional pada khususnya menurut data WTO, antara lain:

United Nations World Tourism Development (UNWTO) mencanangkan 10 prinsip dasar pengembangan pariwisata yang terangkum dalam Kode Etik Global Pariwisata (*Global Code of Ethicts for Tourism*), yaitu:

- a. Kontribusi pariwisata bagi pemahaman saling pengertian dan saling menghargai antara manusia dan komunitasnya;
- b. Pariwisata sebagai wahana/kendaraan bagi pemenuhan kebutuhan, baik bagi individu maupun kelompok;
- c. Pariwisata sebagai salah satu faktor dalam pembangunan berkelanjutan;
- d. Sebagai pengguna atau penerima manfaat atas keberadaan benda-benda peninggalan budaya, pariwisata harus memberi kontribusi bagi pengembangan benda peninggalan budaya;
- e. Pariwisata harus merupakan aktivitas yang menguntungkan bagi negara tuan rumah dan komunitasnya;
- f. Pembangunan pariwisata merupakan tanggung jawab para stakeholdernya;
- g. Menjunjung tinggi hak-hak kepariwisataan;
- h. Menjunjung tinggi kebebasan bagi pergerakan wisatawan;
- i. Menjunjung tinggi hak-hak para pekerja dan wirausahawan dalam industri pariwisata;
- j. Penerapan prinsip-prinsip Kode Etik Global bagi pariwisata. Nilai penting dari pembangunan pariwisata berkelanjutan semakin

menguat sejak dikeluarkannya Kode Etik Global bagi Pariwisata oleh World Tourism Organization yang berisikan 10 prinsip dasar pengembangan pariwisata. Pada dasarnya, isi kode etik ini terfokus pada menghormati dan menghargai nilai budaya lokal dengan rekomendasi yang jelas untuk melindungi warisan artistik, produk budaya tradisional, kerajinan dan legenda, dan pelestarian aset-aset alam. Meskipun demikian, di dalamnya terdapat referensi untuk memberikan keuntungan pada masyarakat lokal, dan referensi bagi perusahaan multinasional untuk ikut menyumbang pembangunan, terutama di kawasan destinasi pariwisata. Hak bekerja bagi tenaga lokal juga dimunculkan meskipun tidak disertai keharusan kegiatan pelatihan yang memastikan penduduk lokal mendapat posisi yang cukup berarti dalam pekerjaan dan bukan sekedar menjadi buruh belaka.

Implikasi dari *Global Code of Ethics for Tourism* bagi kepariwisataan Indonesia dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Adanya kebijakan yang menjamin kesejahteraan masyarakat dan perlindungan hak-hak wisatawan;
- b. Pemberdayaan dan peningkatan peran serta masyarakat lokal di bidang pariwisata;
- c. Standarisasi dan pengembangan remunerasi SDM Pariwisata;
- d. Penegakan hukum yang kuat dan konsisten untuk mengimplementasikan Rencana Aksi Nasional “Penghapusan Eksploitasi Seksual Komersial Anak”.

Penipuan terhadap wisatawan, dan berbagai tindak kriminal tidak bertanggung jawab yang terjadi pada wisatawan telah memunculkan serangkaian protes khususnya dari wisatawan sendiri selaku pihak yang merasa dirugikan. Beberapa kesalahan yang banyak terjadi dalam dunia pemasaran, akibat strategi pemasaran yang tidak bertanggung jawab berakibat pada munculnya serangkaian keluhan maupun rasa ketidakpuasan konsumen (termasuk wisatawan) terhadap jasa maupun produk yang diterimanya.

Kondisi ini kemudian mulai ditanggapi oleh pihak pemerintah untuk memberikan secara khusus terhadap konsumen dengan diberlakukannya undang-undang perlindungan konsumen, seperti halnya terjadi di Indonesia. Dengan adanya perlindungan terhadap hak-hak konsumen secara tidak langsung memiliki konsekuensi terhadap jasa maupun produk yang akan dipasarkan atau ditawarkan terhadap konsumen untuk dapat dilakukan menurut standar atau prosedur yang benar.

4. Kebangkitan Ekonomi Kreatif sebagai Ekonomi Gelombang Keempat
Ekonomi kreatif diprediksikan akan menjadi ekonomi gelombang ke-4 dalam perkembangan ekonomi global setelah era ekonomi pertanian, ekonomi industri, dan ekonomi informasi. Negara-negara maju mulai menyadari bahwa supremasi industri manufaktur sudah tidak dapat diandalkan lagi. Pada tahun 1990-an, mereka mulai mengintensifkan kegiatan ekonomi yang berbasis teknologi informasi dan kreativitas SDM-nya. Perekonomian seperti ini, untuk pertama kalinya diberi nama ekonomi kreatif oleh John Howkins (2002). Pada dasarnya ekonomi kreatif merupakan wujud upaya pencarian model pembangunan ekonomi yang berkelanjutan melalui kreativitas yang dianggap sebagai suatu sumber daya yang terbarukan dan bahkan tidak terbatas. Ekonomi kreatif di berbagai negara saat ini diyakini dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian bangsanya asalkan setiap negara membangun kompetensi ekonomi kreatif sesuai dengan cara dan kemampuan masing-masing. Industri kreatif terdiri dari beberapa komponen yang meliputi (1) Arsitektur, (2) Desain, (3) Pasar Seni dan Barang Antik, (4) Kerajinan, (5) Fashion, (6) Periklanan, (7) Video, Film, dan Fotografi, (8) Permainan Interaktif, (9) Musik, (10) Seni Pertunjukan, (11) Penerbitan & Percetakan, (12) Layanan Komputer dan Piranti Lunak, (13) Televisi & Radio, dan (14) Riset dan Pengembangan.

5. Kebangkitan Ekonomi Kreatif sebagai Ekonomi Gelombang Keempat
- Suatu kegiatan pengembangan yang mendasarkan pada nilai-nilai kerakyatan dan komunitas setempat sebagai sumber daya utama. Masyarakat lokal adalah orang-orang yang paling tahu kondisi setempat dan setiap kegiatan pembangunan harus memperhitungkan nilai-nilai sosial budaya pembangunan. Oleh karena itu setiap langkah keputusan perencanaan harus mencerminkan masyarakat lokal yang secara aktif ikut terlibat di dalamnya.

Dengan pelibatan masyarakat akan lebih menjamin kesesuaian program pengembangan dan pengelolaan dengan aspirasi masyarakat setempat, kesesuaian dengan kapasitas yang ada, serta menjamin adanya komitmen masyarakat karena adanya rasa memiliki yang kuat. Pembangunan yang bertumpu pada masyarakat dalam jangka panjang akan memungkinkan tingkat kontinuitas yang tinggi.

Adapun kriteria pembangunan yang berorientasi pada masyarakat adalah sebagai berikut:

- a. Memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas budaya dan tradisi lokal;
 - b. Meningkatkan pendapatan secara ekonomis sekaligus mendistribusikan secara merata pada penduduk lokal;
 - c. Memanfaatkan segala aspek yang berkaitan dengan kesenian yang ada di dalam suatu masyarakat untuk dikelola dan dikembangkan guna memberikan nilai tambah kepada masyarakat itu sendiri.
6. Peningkatan Kepariwisata di sekitar Kota Ternate
- Peningkatan aktivitas kepariwisataan di sekitar Kota Ternate, dapat membawa dampak pada masa yang akan datang pada kepariwisataan di Kota Ternate. Destinasi wisata di sekitar Kota Ternate yang berpengaruh dalam sektor pariwisata, diantaranya: Pariwisata Kota Tidore Kepulauan dan Pariwisata Kabupaten Hamahera Barat, dimana

Kota Ternate dan Kota Tidore Kepulauan serta Kabupaten Halmahera Barat merupakan kawasan segi tiga emas daerah Maluku Utara.

B. PENCERMATAN LINGKUNGAN INTERNAL

1. Keunggulan Destinasi Pariwisata

Dalam konteks perwilayahan, berdasarkan Draft Rencana Tata Ruang Kota Ternate telah ditetapkan peruntukan kawasan pariwisata yang tersebar di 8 Kecamatan di Kota Ternate dengan daya tarik masing-masing sesuai jenisnya, baik objek wisata sejarah, wisata alam maupun wisata buatan, wisata pantai, serta wisata bahari dan wisata budaya.

Berdasarkan PERMENBUDPAR No. PM.37/UM.001/MKP/07, kriteria penetapan destinasi unggulan sekurang-kurangnya, adalah:

1. Ketersediaan sumber daya dan daya tarik wisata;
2. Fasilitas pariwisata dan fasilitas umum;
3. Aksesibilitas;
4. Kesiapan dan Keterlibatan masyarakat;
5. Potensi pasar; dan
6. Posisi strategis pariwisata dalam pembangunan daerah;

Berdasarkan kebijakan tersebut diatas, guna menilai kepariwisataan Kota Ternate menjadi suatu destinasi unggulan perlu dilakukan suatu analisis minimal mencakup aspek-aspek tersebut diatas.

2. Kemampuan Produk Wisata Kota Ternate

Dalam konteks produk pariwisata didasarkan atas Atraksi Wisata, Amenitas Wisata dan Aksesibilitas. Dalam konteks atraksi wisata, Kota Ternate memiliki 7 daya tarik wisata Bahari, 30 daya tarik wisata pantai dan 13 daya tarik wisata alam, 1 daya tarik wisata budaya, 21 daya tarik wisata Sejarah serta 19 daya tarik wisata buatan.

Faktor utama dari aspek produk wisata, Kota Ternate dapat dikatakan minim variasi daya tarik wisata selain alam.

Kota Ternate secara umum sudah memiliki sarana dan prasarana pendukung pariwisata namun masih minim dan terkendala dengan sistem dan sumber daya manusia yang kompeten dalam bidang pariwisata. Kebijakan dan peraturan kepariwisataan perlu ditingkatkan dan dibentuk serta dapat dioperasionalkan sehingga dapat dijadikan sebagai pedoman untuk Kecamatan dalam wilayah Kota Ternate.

Aksesibilitas di Kota Ternate juga menjadi salah satu aspek yang perlu dicermati dalam pembangunan kepariwisataan di Kota Ternate. Jalan akses masih perlu banyak pembenahan, selain dari daya tarik yang unggul aksesibilitas merupakan salah satu peran penting dalam peningkatan pembangunan kepariwisataan di Kota Ternate karena aksesibilitas menjadi stimulus bagi wisatawan untuk mengunjungi daerah tujuan wisata Kota Ternate sehingga dapat terdistribusi dengan baik.

3. Permasalahan Internal Pembangunan Kepariwisataan

- a. Daya tarik wisata yang terdapat di Kota Ternate masih sangat mengandalkan kepada daya tarik wisata Pantai dengan keterbatasan diversifikasi produk. Dalam upaya meningkatkan nilai daya tarik perlu dilakukan pengemasan daya tarik wisata sehingga mampu memenuhi kebutuhan wisatawan yang akan berdampak kepada peningkatan kunjungan wisatawan
- b. Produk pariwisata yang ada di Kota Ternate secara umum belum dikembangkan sesuai dengan karakteristik yang ada, serta lemahnya pengelolaan yang professional. Implikasi dari kondisi ini adalah rendahnya kualitas pelayanan wisata kepada pengunjung/wisatawan.
- c. Tidak meratanya pembangunan fasilitas wisata baik dari jenis, kualitas dan kuantitas di seluruh kawasan, sehingga perlu dilakukan peningkatan dan pengembangan fasilitas wisata sesuai dengan kebutuhan aktivitas pariwisata di masa datang.

4. Analisis Pasar dan Pemasaran

Pemasaran pada destinasi pariwisata merupakan salah satu faktor kunci dalam kesuksesan pembangunan suatu destinasi pariwisata. Pemasaran pariwisata merupakan ujung tombak dalam penciptaan *awareness* dan *image* pada kepariwisataan di Kota Ternate sehingga pada akhirnya peningkatan arus kunjungan wisatawan. Pemasaran pariwisata pada dasarnya terdiri dari dua aspek pokok yaitu produk yang berperan sebagai *supply side* dan pasar yang berperan sebagai *demand side*. Pemahaman terhadap kedua hal diatas sangat penting dalam menjalankan fungsi pemasaran pariwisata.

a. Pasar Pariwisata

Pemasaran pariwisata di Kota Ternate sebagai destinasi wisata berperan melalui penetapan pasar sasaran, serta penanganan dan pengembangan pasar melalui penciptaan, pendistribusian, dan pengkomunikasian nilai destinasi wisata. Pentingnya membangun nilai destinasi mengharuskan pemasaran pariwisata Kota Ternate untuk selalu outward looking dan bersikap proaktif terhadap setiap perubahan lingkungan atau yang disebut sebagai *Pro-Active Marketing*. Pentingnya orientasi pasar diterapkan secara konsisten adalah dalam rangka meningkatkan kemampuan pemahaman terhadap kemampuan sumber daya untuk diselaraskan dengan preferensi konsumen. Untuk dapat memenuhi kebutuhan pasar maka pariwisata Kota Ternate harus mampu menerjemahkan perilaku maupun kebutuhan wisatawan secara menyeluruh untuk dapat mengetahui dan memahami harapan dan preferensi wisatawan, untuk dapat disesuaikan dengan kesediaan produk yang ditawarkan (*product-market matching*).

Berikut ini dijabarkan aspek-aspek pasar yang berfungsi sebagai demand side dalam pemasaran destinasi pariwisata di Kota Ternate, sebagai berikut.

1) Jumlah Wisatawan

Jumlah Kunjungan wisatawan ke Kota Ternate masih belum menempati urutan yang tertinggi dibandingkan dengan daerah

lain di Indonesia. Tingkat kunjungan wisatawan baik mancanegara maupun domestik berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kota Ternate dalam 5 tahun terakhir (periode 2018-2022) mengalami pergerakan jumlah yang statis, kadang meningkat, kadang pula menurun. Hal ini juga tidak terlepas dari adanya pengaruh pandemi covid 19 yang membatasi kunjungan ke daerah terutama dengan tujuan berwisata.

Meskipun masih belum optimal namun jumlah wisatawan di Kota Ternate dapat menjadi potensi pada masa yang akan datang. Beberapa faktor yang diperkirakan akan mempengaruhi pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan di Kota Ternate dimasa datang antara lain:

- a) Kota Ternate sebagai gerbang masuk ke Provinsi Maluku Utara, baik lewat perjalanan Udara, maupun perhubungan Laut.
- b) Peningkatan aktivitas perjalanan global maupun nasional,
- c) Peningkatkan aktivitas ekonomi dan transportasi yang juga akan diikuti oleh peningkatan arus penumpang dan barang,
- d) Peningkatan kualitas dan kuantitas aksesibilitas ke seluruh wilayah kecamatan di Kota Ternate.

2) Klasifikasi Pasar Wisata

Identifikasi pasar wisata dapat dilakukan dengan mempertimbangkan fakta pasar dan kecenderungannya untuk dapat merasionalisasikan ke dalam penetapan pasar sasaran. Berdasarkan pada data yang ada, Kota Ternate saat ini telah mampu menarik kunjungan baik wisatawan nusantara (wisnus) maupun wisatawan mancanegara (wisman) meskipun masih dalam jumlah yang terbatas.

Berdasarkan hasil pencermatan, pasar wisata yang terdapat di Kota Ternate dapat didefinisikan sebagai berikut.

a) Wisatawan Nusantara

Wisatawan nusantara (wisnus) merupakan salah satu jenis wisatawan yang dominan melakukan aktivitas wisata di Kota Ternate. Berdasarkan referensi yang disampaikan oleh Dirjen Pemasaran Pariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, aktivitas wisata yang dilakukan oleh Wisnus tidak ada musimnya dimana perkembangannya jauh lebih besar dan pesat daripada wisman. Perjalanan wisnus tidak mengenal musim, mereka bisa jalan-jalan di tahun baru, atau libur kenaikan kelas dan sebagainya. Yang membuat okupansi hotel penuh, booking tiket dan kendaraan penuh itu tidak murni wisatawan, tapi juga orang-orang yang melakukan seminar, musyawarah tingkat nasional, regional maupun tingkat Provinsi, dan sebagainya.

b) Wisatawan Mancanegara

Wisatawan mancanegara (wisman) merupakan target utama bagi pembangunan kepariwisataan baik pada tingkat nasional maupun daerah. Kunjungan wisman ke suatu negara atau wilayah diharapkan akan mampu mendatangkan devisa. Kunjungan wisatawan ke Kota Ternate berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kota Ternate pada tahun 2022 hanya berjumlah 935 orang. Angka ini tergolong kecil pasca gelombang covid 19 yang melanda dunia dan berimbas pada berbagai sektor, termasuk pariwisata.

World Tourism Organization (WTO) memperkirakan dimasa mendatang, industri pariwisata global tumbuh dengan rata-rata 6% lebih pertahun. Harapan tersebut berdasarkan pada data, dimana sejak tahun 2000 kunjungan pariwisata internasional tumbuh di atas 7%. Asia Pasifik menjadi pendorong wisata internasional dengan menarik 185 juta wisatawan. Sementara untuk pada tingkat nasional aktivitas pariwisata Indonesia tumbuh sebesar 8.6% pada kuartal I-2012.

Kondisi ini tentunya memberikan peluang bagi semua daerah termasuk Kota Ternate dalam meraih pasar wisatawan mancanegara tentunya dengan dukungan keunggulan produk wisata.

3) Potensi Pasar Wisata

a) Potensi Wisatawan Nusantara

Dengan jumlah wisatawan nusantara di Indonesia yang demikian besarnya di Indonesia maka peluang Kota Ternate dalam meningkatkan jumlah wisnus namun perlu segmen pasar yang tepat. Pada tahap awal maka potensi pasar adalah:

❖ Penduduk Kota Ternate.

Semakin meningkat kesejahteraan dapat diasumsikan akan terjadi peningkatan perjalanan wisata. Masyarakat Kota Ternate sangat membutuhkan aktivitas wisata. Artinya bahwa sebelum masyarakat Kota Ternate melakukan aktivitas wisatanya ke luar daerah bahkan ke luar negeri sudah seharusnya kegiatan wisatanya diarahkan terlebih dahulu ke dalam wilayah Kota Ternate.

❖ Daerah Sekitar Kota Ternate.

Pariwisata merupakan sektor yang tidak mengenal batas wilayah sehingga asal wisatawan dapat berasal dari berbagai daerah di luar Kota Ternate. Keunikan sumber daya pariwisata yang dimiliki Kota Ternate belum tentu dapat ditemukan di daerah lain di Indonesia. Daerah sekitar Kota Ternate merupakan pasar yang sangat potensial untuk menjadi target wisatawan.

b) Potensi Wisatawan Mancanegara

Sebagai salah satu primadona tujuan pengembangan pariwisata, wisman menjadi target pasar bagi setiap daerah di Indonesia. Tidak adanya penerbangan langsung dari negara asal menuju Kota Ternate merupakan salah satu kendala dalam meraih pasar wisman.

- ❖ Hal yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan target pasar pada destinasi-destinasi unggulan di Kota Ternate yang telah dapat menarik kunjungan wisatawan mancanegara secara massif.
- ❖ Adanya penerbangan lanjutan dari Bandara Soekarno Hatta menuju Kota Ternate merupakan peluang dalam menarik wisatawan mancanegara yang masuk melalui pintu masuk bandara Soekarno Hatta. Asal negara wisatawan yang memiliki jumlah wisatawan terbesar yang masuk melalui pintu masuk Bandara Soekarno Hatta adalah : Malaysia, China, Jepang dan Singapura.

Dalam menetapkan pangsa pasar, sasaran hal yang perlu menjadi perhatian adalah preferensi. Preferensi berarti harapan wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata di suatu destinasi menjadi perhatian utama dari pengelola kepariwisataan. Beberapa hal yang terkait dengan preferensi pasar terhadap pengembangan produk yang perlu dicermati antara lain:

- ❖ Peningkatan variasi aktivitas serta objek wisata untuk memberikan pilihan yang lebih banyak dalam melakukan aktivitas wisata.
- ❖ Peningkatan aksesibilitas, dalam hal ini, perbaikan dan peningkatan sistem transportasi menjadi sebuah prioritas pembangunan di Kota Ternate.

- ❖ Peningkatan kualitas dari prasarana dan sarana wisata yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan.
- ❖ Pengembangan sistem informasi kepariwisataan, untuk kepentingan wisatawan, investasi, dan perencanaan terkait yang terpadu: lintas sektor dan antar wilayah.
- ❖ Kebijakan dan program – kegiatan pengembangan produk yang mendukung kegiatan pariwisata yang sesuai dengan preferensi pasar.
- ❖ Pengembangan wisata budaya dalam kemasan produk yang menarik (event, festival)
- ❖ Penetapan strategi pemasaran yang superior dalam meningkatkan *awarness* terhadap Kota Ternate.

b. Pemasaran Pariwisata

Pengelolaan pemasaran pariwisata saat ini di Kota Ternate umumnya dilakukan oleh pemerintah (Dinas Pariwisata) dan pengelola per-kawasan/objek (pihak swasta) namun belum terintegrasi dengan baik. Dalam upaya meningkatkan daya saing sebuah destinasi wisata kedua institusi itu dalam keterkaitan pemasaran di Kota Ternate dengan daerah-daerah sekitarnya saling bekerjasama dalam menetapkan strategi pemasaran di Kota Ternate sebagai daerah tujuan wisata. Pemasaran destinasi pariwisata berdasarkan UNWTO, 2010 ditujukan untuk meningkatkan *image, brand, positioning dan vision*, oleh karena itu pemasaran destinasi ditujukan guna peningkatan *awarness* dan informasi terhadap eksistensi suatu destinasi pariwisata.

Aktivitas pemasaran yang telah dilakukan oleh Kota Ternate, antara lain:

- 1) Pengembangan situs-situs pariwisata yang sudah terintegrasi dengan informasi-informasi kepariwisataan di Kota Ternate baik dari sisi daya tarik wisata, jalur wisata yang berada di Kota Ternate, akomodasi yang tersedia, sehingga dapat mudah di

- akses oleh wisatawan yang akan berkunjung ke Kota Ternate.
- 2) Pengembangan event-event budaya dan pariwisata yang sudah berskala nasional dan internasional.
 - 3) Pembuatan material-material promosi berupa brosur, liflet, dll.
 - 4) Pengiriman duta-duta budaya ke berbagai event budaya.

Minimnya aktivitas pemasaran tersebut di atas, mengindikasikan belum optimalnya pengembangan dan pengelolaan kepariwisataan di Kota Ternate. Dalam konteks pemasaran, kegagalan yang terjadi umumnya, termasuk didalamnya pada pemasaran destinasi pariwisata antara lain:

- 1) Dangkalnya Rencana Pemasaran;
- 2) Kurangnya Analisa Situasi Lingkungan;
- 3) Tujuan dan Sasaran Yang Tidak Realistis; dan
- 4) Perubahan Persaingan tidak diantisipasi.

Salah satu upaya peningkatan informasi dan awarness yang saat ini sedang menjadi trend adalah dengan melalui teknologi informasi berbasis digital/internet. Aktivitas pemasaran ini dapat dikembangkan dengan pertimbangan:

Berdasarkan hasil PES, 2013 wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia dalam melakukan pengaturan perjalanannya dengan memanfaatkan sumber informasi adalah sebagai berikut :

- 1) Sebagai sumber informasi, internet (68.71%) masih sebagai informasi kepariwisataan yang sangat dominan digunakan oleh wisatawan mancanegara dalam merencanakan perjalanan wisatanya ke Indonesia, sementara itu meskipun liflet/brosur dianggap sebagai alat promosi yang kuno namun wisatawan mancanegara masih dominan menggunakannya dalam merencanakan aktivitas wisatanya ke Indonesia.
- 2) Bagi wisatawan nusantara, pengguna internet juga mengalami perkembangan yang sangat pesat. Berdasarkan hasil penelitian MarkPlus Insight 2011, jumlah pengguna Internet di Indonesia

sudah mencapai 55 juta orang, meningkat dari tahun sebelumnya di angka 42 juta dengan dominasi kelompok umur 15-30 tahun. Selain daripada itu dalam konteks media sosial (facebook), Indonesia menempati posisi ke 4 (empat) dunia.

Dalam pemasaran, internet merupakan salah satu alat informasi maupun promosi yang saat ini menjadi andalan banyak usaha termasuk pariwisata. Keuntungan dari penggunaan internet sebagai media pemasaran.

- 1) Efisiensi Biaya, internet disebut sebagai *paperless media* karena tidak perlu biaya cetak sehingga mampu menghemat anggaran biaya. Dimana calon wisatawan hanya mencetak (apabila diperlukan) informasi yang dibutuhkan sehingga tidak perlu dilakukan pencetakan secara keseluruhan.
- 2) Tinggi jangkauan pasar, informasi yang ditampilkan mampu menjangkau pasar secara internasional dalam waktu bersamaan mengingat bahwa internet saat menjadi kebutuhan setiap manusia modern.
- 3) Meningkatnya penggunaan *gadget*, alat yang menampilkan informasi yang berbasis internet menjadi semakin murah sehingga menjadi peralatan yang menjadi pelengkap utama kehidupan manusia dunia.
- 4) Kemudahan pembaharuan data, dengan bentuknya yang digital maka memudahkan melakukan pembaharuan data (*up dating*) tanpa mengubah bentuk alatnya.

C. PENCERMATAN KELEMBAGAAN

Kepariwisata nasional dari tahun ke tahun menunjukkan perannya yang semakin penting dalam pembangunan nasional, ini dapat terlihat dari diperbaharainya undang-undang kepariwisataan (UU No 10 tahun 2009) dan dibuatnya Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional.

Dalam Rencana Program Pembangunan Jangka Menengah, strategi pembangunan pariwisata diletakkan sebagai salah satu upaya untuk memperoleh devisa dari sektor non migas. Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) menjelaskan bahwa salah satu sasaran untuk meningkatkan sektor non migas adalah dengan meningkatkan kontribusi pariwisata dalam perolehan devisa, sehingga sektor pariwisata diharapkan mampu menjadi salah satu penghasil devisa besar.

Berdasarkan hal tersebut maka kebijakan pembangunan kepariwisataan diarahkan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran melalui kegiatan promosi dan pengembangan produk-produk wisata serta meningkatkan sinergi dalam jasa pelayanan pariwisata. Langkah tersebut diharapkan dapat memberikan hasil signifikan bagi perbaikan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat, yang dapat membawa dampak sebesar-besarnya bagi kemakmuran rakyat. Kelembagaan mencakup hal-hal yang tidak tertulis seperti aturan adat, norma dan sistem nilai yang dianut masyarakat, dan mencakup sesuatu yang ditulis secara formal dan ditegakkan oleh aparat pemerintah. Jadi definisi kelembagaan adalah kegiatan kolektif dalam suatu kontrol atau yurisdiksi, pembebasan atau liberalisasi, dan perluasan atau ekspansi kegiatan individu seperti tersebut di atas.

Pemerintah Kota Ternate memiliki hak otonomi daerah dalam melaksanakan pembangunannya termasuk bidang kepariwisataan. Sebagai sebuah daerah yang berada pada lingkup kewenangannya dan tentunya dengan SKPD yang memiliki keragaman tugas dan fungsi dan sumber daya pariwisata tentunya membutuhkan suatu sinergitas dalam mengimplementasikan pembangunan kepariwisataan. Kajian lingkungan kelembagaan pemerintah sebagai salah satu aspek penting dalam pencermatan lingkungan internal yang akan mempengaruhi pengembangan pariwisata di Kota Ternate.

Sampai dengan saat ini belum terjalinnya koordinasi dan sinergitas yang optimal antar wilayah dalam pengembangan sektor kepariwisataan. Hal ini mutlak untuk dilakukan mengingat pariwisata merupakan salah satu sektor yang bersifat multidisiplin dan multisektor.

Perlunya penyelarasan Visi dan Misi antar lembaga di seluruh pemerintah daerah untuk pengembangan kepariwisataan Kota Ternate juga perlu diperhatikan implikasinya, yaitu perlunya integrasi antar bidang di kelembagaan pemerintahan daerah di Kota Ternate dengan bidang pariwisata.

Untuk membantu mewujudkan dan menjaga sinergitas antar bidang kelembagaan kepariwisataan maka dibutuhkan adanya suatu badan/organisasi yang dapat memfasilitasi dan menjaga keberlanjutan proses sinergitas tersebut. Koordinasi dalam kenyataannya bukan merupakan suatu hal yang mudah untuk diimplementasikan, namun dapat dilakukan dengan koordinasi antar seluruh stakeholders sehingga tercipta kesamaan visi dan misi aktivitas kepariwisataan di Kota Ternate.

Badan/organisasi ini merupakan badan independen yang keanggotaannya terdiri dari perwakilan stakeholders yang akan menjadi mitra bagi pemerintah daerah dalam menetapkan kebijakan-kebijakan pembangunan dan pengembangan kepariwisataan dan didanai secara kolektif dari seluruh stakeholders kepariwisataan di Kota Ternate.

D. PENCERMATAN INDUSTRI KEPARIWISATAAN

Usaha kepariwisataan merupakan hal yang menjadi aspek yang sangat diperhatikan dalam pengembangan kepariwisataan nasional yang diharapkan mampu meningkatkan ekonomi daerah dan masyarakat. Industri kepariwisataan akan menjadi sarana dalam pemberian pelayanan kepada wisatawan dan yang paling utama adalah penyediaan lapangan pekerjaan kepada masyarakat di suatu destinasi pariwisata.

Produk industri yang dianggap tidak pernah habis dipakai adalah pariwisata. Selain tidak merusak lingkungan pariwisata juga dinilai turut mengembangkan budaya kearifan lokal suatu daerah. Industri kepariwisataan akan menjadi sarana dalam pemberian pelayanan kepada wisatawan dan yang paling utama adalah penyediaan lapangan pekerjaan kepada masyarakat di suatu destinasi pariwisata.

Secara nasional industri pariwisata sudah dapat berkontribusi positif terhadap pembangunan nasional. Hasil perhitungan Kemenparekraf ada 7,44 juta orang yang bekerja dalam sektor pariwisata, menghasilkan upah dan gaji dari sektor pariwisata mencapai 84,80 triliun dan penciptaan pajak sampai dengan 9,35 triliun. Menurut Kementerian Parekraf pada pertemuan menteri pariwisata G-20, menyatakan bahwa Prediksi pergerakan wisatawan mancanegara (wisman) di seluruh dunia pada akhir tahun 2012 akan mencapai 1 miliar orang dan menjadi 1,8 miliar pada tahun 2030. Dalam hal ini pariwisata adalah penggerak utama penciptaan lapangan kerja atau terhitung 8% dari ketenagakerjaan global. Setiap pekerjaan di sektor pariwisata diperkirakan membuat dua pekerjaan baru di sektor lain. Pariwisata juga mempekerjakan enam kali lebih banyak orang daripada sektor manufaktur otomotif global, empat kali lebih banyak dari sektor pertambangan, dan lebih sepertiga dari sektor keuangan. Informasi yang dikemukakan oleh Ketua STP Bandung, menyatakan bahwa pada 2011, sektor pertumbuhan pariwisata Indonesia mencapai 11% dengan semakin berkembangnya jaringan hotel modern yang dikelola secara profesional di kota-kota lapis ketiga dalam peta industri pariwisata Indonesia.

Secara internasional, industri pariwisata merupakan salah satu industri yang dianggap berhasil menyerap tenaga kerja cukup banyak, terhitung bahwa industri pariwisata internasional menyumbang 8% penyerapan tenaga kerja internasional. Bahkan di dalam masa krisis ekonomi global sektor industri pariwisata masih bisa berkembang pada tahun 2011 wisatawan internasional meningkat 4,6% mencapai 982 juta jiwa, sementara penerimaan pariwisata internasional tumbuh sebesar 3,8%.

Undang-undang Kepariwisata mendefinisikan industri pariwisata sebagai kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Pada pasal 14 juga disebutkan beberapa usaha, yang termasuk dalam usaha pariwisata : (1)

Daya tarik wisata; (2) Kawasan pariwisata; (3) Jasa transportasi wisata; (4) Jasa perjalanan wisata; (5) Jasa makanan dan minuman; (6) Penyediaan akomodasi; (7) Penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi; (8) Penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran; (9) Jasa informasi pariwisata; (10) Jasa konsultan pariwisata; (11) Jasa pramuwisata; (12) Wisata tirta; dan (13) Spa.

Berdasarkan PP. No. 50 tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional bahwa ada beberapa hal yang harus menjadi acuan dalam pengembangan Industri di Kota Ternate, acuan pengembangan industri pariwisata adalah sebagai berikut;

- 1) Penguatan struktur industri pariwisata;
- 2) Peningkatan daya saing produk pariwisata;
- 3) Pengembangan kemitraan usaha pariwisata;
- 4) Penciptaan kredibilitas bisnis; dan
- 5) Pengembangan tanggung jawab terhadap lingkungan.

Arahan atau acuan di dalam RIPPARNAS pun sudah jelas bahwa strategi yang harus ditempuh untuk membangun industri pariwisata Kota Ternate dapat dijabarkan pada tabel berikut.

Tabel 4.1 Arahan Pembangunan Industri Pariwisata

No	Arahan	Strategi
1	Penguatan Struktur Industri Pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Meningkatkan sinergitas dan keadilan distributif antar mata rantai pembentuk Industri Pariwisata; ▪ Menguatkan fungsi, hierarki, dan hubungan antar usaha pariwisata sejenis untuk meningkatkan daya saing; dan ▪ Menguatkan mata rantai penciptaan nilai tambah antara pelaku usaha pariwisata dan sektor terkait.
2	Peningkatan Daya Saing Produk Pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mengembangkan manajemen atraksi; ▪ Memperbaiki kualitas interpretasi; ▪ Menguatkan kualitas produk wisata; dan ▪ Meningkatkan pengemasan produk wisata. ▪ Mendorong dan meningkatkan standardisasi dan sertifikasi usaha pariwisata;

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mengembangkan skema fasilitasi untuk mendorong pertumbuhan Usaha Pariwisata skala usaha mikro, kecil dan menengah; dan ▪ Mendorong pemberian insentif untuk menggunakan produk dan tema yang memiliki keunikan dan kekhasan lokal. ▪ Mengembangkan kapasitas dan kualitas layanan jasa transportasi yang mendukung kemudahan perjalanan wisatawan ke Destinasi Pariwisata.
3	Pengembangan Kemitraan Usaha Pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Memperkuat kerja sama antara Pemerintah, Pemerintah Daerah, dunia usaha, dan masyarakat; ▪ Memperkuat implementasi kerja sama antara Pemerintah, Pemerintah Daerah, dunia usaha, dan masyarakat; dan ▪ Memperkuat monitoring dan evaluasi kerja sama antara Pemerintah, Pemerintah Daerah, dunia usaha, dan masyarakat.
4	Penciptaan Kredibilitas Bisnis	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menerapkan standarisasi dan Sertifikasi Usaha Pariwisata yang mengacu pada prinsip-prinsip dan standar internasional dengan mengoptimalkan pemanfaatan sumberdaya lokal; ▪ Menerapkan sistem yang aman dan terpercaya dalam transaksi bisnis secara elektronik; dan ▪ Mendukung penjaminan usaha melalui regulasi dan fasilitasi.
5	pengembangan tanggung jawab terhadap lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mendorong tumbuhnya ekonomi hijau di sepanjang mata rantai Usaha Pariwisata; dan ▪ Mengembangkan manajemen Usaha Pariwisata yang peduli terhadap pelestarian lingkungan dan budaya.

(Sumber : Kemenparekraf, 2012)

Strategi-strategi yang telah disebutkan di atas harus dapat dijabarkan ke dalam program-program Pembangunan Industri Pariwisata Kota Ternate yang implementatif dan partisipatif.

E. ANALISIS TOWS

Dalam menyusun Arah dalam Kebijakan, Strategi dan Program pembangunan pariwisata di Kota Ternate sebagai bagian dari RIPARDA

Kota Ternate dipergunakan analisis TOWS (*Threat, Oportunities, Strenght, Weaknesses*). Konsep TOWS adalah menempatkan posisi masa depan (visi) dengan melihat *Threats* ataupun *Opportunities* hanya sebagai ‘peluang semata’ lalu melihat *Weaknesses* dan *Strengths* kondisi saat ini untuk kemudian menarik garis usaha dengan menghubungkan antara visi dan kondisi saat ini. Analisis ini membagi dua faktor yaitu faktor eksternal dan internal, sehingga bisa merumuskan strategi dari dua faktor tersebut dengan memaksimalkan aspek kekuatan (*Strenght*) dan kesempatan (*Oportunities*) guna meminimalkan aspek kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threat*).

Tabel 4.2 Matriks Analisis Lingkungan Internal Kepariwisata Kota Ternate

Aspek	Kekuatan (strenght)	Kelemahan (weakness)
Destinasi Pariwisata		
Aset dan daya tarik wisata	Sangat kaya dengan potensi daya tarik wisata alam dan budaya yang berlimpah, khususnya berbasis pada pantai, danau dan sejarah kesultanan Ternate. (S1)	Lingkungan alam dan budaya yang rentan terhadap dampak berbagai kegiatan pariwisata. (W1)
Tema pengembangan	Kental dengan tema alam dan budaya. (S2)	Potensi dan tema wisata yang dikembangkan di berbagai destinasi wisata hampir seragam. (W2)
Struktur pemanfaatan ruang	<ul style="list-style-type: none"> o Sudah terdapat penetapan Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional. (S3) o Pusat-pusat pelayanan pariwisata dan informasi pariwisata telah dibangun (S4) 	Prasarana dan sarana pendukung kepariwisataan yang ada belum memenuhi standar, terutama pusat pelayanan pariwisata skala lokal. (W3)
Aksesibilitas	<ul style="list-style-type: none"> o transportasi dari Bandara Baabullah (Ternate) menuju area wisata cukup mudah dicapai (S5) o Sudah terlayani oleh jaringan transportasi yang memudah pergerakkan didalam skala lokal dan regional. (S6) 	<ul style="list-style-type: none"> • Aksesibilitas menuju beberapa objek wisata masih kurang baik. (W4) • Prasarana pendukung jalan regional belum tersedia secara sempurna, sehingga banyak wilayah yang perlu dijangkau dengan kendaraan dalam waktu yang relatif lama (minimnya

		<p>sarana penerangan, dan penunjuk informasi arah jalan). (W5)</p> <ul style="list-style-type: none"> Keberadaan pengelolaan industri pendukung pariwisata (angkutan pelayaran, angkutan darat), yang masih belum reliable (diandalkan), termasuk jadwal keberangkatan, amat mempengaruhi mobilitas wisatawan. (W6)
Jaringan utilitas	Sudah terlayani oleh jaringan utilitas (jaringan air bersih, listrik, drainase, sampah) khususnya. (S7)	Jaringan utilitas belum merata, baik secara kualitas maupun kuantitas, terutama untuk pulau di luar Ternate. (W7)
Sarana penunjang	Keberadaan sarana/ fasilitas penunjang pariwisata yang relatif sudah memadai. (S8)	Terbatasnya pengembangan fasilitas pendukung pariwisata di wilayah, misalnya akomodasi, rumah makan/restoran, souvenir shop, signage, dan TIC. (W8)
Mitigasi bencana		<ul style="list-style-type: none"> Belum adanya penerapan pengelolaan mitigasi bencana, pada sebagian besar daya tarik wisata dan sarana pendukungnya (hotel), misal dengan disediakannya adanya jalur dan ruang evakuasi, bangunan tahan gempa, dll. (W9) Tidak terdapatnya <i>early warning system</i> pada daerah yang rawan bencana. (W10)
Pengelolaan pengunjung		<ul style="list-style-type: none"> Relatif belum dikenalnya pengelolaan pengunjung (berupa pembagian zonasi dan pembatasan kunjungan) bagi daya tarik wisata lain yang mempunyai tingkat kerentanan tinggi. (W11) Belum adanya penanggulangan yang cepat dan tepat dalam menangani bencana. (W12)

Industri Pariwisata		
Usaha pariwisata	Usaha pariwisata (akomodasi dan rumah makan) cukup memadai. (S9)	Belum diterapkannya standarisasi pengelolaan usaha pariwisata secara umum (misal hotel bintang dengan pelayanan nonbintang, dll). (W13)
Dokumen/Rencana Kebijakan Pengendalian dan pengawasan		<ul style="list-style-type: none"> • Belum adanya kebijakan berupa pemberian insentif bagi masyarakat dan swasta yang mau mengembangkan usaha pariwisata secara berkelanjutan. (W14) • Belum adanya penindakan hukum/ pemberian sanksi bagi pengelolaan usaha pariwisata yang berdampak negatif terhadap lingkungan (W15) • Belum disusunnya rencana AMDAL bagi berbagai industri dan usaha pariwisata untuk mengetahui dampak yang ditimbulkan dari pengembangan dan pengoperasiannya. (W16)
Pasar dan Pemasaran Pariwisata		
Pasar pariwisata		Belum adanya studi pasar pariwisata yang lebih mendalam untuk mengetahui karakteristik wisatawan, pola perjalanan, serta preferensi wisatawan. (W17)
Pemasaran dan promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Upaya pemerintah daerah dalam melakukan promosi pariwisata melalui penyelenggaraan event-event dalam skala lokal, regional maupun nasional. (S10) • Upaya promosi wisata dengan mengandalkan sosial media dan peran wisatawan sebagai prosumer. (S11) 	<ul style="list-style-type: none"> • Masih minimnya upaya pemasaran dan promosi daya tarik wisata yang tepat sasaran. (W18) • Belum ada database terperinci mengenai daya tarik wisata dan fasilitas pendukungnya. (W19)
Price/harga		<ul style="list-style-type: none"> • Faktor biaya perjalanan yang mahal menjadi kendala bagi calon

		wisatawan. (W20)
Citra destinasi	Citra Kota Ternate sebagai Kota Rempah dan merupakan salah satu daerah yang memiliki peninggalan sejarah dan budaya sangat banyak dan beragam (S12)	
SDM dan Kelembagaan		
Sumber Daya Manusia (SDM)		<ul style="list-style-type: none"> • Terbatasnya kemampuan SDM yang bergerak dibidang usaha pariwisata (W21) • Terbatasnya kemampuan dan keahlian penentu kebijakan dalam pengembangan pariwisata. (W22)
Kelembagaan		Terbatasnya jumlah kelembagaan yang bergerak di bidang pariwisata. (W23)
Kebijakan/dokumen Rencana		<ul style="list-style-type: none"> • Dukungan kebijakan pemerintah daerah terhadap sektor pariwisata masih relatif rendah. (W24) • Terbatasnya data dan informasi mengenai aspek pengembangan kepariwisataan (destinasi, industri, pasar dan pemasaran, kelembagaan), baik bagi daerah yang baru dimekarkan maupun yang sudah established dikarenakan ketidaksiapan SDM dinas. (W25)
Karakter masyarakat	Karakteristik dan perilaku masyarakat lokal yang masih berpegang dengan adat se atoran serta agamis (Islam) sehingga memantapkan citra Agamis dan Aman (S13)	Masyarakat setempat yang relatif belum mengenal dan memahami tuntutan industri pariwisata (pemahaman mengenai Sapta Pesona kurang). (W26)
Kemitraan	Pada daya tarik wisata tertentu sudah diterapkan sistem bagi hasil dari retribusi daya tarik wisata antara pemda dan masyarakat atau pengelola dengan masyarakat . (S14)	Belum berkembangnya kemitraan dan skema kerjasama antar stakeholder, diantaranya pelibatan masyarakat dalam pengembangan

		pariwisata yang masih relatif sedikit (W27)
--	--	---

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 4.3 Matriks Analisis Lingkungan Eksternal Kepariwisata Kota Ternate

Aspek	Kekuatan (strength)	Kelemahan (weakness)
Destinasi Pariwisata		
Aset dan daya tarik wisata	<ul style="list-style-type: none"> • Penetapan daya tarik wisata yang mempunyai signifikansi tertentu untuk dijadikan daya tarik wisata unggulan, kawasan strategis pariwisata dan kawasan andalan pariwisata. (O1) • Daya tarik wisata alam dan perkotaan selalu merupakan daya tarik tertinggi yang dikunjungi wisatawan. (O2) 	<ul style="list-style-type: none"> • Konflik pemanfaatan ruang kerap terjadi, diantaranya konflik mengenai persepsi pembangunan dan penataan pariwisata bersama dengan masyarakat. (T1) • Ancaman kegiatan lain yang berdampak negatif terhadap daya tarik wisata (misal kegiatan penambangan, penebangan hutan, dll). (T2) • Rentan terhadap ancaman bencana alam (gempa bumi, banjir, sedimentasi, longsor, dll). (T3) • Adanya kompetitor/pesaing yang mempunyai produk relatif sama. (T4)
Aksesibilitas	Rencana Pembangunan Jembatan penyeberangan utk perhubungan laut antar pulau di Ternate (misalnya pembangunan jembatan Ternate-Hiri). (O4)	Ketidaksiapan aksesibilitas dalam penyebaran wisatawan dikarenakan kondisi akses penghubung kurang baik (belum selesai dibangun), (T5)
Pendanaan	Faktor pendanaan yang relatif besar (dari pusat, daerah, donatur) dapat dimanfaatkan bagi pengembangan pariwisata menurut prioritas pengembangannya. (O5)	Ketidak merataan alokasi dana. (T6)

Sektor penunjang lainnya	Berbagai komoditas pertanian, perikanan, perkebunan, dan industri olahan dapat dimanfaatkan dan dikemas sebagai industri pendukung pariwisata. (O6)	Belum digarap secara serius/ belum dilihat sebagai komoditas penunjang pariwisata (misal untuk bahan baku souvenir, daya tarik agrowisata, daya tarik wisata industri, dll). (T7).
Industri Pariwisata		
Usaha pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Terbukanya kesempatan berinvestasi dalam pengembangan usaha pariwisata, baik bagi pihak asing maupun dalam negeri. (O7) ▪ Kesempatan memperkenalkan konsep responsible tourism. (O8) 	Adanya persepsi yang telah terbentuk di mata publik tentang penerapan standar ganda terhadap wisatawan domestik dalam pelayanan sarana wisata (misal akomodasi/resort). (T8)
Pasar dan Pemasaran Pariwisata		
Pasar pariwisata	Adanya tren wisatawan yang lebih menghargai perjalanan wisata yg berkualitas. (O9)	-
Pemasaran dan promosi	Tren pemanfaatan teknologi informasi dan geosocial networking bagi pengembangan pariwisata. (O10)	Belum siapnya pemerintah daerah dalam memanfaatkan teknologi informasi. (T9)
Citra destinasi	Dukungan pemerintah pusat dalam mengembangkan citra daerah. (O11)	Citra destinasi dipengaruhi oleh berbagai situasi dalam negeri (bencana alam, kerusuhan, dll). (T10)
SDM dan Kelembagaan		
Sumber Daya Manusia (SDM)	Persaingan yang semakin terbuka menghasilkan kesempatan bagi SDM daerah lain (ataupun SDM internasional) yang lebih kompeten untuk bekerja di sektor kepariwisataan (O12)	Dikhawatirkan akan mengurangi kesempatan kerja SDM local setempat. (T11)
Kebijakan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keberadaan UU Otonomi Khusus dapat mendukung pengembangan pariwisata. (O13) ▪ Adanya CSR yang dapat dimanfaatkan bagi pengembangan pariwisata. (O14) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ketidaksinkronan kebijakan berikut implementasi kebijakan Pemerintah Pusat dengan pemerintah Daerah. (T12) ▪ Belum dikembangkannya perizinan satu atap yang mempermudah pengembangan usaha pariwisata. (T13)

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 4.4 Analisis Perbandingan Kekuatan dan Kelemahan Kepariwisata Kota Ternate

Strength (Kekuatan)		Weakness (Kelemahan)	
S1	Sangat kaya dengan potensi daya tarik wisata alam dan budaya yang berlimpah, khususnya berbasis pada pantai, danau dan sejarah kesultanan Ternate.	W1	Lingkungan alam dan budaya yang rentan terhadap dampak berbagai kegiatan pariwisata.
S2	Kental dengan tema alam dan budaya.	W2	Potensi dan tema wisata yang dikembangkan di berbagai destinasi wisata hampir seragam.
S3	Sudah terdapat penetapan Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional.	W3	Prasarana dan sarana pendukung kepariwisataan yang ada belum memenuhi standar, terutama pusat pelayanan pariwisata skala lokal.
S4	Pusat-pusat pelayanan pariwisata dan informasi pariwisata telah dibangun (S4)		
S5	transportasi dari Bandara Baabullah (Ternate) menuju area wisata cukup mudah dicapai (S5)	W4	Aksesibilitas menuju beberapa objek wisata masih kurang baik. (W4)
S6	Sudah terlayani oleh jaringan transportasi yang memudahhi pergerakan didalam skala lokal dan regional. (S6)	W5	Prasarana pendukung jalan regional belum tersedia secara sempurna, sehingga banyak wilayah yang perlu dijangkau dengan kendaraan dalam waktu yang relatif lama (minimnya sarana penerangan, dan penunjuk informasi arah jalan). (W5)
		W6	Keberadaan pengelolaan industri pendukung pariwisata (angkutan pelayaran, angkutan darat), yang masih belum reliable (diandalkan), termasuk jadwal keberangkatan, amat mempengaruhi mobilitas wisatawan. (W6)
S7	Sudah terlayani oleh jaringan utilitas (jaringan air bersih, listrik, drainase, sampah) khususnya. (S7)	W7	Jaringan utilitas belum merata, baik secara kualitas maupun kuantitas, terutama untuk pulau di luar Ternate. (W7)
S8	Keberadaan sarana/ fasilitas penunjang pariwisata yang relatif sudah memadai.(S8)	W8	Terbatasnya pengembangan fasilitas pendukung pariwisata di wilayah, misalnya akomodasi, rumah makan/restoran, souvenir shop, signage, dan TIC. (W8)

		W9	Belum adanya penerapan pengelolaan mitigasi bencana, pada sebagian besar daya tarik wisata dan sarana pendukungnya (hotel), misal dengan disediakan adanya jalur dan ruang evakuasi, bangunan tahan gempa, dll. (W9)
		W10	Tidak terdapatnya <i>early warning system</i> pada daerah yangrawan bencana. (W10)
		W11	Relatif belum dikenalnya pengelolaan pengunjung (berupa pembagian zonasi dan pembatasan kunjungan) bagi daya tarikwisata lain yang mempunyai tingkat kerentanan tinggi. (W11)
		W12	Belum adanya penanggulangan yang cepat dan tepat dalam menangani bencana. (W12)
S9	Usaha pariwisata (akomodasi dan rumah makan) cukup memadai. (S9)	W13	Belum diterapkannya standarisasi pengelolaan usaha pariwisata secara umum (misal hotel bintang dengan pelayanannonbintang, dll). (W13)
		W14	Belum adanya kebijakan berupa pemberian insentif bagi masyarakat dan swasta yang mau mengembangkan usaha pariwisata secara berkelanjutan. (W14)
		W15	Belum adanya penindakan hukum/ pemberian sanksi bagi pengelolaan usaha pariwisata yang berdampak negatif terhadap lingkungan (W15)
		W16	Belum disusunnya rencana AMDAL bagi berbagai industri dan usaha pariwisata untuk mengetahui dampak yang ditimbulkan dari pengembangan dan pengoperasiannya. (W16)
		W17	Belum adanya studi pasar pariwisata yang lebih mendalam untuk mengetahui karakteristik wisatawan, pola perjalanan,serta preferensi wisatawan. (W17)
S10	Upaya pemerintah daerah dalam	W18	Masih minimnya upaya

	melakukan promosi pariwisata melalui penyelenggaraan event-event dalam skala lokal, regional maupun nasional. (S10)		pemasaran dan promosi daya tarik wisata yang tepat sasaran. (W18)
S11	Upaya promosi wisata dengan mengandalkan sosial media dan peran wisatawan sebagai prosumer. (S11)	W19	Belum ada database terperinci mengenai daya tarik wisata dan fasilitas pendukungnya. (W19)
S12		W20	Faktor biaya perjalanan yang mahal menjadi kendala bagi calon wisatawan. (W20)
S13	Citra Kota Ternate sebagai Kota Rempah dan merupakan salah satu daerah yang memiliki peninggalan sejarah dan budaya sangat banyak dan beragam (S12)	W21	Terbatasnya kemampuan SDM yang bergerak dibidang usaha pariwisata (W21)
		W22	Terbatasnya kemampuan dan keahlian penentu kebijakan dalam pengembangan pariwisata. (W22)
		W23	Terbatasnya jumlah kelembagaan yang bergerak di bidang pariwisata. (W23)
		W24	Dukungan kebijakan pemerintah daerah terhadap sektor pariwisata masih relatif rendah. (W24)
		W25	Terbatasnya data dan informasi mengenai aspek pengembangan kepariwisataan (destinasi, industri, pasar dan pemasaran, kelembagaan), baik bagi daerah yang baru dimekarkan maupun yang sudah established dikarenakan ketidaksiapan SDM dinas. (W25)
S13	Karakteristik dan perilaku masyarakat lokal yang masih berpegang dengan adat se atoran serta agamis (Islam) sehingga memantapkan citra Agamis dan Aman (S13)	W26	Masyarakat setempat yang relatif belum mengenal dan memahami tuntutan industri pariwisata (pemahaman mengenai Sapta Pesona kurang). (W26)
S14	Pada daya tarik wisata tertentu sudah diterapkan sistem bagi	W27	Belum berkembangnya kemitraan dan skema kerjasama antar

hasil dari retribusi daya tarik wisata antara pemda dan masyarakat atau pengelola dengan masyarakat . (S14)	stakeholder, diantaranya pelibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata yang masih relatif sedikit (W27)
---	--

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 4.5 Analisis Opportunity (peluang) dan MM Strategy Kepariwisata Kota Ternate

Opportunity (Peluang)	Maxi-Maxi Strategy (MM)	Maxi-Mini Strategy (MM)
Penetapan daya tarik wisata yang mempunyai signifikansi tertentu untuk dijadikan daya tarik wisata unggulan, kawasan strategis pariwisata dan kawasan andalan pariwisata.	Penerapan Kawasan Strategis Pariwisata Kota Ternate berdasarkan tema pengembangan produk pariwisata kawasan.	Pengembangan produk wisata yang berbasis pada tema dan kesesuaian budaya yang dibarengi dengan pembentukan kebijakan dan peraturan yang mendukung pengembangan pariwisata tersebut.
Daya tarik wisata alam dan perkotaan selalu merupakan daya tarik tertinggi yang dikunjungi wisatawan	Kordinasi dengan sektor lainnya dalam pengembangan kepariwisataan Kota Ternate guna mencapai sinergitas dalam pembangunan.	Pengembangan wisata perkotaan guna memberikan diversifikasi produk bagi Kota Ternate
Rencana Pembangunan dermaga utk per hubungan laut antar pulau di Ternate (misalnya pembangunan jembatan Ternate-Hiri). (O4)	Pemanfaatan dermaga Penyeberangan untuk membangun sarana pendukung umum dan khususnya pariwisata, seperti Rest Area, Sarana penyedia informasi, dan lain-lain.	Kebijakan dan peraturan yang mendukung pembangunan dan pemanfaatan dermaga Penyeberangan terkait dengan sektor pariwisata.
Faktor pendanaan yang relatif besar (dari pusat, daerah, donatur) dapat dimanfaatkan bagi pengembangan pariwisata menurut prioritas pengembangannya. (O5)	Pembangunan infrastruktur dan aksesibilitas menuju dan di dalam objek wisata serta Menyusun dokumen Rencana Strategis dan Kebijakan sampai dengan rencana tindak untuk DTW menyangkut Pengembangan Kepariwisata di Kota Ternate	Dimanfaatkan bagi pembangunan pariwisata dan pendukungnya, dengan merencanakan program dan kegiatan yang strategis dan sesuai dengan kebijakan pembangunan pariwisata di Kota Ternate

	<p>Berbagai komoditas pertanian, perikanan, perkebunan, dan industri olahan dapat dimanfaatkan dan dikemas sebagai industri pendukung pariwisata. (O6)</p>	<p>Mengembangkan potensi industri kreatif melalui pemanfaatan komoditas lain bersama masyarakat dengan mengangkat budaya lokal</p>	<p>Mendukung peningkatan dan pengembangan sektor pendukung pariwisata sebagai salah satu komoditas unggulan guna memberikan alternatif ekonomi bagi masyarakat.</p>
	<p>Terbukanya kesempatan berinvestasi dalam pengembangan usaha pariwisata, baik bagi pihak asing maupun dalam negeri. (O7)</p>	<p>Bersikap Pro-Aktif untuk mempromosikan dan menjalin hubungan kemitraan terkait pengelolaan sumber daya dan usaha dalam bidang pariwisata bersama pelaku usaha, ataupun masyarakat. Mendukung dan memfasilitasi dan juga bekerjasama dengan pihak asosiasi industri pariwisata dalam menggelar festival-festival budaya</p>	<p>Upaya hubungan kerjasama/kemitraan antara pemerintah, pelaku usaha dan masyarakat didukung oleh kebijakan dan peraturan yang bersifat win-win solution dan dirasakan oleh masyarakat.</p>
	<p>Kesempatan memperkenalkan konsep responsible tourism. (O8)</p>	<p>Mendukung dan memfasilitasi dan juga bekerjasama dengan pihak asosiasi industri pariwisata</p>	<p>Penyusunan dan penetapan standarisasi pelayanan terhadap wisatawan baik domestik atau pun mancanegara</p>
	<p>Adanya tren wisatawan yang lebih menghargai perjalanan wisata yg berkualitas. (O9)</p>	<p>Pengembangan yang dilakukan memperhatikan prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan guna memberikan kepuasan yang optimal kepada wisatawan</p>	<p>Penyusunan program pemasaran yang komprehensif dan holistik sesuai dengan pangsa pasar sasaran yang ditetapkan bagi karakteristik kepariwisataan Provinsi Kota Ternate baik dilakukan oleh pihak Dinas secara independen ataupun di konsultasikan.</p>
	<p>Tren pemanfaatan teknologi informasi dan geosocial networking bagi pengembangan pariwisata. (O10) Dukungan pemerintah pusat dalam mengembangkan citra daerah. (O11)</p>	<p>Pembuatan website ataupun Sistem Pengelolaan Pariwisata yang berbasis teknologi informasi di Kota Ternate.</p>	<p>Pengelolaan informasi yang berbasis teknologi terbaru, di dukung dan dilaksanakan secara sinergis, baik oleh Pemerintah, Pelaku Usaha Dan Lembaga (Dinas) lainnya yang bersinggungan/berpengaruh terhadap</p>

			pembangunan dan kegiatan pariwisata.
	Persaingan yang semakin terbuka menghasilkan kesempatan bagi SDM daerah lain (ataupun SDM internasional) yang lebih kompeten untuk bekerja di sektor kepariwisataan (O12)	Pembangunan sekolah atau lembaga- lembaga pendidikan pariwisata dalam meningkatkan kemampuan pelayanan masyarakat lokal.	Dilakukannya sosialisasi, pembinaan dan penyuluhan mengenai peran serta masyarakat dalam sektor kepariwisataan. Penetapan regulasi bagi SDM Pariwisata bagi penduduk asli di Kota Ternate.
	Keberadaan UU Otonomi Khusus dapat mendukung pengembangan pariwisata. (O13)	Dilakukan pengelolaan yang merata di semua daya tarik wisata, khususnya retribusi masuk daya tarik wisata dan juga standarisasi pengaturan pendapatan pemasukan.	Pendirian dan penetapan layanan satu atap bagi perizinan usaha pariwisata.
	Adanya CSR yang dapat dimanfaatkan bagi pengembangan pariwisata. (O14)	Pembinaan terhadap masyarakat terkait pengembangan industri kecil dan kreatif	Membuat organisasi khusus kepariwisataan untuk masyarakat Kota Ternate.

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 4.6 Analisis Threat (ancaman) dan MM Strategy Kepariwisata Kota Ternate

Threat (Ancaman)	Mini-Maxi Strategy (MM)	Mini -Mini Strategy (MM)
Konflik pemanfaatan ruang kerap terjadi, diantaranya konflik mengenai persepsi pembangunan dan penataan pariwisata bersama dengan masyarakat. (T1)	Dilakukannya Sosialisasi, pembinaan dan penyuluhan mengenai peran serta masyarakat dalam sektor kepariwisataan.	Dilakukannya Sosialisasi skema kerja sama dan hubungan kemitraan masyarakat Menggegas masyarakat dan para stakeholders untuk mendirikan lembaga atau kelompok di bidang pariwisata
Ancaman kegiatan lain yang berdampak negatif terhadap daya tarik wisata (misal kegiatan penambangan, penebangan hutan, dll). (T2)	Pembentukan regulasi atau kebijakan terkait aktifitas pemanfaatan lingkungan di Kota Ternate	Pemberian sanksi bagi setiap kegiatan atau aktifitas yang dapat memberikan dampak negatif terhadap perusakan lingkungan

Rentan terhadap ancaman bencana alam (gempa bumi, banjir, gunung (Gamalama) meletus, longsor, dll). (T3)	Melakukan penyusunan dan sosialisasi penanggulangan bencana, baik pada tahap peringatan bencana dini sampai tahap evakuasi.	Penerapan sistem pencegahan dan solusi dalam menangani dampak bencana yang sudah seringkali terjadi di Kota Ternate
Adanya kompetitor/ pesaing yang mempunyai produk relatif sama. (T4)	Peningkatan daya saing melalui peningkatan kualitas pelayanan dan kemudahan bagi wisatawan	Mengembangkan daya tarik wisata yang berdasarkan keunikan dan berdaya saing komparatif dan kompetitif sehingga tidak kalah bersaing dengan daya tarik lainnya yang sejenis.
Ketidaksiapan aksesibilitas dalam penyebaran wisatawan dikarenakan kondisi akses penghubung kurang baik (belum selesai dibangun), (T5)	Peningkatan prasarana transportasi antar wilayah baik darat, laut dan udara. Dan mendorong dan berkordinasi dengan Dinas lainnya yang terkait guna meningkatkan aksesibilitas di daerah khususnya menuju daya tarik wisata	
Ketidak merataan alokasi dana. (T6)	Meningkatkan dan melakukan pembangunan utilitas pada semua kawasan secara merata	
Belum digarap secara serius/ belum dilihat sebagai komoditas penunjang pariwisata (misal untuk bahan baku souvenir, daya tarik agrowisata, daya tarik wisata industri, dll). (T7).	Mendukung peningkatan dan pengembangan sektor pendukung pariwisata sebagai salah satu komoditas unggulan guna memberikan alternatif ekonomi bagi masyarakat.	

	<p>Adanya persepsi yang telah terbentuk di mata publik tentang penerapan standar ganda terhadap wisatawan domestik dalam pelayanan sarana wisata (misal akomodasi/resort). (T8)</p>	<p>Penyusunan dan penetapan standarisasi pelayanan terhadap wisatawan baik domestik atau pun mancanegara</p>	
	<p>Belum siapnya pemerintah daerah dalam memanfaatkan teknologi informasi. (T9)</p>	<p>Peningkatan sumberdaya manusia, khususnya di dalam pemerintahan terkait kemampuan mengaplikasikan teknologi informasi pariwisata</p>	
	<p>Citra destinasi dipengaruhi oleh berbagai situasi dalam negeri (bencana alam, kerusakan, dll). (T10)</p>	<p>Melakukan penyusunan dan sosialisasi penanggulangan bencana, baik pada tahap peringatan bencana dini sampai tahap evakuasi.</p>	
	<p>Dikhawatirkan akan mengurangi kesempatan kerja SDM local setempat. (T11)</p>	<p>Dibuka Sekolah Tinggi dan Balai Pelatihan Pariwisata di Kota Ternate guna meningkatkan keterampilan SDM Pariwisata. Memberikan seminar, workshop, diklat atau bahkan beasiswa untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi guna meningkatkan kompetensi.</p>	
	<p>Ketidaksinkronan kebijakan berikut implementasi kebijakan Pemerintah Pusat dengan pemerintah Daerah. (T12)</p>	<p>Sinergitas dan kordinasi antar sektor khususnya lembaga pemerintahan, sehingga pembangunan pariwisata yang dilaksanakan bisa tersinkronisasikan.</p>	
	<p>Belum dikembangkannya perizinan satu atap yang mempermudah</p>	<p>Menyusun dan menetapkan produk hukum yang mendukung</p>	

	pengembangan usaha pariwisata. (T13)	pengembangan pariwisata. Pembentukan perijinan satu pintu dengan maksud mempermudah pelayanan pengembangan pariwisata	
--	--------------------------------------	---	--

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

KEBIJAKAN, STRATEGI DAN PROGRAM PEMBANGUNAN PARIWISATA

Bab

V

A. VISI, MISI, TUJUAN DAN SASARAN KEPARIWISATAAN DAERAH KOTA TERNATE

1. Visi Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Ternate

Dalam Riparda Kota Ternate, yang akan diangkat menjadi visi pembangunan Kepariwisata adalah:

Membangun Pariwisata Kota Ternate yang Mandiri dan Berkeadilan (Andalan).

2. Misi Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Ternate

Berdasarkan visi tersebut, maka misi yang diusulkan dalam pembangunan kepariwisataan di Kota Ternate adalah sebagai berikut

- a) Pemanfaatan dan Pengelolaan terhadap sumber daya kepariwisataan sehingga dapat berdaya saing dalam upaya meningkatkan kinerja ekonomi daerah serta peningkatan taraf hidup masyarakat;
- b) Optimalisasi potensi sumber daya alam, budaya, dan SDM sebagai pendukung terciptanya pariwisata Kota Ternate yang berwawasan lingkungan bertanggung jawab dan Berkelanjutan.
- c) Pengembangan Daerah tujuan Wisata yang aman, nyaman, menarik, mudah dicapai, dan berwawasan lingkungan sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat;

- d) Pengembangan pemasaran Pariwisata yang sinergis, unggul, dan bertanggung jawab untuk meningkatkan kunjungan Wisatawan baik nusantara maupun mancanegara;
- e) Pengembangan industri Pariwisata yang berdaya saing, kredibel, mampu menggerakkan kemitraan usaha, dan bertanggung jawab atas kelestarian dan keseimbangan lingkungan alam dan sosial budaya;
- f) Pengembangan sumber daya manusia, regulasi, dan mekanisme operasional yang efektif dan efisien dalam rangka mendorong terwujudnya Kepariwisata yang berkelanjutan; dan
- g) Penciptaan masyarakat yang mandiri, bertanggung jawab, dan berdaya saing untuk mendukung tercapainya pariwisata Kota Ternate sebagai destinasi pariwisata unggulan Indonesia.

3. Tujuan Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Ternate

Tujuan pembangunan kepariwisataan di Kota Ternate dapat dijabarkan sebagai berikut.

- a) Menciptakan kepariwisataan di Kota Ternate sebagai destinasi unggulan tingkat nasional dan Internasional dengan mengembangkan Daya Tarik Wisata Alam, Budaya serta buatan secara terpadu dan berkelanjutan sebagai pariwisata Andalan, baik secara Regional, maupun Nasional.
- b) Mengembangkan Daya Tarik Wisata Berbasis Potensi dan Karakteristik Kawasan dan Masyarakat lokal.
- c) Meningkatkan pengawasan dan pengendalian terhadap pengelolaan dan pemeliharaan aset-aset dan potensi pariwisata di Kota Ternate.
- d) Mewujudkan media pemasaran yang efektif dan efisien untuk meningkatkan citra Kawasan Pariwisata Daerah dan apresiasi

terhadapnya sehingga mampu menarik kunjungan dan kunjungan ulang Wisatawan mancanegara dan Wisatawan nusantara;

- e) Mewujudkan industri Pariwisata yang mampu menggerakkan perekonomian Daerah melalui peningkatan investasi di bidang Pariwisata, kerjasama antarusaha Pariwisata, memperluas lapangan kerja, dan melaksanakan upaya-upaya untuk mendukung pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat; dan
- f) Mengembangkan lembaga Kepariwisata dan sistem tata kelola yang mampu menyinergikan pembangunan industri Pariwisata, Kawasan Pariwisata, dan pemasaran Pariwisata secara profesional, efektif, dan efisien.
- g) Meningkatkan peran dan kemampuan masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan di Kota Ternate, khususnya dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia pariwisata dalam menghadapi persaingan yang lebih tinggi di dunia kepariwisataan nasional dan internasional
- h) Mengoptimalkan manfaat yang diterima masyarakat Kota Ternate dari pengembangan pariwisata daerahnya dengan membuka seluas-luasnya kesempatan bagi masyarakat untuk terlibat secara langsung maupun tidak langsung pada setiap tahap pengembangan pariwisata.

4. Sasaran Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Ternate

Ada beberapa sektor yang menjadi target dan sasaran dalam pembangunan kepariwisataan di Kota Ternate antara lain sebagai berikut.

a) Sasaran Pembangunan Destinasi Pariwisata

Sesuai dengan tujuan pembangunan kepariwisataan Kota Ternate, dalam pembangunan produk wisata ditetapkan sasaran-sasaran

sebagai berikut: terbentuknya Destinasi Pariwisata Daerah Kota Ternate; Terbentuknya Kawasan Pariwisata Daerah dan Daya Tarik wisata Daerah; Tersedianya daya tarik wisata bagi segmen pasar sasaran; Meningkatnya kualitas sumberdaya alam, budaya, dan binaan melalui pengembangan pariwisata yang berkelanjutan; Terimplementasinya panduan dan standar pengembangan pada setiap kawasan pembangunan.

b) Sasaran Pembangunan Industri Kepariwisata

Masuknya investasi, khususnya investasi kepariwisataan yang akan berimplikasi kepada peningkatan industri kepariwisataan pada suatu daerah yang diharapkan akan mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah serta perluasan lapangan kerja. Industri kepariwisataan merupakan salah satu aspek dalam peningkatan kinerja kepariwisataan pada suatu destinasi pariwisata. Pada sektor kepariwisataan, sasaran pembangunan industri di Kota Ternate adalah: Terwujudnya iklim usaha dan investasi melalui pengembangan mekanisme usaha terkait pariwisata yang kondusif bagi investor; Terciptanya usaha-usaha kepariwisataan yang menerapkan standar-standar pelayanan yang memiliki nilai kompetitif; meningkatkan peran serta kewirausahaan masyarakat pada pengembangan usaha kecil menengah di bidang pariwisata; Terwujudnya masyarakat Kota Ternate yang kreatif, berbudaya dan berdaya saing sehingga mampu mengembangkan potensi ekonomi dan budaya yang dimiliki sebagai sumber daya dalam pembangunan pariwisata; Terbentuknya wadah dan jaringan ekonomi kreatif dalam memanfaatkan sumber daya kreatifitas lokal yang berkelanjutan dan mandiri.

c) Sasaran Pengembangan Pasar dan Pemasaran

Sebagai salah satu aspek yang menentukan keberhasilan pembangunan dan pengembangan kepariwisataan suatu destinasi pariwisata, sasaran pengembangan pasar dan pemasaran meliputi:

Terbentuknya citra kepariwisataan Kota Ternate yang kuat dengan keunikan dan muatan lokalnya; Meningkatnya jumlah, penyebaran, dan kualitas wisatawan di seluruh kawasan di Kota Ternate melalui pemasaran yang terpadu dan tepat sasaran; Tersedianya informasi kepariwisataan yang berkualitas untuk mendukung pengambilan keputusan pembangunan dan pelayanan kepada wisatawan; Terjalinnnya kualitas kerjasama pemasaran pariwisata pada skala regional nasional dan internasional.

d) Sasaran Pengembangan Kelembagaan

Kelembagaan juga merupakan salah satu aspek yang menentukan keberhasilan pembangunan dan pengembangan kepariwisataan yang meliputi: Terbangunnya kesamaan visi, pola tindak dan peran aktif yang berkesinambungan diantara seluruh stakeholders dalam pengembangan kepariwisataan di Kota Ternate; Terciptanya organisasi pengelola kepariwisataan yang akuntabel yang berorientasi pada pengembangan kepariwisataan di Kota Ternate yang bertanggung jawab dan berwawasan global; Terciptanya SDM Pariwisata yang memiliki kompeten, profesional, kreatif dan inovatif pada bidang kepariwisataan; Meningkatnya pemahaman masyarakat terhadap kegiatan kepariwisataan.

B. KEBIJAKAN PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN DAERAH KOTA TERNATE

Kebijakan pembangunan kepariwisataan adalah arahan pembangunan yang dirumuskan dan ditetapkan untuk mencapai tujuan pembangunan kepariwisataan daerah, mencakup aspek pengembangan destinasi, industri, pemasaran, dan kelembagaan. Kebijakan pengembangan kepariwisataan merupakan pendekatan dari konsep yang dirumuskan yang akan dijadikan acuan dalam pengembangan kepariwisataan daerah.

Kebijakan pembangunan kepariwisataan daerah memiliki fungsi sebagai dasar dalam perumusan strategi pengembangan kepariwisataan daerah,

memberikan arah bagi perumusan rencana pengembangan kepariwisataan daerah, memberikan arah bagi perumusan strategi dan program pengembangan industri, pemasaran, dan kelembagaan kepariwisataan, serta sebagai dasar dalam perumusan perangkat pemantauan dan pengendalian kepariwisataan daerah.

Tahapan yang sangat penting dalam Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Ternate adalah perumusan arah kebijakan, strategi dan indikasi program berdasarkan kepada visi, misi, tujuan dan sasaran, maka pada tahap ini, kegiatan yang akan diselenggarakan disusun dalam format yang terstruktur dengan kerangka pentahapan pelaksanaannya, serta identifikasi stakeholders atau pemangku kepentingan yang terkait didalam pelaksanaan kegiatan tersebut. arah kebijakan, strategi dan indikasi program dalam RIPARDA Kota Ternate akan dibagi menjadi 4 (empat), antara lain:

- 1) Destinasi Pariwisata;
- 2) Pemasaran Pariwisata;
- 3) Industri Pariwisata, dan
- 4) Kelembagaan Kepariwisata.

Keberhasilan pembangunan suatu destinasi pariwisata sangat dipengaruhi oleh:

- a) The organization and its resources. Yaitu keberhasilan yang dilihat dari pengalaman pengelola dalam mengelola dan mengembangkan atraksi wisata. Selain itu terlihat pula aspek financial yang berfungsi untuk menjaga standar dari fasilitas maupun pelayanan.
- b) The Product, merupakan keberhasilan yang bisa ditunjang dengan pendekatan dan ide-ide baru, lokasi, keberagaman di atraksi wisata tersebut, lingkungan yang berkualitas, fasilitas penunjang serta value of money.
- c) The market, keberhasilan suatu atraksi wisata didasarkan atas

growth market dan consumer behaviour trends pada wisatawan yang mengunjungi objek atau kawasan wisata tertentu.

- d) The management of the attraction, keberhasilan yang ditunjang karena keberadaan manajemen yang baik dan professional.

Berdasarkan konsep tersebut diatas, maka strategi pembangunan kepariwisataan daerah adalah rumusan pilihan cara atau langkah-langkah untuk mencapai tujuan pembangunan kepariwisataan daerah. Strategi pembangunan kepariwisataan daerah merupakan skenario pembangunan kepariwisataan yang bersifat multidimensi dan lintas sektor.

Strategi pembangunan kepariwisataan daerah memiliki fungsi sebagai dasar dalam perumusan rencana dan program pembangunan destinasi pariwisata daerah, memberikan arah dalam perumusan strategi dan program pembangunan aspek industri pariwisata, pemasaran, dan kelembagaan kepariwisataan sebagai satu kesatuan yang saling terkait, serta sebagai acuan dalam pembangunan perangkat pemantauan implementasi RIPARDA untuk aspek destinasi pariwisata. Strategi utama pengembangan kepariwisataan di Kota Ternate yang disesuaikan dengan visi pengembangan kepariwisataan adalah:

Strategi Umum dalam Pembangunan Pariwisata di Kota Ternate diantaranya:

- 1) Penentuan Destinasi Pariwisata yang di dalamnya terdapat Kawasan Pembangunan Pariwisata dan Kawasan Strategis Pariwisata, berserta Daya Tarik Wisata Daerah.
- 2) Perencanaan pembangunan Kawasan Pariwisata dan Kawasan Strategis Pariwisata.
- 3) Penegakan Regulasi Pembangunan Kawasan Pariwisata dan Kawasan Strategis Pariwisata. Monitoring dan pengawasan oleh Pemerintah Daerah terhadap penerapan Rencana Detail Kawasan

Pariwisata dan Kawasan Strategis Pariwisata.

- 4) Pengendalian Implementasi Pembangunan Kawasan Pariwisata dan Kawasan Strategis Pariwisata. Meningkatkan koordinasi antara Pemerintah Daerah, pelaku usaha, dan masyarakat.

Sehingga arah kebijakan, strategi dan indikasi program dalam pembangunan kepariwisataan Kota Ternate adalah sebagai berikut:

a. Kebijakan Pengembangan Destinasi Wisata

Dari hasil pemetaan kawasan menurut RIPPARNAS di sesuaikan dengan analisis Destinasi Pembangunan Pariwisata Kota Ternate menghasilkan beberapa kawasan pariwisata yang tersebar di seluruh wilayah Kota Ternate.

Secara lebih jelas kriteria dalam penentuan kawasan pembangunan pariwisata Daerah berdasarkan PP No. 50 Tahun 2011 Tentang RIPPARNAS, sebagai berikut:

- a) Merupakan kawasan geografis dengan cakupan wilayah kabupaten/kota dan/atau lintas kabupaten/kota yang di dalamnya terdapat Daya Tarik Wisata daerah;
- b) Memiliki Daya Tarik Wisata yang berkualitas dan dikenal secara luas secara regional dan/atau nasional dan/atau internasional, serta membentuk jejaring produk wisata dalam bentuk pola pemaketan produk dan pola kunjungan wisatawan;
- c) Memiliki kesesuaian tema Daya Tarik Wisata yang mendukung penguatan daya saing;
- d) Memiliki dukungan jejaring aksesibilitas dan infrastruktur yang mendukung pergerakan wisatawan dan kegiatan Kepariwisataan; dan
- e) Memiliki keterpaduan dengan rencana sektor terkait.

Kawasan strategis ditetapkan dengan kriteria, sebagai berikut:

- a) Memiliki fungsi utama pariwisata atau potensi pengembangan

- pariwisata;
- b) Memiliki sumber daya pariwisata potensial untuk menjadi daya tarik wisata unggulan dan memiliki citra yang sudah dikenal secara luas;
 - c) Memiliki potensi pasar, baik skala regional maupun nasional dan khususnya internasional;
 - d) Memiliki posisi dan peran potensial sebagai penggerak investasi;
 - e) Memiliki lokasi strategi yang berperan menjaga persatuan dan keutuhan wilayah;
 - f) Memiliki fungsi dan peran strategis dalam menjaga fungsi dan daya dukung lingkungan hidup;
 - g) Memiliki fungsi dan peran strategis dalam usaha pelestarian dan pemanfaatan aset budaya;
 - h) Memiliki kesiapan dan dukungan masyarakat;
 - i) Memiliki kekhususan dari wilayah;
 - j) Berada di wilayah tujuan kunjungan pasar wisatawan utama dan pasar wisatawan potensial daerah maupun nasional; dan
 - k) Memiliki potensi tren produk wisata masa depan.

Kebijakan pembangunan Destinasi Kota Ternate adalah sebagai berikut:

- a) Menetapkan Destinasi Pariwisata Daerah, Kawasan Pariwisata Daerah dan mensinergikan pengembangan daya tarik wisata dengan rencana pengembangan aksesibilitas.
- b) Membangun dan meningkatkan kondisi sarana dan prasarana wisata.
- c) Meningkatkan kualitas dan kuantitas kunjungan wisata, dan upaya-upaya pemasaran pariwisata daerah
- d) Mengembangkan lingkungan destinasi pariwisata yang berkualitas (healthy, safety, environment & security).
- e) Meningkatkan upaya-upaya konservasi dan pelestarian

sumberdaya alam, budaya, dan binaan.

- f) Meningkatkan pengawasan terhadap spontanitas pertumbuhan pariwisata.

b. Kebijakan Pengembangan Pasar dan Pemasaran

Dalam pencapaian sasaran pengembangan pasar dan pemasaran pariwisata Kota Ternate, kebijakan yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

- a) Memantapkan sinergitas antar pelaku kepariwisataan di Kota Ternate
- b) Mengembangkan fokus pasar dan pemasaran pariwisata Kota Ternate.
- c) Memantapkan skala prioritas penanganan pasar dan pemasaran pariwisata.
- d) Meningkatkan intensitas pemasaran dalam dan luar negeri.
- e) Memantapkan dan mensinergikan pemasaran internal.
- f) Memantapkan prioritas bentuk dan jejaring kerjasama pemasaran pariwisata pada skala regional, nasional dan internasional.
- g) Mewujudkan perilaku stakeholders kepariwisataan yang berorientasi pada pasar (market orientation).
- h) Mengembangkan sistem informasi pariwisata melalui kerjasama stakeholders kepariwisataan.
- i) Mengelola sistem informasi pariwisata yang komprehensif dan *up to date*.

c. Kebijakan Industri Kepariwisata

Kebijakan industri kepariwisataan Kota Ternate adalah sebagai berikut:

- a) Penciptaan iklim investasi kepariwisataan yang sehat melalui penetapan kebijakan yang mendukung aktivitas investasi serta pembangunan masyarakat.

- b) Peningkatan informasi dan kerjasama investasi dalam meningkatkan arus investasi kepariwisataan.
- c) Penciptaan daya saing industri kepariwisataan, sehingga mampu bersaing pada tingkat regional maupun nasional.
- d) Meningkatkan kemampuan keterampilan sentra-sentra usaha kepariwisataan serta pengelolaan usaha.

d. Kebijakan Pengembangan Kelembagaan

Kebijakan pengembangan kelembagaan terkait pengembangan pariwisata Kota Ternate adalah sebagai berikut:

- a) Membangun system dan jaringan komunikasi diantara seluruh stakeholders di dalam melaksanakan pembangunan pariwisata.
- b) Menciptakan kerangka kerjasama dan program-program kerjasama antar stakeholders di dalam dan di luar negeri yang dapat menunjang pembangunan pariwisata.
- c) Menciptakan ruang dan kesempatan bagi berbagai stakeholders untuk berpartisipasi secara aktif di dalam pengembangan, pengusahaan, dan pengelolaan kawasan.
- d) Membangun organisasi pengelolaan pariwisata di kawasan dengan melibatkan stakeholders yang terkait dan menggunakan prinsip *good corporate governance* dan mengembangkan system pelayanan yang terpadu dan terintegrasi.
- e) Membangun sistem dan prosedur pelayanan pendukung pariwisata.

C. STRATEGI PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN KOTA TERNATE

Strategi pembangunan kepariwisataan daerah adalah rumusan pilihan cara atau langkah-langkah untuk mencapai tujuan pembangunan kepariwisataan daerah. Strategi pembangunan kepariwisataan daerah

merupakan skenario pembangunan kepariwisataan yang bersifat multidimensi, multidisiplin dan multisektoral.

Strategi pembangunan kepariwisataan daerah memiliki fungsi sebagai dasar dalam perumusan rencana dan program pembangunan destinasi pariwisata daerah, memberikan arah dalam perumusan strategi dan program pembangunan aspek destinasi pariwisata, industri pariwisata, pasar dan pemasaran, dan kelembagaan kepariwisataan sebagai satu kesatuan yang saling terkait, serta sebagai acuan dalam pembangunan perangkat pemantauan implementasi RIPARDA untuk aspek destinasi pariwisata. Implikasi terhadap identitas dan penempatan destinasi pariwisata diatas adalah:

- 1) Pemanfaatan potensi kekuatan sumber daya kepariwisataan dalam mengembangkan kawasan-kawasan kepariwisataan serta keragaman etnis masyarakat di Kota Ternate.
- 2) Pengembangan kapasitas lokal secara konsisten dalam mengembangkan aktivitas ekonomi kepariwisataan.
- 3) Pengemasan aktivitas wisata yang saling mendukung (bersinergi) antara wisata alam, budaya dan buatan.pada kawasan-kawasan strategis yang telah ditetapkan.
- 4) Pengendalian pertumbuhan sarana-sarana wisata sesuai fungsi dan peruntukkan tata guna lahan dengan mempertahankan kelestarian dan daya dukung lingkungan (alam, sosial dan ekonomi).
- 5) Pengembangan sistem dan pola dasar pembinaan SDM pariwisata.
- 6) Memperkuat kebijakan dan fasilitasi untuk mendorong pengembangan usaha dan investasi pariwisata.
- 7) Membangun tata aturan, mekanisme, dan wadah kerjasama antar pemangku kepentingan.
- 8) Menyelaraskan kecenderungan pasar dan pengembangan pariwisata terhadap penempatan pariwisata di Kota Ternate.

- 9) Mengembangkan dan meningkatkan sistem transportasi secara terintegrasi yang menghubungkan antar kawasan pengembangan pariwisata dan wilayah sekitarnya yang bersifat multi moda.
- 10) Meningkatkan dan mengembangkan kualitas SAPTA PESONA: “aman – tertib – bersih – sehat – indah – ramah – kenangan” pada setiap unsur kepariwisataan.

Mengacu kepada strategi utama tersebut diatas, maka strategi pembangunan dan pengembangan kepariwisataan di Kota Ternate yang sesuai dengan UU No 10 tahun 2009 dapat dijelaskan pada bagian penulisan selanjutnya.

D. STRATEGI PEMBANGUNAN DESTINASI PARIWISATA

Strategi pengembangan destinasi wisata Kota Ternate diarahkan dalam mekanisme pengembangan yang sistematis, bertahap dan mengacu pada prinsip pengembangan pariwisata yang bertanggung jawab yang dilakukan secara terpadu dan berkelanjutan. Strategi dalam pembangunan destinasi wisata daerah adalah:

1. Pengendalian dan Perlindungan Sumber Daya Wisata.

Merupakan strategi yang diarahkan sebagai upaya mencapai pembangunan Pariwisata di Kota Ternate yang berkelanjutan serta membantu stakeholders pariwisata dalam meningkatkan kinerja lingkungan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mewujudkan strategi tersebut adalah dengan menerapkan *codes of conduct* dalam pelaksanaan pembangunan pariwisata. *Codes of Conduct* digunakan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan alam, budaya dan binaan dengan membatasi ruang gerak yang ada, baik untuk wisatawan, usaha pariwisata, pemerintah, maupun masyarakat lokal.

Hal-hal yang diatur meliputi komitmen dan tanggung jawab dalam pemanfaatan lingkungan, mempertimbangkan aspek lingkungan dalam perencanaan dan pengembangan usaha pariwisata, melakukan upaya-upaya pengelolaan unsur-unsur lingkungan dalam kegiatan operasional usaha pariwisata, serta kepedulian sosial. *Codes of conduct* akan mengatur tata krama dalam pengelolaan destinasi wisata Kota Ternate, dimana penyusunannya akan lebih baik jika dilakukan oleh wakil dari setiap unsur stakeholders yang akan mengelola, mengawasi dan mengendalikan pengembangan pariwisata di Kota Ternate melalui indikator-indikator pembangunan yang berkelanjutan.

2. Perwilayahan Destinasi Pariwisata.

Perwilayahan destinasi pariwisata adalah hasil perwilayahan pembangunan kepariwisataan yang diwujudkan dalam bentuk Destinasi Pariwisata Daerah, Kawasan Strategis Pariwisata Daerah dan Kawasan Pembangunan Pariwisata Daerah.

Rencana Pembangunan Kepariwisata Kota Ternate memiliki fungsi sebagai dasar dalam perumusan strategi pengembangan aspek-aspek khusus kepariwisataan daerah, yaitu destinasi pariwisata, industri pariwisata, pemasaran, dan kelembagaan kepariwisataan; serta memberikan arah dalam perumusan program pengembangan aspek-aspek tersebut di atas.

Rencana Pengembangan Kepariwisata Kota Ternate dirumuskan berdasarkan:

- a) Kebijakan dan strategis pengembangan kepariwisataan Kota Ternate.
- b) Kebutuhan pengembangan kepariwisataan untuk menjawab isu-isu strategis pengembangan kepariwisataan dan mencapai tujuan pembangunan kepariwisataan Kota Ternate.
- c) Daya dukung lingkungan fisik, sosial budaya, dan ekonomi

kepariwisataan Kota Ternate.

- d) Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Ternate dan yang terkait.

Perwilayahan destinasi pariwisata di Kota Ternate diantaranya:

- 1) Destinasi Pariwisata Daerah

Destinasi Pariwisata Daerah atau DPD merupakan kawasan geografis dengan cakupan wilayah Kabupaten/Kota dan/atau lintas Kabupaten/Kota yang di dalamnya terdapat kawasan-kawasan pengembangan pariwisata daerah, yang diantaranya merupakan KSPD atau Kawasan Strategis Pariwisata Daerah.

DPD memiliki Daya Tarik Wisata yang berkualitas dan dikenal secara luas secara provinsi, nasional dan internasional, serta membentuk jejaring produk wisata dalam bentuk pola pemaketan produk dan pola kunjungan wisatawan.

DPD memiliki kesesuaian tema Daya Tarik Wisata yang mendukung penguatan Daya Saing serta memiliki dukungan jejaring aksesibilitas dan infrastruktur yang mendukung pergerakan wisatawan dan kegiatan kepariwisataan dan memiliki keterpaduan dengan rencana sektor terkait.

Dari hasil pemetaan kawasan menurut RIPPARNAS di sesuaikan dengan analisis destinasi pembangunan pariwisata Kota Ternate menghasilkan beberapa kawasan pariwisata yang tersebar di seluruh wilayah Kota Ternate. Seperti telah dijelaskan bahwa konsep Pembangunan Pariwisata Kota Ternate adalah kawasan geografis yang berada dalam satu wilayah administratif.

- 2) Kawasan Strategis Pariwisata Daerah

Kawasan strategis pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting

dalam satu atau lebih aspek (Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata).

Kawasan strategis pengembangan pariwisata daerah ditetapkan berdasarkan kriteria-kriteria yang dikembangkan sesuai aspek-aspek yang tercantum dalam Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, dengan kriteria:

- a) Memiliki fungsi utama pariwisata atau potensi pengembangan pariwisata;
- b) Memiliki sumber daya pariwisata potensial untuk menjadi Daya Tarik Wisata unggulan dan memiliki citra yang sudah dikenal secara luas;
- c) Memiliki potensi pasar, baik skala Kabupaten/Kota secara khusus, Provinsi dan Nasional secara umum.
- d) Memiliki posisi dan peran potensial sebagai penggerak investasi;
- e) Memiliki lokasi strategis yang berperan menjaga persatuan dan keutuhan wilayah;
- f) Memiliki fungsi dan peran strategis dalam menjaga fungsi dan daya dukung lingkungan hidup;
- g) Memiliki fungsi dan peran strategis dalam usaha pelestarian dan pemanfaatan aset budaya, termasuk di dalamnya aspek sejarah dan kepurbakalaan;
- h) Memiliki kesiapan dan dukungan masyarakat;
- i) Memiliki kekhususan dari wilayah;
- j) Berada di wilayah tujuan kunjungan pasar wisatawan utama dan pasar wisatawan potensial dalam lingkup Kabupaten/Kota dan Nasional; dan
- k) Memiliki potensi kecenderungan produk wisata masa depan.

3) Kawasan Pembangunan Pariwisata Daerah

Kawasan Pembangunan Pariwisata Daerah atau yang disebut juga dengan KPPD adalah satu atau lebih daerah tujuan wisata yang terdapat pada Destinasi Pariwisata Daerah yang memiliki sumberdaya pariwisata potensial serta mempunyai pengaruh penting dalam perumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup dan daya saing daerah.

Kriteria penetapan Kawasan Pembangunan Pariwisata Daerah sebagaimana dimaksud dalam pengertian tersebut diatas ditetapkan sebagai berikut:

- a) Ketersediaan sumberdaya dan daya tarik wisata;
- b) Fasilitas pariwisata dan fasilitas umum;
- c) Aksesibilitas;
- d) Kesiapan dan Keterlibatan Masyarakat;
- e) Potensi Pasar; dan
- f) Posisi Strategis Pariwisata dalam Pembangunan Daerah.

Perwilayahan destinasi pariwisata di Kota Ternate di bagi menjadi delapan wilayah Destinasi Pariwisata, yang Kawasan Pembangunan Pariwisata Daerah (KPPD).

Arah kebijakan dan strategi perwilayahan destinasi pariwisata daerah Kota Ternate ditetapkan sebagai berikut:

- a) Perencanaan pembangunan Destinasi Pariwisata Daerah, Kawasan Strategis Pariwisata dan Kawasan Pembangunan Pariwisata Daerah;
- b) Penegakan regulasi pembangunan Destinasi Pariwisata Daerah, Kawasan Strategis Pariwisata dan Kawasan Pembangunan Pariwisata Daerah;
- c) Pengendalian dan Implementasi pembangunan Destinasi Pariwisata Daerah, Kawasan Strategis Pariwisata dan Kawasan

Pembangunan Pariwisata Daerah;

Strategi dalam perencanaan pembangunan Destinasi Pariwisata Daerah, Kawasan Strategis Pariwisata dan Kawasan Pembangunan Pariwisata Daerah sebagai berikut:

- a) Menyusun Rencana Induk dan Rencana Detail Pembangunan Destinasi Pariwisata Daerah, Kawasan Strategis Pariwisata dan Kawasan Pembangunan Pariwisata Daerah;
 - b) Menyusun Regulasi Tata Bangunan dan Tata Lingkungan Destinasi Pariwisata Daerah, Kawasan Strategis Pariwisata dan Kawasan Pembangunan Pariwisata Daerah;
3. Pemantapan Wisata Budaya, Kuliner dan Wisata Pendukung lainnya. Terdapat banyak potensi budaya di Kota Ternate yang dapat dijadikan daya tarik wisata budaya, yang tentunya akan menarik wisatawan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Ternate.
 4. Pemantapan kegiatan pengembangan produk wisata melalui pengemasan Paket Wisata, *Calendar of Event* dan Festival.
 - a. Paket Wisata

Merancang jenis-jenis paket wisata berdasarkan aktivitas-aktivitas wisata dalam kantong kawasan wisata yang dapat disinergikan yang dikeluarkan secara formal oleh pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Ternate sebagai bagian dari kegiatan pengembangan produk wisata. Perancangan paket wisata internal ini dapat dilakukan bekerjasama dengan pelaku terkait seperti LSM, Asosiasi Pariwisata dan Pihak swasta (Usaha Jasa Pariwisata).
 - b. *Calendar of Event* dan Festival

Merancang rangkaian kegiatan wisata per tahun (*calendar of event dan festival*) yang merangkum aktivitas wisata yang

bersifat intangible (*soft culture*) serta hasil kreatifitas masyarakat (kalangan muda) seperti event-event spesial, festival seni dan budaya, kegiatan kreatifitas masyarakat.

E. STRATEGI PEMBANGUNAN INDUSTRI PARIWISATA

Strategi pengembangan industri pariwisata adalah rumusan pilihan cara atau langkah-langkah yang ditetapkan untuk pengembangan industri pariwisata dalam mewujudkan rencana pengembangan kepariwisataan daerah.

Strategi pengembangan industri pariwisata daerah memiliki fungsi sebagai dasar dalam merumuskan program fasilitasi dan pengembangan industri pariwisata daerah, serta sebagai acuan dalam pengembangan perangkat pemantauan implementasi RIPPARDA untuk aspek industri pariwisata. Untuk itu, strategi pengembangan industri pariwisata Kota Ternate adalah:

1. Peningkatan daya saing usaha pariwisata Provinsi Kota Ternate melalui pengembangan produk pariwisata alam, buatan dan budaya yang unik dan sesuai dengan karakteristik Kawasan Pariwisata daerah
2. Peningkatan kualitas dan kuantitas pelayanan usaha pariwisata dan pendukungnya melalui penentuan standar produk dan pelayanan yang sesuai dengan klasifikasi usahanya.
3. Pengembangan prosedur penerapan standar kualitas pelayanan usaha pariwisata serta mekanisme pemantauan dan evaluasi terhadap penerapan standar.
4. Peningkatan pembinaan industri kecil dan menengah dalam pengembangan dan pemasaran produk pariwisata melalui program- program pendampingan usaha dan penciptaan peluang-peluang pengembangan usaha.
5. Pembangunan kemitraan yang berkinerja tinggi antar usaha pariwisata dengan pemerintah pusat, pemerintah daerah dan

masyarakat lokal.

6. Sinkronisasi arah kebijakan dan pengembangan usaha dan investasi pada sektor kepariwisataan:
 - a) Mengembangkan sistem administrasi dan pelayanan investasi satu atap bagi pengembangan usaha dan investasi di sektor pariwisata.
 - b) Membangun sistem informasi investasi yang *up to date* dan memiliki informasi yang komprehensif terhadap kondisi investasi di sektor pariwisata.
 - c) Meningkatkan koordinasi dan kerjasama antara lembaga – lembaga keuangan, pemerintah dan pengusaha (masyarakat) dalam peningkatan usaha kepariwisataan.
 - d) Mengembangkan usaha kreatif dan investasi di sektor pariwisata yang mampu memberikan efek berganda (*multiplier effect*) secara optimal terhadap perekonomian daerah dan masyarakat.
 - e) Mendorong berkembangnya jaringan kegiatan kepariwisataan antar kegiatan usaha yang ada di seluruh Kota Ternate maupun antar daerah /antar negara.

F. STRATEGI PEMBANGUNAN PASAR DAN PEMASARAN PARIWISATA

Strategi pengembangan pemasaran pariwisata adalah rumusan pilihan cara atau langkah-langkah yang ditetapkan untuk pengembangan pemasaran pariwisata dalam mewujudkan rencana pengembangan kepariwisataan daerah.

Strategi pengembangan pemasaran pariwisata daerah memiliki fungsi sebagai dasar dalam merumuskan program pengembangan pemasaran pariwisata daerah, serta sebagai acuan dalam pengembangan perangkat pemantauan implementasi RIPARDA untuk aspek pemasaran pariwisata.

1. Pengembangan Identitas dan Penempatan Destinasi Pariwisata

Identitas dan penempatan (*positioning*) merupakan identitas spesifik yang harus diinformasikan dan dikomunikasikan secara intensif kepada wisatawan maupun pelaku kepariwisataan di Kota Ternate. Arah slogan pada setiap pengembangan produk pariwisata di Kota Ternate adalah:

TERNATE KOTA REMPAH

Artinya: Pariwisata Kota Ternate memiliki persepsi bahwa Kota Ternate merupakan suatu destinasi yang memiliki keaslian sebagai daerah penghasil rempah dengan keragaman alam yang unik, memiliki kekayaan budaya dan sejarah yang merupakan daerah kesultanan sehingga dapat memberikan pengalaman lebih kepada wisatawan.

Identitas ini diharapkan dapat mendorong wisatawan untuk berkunjung dan menikmati seluruh daya tarik wisata di Kota Ternate

- a. Pemanfaatan dengan optimal potensi pasar pariwisata utama Kota Ternate.
- b. Pengembangan masyarakat Nusantara sebagai sumber utama pasar wisatawan nusantara bagi produk pariwisata Kota Ternate.
- c. Peningkatan pengetahuan dan pemahaman terhadap karakteristik dan preferensi pasar wisatawan yang berkembang saat ini maupun pasar potensial melalui penelitian pasar.
- d. Penyediaan informasi untuk mendorong wisatawan dalam menjaga kelestarian lingkungan, mendukung pemberdayaan masyarakat lokal, dan taat pada hukum dan aturan setempat.
- e. Pemanfaatan teknologi informasi bagi pemasaran pariwisata untuk menjaring wisatawan nusantara dan mancanegara.
- f. Pembangunan jejaring (*networking*) promosi bersama dengan destinasi lain di Indonesia dan dunia.
- g. Pengembangan program promosi melalui berbagai pilihan media dan aplikasi teknologi informasi yang sesuai dengan permintaan sasaran

pasar wisatawan sekaligus mempertimbangkan pelestarian lingkungan, serta bertanggung jawab kepada masyarakat lokal.

2. Pengembangan Identitas dan Penempatan Destinasi Pariwisata

Pasar sasaran (target market) yang tepat merupakan salah satu kunci dalam meningkatkan jumlah kunjungan ke suatu destinasi pariwisata.

a. Pasar Intern

Pariwisata sudah menjadi kebutuhan bagi seluruh masyarakat, artinya dalam pengembangan suatu destinasi pariwisata masyarakat yang berada di dalam wilayah tersebut dapat menjadi *trigger* maupun *supply side* yang paling dominan. Penduduk di Kota Ternate merupakan pemangku kepentingan dan sekaligus pasar sasaran pariwisata, dengan tipologi kunjungan yang berulang dan waktu kunjungan singkat. Salah satu pemicu aktivitas pariwisata pada masyarakat adalah disposable income dalam hal ini dapat ditandai oleh Kepadatan Penduduk Kota, Distribusi Pendapatan, Perkembangan Tingkat Kesejahteraan.

b. Pasar Wisatawan Nusantara

Wisatawan nusantara ditandai dengan adanya penerbangan dalam negeri, berdasarkan hasil kajian tahun 2009 oleh KEMENBUDPAR, diperkirakan pada tahun 2010 penumpang penerbangan dalam negeri mencapai 50 juta perjalanan. Berdasarkan *newsletter* pariwisata Indonesia, 2010 berdasarkan survey bahwa rata-rata penumpang terbang dalam setahun sebanyak 5 kali. Dalam perhitungan yang dikembangkan juga oleh Kementerian bahwa setiap pertumbuhan ekonomi 1% akan dapat menghasilkan 500.000 penumpang baru, dan apabila pertumbuhan ekonomi sampai dengan 5% akan berpotensi menambah jumlah penumpang sekitar 2.5 juta orang.

Penerbangan dalam negeri di Indonesia menempati ke tiga terbesar di tingkat asia pasifik setelah Cina dan India. Hal lain yang

mendorong peningkatan pergerakan wisatawan nusantara adalah peningkatan tabungan masyarakat. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh BPS dan Bank Indonesia 2010, tabungan masyarakat terbesar dimiliki oleh Provinsi DKI Jakarta, Jawa Timur dan Jawa Barat.

Selain dari pada tabungan masyarakat, hal lain yang mendukung aktivitas wisatawan nusantara adalah penerbangan domestik dari asal wisatawan nusantara ke Kota Ternate melalui Bandar Udara Babullah.

Saat ini terdapat beberapa penerbangan menuju Kota Ternate melalui bandar udara Babullah pada pasar-pasar utama wisatawan nusantara, yang dikaitkan dengan pasar sasaran berbasis wilayah adalah sebagai berikut:

- 1) Jakarta - Ternate dengan target pasar wisatawan berasal dari wilayah Jakarta, Banten dan Jawa Barat.
- 2) Makassar - Ternate dengan target pasar wisatawan yang berasal dari Sulawesi Selatan, Sulawesi Barat dan sekitarnya.
- 3) Surabaya - Ternate dengan target pasar wisatawan berasal dari wilayah Jawa Timur, Jawa Tengah, DIY dan sekitarnya.
- 4) Manado - Ternate dengan target pasar wisatawan berasal dari wilayah Sulawesi Utara, Gorontalo dan sekitarnya.

Pergerakan wisatawan nusantara secara dominan (70%) masih terfokus di Jawa Bali dan sebesar 60.4 % masih melakukan perjalanan short haul (100-500 km). Sejumlah karakteristik yang melekat pada wisatawan nusantara adalah:

- 1) Menyukai produk-produk impor yang identik dengan harga yang mahal;
- 2) Lebih tertarik pada aktivitas pencarian oleh-oleh/berbelanja dibandingkan dengan mempelajari destinasi wisata yang

- dikunjungi;
- 3) Dalam melakukan perjalanannya, dilakukan secara berkelompok;
 - 4) Pada segmen “*high class*” lebih menyukai pada belanja di luar negeri atau butik-butik terkenal.

Guna meningkatkan *awareness* kepariwisataan Kota Ternate pada segmen pasar wisatawan nusantara, maka hal-hal yang perlu dilakukan adalah:

- 1) Partisipasi pada *Event* dan Pameran Pariwisata Nasional *Event* dan pameran merupakan salah satu bentuk *Sales Promotion* yang memiliki peluang besar dalam meningkatkan kesadaran akan suatu produk dengan jumlah cakupan yang besar.
- 2) Melakukan komunikasi pemasaran secara langsung melalui sales promotion di daerah-daerah dengan tingkat tabungan masyarakat yang tinggi dan pada kelompok-kelompok sosial ataupun profesi pada daerah-daerah tersebut.

c. Pasar Wisatawan Mancanegara

Wisatawan mancanegara, saat ini dianggap sebagai salah satu indikator keberhasilan pengembangan kepariwisataan nasional. Kedatangan wisatawan mancanegara merupakan pemasukan devisa pada tingkat nasional maupun daerah. Berdasarkan hasil *Passenger Exit Survey 2011* didapatkan data bahwa asal wisatawan berasal dari Malaysia, Cina, Belanda, Denmark, Jerman, Rusia, Amerika Serikat dan Afrika Selatan.

Melihat kondisi geografis Kota Ternate maka pasar sasaran untuk wisatawan mancanegara pada 10 (Sepuluh) Tahun kedepan difokuskan kepada pasar ASEAN. Pertimbangan penetapan pasar ASEAN sebagai pasar utama adalah sebagai berikut:

- 1) Angka pertumbuhan ekonomi ASEAN diperkirakan antara

5,7% – 6,4% tahun kedpean, lebih tinggi daripada pertumbuhan dunia sebesar 4.5 % .

- 2) Pertumbuhan wisatawan ASEAN sebesar 11 % pada tahun 2010 (73 %) dengan 47 % melakukan perjalanan Intra ASEAN.
- 3) Berdasarkan hasil data pintu masuk (Kemenparekraf,2012) pada konteks wilayah ASEAN, dapat terlihat proposi wisatawan Singapura sebesar (53 %) dan wisatawan Malaysia sebesar (13,58%)

G. STRATEGI PEMBANGUNAN KELEMBAGAAN PARIWISATA

Strategi pengembangan kelembagaan kepariwisataan adalah rumusan pilihan cara atau langkah-langkah yang ditetapkan untuk pengembangan kelembagaan kepariwisataan dalam mewujudkan rencana pengembangan kepariwisataan daerah.

Strategi pengembangan kelembagaan kepariwisataan daerah memiliki fungsi sebagai dasar dalam merumuskan program pengembangan kelembagaan kepariwisataan daerah, serta sebagai acuan dalam pengembangan perangkat pemantauan implementasi RIPARDA untuk aspek kelembagaan kepariwisataan.

- 1) Menginisiasi pembentukan Organisasi Pengelola Kepariwisata di Kota Ternate, yang terbagi berdasarkan Kawasan Pariwisata Daerah;
- 2) Program Kemitraan dalam peningkatan strategi dan efektifitas promosi baik di dalam maupun di luar negeri;
- 3) Meningkatkan efektifitas kemitraan dan koordinasi antar pelaku pariwisata dan antara pelaku pariwisata dan pelaku ekonomi dan social lainnya terutama yang berkaitan dengan penyediaan fasilitas jasa, sarana dan prasarana yang mendukung pembangunan pariwisata;
- 4) Mensinergikan dan menyederhanakan regulasi, terutama yang berkaitan dengan pembangunan dan pengembangan pariwisata;
- 5) Peningkatan kompetensi SDM pariwisata melalui pelatihan dan

- pembinaan yang dilakukan pemerintah maupun industri pariwisata;
- 6) Peningkatan kualitas dan kuantitas lembaga pendidikan kepariwisataan untuk memenuhi kebutuhan SDM pariwisata yang berkualitas dan bertanggung jawab;
 - 7) Pengembangan mekanisme insentif dan disinsentif bagi SDM pariwisata dan industri pariwisata yang berperan besar dalam pengembangan pariwisata Kota Ternate;
 - 8) Penyederhanaan prosedur perizinan investasi lokal, nasional, maupun asing yang bersedia mendukung pengembangan kepariwisataan yang berwawasan lingkungan, pembangunan masyarakat, dan pelestarian budaya Kota Ternate;
 - 9) Pengembangan mekanisme insentif dan disinsentif bagi investor di bidang pariwisata yang berhasil mengembangkan kepariwisataan yang berwawasan lingkungan, mendorong pembangunan masyarakat, dan berkontribusi terhadap pelestarian budaya Kota Ternate; dan
 - 10) Pengembangan regulasi bagi pemantauan dan evaluasi kegiatan perencanaan dan pengelolaan kepariwisataan.

H. INDIKASI PROGRAM PEMBANGUNAN PARIWISATA

Dalam RIPARDA Kota Ternate, salah satu keluaran utama dari laporan ini ialah rencana, indikasi dan program-program yang akan menjadi acuan kegiatan kerja pihak-pihak terkait sebagaimana yang di jabarkan pada tabel-tabel berikut.

1. Destinasi Pariwisata

Tabel 5.1 Arah Kebijakan Kawasan Strategis Pembangunan Pariwisata dan Mensinergikan Pengembangan Daya Tarik Wisata dengan Rencana Pengembangan Aksesibilitas.

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
1	Menyusun Rencana Destinasi Pariwisata Daerah, Kawasan Strategis Pariwisata Daerah dan Kawasan Pembangunan Pariwisata Daerah	Penyusunan Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPARDA)											Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang kepariwisataan dan atau Perencanaan Pembangunan Daerah
		Penyusunan Masterplan Destinasi Pariwisata Daerah											
		Penyusunan Kawasan Strategis Pariwisata Daerah											
		Penyusunan Kawasan Pembangunan Pariwisata Daerah											
2	Menyusun Regulasi Tata Bangunan dan Tata Lingkungan Destinasi Pariwisata Daerah, KSPD dan KPPD	Penyusunan Rencana Tata Bangunan dan Tata Lingkungan DPD, KSPD dan KPPD											

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 5.2 Arah Kebijakan Penegakan Regulasi Pembangunan DPD, KSPD dan KPPD.

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
1	Monitoring dan pengawasan oleh Pemerintah Daerah terhadap Penerapan Rencan Induk Pembangunan Pariwisata	Penyusunan Tata Cara/Petunjuk Teknis Penetapan DPD, KSPD dan KPPD											Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang kepariwisataan dan atau
		Monitoring dan Evaluasi Pelaksanaan Masterplan DPD, KSPD dan KPPD											

Daerah, DPD, KSPD dan KPPD	Penyiapan rancangan peraturan tentang tata bangunan dan lingkungan pada daya Tarik wisata prioritas di KSPD dan KPPD																	
	Penetapan Perda Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Kota Ternate																	
	Penetapan Regulasi tentang Indikasi Program Pembangunan Pariwisata Daerah Kota Ternate																	
	Penetapan Regulasi tentang Tata Bangunan dan Tata Lingkungan pada daya Tarik wisata prioritas di KSPD dan KPPD																	

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 5.3 Arah Kebijakan Pengendalian Implementasi Pembangunan DPD, KSPD dan KPPD.

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab		
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
1	Meningkatkan Koordinasi antara Pemerintah Daerah, Pelaku Usaha dan Masyarakat	Sosialisasi dan publikasi peraturan daerah tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Kota Ternate													Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang kepariwisataan dan atau Perencanaan Pembangunan Daerah
		Pembentukan Forum Koordinasi Teknis Kepariwisata													

Tabel 5.5 Arah Kebijakan Pembangunan Daya Tarik Wisata untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk dalam menarik minat dan loyalitas segmen pasar yang ada.

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
1	Mengembangkan inovasi manajemen produk dan kapasitas daya Tarik wisata untuk mendorong akselerasi perkembangan DPD, KSPD dan KPPD	Penguatan Interpretasi dan inovasi produk dalam upaya meningkatkan kualitas daya, keunggulan kompetitif dan komparatif serta daya saing daya Tarik wisata alam, budaya dan khusus/buatan yang sedang berkembang											Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang kepariwisataan
		Pengembangan jejaring manajemen kunjungan terpadu dengan daya Tarik wisata terkait di sekitar lokasi dalam konteks regional, maupun nasional dan internasional.											
		Peningkatan kualitas dan kapasitas sarana dan prasarana dasar untuk meningkatkan kualitas kegiatan kepariwisataan di sekitar lokasi daya Tarik wisata.											

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 5.6 Arah Kebijakan Pemantapan Pembangunan Daya Tarik Wisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan segmen pasar yang lebih luas.

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab	
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
1	Mengembangkan diversifikasi atau keragaman daya Tarik wisata	Pengembangan rentang aktivitas wisata dalam berbagai skala (<i>hard-soft attraction</i>) pada manajemen atraksi daya Tarik wisata alam,												Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang

sebagai destinasi wisata baru/rintisan dan/atau kawasan pariwisata yang akan dikembangkan.	pariwisata													
	Fasilitasi jaringan telekomunikasi di Kawasan Pariwisata													
	Fasilitasi penyediaan dan pengembangan Pusat Informasi Pariwisata di Kawasan Pariwisata													
	Peningkatan kualitas penyediaan tempat penjualan cinderamata (<i>Souvenir Shop</i>)													

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 5.8 Arah Kebijakan Meningkatkan kualitas prasarana umum dan fasilitas pariwisata yang mendorong pertumbuhan daya saing kawasan pembangunan pariwisata daerah

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab	
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
1	Mengembangkan dan menerapkan berbagai skema kemitraan antara pemerintah daerah dan swasta (<i>public private partnership</i>)	Pengembangan skema regulasi untuk mengatur peran dan tanggung jawab antara pemerintah dan swasta dalam pengembangan prasarana umum, fasilitas umum, dan fasilitas pariwisata di Kawasan Pariwisata.												Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang prasarana wilayah dan sektor terkait lainnya
		Peningkatan koordinasi dan sinkronisasi antara pemerintah dan swasta dalam pelaksanaan kemitraan dalam pengembangan prasarana umum, fasilitas umum dan fasilitas pariwisata di Kawasan Pariwisata.												
2	Mengembangkan dan menerapkan berbagai skema kemandirian pengelolaan.	Pemberian kemandirian peran dan tanggung jawab kepada otoritas pengelola kawasan pariwisata yang sudah mapan dalam pengembangan												

	<p>prasarana umum, fasilitas umum dan fasilitas pariwisata.</p> <p>Pemberian peran dan tanggung jawab kepada pemerintah daerah secara otonom dalam pengelolaan pengembangan prasarana umum, fasilitas umum, dan fasilitas pariwisata pada kawasan pariwisata yang sudah berkembang</p>																
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 5.9 Arah Kebijakan Pengendalian Prasarana Umum, Fasilitas Umum dan Fasilitas Pariwisata bagi destinasi-destinasi pariwisata yang sudah melampaui ambang batas daya dukung

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab	
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
1	Menyusun regulasi perijinan untuk menjaga daya dukung lingkungan	Pengembangan skema pembatasan pembangunan prasarana umum, fasilitas umum, dan fasilitas pariwisata pada kawasan pariwisata dalam rangka menjaga keberlanjutan daya dukung												Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang prasarana wilayah dan lingkungan
		Koordinasi perijinan pembangunan prasarana umum, fasilitas umum dan fasilitas pariwisata pada kawasan pariwisata untuk menjaga keberlanjutan daya dukung suatu kawasan pariwisata.												
2	Mendorong penegakan peraturan perundang-undangan	Pengembangan skema insentif dan disinsentif dalam pembangunan prasarana umum, fasilitas umum dan fasilitas pariwisata pada												

		kawasan pariwisata.												
		Meningkatkan pengawasan pembangunan prasarana umum, fasilitas umum dan fasilitas pariwisata yang dapat berdampak negatif bagi lingkungan.												
		Peningkatan peran dan tanggung jawab swasta dalam pemeliharaan sarana umum, fasilitas umum, dan fasilitas pariwisata pada kawasan pariwisata												

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 5.10 Arah Kebijakan Pengembangan Moda Transportasi dalam mendukung Pembangunan Pariwisata

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab	
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
1	Mengembangkan sarana moda transportasi darat, laut, dan angkutan sungai yang menghubungkan antar Kawasan Pariwisata	Pengembangan angkutan wisata darat yang memenuhi standar keamanan dan kenyamanan bagi wisatawan												Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Perhubungan
		Mengembangkan moda transportasi yang hemat energi dan ramah lingkungan												
		Pengembangan angkutan wisata sungai antar kawasan pariwisata yang berdekatan dengan memenuhi Standar keamanan dan kenyamanan bagi wisatawan												
		Pengembangan kerjasama dengan perusahaan angkutan umum dan angkutan khusus milik swasta												

	dalam rangka mendukung aksesibilitas antar kawasan pariwisata daerah.																
	Pengembangan kerjasama dengan perusahaan angkutan umum dan angkutan khusus milik swasta dalam rangka peningkatan kualitas layanan bagi wisatawan																
	Penyusunan studi kebutuhan moda transportasi antar kawasan pariwisata daerah																

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 5.11 Arah Kebijakan Pengembangan Sarana Prasarana Transportasi dalam mendukung Pembangunan Pariwisata

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab	
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
1	Mengembangkan sarana moda transportasi darat, laut, dan angkutan sungai yang menghubungkan antar Kawasan Pariwisata	Peningkatan Kualitas Terminal Angkutan Umum												Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Perhubungan dan BUMD
		Peningkatan Kuantitas dan Kualitas Jalan												
		Peningkatan kualitas dan kuantitas <i>Tourism Signage</i>												
		Penambahan Armada Trasnportasi Pada Kawasan Strategis Pariwisata Daerah												
		Pembangunan Dermaga untuk Pengembangan wisata antar pulau												
		Pengembangan sarana dan prasarana transportasi untuk mendukung pengembangan wisata pantai												

		Peningkatan kapasitas Bandara Udara Sultan Babullah													
		Penyediaan kapal-kapal wisata untuk mendukung pengembangan wisata bahari khususnya di Kawasan Pesisir Ternate													

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 5.12 Arah Kebijakan Pengembangan Sistem Transportasi dalam mendukung Pembangunan Pariwisata

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab	
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
1	Mengembangkan sistem transportasi darat, laut dan sungai serta udara yang menghubungkan antar Kawasan Pariwisata Daerah	Penerapan Manajemen Kelalulintasan dalam pengaturan lalu lintas darat, udara dan sungai.												Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Perhubungan dan BUMD
		Mengembangkan sistem dan jejaring informasi transportasi darat, udara dan sungai.												
		Peningkatan jam operasi angkutan umum pada Kawasan Strategis Pariwisata Daerah												
		Peningkatan jam operasi angkutan umum pada Kawasan Strategis Pariwisata Daerah												
		Meningkatkan kualitas pelayanan, keamanan dan keselamatan jasa transportasi pariwisata												
		Penerapan manajemen lalulintas dalam pengaturan jalur penerbangan												

	Pengembangan kerjasama dengan berbagai maskapai internasional (global airliner)												
	Peningkatan pelayanan CIQP (<i>Custom, Immigration, Quarantine, Port</i>)												

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 5.13 Arah Kebijakan Peningkatan Kapasitas dan Peran Masyarakat dalam Pembangunan Bidang Kepariwisata

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab	
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
1	Menguatkan kelembagaan masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan	Peningkatan kapasitas organisasi masyarakat lokal dalam pembangunan kepariwisataan												Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Kepariwisata
		Peningkatan Intensitas Keterlibatan lembaga Masyarakat dalam Pembangunan Kepariwisata												
2	Mengembangkan keterlibatan masyarakat dalam pola <i>DMO (Destination Management Organization)</i> dalam pembangunan kepariwisataan	Pemetaan Potensi dan kebutuhan penguatan masyarakat lokal dalam pembangunan kepariwisataan												
		Perintisan pemberdayaan potensi dan kapasitas masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan												
		Pelatihan dan pendidikan tentang <i>DMO</i>												

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 5.14 Arah Kebijakan Peningkatan Usaha Ekonomi Masyarakat Bidang Kepariwisata

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
1	Meningkatkan kapasitas/skill serta produk layanan usaha ekonomi masyarakat di bidang pariwisata	Fasilitasi peningkatan kapasitas pengelolaan usaha wisata yang dikembangkan masyarakat lokal di sekitar kawasan pariwisata											Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Kepariwisata dan bidang Perindustrian, dan UMKM
		Fasilitasi pengembangan produk dan layanan usaha ekonomi yang dikembangkan masyarakat lokal di sekitar Kawasan Pariwisata											
		Fasilitasi pemberian modal usaha kecil menengah bagi usaha masyarakat di bidang pariwisata											
		Pendidikan dan pelatihan bagi masyarakat dalam pengembangan produk dan layanan usaha setempat											
2	Mengembangkan Regulasi yang berorientasi untuk mendorong perkembangan usaha ekonomi yang dikembangkan oleh masyarakat lokal	Peningkatan kapasitas organisasi masyarakat lokal dalam pengembangan usaha ekonomi masyarakat											
		Menyusun regulasi yang mendorong keterlibatan pihak swasta untuk mendukung pengembangan usaha ekonomi masyarakat melalui program <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>											

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 5.15 Arah Kebijakan Penguatan Kesadaran Wisata Masyarakat

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
1	Meningkatkan motivasi, kesempatan dan kemampuan masyarakat dalam mengenali dan mencintai tanah air	Mengembangkan kegiatan <i>study tour</i> pariwisata di kalangan usia sekolah.											Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Pendidikan
		Mengembangkan kurikulum lokal berbasis budaya dan sejarah daerah.											
		Mengembangkan minat baca tulis remaja usia sekolah akan sejarah, seni dan budaya.											
2	Meningkatkan pemahaman dukungan dan partisipasi masyarakat dalam mewujudkan sapta pesona bagi terciptanya iklim kondusif kepariwisataan setempat	Peningkatan sosialisasi sadar wisata pada masyarakat lokal											
		Pengembangan media <i>campaign</i> pada media massa lokal (cetak) dan elektronik serta media sosial tentang sadar wisata											
		Pembinaan dan penataan kawasan wisata dan komunitas masyarakat yang mencerminkan prinsip sadar wisata dan sapta pesona.											
		Revitalisasi kelompok sadar wisata dan lembaga masyarakat untuk mendukung pengembangan pariwisata.											
		Pemberian bantuan fasilitas sarana dan prasarana dalam rangka pengembangan masyarakat lokal di sekitar kawasan pariwisata.											

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

3. Peningkatan Investasi Pariwisata

Tabel 5.16 Arah Kebijakan Mendorong tumbuh dan berkembangnya investasi dibidang Pariwisata

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
1	Meningkatkan perbaikan jasa pelayanan perpajakan untuk investasi penanaman modal dalam negeri dan modal asing di sector pariwisata	Penetapan keringanan pajak dalam periode waktu tertentu bagi pengembangan investasi											Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Penanaman Modal dan Perpajakan Daerah
		Menurunkan tarif pajak daerah yang berpotensi menyebabkan kenaikan harga/jasa											
2	Mengusulkan adanya Kawasan Ekonomi Khusus Pariwisata	Penyusunan Studi Potensi KEK Pariwisata											
		Koordinasi dengan Pemerintah Pusat											
		Membangun kesamaan persepsi tentang KEK Pariwisata dengan seluruh unsur penyelenggara pemerintahan dan stakeholder di daerah											

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 5.17 Arah Kebijakan Peningkatan kemudahan investasi dibidang Pariwisata

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
1	Mengembangkan Deregulasi peraturan yang menghambat perizinan	Penyesuaian atau kemudahan urusan kontrak tenaga kerja											Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Kepariwisata dan sektor terkait
		Pengurangan jenis peraturan perizinan											

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 5.18 Arah Kebijakan Peningkatan Promosi investasi dibidang Pariwisata

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab	
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
1	Mengembangkan sistim informasi investasi di bidang pariwisata	Penyediaan informasi profil investasi daerah												Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Kepariwisata
2	Meningkatkan promosi investasi di bidang pariwisata di dalam dan di luar negeri	Penetapan pemberian kemudahan bagi investasi sektor pariwisata yang mendorong peningkatan kunjungan wisatawan dan lama tinggal												
		Pengembangan sekretariat bersama promosi investasi												
		Pengembangan berbagai marketing kit investasi												
		Promosi investasi sektor pariwisata melalui media cetak, elektronik dan internet (media sosial)												
		Penyediaan informasi mengenai perizinan yang diperlukan												
		Penetapan Negara-negara potensial sasaran promosi investasi pariwisata Daerah												
		Road Show Investasi sektor pariwisata ke negara-negara potensial												
3	Meningkatkan sinergi promosi penanaman modal di bidang pariwisata dengan sektor terkait	Peningkatan kerjasama lintas sektor terkait promosi investasi											Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Kepariwisata dan BKPM-PT	

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

4. Indikasi Program Pembangunan Pasar dan Pemasaran Pariwisata

Tabel 5.19 Arah Kebijakan Pemetaan, Analisis Peluang Pasar dan Perintisan Pemasaran ke Pasar Potensial

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab	
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
1	Melakukan analisis, penetapan dan pengembangan pasar potensial wisatawan nusantara dan mancanegara.	Pemetaan potensi pasar, pemetaan pola perjalanan dan preferensi produk, perencanaan pengembangan produk yang kompetitif untuk target pasar	●											Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Pariwisata
2	Merencanakan dan mengembangkan strategi bauran pemasaran untuk target pasar potensial berbasis prinsip pemasaran bertanggung jawab	Pengembangan strategis promosi (ATL = above the line dan BTL = below the line) untuk sasaran Pasar Potensial kawasan berbasis prinsip-prinsip responsible marketing.		●	●									
3	Melakukan perintisan pemasaran terpadu antar industri dan antar kawasan	Perintisan dan pengembangan kerjasama terpadu pemasaran antar kawasan dan stakeholder pariwisata terkait (<i>co-marketing</i> , dsb) yaitu dengan Badan Promosi, dengan asosiasi industri pariwisata		●	●	●	●							
		Pengembangan paket wisata minat khusus, heritage, budaya dan alam (bekerja sama dengan asosiasi industri pariwisata).		●	●									
		Pengembangan promosi terpadu untuk event pariwisata dan budaya		●	●									

	Melakukan perintisan pengembangan citra kawasan pariwisata melalui mengangkat kekuatan dan kekuatan produk yang dimiliki kawasan Daerah	Pengembangan branding kawasan pariwisata, dan penyusunan rencana tindak penjabaran branding dalam pengembangan produk dan program promosi.															
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 5.20 Arah Kebijakan Pemanjapan Segmen Pasar Wisatawan Massal (*Mass Market*) dan Pengembangan Segmen Ceruk Pasar (*Niche Market*) dalam Mengoptimalkan Pengembangan Destinasi Pariwisata dan Dinamika Pasar Global

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab	
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
1	Mengembangkan program pemasaran dan promosi untuk meningkatkan pertumbuhan segmen ceruk pasar.	Intensifikasi promosi produk-produk minat khusus <i>niche market workshop</i> dengan portal khusus di <i>website (specialized online portal)</i> .		●	●									Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Pariwisata
		Pengembangan pasar sasaran (<i>target market</i>) yang tepat bagi produk wisata minat khusus Indonesia berdasarkan pendekatan <i>variable segmentasi demografis, geografis, dan psikografis</i> .		●	●	●								
2	Mengembangkan promosi berbasis tema tertentu	Program pemasaran dan promosi berbasis tema tertentu melalui <i>community marketing</i> dan kampanye pemasaran secara terencana dan terpadu dengan pengembangan produk sesuai tema.			●	●	●							

		<p>Program pemasaran dan promosi bertema khusus untuk mendatangkan wisatawan massal (misalnya: <i>theme park/recreation park</i>).</p>																		
		<p>Pengembangan bahan promosi secara tematik.</p>																		
3	Akselerasi pergerakan wisatawan	<p>Penciptaan program pemasaran dan promosi produk terpadu meliputi: penciptaan skema-skema promosi silang di sepanjang mata rantai industri pariwisata dan yang terkait.</p>																		
		<p>Intensifikasi program promosi dan pemasaran berbasis komunitas (community marketing), melalui:</p> <p>Promosi wisata pada media khusus komunitas tertentu (tagihan kartu kredit, majalah hobi, buletin organisasi, dll).</p> <p>Pemanfaatan pertemuan/ <i>event</i> komunitas tertentu sebagai media promosi (pertemuan keluarga, komunitas hobi, dll).</p>																		
		<p>Intensifikasi pemasaran pada segmen remaja dalam rangka meningkatkan rasa cinta tanah air, melalui: Penyebaran informasi di institusi pendidikan (sekolah, perguruan tinggi, lembaga bimbingan belajar, dll).</p> <p>Pengembangan insentif dan kerjasama antar pelaku industri pariwisata dengan institusi pendidikan.</p>																		

		dan Budaya, serta minat khusus.																
		Pengembangan program pemasaran dan promosi yang bermuara pada <i>brand image</i> yang telah ditetapkan secara konsisten dan berkelanjutan.	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
		Pengembangan sosial media sebagai media komunikasi utama dalam menyebarluaskan <i>brand image</i> daerah.	●	●														
	Mengembangkan program perlindungan hak-hak konsumen	Penetapan Sistem <i>Ticketing</i> (penetapan harga maksimal harga tiket, parkir) dalam rangka melindungi hak-hak wisatawan.					●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Meningkatkan kehadiran media dan dalam rangka meningkatkan citra positif pariwisata	Menjaring Komunitas media sosial yang kreatif dan berkemampuan diplomasi budaya.	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
		Optimalisasi pemanfaatan media komunikasi pemasaran yang meliputi media <i>on-line</i> dan <i>off-line</i> dalam tiga arah yaitu <i>social, mobile, dan experiential</i> .			●	●	●											
		<i>Updating</i> Informasi website pariwisata.	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
		Pengembangan Sistem Informasi Pariwisata.		●	●													
		Pengembangan <i>linkage</i> jaringan <i>e-marketing</i> pariwisata.				●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
		Pengembangan promosi produk-produk wisata minat khusus melalui <i>online portals</i> .	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Pariwisata dan bidang IT

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 5.22 Arah Kebijakan Peningkatan Peran Media Komunikasi Pemasaran Dalam Memasarkan Dan Mempromosikan Wisata

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab		
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
	Mengoptimalkan pemanfaatan media komunikasi pemasaran, baik media cetak maupun media elektronik	Intensifikasi promosi paket-paket wisata melalui brosur-brosur, majalah, surat kabar, dll yang populer dibaca masyarakat Indonesia (misalnya majalah gaya hidup untuk masyarakat perkotaan) dalam bentuk advertorial.	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Pariwisata	
		Intensifikasi promosi wisata melalui program acara televisi dan radio, baik lokal, nasional, dan internasional.	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●		●
		Pendistribusian Kit Promosi dalam bentuk CD, DVD kepada segenap pelaku usaha, dan pemerintah daerah yang diperkirakan memiliki keterkaitan pasar.	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●		●
	Mengembangkan E-Marketing	Pengembangan pemasaran dan promosi wisata melalui website pariwisata misalnya mengenalkan destinasi-destinasi domestik atau daya tarik wisata minat khusus yang sesuai untuk segmen wisatawan nusantara dan mancanegara.	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●		
		Mengoptimalkan penggunaan sosial media marketing (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, dll) sebagai media komunikasi pemasaran untuk segala segmen dan beragam jenis program promosi	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●		●

Tabel 5.23 Arah Kebijakan Pengembangan Kemitraan Pemasaran yang Terpadu, Sinergis, Berkesinambungan dan Berkelanjutan

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab			
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5				
1	Mengembangkan keterpaduan sinergis promosi antar pemangku kepentingan pariwisata daerah	Koordinasi, integrasi dan sinkronisasi program pemasaran dengan upaya peningkatan ekspor dan pengembangan investasi.		●	●									Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Pariwisata		
		Penguatan promosi bermitra (<i>co-marketing</i>) dengan pelaku usaha pariwisata.		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●			
		Pengembangan fasilitas penjualan secara langsung (<i>e-commerce</i>) kepada wisatawan untuk dapat membeli paket wisata secara langsung.			●	●	●									
		Pengembangan kemitraan pemasaran dengan organisasi pengembangan destinasi.														
2	Mengembangkan strategi pemasaran berbasis pada pemasaran yang bertanggung jawab, yang menekankan tanggung jawab terhadap masyarakat, sumber daya lingkungan dan wisatawan	Pengembangan Norma, Standar, Prosedur dan Kriteria (NSPK) serta implementasi Pemasaran pariwisata yang bertanggung jawab.	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Pariwisata		
		Pengembangan konten bahan promosi pariwisata yang menempatkan masyarakat lokal sebagai tuan rumah (<i>host</i>) dan penerima manfaat.	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●		●	
		Peningkatan penggunaan media promosi pariwisata yang ramah lingkungan (<i>paperless and recyclable material</i>).	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●		●	

		<p>Pengembangan misi pendidikan melalui berbagai bentuk media kepada wisatawan, masyarakat, dan seluruh pemangku kepentingan (<i>stakeholders</i>), seperti pengembangan panduan <i>does and don'ts</i>, <i>interpretation kit</i>, dan film iklan <i>responsible tourism behavior</i>.</p>		
		<p>Melatih dan mendidik anak usia sekolah untuk mencintai lingkungannya dengan memberikan mata pelajaran lingkungan di sekolah-sekolah (SD, SMP dan SMA/ sederajat) melalui kegiatan ekstrakurikuler atau muatan lokal (MULOK)</p>		<p>Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Pendidikan dan Lingkungan Hidup</p>
		<p>Pengembangan pola-pola insentif dan penghargaan (<i>reward</i>) untuk upaya pemasaran yang bertanggungjawab kepada pelaku usaha pariwisata.</p>		<p>Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Pariwisata</p>
		<p>Pengembangan pola-pola sanksi (<i>punishment</i>) untuk pelanggaran terhadap prinsip-prinsip pemasaran yang bertanggungjawab.</p>		
3	Memfasilitasi pembentukan organisasi pengembangan destinasi	<p>Fasilitasi pembentukan organisasi pengembangan destinasi.</p>		
		<p>Pengembangan skema kerjasama pemasaran, promosi, dan peningkatan investasi dengan organisasi pengembangan destinasi.</p>		

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 5.24 Arah Kebijakan Penciptaan iklim investasi kepariwisataan yang sehat melalui penetapan kebijakan yang mendukung aktivitas investasi serta pembangunan masyarakat

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab		
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
1	Mengembangkan keterpaduan sinergis promosi antar pemangku kepentingan pariwisata daerah	Peningkatan daya saing usaha pariwisata Daerah Kota Ternate melalui pengembangan produk pariwisata minat khusus alam (wisata pantai dan danau)	●	●	●	●	●							Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Pariwisata	
		Peningkatan standarisasi seluruh usaha pariwisata pada level nasional dan bertahap hingga level internasional.		●	●	●	●	●	●	●					
		Peningkatan kemampuan <i>managerial</i> dalam pengelolaan usaha pariwisata berdaya saing.		●	●	●									
		Peningkatan kualitas dan kuantitas pelayanan usaha pariwisata dan pendukungnya melalui penentuan standar produk dan pelayanan yang sesuai dengan klasifikasi usahanya. Pengembangan prosedur penerapan standar kualitas pelayanan usaha pariwisata serta mekanisme pemantauan dan evaluasi terhadap penerapan standar.				●	●	●	●	●	●	●	●		●
		Pembangunan kemitraan yang berkinerja tinggi antar usaha pariwisata dengan pemerintah dan masyarakat lokal.			●	●	●								
		Pengembangan sistem informal <i>booking service</i> bebas biaya untuk semua produk/jasa				●	●	●	●	●	●	●	●		●

		pariwisata yang dijual (bekerjasama dengan Telkomnet).																	
2	Menciptakan iklim usaha yang kondusif	Penyediaan sistem penjaminan transaksi pembayaran lintas negara (dengan <i>Letter of Credit</i> dan <i>Bank Guarantee</i> untuk transaksi bisnis pariwisata).																	
		Peningkatan perlindungan usaha bagi industri lokal.																	
		Pengembangan sistem pendaftaran usaha pariwisata satu atap.																	
		Pengembangan sistem pendaftaran integratif untuk jenis usaha pariwisata yang meliputi multi-aktivitas dan multi-produk (contoh: perhotelan dll)																	

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 5.25 Arah Kebijakan Peningkatan informasi dan kerjasama investasi dalam meningkatkan arus investasi kepariwisataan

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab	
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
1	Meningkatkan sistem dan skema fasilitasi untuk usaha pariwisata	Pengembangan insentif perizinan untuk melindungi industri pariwisata lokal.												Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Pariwisata
		Fasilitasi komunikasi antara pemerintah, usaha pariwisata, dan masyarakat dengan menyelenggarakan forum koordinasi dan komunikasi secara reguler.												
		Pemberian insentif kepada industri pariwisata yang												

		menggunakan produk lokal dan produk UMKM.																			
		Pengembangan sistem <i>delivery</i> yang tepat antara industri kecil/pemasok dengan industri pariwisata.																			
		Pembinaan sistem anak angkat-bapak angkat antara industri besar dengan industri kecil/masyarakat sekitar.																			
		Pemberian fasilitas/ ruang display bagi para pengusaha kecil di bidang pariwisata untuk memamerkan produknya dan cendera mata khas daerah di hotel.																			
2	Meningkatkan sistem dan skema regulasi untuk usaha pariwisata	Peninjauan ulang prosedur dan persyaratan pemberian izin pada perusahaan asing agar tidak merugikan usaha pariwisata.																			
3	Meningkatkan penggunaan teknologi informasi dalam usaha-usaha di kawasan pariwisata	Pengembangan Pusat informasi digital di setiap kawasan wisata strategis																			
		Pengembangan Jaringan Kerjasama secara online antar kawasan pariwisata.																			
		Pengembangan Sistem Informasi Manajemen (SIM)																			

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 5.26 Arah Kebijakan Membangun organisasi pengelolaan pariwisata di kawasan dengan melibatkan stakeholders yang terkait dan menggunakan prinsip good corporate governance dan mengembangkan sistem pelayanan yang terpadu dan terintegrasi.

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
1	Mereposisi Urusan Pariwisata di lingkungan Pemerintah Daerah	Menginisiasi pembentukan Organisasi Pengelola Kepariwisata Kota Ternate		●	●								Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Pariwisata
		Peningkatan anggaran untuk pengembangan pariwisata.		●	●	●	●	●	●	●	●	●	
		Peninjauan kembali terhadap perkembangan pariwisata daerah.					●					●	
2	Pengembangan kerjasama antar stakeholder dalam pembangunan kepariwisataan	Membuat SOP (standar operasional) kegiatan pengembangan kepariwisataan		●					●			Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Pariwisata, instansi terkait, swasta dan masyarakat	
		Membuat dokumen kerjasama pengembangan dan pemasaran kepariwisataan antar stakeholder		●					●				
		Membuat dokumen kerjasama dan kemitraan pengembangan kepariwisataan		●					●				

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 5.27 Arah Kebijakan Membangun sistem dan jaringan komunikasi diantara seluruh stakeholders di dalam melaksanakan pembangunan pariwisata.

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
1	Merencanakan partisipatif koordinasi lintas sektor (merujuk	Revitalisasi ataupun pembentukan unit kerja yang berfungsi mengkoordinasikan dan		●	●	●							Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD)

		(CSR) untuk pembinaan organisasi masyarakat di bidang pariwisata (pokdarwis).												
--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 5.29 Arah Kebijakan Optimalisasi kemitraan usaha pariwisata antara pemerintah kabupaten, swasta dan masyarakat

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab	
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
1	Memperkuat sinkronisasi antara pemerintah Daerah Kota Ternate bersama provinsi, swasta, dan masyarakat.	Perencanaan partisipatif usaha pariwisata melalui skema kemitraan.			●	●	●	●	●	●	●	●	●	Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab dibidang Pariwisata
		Pembentukan forum-forum koordinasi usaha pariwisata seperti Dewan Pariwisata Daerah Kota Ternate.			●	●	●	●	●	●	●	●	●	
2	Memperbaiki pelayanan pemerintah kepada swasta dan masyarakat	Pengembangan pelayanan satu atap dalam perijinan.			●	●	●	●	●	●	●	●	●	
		Deregulasi dan debirokratisasi peraturan- peraturan terkait dengan kepariwisataan.			●	●	●	●	●	●	●	●	●	
		Pemanfaatan teknologi informasi dalam pelayanan publik, khususnya pariwisata.	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 5.30 Arah Kebijakan Optimalisasi dan akselerasi kompetensi SDM Pemerintah

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab	
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
1	Optimalisasi kapasitas SDM	Program <i>technical assistance (outsourcing</i>	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Satuan Kerja Perangkat

	Pariwisata	SDM).															Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Pariwisata
		Program magang (training program).		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
2	Memperkuat kualifikasi kompetensi SDM Pariwisata	Program pendidikan pengembangan pariwisata (perencanaan, implementasi, dan money).		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
		Pemetaan kebutuhan jabatan dalam bidang pendidikan atau juga dibidangkebudayaan maupun pariwisata				●	●								●	●	
		Pemetaan kebutuhan kualifikasi pejabat dan staff pada SKPD bidang pendidikan atau juga dibidangkebudayaan maupun pariwisata (teknis dan non teknis).				●	●							●	●		

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 5.31 Arah Kebijakan Akselerasi kualitas Institusi pendidikan kepariwisataan

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab			
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5				
1	Memperkuat institusi pendidikan pariwisata	Pengembangan sarana dan prasarana sekolah pariwisata jenjang sekolah menengah, diploma, S1 dan S2		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Pendidikan
		Pemutakhiran kurikulum untuk semua jenjang pendidikan pariwisata dengan standar internasional (<i>Common Asean Tourism Curriculum</i> , yang bisa mendapat pengakuan UNWTO).							●	●	●	●	●	●	●	
		Pemutakhiran kurikulum untuk profesi teknis/non gelar							●	●	●	●	●	●	●	

		(perhotelan, pemandu wisata dll) berstandarisasi.													
		Penyediaan sarana dan prasarana pendidikan kepariwisataan bertaraf internasional.													
		Remodifikasi kurikulum untuk penjenjangan profesi pariwisata (lisensi muda-madya-utama).													
2	Mengembangkan kerjasama antara institusi pendidikan dan industri pariwisata	Kolaborasi pemerintah dan industri pariwisata untuk program CO-OP mahasiswa (magang).													
		Kolaborasi pemerintah dan industri pariwisata dalam penyaluran lulusan.													
		Program <i>Apprenticeship</i> (Magang) di institusi pendidikan pariwisata dan perhotelan di luar negeri untuk tenaga pengajar.													
Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Pariwisata															

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

Tabel 5.32 Arah Kebijakan Optimalisasi Kuantitas SDM Industri Pariwisata

No	Strategi	Indikasi Program	5 tahun pertama (2023-2027)					5 tahun kedua (2028-2032)					Penanggung Jawab			
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5				
1	Perancangan jangka panjang kebutuhan SDM industri Pariwisata	Pendataan dan Inventarisasi SDM (jumlah, kualifikasi, Masa kerja, pengetahuan dan ketrampilan/pelatihan, bakat dan minat karyawan).														Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang Ketenagakerjaan
2	Pemetaan dan pengadaan SDM industri di tiap-tiap kawasan wisata.	Pemetaan proyeksi kebutuhan SDM industri di tiap-tiap kawasan pengembangan.														

		Perencanaan kebutuhan level dan karakter kompetensi SDM di tiap-tiap kawasan berdasar tema produk wisata.																			
		Pemetaan proyeksi dan perencanaan kebutuhan level dan karakter SDM pariwisata di kawasan.																			
3	Sertifikasi profesi di bidang kepariwisataan	Sertifikasi tenaga di bidang kepariwisataan.																			
		Akselerasi kemampuan tenaga di bidang kepariwisataan.																			
		Pengakuan sertifikasi yang telah diberikan oleh lembaga pendidikan lain (<i>Waive of Certification</i>).																			

(Sumber : Hasil Analisis, 2023)

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Pariwisata sebagai sektor yang secara terus menerus diupayakan pengembangannya agar dapat didayagunakan sebagai salah satu sektor andalan dalam kegiatan perekonomian daerah. Berkembangnya kegiatan pariwisata disuatu daerah akan memberikan pengaruh dan dorongan pembangunan sektor-sektor lainnya, khususnya dalam hal memperluas lapangan kerja dan peluang usaha. Menyadari bahwa sektor pariwisata merupakan salah satu sektor potensial yang mampu menjadi motor penggerak pembangunan daerah maka kegiatan pembangunan kepariwisataan merupakan salah satu prioritas yang mendapat perhatian dalam perencanaan pembangunan daerah Kota Ternate.

Untuk dapat mengoptimalkan potensi wisata di Kota Ternate, diperlukan perencanaan dan pengembangan pariwisata lebih lanjut secara holistik. Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPARDA) Kota Ternate merupakan langkah dalam menyelaraskan perkembangan kondisi lingkungan terkait keberlanjutan pembangunan pariwisata di Kota Ternate. Kerjasama dan sinergitas antar lembaga, instansi dan stakeholders dalam Kota Ternate merupakan kunci keberhasilan dalam Pengembangan sektor Pariwisata disuatu daerah, termasuk Kota Ternate.

Melalui penyusunan RIPARDA Kota Ternate diharapkan pembangunan dan pengelolaan kepariwisataan Kota Ternate akan dapat lebih terarah yang sesuai dengan prinsip pengembangan yang berorientasi pada perolehan ekonomi yang tinggi, pengembangan yang sesuai dengan kepentingan masyarakat lokal, serta pengembangan berwawasan lingkungan yang berkelanjutan.

B. SARAN

Berbagai perkembangan dan peristiwa dewasa ini membawa pengaruh besar pada perkembangan kepariwisataan, khususnya kepariwisataan dalam lingkup Kota Ternate. Banyak potensi dan sekaligus permasalahan serta isu baru yang muncul ke permukaan yang membutuhkan cara penanganan dengan pendekatan yang spesifik. Dinamika tersebut perlu diakomodasi ke dalam produk-produk rencana yang ada di daerah agar potensi, permasalahan serta isu-isu baru yang muncul dapat ditampung dan menjadi dasar dalam menyusun kebijakan serta program tindak lanjut. Oleh sebab itu, arah pembangunan kepariwisataan di Kota Ternate sebaiknya adalah pembangunan yang berkelanjutan dengan melibatkan setiap unsur dan sektor yang ada dalam tatanan daerah. Setiap unsur dan sektor harus bahu membahu secara sinergis untuk dapat mengupayakan model pembangunan kepariwisataan yang tepat sasaran dan sesuai dengan kultur dan kemampuan sumber daya yang dimiliki oleh Kota Ternate.

Kebijakan, Strategi, dan Program Pariwisata yang menjadi bagian akhir pada dokumen RIPARDA Kota Ternate ini harus dijalankan dengan baik oleh seluruh lembaga, instansi dan stakeholders di Kota Ternate.

Kebijakan, Strategi, dan Program Pariwisata kemudian harus diawasi serta di evaluasi oleh Pemerintah Kota Ternate dalam hal ini Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang bertanggung jawab di bidang kepariwisataan atau Perencanaan Pembangunan Daerah agar program kepariwisataan Kota Ternate dapat berjalan dengan baik dan terarah.