Available at https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/jpgu

JURNAL PENDIDIKAN GEOGRAFI UNPATTI

Volume 1 Nomor 1 April 2022 (38 – 46)

Kepuasan Pengunjung Terhadap Objek Wisata Pantai Wainitu Kota Ambon

Santy Daada[1], Mohammad Amin Lasaiba[1*]. Ferdinand Salomo Leuwol[1]

[1]Program Studi Pendidikan Geografi Jurusan IPS FKIP Unpatti Ambon

Article Info

Kata Kunci:
Kepuasan, Pengunjung, Pariwisata

ABSTRAK

Industri pariwisata memiliki potensi untuk menjadi andalan dalam upaya meningkatkan pendapatan devisa untuk pembangunan. Bertolak dari hal tersebut, penelitian ini mengkaji tentang kepuasan terhadap kondisi tempat wisata Pantai Wainitu di Kota Ambon yang dikaji secara kualitas. Sampel dalam penelitian ini diambil secara accidental sampling sebanyak 30 orang serta variabel penelitian menjabarkan indikator berupa kondisi fisik pantai, aksesibilitas, sarana dan prasarana serta layanan tambahan. Data diperoleh dari hasil observasi, wawancara, kuesioner dan dokumenter dan selanjutnya dianalisis secara deskriptif dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Hasil penelitian menunjukan bahwa tingkat kepuasan pengunjung hampir sebagian besar menyatakan kurang baik dan cukup baik. Hal dapat diketahui dari indikator kondisi fisik sekitar 26.67% kategori kurang baik dan 13.33% kategori cukup baik. Untuk sarana dan prasarana dan layanan tambahan sekitar 33.33% kategori kurang baik, dan 50.00% kategori cukup baik. Indikator aksesibilitas sekitar 73.33% kategori kurang baik, 23.33% kategori baik. Kondisi ini disebabkan kurang memadainya sarana dan prasarana serta aksesibilitas yang tidak baik.

Keywords:
Satisfaction, Visitors, Tourism

ABSTRACT

The tourism industry has the potential to become a mainstay to increase foreign exchange earnings for development. Starting from this, this study examines the satisfaction with the condition of Wainitu Beach tourist attractions in Ambon City which is reviewed in terms of quality. The sample in this study was taken by an accidental sampling of as many as 30 people and the research variables described indicators in the form of beach physical conditions, accessibility, facilities and infrastructure, and additional services. Data is obtained from observations, interviews, questionnaires, and documentaries and then analyzed descriptively by describing or describing the data that has been collected. The results showed that the level of visitor satisfaction almost stated that it was not good and quite good. It can be seen from the physical condition indicators about 26.67% are in the poor category, and 13.33% are in the relatively good category. For additional facilities and infrastructure and services, about 33.33% are in the poor category, and 50.00% are in the good enough category. Accessibility indicators are about 73.33% in the poor category, and 23.33% in the good category. This condition is caused by inadequate facilities and infrastructure as well as poor accessibility.

**Corresponding Author:*
Mohammad Amin Lasaiba
Program Studi Pendidikan Geografi Jurusan IPS FKIP Universitas Pattimurai Ambon
Lasaiba.dr@gmail.com

PENDAHULUAN

Dewasa ini, pariwisata memiliki dampak yang sangat besar bagi masyarakat, terutama dalam hal perekonomian dan kehidupan sosial suatu negara. Dalam 20 tahun terakhir, salah satu industri dengan pertumbuhan tercepat adalah pariwisata yang memiliki potensi uang sangat besar (Yuristiadhi & Sari, 2017). Pariwisata dianggap memiliki sifat yang multifaset dengan beberapa tahapan dalam proses pembangunannya serta tantangan sosial, budaya, ekonomi, dan politik terkait dengan pengembangan pariwisata (Musaddad et al., 2019).

Perluasan industri pariwisata dapat membantu mendukung dan memacu pertumbuhan ekonomi (Yakup, 2019). Berawal dari hal tersebut, pariwisata saat ini sedang mengalami masa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat, dengan *e-tourism* yang sedang berkembang (Heliany, 2019). Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata menargetkan industri pariwisata melampaui batubara, minyak dan gas bumi, serta kelapa sawit sebagai penghasil devisa terbesar keempat pada tahun 2020 (Daulay et al., 2020).

Menurut sensus UNWTO (*United Nations World Tourism Organization*) 1999, terdapat lebih dari 600 juta kunjungan wisatawan di seluruh dunia, dan jumlah itu terus meningkat (Rahmat & Undang, 2020). Industri pariwisata dipandang memiliki potensi untuk menjadi andalan dalam upaya meningkatkan pendapatan devisa untuk pembangunan, maka menjadi stimulus untuk pembangunan (Magfirat & Indra, 2018).

Pariwisata di Indonesia telah menetapkan tujuan untuk mendatangkan 10 juta pengunjung internasional pada tahun 2015, 12 juta pada tahun 2016, dan 15 juta pada tahun 2017, dengan harapan dapat mencapai target 20 juta pengunjung pada tahun 2019 (Edlina & Eriend, 2020).

Salah satu mikro target capaian strategis Kementerian Pariwisata 2015–2019 adalah meningkatkan jumlah pengunjung asing (Fadhil & Zaenuri, 2021). Kunjungan wisatawan ini meningkat menjadi 903 juta pada tahun 2007, dan diperkirakan hingga 1,602 miliar orang akan melakukan perjalanan untuk melihat berbagai tujuan wisata di seluruh dunia pada tahun 2020. Tentu, ini juga mempengaruhi bagaimana angka devisa diperoleh (Ramadhany & Ridlwan, 2018).

Tujuan yang telah ditetapkan dicapai dengan menggunakan berbagai strategi dan upaya. Salah satunya yaitu dalam mengelola pemasaran untuk perjalanan wisata. Kegiatan ini mencakup berbagai tugas, seperti mengidentifikasi kelompok wisatawan yang sudah tertarik untuk melakukan perjalanan di masa depan (*potential demand*) (Simanjuntak et al., 2017). Tujuan dari pemasaran pariwisata adalah untuk menarik lebih banyak wisatawan baik domestik maupun asing untuk datang, tinggal lebih lama, dan menghabiskan lebih banyak uang atau rupiah di lokasi wisata yang mereka kunjungi.

Upaya ini dilakukan oleh pemangku kepentingan pariwisata baik swasta maupun publik. Pemasaran pariwisata ini perlu dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan

(Swaradesy et al., 2021). Selain itu, mengkoordinasikan dan membentuk kebutuhan, tujuan, dan motivasi mereka serta sesuatu yang mereka sukai dan tidak sukai dalam skala lokal, regional, nasional, dan internasional (Wijaya, 2009).

Sebuah perjalanan yang direncanakan dari satu lokasi ke lokasi lain, baik itu sendirian atau dalam kelompok, dengan maksud untuk menemukan semacam kesenangan atau kepuasan disebut pariwisata (Umagapi & Ambarita, 2018). Perencanaan dan pengembangan pariwisata ke depan dapat difokuskan pada pengelolaan kawasan destinasi kreatif yang melibatkan pemangku kepentingan dan berkelanjutan serta berbasis masyarakat (Utama & Rai, 2013).

Cooper menyatakan bahwa destinasi pariwisata mengacu pada kerangka "4A"— atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan layanan tambahan (Suchaina, 2014). Akibatnya, objek dan tempat wisata yang sebelumnya tidak berkembang bisa tiba-tiba menjadi sangat disukai. Oleh karena itu, promosi pariwisata diperlukan agar pariwisata berkembang lebih terarah dan terorganisir (Persada, 2018). Dengan promosi yang tersebut, wisatawan dapat berbicara secara langsung dengan *guide* atau pramuwisata lokal bahkan di lokasi wisata yang terpencil, wisatawan dapat dengan mudah menerima berbagai informasi tentang tempat wisata (Sabtuti & Kristiana, 2020)

Berbagai tindakan tersebut dilakukan untuk menarik wisatawan ke suatu lokasi wisata, yang nantinya dapat memuaskan pengunjung. Pengunjung yang tidak puas dapat meninggalkan usaha tersebut, yang pada akhirnya dapat mengakibatkan berkurangnya orang yang berkunjung ke tempat wisata di kawasan tersebut (Ghani & Brahmanto, 2015). Maka dari itu penurunan jumlah pengunjung yang terjadi diduga berasal dari ketidakpuasan pengunjung (Ambari & Yudhi Koesworodjati, 2019).

Bukti fisik dari jasa yang ditawarkan oleh penyedia jasa, termasuk fasilitas fisik (gedung, fasilitas fisik, dll), teknologi (peralatan, karyawan, dan fasilitas komunikasi), dan kendaraan operasional, dapat ditemukan dalam kemampuannya untuk mendukung infrastruktur fisik dan keadaan lingkungan sekitar. Ketika kenyataan melebihi harapan, layanan dianggap berkualitas tinggi; ketika kenyataan jauh dari harapan, itu dianggap berkualitas rendah; dan ketika kenyataan sesuai dengan harapan, maka pelayanan dianggap memuaskan (Khasanah & Pertiwi, 2010).

Oleh karena itu, bukti langsung merupakan salah satu indikasi paling nyata dengan semua infrastruktur dan fasilitas wisata yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung suatu lokasi wisata. Karena infrastruktur dan fasilitas destinasi wisata dapat menurunkan tingkat kepuasan wisatawan jika di bawah standar (Suchaina, 2014)

Kota Ambon merupakan salah satu perkotaan di Indonesia yang saat ini sedang gencar-gencarnya mempromosikan tempat wisatanya kepada pengunjung. Pemerintah Kota Ambon terus mendukung pengembangan objek wisata saat ini karena berbagai atraksi wisata perkotaan cukup untuk menghembuskan kehidupan baru ke dalam gagasan pengembangan pariwisata di masa depan.

Pantai Wainitu merupakan salah satu objek wisata di Kota Ambon. Objek wisata pantai ini pada awalnya dibangun sebagai langkah pengamanan untuk menjaga dari

erosi dan abrasi di wilayah pesisir. Di sisi lain, dengan penataan tersebut berpotensi untuk dikembangkan menjadi salah satu tempat wisata baru yang dapat membantu perekonomian Kota Ambon.

Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) dari APBN, mengerjakan proyek ini selama hampir enam tahun dalam rangka mendukung *water front city* (WFC) Ambon. Pada tanggal 9 Januari 2019 Pemerintah Provinsi (Pemprov) Maluku bersama dengan Menteri Keuangan memberikan dorongan proyek selama enam bulan sebelum sepenuhnya menyerahkannya kepada Pemerintah Kota (Pemkot) Ambon untuk pembangunan.

Keinginan masyarakat untuk mengunjungi pantai dan menikmati daya pikatnya, ditambah dengan banyaknya infrastruktur yang sudah ada, memberikan dampak terhadap semakin meningkatnya tingkat kunjungan ke tempat ini. Selain itu, Pantai Wainitu juga adalah juga mulai digunakan sebagai tempat dimana remaja berolahraga. Dari latar belakang yang diuraikan di atas maka penulis merasa sangat tertarik untuk melakukan suatu penulisan ilmiah berupa skripsi dengan judul Kepuasan pengunjung terhadap kondisi tempat wisata Pantai Wainitu di Kota Ambon.

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis penelitian survei. Penelitian survey merupakan suatu penelitian dengan pengambilan sampel terhadap satu populasi serta penggunaan kuesioner sebagai perangkat dalam mengumpulkan data yang utama (Singarimbun & Effendi, 1982; Lasaiba, 2006). Lokasi penelitian ini dilaksanakan di objek wisata Pantai Wainitu, Kota Ambon dan populasi dalam penelitian yaitu seluruh pengunjung yang datang berwisata. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* sehingga sampel yang terjaring sebanyak 30 orang.

Variabel dalam penelitian ini yaitu kepuasan pengunjung terhadap objek Wisata Pantai Wainitu. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder sebagai berikut: a) data primer adalah data empiris yang diperoleh di lapangan dan sumbernya dari responden yang telah ditetapkan berdasarkan metode penarikan sampel dan b) data sekunder berupa data yang diperoleh melalui hasil penelaahan studi kepustakaan serta beberapa data tertulis yang diperoleh di lapangan yang memiliki relevansi dengan objek penelitian (Lasaiba, 2012).

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, maka digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut: a) observasi. Teknik ini untuk memperoleh gambaran umum tentang keadaan wilayah dan provinsi. Rekaman data observasi ini digunakan untuk membantu penyusunan daftar kuesioner guna menghindari pelebaran permasalahan yang tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya di lapangan. b). Wawancara. Teknik ini, penulis menggunakan wawancara dengan responden secara langsung untuk mempertegas data kuesioner, c) Dokumentar (Lasaiba, 2013; Lasaiba, 2016).

Dalam teknik ini, penulis mengumpulkan keterangan, bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan penelitian baik berupa laporan, catatan, arsip resmi, dokumen yang relevan, tabel maupun gambar. Dan d). Kuisioner. Teknik ini digunakan dengan maksud untuk

memperoleh jawaban dari responden menyangkut masalah yang diteliti dalam penelitian. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif yakni menganalisis data kuantitatif dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul (Lasaiba, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Wisata Pantai Wainitu

Pantai Wainitu, terletak di daerah Maluku. Lokasi khususnya adalah Kota Ambon, Kecamatan Nusaniwe yang jaraknya 29.8 Km dari Pusat Kota Ambon. Pantai Wainitu sejak diresmikan pada 9 januari 2019 banyak dikunjungi warga saat sore hari. Banyak warga yang memilih bersantai di pantai ini baik bersama keluarga maupun teman. Pantai Wainitu menjadi lokasi wisata alternatif di dalam Kota Ambon selain pantai bagus lainnya di sekitar kepulauan Maluku. Dari pinggir Pantai Wainitu, pengunjung juga bisa melihat pemandangan Teluk Kota Ambon. Mengenai gambaran Pantai Wainitu ini dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.

B. Karakteristik Pengunjung Obyek Wisata Pantai Wainitu

Karakteristik dari pengunjung obyek wisata Pantai Wainuru ini cukup bervariasi baik dari jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, jumlah kunjungan dan daerah asal. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Gambar 1. Peta Lokasi Penelitian

Tabel 1. Karakteristik Pengunjung Obyek Wisata Pantai Wainitu

No	Karakteristik	Jawaban Responden							
		F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Jenis Kelamin	Laki-laki		Perempuan					
		10	33%	20	66%				
2.	Umur	11 - 20 Tahun		21 - 30 Tahun		31 - 40 Tahun		> 50 Tahun	
		10	33%	12	40%	5	16%	3	10%
3.	Pendidikan	Tidak sekolah		SD/SMP		SMA		S1/D2/D3	
		5	16%	7	23%	11	36%	7	23%
4.	Jumlah Kunjungan	Pertama Kali		2 - 3 kali		4 - 5 kali		> 5 kali	
		10	33%	7	23%	5	16%	8	26%
5.	Daerah Asal	Kota Ambon		Luar Kota Ambon (Maluku)		Luar Provinsi Maluku		Negara Lain	
		12	40%	10	33%	8	26%	0	0%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2022

Pengunjung obyek wisata Pantai Wainitu berdasarkan jenis kelamin pada Tabel 1, yang paling banyak adalah Perempuan sebanyak 20 orang atau 60% dan diikuti Laki-laki sebanyak 10 orang atau 33%. Tingkat usia pengunjung berdasarkan Tabel 1, yang paling banyak berusia 11-20 tahun sebanyak 10 orang atau 33%, diikuti usia 21 - 30 tahun sebanyak 12 orang atau 40% dan 31 - 40 tahun 5 orang atau 16%, sedangkan sisanya > 50 tahun sebanyak 3 orang atau 10%. Tingkat pendidikan pengunjung yang tidak sekolah sebanyak 5 orang atau 16%, diikuti SD dan SMP sebanyak 7 orang atau 23%, 5 orang atau 16% untuk SMA sebanyak 5 orang atau 16% dan untuk S1/D2/D3 sebanyak 7 orang atau 23%

Tingkat kunjungan berdasarkan Tabel 1, yang paling banyak yaitu pertama kali dengan 10 orang atau 33% diikuti 2-3 kali dengan 7 orang atau 23%, kemudian 4-5 kali dengan 5 orang atau 16%, dan >5 kali berkunjung sebanyak 8 orang atau 26%. Daerah asal pengunjung berdasarkan Tabel 1, yang paling banyak adalah Kota Ambon yaitu sebanyak 12 orang atau 24%, diikuti oleh Luar Kota Ambon (Maluku) 10 orang atau 20% dan Luar Provinsi Maluku sebanyak 8 orang atau 16%.

C. Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Kondisi Objek Wisata Pantai Wainitu Kota Ambon

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan. Kepuasan merupakan fungsi dari kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan berarti pengunjung tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan berarti pengunjung amat puas dan senang. Data penelitian mengenai tingkat kepuasan pengunjung terhadap kondisi objek wisata Pantai Wainitu di Kota Ambon dilihat dari jawaban dari pengunjung dengan mengisi angket penelitian yang tersaji pada tabel berikut ini.

Tabel 2. Tabel Distribusi Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Kondisi Objek Wisata Pantai Wainitu Kota Ambon

No	Tingkat Kepuasan	Jawaban Responden							
		F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Kondisi Fisik Wisata Pantai	Sangat Baik		Baik		Cukup Baik		Kurang Baik	
		8	26,67%	18	60,00%	4	13,33%	8	26.67%
2.	Sarana dan Prasarana	Sangat Baik		Baik		Cukup Baik		Kurang Baik	
		0	0,00%	5	16,67%	15	50,00%	10	33,33%
3.	Aksesibilitas	Sangat Baik		Baik		Cukup Baik		Kurang Baik	
		0	0,00%	7	23,33%	1	3,33%	22	73,33%
5.	Layanan tambahan	Sangat Baik		Baik		Cukup Baik		Kurang Baik	
		0	0,00%	5	16,67%	15	50,00%	10	33,33%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2022

Indikator tingkat kepuasan pengunjung terhadap kondisi objek wisata Pantai Wainitu Kota Ambon terdiri atas indikator-indikator yang meliputi kondisi fisik wisata pantai, sarana dan prasarana, aksesibilitas dan layanan tambahan. Analisis dari tiap-tiap indikator dideskripsikan sebagai berikut: Dari data tabel distribusi frekuensi tingkat kepuasan pengunjung terhadap kondisi fisik objek wisata Pantai Wainitu Kota Ambon ditinjau dari indikator kondisi fisik pantai diatas dapat dijelaskan bahwa 26,67% mempunyai kategori kurang baik, 13,33% mempunyai kategori cukup baik, 60, 00% mempunyai kategori baik. Berdasarkan nilai di atas dapat dilihat bahwa pendapat pengunjung terhadap tingkat kepuasan pengunjung terhadap kondisi fisik wisata Pantai Wainitu Kota Ambon ditinjau dari indikator kenyamanan adalah berkategori baik.

Kenyamanan merupakan suatu perasaan aman yang tidak membuat pengunjung merasa terancam atau khawatir untuk menikmati suatu objek wisata. Beberapa pengunjung memberikan pendapat tentang kategori kenyamanan memberikan keterangan kurang baik. Hal ini disebabkan oleh kurangnya ramah dari masyarakat sekitar dan kurang disiplin seperti membuang sampah sembarangan sehingga mengurangi keindahan fisik pantai. Dapat kita lihat pada Gambar 2.

Pantai Wainitu Kota Ambon ditinjau dari indikator sarana dan prasarana diatas dapat dijelaskan bahwa, 33.33% mempunyai kategori kurang baik, 50.00% mempunyai kategori cukup baik, 16,67% mempunyai kategori baik. Berdasarkan nilai di atas dapat dilihat bahwa pendapat pengunjung terhadap tingkat kepuasan pengunjung terhadap kondisi wisata Pantai Wainitu Kota Ambon ditinjau dari indikator sarana dan prasarana sebagian besar menyatakan cukup baik dan kurang baik. Dari data Tabel 2, distribusi frekuensi tingkat kepuasan pengunjung terhadap kondisi Pantai Wainitu Kota Ambon ditinjau dari indikator layanan tambahan diatas dapat dijelaskan bahwa 33,33% mempunyai kategori kurang baik, 50,00% mempunyai kategori cukup baik, 16,67% mempunyai kategori baik. Berdasarkan nilai di atas dapat dilihat bahwa pendapat pengunjung terhadap tingkat kepuasan pengunjung terhadap kondisi wisata Pantai Wainitu Kota Ambon ditinjau dari indikator layanan tambahan sebagian besar menyatakan cukup baik dan kurang baik.

Menurut masyarakat sekitar, sarana dan prasarana serta layanan tambahan adalah tingkat baik buruknya untuk menunjang suatu proses. Dalam hal ini prasarana sangat penting untuk menunjang suatu objek wisata terutama di objek wisata Pantai Wainitu yang memiliki prasarana-prasarana yang kurang memadai seperti: tempat-tempat bermain anak-anak, gazebo, tempat duduk, rumah-rumah kecil, lapangan voly, lapangan bola kaki dan lain-lain. Prasarana-prasarana tersebut sudah banyak ditutupi rumput-rumput liar dan juga sebagian sudah rusak. Dapat kita lihat pada Gambar 2.

Dari data Tabel 2, distribusi frekuensi tingkat kepuasan pengunjung terhadap kondisi Pantai Wainitu Kota Ambon ditinjau dari indikator aksesibilitas diatas dapat dijelaskan bahwa 73,33% mempunyai kategori kurang baik, 23,33% mempunyai kategori baik, dan 3,33% mempunyai kategori cukup baik. Berdasarkan nilai di atas dapat dilihat bahwa pendapat pengunjung terhadap tingkat kepuasan pengunjung terhadap

kondisi wisata Pantai Wainitu Kota Ambon ditinjau dari indikator aksesibilitas sebagian besar menyatakan kurang baik. Keterjangkaun memiliki peran penting dalam menunjang suatu objek wisata. Karena keadaan jalan menuju Pantai Wainitu sangat sempit dan harus melewati rumah warga untuk pejalan kaki, tidak ada papan penunjuk arah sehingga pengunjung yang dari luar daerah susah menemukan objek wisata Pantai Wainitu dan jarak yang ditempuh jauh untuk pengunjung yang ada di luar daerah.

Gambar 2 Kondisi Obyek Wisata Pantai Wainitu

KESIMPULAN

Tingkat kepuasan pengunjung terhadap kondisi objek wisata Pantai Wainitu Kota Ambon berdasarkan indikator kondisi fisik pantai diatas dapat dijelaskan bahwa 26,67% mempunyai kategori kurang baik, 13,33% mempunyai kategori cukup baik, 60, 00% mempunyai kategori baik. Hal in disebabkan kurang disiplinnya masyarakat dalam membuang sampah sembarangan. Untuk indikator sarana dan prasarana dan layanan tambahan sekitar 33.33% mempunyai kategori kurang baik, dan 50.00% mempunyai kategori cukup baik. Hal ini disebabkan kurang memadainya sarana dan prasarana serta telah banyak yang ditutupi rumput-rumput liar dan rusak. Indikator aksesibilitas sekitar 73.33% mempunyai kategori kurang baik, 23.33% mempunyai kategori baik. Hal in disebabkan keadaan jalan menuju Pantai Wainitu sangat sempit dan harus melewati rumah warga untuk pejalan kaki, tidak ada papan penunjuk arah sehingga pengunjung yang dari luar daerah sulit menemukan objek wisata Pantai Wainitu.

DAFTAR PUSTAKA

Ambari, E. F., & Yudhi Koesworodjati, S. E. (2019). *Pengaruh Bukti Fisik Dan Proses Terhadap Kepuasan Pengunjung (Survei Pada Pengunjung Hotel Festival Citylink Bandung)*. Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas.

Daulay, A. R., Yuniarti, E., Fauzi, F., Noviana, L., Gusdini, N., Nining, E., Asmin, F., & Thamrin, F. D. (2020). Mendorong Sustainable Development Menuju Kesejahteraan Rakyat Indonesia. *Reserchgate Journal*, *7*(1), 12–27. https://www.researchgate.net/Profile/Ferdinal-Asmin/Publication/321865137_Mendorong_Sustainable_Development_Menuju_

Kesejahteraan_Rakyat_Indonesia/Data/5a360a8daca27247eddea02b/Paper-Kelompok-Pro-Sustainable-Developme.Pdf

Edlina, R., & Eriend, D. (2020). Strategi Komunikasi Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Sumatera Barat Dalam Meningkatkan Brand Image Objek Wisata Di Sumatera Barat: Strategi Komunikasi Pariwisata. *Commed: Jurnal Komunikasi Dan Media*, *5*(1), 96–110.

Fadhil, R. M., & Zaenuri, M. (2021). Strategi recovery Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta pada masa new normal. *Jurnal Pemerintahan Dan Kebijakan (JPK)*, *2*(2), 60–71.

Ghani, Y. A., & Brahmanto, E. (2015). *Pengaruh Inovasi Sarana Prasarana Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Karang Setra Waterland*. *2*(2), 98–110.

Heliany, I. (2019). Wonderful digital tourism Indonesia dan peran revolusi industri dalam menghadapi era ekonomi digital 5.0. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, *1*(1), 21–35.

Khasanah, I., & Pertiwi, O. D. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen RS St. Elisabeth Semarang. *Jurnal Ilmiah Aset*, *12*(2), 117–124.

Lasaiba, M. A. (2006). Evaluasi lahan untuk permukiman dalam pengembangan wilayah Kota Ambon. *Tesis*. http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/31752

Lasaiba, M. A. (2012). Perubahan penggunaan lahan di Kota Ambon tahun 2002-2009. *Disertasi*. http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/54572

Lasaiba, M. A. (2013). Kajian Keruangan Penggunaan Lahan Dalam Pengembangan Kota Ambon Berbasis Ekologi. *Jurnal Pendidikan Geografi UNESA*, *11*(21), 34–56.

Lasaiba, M. A. (2016). Dimensi Spasial Karakteristik Sebaran Dan Deviasi Pola Pegunungan Lahan Terhadap Ekosistem Pesisir Di Kota Ambon. *Jendela Pengetahuan*, *9*(1), 24–34.

Magfirat, M., & Indra, A. (2018). *Arah Politik Hukum Pengembangan Wisata Indonesia Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan*.

Musaddad, A. A., Rahayu, O. Y., Pratama, E., Suprapti Ningsih, S., & Wahyuni, E. (2019). Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia. *Dinamika Administrasi: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Manajemen*, *2*(1).

Persada, C. (2018). *Perencanaan Pariwisata Dalam Pembangunan Wilayah Berkelanjutan*. AURA.

Rahmat, T., & Undang, G. (2020). Peranan Branding Promotion Wonderful Indonesia Pada Asean Tourism Forum (Atf) Dalam Meningkatkan Pariwisata Di Indonesia. *Karizma Pro*, *2*(23), 69–79.

Ramadhany, F., & Ridlwan, A. A. (2018). Implikasi Pariwisata Syariah Terhadap Peningkatan Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat. *Muslim Heritage*, *3*(1), 157–176.

Sabtuti, L., & Kristiana, T. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat sekitar Obyek Wisata Taman Nasional Sebangau Kelurahan Kereng Bangkirai Kota Palangka Raya. *Journal of Environment and Management*, *1*(3), 241–252.

Simanjuntak, B. A., Tanjung, F., & Nasution, R. (2017). *Sejarah pariwisata: menuju perkembangan pariwisata Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Singarimbun, M., & Effendi, S. (1982). *Metode*

penelitian survai.

Suchaina, S. (2014). Pengaruh Kualitas Fasilitas Sarana dan Prasarana terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung Wisata Danau Ranu Grati. *Jurnal Psikologi: Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*, *2*(2), 89–109.

Swaradesy, R. G., Shafanissa, W., Nagara, M. R., & Fitra, A. (2021). Edukasi Tourism Branding Berbasis Kearifan Lokal di SMA N 1 Pangandaran, Kabupaten Pangandaran, Jawa Barat. *Indonesia Berdaya*, *2*(2), 113–119.

Umagapi, D., & Ambarita, A. (2018). Sistem informasi geografis wisata bahari pada dinas pariwisata Kota Ternate. *Jurnal Ilmiah ILKOM INFO-Ilmu Komputer & Informatika*, *1*(2).

Utama, I., & Rai, G. B. (2013). Pengembangan wisata Kota sebagai pariwisata masa depan Indonesia. *Jurnal Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika Dan Humaniora Universitas Dhyana Pura Badung-Bali*.

Wijaya, D. A. (2009). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Wisata Plempoh Bokoharjo Sleman Yogyakarta. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, *5*(1), 1–14.

Yakup, A. P. (2019). *Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia*. Universitas Airlangga.

Yuristiadhi, G., & Sari, S. D. L. (2017). Strategi Branding Pariwisata Indonesia Untuk Pemasaran Mancanegara. *ETTISAL Journal of Communication*, *2*(2), 31–41.