

Mapping Potential And Development Strategies Of Marine Tourism In The Morotai National Tourism Strategic Area

Erland Mouw¹, Nina Karlina², Ida Widianingsih³, Heru Nurasa⁴

^{1,2,3,4} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjadjaran;

¹ Universitas Halmahera;

erlandm25@gmail.com¹; nina.karlina@unpad.ac.id²; ida.widianingsih@unpad.ac.id³; heru.nurasa@unpad.ac.id⁴

ABSTRACT

The potential as well as the strategy of development of tourism in the National Tourism Strategic Area Morotai be important for mapping and analyzing the strategies that have been undertaken by the government until recently. The purpose of this paper is the analysis of the potential and the strategy of development of tourism in the National Tourism Strategic Area Morotai. Mapping the potential of marine tourism, beginning with a survey of the field, find the problems, then learn the theory in accordance with the problem. The method used a Mixed Method by taking the documentation data and primary data through In-Depth Interview guests, private, group of society, which is scattered in four areas of development, namely (1) Wayabula; (2) Daruba; (3) Bere-bere and Sopi. Mapping the tourism potential of the Island of Morotai is divided in 3 (three) types of the city, namely marine tourism 22 the city, its history 8 the city; and tour the cave and the waterfall is 9 km from. As for the strategy of development of tourism the Island of Morotai directed at : (a). The strategy of development of tourism; (b). Product Development strategy and Attractions; (c). Development strategy of Amenities available at the National Tourism Strategic Area Morotai; (d). The strategy of the development of accessibility associated with the development of National Tourism Strategic Area Morotai; and (e). Development strategy of promotion and marketing. The recommendation is that the government District of the Island of Morotai should seriously implement the development strategy of marine tourism. In addition, the development of products and places, the development of ksesibilitas, the development of ammenities, and the promotion of marine tourism should be further optimized.

Keywords: Potential; Strategy; Marine Tourism; Morotai Island

PENDAHULUAN

Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) Pariwisata Morotai terletak di Kabupaten Pulau Morotai, Provinsi Maluku Utara. Pulau Morotai terletak di utara Pulau Halmahera yaitu pulau paling utara Indonesia. Keindahan Morotai dengan segudang sejarah dari Perang Dunia II membuatnya dijuluki “Mutiar di Bibir Pasifik”. Dari aspek geografis pulau Morotai memiliki posisi strategis karena berada di bibir jalur perdagangan Asia Pasifik. Pulau Morotai merupakan salah satu pulau terbesar di Maluku Utara yang memiliki potensi kekayaan alam dan budaya, termasuk sejarah penting yang pernah terukir, seperti Perang Dunia II dan Trikora, dan kegiatan yang didukung oleh keelokan alam, antara lain wisata alam bahari (pantai, bentang laut, dan bawah laut) dan wisata alam pegunungan (air terjun, tempat pemandian, trekking). Potensi ini dapat dijadikan sektor andalan yang memiliki nilai ekonomis baik dalam upaya meningkatkan kesejahteraan Maluku Utara umumnya maupun masyarakat Pulau Morotai khususnya serta peningkatan devisa bagi daerah (Direktorat Pengembangan Kawasan Pemukiman, 2015).

Kabupaten Pulau Morotai merupakan salah satu dari 10 destinasi wisata prioritas di Indonesia. Morotai Masuk dalam Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN), hal ini disebabkan Kabupaten Pulau Morotai dinilai sebagai pulau Bali di Indonesia bagian timur, memiliki banyak potensi wisata (wisata alam & sejarah) kemudian berdasarkan lokasi, Pulau Morotai terletak di lepas pantai Samudra Pasifik yang menyebabkan perjalanan dari Benua Amerika ke Pulau Morotai lebih dekat. Selain itu, Pulau Morotai berbatasan langsung dengan Filipina, sehingga Pulau Morotai menjadi wisata prioritas disebabkan dapat membuka akses internasional.

Baksir melakukan penelitian di kawasan pulau-pulau kecil Kecamatan Morotai Selatan dan Morotai Selatan Barat dengan tujuan mengkaji daya dukung dan menyusun model konsep pengelolaan pulau-pulau kecil untuk pemanfaatan ekowisata agar dapat dilakukan secara berkelanjutan. Data dan informasi disusun secara partisipatif dengan menggunakan kuesioner dan survei lapangan, metode analisis

data terdiri dari analisis spasial dengan metode sistem informasi geografis dan analisis kesesuaian lahan, pendekatan pemodelan menggunakan *software Stella 9.0.2*. Dalam pelaksanaan penelitian, mengumpulkan data dan informasi mengenai profil sumberdaya pulau-pulau kecil, keadaan perairan dan sosial ekonomi budaya yang dijadikan masukan data untuk membuat pemodelan pengelolaan kawasan pulau-pulau kecil untuk pengembangan ekowisata berkelanjutan (Baksir, 2010). Hal berbeda dilakukan oleh Natan memotret potensi objek atau kawasan pariwisata Kabupaten Pulau Morotai, agar tercipta keunggulan yang komparatif dengan daerah lain, yang akan dikembangkan keran Morotai termasuk kategori masih pemula dibandingkan dengan daerah lain yang jauh lebih maju. Morotai merupakan salah satu daerah yang memiliki nilai jual dalam bidang pariwisata, sehingga pemerintah pusat menjadikan Morotai sebagai daerah tujuan wisata (Natan, 2016).

Hengky melakukan kajian ini berdasarkan konsep wisata pantai secara berkelanjutan. Konsep tersebut sangat dianggap realistis untuk diterapkan dalam meningkatkan kinerja membangun ekowisata pesisir di kawasan yang memiliki jumlah sumber daya manusia, dana dan waktu yang sangat terbatas. Dilakukan dengan model penelitian campuran kuantitatif dan kualitatif, kuesioner disebarikan secara *purposive* dan ditabulasi menggunakan analisis isi. Hasil menunjukkan bahwa selain sarana dan prasarana wisata pantai, perlu juga dilakukan sosialisasi kepada seluruh pemangku kepentingan tentang teknologi dan pengembangan wisata pantai secara berkelanjutan, kolaborasi juga penting guna meningkatkan kinerja pariwisata pesisir di pulau Dodola (SH, 2017). Kemudian Witomo dan Ramadhan menghitung potensi ekonomi pariwisata Kabupaten Pulau Morotai. Hal ini karena Kabupaten Pulau Morotai sebagai Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) menjadikan pariwisata sebagai salah satu sumber pemasukan daerah karena atraksi wisata yang ada berdasarkan potensi sumber daya alam dan peninggalan sejarah. Pendekatan yang digunakan dalam riset ini adalah penelitian kualitatif metode deskriptif dan *desk study*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis benefit transfer dari hasil penelitian sebelumnya

di Kabupaten Pulau Morotai yang menggunakan metode *travel cost method (TCM)* (Witomo & Ramadhan, 2018).

Junaid melihat prioritas Kementerian Pariwisata Republik Indonesia yang menetapkan Kabupaten Pulau Morotai sebagai sepuluh destinasi prioritas, kebijakan ini berarti bahwa Morotai harus siap dengan berbagai elemen pendukung pariwisata termasuk moda transportasi. Riset tersebut mengidentifikasi daya dukung moda transportasi di Morotai dan merekomendasikan langkah-langkah strategis dalam mengembangkan pariwisata dalam perspektif moda transportasi lokal. Penelitian kualitatif melalui pendekatan naturalistik dan interpretatif dengan melakukan wawancara kepada staf Dinas Pariwisata setempat dan penyedia layanan transportasi lokal (Junaid, 2019). Sementara itu Hangewa fokus pada dua hal yaitu infrastruktur pendukung pariwisata dan melihat perkembangan pariwisata di Kabupaten Pulau Morotai. Tiga jenis infrastruktur yaitu Bandara Leo Wattimena, Kondisi Jalan dan Pelabuhan Laut Imam Lastori Daruba diambil sebagai pendukung infrastruktur pariwisata dan tiga obyek wisata dipilih sebagai sampel perkembangan pariwisata yaitu : obyek wisata Pulau Dodola, Pulau Kolorai dan Pulau Galo-Galo. Data dikumpulkan dengan cara wawancara dan observasi. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif presentase maupun dengan tabel frekuensi yaitu dalam bentuk uraian deskriptif yang disertai dengan gambar obyek (Hangewa, 2020).

Mempelajari hasil riset sebelumnya yang dilakukan di Pulau Morotai, maka ada perbedaan mendasar dengan kajian yang dilakukan saat ini. Riset ini fokus pada pemetaan potensi objek wisata selanjutnya dilakukan analisis strategi pengembangan pariwisata bahari di Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) Morotai. Sebagai salah satu destinasi wisata prioritas nasional Pemerintah Daerah Kabupaten Pulau Morotai perlu banyak memperbaiki kualitas sektor pariwisata. Hal ini dapat dilihat dari kurang maksimalnya pengelolaan lokasi pariwisata di Kabupaten Pulau Morotai, seperti ketersediaan dan kelayakan akomodasi untuk wisatawan, ketersediaan makanan dan minuman di lokasi pariwisata, serta layanan hiburan yang

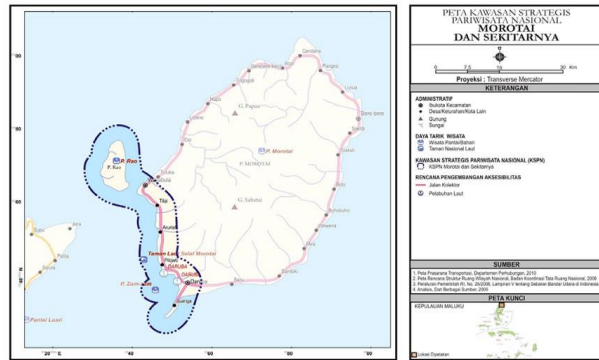
diberikan di lokasi pariwisata (Badan Pusat Statistik, 2021).

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil lokasi pada Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) Morotai. Secara administratif Kabupaten Pulau Morotai memiliki enam wilayah kecamatan, yaitu (1). Morotai Selatan, (2). Morotai Timur, (3). Morotai Selatan Barat, (4). Morotai Jaya, (5). Morotai Utara, dan (6). Pulau Rao. Peta lokasi penelitian dapat dilihat pada gambar 1. Adapun pertimbangan pemilihan lokasi penelitian merupakan kawasan strategis di Kabupaten Pulau Morotai yang telah mendapat perhatian serius dari pemerintah dengan diikutsertakannya ke dalam program Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) dan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Pariwisata Pulau Morotai yang berlokasi di Provinsi Maluku Utara.

Wisata Bahari menurut Muljadi & Warman adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang yang bersifat sementara untuk menikmati atau menyalurkan hobi yang berhubungan dengan kelautan, misalnya menyelam, berenang, berselancar, memancing dan lain – lain (Budiman et al., 2017). Sehingga ada dua fokus pertanyaan penelitian ini yaitu (1). Apa saja potensi pariwisata yang ada di Pulau Morotai; dan (2). Bagaimana strategi pengembangan pariwisata bahari di Pulau Morotai. Untuk dapat menganalisis dua permasalahan tersebut, maka penelitian menggunakan *Mixed Method* yaitu kombinasi penelitian kuantitatif dan kualitatif karena kompleksitas masalah yang harus dianalisis (Masrizal, 2011). Analisa kuantitatif yang digunakan untuk prosentase pemetaan potensi wisata dalam bentuk tabulasi dan analisis peta, sedangkan analisa kualitatif dalam bentuk analisis potensi serta strategi pengembangan pariwisata bahari di Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) Pulau Morotai (Mertens, 2013).

Penelitian ini, secara garis besar proses pengumpulan data menggunakan 3 (tiga) metode pokok yang saling berkaitan dan melengkapi, yaitu : observasi, wawancara, dan dokumentasi (Mertens, 2013). Pemetaan potensi pariwisata



Gambar 3. Peta Destinasi Pariwisata Morotai
 Sumber : : Lampiran Peraturan Pemerintah No 50 Tahun 2014

Gambar 4.



Peta Sebaran Lokasi Kawasan Permukiman dan Wisata di KSPN Morotai
 Sumber : Laporan Akhir Perencanaan Kawasan Pariwisata Pulau Morotai 2016

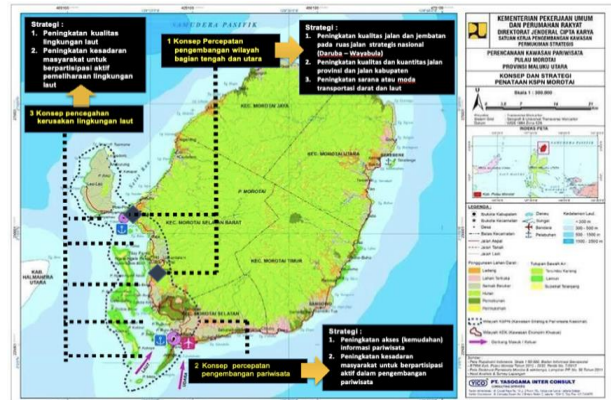
2. Strategi Pengembangan Pariwisata Bahari di Kawasan Statgis Pariwisata Nasional (KSPN) Morotai.

Gambar 5.



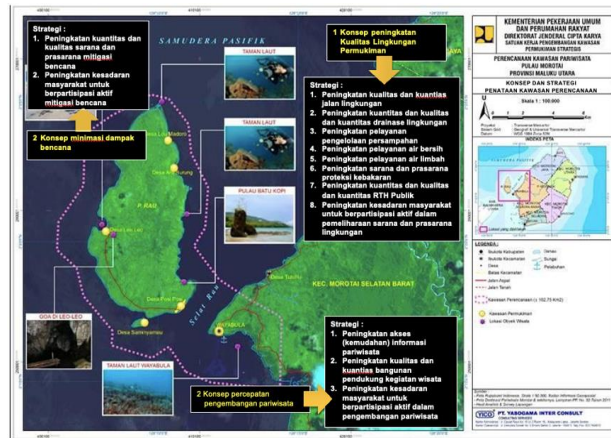
Peta Rencana Pembagian Kawasan Pengembangan Pariwisata

Sumber : Laporan Akhir Perencanaan Kawasan



Pariwisata Pulau Morotai 2016
 Gambar 6. Konsep dan Strategi Penataan KSPN Morotai

Sumber : Laporan Akhir Perencanaan Kawasan Pariwisata Pulau Morotai 2016



Gambar 7. Konsep dan Strategi Penataan Kawasan Perencanaan
 Sumber : Laporan Akhir Perencanaan Kawasan Pariwisata Pulau Morotai 2016

DISKUSI

1. Pemetaan Potensi Pariwisata

Kabupaten Pulau Morotai memiliki 6 (enam) kecamatan, semua kecamatan memiliki potensi pariwisata yang beragam. Kecamatan Morotai Selatan memiliki 22 potensi wisata, Morotai Timur 5 potensi wisata, Morotai Selatan Barat 3 potensi wisata, Morotai Utara 6 potensi wisata, Morotai Jaya 3 potensi wisata,

Kecamatan Pulau Rao 3 potensi wisata, sehingga total ada 42 potensi wisata (Bagan 1). Berdasarkan potensi tersebut, kemudian dilakukan pemetaan destinasi wisata di Pulau Morotai dengan membagi dalam 3 (tiga) jenis destinasi, yaitu (1). Wisata bahari 22 destinasi; (2). Wisata sejarah 8 destinasi; dan (3). Wisata gua dan air terjun 9 destinasi (Bagan 2).

Adapun wisata bahari yang berjumlah 22 potensi destinasi yaitu Pulau Dodola, Pulau Zum-Zum, Pulau Galo-Galo, Pulau Matita, Pasir Putih, Pulau Kokoya, Pulau Kolorai, Pantai Sagalo, Tanjung Dehegila, Pantai Army Dock, Pantai Rorasa, Tanjung Pinang, Wisata Moro Madoto, Tanjung Liku, Pulau Ngele-Ngele, Pantai Batu Kopi, Tanjung Garam, Tanjung Amerika, Pantai Tanjung Sopi, Pantai Nunuhu, Pantai Gorua, Pulau Tabailenge, Tanjung Gurango (Gambar 2 dan 4) (Statistik, 2021).

Sedangkan wisata Sejarah yaitu Museum Perang Dunia II, Tank Amphibi, Kuburan Sekutu, Museum Trikora, Bandara Pitu Strip, Taman Exsail Juanga Water, Taman Kota Daruba, Air Kaca. Selain itu potensi wisata Goa dan Air Terjun yaitu Goa Rorasa, Goa Popogu, Goa Jepang, Air Terjun Bunga Kokota, Air Terjun Bere-Bere, Air Terjun Nakamura, Air Terjun Raja, Air Terjun Sopi, Air Terjun Posi-Posi (Gambar 2 & 4) (Statistik, 2021).

Melihat potensi pariwisata yang sangat banyak, sangat berkorelasi dengan nilai ekonomis yang didapat dari setiap potensi tersebut. Oleh karena itu, Banapon dalam penelitiannya menganalisis nilai ekonomis pariwisata bahari di Pulau Morotai, dengan melihat variabel pengeluaran wisatawan dipengaruhi oleh biaya perjalanan, pendapatan, pendidikan, umur dan jarak. Dengan menggunakan indikator tersebut, maka surplus konsumen perindividu adalah Rp. 1.765,6. Dengan total kunjungan pada tahun 2007 sebesar 26.455,0 orang per tahun, maka diperoleh total konsumen surplus untuk wisata bahari Pulau Morotai sebesar Rp. 46.708.856,1 pertahun. Fungsi *Willingness To Pay* (WTP) individu dari responden yang berwisata ke Pulau Morotai diperoleh dengan memasukkan koefisien hasil regresi ke dalam fungsi WTP. Variabel-variabel yang mempengaruhi WTP wisatawan antara lain pendidikan, pendapatan dan umur. Dengan memasukkan nilai rata-rata individu parameter ke

dalam fungsi WTP, maka diperoleh nilai WTP individu sebesar Rp.7.783.301,9 perorang. Dengan demikian total nilai wisata bahari Pulau Morotai adalah sebesar Rp.205.907.250.990,3 pertahun dengan asumsi total kunjungan sebesar 26.455,0 orang. Dari hasil analisis TCM dari responden yang telah melakukan perjalanan ke Pulau Morotai dan hasil analisis CVM dari responden tentang preferensi terhadap pengembangan wisata bahari Pulau Morotai. Maka dapat dikatakan bahwa kawasan wisata Pulau Morotai layak secara ekonomi untuk dapat dikembangkan. Diketahui nilai ekonomi dari kawasan tersebut sebesar Rp. 46.708.856,1 per tahun. Sedangkan nilai ekonomi pada pendugaan konsumen surplus yaitu sebesar Rp. 1,765.60,0 per orang per tahun (Banapon, 2008).

Kemudian Witomo dan Ramadhan dalam kajiannya, dengan memperhatikan inflasi Kabupaten Pulau Morotai sebagai nilai pariwisata yang diperoleh dari pendekatan *Travel Cost Method* (TCM) dan *Willingness To Pay* (WTP) adalah sebesar Rp11.603.275.657. Surplus konsumen perindividu tahun 2006 yang diperoleh dari perhitungan TCM sebesar Rp. 1765,6 kemudian menggunakan discount rate sebesar 6,15% untuk memperoleh surplus konsumen perindividu tahun 2014 sebesar Rp 2.934 yang kemudian dikalikan dengan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Pulau Morotai tahun 2014 tercatat sebanyak 897 orang sehingga diperoleh nilai pariwisata Kabupaten Pulau Morotai sebesar Rp2.631.543. Dengan pendekatan WTP diperoleh nilai pariwisata Kabupaten Pulau Morotai tahun 2014 sebesar Rp11.600.644.114,- yang diperoleh dari perhitungan WTP per individu setelah menghitung discount rate yaitu sebesar Rp12.932.714. Nilai ini disumbang dari wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kabupaten Pulau Morotai berkisar selama 4 – 11 hari (Witomo & Ramadhan, 2018).

Kelemahan penelitian ini adalah hanya memetakan potensi objek wisata, padahal jika penelitian ini dilakukan dengan mengkombinasikan antara potensi dan nilai ekonomis akan lebih komprehensif. Karena destinasi pariwisata merupakan inti utama dari pembangunan pariwisata. Dalam pengembangannya, daya tarik wisata sebaiknya

dibangun secara sinergis dengan memerhatikan fasilitas wisata, fasilitas umum, aksesibilitas/sarana prasarana. Sehingga untuk meningkatkan nilai ekonomi ditempat wisata, perlu dilakukan pengelolaan kawasan wisata yang lebih baik dengan cara merawat sarana prasarana yang telah ada serta menambahkan sejumlah fasilitas.

2. Strategi Pengembangan Wisata Bahari

Wisata bahari artinya segala jenis kegiatan wisata atau rekreasi yang aktivitasnya dilakukan di kawasan laut, baik itu di pantai, pulau, atau bawah laut. Aktivitas wisata bahari dapat dilakukan di bentang laut yang didominasi oleh perairan baik di permukaan air maupun di dalam air. Aktivitas ini seperti menyelam, berselancar, memancing, dan lain-lain (Sendari, 2021).

Pulau Morotai merupakan salah satu pulau terbesar di Maluku Utara yang memiliki potensi kekayaan alam dan budaya, termasuk sejarah penting yang pernah terukir, seperti Perang Dunia II dan Trikora, dan kegiatan yang didukung oleh keelokan alam, antara lain wisata alam bahari (pantai, bentang laut, dan bawah laut) dan wisata alam pegunungan (air terjun, tempat pemandian, trekking). Potensi ini dapat dijadikan sektor andalan yang memiliki nilai ekonomis baik dalam upaya meningkatkan kesejahteraan Maluku Utara umumnya maupun masyarakat Pulau Morotai khususnya serta peningkatan devisa bagi daerah (Direktorat Pengembangan Kawasan Pemukiman, 2015).

Secara spasial Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) Morotai termasuk dalam wilayah Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Morotai. Sehingga peran dan fungsi KEK yang berskala nasional dan internasional tersebut akan sangat berpengaruh besar terhadap perkembangan KSPN Morotai. Secara spasial KEK Morotai terdiri dari empat zona yaitu zona pengolahan ekspor, zona logistik, zona industri dan zona pariwisata. Kebijakan Pengembangan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 2011 tentang RIPPARNAS tahun 2010 – 2025 (Gambar 3). Morotai masuk dalam wilayah KSPN, sehingga dibuatlah arah kebijakan pengembangan kepariwisataan daerah (RIPPDA) Kabupaten Pulau Morotai yang diatur dalam

Peraturan Daerah Nomor 9 tahun 2014, sebagai rancangan strategi pengembangan pariwisata Kabupaten Pulau Morotai.

Pengembangan Morotai sebagai “*Window of East Indonesia*” (Gerbang Indonesia Timur) sebagai salah satu pulau terluar dan terdepan di perbatasan Indonesia bagian timur laut, sejalan dengan Visi Kabupaten Pulau Morotai sebagai Pusat Pertumbuhan Berbasis Sumberdaya Bahari dan Wisata Bertaraf Internasional. Dalam mendukung pencapaian Visi tersebut, sebagaimana tercantum dalam Rencana Induk Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai, maka strategi pengembangan pariwisata Pulau Morotai diarahkan pada.

Strategi Pengembangan Tata Ruang Kepariwisataan.

Pulau Morotai dalam mengembangkan tata ruang pariwisata, membentuk Kawasan Pengembangan Pariwisata (KPP) menjadi 3 wilayah pengembangan yaitu KPP I mencakup wilayah Kecamatan Morotai Selatan dan Kecamatan Morotai Timur, KPP II mencakup wilayah Kecamatan Morotai Selatan Barat dan KPP III mencakup wilayah Kecamatan Morotai Utara dan Kecamatan Morotai Jaya (Gambar 5).

Mengembangkan fasilitas layanan wisata terpadu dalam rangka pembentukan simpul-simpul pusat pelayanan skala regional dan lokal pada KSPN Morotai, KPP I dengan pusat pelayanan utama di Daruba yang dibantu oleh pusat pelayanan di Sangowo. Pusat pelayanan pariwisata di Daruba merupakan simpul gerbang wisata Kabupaten Pulau Morotai sehingga diarahkan pelayanannya berskala regional sedangkan di Sangowo diarahkan berskala lokal. KPP II dengan pusat pelayanan di Wayabula. Pusat pelayanan pariwisata di Wayabula merupakan simpul pelayanan kegiatan wisata untuk bagian wilayah Barat Kabupaten Pulau Morotai. Skala pelayanan pariwisata di Wayabula diarahkan berskala lokal.

Mengembangkan kepariwisataan melalui pengembangan dan peran Objek Wisata Unggulan sebagai simbol poros pengembangan objek wisata potensial pada KSPN Morotai. KPP I meliputi Pulau Dodola Besar dan kecil, Pulau Zum-Zum, Pulau Galo-Galo, Pantai Batu Labung, Wisata Peninggalan Sejarah PD II, Pantai Tanjung Dehegila, dan 15 lokasi potensi diving. KPP II meliputi Pulau Ngele-Ngele,

Pulau Saminyamau, Goa Leo-Leo Rao dan 8 lokasi potensi diving (Morotai, 2016).

Menganalisis strategi tata ruang pariwisata Pulau Morotai, dikaitkan dengan konsep penataan ruang lautan oleh Rais yaitu : (1) Konsep keterpaduan menata ruang lautan dan daratan melalui penggunaan multiganda (*Multiple Use of open space*) guna, (a) menghindari konflik penggunaan ruang lautan, (b) Menjaga kelestarian sumber daya alam yang terkandung didalamnya pendekatan Daerah Aliran Sungai (DAS), (2) Konsep keterpaduan menata ruang pulau-pulau kecil dan lautan dengan pendekatan bioregionisme, yang mengaitkan antara karakter fisik oseonografi, atmosfer, perubahan iklim dengan karakter demografi, sosial, ekonomi, budaya, yang hidup di pulau-pulau kecil, dan (3) Penataan ruang lautan di luar laut territorial, khususnya di daerah ZEE untuk pemanfaatan yang lestari dari sumber daya hayati, khususnya menetapkan zona-zona perikanan serta tangkapan yang dibolehkan dalam zona-zona perikanan ini (*total allowable catch*), maupun menetapkan kawasan-kawasan konservasi sumber daya hayati lautan serta tindakan-tindakan manajemennya (Nadjmi & Prayitno, 2016).

Selain itu riset Prayitno mengatakan paradigma perancangan, tata ruang berbasis kepulauan "*archipelandscape*", maka model penataan ruang publik tepian air suatu kawasan lebih diarahkan pada pemograman spasial dan kegiatan yang mendukung sistem jejaring lintas pulau (*trans-islands network*) serta dalam sistem keterkaitan hulu-hilir kawasan setempat (*urban ecoscape linkage*). Sehingga, apapun kegiatan yang melingkupi serta yang akan di kembangkan dalam ruang publik tepian air kawasan harus ditempatkan pada posisi dan sistem tersebut secara tepat (Nadjmi, 2017).

Temuan riset Nadjmi memperlihatkan adanya faktor yang tidak memengaruhi perkembangan tata ruang kawasan destinasi pariwisata, namun sebenarnya faktor tersebut sangat berpengaruh terhadap perkembangan suatu kawasan destinasi pariwisata, yaitu faktor sebaran atraksi wisata, pola perjalanan wisatawan, ketersediaan sumber daya, dan kebijakan khusus (Nadjmi, 2017). Oleh karena itu, Pulau Morotai dalam mengembangkan tata ruang pariwisata juga harus memperhatikan

faktor tersebut, agar implementasi dari strategi pengembangan wisata bahari bisa berjalan dengan baik.

Strategi Pengembangan Produk dan Atraksi Wisata.

Pengembangan tematik produk wisata pada KSPN Morotai yaitu : KPP I yaitu Pengembangan produk wisata berbasis wisata alam bahari (khususnya menyelam dan panorama pantai) dan wisata sejarah yang didukung oleh wisata budaya ("*Marine and Heritage Tourism supported by Culture Tourism*"). KPP II yaitu Pengembangan produk wisata berbasis wisata alam bahari khususnya menyelam/Diving, panorama pulau dan pantai yang didukung oleh wisata budaya ("*Maine Tourism supported by Culture Tourism*").

Pengembangan paket wisata pada KSPN Morotai yaitu : (1). Morotai *Exotic Dive Site*, aktivitas wisata : diving dan snorkeling; (2). *Beach Recreation In Morotai*, aktivitas wisata : Menikmati pemandangan pantai, berenang, olahraga pantai, dan rekreasi ringan/bermain di pantai; (3). *Morotai Heritage WarWorld II*, aktivitas wisata : Napak Tilas/mengunjungi tempat-tempat peninggalan sejarah perang dunia ke II di Morotai; (4). *Nature Reserye Exploration*, Aktivitas wisata : Jelajah alam; (5). *Living Culture In Morotai*, aktivitas wisata : Tarian dan musik tradisional serta Upacara Adat (Gambar 7).

Jika dikaitkan dengan pendapat Yoeti yang mengatakan produk wisata sebagai salah satu obyek penawaran dalam pemasaran pariwisata memiliki unsur-unsur utama yang terdiri 3 bagian : (1). Atraksi objek wisata yang termasuk didalamnya citra yang dibayangkan oleh wisatawan; (2). Fasilitas yang dimiliki daerah tujuan wisata, meliputi akomodasi, usaha pengolahan makanan, parkir, transportasi, rekreasi dan lain- lain; (3). Kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata tersebut atau aksesibilitas (Budiman et al., 2017).

Selain itu, Dalam rencana membuat dan mengembangkan suatu produk baru yang akan dijadikan sebagai aktivitas bahari sudah seharusnya melihat apa saja peluang yang harus diterapkan agar rencana tersebut berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Adapun peluang-peluang pengembangan produk

baru, yaitu: (1). Perkembangan potensial Pengembangan Produk Baru; (2). Fasilitas keuangan cukup tersedia dana untuk mengembangkan produk baru tersebut; (3). Produk Baru yang akan dikembangkan tidak akan merusak produk yang telah ada dan tidak akan merugikan secara keseluruhan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nazhima & Arida menyimpulkan bahwa dalam pengembangan produk ekowisata bahari, terdapat peluang penembangan serta penerapan prinsip-prinsip ekowisata bahari yang harus diperhatikan. Adapun peluang pengembangan produk ekowisata bahari meliputi perkembangan potensial dari produk baru yang akan diproduksi, fasilitas keuangan, dan produk baru yang akan dikembangkan tidak akan merusak produk yang telah ada dan tidak merugikan secara keseluruhan. (Nazhima & Arida, 2018).

Strategi Pengembangan Amenitas pada KSPN Morotai meliputi :

Mengembangkan sarana wisata skala regional di Daruba meliputi : Transfer moda skala regional lintas kabupaten dan provinsi, Fasilitas akomodasi/hotel bintang, Shelter peristirahatan, Fasilitas telekomunikasi fuartel/warnet, Fasilitas penjualan cinderamata dan kelengkapan perjalanan wisata, Fasilitas rumah makan/restoran, TIC (*Torism Information Centre*), Fasilitas Bank dan Money changer, Fasilitas Biro Perjalanan Wisata, Fasilitas Shopping Center/Pasar Induk Skala Kabupaten. Mengembangkan sarana wisata skala lokal di Wayabula, Sopi, Bere-Bere dan Sangowo meliputi : Transfer moda skala lokal, Fasilitas akomodasi/wisma/homestay/hotel melati, Shelter peristirahatan, Fasilitas telekomunikasi/wartel/warnet, Fasilitas penjualan cinderamata dan kelengkapan perjalanan wisata, Fasilitas rumah makan/restoran, TIC (*Tourism Information Centre*), Fasilitas Bank dan Money changer, Fasilitas pasar skala lokal (Gambar 6).

Suwantoro mengatakan bahwa Amenitas adalah tersedianya fasilitas-fasilitas dasar atau pendukung yang berada di obyek wisata yang ditujukan untuk memberikan kenyamanan kepada wisatawan. Fasilitas yang dimaksud adalah fasilitas yang memberikan kemudahan bagi wisatawan dalam menikmati kegiatan

wisata, misalnya restoran, tempat ibadah, toko-toko souvenir dan cinderamata, bank, tempat penukaran uang, kator informasi wisata, fasilitas kesehatan, dan fasilitas keamanan (Nawang Sari et al., 2018).

Oleh karena itu, Pulau Morotai dalam mengembangkan Amenitas harus berkaitan dengan berbagai fasilitas pendukung sebuah destinasi guna memenuhi kebutuhan wisatawan. Bentuknya dapat berupa akomodasi untuk menginap serta restoran atau warung untuk makan dan minum (Sugiarto & Mahagangga, 2020).

Strategi pengembangan aksesibilitas terkait dengan pengembangan KSPN Morotai (Gambar 6), meliputi :

Peningkatkan kemudahan pencapaian dan biaya perjalanan yang rendah.

Peningkatan kenyamanan perjatanan wisata melalui pehgemoangan fasilitas pendukung transit dan peristirahatan.

Rencana pengembangan aksesibilitas sebagai berikut :

Peningkatan akses regional dengan memangkas rute perjalanan eksisting Udara - Darat - Laut dan diarahkan peningkatan akses melalui jalur udara dari Kota Ternate/Manado dengan rute langsung ke Bandara Pitu Morotai.

Peningkatan akses regional dengan memangkas rute perjalanan eksisting Laut - Darat - Laut dan diarahkan peningkatan akses melalui jalur laut dari Kota Ternate - Manado langsung ke pelabuhan M.s. Lastori.

Peningkatan akses internal yang dapat dilakukan melalui jalur darat dan laut

Ketersediaan dan kemudahan aksesibilitas merupakan syarat utama pengembangan destinasi Pulau Morotai. Aksesibilitas yang baik akan membuka jaringan perekonomian baru serta dapat menumbuhkan investasi dalam bidang pariwisata di Pulau Morotai. Sunaryo mengatakan bahwa Aksesibilitas wisata adalah sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai daerah tujuan wisata. Faktor-faktor yang penting didalam aksesibilitas meliputi: denah perjalanan wisata, data atraksi wisata, bandara, transportasi darat, waktu yang dibutuhkan untuk sampai ketempat wisata, biaya

untuk transportasi dan banyaknya kendaraan ketempat wisata (Nawang Sari et al., 2018).

Upaya mengembangkan pariwisata bahari Pulau Morotai aksesibilitas sangat penting dan mempengaruhi minat wisatawan untuk datang ke Pulau Morotai sesuai daya tarik wisata yang diminati. Biasanya aksesibilitas ini dapat diukur dengan berapa jarak waktu yang ditempuh, keadaan jalan, dan transportasi apa yang dapat digunakan. Transportasi yang dapat digunakan berupa kendaraan roda dua dan empat. Untuk keadaan jalan terbilang masih harus diperbaiki mengingat tingkat kunjungan wisatawan yang semakin banyak. Untuk jarak ke Pulau Morotai juga terbilang jauh dan diusahakan wisatawan yang ingin kesini, bisa datang lebih pagi agar bisa menikmati aktivitas yang diinginkan secara nyaman (Nazhima & Arida, 2018).

Strategi pengembangan promosi dan pemasaran yaitu :

Pengembangan positioning dengan melihat pada karakter produk dan profil wisatawan, yaitu mengarah pada tema "wisata alam rekreatif dan buatan". Perlu menciptakan jenis atraksi yang memungkinkan wisatawan untuk bermain (tidak pasif).

Pengembangan positioning yang diarahkan pada tema "*special interest tourism*".

Pengembangan alat promosi cetakan (brosur/leaflet/booklet, buku saku, peta wisata). Pengembangan pemanfaatan teknologi informasi untuk alat promosi. e. Pengembangan Pusat Informasi Pariwisata (*Tourism Information Center*) pada lokasi strategis yang mudah dijangkau dan berada pada rangkaian jalur pergerakan wisnus.

Perluasan jaringan promosi pada daerah yang menjadi pintu masuk wisatawan mancanegara.

Rencana pengembangan promosi dan pemasaran (Gambar 7) adalah sebagai berikut :
Penciptaan slogan/branding untuk pariwisata Kabupaten Pulau Morotai, yaitu "*Paradise of the edge of pacific* (Surga di ujung Pasifik)"

Penciptaan produk baru bernuansa rekreatif dan wisata keluarga yang berbasis pada jenis wisata alam dan buatan.

Pengemasan objek-objek eksisting ke dalam paket-paket bertema "wisata minat khusus".

Diversifikasi produk bertema ekowisata.

Reformulasi promosi pariwisata melalui media internet.

Reformulasi format dan materi alat-alat promosi pariwisata, yang difokuskan pada penguatan positioning serat kebutuhan informasi wisatawan. Kerjasama promosi dan paket wisata dengan daerah tujuan wisata di sekitarnya.

Pengembangan Sistem Informasi Wisata bersama lintas kabupaten/kota dan provinsi.

Pulau Morotai sebagai pulau terluar yang dijuluki Mutiara di Bibir Pasifik, harus mempunyai Strategi branding atau melalui destination branding yang didukung oleh penerapan dalam media-media pendukung komunikasi visual seperti baliho, iklan media cetak, website, dan sebagainya yang disesuaikan berdasarkan sasaran perancangan ini. Strategi yang digunakan yaitu dengan memilih marketing place yang meliputi Segmentation, Targetting, dan Positioning. Harapan dari penerapan strategi ini yaitu mampu memberikan temuan baru berupa strategi pemasaran yang efektif, dan mampu menunjang peningkatan eksistensi pariwisata (Iskandar & Islam, 2021).

Strategi promosi menurut Lamb adalah rencana untuk penggunaan yang optimal dari elemen-elemen promosi: periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal dan pemasaran langsung. Promosi adalah berbagai cara untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau brand yang dijual (Susilo, 2015).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil riset, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Pemetaan potensi pariwisata Pulau Morotai dibagi dalam 3 (tiga) jenis destinasi, yaitu (1). Wisata bahari 22 destinasi; (2). Wisata sejarah 8 destinasi; dan (3). Wisata gua dan air terjun 9 destinasi.

Secara spasial Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) Morotai termasuk dalam wilayah Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Morotai. Sehingga peran dan fungsi KEK yang berskala nasional dan internasional tersebut akan sangat berpengaruh besar terhadap perkembangan KSPN Morotai. Kebijakan

Pengembangan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 2011 tentang RIPPARNAS tahun 2010-2025.

Morotai masuk dalam wilayah KSPN, sehingga dibuatlah arah kebijakan pengembangan kepariwisataan daerah (RIPPDA) Kabupaten Pulau Morotai yang diatur dalam Peraturan Daerah Nomor 9 tahun 2014, sebagai rancangan strategi pengembangan pariwisata Kabupaten Pulau Morotai.

Strategi pengembangan pariwisata Pulau Morotai diarahkan pada : (a). Strategi pengembangan tata ruang kepariwisataan; (b). Strategi Pengembangan Produk dan Atraksi Wisata; (c). Strategi Pengembangan Amenitas pada KSPN Morotai; (d). Strategi pengembangan aksesibilitas terkait dengan pengembangan KSPN Morotai; dan (e). Strategi pengembangan promosi dan pemasaran.

Adapun rekomendasi hasil riset ini adalah pemerintah Kabupaten Pulau Morotai harus lebih serius mengimplementasikan strategi pengembangan pariwisata bahari, hal ini terlihat dari masih banyaknya rencana strategi yang belum berjalan dengan maksimal, sehingga sangat berdampak pada kunjungan wisatawan di Pulau Morotai. Selain itu, pengembangan produk dan atraksi wisata, pengembangan ksesibilitas, pengembangan amenitas, dan promosi pariwisata bahari harus lebih dioptimalkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik, K. P. M. (2021). *Statistik Daerah Kabupaten Pulau Mortai*. BPS Kabupaten Pulau Morotai.
- Baksir, A. (2010). *Pengelolaan Pulau-Pulau Kecil Untuk Pemanfaatan Ekowisata Berkelanjutan Di Kecamatan Morotai Selatan Dan Morotai Selatan Barat Kabupaten Pulau Provinsi Maluku Utara*. Institut Pertanian Bogor.
- Banapon, M. M. (2008). *Penilaian Ekonomi Wisata Bahari Di Pulau Morotai, Kabupaten Halmahera Utara Provinsi Maluku Utara* [Institut Pertanian Bogor]. <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/9984>
- Budiman, A. M., Mawardi, M. K., & Hakim, L. (2017). *Identifikasi Potensi dan Pengembangan Produk Wisata Serta Kepuasan Wisatawan Terhadap Produk Wisata (Studi Kasus Di Pantai Bangsring, Kabupaten Banyuwangi)*. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 50(4), 55–63.
- Direktorat Pengembangan Kawasan Pemukiman, D. J. C. K. (2015). *Profil 10 KSPN Prioritas dan Hasil Survei KSPN Morotai Serta KSPN Komodo*.
- Hangewa, R. M. P. (2020). *Dampak Pembangunan Infrastruktur Terhadap Perkembangan Pariwisata Di Kabupaten Pulau Morotai Sebagai Kawasan Perbatasan*. *Bumi Indonesia*, 9(3), 1–22.
- Iskandar, M. I., & Islam, M. A. (2021). *Destination Branding : Pendekatan Segmentation, Targetting, Dan Positioning Dalam Perancangan Media Wisata Bahari Tlocor Sidoarjo*. *Jurnal Barik*, 1(3), 164–180. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/DKV/>
- Junaid, I. (2019). *Penguatan Moda Transportasi Lokal dalam Mendukung Kabupaten Pulau Morotai Sebagai Destinasi Wisata Unggulan*. *Jurnal Wilayah Dan Lingkungan*, 7(1), 14–25. <https://doi.org/10.14710/jwl.7.1.14-25>
- Masrizal. (2011). *Mixed Method Research*. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 6(1), 53–56. <http://jurnal.fkm.unand.ac.id/index.php/jkma/article/view/89>
- Mertens, D. M. (2013). *Mixed Methods. Reviewing Qualitative Research in the Social Sciences*, 139–150. <https://doi.org/10.4324/9780203813324-11>
- Morotai, K. P. (2016). *Laporan Akhir Perencanaan Kawasan Pariwisata Pulau Morotai Provinsi Maluku Utara*.
- Nadjmi, N. (2017). *Perkembangan Pola Tata Ruang Kawasan Destinasi Pariwisata Kepulauan di Pulau Batam*. *Seminar Ikatan Peneliti Lingkungan Binaan Indonesia (IPLBI)*, B327–B336. <https://doi.org/https://doi.org/10.32315/s.em.1.b327>
- Nadjmi, N., & Prayitno, B. (2016). *Model Tata*

- Ruang Destinasi Pariwisata Kepulauan Di Kepulauan Riau.*
- Natan, N. (2016). *Prospek Pariwisata Morotai*. Jurnal Media Wisata, 14(1), 305–316. <https://doi.org/https://doi.org/10.36276/mws.v14i1.150>
- Nawang Sari, D., Muryani, C., & Utomowati, R. (2018). *Pengembangan Wisata Pantai Desa Watu Karung dan Desa Sendang Kabupaten Pactan Tahun 2017*. Jurnal GeoEco, 4(1), 31–40.
- Nazhima, A. A., & Arida, I. N. S. (2018). *Pengembangan Produk Pariwisata Melalui Penerapan Prinsip-Prinsip Ekowisata Bahari di Pantai Labuhan Amuk, Desa Antiga, Karangasem, Bali*. Jurnal Destinasi Pariwisata, 6(2), 252–257.
- Sendari, A. A. (2021, November 1). *Wisata Bahari, Pengertian, Potensi, dan Destinasinya di Indonesia*. Liputan6.com. <https://hot.liputan6.com/read/4646692/wisata-bahari-pengertian-potensi-dan-destinasinya-di-indonesia>
- SH, H. (2017). *Discovering Sustainable Coastal Tourism in Dodola-Island, Indonesia*. Journal of Aquaculture & Marine Biology, 6(2), 1–7. <https://doi.org/10.15406/jamb.2017.06.00152>
- Statistik, B. P. (2021). *Kabupaten Pulau Morotai Dalam Angka 2021 (B. K. P. Morotai (ed.); BPS Kabupa). BPS Kabupaten Pulau Morotai*.
- Sugiarto, A., & Mahagangga, I. G. A. O. (2020). *Kendala Pengembangan Pariwisata di Destinasi Pariwisata Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur (Studi kasus komponen produk pariwisata)*. Jurnal Destinasi Pariwisata, 8(2), 18–25.
- Witomo, C. M., & Ramadhan, A. (2018). *Potensi Ekonomi Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai*. Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan, 13(1), 59–71. <https://doi.org/10.15578/jsekp.v13i1.6959>