

Analisis Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Pulau Morotai

Dini Rahmawati

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya

email ; rahmawatidini@ars.ac.id

Korespondensi penulis: rahmawatidini@ars.ac.id

Abstract. *In Indonesia, tourism still has an important role in supporting national development. Morotai Island as a border area has a huge local potential in mining, farming, plantation, including human resources and tourism. Therefore, this research aimed to provide a recommendation for tourism development and so that to improve tourism competitiveness, particularly tourism activity conducted by tourists, based on SWOT analysis. This research used descriptive qualitative method. The research location was in the territory of Daruba, South Morotai, Morotai Island District, North Maluku Province. The data were obtained by doing observation, interview and literature study. In the interview part, some staff of Tourism Board and local people became the sources through focus group discussion and direct interview referred to purposive sampling technique. The SWOT analysis shows that Morotai Island District has nature beauty and War World II historical ruins as the strength. Those still have a huge opportunity to develop so that to revive the tourist activity there. Not to mention, Kelapa Bido as an endemic plant in Morotai Island District. Based on the SWOT analysis and observation, the recommendations for tourism activity are managing tour packages, agrotourism and digital tourism via augmented and virtual reality.*

Keywords: *development, tour package, agrotourism, digital tourism*

Abstrak. Sektor pariwisata di Indonesia masih menduduki peranan sangat penting dalam menunjang pembangunan nasional. Pulau Morotai sebagai kawasan perbatasan memiliki potensi daerah yang besar dalam pertambangan, pertanian, perkebunan, perikanan, termasuk pariwisata dan sumber daya manusia. Maka dari itu, tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan rekomendasi pengembangan pariwisata agar meningkatkan daya saing wisata, khususnya kegiatan wisata yang dapat dilakukan wisatawan dengan mengacu pada analisis SWOT. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif. Lokasi penelitian berada di wilayah Daruba dan sekitarnya, Kecamatan Morotai Selatan, Kabupaten Pulau Morotai, Provinsi Maluku Utara. Data diperoleh dengan melakukan observasi lapangan, wawancara dan studi literatur. Dalam tahapan wawancara, beberapa staff dari Dinas Pariwisata dan masyarakat lokal menjadi narasumber melalui *focus group discussion* dan wawancara langsung serta mengacu pada teknik *purposive sampling*. Dari analisis SWOT menunjukkan bahwa Kabupaten Pulau Morotai memiliki kekuatan keindahan alam dan sejarah yang berkaitan dengan Perang Dunia II. Semua itu masih berpeluang besar untuk dikembangkan agar menghidupkan kegiatan pariwisata di Kabupaten Pulau Morotai. Ditambah lagi adanya pohon Kelapa Bido yang hanya bisa tumbuh di Kabupaten Pulau Morotai. Berdasarkan analisis SWOT dan data di lapangan, pengembangan kegiatan wisata yang dapat direkomendasikan yaitu pengemasan paket wisata, wisata agro dan wisata digital melalui augmented dan virtual reality.

Kata kunci: pengembangan, paket wisata, wisata agro, wisata digital

LATAR BELAKANG

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah (UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata). Sebagaimana diketahui bahwa sektor pariwisata di Indonesia masih menduduki peranan yang sangat penting dalam menunjang pembangunan nasional. Selain itu, pariwisata juga merupakan salah satu faktor yang sangat strategis untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan devisa negara.

Kabupaten Pulau Morotai adalah salah satu dari 10 Destinasi Pariwisata Prioritas dari seluruh Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) di Indonesia. Maka dari itu, percepatan pembangunan di Kabupaten Pulau Morotai menjadi prioritas bagi pemerintah pusat maupun

Received: Desember 21, 2023; Accepted: Januari 19, 2023; Published: February 29, 2024

* Dini Rahmawati , rahmawatidini@ars.ac.id

pemerintah daerah. Hal ini diatur dalam PP No. 26 Tahun 2008 tentang Penetapan Kawasan Strategis Nasional, PP No. 50 Tahun 2011 tentang Kawasan Strategis Pariwisata Nasional dan PP No. 50 Tahun 2014 tentang Kawasan Ekonomi Khusus.

Jenis wisata yang terdapat di Kabupaten Pulau Morotai yaitu wisata alam bahari, wisata sejarah dan wisata budaya. Wisata alam bahari menjadi bagian dari ekowisata, yaitu perjalanan ke tempat-tempat yang relatif masih belum terganggu atau terkontaminasi (tercemari) dengan tujuan untuk mempelajari, mengagumi dan menikmati pemandangan, tumbuh-tumbuhan dan satwa liar. Kabupaten Pulau Morotai memiliki kekayaan dan keelokan alam yang sangat beragam mulai dari wisata bahari, wisata alam, flora dan fauna, makanan tradisional serta keindahan pesisir pantai dengan keunikan dan karakteristiknya. Objek-objek wisata tersebut dikelompokkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 1 Hasil Identifikasi 130 Daya Tarik Wisata Morotai

Total Daya Tarik Wisata	KTA	Tipologi	Kelas DTW	Kekuatan	Arah Pengembangan
130 Daya Tarik Wisata	KTA Moropoint – 82 daya tarik wisata	Air terjun: 6 DTW, Bawah Laut: 21 DTW, Bukit: 2 DTW, Danau: 1 DTW, Goa: 5 DTW, Mangrove: 3 DTW, Pesisir (alam): 31 DTW, Pesisir (budaya): 3 DTW, Peninggalan Sejarah Perang: 8 DTW, Taman Kota: 2 DTW	Unggulan: 18 DTW Pendukung: 64 DTW	Dive site, World War II wrecks, Galo-Galo cave, Mitita shark point	Pariwisata bernuansa militer dan Sejarah dalam Upaya diversifikasi serta penguatan kekhasan produk wisata
	KTA Rao – 16 daya tarik wisata	Air terjun: 2 DTW, Bawah Laut: 5 DTW, Goa: 2 DTW, Pesisir (alam dan budaya): 7 DTW	Unggulan: 6 DTW Pendukung: 10 DTW	Desa wisata dan wisata pesisir khususnya berselancar dan menyelam	Penguatan kegiatan olahraga air berselancar dan menyelam melalui penguatan surfing dan diving centre
	KTA Pasifik – 32 daya tarik wisata	Air terjun: 3 DTW, Bawah laut: 5 DTW, Mangrove: 1 DTW, Menara suar: 1 DTW, Pesisir (alam dan budaya): 22 DTW	Unggulan: 8 DTW Pendukung: 24 DTW	Wisata pesisir khususnya berselancar	Penguatan kegiatan olahraga air berselancar dan diving melalui penguatan surfing dan diving centre

Sumber: hasil olah data, 2023; dokumen RIPPDA, 2021

Tabel 2. Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Pulau Morotai

	Wisatawan	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1	Nusantara	3.254	5.255	12.545	14.130	16.000	25.000	35.000	50.000
2	Mancanegara	479	437	584	914	2.000	4.000	6.000	8.000
	Total	3.733	5.692	13.129	15.044	18.000	29.000	41.000	58.000

Sumber: mata.pulaumorotai.kab.go.id, 2023

Berdasarkan data kunjungan wisatawan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa ada peningkatan jumlah wisatawan baik wisatawan nusantara maupun mancanegara. Maka dari itu, secara otomatis jumlah kunjungan wisatawan secara keseluruhan mengalami peningkatan. Nampaknya, pandemi Covid-19 yang dimulai pada tahun 2020 hingga 2022 tidak menghentikan wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Pulau Morotai. Dalam rentang tahun antara tahun 2015 hingga tahun 2022, peningkatan wisatawan paling tinggi terjadi di tahun 2022 dengan peningkatan jumlah wisatawan 17.000 wisatawan. sementara itu peningkatan wisatawan paling rendah terjadi di tahun 2016 yaitu hanya sebanyak 1.959 wisatawan.

Salah satu upaya pengembangan kawasan pariwisata di Pulau Morotai yaitu dilakukan oleh Badan Nasional Pengelola Perbatasan (BNPP) Republik Indonesia dengan menetapkan Kabupaten Pulau Morotai sebagai salah satu Pusat Kegiatan Strategis Nasional (PKSN) di Indonesia dengan sebutan PKSN Daruba tepatnya di Daruba, Kecamatan Morotai Selatan, Kabupaten Pulau Morotai. Pada tataran kebijakannya, percepatan pembangunan di daerah tertinggal, terdepan, terluar (3T) dan pasca konflik menjadi perhatian serius hingga saat ini. Pada faktanya, daerah 3T tersebut di antaranya merupakan kawasan perbatasan negara. Di samping itu, ancaman kedaulatan bangsa dan gangguan keamanan perbatasan juga menjadi isu krusial ditambah adanya globalisasi dan regionalisasi yang memberikan pengaruh besar terhadap kawasan tersebut. Kondisi ini terjadi di Pulau Morotai yang merupakan pulau paling utara, atau bisa disebut terluar, di sebelah timur Indonesia. Namun demikian, Pulau Morotai sebagai kawasan perbatasan memiliki potensi daerah yang sangat besar dalam pertambangan, pertanian, perkebunan, perikanan, termasuk sumber daya manusia dan pariwisata (dokumen BNPP, 2023). Maka dari itu, tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan rekomendasi pengembangan pariwisata untuk meningkatkan daya saing wisata, khususnya kegiatan wisata yang dapat dilakukan oleh wisatawan dengan mengacu pada analisis SWOT.

Beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata di Pulau Morotai di antaranya yaitu dilakukan oleh Asrul, Lumenta dan Sugiarto (2015) tentang e-tourism di Kabupaten Morotai. Hasil penelitiannya yaitu penggunaan wordpress sebagai

wadah e-tourism. Isinya yaitu informasi tentang jenis wisata, tempat-tempat wisata, dan aksesnya. Penelitian berikutnya yang telah dilakukan oleh Totona, Lukman dan Muhi (2022). Dalam penelitiannya dikatakan bahwa pengembangan pariwisata di Kabupaten Pulau Morotai dapat dilakukan melalui market dan marketing dengan meningkatkan ketersediaan sarana dan prasarana. Tujuan dari pengembangan tersebut yaitu untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. Serupa dengan penelitian Totona, Lukman dan Muhi (2022), penelitian yang dilakukan oleh Latief, Pora dan Sumtaki (2021) juga menitikberatkan pada meningkatkan upaya promosi pariwisata dan ketersediaan sarana dan prasarana. Tujuannya agar dapat memenuhi kebutuhan wisatawan yang berada di destinasi wisata. Penelitian selanjutnya telah dilakukan oleh Taghulih dan Nuria (2020) yang menggunakan analisis matriks EFAS untuk menghasilkan strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Pulau Morotai. Strategi yang dihasilkan yaitu meningkatkan sarana dan prasarana pariwisata, promosi, pembinaan sumber daya manusia pariwisata, pengemasan dan penjualan paket wisata dan perencanaan pengembangan produk wisata. Penelitian ini sedikit sejalan dengan yang penulis hasilkan dalam penelitiannya, yaitu pengemasan dan penjualan paket wisata. Sedangkan yang membedakan lainnya yaitu penulis menggunakan analisis SWOT untuk memberikan rekomendasi pengembangan kegiatan wisata.

KAJIAN PUSTAKA

1. PENGEMBANGAN PARIWISATA

Pengembangan pariwisata merupakan salah satu usaha untuk mempromosikan daya tarik suatu objek wisata agar menjadi berkembang sesuai dengan visi dan misi (Darmatasia, Irawan & Apriani, 2020). Selain itu, ia juga merupakan suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar lebih baik dan menarik ditinjau dari segi tempat dan segala yang ada di dalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya (Anindita, 2015). Jadi dapat dikatakan bahwa pengembangan pariwisata selain merupakan usaha untuk memajukan juga mempromosikan daya tarik suatu objek wisata untuk menarik minat wisatawan datang. Namun demikian, dibutuhkan teknik perencanaan yang tepat dalam melakukan pengembangan pariwisata (Pitana, 2009). Teknik tersebut mengharuskan adanya penggabungan beberapa aspek penunjang, yaitu aksesibilitas, infrastruktur, Tingkat interaksi sosial, kompatibilitas terhadap sektor lain, daya tahan terhadap dampak pariwisata dan Tingkat resistensi masyarakat lokal. Pengaruh langsung dari adanya segala aspek pengembangan pariwisata yaitu terhadap kesempatan kerja dan pendapatan. Ini merupakan akibat dari adanya pembinaan dan pemeliharaan yang berkelanjutan dari pemerintah atas segala potensi yang dapat menarik wisatawan domestik dan mancanegara (Darmatasia, Irawan & Apriani, 2020).

2. ANALISIS SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah instrumen untuk melakukan identifikasi secara sistematis berbagai faktor untuk membuat suatu rumusan strategi (Nur'aini, 2016). Analisis SWOT merupakan penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan (Strenght), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity) dan ancaman (Threat). Selanjutnya, dari hasil penggabungan faktor-faktor SWOT jadilah sebuah matrik yaitu matrik SWOT. Kemudian, dari pertemuan kuadran SWOT tersebut muncullah strategi yang sejalan dengan semua aspek yang terdapat pada SWOT. Setelah itu, strategi-strategi tersebut dievaluasi kembali untuk memastikan apakah analisis SWOT tersebut dapat diaplikasikan dalam pengembangan pariwisata(Yanti, 2019). Dengan demikian, matrik SWOT dapat memberikan gambaran jelas peluang dan ancaman yang harus dihadapi yang disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matrik ini dapat memberikan alternatif strategi yang memungkinkan.

3. PAKET WISATA

Utama (2014) menguraikan bahwa paket wisata adalah suatu perjalanan wisata satu atau beberapa tujuan kunjungan yang disusun dari berbagai fasilitas perjalanan tertentu dalam suatu acara perjalanan yang tetap, serta dijual sebagai harga tunggal yang menyangkut seluruh komponen perjalanan wisata. Hal yang serupa juga dinyatakan oleh Camelleri (2019) yaitu paket wisata sebagai wisata yang memasukkan semua layanan seperti pengaturan layanan transportasi dan akomodasi yang dipesan oleh wisatawan dalam satu harga. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam merencanakan paket wisata ialah mengidentifikasi mengapa orang melakukan perjalanan, kapan waktu yang tepat untuk perjalanan tersebut, dan apa yang menjadi motivasi untuk pemilihan suatu destinasi liburan (Camilleri, 2019). Dalam satu paket umumnya terdiri dari (Zebua, 2016): (1) obyek wisata yang menjadi daya Tarik untuk dikunjungi wisatawan; (2) fasilitas keperluan wisatawan seperti akomodasi, restoran, hiburan; dan (3) transportasi yang membawa wisatawan dari daerah asalnya atau titik point menuju ke destinasi wisata hingga kembali lagi.

4. WISATA AGRO

Agrowisata merupakan kombinasi dari sektor pertanian dan pariwisata agar sektor pertanian tidak terdegradasi oleh perkembangan sektor pariwisata (Fazlur, 2011). Agrowisata juga sebut sebagai perpaduan kegiatan wisata dan edukasi yang terkait dengan bidang pertanian (Utama & Junaedi, 2019). Dengan adanya agrowisata ini maka para petani memperoleh kesempatan untuk meningkatkan kualitas hidup melalui pemanfaatan dan pengoptimalan lahan pertanian miliknya, memberikan pengetahuan yang sesuai dengan fakta di lapangan tentang

pertanian dan kehidupan seputar dunia bertani. Dalam hal ini, petani dituntut untuk mampu mengemas kegiatan wisata di lahan pertaniannya dan menjelaskan proses bertanam kepada wisatawan. Dengan demikian, kegiatan edukasi tidak akan terasa membosankan. Target pasar bagi jenis wisata ini adalah dari segala kalangan wisatawan.

5. WISATA DIGITAL MELALUI AUGMENTED DAN VIRTUAL REALITY

Wisata digital merupakan kombinasi antara teknologi informasi dan industri pariwisata. Maksud dari konsep tersebut yaitu meningkatkan daya guna pariwisata dengan memanfaatkan teknologi informasi. Tidak hanya itu, pemanfaatan teknologi informasi juga dapat menyediakan berbagai layanan jasa pariwisata dan memudahkan pemasaran pariwisata dalam bentuk telematika (Yanti, 2019). Wisata digital masih dianggap sebagai sebuah pengembangan sistem dan masih harus melalui pengkajian lebih jauh dalam hal fungsi dan manfaat yang dihasilkan.

Augmented reality tidak hanya menampilkan informasi lingkungan nyata, tetapi juga membangun informasi lingkungan virtual. Secara tidak langsung, pemanfaatan augmented reality menjadi penting untuk menarik perhatian, terutama untuk pengembangan pariwisata karena ia mampu untuk memenuhi informasi dengan lingkungan nyata (Dijaya, Bintara & Fitriani, 2021). Hal ini dilakukan untuk memberikan pengalaman yang berbeda pada wisatawan. Sebuah kajian menunjukkan adanya penggunaan augmented reality dengan aplikasinya Bernama CorfuAR yang dimanfaatkan untuk sektor pariwisata di Pulau Corfu Yunani (Kourouthanassis, Boletsis, Bardaki & Chasanidou, 2019). Berbeda dengan augmented reality, virtual reality menyajikan lingkungan virtual. Virtual reality dapat dikatakan sebagai lingkungan 3Dimensi yang dihasilkan oleh teknologi computer. Dalam beberapa tahun terakhir ini, aplikasi teknologi virtual dan augmented reality menjadi populer di industry pariwisata. Beberapa literatur telah menunjukkan adanya pemanfaatan teknologi tersebut untuk wisata museum dan wisata heritage (Gaberli, 2019).

METODE

Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih dalam melakukan penelitian ini oleh penulis. Pada penelitian sosial, metode kualitatif digunakan untuk memperoleh data deskriptif dalam bentuk gambar dan kata-kata, bukan berupa angka atau statistic sebagai dasar kerjanya (Moleong, 2007). Pendekatan ini berdasarkan pada fakta di lapangan dan apa yang dialami. Dalam penelitian ini, data deskriptif dikumpulkan sebanyak mungkin agar dapat dituangkan dalam bentuk uraian. Hasil dari penelitian ini, difokuskan pada penyajian gambaran secara

objektif mengenai kondisi objek penelitian yang sebenarnya sehingga data yang lebih mendalam diperoleh.

Penelitian ini dilakukan di wilayah Daruba dan sekitarnya, Kecamatan Morotai Selatan Kabupaten Pulau Morotai. Alasannya, karena kawasan tersebut merupakan pusat kegiatan strategis yang ditetapkan oleh Badan Nasional Pengelola Perbatasan sebagai kawasan prioritas percepatan pembangunan di wilayah perbatasan negara yang berbatasan dengan laut. Dengan kekayaan sumber daya yang dimiliki di kawasan tersebut menjadi potensi pariwisata yang besar untuk dikembangkan guna meningkatkan perekonomian bagi masyarakat lokal dan pendapatan daerah.

Narasumber yang menjadi informan dalam penelitian ini ialah dari Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai, para pengelola objek wisata dan masyarakat Pulau Morotai. Data yang berasal dari informan diperoleh melalui *focus group discussion* dan wawancara langsung. Dalam hal ini, pemilihan informan mengacu pada teknik purposive sampling. Pada Teknik ini, informan dipilih dengan pertimbangan karakteristik tertentu yang telah dirumuskan terlebih dahulu (Sugiyono, 2019). Sementara itu, data lapangan diperoleh dengan melakukan observasi langsung ke lapangan, yaitu khususnya di lokasi-lokasi unggulan pariwisata seperti wilayah Kecamatan Morotai Selatan, Pulau Kolorai, SKPT Pulau Morotai, kawasan budidaya Kelapa Bido.

PEMBAHASAN

Analisis SWOT

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, diperoleh beberapa informasi tentang permasalahan yang paling pokok berkaitan dengan kegiatan pariwisata di Pulau Morotai, khususnya di wilayah Daruba dan sekitarnya. Permasalahan tersebut antara lain:

1. Minimnya penyelenggaraan *event-event* untuk menarik minat wisatawan.
2. Terbatasnya akses menuju Kabupaten Pulau Morotai dari wilayah lain (luar pulau). Awalnya, akses menggunakan pesawat tersedia 3 kali dalam 1 minggu. Namun, seiring dengan menurunnya konsumen pengguna pesawat, maka sejak bulan Agustus 2023 transportasi pesawat hanya tersedia 1 kali 1 minggu dari Ternate ke Pulau Morotai menggunakan pesawat perintis dari maskapai Wings Air. Hal ini disebabkan adanya penurunan jumlah pengguna pesawat terbang menuju Pulau Morotai karena harga tiket yang mahal. Selain itu, akses lainnya yaitu melalui laut.

3. Adanya program pemerintah pusat yang tidak berjalan sesuai harapan, salah satunya adalah pusat kuliner dan oleh-oleh yang telah dibangun tidak berjalan seperti harapan, yaitu tidak ada kegiatan jual beli karena minimnya pengunjung yang datang.
4. Tidak ada kebaruan kegiatan wisata bagi wisatawan.
5. Masih perlu adanya peningkatan fasilitas pendukung dan sumber daya manusia yang mampu berkecimpung dan mengembangkan objek-objek wisata.
6. Terdapat banyak sampah di pesisir Pantai akibat terbawa oleh arus laut.
7. Adanya lahan pesisir pantai yang dimiliki oleh warga negara asing.

Berikut ini adalah analisis SWOT kondisi pariwisata di Pulau Morotai, khususnya di wilayah Daruba dan sekitarnya.

Tabel 3. Analisis SWOT

Faktor Internal	Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki beragam jenis wisata 2. Potensi wisata masih alami 3. Diving dan surfing sangat berpotensi 4. Pelabuhan dan bandara tersedia 5. Pemerintah dan Masyarakat memiliki komitmen yang kuat. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Masih terbatas sarana dan prasarana 2. Sumber daya masyarakat masih rendah 3. Belum optimal promosi 4. Peninggalan Sejarah banyak yang rusak dan hilang
Opportunity (Peluang)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Berada di perbatasan laut dengan Ternate, Sulawesi, Filipina, Jepang. 2. Berpotensi mengembangkan aktivitas wisata. 3. Terbuka kesempatan bekerja dan membuka usaha 4. Berpotensi mengembangkan wisata minat khusus 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah wahana atau aktivitas wisata. 2. Membuat event secara berkala, baik setingkat nasional maupun internasional. 3. Meningkatkan SDM pariwisata. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan infrastruktur yang telah tersedia. 2. Mengoptimalkan potensi wisata
Threats (Ancaman)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk wisata sama dengan di wilayah lain. 2. Promosi wisata bersaing dengan wilayah lain. 3. Aksesibilitas tidak mudah. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas wisata. 2. Meningkatkan objek dan daya tarik wisata. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemberdayaan masyarakat dalam Pembangunan dan pengembangan wisata. 2. Memelihara dan merawat kondisi infrastruktur agar bertahan dalam jangka Panjang.

Sumber: hasil olah data, 2023; dokumen ITMP, 2023

Dari analisis SWOT di atas diketahui bahwa Kabupaten Pulau Morotai memiliki potensi wisata alam dan sejarah dan hal tersebut didukung dengan adanya komitmen dari pemerintah daerah setempat dan masyarakat lokal untuk memajukan pariwisata di sana. Di samping itu ketersediaan bandara dan Pelabuhan juga menjadi kekuatan sebagai jalan masuk

wisatawan. Sementara itu, dari sisi kelemahan teridentifikasi adanya sarana dan prasarana yang ketersediaannya masih terbatas, benda-benda peninggalan sejarah yang hilang, sumber daya manusia yang masih perlu ditingkatkan dalam ranah pariwisata, serta promosi yang belum optimal. Sedangkan dari sisi peluang diketahui bahwa segala potensi yang ada masih sangat berpeluang untuk dikembangkan dan berpeluang untuk membuka kesempatan kerja dan usaha. Ditambah lagi dengan letak yang strategis berpeluang besar untuk banyak dikunjungi oleh banyak wisatawan. Dari sisi ancaman, ditemukan bahwa produk wisata yang serupa juga terdapat di wilayah lain, ditambah akses yang tidak mudah dan persaingan promosi.

Berdasarkan analisis SWOT tersebut maka strategi yang sebaiknya dilakukan di antaranya ialah meningkatkan daya tarik wisata baik secara kualitas, wahana, maupun sumber daya manusia yang berkecimpung di bidang wisata. Ditambah lagi pengoptimalan dan pemeliharaan infrastruktur serta pemberdayaan masyarakat perlu dilakukan agar objek dan daya Tarik wisata dapat berkelanjutan. Sangat diharapkan bahwa dengan adanya keberlanjutan objek dan daya tarik wisata maka dapat memberikan manfaat dan dampak yang signifikan bagi masyarakat sekitarnya.

Paket Wisata

Berdasarkan hasil observasi, rekomendasi pertama untuk pengembangan pariwisata di Kabupaten Pulau Morotai yaitu mengemas berbagai paket wisata. Hal ini dikarenakan Kabupaten Pulau Morotai memiliki begitu banyak obyek dan daya Tarik wisata yang menarik untuk dikunjungi. Maka dari itu paket wisata yang beragam dapat menarik wisatawan sesuai dengan minatnya. Kelebihan dari adanya paket wisata yaitu terletak pada harga dan kenyamanan saat liburan (Patterson, 2007). Harga liburan dengan paket wisata tergolong lebih murah dibandingkan dengan pembelian masing-masing elemen secara satuan. Ditambah lagi, wisatawan tidak perlu lagi memikirkan tentang akomodasi dan transportasi sehingga dapat fokus menikmati liburan atau wisata. Oleh karena itu, perpaduan antara harga yang menarik dan kenyamanan berwisata akan mempermudah penjualan dan penawaran paket wisata (Limanauw, 2020).

Dengan kekayaan dan keindahan laut yang dimiliki Kabupaten Pulau Morotai, pengusaha atau *stakeholder* dapat membuat paket wisata minat khusus berselancar, menyelam dan menjelajah pulau-pulau kecil yang ada di wilayah Kabupaten Pulau Morotai. Tentunya jika wisatawan melakukannya secara mandiri, mereka akan mengalami kerepotan dalam akomodasi, transportasi dan menuju spot berselancar atau menyelam yang menjadi tujuan. Alasannya, hanya Masyarakat lokal atau pemandu wisata yang mengetahui tepatnya spot-spot yang tepat untuk menyelam dan berselancar, serta bagaimana mendapatkan transportasi untuk

menuju obyek wisata tujuan dan berpetualang menjelajah pulau-pulau kecil yang indah di wilayah tersebut.

Poin yang terpenting adalah adanya ketersediaan layanan penerbangan yang saat ini hanya 1 kali seminggu menuju Kabupaten Pulau Morotai. Hal ini yang harus menjadi pertimbangan penting bagi wisatawan yang akan berkunjung. Dengan adanya paket wisata, wisatawan tidak perlu merisaukan masalah transportasi tersebut. Pilihannya, berangkat menggunakan pesawat terbang dan pulang menggunakan kapal feri atau sebaliknya berangkat menggunakan kapal feri dan pulang menggunakan pesawat terbang. Bagi wisatawan yang menyukai petualangan dan ingin menikmati setiap Langkah perjalanannya, mereka dapat memilih menggunakan kapal feri sebagai transportasi menuju Kabupaten Pulau Morotai.

Namun yang dalam mengemas paket wisata, harus memperhatikan hal-hal yang meliputi (Suyitno, 2006): (1) diagnostic pasar karena harus berdasarkan consumer oriented; (2) Formulasi tujuan dengan berdasarkan prinsip 5W + 1H (who, what, why, when, where, how); (3) observasi untuk menyelaraskan antara hipotesis dengan kondisi lapangan yang sebenarnya; (4) analisis data untuk mengidentifikasi kendala yang mungkin timbul dan strategi pencapaian tujuan; (5) menentukan rencana yaitu tahap mengemas paket wisata; dan (6) pelaksanaan kegiatan wisata. Meskipun demikian, adanya tawaran paket wisata merupakan pilihan bagi wisatawan. Jika wisatawan masih memilih untuk berwisata secara mandiri, itu menjadi pilihan wisatawan yang tentunya dapat dengan bebas memilih obyek wisata yang ingin dikunjungi sesuai keinginannya.

Wisata Agro

Kelapa Bido merupakan salah satu aspek unggulan dalam bidang pertanian di Kabupaten Pulau Morotai dan sangat populer. Tanaman kelapa ini merupakan tanaman endemic yaitu hanya dapat ditemukan dan tumbuh di Kabupaten Pulau Morotai. Kelapa ini memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan kelapa lainnya. Kelapa Bido memiliki bentuk buah yang besar, yaitu dengan lingkaran buah sebesar 60,70 cm. Pohon Kelapa Bido sangat pendek yaitu sekitar 50,80 cm tingginya. Selain itu, pelepah daunnya sangat rapat antara 2 hingga 3 cm untuk tiap-tiap jarak daunnya. Kelapa Bido tergolong sebagai pohon kelapa yang sangat cepat berbuah. Hal ini dapat dilihat dari kopra yang dihasilkannya yaitu sekitar 28,89 kilogram kopra per pohon per tahun. Pemerintah melalui dinas-dinas terkait juga membuat program-program dalam pengembangan Kelapa Bido. Bahkan desa yang banyak membudidayakan Kelapa Bido dinamakan dengan Desa Bido.

Dengan adanya keunikan tersebut, lokasi kebun Kelapa Bido milik petani lokal dapat berinovasi membuat agrowisata Kelapa Bido dengan konsep Petik Sendiri Kelapa Bido bagi

wisatawan sekaligus membuka rumah makan yang menyajikan makanan khas setempat. Jadi bagi wisatawan yang datang dipersilakan untuk memilih dan memetik Kelapa Bido sendiri sambil diberikan penjelasan tentang Kelapa Bido oleh petani. Jika perlu, wisatawan diajak untuk menyiapkan atau mengolah sendiri Kelapa Bido tersebut sebelum dikonsumsi.

Namun demikian, masyarakat lokal membutuhkan dukungan dari berbagai pihak atau *stakeholder* agar pengembangan wisata agro ini dapat berjalan secara berkelanjutan. Di antara pihak tersebut yaitu pihak swasta sebagai pengemas paket wisata yang memasukkan wisata agro ini ke dalam paketnya sekaligus melakukan promosi. Biasanya paket wisata tersebut didesain oleh agen atau biro perjalanan wisata. Pihak lainnya yaitu pemerintah daerah sebagai penentu kebijakan daerah terkait pariwisata dan program-program peningkatan kapasitas sumber daya manusia khususnya bagi para petani Kelapa Bido yang berminat dalam pengembangan wisata agro. Dengan demikian, diharapkan pengembangan agro wisata yang berkelanjutan dapat terwujud karena dapat meningkatkan pendapatan dan kapasitas petani maupun masyarakat lokal serta mengangkat citra petani (Swastika, Budhi & Dewi, 2017).

Wisata Digital melalui *Augmented dan Virtual Reality*

Kabupaten Pulau Morotai memiliki cukup banyak *spot-spot* menyelam untuk menikmati pemandangan bawah laut. Pemandangan yang dapat dinikmati tidak hanya keindahan flora dan fauna bawah laut, tetapi juga sejumlah peninggalan puing-puing sejarah Perang Dunia II seperti yang terdapat di wilayah Moropoint. Selama ini, *spot-spot* tersebut dikenal sebagai *spot* wisata selam. Bagi wisatawan yang tidak memiliki atau membawa alat selam dapat menyewa peralatan tersebut di tempat penyewaan yang telah disediakan.

Namun demikian, tidak semua wisatawan yang datang dapat menyelam dikarenakan berbagai sebab. Tetapi tidak mustahil pula bahwa wisatawan memiliki keinginan untuk melihat dan menikmati keindahan flora dan fauna bawah laut serta puing-puing sejarah Perang Dunia II. Di sinilah peluang wisata digital dapat dikembangkan melalui *virtual reality* dan *augmented reality*.

Augmented Reality berbeda dengan *Virtual Reality*. *Augmented Reality* merupakan perpaduan antara dunia nyata dan dunia maya (virtual) yang dibuat oleh komputer. Obyek virtualnya dapat berbentuk animasi, model 3D, teks maupun video yang dikombinasikan dengan lingkungan sesungguhnya sehingga pengguna dapat merasakan obyek virtual ada di sekitarnya. *Augmented Reality* memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan komputer yang memberikan pengalaman visualisasi yang nyata karena menempatkan obyek virtual di lingkungan nyata penggunanya (Fernando dalam Pradiatiningtyas, 2021).

Sementara itu, dalam *virtual reality*, pengguna disuguhkan sebuah dunia baru dimana ia terlibat di dalamnya. Sebagai contohnya, seseorang dapat terbang tanpa harus benar-benar terbang dalam arti sebenarnya (Guerra, Pinto & Beato, 2015). Contoh lainnya yaitu wisatawan yang dapat berwisata di goa yang sudah mengalami degradasi dan dilarang untuk dimasuki secara virtual dengan menggunakan aplikasi virtual reality. Untuk mendapatkan pengalaman tersebut, pengguna harus memakai sebuah alat semacam *headset* yang sudah dilengkapi oleh teknologi aplikasi *virtual reality* (Poux et.al, 2020). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *augmented reality* dan *virtual reality* digunakan dalam situasi yang serupa yaitu seseorang dapat bepergian sambil mendapatkan informasi tambahan dari alat yang digunakan atau sambil duduk dengan nyaman dengan menggunakan alat dan kemudian melakukan *virtual tour* (Guerra, Pinto & Beato, 2015).

Untuk wisata selam dan sejarah di wilayah Moropoint, *augmented* dan *virtual reality* dapat digunakan bagi wisatawan yang ingin berwisata. *Augmented reality* dapat digunakan untuk menayangkan kembali gambaran peristiwa ketika Amerika Serikat menjadikan Pulau Morotai sebagai markas militer mereka pada masa Perang Dunia II. Sementara itu, *virtual reality* dapat digunakan untuk menampilkan kehidupan flora dan fauna bawah laut di wilayah Moropoint ditambah dengan puing-puing peninggalan militer Amerika Serikat yang tenggelam. Dengan demikian, seluruh wisatawan segala usia dapat memperoleh pengalaman wisata bawah laut meskipun dengan cara yang berbeda.

Namun demikian, wisata digital ini tentunya membutuhkan dan menggunakan teknologi informasi yang kekinian. Di samping itu, dibutuhkan pula sarana untuk mewujudkan wisata virtual tersebut tersedia berikut sumber daya manusia yang mampu mengelolanya. Karena itu, pelatihan kompetensi pengelola wisata ini sangat dibutuhkan. Maka dari itu, diharapkan adanya peran serta pemerintah, baik pemerintah pusat maupun daerah, untuk menyediakan sarana dan prasarannya. Peran swasta pun diperlukan keterlibatannya terutama biro-biro perjalanan yang mengemas paket wisata dan menarik wisatawan untuk membelinya. Dengan adanya inovasi sebagai pengembangan kegiatan berwisata, diharapkan akan dapat menarik wisatawan secara berkala dan dengan jumlah yang relatif banyak untuk datang berkunjung sehingga daya tarik dan kegiatan wisata dapat berjalan secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Hingga saat ini, pariwisata masih memegang peranan yang sangat penting dalam mendukung pembangunan nasional di Indonesia. Pariwisata juga menjadi salah satu sektor yang dapat meningkatkan devisa negara dan pendapatan masyarakat. Dari paparan hasil

penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa Kabupaten Pulau Morotai memiliki potensi wisata alam dan sejarah yang dapat dikembangkan. Tujuannya agar menarik banyak wisatawan dengan adanya kegiatan wisata yang baru serta meningkatkan perekonomian Masyarakat local. Dengan melihat potensi wisata alam dan wisata Sejarah yang tersedia di Kabupaten Pulau Morotai, maka pengembangan wisata yang dapat dikembangkan ialah (1) pengemasan paket wisata; (2) wisata agro; dan (3) wisata digital melalui *augmented* dan *virtual reality*. Tentunya, rekomendasi pengembangan ini lahirkan dengan melihat analisis SWOT.

Namun demikian, pengembangan pariwisata harus didukung pula oleh sarana dan prasarana pengembangannya serta sumber daya manusia. Alasannya, karena sarana dan prasarana merupakan pendukung terwujudnya kegiatan wisata dapat berkembang, tanpa mengesampingkan aksesibilitas tentunya. Sementara itu, sumber daya manusia merupakan orang yang akan melaksanakan dan menjalankan kegiatan wisata tersebut. Maka dari itu, diperlukan kolaborasi dari berbagai pihak yaitu pemerintah, swasta dan masyarakat lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsul., Lumenta, S.M., Sugiarto, B.A. (2015). E-Tourism Kabupaten Pulau Morotai. *E-Journal Teknik Elektro dan Komputer*, 71-78.
- Camilleri, M.A. (2019). *Tourism Planning and Destination Marketing*. UK: Emerald Publishing Limited.
- Darmatasia, F., Irawan, B., dan Apriani, F. (2020). Upaya Pengembangan Pariwisata dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata di Kabupaten Bulungan Provinsi Kalimantan Utara. *eJournal Administrasi Publik*, 8(1), 8707-8718.
- Dijaya, R., Bintara, W.S., & Fitriani, A.S. (2021). Wisata Alam Digital di Kota Kediri Menggunakan Augmented Reality. *Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika*, 6(2), 293-304.
- Gaberli, U. (2019). Tourism in Digital Age: An Explanation for the Impacts of Virtual, Augmented and Mixed Reality Technologies on Tourist Experiences. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 2(2), 61-69.
- Guerra, P.J., Pinto, M.M., & Beato, C. (2015). Virtual Reality – Shows A New Vision for Tourism and Heritage. *European Scientific Journal (Special Edition)*, 49-54.

Kourouthanassis, P., Boletsis, C., Bardaki, C., & Chasanidou, D. (2015). Tourists Responses to Mobile Augmented Reality Travel Guides: The Role of emotions on Adoption Behavior, Elsevier, 18, 71-87.

Latief, F.H., Pora, S., & Sumtaki, P. (2021). Pariwisata di Daerah Perbatasan Tahun 2019 (Studi pada Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Pulau Morotai). *Journal Government of Archipelago*, 11(2), 17-25.

Lumanauw, N. (2020). Perencanaan Paket Wisata Pada Biro Perjalanan Wisata Inbound (Studi Kasus di PT Golden Kris Tours, Bali). *Hospitality*, 9(1), 19-30.

Moleong, L.J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Patterson, C. (2007). *The Business of Ecotourism. The Complete Guide for Nature and Culture-Based Tourism Operators*. Third Edition. Canada: Trafford Publishing.

Poux, F., Valembois, Q., Mattes, C., Kobbelt, L., & Billen, R. (2020). Initial User-Centered Design of a Virtual Reality Heritage System: Application for Digital Tourism. *Remote Sense*, 12, 1-32.

Pradiatiningtyas, D. (2021). Konsep Augmented Reality dan Mobile Marketing sebagai Usaha Pengembangan Pariwisata Yogyakarta di Era Pandemi Covid 19. *Pariwisata*, 8(1), 73-79.

Sudjarwo. (2011). *Metodologi Penelitian Sosial*. Bandung: Mandar Maju.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.

Suyitno. (2006). *Perencanaan Wisata. Tour Planning*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Swastika, I.P.D., Budhi, M.K.S., & Dewi, M.H.U. (2017). Analisis Pengembangan Agrowisata untuk Kesejahteraan Masyarakat di Kecamatan Petang, Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(12), 4103-4136.

Taghulih, B., & Nuria, H. (2020). Strategi Pengembangan Wisata Bahari Kabupaten Morotai Provinsi Maluku Utara. *Tekstual*, 18(1), 12-23.

Totona, A.S., Lukman, S., & Muhi, A.H. (2022). Analisis Pengembangan Pariwisata dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Pulau Morotai Provinsi Maluku Utara. *Jurnal Paradigma*, 11(2), 33-43.

Utama, I.G.B.R. (2014). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.

Yanti, D. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Digital Tourism sebagai Promosi Pariwisata di Toba Samosir. *Jurnal Darma Agung*, 27(1), 814-821.