

KAJIAN DAN DESAIN TOURISM MARKETING di NEGERI OMA : PROFIL DAN PEMETAAN

**Maudy M. Tanihatu, Marie. C. Tahalele, Imelda Talahatu,
Ricardo. M Simarmata, dan Dian Utami Sutiksno^{*)}**

Politeknik Negeri Ambon, Jurusan Administrasi Niaga

^{*)}*dsutiksno@gmail.com*

Abstrak. Sektor pariwisata merupakan sektor jasa yang menyumbangkan kontribusi finansial yang cukup signifikan dalam perekonomian negara. Provinsi Maluku memiliki potensi pariwisata yang potensial. Termasuk objek wisata di Negeri Oma, salah satu negeri yang ada di kabupaten Maluku Tengah, Kota Ambon, Provinsi Maluku. Penelitian ini merupakan penelitian multi tahun (4 tahun) dan bertujuan : membuat profil dan pemetaan objek wisata, menciptakan kemudahan akses dan fasilitas, mengimplementasikan integrated marketing communication dan tourism marketing digitalization serta mengkolaborasikan tourism marketing di Negeri Oma dengan Maluku's tourism industry & investment. Untuk penelitian tahun pertama, maka tujuan penelitian adalah nomor 1, yaitu membuat profil dan pemetaan objek wisata di Negeri Oma. Jenis penelitian adalah penelitian terapan dan metode kualitatif. Hasil dari penelitian adalah profiling dan pemetaan destinasi wisata, dan implikasinya adalah kemudahan informasi bagi wisatawan dan melengkapi database pariwisata di negeri Oma. Keterbatasan dari hasil penelitian tahun pertama untuk mencapai sasaran pengembangan pariwisata di destinasi ini akan dilanjutkan dalam penelitian tahun berikutnya sesuai roadmap penelitian.

Kata Kunci: Pemasaran Pariwisata, Profil Pariwisata, Pemetaan, Negeri Oma, Provinsi Maluku

Abstract. The tourism sector is a service sector that contributes significantly financially to the country's economy. Maluku province has tourism potential. Including a tourist attraction in Oma village, one of the villages in Central Maluku district, Ambon City, Maluku Province. This research is a multi-year study (4 years) and aims to: create a profile and mapping of tourist objects, create easy access and facilities, implement integrated marketing communications and digitization of tourism marketing, and collaborate on tourism marketing in Oma village with Maluku tourism & investment industry. For the first year of research, the research objective is number 1, which is to create a profile and mapping of tourist objects in Oma's Country. This type of research is applied research and qualitative methods. The result of the research is the profiling and mapping of tourist destinations, and the implication is the ease of information for tourists and to complete the tourism database in Oma's village. The limitations of the results of the first year of research to achieve the target of tourism development in this destination will be continued in the next year's research according to the research roadmap.

Keywords: Tourism Marketing, Tourism Profile, Mapping, Oma Village, Maluku Province

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan sektor jasa yang menyumbangkan kontribusi finansial yang cukup signifikan dalam perekonomian negara. Sektor jasa memungkinkan kegiatan produksi barang dari sektor ekstraktif dan sektor manufaktur, yang merupakan kekuatan untuk masuk dalam perekonomian global. Biro Pusat Statistik menggolongkan sektor jasa sesuai dengan ISIC (*International Standard Industrial Classification of All Economic Activities*) sebagai standar perekonomian.

Provinsi Maluku sebagai wilayah kepulauan dengan luas wilayah 581.376 km² yang terdiri dari lautan 527.191 km² dan daratan 54.185 km² memiliki karakteristik kepulauan dengan banyak gugusan pulau yang berpotensi mengembangkan pariwisata dengan tema wisata bahari dan budaya. Secara geografis dibatasi oleh Maluku Utara, Irian Jaya, Sulawesi Selatan, Timor Leste dan Australia. Luas laut sebesar 92,4% dan luas daratan sebesar 7,6% dengan panjang garis pantai 11.000km², sedangkan jumlah pulau besar kecil 1.412 buah. Pulau terbesar adalah Pulau Seram (18.625 km²) disusul Pulau Buru (9.000 km²), Pulau Yamdena (5.085 km²), dan Pulau Wetar (3.624 km²).

Berikut data kunjungan wisatawan ke Provinsi Maluku pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Perkembangan kunjungan wisatawan ke Provinsi Maluku 2016-2020

| No | Tourist | YEAR | | | | |
|----|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| 1. | <i>International</i> | 15.015 | 18.075 | 18.979 | 13.153 | 2.010 |
| 2. | <i>National</i> | 103.947 | 111.332 | 116.899 | 76.842 | 41.188 |
| 3. | <i>Local</i> | 129.068 | 174.431 | 183.153 | 147.434 | 173.110 |
| | TOTAL | 248.030 | 303.838 | 319.031 | 237.429 | 216.308 |

Sumber: BPS Maluku, Publikasi Maluku Dalam Angka 2016-2021

Data kunjungan wisatawan di tahun 2020 menurun drastis terutama untuk wisatawan mancanegara / internasional, mengingat pandemic covid 19. Sementara wisatawan mancanegara yang banyak berkunjung ke Maluku adalah berasal dari Belanda, Jerman, Hongkong, Prancis, Australia, RRC, Amerika dan India.

Data kunjungan wisatawan ke Negeri Oma baru dimulai dicatat secara manual / lisan, sejak 6 (enam) bulan terakhir, yaitu dari bulan Januari sampai dengan bulan Juni 2021. Mengingat belum adanya keputusan bersama perangkat desa tentang retribusi karcis masuk ke destinasi wisata di Negeri Oma yang sekaligus memudahkan penghitungan jumlah wisatawan yang berkunjung. Ada 3 pos pencatatan kunjungan wisatawan di Negeri Oma, yaitu Pos I di Simale (Kampung Lama), tercatat ada 417 wisatawan yang berkunjung, Pos II di Air Asol (Kampung Baru), tercatat ada 673 wisatawan yang berkunjung, dan Pos III di Sila (Kampung Lama), tercatat ada 512 wisatawan yang berkunjung. Sehingga total kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Negeri Oma dalam kurun waktu 6 bulan terakhir (Januari sampai dengan Juni 2021), adalah sebanyak 1.602 wisatawan (sumber : dari staf kantor Negeri Oma). Kebanyakan adalah wisatawan lokal maupun nasional, mengingat masa pandemik sehingga akses wisatawan internasional masih terbatas.

Negeri Oma adalah sebuah negeri atau setingkat desa yang berada dipulau Haruku, kecamatan Pulau Haruku, kabupaten Maluku Tengah, Provinsi Maluku, Indonesia. Memiliki teung bernama Leparissa Leamahu. Negeri Oma memiliki hubungan pela jenis batu karang sekaligus gandong (saudara satu kandung/saudara satu moyang) dengan negeri/desa Buano di Seram Bagian Barat dan negeri Beilohy Amalatu/(Ullath).



Gambar 1. Peta Negeri Oma (Sumber : Wikipedia)

Secara khusus, pariwisata di Negeri Oma cukup potensial jika dibandingkan dengan negeri atau desa atau daerah lain dalam wilayah geografis Provinsi Maluku. Memiliki beberapa objek wisata yang dapat dijadikan destinasi pariwisata, seperti, Tugu Patung Liberty, Air Asol, Air Panas Bak, daerah pesisir pantai yang memanjang sepanjang Negeri Oma, lokasi *snorkeling* dengan terumbu karang yang indah, dan lain-lain, dan hasil perkebunan serta perikanan yang memadai, dengan keindahan negeri yang berada di pesisir pantai dan bukit, melengkapi potensi pariwisata yang dimiliki Negeri Oma. Hal ini juga menjadi agenda pemerintah Negeri yang dipimpin oleh Raja yang baru saja terpilih tahun yang lalu.

Dari potensi yang dimiliki Negeri Oma tersebut di atas, dari pengamatan hasil survei dan wawancara dengan penduduk setempat, diperoleh gambaran bahwa profil dan pemetaan objek wisata yang ada di Negeri Oma belum jelas, wisatawan masih menemui kesulitan untuk mencapai destinasi wisata. Hal ini dikarenakan destinasi wisata yang letaknya atau posisinya agak berjauhan, belum tersedianya guide atau pemandu wisata, belum ada data profil dan pemetaan pada kantor negeri, serta masih cenderung alami dan belum dikembangkan sesuai ciri destinasi wisata terpadu, masih bersifat tradisional, objek wisata memiliki potensi namun belum dikenal oleh wisatawan lokal dari daerah lain atau wisatawan di Provinsi Maluku maupun wisatawan dari kota atau provinsi lain atau mancanegara, akses yang masih sulit ditempuh dan ketersediaan fasilitas serta *event-event* terkait pariwisata, serta belum bisa menjadi sumber pemasukan bagi kas negeri dan menjadi *brand* bagi pemasaran pariwisata di negeri Oma. Disamping itu belum terintegrasi dan kolaborasi dengan industri pariwisata di Provinsi Maluku.

Permasalahan. Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas maka diidentifikasi masalah penelitian ini adalah, pariwisata Negeri Oma memiliki potensi, tetapi masih banyak masalah seputar pariwisata di Negeri Oma karena belum adanya kajian dan desain *tourism marketing* di Negeri Oma terkait masalah-masalah tersebut. Serta belum adanya *tourism marketing roadmap* di Negeri Oma. Berdasar uraian tersebut, maka permasalahan penelitian selama 4 tahun (karena penelitian ini adalah penelitian *multiyears* selama 4 tahun) ini adalah: 1. Bagaimana membuat profil dan pemetaan objek wisata di Negeri Oma

2. Bagaimana menciptakan kemudahan akses dan fasilitas di Negeri Oma
3. Bagaimana mengimplementasikan *integrated marketing communication* dan *tourism marketing digitalization*
4. Bagaimana mengkolaborasikan *tourism marketing* di Negeri Oma dengan *Maluku's tourism industry & investment*

Untuk penelitian tahun pertama, maka permasalahan penelitian adalah nomor 1, yaitu bagaimana membuat profil dan pemetaan objek wisata di Negeri Oma

Tujuan penelitian adalah, membuat profil dan pemetaan objek wisata di Negeri Oma, menciptakan kemudahan akses dan fasilitas di Negeri Oma, mengimplementasikan *integrated marketing communication* dan *tourism marketing digitalization*, dan mengkolaborasikan *tourism marketing* di Negeri Oma dengan *Maluku's tourism industry & investment*

Untuk penelitian tahun pertama, maka tujuan penelitian adalah membuat profil dan pemetaan objek wisata di Negeri Oma

Kontribusi penelitian, secara praktis, dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi Pemerintah Daerah Provinsi Maluku secara umum dan khususnya kepada pemerintah negeri Oma dalam bidang *tourism marketing*, dan di tahun I ini adalah profil dan pemetaan objek wisata di negeri Oma, dan memberikan kontribusi nyata dan positif dari Politeknik Negeri Ambon kepada lingkungan dan masyarakat sekitar khususnya di negeri seribu pulau ini. Secara akademis, sebagai wadah untuk menambah wawasan keilmuan dan pengetahuan serta pengalaman khususnya menyangkut kajian dan desain *tourism marketing*, dan di tahun I ini terkait profil dan pemetaan objek wisata, dapat memahami bagaimana menerapkan teori-teori dalam penelitian ini serta melatih kemampuan dalam berpikir secara sistematis, dan membangun jaringan dan memperlebar kolaborasi baik dengan pemerintah setempat maupun secara khusus dengan unit analisis dari penelitian ini dilakukan.

KAJIAN TEORI

Pariwisata memiliki dua aspek, aspek kelembagaan dan aspek substansial. Dilihat dari sisi kelembagaannya, pariwisata merupakan lembaga yang dibentuk sebagai upaya manusia untuk memenuhi kebutuhan rekreatifnya. Sebagai sebuah lembaga, pariwisata dapat dilihat dari sisi manajemennya, yakni bagaimana perkembangannya, mulai dari direncanakan, dikelola sampai dipasarkan pada pembeli, yakni wisatawan. Sebagai sebuah substansi, pariwisata merupakan bagian dari budaya suatu masyarakat, yaitu berkaitan dengan cara penggunaan waktu senggang yang dimilikinya. Pariwisata juga dapat dipandang sebagai fenomena geografis. Kegiatan pariwisata akan senantiasa terpengaruh atau bahkan tergantung pada ciri khas yang dimiliki oleh daerah tujuan wisata, baik mengenai masyarakatnya ataupun daerahnya.

Pemasaran Destinasi Pariwisata. Pemasaran destinasi digambarkan sebagai suatu kegiatan yang berkesinambungan, proses berurutan di mana *Destination Management Organization* (DMO) merencanakan, meneliti, mengimplementasikan, mengontrol, dan mengevaluasi program yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan serta visi,

tujuan dan sasaran. Efektivitas kegiatan pemasaran tergantung pada upaya dan rencana pemasok pariwisata dan entitas lainnya. Citra dan branding destinasi: Branding destinasi merupakan area penelitian yang penting dan instrumen yang kuat untuk membangun positioning destinasi pariwisata (Sotiriadis, 2021)

Bauran Pemasaran Pariwisata. Definisi *marketing mix* menurut Kotler dan Keller (2016) "is the set of marketing tools that the firm uses to pursue its marketing objectives in the target market". Sedangkan menurut Lovelock dan Wirtz (2016), "Service Marketing mix is the ingredients required to create viable strategies for meeting customer needs profitability in a competitive a marketplace". Dari definisi di atas dapat dikatakan bahwa *marketing mix* merupakan *controllable marketing variable* yang saling terkait, diorganisir dan digunakan dengan tepat sehingga perusahaan dapat mencapai *marketing objective*-nya dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

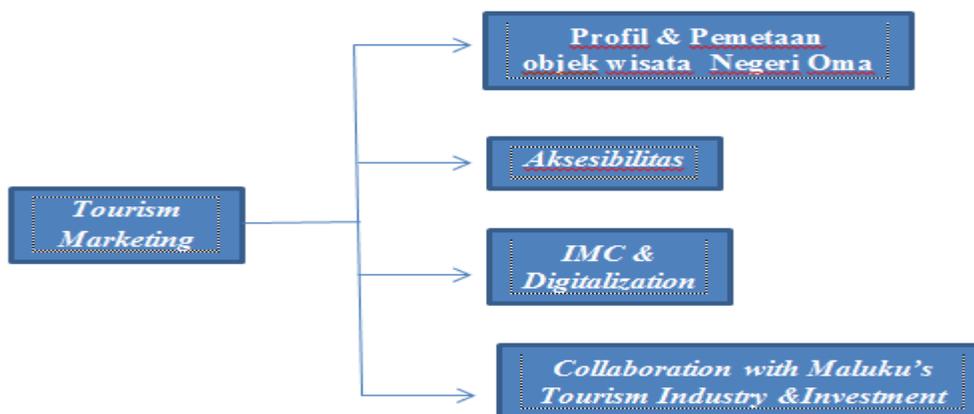
Konsep Profil Dan Pemetaan Destinasi

Profil. Sebagian besar studi membahas konsep "profil destinasi" dan "evaluasi destinasi" sebagai sinonim. "Profiling" adalah langkah maju dibandingkan dengan "mengevaluasi" karena profil menyoroti karakteristik khusus yang penting untuk topik penelitian, sedangkan evaluasi adalah investigasi menyeluruh terhadap destinasi. Untuk misalnya, profil daya saing harus menekankan sifat-sifat yang memposisikan destinasi sebagai salah satu yang kompetitif. Oleh karena itu, membuat profil destinasi wisata mendukung proses penentuan posisi. Penempatan tempat destinasi wisata berarti "mengidentifikasi dimensi destinasi yang mewakili posisi yang dapat dikembangkan untuk membedakan destinasi dengan cara yang berarti bagi konsumen" (Pike dan Ryan, 2014). Komunikasi profil yang benar membantu *positioning* destinasi di benak konsumen melalui pembentukan citra. Akibatnya, profil destinasi juga mendukung proses pembentukan citra. *Positioning* destinasi wisata adalah proses yang bersangkutan, pertama, dengan pasar segmentasi diikuti oleh "pemilihan fitur destinasi". Oleh karena itu, menurut teori ini, profil destinasi harus menyerupai profil wisatawan yang dituju.

Pemetaan. Peta merupakan penggambaran keadaan muka bumi ke dalam bidang datar. Peta juga merupakan gambaran permukaan bumi yang berisi fenomena alam dan fenomena buatan memuat informasi yang diperlukan dalam pengelolaan sumberdaya di berbagai bidang pembangunan termasuk bidang perencanaan tata ruang, kehutanan, perkebunan, pertanian, kelautan, pertambangan dan lain sebagainya. Secara umum peta diartikan sebagai gambaran konvensional dari pola bumi yang digambarkan seolah olah dilihat dari atas ada bidang datar melalui satu bidang proyeksi dengan dilengkapi tulisan tulisan untuk identifikasinya. Peta mengandung arti komunikasi (Swartawa, 2018). Artinya merupakan suatu signal atau channel antara si pengirim pesan (pembuat peta) dengan si penerima pesan (pemakai peta). Dengan demikian peta digunakan untuk mengirim pesan berupa informasi tentang realita dari fenomena geografi. Peta pada dasarnya adalah sebuah data yang didesain untuk mampu menghasilkan sebuah informasi geografis melalui proses pengorganisasian dari kolaborasi data lainnya yang berkaitan dengan bumi untuk menganalisis, memperkirakan dan menghasilkan gambaran kartografi. Informasi ruang mengenai bumi

sangat kompleks, tetapi pada umumnya data geografi mengandung 4 aspek penting, yaitu: lokasi-lokasi yang berkenaan dengan ruang, merupakan objek-objek ruang yang khas pada sistem koordinat (proyeksi sebuah peta), atribut (ciri bahan), informasi yang menerangkan mengenai objek-objek ruang yang diperlukan, hubungan ruang, hubungan logik atau kuantitatif diantara objek-objek ruang, waktu, merupakan waktu untuk perolehan data, data atribut dan ruang.

Pemetaan adalah suatu proses menyajikan informasi muka bumi yang berupa fakta, dunia nyata, baik bentuk permukaan buminya maupun sumberdaya alamnya, berdasarkan skala peta, sistem proyeksi peta, serta simbol-simbol dari unsur muka bumi yang disajikan (Hartanto&Fauzie, 2019)



Gambar 2. Kerangka Pikir (Sumber : olahan tim)

Tahun I penelitian ini adalah fokus pada tahap I pada kerangka pikir di atas, yaitu profil dan pemetaan objek wisata Negeri Oma.

METODE

Jenis penelitian kualitatif, adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan menggunakan analisis secara detail. Serta merupakan penelitian terapan. Penelitian terapan yang bertujuan untuk menemukan pengetahuan yang secara praktis dapat diaplikasikan. Penelitian terapan dirancang untuk memecahkan masalah praktis dunia modern, lebih dari sekedar pengetahuan. Tujuan dari penelitian terapan adalah untuk memperbaiki kondisi riil. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan sifat dan, atribut dari sebuah subjek (Askarzai *et al.*, 2017). Argumen untuk penelitian kualitatif dapat didasarkan pada kutipan terkenal dari Albert Einstein, tidak semua yang diperhitungkan dapat dihitung, dan tidak semua yang dapat dihitung diperhitungkan. (Dadich & Fitzgerald, 2011) menyarankan bahwa tidak ada definisi universal tentang penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif terutama digunakan untuk memahami faktor perilaku manusia (Lan 2002). Penelitian kualitatif bersifat subjektif dan tujuan penelitian kualitatif adalah untuk memahami suatu fenomena sosial (Hancock 2002). Kualitatif penelitian juga dikenal sebagai konstruktivis, naturalistik, interpretatif, post-positivis, post-modern (Clarke 2005). Data kualitatif disajikan dalam bentuk kata-kata, suara dan gambar (Lan 2002). Sifat data dalam

metode kualitatif adalah tekstual, sangat rinci dan kaya informasi (Moriarty 2011). Pendekatan analisis data kualitatif adalah; analisis tematik, grounded theory, analisis wacana dan lain-lain (Wood 2011). Tidak ada satu-satunya cara terbaik untuk menganalisis data kualitatif, analisisnya tunduk pada pertanyaan penelitian, yaitu: kebutuhan akan temuan penelitian, konteks penelitian dan sumber daya yang tersedia untuk penelitian (Taylor-Powell & Renner 2003). Metode utama pengumpulan data kualitatif adalah; wawancara, kelompok fokus dan pengamatan (Hancock 2002).

Berdasarkan (Traynor, 2007) ciri-ciri yang menonjol dari metode kualitatif adalah; naturalis, peneliti sebagai instrumen manusia, analisis data induktif, laporan deskriptif dan kriteria khusus yang dapat dipercaya.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan melakukan observasi dan wawancara (Telagawathi et al, 2021). Penelitian kualitatif juga sangat terkait dengan komitmen antara penelitian terapan dan penelitian mix methods yang dirancang untuk berkontribusi pada teori sosial sebanyak yang dimaksudkan untuk meningkatkan kehidupan masyarakat (Given, 2008).

Lokasi dan Waktu Penelitian. Lokasi Penelitian adalah di Negeri Oma, Kecamatan Haruku, Kabupaten Maluku Tengah, Provinsi Maluku. Waktu penelitian adalah 4 (empat) tahun (*multiyears*).

Tahun I adalah profiling dan pemetaan objek wisata negeri Oma Akan dilakukan identitas profil dan pemetaan potensi objek wisata negeri Oma baik yang sudah teridentifikasi maupun yang belum dalam bagan denah/peta

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang diperlukan untuk memperoleh data di lapangan adalah penelitian lapangan dan studi kepustakaan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan langkah-langkah seperti yang dikemukakan oleh (Burhan Bungin, 2003), yaitu sebagai berikut: pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), dan verifikasi dan penegasan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan metode triangulasi data sebagai teknik pengukuran keabsahan data.

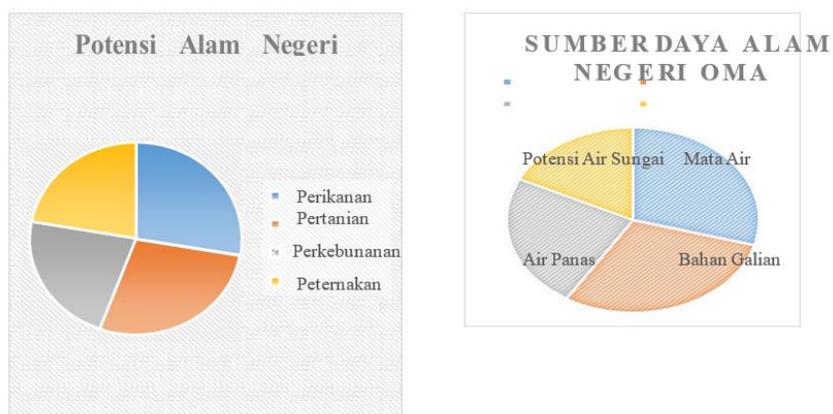
Menurut (Wirawan, 2011), triangulasi adalah suatu pendekatan riset yang memakai suatu kombinasi lebih dari satu strategi dalam satu penelitian untuk menjangkau data/informasi. Dengan mengumpulkan dan membandingkan multipel data set satu sama lain, triangulasi membantu meniadakan ancaman bagi setiap validitas dan reliabilitas data (dalam Adhimah, 2020)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Negeri Oma terletak di pulau Haruku. Dari sudut geografis pulau Haruku dalam gugus dan pulau-pulau Haruku, Kepulauan Lease itu terdiri dari: Pulau Haruku, Pulau Saparua dan Pulau Nusalaut. Terlebih dahulu diperkenalkan negeri ini untuk dapat dipahami dan diketahui. Letak geografis Negeri Oma adalah 3.80 Lu – 127, 58 BT. Negeri Oma dipimpin oleh seorang Raja. Mayoritas penduduk negeri Oma beragama Kristen Protestan. Bahasa yang digunakan oleh penduduk negeri Oma yaitu bahasa Indonesia.

Leparissa Negeriku merupakan lagu kebangsaan bagi negeri Oma. Negeri oma terletak dipesisir pantai selatan pulau Haruku. Secara administrasi pemerintahan, Negeri Oma memiliki batas-batas dengan beberapa wilayah sebagai berikut: Sebelah Utara berbatasan dengan Negeri Pelauw . Sebelah Selatan berbatasan dengan Laut Banda . Sebelah Timur berbatasan dengan Negeri Wassu. Sebelah Barat berbatasan dengan Negeri Haruku dan Sameth. Di samping itu, negeri Oma juga memiliki sebuah kampung bawahan (anak desa) yaitu desa /kampung baru. Letaknya disebelah timur dari desa induk, agak kedarat dengan jarak sekitar satu kilometer dari pesisir pantai dan pada ketinggian sekitar 15 m dari permukaan laut. Jarak dari pusat desa induk ke kampung baru adalah 1.5 km, sedangkan dengan ibukota kecamatan sekitar 20 km. Luas desa Oma terdiri dari tanah pertanian kering 27 Ha, tanah perkebunan 700 Ha, tanah lainnya 30 Ha dan areal pemukiman 25 Ha. Luas pemukiman desa induk 15 Ha, sedangkan kampung Baru 10 Ha. Desa Oma terletak ditepi pantai pada sebuah dataran rendah yang sempit. Garis pantainya lengkung dan berliku-liku. Pesisir disini berpasir dan berbatuan.

Berdasarkan Profil Negeri Oma dengan luas wilayah mencapai 1.317,0 ha memiliki potensi sumber daya alam yang cukup besar untuk dikembangkan seperti terlihat pada grafik berikut ini.



Gambar 3. Potensi dan Sumber Daya Alam Negeri Oma

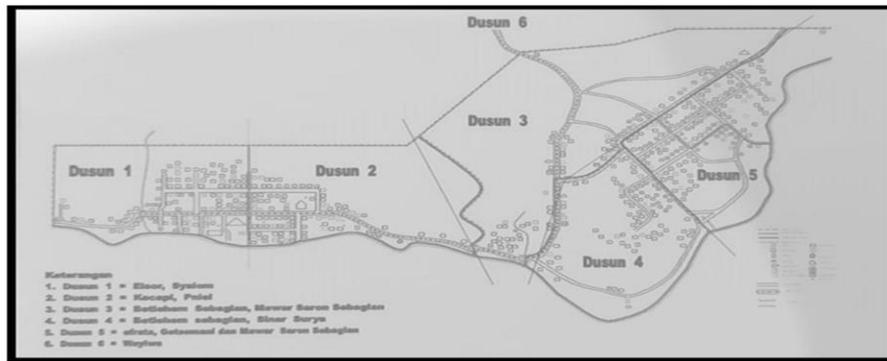
Sumber : data dari pemerintah Negeri Oma

Sesuai *road map* yang dibuat, bahwa untuk penelitian tahun I difokuskan pada profil dan pemetaan objek wisata Negeri Oma, maka melalui survei dan menggunakan perangkat teknologi drone, dibuatlah pemetaan dengan hasil sebagai berikut :



Gambar 4. Profil dan Pemetaan Objek Wisata Negeri Oma Secara Keseluruhan
 Sumber : olahan tim

Gambar 4 merupakan pemetaan dari data yang ada di Negeri Oma yaitu terdapat 6 dusun (dusun 1 sampai dusun 6) yang dapat dilihat pada gambar 5 di bawah ini.



Gambar 5. Pemetaan Dusun di Negeri Oma dan Letak Geografis Negeri Oma di Pulau Haruku

Sumber : data dari pemerintah negeri Oma

Dari perbandingan 2 peta di atas, maka dapat disimpulkan bahwa objek wisata Simale terletak di dusun 1, Air Bak di dusun 6 dan Air Asol di dusun 4. Profil 3 objek wisata

yang sudah cukup populer di Negeri Oma ini, dari hasil pengamatan / survey dan wawancara yang dilakukan, secara keseluruhan masih terkesan sederhana atau alami. Belum ada papan informasi atau peta jalan atau rute arah yang tersedia untuk memandu wisatawan ke objek-objek wisata ini. Belum tersedia brosur, belum digitalisasi, belum adanya paket-paket wisata yang ditawarkan, pernah sekali seperti lomba mancing tetapi hanya tingkat Negeri Oma, belum adanya pelabuhan perahu atau *speedboat* seperti yang ada di Negeri Haruku, tetangga dari Negeri Oma, belum adanya penerapan program *Integrated Marketing Communication*, seperti promosi dan lain-lain, belum adanya rapat khusus dari perangkat Negeri Oma untuk membicarakan tentang kerjasama antara pihak Negeri dan warga masyarakat yang memiliki asset-asset ini. Untuk diketahui, seluruh objek wisata ini merupakan asset pribadi warga masyarakat dan bukan milik Negeri Oma. Sehingga perlu *brainstorming* untuk manajemen destinasinya. Termasuk payung hukum, MOU atau perjanjian kerjasama dalam hal manajemen destinasi maupu bagi hasil, penerapan karcis tanda masuk destinasi wisata yang sekaligus membantu untuk pendataan kunjungan wisatawan. Selama ini kunjungan wisatawan tidak pernah didata dan tidak pernah ditarik retribusi bagi kas Negeri Oma hanya khusus untuk pengelola atau pemilik asset. Namun fasilitas yang ada di destinasi wisata tersebut adalah merupakan campur tangan dari perangkat Negeri Oma, seperti kolam Air Asol, dan lain-lain, dan sudah pernah dibicarakan secara lisan tentang hal ini dengan pemilik asset yang juga merupakan warga masyarakat Negeri Oma. Sarana transportasi dalam Negeri Oma yang akan membawa wisatawan dari satu destinasi wisata ke destinasi wisata yang lain juga sangat terbatas, hanya tersedia beberapa unit motor dan pick up atau angkutan umum. Kerjasama Negeri Oma dengan institusi terkait baru dilakukan dengan Dinas Pariwisata, Mei 2021 yang lalu, berupa pembentukan PokDarWis (Kelompok Sadar Wisata) dan pemberian beberapa tempat sampah dan sapu. Namun di sepanjang jalan dalam Negeri Oma, kurang terlihat adanya tempat sampah maupun pada destinasi wisata yang ada.

Selain 4 destinasi wisata yang di teliti dalam penelitian ini, masih terdapat potensi beberapa destinasi wisata yang belum bisa dirambah mengingat letak geografisnya yang cukup sulit dijangkau, yaitu destinasi wisata AIR BIRU (lokasi di dalam hutan, harus melalui panjat tebing menggunakan tali), yaitu kolam dengan air berwarna biru dan tidak kelihatan dasarnya. Serta destinasi AIR ASIN WATALAE, lokasi berdekatan dengan Air Bak Sila, kurang lebih 600M tetapi tanjakannya cukup terjal sehingga sulit dijangkau. Ini adalah Air Asin di tengah hutan.

Selain destinasi wisata tersebut, masih terdapat potensi seperti destinasi pantai di sepanjang pesisir Negeri Oma, laut yang bisa dijadikan area *snorkeling* dengan terumbu karang dan biota laut yang indah, pembuatan event-event wisata atau paket-paket wisata seperti lomba mancing dikombain dengan makan patita atau lomba makan sagu atau papeda, dan event budaya lainnya serta *hiking* atau *trekking* dan panjat tebing, *cross country* dan lain-lain.

Fasilitas *homestay* atau penginapan juga masih terbatas. Saat ini sementara dibangun penginapan atau *homestay* yang rencananya memiliki kapasitas 10 kamar, dan kerjasama dengan tim peneliti dari Polnam yang lain, dengan topik penelitian yang berbeda untuk pembuatan booth, pemilihan rumah warga yang layak dijadikan *homestay*, *FGD* dengan *stakeholder*, dan lain-lain.

Potensi yang lain adalah adanya kelompok-kelompok produktif yang bisa menunjang pariwisata di Negeri Oma. Yang saat ini baru mulai akan diaktifkan kembali. Seperti kelompok VCO, Sagu, Kue dan lain-lain.

Selanjutnya, gambar 4 di atas diperinci lagi secara detail untuk tiap objek wisata di negeri Oma, sebagai berikut :



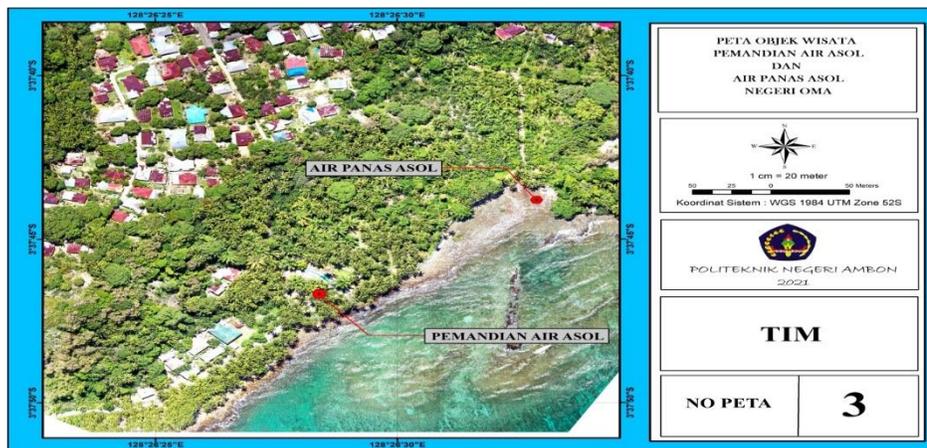
Gambar 6. Profil dan Pemetaan Objek Wisata Simale di Negeri Oma

Sumber : olahan tim

Destinasi wisata Simale terdapat di Dusun 1, merupakan destinasi yang merupakan ikon Negeri Oma yaitu patung *liberty* dan *view* pantai dan laut dari ketinggian. Merupakan tempat bersantai maupun berfoto ria serta dapat dijadikan sebagai *venue* untuk event perayaan pernikahan dengan konsep *outdoor* dengan *view* pantai dan laut yang sangat indah terutama di waktu menjelang *sunset* dan *sunrise*.

Hanya tersedia sedikit tempat sampah, penataan yang kurang rapi dan sampah yang berserakan dimana-mana. Belum ditemui petugas yang berjaga di Simale. Sementara fasilitas lain seperti area bermain, tempat makan dan bersantai, toilet masih belum dijumpai di Simale.

Berikutnya adalah destinasi wisata pemandian air asol dan air panas asol. Dan pemetaan dan profilnya.



Gambar 7. Profil dan Pemetaan Objek Wisata Pemandian Air Asol dan Air Panas Asol di Negeri Oma

Sumber : olahan tim

Destinasi wisata ini terletak di kampung baru, dusun 4 Negeri Oma, di daerah pesisir pantai. Memiliki fasilitas jalan setapak, kamar mandi atau kamar ganti, gazebo untuk duduk dan area parkir. Masih kurang dijumpai tempat sampah, area bermain anak dan tempat makan dan minum yang memadai, serta fasilitas bersantai juga masih kurang.

Belum ada retribusi tiket masuk dan pembagian petugas yang bertugas di area ini, sama seperti yang terjadi di destinasi wisata yang lain di Negeri Oma.

Destinasi wisata yang berikut adalah Air Panas Bak di Sila Negeri Oma, yang berada di dusun 6. Terletak kurang lebih 200-300m dari jalan besar. Terletak di tengah hutan dan kebun milik warga. Walau agak jauh, tetapi jalan menuju destinasi ini adalah rata dan tidak menanjak, hanya belum ada jalan setapak atau yang di aspal. Dan karena terletak di tengah hutan, terkesan diabaikan dan kurang dirawat. Air panas yang ada di dalam bak terkesan kotor dan tidak pernah dikuras atau dibersihkan. Terkesan alami buatan alam. Bak ini sudah berumur ratusan tahun, peninggalan jaman Belanda dan Portugis. Di sekitarnya terdapat pepohonan yang cukup lebat, gazebo yang sudah tertutup pepohonan dan cenderung kurang terawat. Terdapat fasilitas ruang ganti dan WC namun tidak memiliki air bersih atau air bersih untuk mandi atau keperluan bung air kecil maupun besar tidak tersedia. Pintunya juga sudah tidak bisa dikunci. Tidak terdapat tempat sampah, dedaunan berserakan termasuk sampah dari pengunjung atau penduduk yang lewat. Tidak ada area bermain, tempat makan minum dan fasilitas lain yang biasanya terdapat pada sebuah destinasi wisata. Jika bukan warga atau diantar oleh penduduk desa dan wisatawan adalah orang luar atau bukan penduduk asli Negeri Oma, dijamin bisa tersesat. Namun kadar panas dan belerang dari Air Panas Bak ini sangatlah panas. Agak sulit u berendam di dalam bak jika dalam cuaca panas terik karena kadar airnya sangat panas, bahkan lebih panas dari kadar di pemandian air panas di Tulehu misalnya. Kecuali jika dalam musim hujan, maka memungkinkan untuk berendam dalam bak panas ini. Berikut beberapa gambar dokumentasi terkait profil dan pemetaan Air panas Bak di Sila Negeri Oma.



Gambar 8. Profil dan Pemetaan Objek Wisata Air Panas Bak di Negeri Oma
Sumber : olahan tim

Dari hasil dan pembahasan penelitian diatas jika dikaitkan dengan beberapa penelitian terdahulu terkait topik ini, maka agak jarang ditemui tentang *applied research*, yang ditemui umumnya tentang implemetasi digitalisasi dalam pariwisata (Ivanovna *et al*,

2019), yang dalam penelitian ini merupakan penelitian tahun ke 3 sesuai *roadmap*. Penelitian kualitatif dibidang pariwisata oleh (Singh, et al, 2016) memaparkan teori tentang pemasaran destinasi dengan metode *literature review*. Yang paling mengena adalah penelitian dari (Cismaru et al, 2015) dan (Foris, et al, 2016) yang membuat profiling atau profil dalam penelitian mereka. Namun penelitian ini diperluas dengan mapping atau pemetaan destinasi wisata.

Penelitian tahun I ini masih merupakan penelitian terapan dasar, yaitu *profiling* dan *mapping*. Implikasi kebijakan dan yang lainnya akan lebih dikembangkan sesuai *roadmap* tahun kedua sampai tahun keempat, dengan memperhatikan teori-teori yang ada.

PENUTUP

Dengan adanya profil dan pemetaan maka akan memudahkan pemerintah negeri Oma untuk melengkapi dokumentasi destinasi wisata di negeri Oma, sekaligus memudahkan wisatawan yang berkunjung (lihat gambar 4.4), mengingat area objek wisata di Negeri Oma itu terletak cukup berjauhan satu dengan yang lainnya, dan belum tersedia petugas atau pemandu wisata di Negeri Oma. Implikasinya, kemudahan informasi, kemudahan akses, dan diharapkan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Dari profiling dan pemetaan dan dengan memperhatikan standar kelayakan sebuah destinasi wisata maka dapat dikatakan bahwa masih banyak yang harus dibenahi pada destinasi-destinasi wisata di negeri Oma ini, sehingga penelitian lanjutan tahun kedua sampai tahun keempat masih bisa dikembangkan sesuai rencana yang telah dibuat dalam roadmap penelitian.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad Rijali. (2018). Analisis data kualitatif, Jurnal Alhadharah, Vol 7, No. 33
- Askarzai, W, et al. (2017). *Research methodologies: An extensive overview*, International Journal of Science and Research Methodology, Human Journal, 2017; Vol. 6, Issue 4
- Cismaru, Laura and Ana Ispas. (2015). *Improving the profile of the european tourist destinations through the european tourism indicators system*, Bulletin of The Transilvania University of Brasov, Series V, Economic Sciences, Vol. 8 (57), No. 1
- Clarke, R, J. (2005). *Research models and methodologies*, University of Wollongong <www.uow.edu.au/content/groups/public/@web/.../doc/uow012042.pdf>
- Dadich, A & Fitzgerald A. (2011). *On line module 1: Qualitative research*, University of Western Sydney
- Folkestad, B. (2008). *Analysing interview data: Possibilities and challenges*, Euroshere Working Paper Series <<http://eurosphere.uib.no/knowledgebase/workingpapers.htm>>
- Foris, Diana, et al. (2016). *Brasov tourism destination profiling, in the context of sustainable tourism development*, 3rd International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences & Arts SGEM, Conference Proceeding

- Foris, Diana, et al. (2020). *Improving the management of tourist destinations: A new approach to strategic management at the DMO level by integrating lean techniques*, Journal of Sustainability, 12, MDPI
- Given, Liza, M. (2008). *The sage encyclopedia of qualitative research methods*, Sage, Thousand Oaks, CA, Vol 1
- Hancock, B. (2002). *An introduction to qualitative research, trend focus for research and development in primary health care* https://www.icgp.ie/.../5_Introduction%20to%20qualitative%20research
- Hartanto, D, dan M, M, Fauzie. (2019). Pemanfaatan peta digital dalam sistem penanggulangan gawat darurat terpadu di kabupaten purworejo, Tesis, Repository Poltekes Jogja
- Ivanovna, Basyuk Daria, Pohuda Natalia Viktorovna, Prymak Tatyana Yuchimovna. (2019). *Usage of the new informational technologies in personalization of relations with customers of tourism enterprises*, [https://doi.org/10.17721/2308-135 X.2019.46.30-42](https://doi.org/10.17721/2308-135.X.2019.46.30-42)
- Kotler, P, and K, L, Keller. (2016). *Marketing management*, 15th Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey
- Lan, Y, C. (2002). *Management of information technology issues in enterprise globalisation*, Thesis, University of Western Sydney, Australasian Digital Thesis Database
- Lovelock, C, and J, Wirtz. (2016). *Services marketing : People, technology, strategy*, 8th, World Scientific, USA
- Moriarty, J. (2011). *Qualitative methods overview*, National Institute for Health Research < prints.lse.ac.uk/41199/1/SSCR_Methods_Review_1-1.pdf>
- Pike, S, and C, Ryan. (2014). *Destination positioning analysis through a comparison of cognitive, affective, and conative perceptions*, Journal of Travel Research, Sage Journals
- Singh, Kuldeep, Arnab Gantait, Goldi Puri, G. Anjaneya Swamy. (2016). *Hospitality and tourism: Challenges, innovation, practices and product development*. (Ed), Dr. Alok Kumar, Adhyayan Publishers and Distributors, New Delhi. (ISBN: 978-81-8435-490-4)
- Syifaul Adhimah. (2020). Peran orangtua dalam menghilangkan rasa canggung anak usia dini (studi kasus di desa Karangbong RT. 06 RW. 02 Gedangan-Sidoarjo), Jurnal Pendidikan Anak, Vol.9, No. 1
- Sotiriadis, Marios. (2021). *Tourism destination marketing: Academic knowledge*, Journal of Encyclopedia, MDPI
- Swartawa, I, M. (2018). Pemetaan kejadian diare di lingkungan wilayah kerja UPT kesmas Gianyar II, Tesis, Repository Poltekes Denpasar
- Taylor-Powell, E & Renner, M. (2003). *Analysing qualitative data*, University of Wisconsin-Extension < learningstore.uwex.edu/pdf/g3658-12.pdf>
- Telagawathi, NLWS, Suci, NM, Heryanda, KK. (2021). Implikasi kewirausahaan terhadap digitalisasi ekonomi dan ekonomi kemanusiaan UMKM kerajinan tenun di provinsi Bali, MIX : Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol 11, No. 2

- Traynor, V. (2007). *Qualitative methods: An introduction to key concepts*, University of New South Wales < pdf-world.net/.../Qualitative-Methods-An-introduction-to-key-concepts>
- Woods, M. (2011). *Interviewing for research and analysing qualitative data: An overview*, School of Health & Social Services Massey University < owll.massey.ac.nz/.../interviewing-forresearch-and-analysing-qualitative>
- Biro Pusat Statistik, Publikasi Maluku Dalam Angka