



STRATEGI PROMOSI WISATA DALAM MENDORONG INVESTASI: STUDI PENGEMBANGAN DESTINASI PULAU DI KOTA MAKASSAR

Isra Miarni^{a1*}, Abdul Basid^{a2}, Aswar Annas^{b3}

^{1,2}Ilmu Administrasi Niaga, Universitas Pepabri Makassar, Indonesia

³Ilmu Administrasi Negara, Universitas Pepabri Makassar, Indonesia

isramiarni04@gmail.com, ²abdulbasid@unpepabri.ac.id, ³aswarannas@unpepabri.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima: 20-08-2025

Disetujui: 28-09-2025

Dipublikasikan: 30-09-2025

Kata Kunci:

1. Promosi Wisata
2. Peningkatan Investasi
3. Pengembangan Wisata Pulau

Keywords

1. Tourism Promotion
2. Increased Investment
3. Island Tourism Development

ABSTRAK

Abstrak: : Penelitian ini melihat program strategis pemerintah Kota Makassar dalam melakukan promosi wisata pulau, mengidentifikasi faktor penghambat dan pendukung yang ditimbulkan, serta melihat investasi daerah melalui promosi wisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data bersumber dari hasil wawancara, dokumentasi, observasi, dan telaah dokumen. Data yang diperoleh kemudian di kodekan dengan Nvivo 12 Plus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa langkah strategis dilakukan pemerintah kaitannya promosi wisata pulau yaitu branding dan citra destinasi, pelaksanaan event dan festival, penyediaan paket wisata terpadu, meningkatkan layanan informasi, dan penggunaan media digital promosi. Terhambatnya kegiatan promosi wisata disebabkan oleh faktor infrastruktur kurang memadai dan kesadaran masyarakat yang rendah, untuk mengatasi hal ini pemerintah perlu menyediakan infrastruktur air bersih, penyediaan kamar mandi untuk menjawab kebutuhan wisatawan, menyediakan tempat sampah, melakukan edukasi kepada masyarakat, serta meningkatkan keamanan lokasi wisata, sementara faktor pendukungnya yaitu hadirnya partisipasi masyarakat lokal yang kuat dan pemanfaatan platform digital sebagai media promosi. Adapun peningkatan investasi daerah melalui promosi wisata meliputi memperluas peluang ekonomi kreatif dan UMKM, terciptanya lapangan kerja baru, serta meningkatnya pendapatan asli daerah.

Abstract: This study examines the Makassar City government's strategic program in promoting island tourism, identifying the inhibiting and supporting factors that arise, and examining regional investment through tourism promotion. This study uses a qualitative approach with data collection sourced from interviews, documentation, observation, and document review. The data obtained were then coded with Nvivo 12 Plus. The results of the study indicate that the government's strategic steps related to island tourism promotion include branding and destination image, holding events and festivals, providing integrated tourism packages, improving information services, and using digital promotional media. The hampered tourism promotion activities are caused by inadequate infrastructure and low public awareness. To overcome this, the government needs to provide clean water infrastructure, provide bathrooms to meet tourist needs, provide trash bins, educate the public, and improve the security of tourist locations. Meanwhile, supporting factors include the presence of strong local community participation and the use of digital platforms as promotional media. Increasing regional investment through tourism promotion includes expanding creative economic opportunities and MSMEs, creating new jobs, and increasing local revenue.

PENDAHULUAN

Destinasi wisata laut memiliki potensi besar dalam mendukung keberlanjutan pariwisata, seperti halnya Kota Makassar memiliki pariwisata laut yang sangat potensial yang telah dikembangkan (Arifianti & Faculty, 2024), dan sangat berpeluang meningkatkan peluang investasi bila terkelola dengan baik (Dewi Pratiwi Azis et al., 2024). Wisata laut Kota Makassar selain menawarkan pengalaman yang menarik

dapat pula menjadi wilayah edukasi pariwisata (Faisal et al., 2024). Namun, pengelolaan wisata yang belum optimal (Mardin et al., 2023), layanan promosi wisata belum maksimal, dan infrastruktur yang kurang memadai, menjadi ancaman dalam membuka peluang investasi dan tantangan dalam mencapai keberlanjutan destinasi wisata pulau. Oleh karena itu, sangat diperlukan strategi dan penguatan layanan promosi wisata yang holistik untuk memastikan keseimbangan antara potensi pariwisata, dan pengelolaan wisata yang baik, guna dapat meningkatkan pasar investasi pada sektor pariwisata. Upaya lain yang dapat dilakukan dalam mendukung wisata pulau berkelanjutan yaitu melestarikan ekosistem pesisir, memperkuat kelembagaan pengelola wisata, dan membuka peluang kerja sama antar daerah dan melibatkan sektor swasta (Irmadhiany et al., 2024).

Sejauh ini pengelolaan wisata laut di Kota Makassar memiliki pengelolaan yang buruk dan tidak terkelola secara baik dan berkelanjutan (Rohadi et al., 2024). Itu dibuktikan dengan melihan kondisi sarana dan prasarana wisata laut belum memadai untuk mendukung minat wisatawan datang berkunjung ke wisata tersebut, keterbatasan sarana dan prasaran menjadi potret buram pengelolaan wisata pulau di Kota Makassar yang belum memadai menjadi ancaman wisata pulau tidak dapat menarik pengunjung wisatawan. Permasalahan lain dapat dilihat terbatasnya ruang fasilitas umum seperti toilet, dan ruang ganti bagi wisatawan untuk berkunjung di wisata pulau, kondisi lingkungan yang sangat buruk dimana sampah berserakan di sekitar pulau sebagai salah satu alasan yang sangat krusial lemahnya perhatian pemerintah dalam mengembangkan wisata pulau di Kota Makassar (Nain, 2022).

Selain pengelolaan wisata yang belum optimal, kurang maksimalnya layanan promosi wisata pulau yang di lakukan pemerintah turut menjadi ancaman yang serius tidak berkembangnya potensi wisata pulau yang ada di Makassar (Ruslan et al., 2019). Kurangnya layanan promosi wisata pulau memengaruhi kondisi berkurangnya pengunjung untuk datang di wisata tersebut, karena wisatawan tidak mengetahui potensi wisata yang ada di sekitar pulau seperti potensi untuk melakukan pancing mania, potensi gelombang untuk dimanfaatkan kegiatan snorkeling. Selain itu, masyarakat juga tidak dapat mengakses secara rinci dan terbuka wilayah wisata pulau yang dimiliki Kota Makassar. Tanpa promosi yang baik destinasi potensi wisata pulau yang dimiliki tidak akan terekspose ke daerah lain sehingga wisatawan tidak mendapatkan informasi perihal potensi wisata pulau tersebut.

Minimnya infrastruktur yang kurang memadai menjadi salah satu pemicu kurang maksimalnya wisatawan datang ke wisata pulau di Kota Makassar. Infrastruktur menjadi salah satu yang perlu diperhatikan dalam proses pengembangan wisata pulau, karena infrastruktur menjadi akses utama dalam menghubungkan wilayah wisata pulau antar satu sama lainnya, manakala infrastruktur tidak ditangani dengan serius maka akan berdampak pada respon wisatawan yang kurang baik. Memperhatikan infrastruktur publik di lokasi wisata pulau seperti jaringan listrik dan air bersih, sarana telekomunikasi dan internet, ketersediaan fasilitas kesehatan, dan kepastian keamanan pengunjung menjadi program yang serius perlu direspon pemerintah Kota Makassar sebagai upaya untuk mengembangkan potensi wisata pulau yang dimiliki. Manakala infrstruktur dapat dipenuhi secara

maksimal dan sejalan dengan peningkatan promosi wisata, maka potensi wisata pulau yang ada di Makassar dapat terekspos secara terbuka (Mahendra, 2025). Bukti pengelolaan layanan promosi wisata yang baik dan berdampak pada peningkatan investasi sektor wisata pulau dapat ditemukan di Thailand yaitu pulau Railay Barat dan Pulau Gua Phra Nang. Pengelolaan *Platform* promosi wisata yang baik dan mempertimbangkan aspek ramah lingkungan yang dikomparasikan dengan kebudayaan Masyarakat lokal, pariwisata pulau tersebut membuka ruang pasar investasi bagi negara-negara lain, baik investasi pada aspek infrastruktur, sarana pendukung pariwisata, hingga investasi penginapan (Zhang *et al.*, 2020). Keberhasilan ini memperlihatkan bahwa pendekatan strategi promosi yang terstruktur, sistematis, dan massif yang menggunakan *platform* promosi yang kuat dan dapat diakses oleh seluruh kalangan maupun instansi, mampu menciptakan dampak positif bagi peningkatan investasi, pendapatan daerah, hingga kesejahteraan masyarakat.

Pemanfaatan wisata pulau sebagai peluang bisnis untuk menarik investasi, perlu mempertimbangkan aspek keberlanjutan lingkungan dan ekonomi biru. Memastikan keberlanjutan lingkungan dalam pengelolaan pulau sebagai wilayah destinasi wisata sangat perlu dilakukan. Lingkungan yang sehat, indah, asri, dan bersih dari sampah merupakan faktor pendukung untuk menarik wisatawan datang berkunjung di destinasi wisata tersebut. Akan tetapi, zona wisata pantai menjadi poin penting untuk melakukan penataan lingkungan dan menjamin keberlanjutan lingkungan, sangat banyak ditemukan zona wisata sangat mempengaruhi kondisi keramahan lingkungan bila tidak ditata secara baik. Oleh karenanya, menjaga dan merawat kondisi lingkungan menjadi perhatian serius untuk dilakukan (Surya *et al.*, 2020). Selain memperhatikan kondisi lingkungan, wisata pulau juga sangat menopang terciptanya ekonomi biru. Ekonomi biru mengacu pada pemanfaatan sumber daya laut secara berkelanjutan untuk meningkatkan ekonomi, kesejahteraan masyarakat, dan menjaga kesehatan ekosistem laut. Dengan hadirnya pemanfaatan pulau menjadi wilayah destinasi dapat menunjang perubahan ekonomi masyarakat yang berada di wilayah destinasi, serta mampu memberikan kontribusi tambahan pendapatan Kota Makassar (Juswan *et al.*, 2024). Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya strategi layanan promosi wisata sebagai pengembangan destinasi wisata pulau yang dimiliki dalam mendukung peningkatan investasi, peningkatan pendapatan daerah, dan kesejahteraan masyarakat pulau.

Dalam konteks strategi layanan promosi wisata dalam meningkatkan investasi dan pengembangan destinasi wisata pulau di Kota Makassar. Pertanyaan penelitian yang diajukan dalam menjawab masalah penelitian adalah; (a) bagaimana strategi layanan promosi wisata yang dilakukan saat ini? faktor-faktor apa saja yang menjadi penghambat dan pendukung dalam penerapan strategi layanan promosi wisata dan pengembangan destinasi wisata pulau? apakah strategi layanan promosi yang dilakukan saat ini, dapat meningkatkan investasi dalam mendukung peningkatan pendapatan daerah, dan kesejahteraan Masyarakat pulau. Dengan memperhatikan pertanyaan penelitian ini, maka penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis secara holistik strategi promosi wisata untuk meningkatkan investasi daerah dengan memanfaatkan pengelolaan wisata pulau di Kota Makassar.

Pendekatan pemecahan masalah pada penelitian ini mengutamakan strategi layanan promosi wisata dalam meningkatkan pasar investasi yang dapat mendukung destinasi wisata pulau. Strategi pertama yang dilakukan memperkuat promosi wisata melalui *platform* digital, memperkuat pemasaran wisata melalui Kerjasama pihak swasta, pemerintah daerah lain, dan pelaku investasi serta memperhatikan penataan potensi wisata di setiap pulau. Kedua, dilakukan pemetaan dan identifikasi faktor-faktor penghambat dan pendukung yang mempengaruhi strategi layanan promosi wisata seperti aksesibilitas promosi wisata, kemampuan sumber daya pemberi layanan promosi, sarana dan prasarana media promosi yang digunakan. Ketiga, penelitian ini juga mengidentifikasi dan merancang strategi layanan promosi guna mendukung peningkatan investasi, pendapatan daerah, dan kesejahteraan Masyarakat pulau.

Penelitian sebelumnya banyak berfokus pada promosi wisata dalam menarik pengunjung wisata (Mirza Alifiah Diani, Mujahid, and Fitriana 2024; Perdana et al. 2020) dan penelitian sebelumnya banyak pula mengkaji mengenai pariwisata Pantai (Daniel Adolf Ohyver et al. 2024; Atia et al. 2021; Tiara Rendeng Lelepadang, Aksa, and Idris Taking 2024). Namun, kajian yang membahas mengenai strategi layanan promosi wisata yang mengintegrasikan pada peningkatan pasar investasi daerah masih sangat terbatas. Selain itu, kajian promosi wisata yang memfokuskan pada destinasi wisata pulau juga masih sangat minim dilakukan. Terkhusus dalam konteks Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan. Penelitian ini menawarkan konsep baru yang mengintegrasikan strategi layanan promosi wisata dalam peningkatan investasi daerah dengan memfokuskan pada destinasi wisata pulau. Novelty penelitian ini terletak pada lahirnya model strategi layanan promosi wisata yang mampu memberikan rujukan kepada pemerintah, serta mengembangkan informasi destinasi wisata pulau di Kota Makassar, dalam mendukung peningkatan pendapatan daerah, dan kesejahteraan masyarakat pulau. Kesenjangan utama yang akan diisi oleh penelitian ini yaitu kurangnya kajian yang memberikan rekomendasi pengembangan wisata secara integrat dalam meningkatkan investasi daerah, melalui pengembangan wisata pulau. Selain itu penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan dari penelitian sebelumnya yaitu memberikan gambaran secara eksplisit terkait solusi dan tantangan yang dihadapi pemerintah daerah dalam mengembangkan wisata pulau.

METODE PENELITIAN

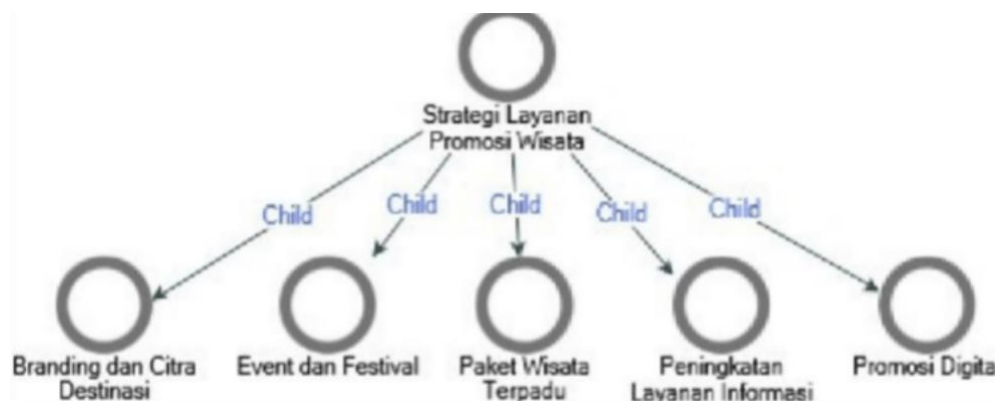
Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang meliputi pengumpulan data melalui sumber-sumber primer dan sekunder. Pendekatan kualitatif memungkinkan pemahaman yang mendalam tentang strategi layanan promosi wisata dalam meningkatkan investasi daerah melalui potensi wisata pulau di Kota Makassar. Sumber data akan diperoleh melalui wawancara, dokumentasi, observasi, dan telaah dokumen dengan pemangku kepentingan utama, seperti pejabat pemerintah, pelaku industri pariwisata, akademisi, dan komunitas masyarakat, termasuk Dinas Pariwisata Kota Makassar, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Makassar, untuk mendapatkan pandangan langsung tentang tantangan dan strategi promosi wisata yang dilakukan dalam meningkatkan investasi daerah. Selain itu, analisis dokumentasi dilakukan untuk memahami peraturan, kebijakan, dan dokumen terkait lainnya yang berkaitan dengan strategi promosi

wisata pulau. Observasi langsung juga dilakukan untuk memperoleh wawasan tentang praktik dan kondisi lapangan terkait strategi promosi wisata pulau di Kota Makassar. Integrasi dari metode ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif dan mendalam tentang strategi promosi wisata pulau dalam meningkatkan investasi di Kota Makassar. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan Nvivo 12 Plus. Alat ini berguna dalam mengolah data penelitian kualitatif dengan memetakan kecenderungan tema-tema yang muncul. NVivo 12 Plus adalah perangkat lunak analisis data kualitatif yang memungkinkan peneliti mengelola, menganalisis, dan menemukan wawasan dari data teks, audio, video, dan multimedia secara efisien. Telaah dokumen dilakukan dengan melakukan kajian dan pemeriksaan mendalam pada literatur yang tersedia di jurnal, buku, website. Selain itu, telaah dokumen juga dilakukan dengan mengumpulkan dokumen relevan lainnya. Tahap pengolahan dan analisis data yaitu dilakukan dengan cara penyajian data, reduksi data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian yang diolah tersebut kemudian divalidasi dengan menggunakan triangulasi data penelitian kemudian disajikan dalam bentuk kalimat deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Layanan Promosi Wisata Pulau

Efektivitas strategi layanan promosi wisata pulau dalam menunjang investasi daerah di Kota Makassar perlu diuraikan, karena melihat berbagai persoalan yang krusial serta kurangnya respon pemerintah saat ini dalam mendorong peningkatan promosi wisata menjadi ancaman yang nyata melemahnya kontribusi pariwisata dalam menunjang keterbukaan peluang investasi. Situasi ini menunjukkan bahwa pariwisata pulau di Kota Makassar dapat menimbulkan eskalasi yang cukup tinggi, sementara potensi pariwisata pulau di Kota Makassar cukup banyak (Faisal, 2024). Pariwisata pulau di Kota Makassar memiliki tantangan yang serius pengelolaan yang kurang maksimal, pemasaran pariwisata yang kurang efektif, serta dukungan pemerintah yang sangat lemah dapat memperburuk kondisi keberlanjutan pariwisata pulau (Roem, 2023). Untuk mengembalikan stabilitas pariwisata di Kota Makassar perlu memperhatikan strategi keberlanjutan yang dilakukan oleh keseluruhan pihak terutama pemerintah kota. Adapun strategi layanan promosi wisata yang dilakukan pemerintah saat ini berfokus pada beberapa aspek, dilihat pada gambar dibawah.



Gambar 1. Strategi Layanan Promosi Wisata Pulau

Sumber: Dianalisis oleh penulis dengan Nvivo 12 Plus, 2025

Saat ini pemerintah Kota Makassar telah memaksimalkan branding dan citra destinasi pulau-pulau yang ada di Kota Makassar sebagai sasaran wisata. Seperti branding wisata pulau Samalona yang identik dengan pasir putih dan laut biru yang nyaman digunakan untuk aktivitas snorkling, pemerintah kota juga memaksimalkan branding wisata pulau Kodingareng Keke sebagai pulau yang sangat nyaman dijadikan Lokasi berjemur, camp, menikmati sunset, yang dilengkapi fasilitas jet ski agar wisatawan yang berkunjung di pulau ini dapat menikmati panorama laut secara terbuka yang menjadi ikon lautan Sulawesi. Pemerintah Kota Makassar tak luput pula melakukan branding dan citra wisata Pulau Langkai, Lae-Lae, Lanjukang sebagai wilayah kepulauan terluar Kota Makassar, panorama yang eksotis yang dilengkapi dengan villa diatas laut menjadi view utama ketiga pulau ini. Meski demikian, branding dan citra destinasi wisata pulau di Kota Makassar masih terdapat beberapa kelemahan yang perlu dibenahi dengan cepat. Seperti branding dan citra tidak terpadu dan terintegrasi kepada pihak maupun instansi pemerintah lingkup Kota Makassar sendiri, dan minimnya inovasi dan kreativitas konten promosi wisata yang dilakukan, branding citra wisata kurang massif dilakukan di media social promosi.

Pelaksanaan event dan festival di Kota Makassar juga menjadi langkah strategis dilakukan pemerintah dalam mendukung promosi wisata pulau. Seperti kegiatan F8 yang dilakukan setiap tahun oleh pemerintah Kota Makassar selama satu pekan berturut turut. Kegiatan F8 ini bertujuan untuk mempromosikan dan merayakan potensi seni, budaya, dan ekonomi kreatif Kota Makassar serta Sulawesi Selatan secara umum. Festival ini menjadi wadah bagi para pelaku industri kreatif untuk menampilkan karya mereka, sekaligus menjadi daya tarik wisata bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Event F8 merupakan ajang untuk melakukan promosi wisata pulau, segala bentuk kreatifitas masyarakat pulau dan potensi pariwisata pulau ditampilkan di depan publik agar dapat memikat pengunjung untuk datang menikmati destinasi wisata pulau di Kota Makassar. Meski demikian pelaksanaan event dan festival F8 sebagai kegiatan tahunan pemerintah Kota Makassar dalam melakukan promosi wisata masih terdapat kekurangan. Seperti lemahnya tindak lanjut Kerjasama dengan pemerintah daerah lain secara berkelanjutan agar menjamin support pengembangan wisata pulau di Kota Makassar.

Penyediaan paket wisata terpadu juga menjadi langkah kongkrit pemerintah Kota Makassar dalam mendukung promosi wisata pulau. Paket wisata terpadu ini bertujuan untuk menghadirkan dan memberikan kemudahan, kenyamanan, dan nilai tambah bagi wisatawan, serta mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan dengan melibatkan masyarakat lokal, agar wisatawan luar wilayah Makassar dapat berkunjung di pulau-pulau wisata secara nyaman dan aman. Melalui Dinas Pariwisata Kota Makassar telah di kembangkan program *Losari City Branding* pemerintah menggalang seluruh travel wisata lingkup Kota Makassar menjalin Kerjasama dalam memastikan tersedianya paket wisata pulau di Kota Makassar, sehingga wisatawan diluar wilayah Makassar dapat mengakses secara mudah spot-spot wisata pulau di Kota Makassar. Meski demikian, program paket wisata terpadu melalui *Losari City Branding* memiliki kelemahan seperti kurangnya pelibatan stakeholder antar instansi lain dalam memberikan dan menyebar luaskan informasi perihal paket wisata pulau, sehingga program ini sangat bertumpu pada pelibatan travel

wisata untuk mempromosikan wisata pulau di Kota Makassar.

Pemerintah Kota Makassar juga memaksimalkan peningkatan layanan informasi wisata. Program Makassar Travel Fair sebagai salah satu layanan yang disediakan oleh Dinas Pariwisata Kota Makassar untuk meningkatkan promosi wisata. Makassar Travel Fair dilakukan setiap tahun oleh Dinas Pariwisata agar wisatawan luar Kota Makassar dapat menikmati perjalanan wisata dengan mudah. Selain Program Makassar Travel Fair, terdapat pula aplikasi digital Makassar Tourism yang dapat diakses oleh wisatawan nasional melalui google play. Aplikasi Makassar Tourism hadir untuk menyampaikan informasi tentang wisata di Kota Makassar dan sekitar Sulawesi Selatan. Makassar Tourism menjadi pemandu pribadi menjelajahi tempat-tempat wisata pulau dan kuliner seluruh wilayah Kota Makassar. Kedua program layanan informasi wisata Makassar Travel Fair dan Makassar Tourism yang disediakan oleh Dinas Pariwisata Kota Makassar sangat diharapkan dapat meningkatkan promosi wisata pulau di Kota Makassar secara mudah, dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Meski demikian, layanan promosi wisata ini masih memiliki kelemahan. Seperti kekawatiran pengunjung wisata terkait keamanan data yang akan dengan mudah diakses oleh publik.

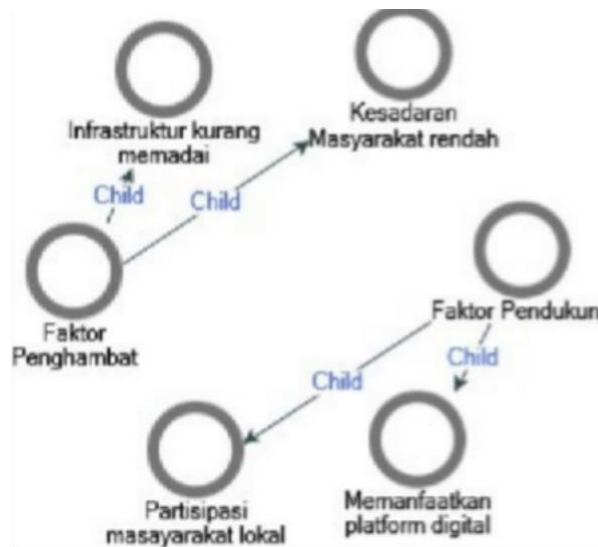
Kegiatan promosi wisata melalui pemanfaatan platform digital juga tak luput dilakukan oleh pemerintah Kota Makassar sebagai bagian meningkatkan strategi layanan promosi wisata pulau. Ragam aplikasi yang digalakkan pemerintah Kota Makassar dalam mendukung promosi wisata pulau. Seperti Makassar Sombere & Smart City, Makassar Tourism, Lontara, dan Makassar SuperApp keseluruhan media digital ini menjadi saling interkoneksi dengan berbagai spot-spot wisata pulau yang ada di Kota Makassar. Media digital ini menjadi wadah promosi wisata agar kemudahan akses wisatawan dapat dirasakan, media digital ini diintegrasikan langsung ke Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar agar keseluruhan informasi terkait wisata pulau dapat dilihat pada platform digital tersebut. Meski demikian, media digital ini masih memiliki kekurangan yaitu masih banyak wisatawan belum mengetahui ketersediaan platform digital ini sehingga wisatawan belum mengakses media promosi wisata tersebut.

Pemerintah Kota Makassar telah mengambil langkah-langkah signifikan dalam peningkatan promosi wisata pulau. Melalui branding dan citra destinasi, pelaksanaan event dan festival, penyediaan paket wisata terpadu, peningkatan layanan promosi, dan menyediakan aplikasi sebagai media promosi digital telah dilakukan saat ini. Namun tantangan seperti mengintegrasikan kegiatan promosi keseluruhan instansi, menyebarluaskan informasi wisata pulau, jaminan keamanan data wisatawan, kemudahan akses paket wisata terpadu, pelibatan kerjasama dengan pemerintah daerah lain, serta memaksimalkan media promosi digital yang telah disediakan masih perlu ditangani dengan baik. Memaksimalkan kerjasama dan kolaboratif dengan masyarakat, dan pihak swasta dapat meningkatkan promosi wisata pulau di masa depan, membranding Kota Makassar sebagai kota destinasi pulau, aman, dan nyaman terhadap perkembangan dan kemauan wisatawan yang akan datang (Nur et al., 2024).

Faktor Penghambat Dan Pendukung Strategi Layanan Promosi Wisata Pulau

Studi ini lebih lanjut mengidentifikasi faktor-faktor penghambat dan pendukung dalam implementasi

strategi layanan promosi wisata pulau untuk mendukung investasi di Kota Makassar. Hal ini dapat dilihat pada pemetaan gambar di bawah.



Gambar 2. Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi Layanan Promosi Wisata Pulau

Sumber: Dianalisis oleh penulis dengan Nvivo 12 Plus, 2025

Salah satu faktor penghambat strategi layanan promosi wisata pulau di Kota Makassar yaitu kesadaran Masyarakat masih rendah terkhusus di wilayah kepulauan Kota Makassar. Masyarakat yang berpemukiman di wilayah destinasi pulau kurang memiliki kesadaran dalam menjaga kelestarian pulau dan membuang sampah di sekitar area wisata, sehingga pemandangan ini nyaris ditemukan di setiap wilayah wisata pulau. Penumpukan sampah atau membuang sampah di sekitar pulau dapat mengurangi kebersihan wisata dan mengganggu kenyamanan wisatawan yang datang berkunjung di tempat tersebut, sehingga hal ini dapat memicu mengurangi kunjungan wisatawan untuk datang. Selain itu, Masyarakat pulau juga masih kurang memiliki kesadaran dalam menerima tamu wisatawan yang berasal dari daerah lain untuk datang menikmati wisata pulau tersebut. Sehingga wisatawan terganggu secara psikologis kenyamanan mereka, wisatawan merasa kurang aman dengan berbagai tindakan masyarakat pulau di area wisata. Untuk mengatasi tantangan tersebut pemerintah Kota Makassar menyediakan area tempat sampah untuk menampung sampah rumah tangga masyarakat disekitar pulau, melakukan edukasi kepada masyarakat agar membuang sampah pada tempat yang disediakan, pada keamanan wisatawan pemerintah Kota Makassar menugaskan Satuan Polisi Pamong Praja untuk bertugas menjaga kondisi keamanan di sekitar area wisata pulau.

Faktor lain menjadi penghambat strategi layanan promosi wisata pulau di Kota Makassar yaitu infrastruktur yang kurang memadai minimnya sarana air bersih yang tersedia disekitar wisata pulau membuat wisatawan untuk kurang nyaman untuk membersihkan diri pasca melakukan aktivitas berenang dilaut, selain itu keterbatasan kamar mandi yang disediakan di area wisata pulau menjadi pemicu kurang nyamannya pengunjung wisata untuk datang di wisata pulau yang telah disediakan di Kota Makassar. Untuk mengatasi permasalahan ini pemerintah Kota Makassar terus memantau dan memaksimalkan

pembuatan penyaringan air laut menjadi air tawar demi memenuhi kebutuhan para wisatawan yang berkunjung di area wisata, pemerintah Kota Makassar juga menyediakan kamar mandi sementara agar dapat menampung dan memenuhi kenyamanan wisatawan pasca berenang di area pulau. Penanganan permasalahan ini terus dipantau dan dikordinasikan antar instansi terkait agar wisatawan mendapatkan kenyamanan selama berwisata di pulau Kota Makassar.

Sementara faktor pendukung strategi layanan promosi wisata pulau di Kota Makassar yaitu semangat partisipasi masyarakat lokal untuk meramaikan dan menampilkan makanan khas Kota Makassar sangat mendukung, meskipun disisi lain kesadaran akan menjaga lingkungan wisata masih minim. Partisipasi masyarakat lokal sekitar area wisata pulau dalam mendukung kemajuan pariwisata sangat tinggi, dengan kehadiran wisata pulau masyarakat yang berpemukiman disekitar area tersebut memanfaatkan untuk membuka lapak usaha. Ragam makanan khas Kota Makassar yang disediakan sehingga dapat memikat wisatawan luar untuk datang. Selain itu, masyarakat lokal juga memperkenalkan spot-spot area wisata di sekitar dan menjelaskan secara rinci berdasarkan sejarah dan kearifan lokal masyarakat. Kegiatan ini sangat memberikan efek edukasi wisatawan untuk datang berkunjung dan memahami gambaran sejarah dan spot wisata yang ada disekitar wisata pulau masing-masing.

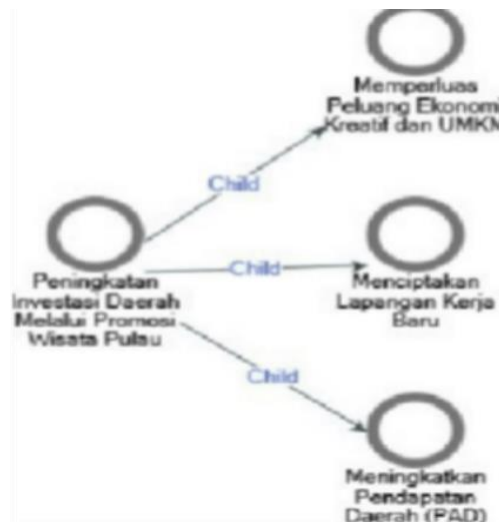
Selanjutnya faktor pendukung lain strategi layanan promosi wisata pulau di Kota Makassar yaitu memanfaatkan platform digital untuk promosi wisata. Dinas Pariwisata Kota Makassar telah memaksimalkan penggunaan platform digital sebagai media untuk promosi wisata, berbagai aplikasi telah dibuat oleh pemerintah Kota Makassar agar promosi dapat dilakukan secara mudah dan efektif, dapat menjangkau keseluruhan lapisan masyarakat dan wilayah luar Kota Makassar, platform tersebut dapat pula diakses kapanpun dan dimanapun, platform media digital yang dikembangkan oleh pemerintah seperti Makassar Sombere & Smart City, Makassar Tourism, Lontara, dan Makassar SuperApp media digital ini memiliki interkoneksi dengan instansi pemerintah lainnya. Platform digital ini memungkinkan menjangkau wisatawan yang lebih luas, meningkatkan ketenaran wisata pulau, membangun hubungan dengan wisatawan dan pengelola wisata, daya promosi wisata lebih efektif, target wisata lebih tepat, mengoptimalkan penggunaan anggaran pemasaran wisata, dan dapat meningkatkan konversi kunjungan wisatawan.

Dengan adanya faktor penghambat pada promosi wisata pulau di Kota Makassar. Pemerintah dapat pula melakukan kegiatan sosialisasi yang lebih inklusif melibatkan seluruh elemen masyarakat pulau yang hidup disekitar area wisata. Pelibatan komunitas lokal serta mengedepankan edukasi kepada masyarakat dapat menjadi saluran efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Pemenuhan infrastruktur juga tidak kalah penting yang perlu dilakukan oleh pemerintah agar support area wisata dapat dimanfaatkan dengan baik (Dahliah, 2021). Sementara faktor pendukung seperti peningkatan dan mempertahankan partisipasi masyarakat merupakan hal yang perlu dijaga oleh pemerintah. Pemerintah Kota Makassar harus terus berupaya menggandeng masyarakat setempat dalam menjaga dan meramaikan area wisata pulau. Memaksimalkan platform digital perlu dilakukan secara berkelanjutan dan inovatif agar promosi wisata dapat diakses dengan mudah dan cepat. Menyesuaikan fitur platform digital dengan kebutuhan wisatawan

merupakan hal perlu dikontrol sehingga wisatawan dengan mudah memahami platform digital yang telah disediakan oleh pemerintah Kota Makassar (Yusuf et al., 2025).

Peningkatan Investasi Daerah Melalui Promosi Wisata Pulau

Selanjutnya studi ini memetakan pula kontribusi promosi wisata pulau dalam peningkatan investasi di Kota Makassar. Hal ini dapat dilihat pada pemetaan gambar di bawah.



Gambar 3. Peningkatan Investasi Daerah Melalui Promosi Wisata Pulau

Sumber: Dianalisis oleh penulis dengan Nvivo 12 Plus, 2025

Promosi wisata pulau berdampak pada meningkatnya investasi daerah. Salah satunya yaitu memperluas peluang ekonomi kreatif dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Hadirnya area wisata pulau di Kota Makassar menjadi lokasi mata pencaharian masyarakat untuk membuat lapak UMKM di sekitar wisata, hal ini mendorong pendapatan tambahan rumah tangga masyarakat pulau dalam mewujudkan ketahanan rumah tangga mereka, memberikan efek perekonomian yang cepat dan tepat melalui penyajian jualan aneka ragam makanan dan pernak pernik khas Kota Makassar. Selain itu, pemerintah Kota Makassar melalui program Makassar Great Sale (MGS) mendorong pelaku usaha kecil di seluruh Kota Makassar terkhusus area wisata pulau untuk diberdayakan, program bertujuan untuk melibatkan lapisan masyarakat agar turut andil dalam pengembangan sektor pariwisata. Selain itu, Makassar Great Sale memberikan stimulus yang kuat kepada masyarakat pulau untuk berwirausaha memanfaatkan area wisata yang dikunjungi oleh wisatawan menjadi lahan potensial untuk meningkatkan ekonomi rumah tangga masyarakat setempat (Mahmuddin et al., 2024; Rahayu et al., 2024).

Selanjutnya investasi daerah melalui promosi wisata pulau di Kota Makassar juga menciptakan peluang dan lapangan kerja baru terkhusus di area wisata pulau. Seperti halnya dalam sektor transportasi. masyarakat yang memiliki perahu/sampan dapat membuka aktivitas penyewaan perahu bagi wisatawan yang mau berkeliling di sekitar area pulau. Selain itu, masyarakat juga membuat penyewaan tempat duduk santai yang di sewakan kepada wisatawan. Dengan hadirnya program MICE (*Meetings, Incentives,*

Conferences, and Exhibitions) agenda ini dapat menyerap tenaga kerja lokal terkhusus bagi masyarakat non-skill untuk dikerjakan disetiap agenda-agenda pertemuan. Pemerintah Kota Makassar mencanangkan program ini yang memiliki tujuan tersedianya lapangan kerja masyarakat di sekitar wisata pulau guna menjamin kehidupan rumah tangga masyarakat yang berdampak pula pada peningkatan investasi daerah dan tersedianya lapangan kerja yang memadai (Dahliah, 2021; Burhanuddin & Chusaemah, 2023).

Terakhir, investasi daerah melalui promosi wisata pulau di Kota Makassar juga berdampak pada peningkatan pendapatan daerah. Berdasarkan realisasi pemerintah Kota Makassar bahwa hadirnya pariwisata pulau di Kota Makassar memberikan kontribusi nyata pada pendapatan daerah. Kota Makassar memiliki pendapatan daerah mencapai 2 Triliun lebih pada tahun 2024 dimana 25,9% pendapatan daerah tersebut berasal dari sektor pariwisata atau setara dengan 401 Miliar. Pencapaian tersebut tidak luput dari strategi pemasaran pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah dengan bekerjasama Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia dan Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Indonesia, kerjasama ini membawa dampak signifikan dalam memaksimalkan pariwisata pulau di Kota Makassar, sehingga berdampak baik pada meningkatnya pendapatan asli daerah (Badan Pendapatan Daerah Kota Makassar, 2024; Kurlia, 2021). Meskipun pencapaian sektor pariwisata memiliki kontribusi signifikan pada pendapatan asli daerah, pemerintah Kota Makassar tetap menggalakkan pengembangan promosi wisata dalam berbagai media agar sektor wisata pulau di Kota Makassar dapat membranding Makassar sebagai kota metro pariwisata gerbang poros maritim Indonesia timur.

PENUTUP

Strategi layanan promosi wisata dalam meningkatkan investasi di Kota Makassar menunjukkan bahwa meskipun terdapat berbagai langkah strategis dilakukan pemerintah seperti branding dan citra destinasi, pelaksanaan event dan festival, penyediaan paket wisata terpadu, meningkatkan layanan informasi, dan penggunaan media digital promosi, masih terdapat berbagai tantangan yang menghambat dalam pelaksanaan promosi wisata. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi strategi promosi wisata pulau di Kota Makassar terhambat oleh beberapa faktor utama, termasuk infrastruktur kurang memadai dan kesadaran masyarakat yang rendah. Sementara faktor pendukung yaitu hadirnya partisipasi masyarakat lokal yang kuat dan pemanfaatan platform digital sebagai media promosi. Untuk mengatasi tantangan ini diperlukan peran pemerintah kota yang kuat dalam menyediakan infrastruktur air bersih, penyediaan kamar mandi untuk menjawab kebutuhan wisatawan, menyediakan tempat sampah, melakukan edukasi kepada masyarakat, serta meningkatkan keamanan lokasi wisata. Pendekatan secara holistik ini diharapkan mampu menjawab hambatan yang muncul dalam agenda promosi wisata pulau di Kota Makassar. Sementara itu, peningkatan investasi daerah melalui kegiatan promosi wisata pulau berdampak pada memperluas peluang ekonomi dan UMKM, memicu terciptanya lapangan kerja baru, dan meningkatnya pendapatan asli daerah di Kota Makassar. Keterbatasan penelitian ini terletak pada pendekatan kualitatif yang mungkin tidak mencakup seluruh perspektif pemangku kepentingan, serta keterbatasan dalam generalisasi temuan yang diperoleh dari wawancara dan observasi di lokasi tertentu.

Selain itu, data yang dikumpulkan dapat dipengaruhi oleh bias subjektif dari informan berdasarkan kepentingan dan keterbatasan akses ke informasi yang relevan. Rekomendasi penelitian ini untuk kedepan termasuk pada penggunaan metode penelitian campuran antara kualitatif dan kuantitatif mengingat potret peningkatan pendapatan asli daerah perlu dikaji dengan pendekatan ekonomi. Penelitian ini juga dapat memperluas cakupan lokasi studi untuk mengakomodasi variasi dalam konteks sosial, ekonomi, budaya, dan lingkungan di berbagai daerah Kota Makassar. Selanjutnya, penting untuk melakukan penelitian lanjutan guna mengavaluasi dampak jangka panjang dari program strategi promosi wisata yang dilaksanakan serta perubahan perilaku wisatawan dan persaingan pariwisata pulau di tingkat regional

PENGHARGAAN

Terima kasih kepada semua pihak yang terlibat Dinas Pariwisata Kota Makassar, DPRD Kota Makassar, pelaku industri pariwisata, akademisi, serta komunitas, termasuk para peneliti, serta dukungan dari Universitas Pepabri Makassar yang telah mendukung jalannya penelitian ini. Tidak lupa, kami juga mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi Republik Indonesia (KEMDIKTISAINTEK RI) yang telah memberikan pendanaan berupa hibah reguler Penelitian Dosen Pemula (PDP) Tahun 2025.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifianti, D. P., & Faculty, P. S. (2024). Marine Tourism Management Strategy On Lanjukang Island : The Role Of Local Government Maritime Diplomacy. *International Journal of Communication Tourism, and Social Economic Trends*, 1(4), 48–55. <https://doi.org/https://doi.org/10.62951/momat.v1i4.115>
- Atia, Y., Omar, A. A., Amri, A., Hasani, M. C., Program, M., Sosial, S., Perikanan, E., Perikanan, D., Kelautan, I., Perikanan, D., Hasanuddin, U., & Program, D. (2021). Pengaruh Social Media, Customer Experience dan Servicescape Terhadap Revisit Intention Pada Objek Wisata Bahari (Studi Kasus pada Pantai Akkarena, Makassar) The Impact of Social Media, Customer Experience and Servicescape on The Revisit Intention in Marin. *Torani: J.MFishSci*, 26(1), 70–77.
- Badan Pendapatan Daerah Kota Makassar. (2024). *Pemkot Makassar Terus Genjot Target PAD Rp2 Triliun di 2024 - Pajak PBB dan Aplikasi Pakinta Bapenda Makassar Jadi Bahan Materi Sosialisasi Penyebarluasan Perda*. <https://sulsel.bpk.go.id/wp-content/uploads/2024/12/1.PAD-Pemkot-Makassar-Terus-Genjot-Target-PAD-Rp2-Triliun-di-2024>
- Burhanuddin, B., & Chusaemah, C. (2023). The Effects of Halal Food Socialization by The Culture and Tourism Office of South Sulawesi to The Increase of Tourists Visit In The City Of Makassar. *International Journal of Halal System and Sustainability (InJHSS)*, 3(2), 40–44. <https://conference.umi.ac.id/index.php/ichalalumi-abstract/article/view/10>
- Dahliah, D. (2021). Economic Analysis of the Use of Tourists on Tourism Objects in Makassar City. *Jurnal Economic Resource*, 4(2), 101–109. <https://doi.org/10.57178/jer.v4i2.231>

- Daniel Adolf Ohyver, Risman Jaya, Sudarmi, Ismail, & Alisyahbana, A. N. Q. A. (2024). Natural Potential and Local Resources of Tourism Villages in Extreme Poverty Alleviation. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(3), 543–554. <https://doi.org/10.62794/je3s.v5i3.4409>
- Dewi Pratiwi Azis, Ni Gst Nym Suci Murni, I Ketut Budarma, & Hajar Dewantara. (2024). Strengthening Local Economies through the Implementation of Digital Promotion in Tourism Villages and Its Implications for Marine Tourism. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(3), 443–455. <https://doi.org/10.62794/je3s.v5i3.4377>
- Faisal, F. (2024). Policies and Strategies for Green Tourism Development of the Jeneberang River Area in Makassar City. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 8(2), 285–297. <https://doi.org/10.34013/jk.v8i2.1792>
- Faisal, Rahmanita, & Nurbaeti. (2024). Policies and Strategies for the Advancement of Green Tourism in the Jeneberang River Region of Makassar City. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalisasi Dan Perjalanan*, 8(2), 285–297. <https://doi.org/10.34013/jk.v8i2.1792>
- Irmadhiany, M., Nikijuluw, V., Putra, K. S., Prasetya, R., Burhanuddin, Wibisono, E., Hakim, A., Tomasow, J., & Armanto, T. (2024). Integrated Coastal Management (ICM) with a Reference on Protection-production Approach: an Initial Lesson of TWP East Bintan, Kepulauan Riau Province. *BIO Web of Conferences*, 92. <https://doi.org/10.1051/bioconf/20249201025>
- Juswan, Rachman, T., Paroka, D., Alie, M. Z. M., Purnama, B., & Ardi. (2024). Sosialisasi Konsep Blue Economy dalam Pembangunan Kawasan Wisata Pesisir Kota Makassar. *Jurnal Tepat (Teknologi Terapan Untuk Pengabdian Masyarakat)*, 7(Teknologi Terapan), 9.
- Kurlia, A. (2021). *Analisis Sektor Pariwisata Dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Makassar* [Universitas Negeri Makassar]. https://lib.unm.ac.id/storage/file_thesis/EojR2yl3AYE6fdq62m8u4zN2dlFH8rZlPZbqQRYr
- Mahendra, I. (2025). *Analysis of Blue and Green Economy Integration in Marine Resources Management and Sustainable Tourism Makassar* (Vol. 2024, Issue Icame 2024). Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-758-8_75
- Mahmuddin, M., Fadhilah, N., Aprilani, P., & Hanafi, M. H. (2024). The Role Of Creative Economy In Improving The Welfare Of Local Communities: Case Study In Tourism Area. *Oikonomia : Journal of Management Economics and Accounting*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.61942/oikonomia.v2i1.269>
- Mardin, N. F. R. H., Haning, M. T., & Lambali, S. (2023). Government Capability in Encouraging Sustainable Innovation: A Case Study of the Makassar City Tourism Alley Program. *Journal La Sociale*, 4(6), 550–559. <https://doi.org/10.37899/journal-la-sociale.v4i6.1270>
- Mirza Alifiah Diani, Mujahid, & Fitriana. (2024). Promotional Strategies and the Role of Tourism Ambassadors in Increasing Tourist Visits in Penajam Paser Utara Regency. *Jurnal Sinar Manajemen*, 11(1), 28–36. <https://doi.org/10.56338/jsm.v11i1.5136>

- Nain, U. (2022). The Role of Government in The Development of Coastal Community in Makassar City. *Sosiohumaniora*, 24(3), 392. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v24i3.35845>
- Nur, A. C., Nur, A. I., Akib, H., & Koliopoulus, T. (2024). The Importance of Government Collaboration Strategies for Developing Tourism Villages in Indonesia. In *Revista de Gestão Social e Ambiental* (Vol. 18, Issue 4). <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n4-096>
- Perdana, R. C., Agustino, M. R., Hartawan, D., Suyoso, Y. A., & Sari, R. (2020). Adaptasi dan Kebiasaan Baru Human Resource Department di Masa Pandemi Covid-19. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 2(3), 201–204. <https://doi.org/10.35899/biej.v2i3.138>
- Rahayu, M., Eppang, B. M., Renold, Machmury, A., Muchlis, F. F., Ridwan, M., Pastini, N. W., & Oktawirani, P. (2024). The Untia Coastal Tourism Village: The Driving Force Behind the Development of Makassar's New Port. *International Journal of Qualitative Research*, 3(3), 296–303. <https://doi.org/10.47540/ijqr.v3i3.1350>
- Roem, M. (2023). The Role of Stakeholders in the Development of Sustainable Marine Tourism in Makassar City: Tourism Governance Perspective. *KnE Social Sciences*, 2023, 571–578. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i17.14151>
- Rohadi, P. P., Qisthina, N., Aulia, R., Arifin, H. S., & Kaswanto, R. L. (2024). Urban Landscape Management of Makassar City Based on Waterfront City Concept. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1384(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1384/1/012029>
- Ruslan, M., Mustafa, H., & Mariantha, I. N. (2019). Island Tourism Based Tourism Attraction: Implementation of Environmental Sanitation and Healthy Lifestyle Peoples in Coastal Region Island. *Asian Journal of Social Sciences & Humanities Vol*, 8(November), 4. [http://ajssh.leena-luna.co.jp/AJSSHPDFs/Vol.8\(4\)/AJSSH2019\(8.4-02\).pdf](http://ajssh.leena-luna.co.jp/AJSSHPDFs/Vol.8(4)/AJSSH2019(8.4-02).pdf)
- Surya, B., Saleh, H., Suriani, S., Sakti, H. H., & Hadijah, HadijahSulawesi, S. (2020). Environmental Pollution Control and Sustainability Management of Slum Settlements in Makassar City ,. *Journal MDPI - Land*, 9(279), 1–34.
- Tiara Rendeng Lelepadang, N., Aksa, K., & Idris Taking, M. (2024). Arahana Pengembangan Wisata Pantai Indah Bosowa Di Kota Makassar Direction For The Development Of Indah Bosowa Beach Tourism In The City Of Makassar. *Idris Takim/ Journal of Urban and Regional Spatial*, 4(1), 11–21. <https://ejournalfakultasteknikunibos.id/index.php/jups>
- Yusuf, M., Amalia, I. F., & Zaenal, F. A. (2025). Perceptions of Tourism Promotion and Business Challenges in Makassar: A Survey on Digital Marketing Effectiveness for Tourism Businesses. *Social, Humanities, and Educational Studies*, 8(2), 41–48. <https://doi.org/https://doi.org/10.20961/shes.v8i2.99322>
- Zhang, Z., Plathong, S., Sun, Y., Guo, Z., Munnoy, T., Ma, L., Jantharakhantee, C., & Tanboot, L. (2020).

Analysis of the island tourism environment based on tourists' perception—A case study of Koh Lan, Thailand. *Ocean and Coastal Management*, 197(July).

<https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2020.105326>