



Analisis Multiplier Effect dan Dampak Ekonomi Objek Wisata Pantai Base-G terhadap Perekonomian Lokal di Jayapura

Marisa Christin Simbiak*

Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Cenderawasih, Kampus Uncen Waena, Jl. Camp Wolker, Waena, Abepura-Jayapura, Papua, Indonesia 99351

*Korespondensi penulis: marisasimbiak1@gmail.com

Abstract. Base-G Beach is a tourist attraction located in North Jayapura District, Jayapura City, managed by the local community who hold customary land rights. This study aims to assess the economic impact of Base-G Beach using the multiplier effect analysis and to evaluate service quality based on the perceptions of visitors, business actors, and workers using a Likert scale. The assessment of six service aspects revealed that most were rated as very good, except for the availability of toilets and electricity, which still require attention. Regarding the economic impact, the Keynesian Income Multiplier calculation yielded a value of 0.27, indicating that the economic impact of this tourist attraction is still suboptimal. This value is below 1, meaning the tourism sector at Base-G Beach has not yet had a significant influence on the local economy. However, the Income Multiplier Ratios for Type I and Type II were 1.09 and 1.11, respectively, indicating a positive economic connection (≥ 1) between the tourism sector and the local economy. This suggests that there is potential for greater economic impact if the tourism sector is further developed. Nevertheless, the low Keynesian multiplier value indicates the need to strengthen the link between the tourism sector and the local economy. Therefore, it is recommended that the development of Base-G Beach tourism focus on improving infrastructure, particularly the provision of essential facilities such as toilets and electricity. Additionally, efforts should be made to expand the local economic network directly connected to the tourism sector. Improving service quality and developing infrastructure will help increase the economic impact of the tourist attraction, open new business opportunities, and provide greater benefits to the welfare of the surrounding community of Base-G Beach.

Keywords: Tourist Attraction; Base-G Beach; Perception; Multiplier Effect; Economic Impact

Abstrak. Pantai Base-G merupakan objek wisata yang terletak di Distrik Jayapura Utara, Kota Jayapura, yang dikelola oleh masyarakat lokal pemilik hak ulayat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak ekonomi objek wisata Pantai Base-G dengan menggunakan analisis multiplier effect serta menilai kualitas pelayanan berdasarkan persepsi pengunjung, pelaku usaha, dan tenaga kerja yang bekerja di area tersebut. Penilaian dilakukan dengan menggunakan Skala Likert untuk menilai enam aspek pelayanan yang ada di objek wisata tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar aspek pelayanan berada pada kategori sangat baik, kecuali pada aspek Ketersediaan Toilet dan Listrik yang masih perlu perhatian lebih. Untuk menganalisis dampak ekonomi, perhitungan Keynesian Income Multiplier menghasilkan nilai sebesar 0,27, yang menunjukkan bahwa dampak ekonomi dari objek wisata ini masih belum optimal. Nilai ini kurang dari 1, yang menandakan bahwa pengaruh sektor pariwisata terhadap perekonomian lokal belum cukup besar. Meskipun demikian, perhitungan Income Multiplier Ratio Tipe I dan Tipe II masing-masing menghasilkan nilai 1,09 dan 1,11, yang menunjukkan adanya keterkaitan ekonomi positif (≥ 1) antara sektor pariwisata dan sektor ekonomi lokal. Hal ini berarti ada potensi pengaruh ekonomi yang lebih besar jika sektor pariwisata lebih berkembang. Namun, nilai Keynesian multiplier yang rendah menandakan perlunya penguatan keterkaitan sektor pariwisata dengan ekonomi lokal. Oleh karena itu, disarankan agar pengembangan pariwisata Pantai Base-G difokuskan pada peningkatan infrastruktur, terutama pada penyediaan fasilitas yang mendukung seperti toilet dan listrik yang memadai. Selain itu, perlu adanya upaya untuk memperluas jaringan ekonomi lokal yang terhubung langsung dengan sektor pariwisata. Peningkatan kualitas pelayanan dan pengembangan infrastruktur ini akan membantu memperbesar dampak ekonomi dari objek wisata tersebut, membuka peluang usaha baru, serta memberikan manfaat lebih besar bagi kesejahteraan masyarakat sekitar Pantai Base-G.

Kata kunci: Objek Wisata; Pantai Base-G; Persepsi; Efek Multiplier; Dampak Ekonomi

1. LATAR BELAKANG

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam upaya meningkatkan dan memajukan perekonomian masyarakat, baik dalam tingkat lokal hingga global. Pariwisata mempunyai begitu banyak dampak dan manfaat, di antaranya adalah menghasilkan devisa negara, menciptakan lapangan kerja, serta sektor pariwisata bertujuan untuk menjaga kelestarian alam hingga mengembangkan budaya lokal (Dritasto dkk, 2013). Badan Pusat Statistik Republik Indonesia (2020) menunjukkan bahwa sejak tahun 2017 hingga 2019 sektor pariwisata domestik menunjukkan tren yang positif. Data tahun 2017 menunjukkan sumbangan devisa dari sektor pariwisata adalah sebesar 13,13 miliar USD dan meningkat menjadi 16,42 miliar USD pada tahun 2018 (BPS, 2018).

Wisata alam merupakan wisata yang menawarkan sumber daya alam sebagai potensi serta daya tarik kepada wisatawan. Indonesia sebagai negara maritim menjadikan wisata alam khususnya wisata bahari sangat populer dan tersebar pada sebagian besar wilayah di Indonesia. Wisata bahari menyumbang 1,3 miliar USD dalam devisa negara pada tahun 2015, dan menjadi prioritas pengembangan wisata Indonesia tahun 2020-2024 (KKP, 2020). Berdasarkan data tersebut, wisata alam memerlukan pengelolaan secara berkelanjutan mengingat pengelolaan sumber daya alam yang ada memberikan kontribusi terhadap perekonomian daerah di Indonesia. Selain itu, keberlanjutan wisata bahari tidak hanya terkait aspek ekonomi, tetapi juga mencakup pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat lokal (Putra & Rudiarto, 2019).

Pengembangan wisata berbasis ekowisata menjadi salah satu pendekatan penting dalam menjaga keseimbangan antara pemanfaatan dan kelestarian alam (Saputra et al., 2021). Studi menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat lokal sangat memengaruhi keberhasilan pengelolaan wisata alam berkelanjutan (Lestari & Nugroho, 2018). Di sisi lain, tantangan seperti kerusakan ekosistem pesisir akibat aktivitas wisata masih menjadi masalah serius (Rahman & Suryani, 2020). Untuk mengatasi hal ini, diperlukan strategi pengelolaan berbasis regulasi dan teknologi digital dalam promosi pariwisata (Hidayat & Pramono, 2021).

Selain itu, kebijakan pemerintah dalam pengembangan destinasi wisata berkelanjutan turut menjadi faktor penentu dalam menjaga daya tarik wisata alam (Santosa, 2022). Pemanfaatan potensi wisata bahari juga harus diiringi dengan inovasi produk wisata agar mampu bersaing di pasar global (Wahyuni et al., 2020). Dengan demikian, pengelolaan wisata alam yang berkelanjutan dapat menjadi instrumen penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, menjaga kelestarian lingkungan, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal (Ardiansyah & Susilo, 2023).

Pantai Base-G adalah salah satu destinasi wisata unggulan di Kota Jayapura yang terletak di Kampung Kayu Batu, Distrik Jayapura Utara. Berdasarkan data Dinas Pariwisata Provinsi Papua Tahun 2019, tercatat banyaknya wisatawan asing dan lokal yang berkunjung di Pantai Base-G pada tahun 2016 mencapai 4.060 orang (Rontini dkk, 2021). Pemandangan alam menjadi daya tarik utama pembangunan kawasan pariwisata di Pantai Base-G dan menciptakan lapangan pekerjaan, sehingga terwujudnya pelaku-pelaku ekonomi melalui pembangunan dan pengelolaan kawasan wisata. Nilai ekonomi objek wisata Pantai Base-G pada tahun 2017 mencapai rata-rata sebesar Rp 9.202.843.484 per tahun (Pania, 2018).

Menurut *World Tourism Organization* (WTO), salah satu indikator pengembangan sebuah pariwisata adalah manfaat ekonomi yang diterima dari kegiatan pariwisata tersebut, sehingga pelaku-pelaku ekonomi berperan sebagai pelaku pengembangan objek wisata. Selain aspek perekonomian objek wisata Pantai Base-G, pendapat atau persepsi dari pelaku ekonomi juga dibutuhkan untuk mengetahui kualitas pelayanan dari pembangunan dan pengelolaan kawasan pariwisata. Persepsi akan menjadi salah satu tolok ukur dalam melakukan perencanaan objek wisata ke depannya.

Namun, sejauh ini pembahasan secara komprehensif mengenai pengaruh ekonomi yang ditimbulkan oleh objek wisata tersebut, dan studi mengenai persepsi *stakeholders* terhadap pengelolaan objek wisata Pantai Base-G masih sangat terbatas. Studi sejenis yang dilakukan di Jayapura masih terbatas pada lokasi Pantai Holtekamp (contoh: Samuel dkk, 2024). Oleh karena itu, penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis persepsi pelaku kegiatan ekonomi yakni pengunjung, pelaku usaha, dan tenaga kerja terhadap objek wisata serta mengukur dampak ekonomi kegiatan wisata melalui analisis *multiplier effect* di objek wisata Pantai Base-G.

2. KAJIAN TEORITIS

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan mendefinisikan pariwisata sebagai berbagai kegiatan wisata yang fasilitas-fasilitas penunjang serta pelayanan yang memadai.

Berdasarkan karakteristiknya, Spillane (1989) mengklasifikasikan pariwisata menjadi: *Pleasure Tourism, Recreation Sites, Cultural Tourism, Sports Tourism, Business Tourism*, dan *Convention Tourism*. Sedangkan Hermantoro (2001) mengelompokkan berdasarkan objek: *Cultural Tourism, Natural Tourism, Technological Tourism, Historical Tourism, Recuperational Tourism, Religion Tourism, Shopping Tourism*, dan *Agro Tourism*.

Berdasarkan karakteristiknya maka objek wisata Pantai Base-G termasuk dalam jenis pariwisata *Pleasure Tourism* dan berdasarkan objeknya, termasuk dalam jenis pariwisata *Natural Tourism*, karena merupakan objek wisata yang menawarkan keindahan alamnya sebagai daya tarik wisatawan untuk berkunjung.

Menurut Brian Fellow (1974) dalam Karyaningsih (2018), persepsi adalah sebuah proses yang memungkinkan organisme untuk menerima dan menganalisis sebuah informasi. Persepsi merupakan proses diterimanya sebuah stimulus oleh individu melalui indra atau yang disebut juga sebagai proses sensoris. Stimulus tersebut akan diteruskan dan proses yang terjadi selanjutnya disebut sebagai proses persepsi (Waligito, 2010). Persepsi merupakan pengalaman mengenai objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi memberikan makna pada rangsangan sensorik atau stimulus indrawi (*sensory stimuli*), di mana hubungan sensasi ini dengan persepsi adalah sensasi merupakan bagian dari persepsi. Persepsi dipengaruhi oleh sensasi yang merupakan hasil serapan dari pancha indra, persepsi juga dipengaruhi oleh perhatian, harapan, motivasi dan ingatan (Hariyanto, 2021).

Dampak pariwisata dalam aspek ekonomi menurut Soekadijo (1997) dalam Biantoro & Ma'arif (2014) dibagi menjadi dampak atau pengaruh secara langsung dan tidak langsung. Dampak langsung meliputi kemampuan industri pariwisata dalam menyerap tenaga kerja dan mendorong munculnya lapangan kerja serta usaha yang dapat menunjang kegiatan pariwisata, yang secara langsung meningkatkan perkembangan daerah. Dampak tidak langsung pengembangan pariwisata meliputi dampak penggandaan (*multiplier effect*), memajukan pasar produk, dan penerimaan pemerintah dalam bentuk pajak langsung maupun retribusi dari tiket dan parkir kendaraan.

Multiplier effect adalah suatu keterkaitan langsung dan tidak langsung yang mendorong timbulnya kegiatan pembangunan yang diakibatkan oleh kegiatan pada bidang tertentu, baik bersifat positif dan negatif yang menggerakkan kegiatan di bidang lainnya (Lestari, 2015).

Menurut META (2001) dalam Sarijanti dkk (2019), terdapat tiga indikator pengukuran *multiplier effect*, yaitu:

- a. *Keynesian Income Multiplier*: mengukur dampak total pengeluaran wisatawan terhadap pendapatan lokal
 - b. *Income Multiplier Ratio* Tipe I: mengukur dampak langsung dan tidak langsung
 - c. *Income Multiplier Ratio* Tipe II: mengukur dampak langsung, tidak langsung, dan lanjutan
- Formula perhitungan indikator adalah sebagai berikut:

$\text{Keynesian Income Multiplier} = \frac{D + N + U}{E}$ $\text{Ratio Income Multiplier, Tipe I} = \frac{D + N}{E}$ $\text{Ratio Income Multiplier, Tipe II} = \frac{D}{D + N + U}$

Keterangan:

E: Pengeluaran pengunjung (Rupiah)

D: Pendapatan pemilik usaha yang diperoleh secara langsung dari E (Rupiah)

N: Pendapatan tenaga kerja yang diperoleh secara tidak langsung dari E (Rupiah)

U: Pengeluaran tenaga kerja yang diperoleh secara lanjutan dari E (Rupiah)

Nilai dari *Keynesian Local Income Multiplier*, *Income Multiplier Ratio* Tipe I dan *Income Multiplier Ratio* Tipe II memiliki kriteria-kriteria sebagai berikut:

- a. Apabila nilai-nilai tersebut kurang dari atau sama dengan nol (≤ 0), maka lokasi wisata tersebut belum mampu memberikan dampak ekonomi terhadap kegiatan wisatanya,
- b. Apabila nilai-nilai tersebut diantara angka nol dan satu ($0 < x < 1$), maka lokasi wisata tersebut masih memiliki nilai dampak ekonomi yang rendah, dan
- c. Apabila nilai-nilai tersebut lebih besar atau sama dengan satu (≥ 1), maka lokasi wisata tersebut telah mampu memberikan dampak ekonomi terhadap kegiatan wisatanya.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di objek wisata Pantai Base-G, Kampung Kayu Batu, Distrik Jayapura Utara, Kota Jayapura pada bulan Agustus - September 2022. Populasi penelitian terdiri dari tiga kelompok yakni pengunjung, pelaku usaha, dan tenaga kerja di objek wisata Pantai Base-G. Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan total 102 responden yang terdiri dari 50 orang pengunjung, 42 orang pelaku usaha dan 10 orang tenaga kerja.

Pengumpulan data primer dengan menggunakan kuesioner untuk mengukur persepsi menggunakan Skala Likert, wawancara terstruktur untuk mengukur data pengeluaran dan pendapatan serta observasi langsung untuk kondisi objek wisata. Data sekunder diperoleh dari Dinas Pariwisata Kota Jayapura, BPS, dan literatur terkait. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis persepsi menggunakan Skala Likert, sedangkan analisis *multiplier effect* menggunakan formula perhitungan META (2001).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Persepsi Terhadap Objek Wisata

Variabel persepsi meliputi aksesibilitas, kebersihan, ketersediaan tempat sampah, toilet, listrik, pondok, panorama alam dan keamanan objek wisata. Berikut adalah rumusan dalam menghitung persepsi responden.

Tabel 1. Bobot Skor Skala Likert

Penilaian	Skor
Sangat tidak baik	1
Tidak baik	2
Cukup	3
Baik	4
Sangat baik	5

B. Interpretasi Skor Perhitungan

$Y = \text{Skala tertinggi Likert} \times \text{jumlah responden}$

$X = \text{Skala terendah Likert} \times \text{jumlah responden}$

Rumus Index % = Total Skor / Y x 100

Setelah mengetahui nilai Y, maka selanjutnya perhitungan menggunakan rumus index untuk mengetahui interval.

C. Rumus Interval

$I = 100\% / \text{Jumlah Skor (Likert)}$

Maka $= 100\% / 5 = 20\%$

Tabel 2. Persentasi Penilaian

Nilai	Keterangan
0% - 19,99%	Sangat buruk
20,00% - 39,99%	Buruk
40,00% - 59,99%	Cukup
60,00% - 79,99%	Baik
80,00% - 100,00%	Sangat baik

Berdasarkan hasil analisis persepsi menggunakan Skala Likert menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Persepsi Pengunjung

Aspek Penilaian	Total Skor	Nilai (%)	Keterangan
Aksesibilitas	218	87,2	Sangat baik
Kebersihan	216	86,4	Sangat baik
Tempat sampah	206	82,4	Sangat baik
Toilet	227	90,8	Sangat baik
Listrik	220	88	Sangat baik
Pondok	213	85,2	Sangat baik
Panorama alam	233	93,2	Sangat baik
Keamanan	219	87,6	Sangat baik

Sumber: Hasil olah data, 2022

Tabel 4. Hasil Persepsi Pelaku Usaha

Aspek Penilaian	Total Skor	Nilai (%)	Keterangan
Aksesibilitas	208	99,05	Sangat baik
Kebersihan	206	98,10	Sangat baik
Tempat sampah	207	98,57	Sangat baik
Toilet	166	79,05	Baik
Listrik	142	67,62	Baik
Pondok	210	100	Sangat baik
Panorama alam	210	100	Sangat baik
Keamanan	183	87,14	Sangat baik

Sumber: Hasil olah data, 2022

Tabel 5. Hasil Persepsi Tenaga Kerja

Aspek Penilaian	Total Skor	Nilai (%)	Keterangan
Aksesibilitas	50	100	Sangat baik
Kebersihan	48	96	Sangat baik
Tempat sampah	45	90	Sangat baik
Toilet	48	96	Sangat baik
Listrik	50	100	Sangat baik
Pondok	50	100	Sangat baik
Panorama alam	50	100	Sangat baik
Keamanan	49	98	Sangat baik

Sumber: Hasil olah data, 2022

Perbedaan persepsi antar kelompok responden menunjukkan perspektif yang beragam, hasil menunjukkan mayoritas aspek dinilai sangat baik (>80%), hal ini mengindikasikan pengelolaan objek wisata yang sudah cukup memadai. Namun, aspek toilet dan listrik masih perlu perbaikan. Perbedaan persepsi menunjukkan bahwa tenaga kerja cenderung memberikan penilaian lebih tinggi dibandingkan kelompok responden lainnya. Hal ini kemungkinan dipengaruhi oleh tingkat familiaritas terhadap kondisi eksisting melalui keterlibatan langsung di lapangan, sehingga ekspektasi mereka telah menyesuaikan dengan realitas yang di lapangan.

Dampak Ekonomi Objek Wisata

Tabel 6. Hasil Analisis Dampak Ekonomi Objek Wisata Pantai Base-G

Kriteria	Nilai (Rp)
Pengeluaran wisatawan (E)	16.923.832
Dampak langsung (D)	4.139.810
Dampak tidak langsung (N)	385.000
Dampak lanjutan (U)	108.000

Tabel 7. Nilai *Multiplier Effect* Objek Wisata Pantai Base-G

Kriteria	Nilai
<i>Keynesian Income Multiplier</i>	0,27
<i>Income Multiplier Ratio</i> Tipe I	1,09
<i>Income Multiplier Ratio</i> Tipe II	1,11

Sumber: Hasil perhitungan olah data, 2022

Berdasarkan data analisis, diperoleh nilai *Keynesian Income Multiplier* sebesar 0,27 yang berarti setiap peningkatan pengeluaran wisatawan sebesar Rp 10.000 akan berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat lokal sebesar Rp 2.700. Nilai *Income Multiplier Ratio* Tipe I sebesar 1,09 menunjukkan bahwa setiap peningkatan Rp 10.000 pendapatan langsung dari pengeluaran wisatawan akan mengakibatkan peningkatan sebesar Rp 10.900 pada total pendapatan masyarakat yang meliputi dampak langsung dan tidak langsung. Nilai *Income Multiplier Ratio* Tipe II sebesar 1,11 menunjukkan bahwa setiap peningkatan Rp 10.000 dampak langsung akan mengakibatkan peningkatan sebesar Rp 11.100 pada total pendapatan masyarakat yang meliputi dampak langsung, tidak langsung, dan dampak lanjutan.

Keynesian Income Multiplier dengan nilai 0,27 menunjukkan bahwa objek wisata Pantai Base-G mengalami kebocoran ekonomi yang signifikan. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti terbatasnya variasi usaha lokal yang dapat menyerap pengeluaran

wisatawan, dan rendahnya keterkaitan antar sektor ekonomi lokal. Nilai *Income Multiplier Ratio* Tipe I dan II yang relatif rendah (1,09 dan 1,11) mengkonfirmasi efek berganda yang terbatas dan perlunya penguatan keterkaitan sektor pariwisata dengan ekonomi lokal untuk meningkatkan efek berganda yang lebih besar.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis dampak ekonomi dan kualitas pelayanan objek wisata Pantai Base-G melalui analisis *multiplier effect* dan persepsi stakeholder, menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kualitas pelayanan objek wisata Pantai Base-G secara umum dinilai sangat baik oleh ketiga kelompok stakeholder, yakni pengunjung, pelaku usaha dan tenaga kerja. Dari delapan aspek yang dievaluasi, enam aspek yakni, aksesibilitas, kebersihan, tempat sampah, pondok, panorama alam, dan keamanan memperoleh penilaian sangat baik (>80%), sementara dua aspek lainnya, toilet dan listrik, berada pada penilaian baik dan masih memerlukan perbaikan. Perbedaan persepsi antar kelompok menunjukkan bahwa tenaga kerja cenderung memberikan penilaian lebih tinggi, yang mengindikasikan adaptasi ekspektasi terhadap kondisi eksisting.
- b. Dampak ekonomi objek wisata Pantai Base-G masih belum optimal. Nilai *Keynesian Income Multiplier* sebesar 0,27 menunjukkan bahwa setiap Rp 10.000 pengeluaran wisatawan hanya menghasilkan Rp 2.700 pendapatan lokal, mengindikasikan kebocoran ekonomi yang signifikan. Meskipun *Income Multiplier Ratio* Tipe I (1,09) dan Tipe II (1,11) menunjukkan keterkaitan ekonomi positif, nilai yang relatif rendah mengkonfirmasi lemahnya integrasi sektor pariwisata dengan ekonomi lokal.

6. REKOMENDASI

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa rekomendasi strategis yang dapat diberikan adalah:

- a. Perlu dilakukan penyeragaman tarif sewa pondok atau lokasi untuk menciptakan keadilan bagi pelaku usaha dan memberikan kepastian harga bagi pengunjung. Standarisasi ini akan mencegah terjadinya perbedaan tarif yang mencolok antar penyedia jasa, sehingga pengunjung tidak merasa bingung dan dapat memilih sesuai dengan budget yang tersedia.

- b. Objek wisata Pantai Base-G masih kekurangan fasilitas penerangan dan instalasi listrik, terutama di area pantai sebelah kiri. Ketiadaan infrastruktur ini menghambat aktivitas wisata, khususnya pada sore dan malam hari. Pembangunan jaringan listrik dan sistem penerangan yang memadai akan memperpanjang waktu kunjungan wisatawan dan meningkatkan kenyamanan serta keamanan.
- c. Ketersediaan warung atau kios kecil di kawasan Pantai Base-G masih sangat terbatas. Hal ini menyulitkan pengunjung untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti makanan, minuman, atau keperluan mendadak lainnya. Pengembangan unit usaha yang dikelola masyarakat lokal tidak hanya akan meningkatkan kenyamanan pengunjung, tetapi juga memberikan peluang ekonomi tambahan bagi masyarakat sekitar.
- d. Diperlukan pemasangan rambu peringatan di titik-titik strategis, khususnya terkait kondisi cuaca buruk dan curah hujan tinggi. Sistem peringatan ini penting untuk menjaga keselamatan pengunjung dan memberikan informasi yang tepat waktu mengenai kondisi yang berpotensi berbahaya.

7. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas kasih-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada dosen pembimbing atas arahan dan bimbingannya, serta kepada seluruh responden dan masyarakat Pantai Base-G yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Adam, A., Tumober, R., & Safitri, R. (2021). Migrasi orang Biak di Kota Jayapura. *Jurnal Satwika*, 5(1). <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15835>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Ardiansyah, F., & Susilo, D. (2023). Sustainable tourism development and community empowerment in coastal areas. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 14(2), 341–355.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Statistik wisatawan nasional 2020*. Badan Pusat Statistik Republik Indonesia.
- Biantoro, R., & Ma'rif, S. (2014). Pengaruh pariwisata terhadap karakteristik sosial ekonomi masyarakat pada kawasan objek wisata Candi Borobudur Kabupaten Magelang. *Jurnal Teknik PWK UNDIP*, 3(4), 1041.
- Dritasto, A., & Anggreani, A. (2013). Analisis dampak ekonomi wisata bahari terhadap pendapatan masyarakat di Pulau Tidung. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 20(10), 2.

- Hidayat, R., & Pramono, A. (2021). Digitalisasi promosi wisata alam: Strategi pengembangan destinasi berbasis teknologi. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 5(1), 22–34.
- Isdarmanto. (2017). *Dasar-dasar kepariwisataan dan pengelolaan destinasi pariwisata*. Gerbang Media Aksara dan StiPrAm.
- Karyaningsih, R. (2018). *Ilmu komunikasi*. Samudra Biru.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. (2020). *Wisata bahari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. <https://kkp.go.id/an-component/media/upload-gambar-pendukung/DitJaskel/publikasi-materi-2/h20-2/Wisata%20Bahari%202020.pdf>
- Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP). (2020). *Rencana strategis pengembangan wisata bahari 2020-2024*. Jakarta: KKP.
- Lestari, I., & Nugroho, A. (2018). Peran masyarakat dalam pengelolaan wisata alam berkelanjutan. *Jurnal Pembangunan Wilayah*, 9(3), 155–167.
- Pania, I. (2018). *Valuasi ekonomi objek wisata Pantai Base-G Jayapura tahun 2017* (Tesis, Universitas Gadjah Mada).
- Pemerintah Indonesia. (2009). *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan*.
- Putra, A., Wijayanti, T., & Prasetyo, J. (2017). Analisis dampak berganda (multiplier effect) objek wisata Pantai Watu Dodol Banyuwangi. *Journal of Tourism and Creativity*, 1(2).
- Putra, B., & Rudiarto, I. (2019). Sustainable marine tourism development in Indonesia: Challenges and opportunities. *Indonesian Journal of Geography*, 51(1), 55–68.
- Riyanto. (2010). *Metodologi penelitian pendidikan*. Penerbit SIC.
- Rontini, A., Prayitno, G., & Wijayanti, W. (2021). Persepsi wisatawan objek wisata Pantai Base-G Kota Jayapura. *Jurnal*, 10(2), 179–180.
- Rahman, A., & Suryani, T. (2020). Dampak aktivitas wisata terhadap ekosistem pesisir di Indonesia. *Jurnal Lingkungan Tropis*, 14(2), 98–109.
- Ruidiadi, R., Ilosa, A., & Al Suikri, S. (2021). Optimalisasi kinerja pemerintahan desa dalam penyusunan rencana kerja pembangunan desa. *Jurnal El-Riyasah*, 12(1), 44–58. <https://doi.org/10.24014/jel.v12i1.13201>
- Saputra, R., Dewi, N., & Kartika, P. (2021). Ecotourism as a strategy for sustainable natural tourism development. *Journal of Sustainable Tourism Research*, 3(1), 11–25.
- Suisanto, J. (2019). Kualitas pelayanan publik pada Kantor Camat Tabir Ulu Kabupaten Merangin. *Jurnal Administrasi Negara*, 25(2). <https://doi.org/10.33509/jan.v25i2.699>
- Suisanto, J., & Anggraini, Z. (2019). Kualitas pelayanan publik pada Kantor Camat Tabir Ulu Kabupaten Merangin. *Jurnal Administrasi Negara*, 25(2), 105–122. <https://doi.org/10.33509/jan.v25i2.699>
- Santosa, A. (2022). Kebijakan pemerintah dalam pengembangan destinasi wisata berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Kebijakan Publik*, 13(2), 87–99.

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tadanuingi, I. (2019). Peranan aparatur desa dalam pelaksanaan pembangunan di Desa Tampeimadoro Kecamatan Lagei Kabupaten Poso. *Jurnal Ilmiah Administrasi*, 13(1).

Wahyuni, D., Prasetya, H., & Ramadhan, A. (2020). Inovasi produk wisata bahari untuk meningkatkan daya saing global. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 2(2), 44–59.

Yuwana, D. (2010). *Analisis permintaan kunjungan objek wisata kawasan Dataran Tinggi Dieng Kabupaten Banjarnegara* (Skripsi, Universitas Diponegoro).