

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan-Peraturan:

Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata

Keputusan Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi Nomor KM.5/UM/209/MPPT-89 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Sapta Pesona

Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor: KEP.10/MEN/2002 Tentang Tentang Pedoman Umum Perencanaan Pengelolaan Pesisir Terpadu

RTRW Kota Makassar Tahun 2015-2034

Buku, Skripsi, Tesis, Jurnal:

Adona, F., Nita, S., & Mafrudoh, L. (2017). City Branding: Strategi Pemasaran Pariwisata Kota Padang. *Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers UNISBANK KE-3 (SENDI_U 3, 3(Sendi_U 3)*, 536–546. Diambil dari <https://adoc.tips/city-branding-strategi-pemasaran-pariwisata-kota-padang.html>

Anholt, S. (2006). Brand new justice. *Brand New Justice*, 1–173. doi:10.4324/9780080457758

Anholt, S. (2007). *Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. USA: .Palgrave Macmillan. doi:10.1057/9780230627727

Anshari, G. (2019). *Penentuan Lokasi Potensial Fasilitas Parkir Off-street dengan GIS Grid Based (Studi Kasus: Kec. Ujung Pandang, Kota Makassar)*. Universitas Hasanuddin.

Aronoff. (1989). *Geographic Information Sistem : A Management Perspective*.

Árpád PAPP-VÁRY. (2011). THE ANHOLT-GMI CITY BRAND HEXAGON AND THE SAFFRON EUROPEAN CITY BRAND BAROMETER: A COMPARATIVE STUDY. *Regional and Business Studies*, 3, 555–562.

Chris Cooper, John Fletcher, David Gilbert, Alan Fyall, S. W. (2005). *Tourism, Principles and Practice*. Pearson Education.

Dyas Larasati, M. N. (2016). Potensi Wisata dalam Pembentukan City Branding Kota Pekanbaru. *Jurnal Komunikasi*, 10(2).

Erika Revida, Sherly Gaspersz, Lulu Jola Uktolseja, Nasrullah, Samuel Y. Warella, Nurmiati, Moh. Hatta Alwi, Hengki Mangiring Parulian Simarmata, Tagor Manurung, R. A. P. (2020). *Pengantar Pariwisata*.

Firmansyah Rahim. (2012). *Buku Pedoman Kelompok Sadar Wisata Di Destinasi Pariwisata*, 56.

- Hailin Qua, Lisa Hyunjung Kimb, H. H. I. (2011). A Model of Destination Branding Integrating the Concepts of the Branding and Destination Image, *12*(3), 465–476.
- Indriani, J., & Kuswoyo, C. (2017). Pengaruh City Branding Pada City Image Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kabupaten Purwakarta. *Jurnal Manajemen Maranatha*, *17*(1), 41. doi:10.28932/jmm.v17i1.410
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana.
- John Am James Martilla. John C. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*. Diambil dari [https://qmc.binus.ac.id/2014/09/28/g-a-p-a-n-a-l-y-s-i-s/#:~:text=Metode Importance Performance Analysis \(IPA,dikenal pula sebagai quadrant analysis](https://qmc.binus.ac.id/2014/09/28/g-a-p-a-n-a-l-y-s-i-s/#:~:text=Metode Importance Performance Analysis (IPA,dikenal pula sebagai quadrant analysis)
- Jojic, S. (2018). City branding and the tourist gaze. *European Journal of Social Science Education and Research*, *9563*(September), 27–35. doi:10.1057/9780230294790
- Kavaratzis, Michalis. (2004). From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands. *Place Branding*. doi:10.1057/palgrave.pb.5990005
- Kavaratzis, Mihalis. (2005). Place Branding: A Review of Trends and Conceptual Models. *The Marketing Review*. doi:10.1362/146934705775186854
- Keller, K. L. (2000). *Strategic brand management; building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kligmann, A. (2007). Brandsapes: Architecture in the Experience Economy. *Effat University*.
- Lemeshow, S. (1997). Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan.
- Luthfi, A., & Widyaningrat, A. I. (2018). Konsep City Branding Sebuah Pendekatan “The City Brand Hexagon” Pada Pembentukan Identitas Kota. *Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis*, *3*(2013), 315–323. Diambil dari <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/9178>
- Melisa Anindita. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan Ke Kolam Renang Boja,. *Skripsi Universitas Diponegoro Semarang*, 25.
- Moilanen Teemu, S. R. (2009). *How to Brand Nations, Cities and Destinations*. Palgrave Macmillan.
- Notoatmodjo, S. (2012). *Metode Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pemerintah Kota Makassar. (2014). *Buku Saku City Branding Makassar*.
- Pendit, N. (2002). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Prabowo, B. N. (2015). Kajian Citra Kota dalam City-Branding Magelang Kota Sejuta Bunga. *Modul*, *15*(2), 163–170. doi:10.14710/mdl.15.2.2015.163-170

- Primasari, I. W. M. D. K. (2014). City Branding Solo Sebagai Kota Wisata Budaya Jawa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Purnama, E. S. (2018). Penentuan Lokasi Potensial Transit Oriented Development di Kota Makassar.
- Putra, E. W., Yulianto, E., & Kusumawati, A. (2019). The Influence of City Branding Towards City Image : The Case Study of Tourism Destinations in Yogyakarta City , Special Region of Yogyakarta , Indonesia, 22(1), 23–32.
- Rahmat Priyanto, Hary Hermawan, Nurhalimah, S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan serta Dampaknya terhadap Loyalitas. *Upajiwa Dewantara*, 2(2), 99–111. doi:10.26460/mmud.v2i2.3088
- Rangkuti, F. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAL*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ridder, D. W. De. (2019). Considering nature-based solutions for place-branding: a spatial planning perspective, (November). Diambil dari <http://repository.nwu.ac.za/handle/10394/33854>
- Riza, M., Doratli, N., & Fasli, M. (2012). City Branding and Identity. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 35(December 2011), 293–300. doi:10.1016/j.sbspro.2012.02.091
- Salamah, U., & Yudhistira, M. (2015). Brand Kota: Bogor, Bekasi, Depok, Tangerang, dan Tangerang Selatan, 1–24.
- Saputri, A. F., & Irawan, A. (2018). Pengaruh City Branding Terhadap City Image dan Keputusan Berkunjung Ke Kota Wisata Batu (Survei pada Wisatawan yang Berkunjung ke Kota Wisata Batu). *Administrasi Bisnis*, 54(1), 82–91.
- Septiana, I., Sari, P., Pangestuti, E., Fakultas, S., & Administrasi, I. (2019). Analisis Dampak City Branding Terhadap Kunjungan Wisatawan Ke Kabupaten Banyuwangi (Studi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 72(1), 63–72. Diambil dari <https://goo.gl/images/6YrTQN>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2011). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (14 ed.). Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sukaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta.
- Wahab, S., & Gromang, F. (2003). *Manajemen kepariwisataan* (4 ed.). Jakarta: Pradnya Paramita.
- Wibisono, A. (2015). *City Branding Pariwisata Untuk Meningkatkan Daya Saing Daerah di Kabupaten Situbondo City Branding of Tourism Destination For Increasing The Competitiveness Regional In Sub-Proviencie Situbondo Digital Repository Universitas Jember*.

Yoety, O. A. (2002). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.

Zhou, L., & Wang, T. (2014). Social media: A new vehicle for city marketing in china. *Cities*, 37(January), 27–32. doi:10.1016/j.cities.2013.11.006

Lainnya:

Dinas Pariwisata Kota Makassar. 2020. Jumlah Kunjungan Wisatawan Domestik dan Mancanegara Tahun 2009-2019

Badan Pusat Statistik. 2020. Kota Makassar Dalam Angka 2020

Rencana Strategis Pariwisata Tahun 2014-2019

Gambar Kuadran Kartesius diunduh pada website: [https://qmc.binus.ac.id/2014/09/28/g-a-p-a-n-a-l-y-s-i-s/#:~:text=Metode%20Importance%20Performance%20Analysis%20\(IPA,dikenal%20pula%20sebagai%20quadrant%20analysis](https://qmc.binus.ac.id/2014/09/28/g-a-p-a-n-a-l-y-s-i-s/#:~:text=Metode%20Importance%20Performance%20Analysis%20(IPA,dikenal%20pula%20sebagai%20quadrant%20analysis). pada tanggal 17 November 2020.

UNWTO. 2019. *City Tourism and Culture*. UNWTO. Diakses di website: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2019.17.1.2?journalCode=wtobarometereng> pada tanggal 17 November 2020.

Gambar Logo *City Branding* Bali “*The Island of Gods*”, diunduh pada website: <https://bali.tribunnews.com/2017/02/07/bali-bikin-branding-baru-bali-the-island-of-gods> pada tanggal 30 Desember 2020

Gambar Logo *City Branding* Yogyakarta, Solo, dan Semarang “*Java Cultural Wonders*”, diunduh pada website: <https://www.matakota.id/news/01936-inilah-logo-baru-10-destinasi-wisata-indonesia> pada tanggal 30 Desember 2020

Gambar Ilustrasi Data Spasial, diunduh pada website: <https://retnoanjarsari.wordpress.com/2015/08/08/jenis-jenis-data/> pada tanggal 30 Maret 2021.

Gambar Logo The City Brand Hexagon diunduh pada website https://www.researchgate.net/figure/Anholts-City-Brand-Hexagon-model_fig2_318285802 pada tanggal 28 Juli 2021

Forbes: The Top 20 Destinations for 2020. Diakses pada website: <https://www.forbes.com/sites/forbestravelguide/2019/12/13/forbes-travel-guide-20-top-destinations-for-2020/?sh=3a09669473df> pada tanggal 26 April 2021.

Travel US News: World's Best Places to Visit. Diakses pada website: <https://travel.usnews.com/rankings/worlds-best-vacations/> pada tanggal pada tanggal 26 April 2021.

TripAdvisor: Here Are the World's Most Popular Attractions, According to Travelers 2019. Diakses pada website:

<https://www.tripadvisor.com/blog/worlds-most-booked-attractions-2019/>
pada tanggal 26 April 2021.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Draft kuesioner wisatawan lokal, domestik, dan mancanegara)

Survei ini didedikasikan untuk Pengembangan
Pariwisata Kota Makassar
Lab. Perencanaan Kota dan Desain, Departemen
Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik,
Universitas Hasanuddin. Mohon untuk mengisi angket
survey ini.

Day/date ;

Responden ;

Surveyor ;

Terima Kasih

I. IDENTITAS RESPONDEN

1.1 Asal :

1.2 Berapa kali berkunjung ke Makassar : 0 s/d ... X

1.3 Berapa rata2 lama kunjungan : ... hari

1.4 Tujuan utama berkunjung ke Makassar:

- Wisata Bisnis Bertemu keluarga/teman
 Dinas kantor Kegiatan Ilmiah/penelitian lainnya

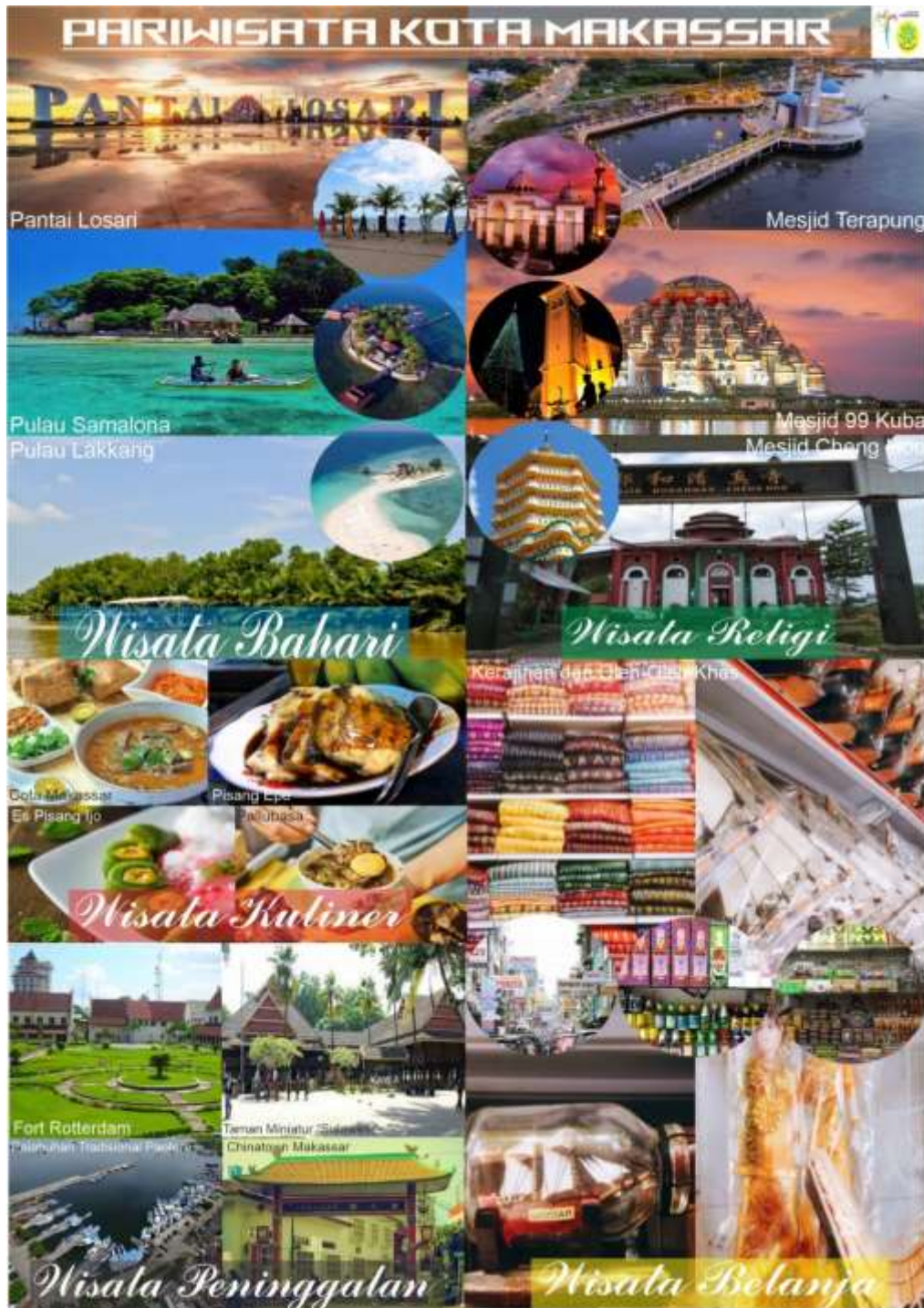
1.5 Kondisi sosial:

- a. Gender : pria / wanita
b. Usia : ... tahun

II. PENDAPAT WISATAWAN

Bagi Anda yang belum pernah ke Makassar atau belum pernah berkunjung ke tempat wisata di bawah, mohon mengisi pertanyaan tentang tingkat Harapan untuk dikunjungi saja.

Lampiran. Brosur Pariwisata Kota Makassar



2.1 Jenis wisata yang penting untuk dikunjungi dan bagaimana kualitas obyek &/ fasilitasnya saat ini?

No	Jenis wisata	Tingkat Harapan untuk dikunjungi				Kualitas kondisi eksisting			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pertemuan/resepsi (gedung pertemuan, hotel)								
2	Pesiar (wisata keliling kota)								
3	Konferensi (gedung konferensi, rapat) Cth: Konferensi Saudagar Bugis								
4	Pertunjukan seni dan budaya (Cth: F8, Makassar Expo, Pameran Baju Adat, dst)								
5	Arsitektur bangunan heritage (Cth: Fort Rotterdam, bangunan-bangunan kolonial, Kawasan Pecinan)								
6	Kawasan heritage (Kawasan Pelabuhan Kapal Tradisional Paotere, Kawasan Pecinan, Taman Miniature Sulawesi)								
7	Wisata belanja (Toko Cendramata dan Perhiasan di Jl. Sombaopu, Toko Tenun dan Sutra, Makanan dan Minuman Khas Makassar, dst)								
8	Wisata kuliner unggulan Makassar (Seafood, Coto, Konro, Sop Saudara, Sop Lidah, Pisang Epe, Mie Titi, Es Pisang Ijo, dst)								
9	Wisata bahari, pantai dan pulau-pulau kecil (Anjungan Pantai Losari, Pantai Tanjung Bayang, P.Khayangan, P. Samalona, P.Lakkang)								
10	Wisata religi (Masjid Terapung, Masjid 99 Kuba, Masjid Raya, Vihara Girinaga, Vihara Xian Ma, dst)								

Tingkat Harapan: 1 = tidak penting; 2 = cukup penting; 3 = penting; 4 = sangat penting
 Kualitas kondisi eksisting: 1 = sangat buruk; 2 = buruk; 3 = baik; 4 = sangat baik

III. ASPEK PARIWISATA

Bagi Anda yang belum pernah ke Makassar atau belum pernah berkunjung ke tempat wisata di bawah, mohon mengisi pertanyaan tentang tingkat Harapan untuk dikunjungi saja.

Lampiran. Gambaran Atraksi Wisata



3.1 Pendapat Anda tentang aspek-aspek wisata di Makassar yang perlu dikembangkan

No	Objek Wisata dan Kondisi Lingkungan	Tingkat Harapan untuk dikunjungi				Kualitas kondisi eksisting			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Hal-hal yang ingin dilihat (keindahan matahari terbenam, pantai, bangunan, jalan, taman, dsb)								
2	Hal-hal yang ingin dikerjakan (pesiar keliling kota naik bis wisata, berperahu mengelilingi pantai dan pulau-pulau kecil, menikmati kuliner unggulan Makassar, berbelanja, konferensi, pertemuan, menikmati pertunjukan seni dan budaya)								
3	Hal-hal yang ingin dibeli (Oleh-oleh khas Makassar seperti minyak kayu putih, minyak kayu lawang, balsam, baju, kain tenun dsb)								
4	Keamanan: ketika Anda mengunjungi tempat wisata (mis. Pantai Losari, Fort Rotterdam, Pantai Tanjung Bayang, dst) Anda merasa tenang, tidak khawatir terjadi tindakan kriminal, merasa nyaman dan aman saat melakukan kegiatan wisata (mis. berenang, snorkeling, naik perahu, dst)								
5	Ketertiban: ketika Anda mengunjungi tempat wisata (Contoh: Pantai Losari, Fort Rotterdam, Pantai Tanjung Bayang, dst) Anda dan pengunjung lain menaati aturan, antri dengan tertib, kendaraan terparkir dengan rapi								
5	Kebersihan: ketika Anda mengunjungi tempat wisata (mis. Pantai Losari, Fort Rotterdam, Pantai Tanjung Bayang, dst) Anda akan mudah menemukan tempat sampah, makanan dan minuman yang higienis, dan juga pengunjung tidak membuang sampah sembarangan								
7	Kesejukan: ketika Anda mengunjungi tempat wisata (mis. Pantai Losari, Fort Rotterdam, Pantai Tanjung Bayang, dst) Anda akan mudah menemukan pepohonan yang rindang, penghijauan yang terpelihara sehingga membuat suasana terasa segar dan nyaman								
8	Keindahan: ketika Anda mengunjungi tempat wisata (mis. Pantai Losari, Fort Rotterdam, Pantai Tanjung Bayang, dst) Anda akan mudah menemukan perpaduan vegetasi yang indah dan Anda dapat menikmati pemandangan yang indah disana.								
9	Keramahan: penduduk lokal sangat terbuka untuk Anda, mereka mudah memberikan Anda informasi tentang tempat wisata di Makassar dan mereka berperilaku baik terhadap Anda								
10	Kenangan: setelah Anda mengunjungi tempat wisata. Anda mendapatkan kesan pengalaman yang indah. Anda juga dapat membawa cendramata seperti baju, minyak kayu putih, markisa and cendramata khas Makassar lainnya dengan mudah								

Tingkat Harapan: 1 = tidak penting; 2 = cukup penting; 3 = penting; 4 = sangat penting

Kualitas kondisi eksisting: 1 = sangat buruk; 2 = buruk; 3 = baik; 4 = sangat baik

Terima Kasih



Section 1 of 5

[KUESIONER] - Menuju Makassar Kota Wisata

Yang terhormat seluruh Responden,
Survei ini didedikasikan untuk Pengembangan Pariwisata Kota Makassar.

Mohon untuk mengisi kuesioner online ini dengan memperhatikan setiap petunjuk pengisian secara seksama

Jawaban dari Anda akan sangat membantu proses penelitian ini

Terima kasih

Salam Hormat,
Fitha Rachmah Sari
Laboratorium Perencanaan Kota dan Desain, Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik,
Universitas Hasanuddin

After section 1 Continue to next section

Section 2 of 5

Identitas Responden

Tanpa mengurangi rasa hormat untuk seluruh responden, mohon mengisikan identitas diri berdasarkan pertanyaan di bawah ini.

gedung serbaguna, hotel, CCC, Gedung 45, Gedung Iwanungga, Uppermiss, dll)

	1	2	3	4	
Sangat buruk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat baik

(Tingkat pentingnya untuk dikunjungi) Acara seni dan budaya (Contoh: Acara seni Bugis-Makassar-Toraja, acara festival perahu, pameran baju tradisional, festival 8, dll) *

	1	2	3	4	
Tidak penting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat penting

(Jika pernah berkunjung) Bagaimana kondisi acara seni dan budayanya? (Contoh: Acara seni Bugis-Makassar-Toraja, acara festival perahu, pameran baju tradisional, festival 8, dll)

	1	2	3	4	
Sangat buruk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat baik

(Tingkat pentingnya untuk dikunjungi) Bangunan arsitektural warisan (Contoh: bangunan arsitektur kolonial (Benteng Rotterdam, kantor, gereja, rumah), bangunan dengan arsitektur Tionghoa) *

	1	2	3	4	
Tidak penting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat penting

(Jika pernah berkunjung) Bagaimana kualitas kondisi bangunan arsitektural warisan? (Contoh:

Draft kuesioner (wisatawan mancanegara)

Dear All, this survey dedicated to Makassar Tourism Development, Lab Urban Planning & Design, Dep of URP, Faculty of Engineering, Hasanuddin University, Indonesia. Would you please fill out this survey form, thank you very much

Day/date	:
Responden	:
Surveyor	:

I. RESPONDENT IDENTITY

1.1 Nationality :

1.2 How many times have You visited Makassar : 0 s/d ... (times)

1.3 How long have You visited : ... days

1.4 Your main purpose visiting Makassar:

- travel
- Business trip
- meet family/friends
- office trip
- scientific/research
- Other

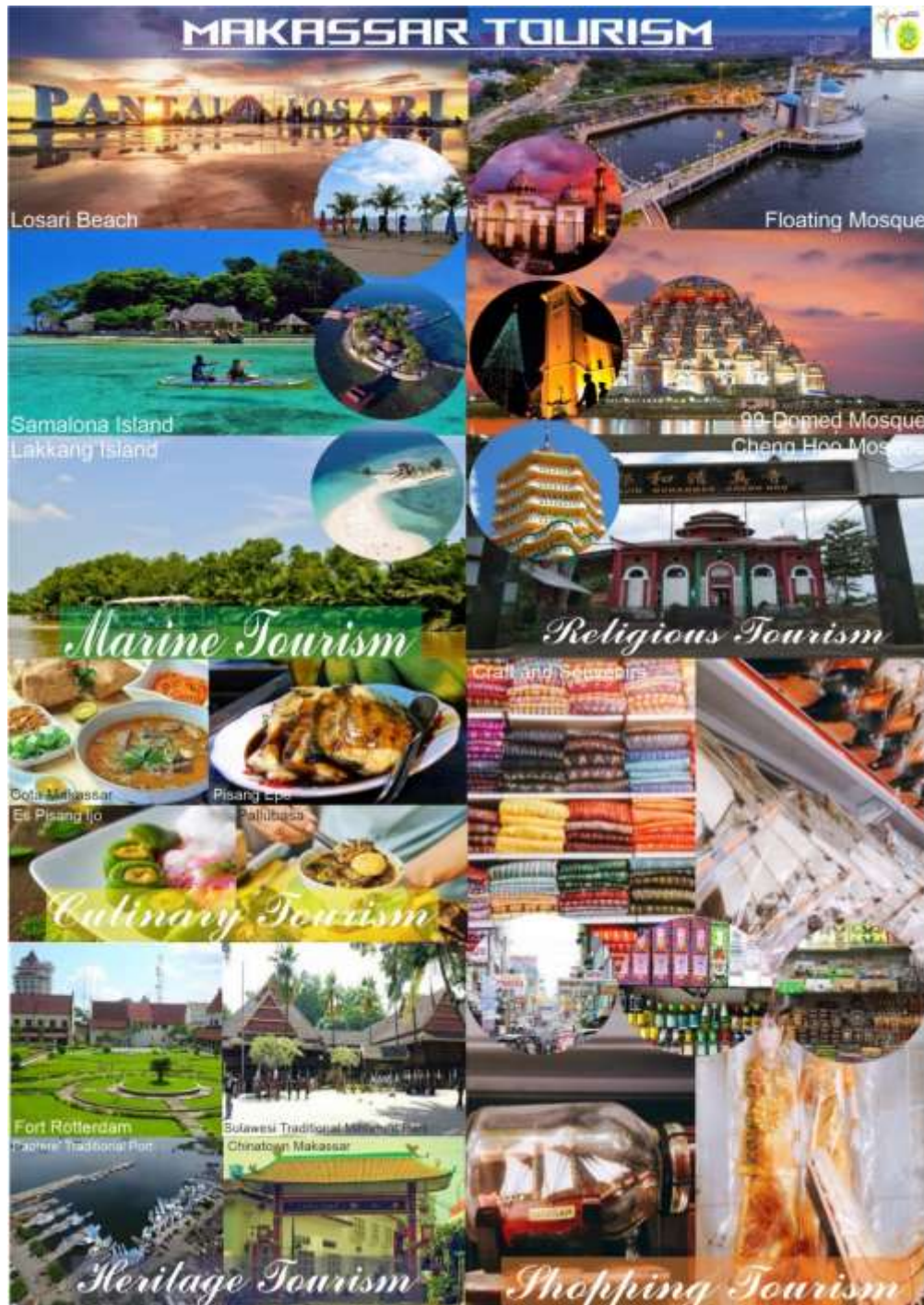
1.5 Social form:

- c. Gender : male/female
- d. Age : ... years old

II. TOURIST OPINION

For those who have never been to Makassar or have never visited the tourist objects below, please just fill in the question regarding the level of importance.

Appendix. Brochure Makassar Tourism



2.2 The type of tourism that are important to visit and what the current quality of the objects and facilities

No	Type of Tourist Object	Level of importance to visited				Quality of current condition			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Meeting/reception (wedding party hall, hotel)								
2	Excursion (city tour)								
3	Conferences (conference hall, meeting, hotel)								
4	Arts and cultural events (e.g Bugis-Makassar-Toraja art & cultural event, boat carnival event, tradisional dress exhibition, etc)								
5	Heritage architectural buildings (e.g., colonial architectural buildings (Fort Rotterdam, offices, churches, houses), buildings with Chinese architecture)								
6	Heritage area (e.g. Paotere traditional boat port area, Chinatown area, Sulawesi Traditional Architecture Miniature Park, etc.)								
7	Shopping tours (e.g. souvenir and jewelry outlets on the Somba Opu shopping street, South Sulawesi silk outlets, Makassar food and beverages, etc.)								
8	Culinary Tour (Various Seafood, Coto Soup, Konro Soup, Beef Tongue Soup, Squeezed Banana, Noodle, Green Banana Ice, etc.)								
9	Marine tourism: beaches and small islands (e.g Losari Beach, Tanjung Bayang Beach, Khayangan Island, Samalona Island, Lakkang Island, Kodingareng Island)								
10	Religious tourism (al Markaz al Islami Jenderal M. Yusuf Mosque, City Grand Mosque, Floating Mosque, 99-Domed Mosque, Cathedral Church, Girinaga Monastery, Xian Ma Monastery, etc.)								

Level of importance: 1 = not important; 2 = important enough; 3 = important; 4 = very important

Quality of current condition: 1 = very bad; 2 = bad; 3 = good; 4 = very good

III. TOURISM ASPECT

For those who have never been to Makassar or have never visited the tourist objects below, please just fill in the question regarding the level of importance.

Appendix. An Overview of Tourist Activities



3.2 Your opinion about tourism aspect in Makassar City that need to developed and improved

No	Tourist attraction and Current condition	Level of importance to visited				Quality of current condition			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Something to see (e.g beautiful sunset, beach, building, roads, garden, etc)								

2	Something to do (e.g city tour with bus, beach or small island tour with ship, enjoy the top culinary, shopping, conference, meeting, enjoy the art and culture show)								
3	Something to buy (e.g Makassar souvenirs as eucalyptus oil, lawang eucalyptus oil, balsam, t-shirt, silk, woven, etc)								
4	Safety: when You visit tourist attraction (e.g Losari Beach, Tanjung Bayang Beach, Khayangan Island, Samalona Island, Lakkang Island) You feel calm, not worried about a crime, feel safe and sound while do tourist activities (e.g swimming, snorkeling, shapping, etc)								
5	Orderliness: when You visit to tourist attraction (Losari Beach, Tanjung Bayang Beach, Khayangan Island, Samalona Island, Lakkang Island) You and other visitors obey the rules, orderly queue								
6	Cleanliness: when You visit to tourist attraction (Losari Beach, Tanjung Bayang Beach, Khayangan Island, Samalona Island, Lakkang Island) You will easy to find trash cans, hygienic food and beverages, and also visitors not littering								
7	Coolness: when You visit to tourist attraction (e.g Losari Beach, Fort Rotterdam, Tanjung Bayang Beach, etc) You will easy to find shady trees, preserved greeney, so it makes the air was fresh and cozy.								
8	Picturesque: when You visit to tourist attraction (e.g Losari Beach, Fort Rotterdam, Tanjung Bayang Beach, etc) You will easy to find a beautiful combination of vegetation and you can enjoy a beautiful view there.								
9	Friendliness: inhabitant are very open for You, they easy to give Yuu an information about tourist attraction in Makassar and they act nice to You.								
10	Memories: after You visit to tourist attraction. You get an impression of beautiful experiences, You can also bring souvenirs like t-shirt, eucalyptus oil, passion fruit and any type of souvenirs from Makassar.								

Level of impotance: 1 = not important; 2 = important enough; 3 = important; 4 = very important

Kualitas kondisi eksisting: 1 = very bad; 2 = bad; 3 = good; 4 = very good

Thank you very much



Section 1 of 5

[QUESTIONNAIRE] - Towards Makassar Tourism City



Dear All, this survey dedicated to Makassar Tourism Development

Would you please fill out this survey form

Thank you very much.

Best Regards,

Fitha Rachmah Sari

Laboratory Urban Planning and Design, Department of Urban and Regional Planning, Faculty of Engineering,
Hasanuddin University, Indonesia

After section 1 Continue to next section

Section 2 of 5

Respondent Identity



With all due respect to All respondents, please fill in Your identity according to the question below.

Gender *

(Level of Importance to visited) Meeting or reception (e.g. Wedding party, hall, hotels) *

	1	2	3	4	
Not important	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Very important

(If You have visited) How's the quality of Meeting or reception (e.g. Wedding party, hall, hotels)

	1	2	3	4	
Very bad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Very good

(Level of Importance to visited) Excursion (e.g. city tour) *

	1	2	3	4	
Not important	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Very important

(If You have visited) How's the quality like the bus, road, building, etc. of excursion (e.g. city tour) ?

	1	2	3	4	
Very bad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Very good

LAMPIRAN 2. Kuesioner *Expert Choice*

KUESIONER *EXPERT CHOICE*

Nama :

Jabatan :

Kuesioner ini bertujuan mengetahui bobot dari tiap kriteria/parameter dalam menentukan bobot dengan menggunakan skala penilaian berikut:

Tabel 1. Definisi Tiap Nilai

Nilai (n)	Definisi
1	Kedua elemen sama penting
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting dibandingkan elemen yang lain
5	Elemen yang satu lebih penting dibandingkan elemen yang lain
7	Elemen yang satu sangat penting dibandingkan elemen yang lain
9	Elemen yang satu mutlak lebih penting dibandingkan elemen yang lain
2,4,6,8	Nilai-nilai kompromi diantara dua nilai yang berdekatan

Cara pengisian:

Kriteria pada kolom paling kiri dibandingkan dengan kriteria pada kolom paling kanan. Bobot 9 s/d 2 (pada bagian kiri) adalah milik kriteria pada kolom paling kiri, sedangkan bobot 9 s/d 2 (pada bagian kanan) adalah milik kriteria pada kolom paling kanan. Beri tanda silang (x) pada kolom bobot yang sesuai berdasarkan nilai ketergantungan yang telah dijelaskan pada tabel diatas.

Contoh pengisian:

Kriteria	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kriteria
A							X											B

Kriteria

Kriteria	Skala									Skala									Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Aksesibilitas																			Fasilitas
																			Atraksi
Fasilitas																			Atraksi

LAMPIRAN 3. Draft Kuesioner *SWOT*

KUESIONER SWOT

PETUNJUK PENGISIAN

1. Berilah tanda centang (√) pada kolom bobot yang menurut pendapat Bapak/Ibu paling sesuai.

Keterangan: 4 = Sangat Setuju

3 = Setuju

2 = Kurang Setuju

1 = Tidak Setuju

2. Berilah tanda centang (√) pada kolom rating yang menurut pendapat Bapak/Ibu paling sesuai.

Keterangan: 4 = Sangat Baik

3 = Baik

2 = Buruk

1 = Sangat Buruk

DATA UMUM RESPONDEN

1. Jenis Kelamin

• Laki-laki

• Perempuan

2. Pendidikan terakhir

• SD

• SMP

• SMA

• Diploma

• Sarjana

• Pascasarjana

• Doktor

3. Pekerjaan

• Pelajar/Mahasiswa

• Akademisi

- Pengusaha
- Pegawai Negeri
- Pegawai Swasta
- Pensiunan

Faktor-Faktor Strategis Internal (*Internal Factors Analysis Strategic/IFAS*)

No.	Faktor-Faktor Internal	Bobot				Rating			
		1	2	3	4	1	2	3	4
Kekuatan (Strength)									
1	Informasi seputar pariwisata Kota Makassar mudah diakses melalui internet, media sosial, dan website pemerintah								
2	Kota Makassar memiliki objek wisata yang dapat dinikmati secara langsung, seperti wisata kuliner, <i>snorkeling</i> , <i>diving</i> , berenang, naik perahu, dan sebagainya.								
3	Kota Makassar memiliki objek wisata yang dapat dinikmati secara <i>virtual</i> seperti bangunan bersejarah, kawasan pusaka, pemandangan alam, suasana berkeliling kota, suasana berkeliling perairan (laut, danau, sungai), dan sebagainya.								
4	Kota Makassar memiliki sarana penunjang kegiatan wisata yang lengkap dan memadai, seperti hotel, gedung serbaguna, pusat perbelanjaan, restoran, biro perjalanan, penyedia jasa sewa mobil, dan lain-lain.								
5	Tersedia beragam pilihan moda transportasi untuk mengakses objek-objek wisata, seperti pesawat, mobil, motor, bus pariwisata, taksi, taksi <i>online</i> .								
6	Produk wisata yang menjadi oleh-oleh khas Kota Makassar banyak diminati dan disenangi seperti minyak kayu putih, minyak tawon, otak-otak, kain sutera, miniatur Phinisi, dan lain-lain.								
7	Keramahan dan keterbukaan warga kota								
Kelemahan (Weakness)									
1	Ketertiban warga kota masih rendah, dalam hal tertib lalu lintas, parkir kendaraan, budaya antri dan kebiasaan membuang sampah sembarangan.								
2	Kebersihan di objek-objek wisata masih rendah								
3	Penataan vegetasi dinilai belum maksimal, sehingga kurang rindang karena masih kurang pepohonan. Ditambah, pemeliharaan yang masih rendah								
4	Pengawasan dan perlindungan terhadap ekosistem baik yang ada di laut maupun di darat masih rendah. Misalnya pengawasan terhadap objek wisata yang berada di kawasan								

	pesisir masih banyak ditemukan pengunjung yang membuang sampah sembarangan. Contoh lainnya, perlindungan atau pemeliharaan bangunan situs bersejarah.								
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--

Faktor-Faktor Strategis Eksternal (*External Factors Analysis Strategic/EFAS*)

No.	Faktor-Faktor Eksternal	Bobot				Rating			
		1	2	3	4	1	2	3	4
Peluang (Opportunities)									
1	Penyelenggaraan kegiatan MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition)								
2	Pengembangan pariwisata menarik Investor								
3	Tingginya minat terhadap objek wisata baru								
4	Perkembangan IT di era industri 4.0								
5	Lingkungan yang masih alami								
6	Tingginya minat berwisata terhadap objek yang telah menerapkan protokol kesehatan								
Ancaman (Threats)									
1	Persaingan pariwisata antar kota/negara								
2	Pengaplikasian protocol Kesehatan relatif mahal								
3	Pandemik								
4	Cuaca								
5	Bencana								

Section 1 of 8

KUESIONER PENELITIAN - PENGEMBANGAN PARIWISATA KOTA MAKASSAR



Penelitian ini didedikasikan untuk Pengembangan Pariwisata Kota Makassar. Tujuan penyebaran kuesioner penelitian ini untuk mengumpulkan data kebutuhan analisis SWOT dalam rangka menyusun strategi pengembangan pariwisata Kota Makassar.

Salam Hormat,
Fitha Rachmah Sari,
Mahasiswa Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin

After section 1 Continue to next section

Section 2 of 8

Data Umum Responden



Description (optional)

Jenis Kelamin *

- Laki-Laki
- Perempuan

Pendidikan Terakhir *

1. Pilihlah jawaban yang menurut Bapak/Ibu paling sesuai. Dimana keterangan setiap nomor yakni:

Keterangan Nilai Bobot

4 = Sangat Setuju

3 = Setuju

2 = Kurang Setuju

1 = Tidak Setuju

2. Pilihlah jawaban yang menurut Bapak/Ibu paling sesuai. Dimana keterangan setiap nomor yakni:

Keterangan Nilai Rating

4 = Sangat Baik

3 = Baik

2 = Buruk

1 = Sangat Buruk

Bobot adalah nilai yang menggambarkan seberapa Bapak/Ibu setuju dengan pernyataan yang ditampilkan pada kuesioner sesuai dengan kondisi eksisting pariwisata di Kota Makassar

Rating yang Bapak/Ibu adalah nilai yang menggambarkan pendapat Bapak/Ibu terhadap kondisi, kualitas ataupun kinerja pariwisata di Kota Makassar

(Bobot) Kemudahan dan ketersediaan informasi wisata di media sosial, website pemerintah kota * dan dinas pariwisata

	1	2	3	4	
Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

(Rating) Kemudahan dan ketersediaan informasi wisata di media sosial, website pemerintah kota * dan dinas pariwisata

	1	2	3	4	
Sangat Buruk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Baik

(Bobot) Objek wisata yang dapat dinikmati secara langsung (kuliner, snorkeling, diving, naik perahu, dsb) *

	1	2	3	4	
--	---	---	---	---	--

CURRICULUM VITAE



IDENTITAS PRIBADI:

Nama : Fitha Rachmah Sari
Tempat, tanggal lahir : Ujung Pandang, 8 Oktober 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat Sekarang : Jl. Borong Raya No. 7, Borong, Manggala, Kota Makassar, 90233.
Golongan Darah : B
Nomor HP : 0811 411 6611
Email : fithars8@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL:

Tahun	Sekolah	Tempat
2005 - 2011	SD Pertiwi Makassar	Kota Makassar
2011 - 2014	SMP Negeri 33 Makassar	Kota Makassar
2014 - 2017	SMAN 5 Makassar	Kota Makassar
2017 – sekarang	Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Hasanuddin	Gowa

ORGANISASI:

Tahun	Organisasi/Komunitas
2012 - 2013	OSIS SMPN 33 Makassar
2015 – 2016	PMR Wira 205 SMAN 5 Makassar
2015 – 2016	OSIS SMAN 5 Makassar
2018 – 2021	Himpunan Mahasiswa Perencana Wilayah Kota (HMPWK) FT-UH Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO)
2020-2021	Ikatan Saudagar Muslim Indonesia (ISMI)

PENGALAMAN ATAU KEGIATAN LAINNYA YANG PERNAH DIKUTI:

Tahun	Kegiatan	Tingkat	Posisi
2018	Revitalizing Informal Settlements and their Environment (RISE) Program Indonesia	Internasional	Surveyor
2018	Economic Forum (IEF)	Internasional	Delegasi
2020	Kerja Praktek Profesi (KPP) dalam Program Rencana Detail Tata Ruang dan Peraturan Zonasi Kawasan Perkotaan Kecamatan Seko, Luwu Utara	Kabupaten	Anggota Asisten Ahli
2020	Penelitian Dosen Pendamping Akademik (PDPA), Judul Penelitian: Mozaik Pedagang Kaki Lima (PKL) yang Rekreatif dan Ramah Lingkungan Untuk Penguatan Citra Kota Makassar	Fakultas	Anggota
2020	Penelitian Dosen Pendamping Akademik (PDPA), Judul Penelitian: Kajian Pola dan Motivasi Pergerakan Wisatawan di Kawasan Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil Kota Makassar	Fakultas	Anggota
2021	Pengabdian LBE Urban: Sosialisasi Penataan Pedagang Kaki Lima (PKL)	Fakultas	Anggota

PENGALAMAN ATAU KEGIATAN LAINNYA YANG PERNAH DIIKUTI:

Tahun	Kegiatan	Tingkat	Posisi
2021	Tanggah Pandemi di Pantai Losari Kota Makassar Penelitian Dasar Unhas (PDU), Judul Penelitian: Eksplorasi Kearifan Lokal dalam Penataan Permukiman Pesisir yang Tanggap Bencana Penelitian Dasar Unhas (PDU), Judul Penelitian: Strategi Pengembangan Danau Lampulung dan Seppang'e di Kabupaten Wajo Menjadi Kawasan Wisata Legendaris Berwawasan Lingkungan	Fakultas	Anggota
2021	Lomba Karya Tulis Ilmiah – Ikatan Ahli Perencana (IAP)	Nasional	Finalis
2021	Partisipasi Pemuda 2021 Dalam Menyongsong Indonesia Emas dan Misi Kebangsaan	Lokal	Narasumber