

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kepulauan Spermonde merupakan perairan yang berada di Kota Makassar yang terdiri dari ratusan pulau kecil dengan karakteristik yang beragam (Retnaningdyah *et al.*, 2019). Wilayah pesisir serta pulau-pulau kecil di Kota Makassar mempunyai potensi sumber daya yang beragam dengan tingkat keanekaragaman hayati yang tinggi, yang berperan penting dalam mendukung fungsi sosial dan ekologis bagi masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Setiap pulau memiliki keunggulan dan karakteristik yang berbeda-beda, baik dari aspek sumber daya alam maupun kualitas sumber daya manusia yang ada dimiliki (Fadhil *et al.*, 2019). Gugusan dari pulau-pulau kecil yang ada di kepulauan tersebut menyimpan kekayaan alam yang berlimpah, mulai dari keindahan pesisir pulau, ekosistem terumbu karang, wisata kuliner, budaya masyarakat pesisir yang khas, serta aktivitas wisata bahari seperti berlayar, *scuba diving*, selancar angin, memancing, penelitian, dan pemeliharaan ekosistem bawah laut (Sarira *et al.*, 2023).

Berdasarkan data BPS Kota Makassar (2024), kontribusi sektor pariwisata dan jasa akomodasi terhadap PDRB kota mencapai 11,42% yang menunjukkan bahwa pariwisata memiliki potensi besar dalam memperkuat struktur ekonomi kota terutama di wilayah pesisir. Disamping itu, potensi besar belum tentu sepenuhnya dikelola secara berkelanjutan. Potensi lokal yang kaya dan beragam di Kepulauan Spermonde, mulai dari keindahan alam bahari hingga budaya masyarakat pesisir, masih belum dikelola secara optimal untuk mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan (Asri *et al.*, 2025). Pengelolaan sumber daya, upaya pelestarian lingkungan, dan ketersediaan sarana prasarana permukiman yang mendukung aktivitas pariwisata di pulau-pulau kecil Kepulauan Spermonde masih belum memadai (Osman *et al.*, 2024). Akibatnya, pengembangan produk wisata bahari baru yang inovatif dan atraktif perlu segera dilakukan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan (Hustin, 2017). Selain itu, kualitas dan produktivitas sumber daya manusia masih sangat rendah, dimana keterbatasan modal dan akses ke pasar juga menjadi penghambat. Banyak masyarakat pesisir yang tidak memiliki akses ke modal untuk mengembangkan usaha mereka (Nasir *et al.*, 2024). SDM ini mencakup Lembaga Pemerintah, pengusaha, dan masyarakat lokal. Integrasi dan rendahnya koordinasi antarstakeholder juga menjadi salah satu penyebab stagnannya pengembangan destinasi wisata bahari. Lebih lanjut, tekanan terhadap lingkungan semakin memperparah kondisi tersebut. Aktivitas-aktivitas yang mencemari laut, meningkatnya alih fungsi ruang pesisir, serta limbah domestik telah menyebabkan sekitar 40% terumbu karang rusak akibat reklamasi dan pencemaran (Kordi, 2012). Degradasi ekosistem dan menurunnya kualitas lingkungan ini secara langsung mengancam keberlanjutan ekosistem laut sekaligus daya tarik wisata bahari di Kepulauan Spermonde.

Pemilihan lokasi penelitian difokuskan pada lima pulau di Kepulauan Spermonde, yaitu Pulau Lae-Lae, Pulau Samalona, Pulau Barrang Lompo, Pulau

Barrang Caddi, dan Pulau Kodingareng keke. Kelima pulau tersebut dipilih karena mewakili karakteristik pulau yang berbeda-beda, baik dari kondisi lingkungan maupun aktivitas sosial ekonomi masyarakat. Selain itu, kelima pulau tersebut juga mewakili kondisi destinasi wisata bahari yang beragam, mulai dari jarak pulau yang terdekat dengan Kota Makassar, pulau unggulan pada wisata bahari, luas wilayah yang besar, jumlah penduduk terbanyak diantara pulau-pulau lainnya di Kota Makassar, hingga pulau wisata tanpa penduduk.

Dalam pariwisata, generasi Z dianggap sebagai kelompok yang sangat penting (Barnes, 2018). Hal ini disebabkan beberapa faktor yaitu pengaruh yang kuat generasi Z pada liburan keluarga, generasi Z memberikan preferensi untuk mencari pengalaman yang menyenangkan, dan Generasi ini berpikiran terbuka, berorientasi pada keinginan dan mencari lokasi jalur terpencil (Expedia, 2017). Generasi ini cenderung menghindari destinasi yang sudah terlalu ramai dan komersial karena dianggap mengurangi nilai autensitas dan peluang untuk mendapatkan konten orisinal di media sosial. Dalam hal ini, generasi Z lebih memilih destinasi tersembunyi (*hidden gems*) yang belum banyak dikenal untuk mendapatkan pengalaman yang lebih eksklusif. Persektif wisatawan juga dapat memengaruhi penilaian mereka terhadap suatu objek wisata seperti kualitas pelayanan, daya tarik, dan kepuasan pengunjung juga merupakan faktor yang dapat meprediksi dengan baik apakah wisatawan akan kembali berkunjung (Simarmata, 2021). Dalam hal ini, generasi Z menjadi salah satu generasi yang cukup antusias dalam berkunjung ke suatu objek wisata. Hal ini dikarenakan, populasi Generasi Z yang cukup besar di Indonesia. Hal ini sesuai dengan hasil survei penduduk tahun 2020, dimana menunjukkan 27,94% penduduk Indonesia merupakan generasi Z (Bayu & Yudhistira *et al.*, 2021). Selain itu, generasi ini juga dikenal sebagai generasi yang tumbuh dengan teknologi dan informasi yang telah maju, sehingga hal ini akan membentuk pandangan mereka dalam menentukan tempat wisata yang ingin mereka kunjungi. Berbeda dengan generasi sebelumnya, generasi Z juga dikenal memiliki kesadaran lingkungan dan sosial yang tinggi, serta peduli terhadap isu berkelanjutan (Putri & Yanzi, 2020).

Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, konsep *blue economy* tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi kelautan, melainkan juga menekankan efisiensi sumber daya, inovasi ramah lingkungan, dan kesejahteraan sosial masyarakat pesisir (Pauli, 2010). Dalam hal ini pembangunan tidak hanya akan menghasilkan pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menjamin keberlanjutan ekologi dan sosial. Konsep ini bukan hanya berperan sebagai strategi konservasi, tetapi juga strategi pembangunan daya tarik yang selaras dengan nilai-nilai generasi Z dan dapat menciptakan diferensiasi pasar. Hal ini relevan dalam menghadapi tantangan global seperti perubahan iklim, degradasi lingkungan, dan ketimpangan ekonomi, konsep ini menitikberatkan pada efisiensi sumber daya, inovasi berbasis kelautan, serta pemberdayaan masyarakat pesisir sebagai pelaku utama dalam kegiatan ekonomi maritim (Kusumastanto, 2018). Penerapan *blue economy* ini tidak hanya berkaitan dengan strategi konservasi laut, peningkatan kapasitas masyarakat lokal, dan penguatan kelembagaan melainkan juga dengan daya tarik pengunjung.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu, beberapa penelitian sudah pernah dilakukan di Kepulauan Spermonde Kota Makassar. Safira et., al (2023) dan Amirullah et., al (2023), membahas pola perjalanan wisatawan di Kepulauan Spermonde (Osman et al., 2023). Membahas strategi pengembangan sarana prasarana pariwisata berbasis wisata bahari di Kepulauan Spermonde. Birawida (2021), membahas perilaku masyarakat dalam pengolahan sampah di Kepulauan Spermonde. Fadhil et., al (2019), membahas interaksi wilayah Kepulauan Spermonde Kota Makassar. Luchman et. Al (2019), membahas keterkaitan aktivitas manusia dengan kualitas ekosistem perairan Pantai di Kepulauan Spermonde. Nasir et., al (2024), membahas optimalisasi *blue economy* untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir di Kepulauan Sangkarrang. Faizal (2023), membahas zonasi perairan kepulauan spermonde berdasarkan konsentrasi nutrient dan dampaknya terhadap ekosistem terumbu karang. Abdul (2004), membahas distribusi dan kondisi terumbu karang dengan menggunakan teknologi penginderaan jauh di Kepulauan Spermonde.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, belum terdapat penelitian secara spesifik terkait penerapan *blue economy* berdasarkan preferensi Generasi Z sebagai basis Strategi Pengembangan wisata bahari di Kepulauan Spermonde. Oleh karena itu, penelitian mengenai Strategi Pengembangan Wisata Bahari Berbasis Preferensi Generasi Z Melalui Penerapan Prinsip *Blue Economy* di Kepulauan Spermonde Kota Makassar menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika pengembangan wisata Bahari di Kepulauan Spermonde, termasuk potensi, permasalahan, dan arah pengelolaannya, sehingga dapat menjadi dasar bagi perencanaan wilayah pesisir Kota Makassar yang berkelanjutan, berwawasan lingkungan, serta mampu menarik minat generasi Z tanpa merusak keaslian dan kelestarian sekaligus menyelaraskan dengan prinsip *blue economy*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, adapun rumusan masalah diantaranya sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik dan tingkat penerapan prinsip *blue economy* dalam pengelolaan wisata bahari di Kepulauan Spermonde Kota Makassar?
2. Bagaimana preferensi generasi Z terhadap penerapan prinsip *blue economy* di Kepulauan Spermonde Kota Makassar?
3. Bagaimana strategi pengembangan wisata bahari berbasis *blue economy* di Kepulauan Spermonde dengan preferensi generasi Z Kota Makassar?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis karakteristik dan tingkat penerapan prinsip *blue economy* dalam pengelolaan wisata bahari di Kepulauan Spermonde Kota Makassar
2. Untuk menganalisis preferensi generasi Z terhadap prinsip *blue economy* di Kepulauan Spermonde Kota Makassar
3. Untuk merumuskan strategi pengembangan wisata bahari berbasis *blue economy* di Kepulauan Spermonde dengan preferensi generasi Z Kota Makassar

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pariwisata bahari, ekonomi biru, dan pengelolaan wilayah pesisir berkelanjutan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi sumber informasi bagi masyarakat pesisir mengenai pentingnya pengelolaan sumber daya laut yang berkelanjutan dalam mendukung aktivitas wisata. Dari sisi kebijakan, penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi pemerintah daerah dalam merumuskan strategi pengembangan wisata bahari yang ramah lingkungan, meningkatkan kualitas dan daya saing destinasi di Kepulauan Spermonde, serta mendukung penerapan konsep *blue economy* guna meningkatkan minat wisatawan di Kota Makassar

1.5 Kajian Teori

1.5.1 *Blue Economy*

Blue economy pertama kali diperkenalkan oleh Gunter Pauli pada tahun 2010 sebagai pendekatan inovatif untuk meningkatkan ekonomi global tanpa merusak lingkungan. Gunter Pauli menekankan bahwa *blue economy* harus berbasis pada efisiensi alam, dimana sumber daya kelautan digunakan dengan cara meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, tidak hanya dengan cara berkelanjutan. Pendekatan ini berfokus pada penciptaan lapangan kerja, inovasi teknologi, dan pengelolaan sumber daya alam yang efisien. Konsep ini juga melibatkan prinsip zero waste, dimana setiap elemen dari ekosistem dapat dimanfaatkan secara optimal (Sumarni, 2020). Selain itu, *blue economy* ini berperan penting untuk melindungi dan melestarikan ekosistem laut dan keanekaragaman hayati sebagai prasyarat untuk manfaat ekonomi dalam jangka panjang (Graziano et al., 2025). Teori pertumbuhan *blue economy* memberikan kerangka kerja untuk menghubungkan potensi ekonomi biru dengan tantangan yang dihadapi yang berfokus pada pengembangan berkelanjutan. Penerapan *blue economy* terhadap pariwisata disertai degradasi lingkungan dengan intervensi pemerintah yang optimal mampu mengembangkan kesejahteraan secara dinamis.

Wisata pesisir berbasis *blue economy* berfokus pada jenis wisata yang mengintegrasikan prinsip-prinsip *blue economy* yaitu pengelolaan sumber daya laut dan pesisir secara konsisten untuk mendukung kegiatan pariwisata. Konsep ini berfokus pada pemanfaatan potensi ekonomi dari sumber daya laut dan tetap

menjaga kelestarian lingkungan laut. Wisata pesisir yang berbasis *blue economy* ini dianggap sebagai industri bersih, apabila beberapa aspek utama terpenuhi yaitu efisiensi dalam penggunaan sumber daya alam seperti pantai dan laut, manajemen yang baik terhadap sampah dan limbah dari aktivitas pariwisata, dan pelestarian ekosistem laut, dimana hal ini yang menjadi kunci untuk menjaga keberlanjutan wisata pesisir. Adapun konsep ini menekankan bagaimana hubungan antar lintas kegiatan sektor terhadap manajemen dan sumber daya laut, termasuk di dalamnya bagaimana merencanakan tata ruang laut, trade off lalu lintas antar sektor, berkonsultasi dengan para stakeholder serta menghitung modal dalam menentukan nilai bagi sumber daya alam dan bagi *blue financing*, yaitu biaya yang harus dikeluarkan dalam hal membangun promosi, dalam hal ini untuk memanfaatkan laut secara berkelanjutan (Nasution, 2022).

Dalam Konteks pembangunan maritim dan pesisir, ruang lingkup *blue economy* tidak terbatas pada sektor perikanan saja, tetapi juga mencakup seluruh kegiatan ekonomi yang berbasis laut, mulai dari perikanan, budidaya, energi terbarukan, hingga pariwisata bahari, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus menjaga keberlanjutan ekosistem pesisir dan laut (World Bank, 2017). Dalam konteks pariwisata bahari, prinsip-prinsip yang diterapkan melalui pengelolaan destinasi yang ramah lingkungan, penggunaan energi terbarukan, pengelolaan limbah wisata, dan pemberdayaan masyarakat pesisir. Adapun Penerapan prinsip ini didasarkan pada beberapa prinsip utama, yaitu: (Pauli, 2010):

1. Efisiensi sumber daya, dimana hal ini memaksimalkan pemanfaatan sumber daya alam dengan meminimalkan limbah dalam kegiatan pariwisata
2. Inovasi berbasis alam, yaitu pemanfaatan proses alami sebagai inspirasi teknologi dan ekonomi. Hal ini memanfaatkan sumber daya air maupun energi secara efisien dan inovatif dalam kegiatan pariwisata.
3. *Zero waste*, di mana limbah dari suatu proses menjadi input bagi proses lain seperti pengelolaan sampah plastik dan limbah cair yang dihasilkan dari aktivitas wisata.
4. Inklusivitas sosial, yaitu terciptanya kesempatan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal dengan tujuan meningkatkan kualitas hidup masyarakat pesisir.
5. Keberlanjutan ekosistem, yaitu menjaga daya dukung lingkungan laut agar tetap produktif dalam jangka panjang seperti kondisi terumbu karang yang ada di sekitar lokasi wisata bahari.

1.5.2 Generasi Z

Generasi Z adalah kelompok demografi masyarakat yang hidup sebelum generasi alfa dan setelah generasi milenial. Menurut Dimock (2019) generasi z adalah golongan generasi yang lahir antara tahun 1997 sampai pada tahun 2012, dimana fase ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi yang sangat cepat. Generasi ini memiliki nama lain *iGeneration*, karena golongan ini sangat akrab dengan dunia digital (Hardey, 2007). Mereka tumbuh tumbuh dan berkembang seiring dengan kemajuan digital dan teknologi, dan mereka memiliki intuisi yang kuat terhadap kemampuan akan teknologi. Pada umumnya, generasi Z memiliki karakteristik diantaranya yaitu digital, Realistis, *Fear of Missing Out*, *Weconomist*, *Do-it your-self*, dan terpacu. Selain itu juga, generasi Z memiliki kesadaran lingkungan yang tinggi dan serius terhadap pentingnya upaya menjaga alam dan lingkungan, seperti menghemat energi dan air, menghindari penggunaan plastik, dan terlibat dalam aksi menjaga sosial dan lingkungan, serta berpartisipasi dalam kampanye menjaga lingkungan (Ha et., al 2024).

Generasi Z memiliki beberapa karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya (Bhakti & Safitri, 2017) antara lain:

1. Generasi Z memiliki ambisi yang tinggi untuk sukses sehingga mereka cenderung memiliki karakter yang positif dalam menggapai cita-cita mereka.
2. Cenderung menyukai cara menyelesaikan masalah yang praktis dan tidak berlama-lama karena Generasi Z lahir dalam dunia yang serba instan.
3. Generasi yang menyukai kebebasan, seperti contohnya kebebasan berpendapat, kebebasan dalam berekspresi, dan kebebasan berkreasi. Generasi Z lahir dalam dunia modern yang sebagian besar 48 pelajaran bersifat eksplorasi, maka dari itu mayoritas dari generasi ini memiliki kepercayaan yang tinggi dan optimis dalam berbagai hal.
4. Memiliki pikiran yang kritis dan detail dalam mencermati setiap permasalahan atau fenomena yang lain, hal tersebut disebabkan karena mudahnya mencari informasi menggunakan internet.
5. Cenderung memiliki keinginan untuk diberi pengakuan dalam bentuk reward seperti hadiah, pujian atau penghargaan atas kemampuan mereka serta eksistensinya yang unik.
6. Generasi Z memang disebut sebagai Generasi Net karena lahir saat dunia digital mulai berkembang. Maka dari itu, Generasi ini sangat mahir dalam mengoperasikan keseluruhan aspek teknologi atau *gadget* untuk menunjang komunikasi sehari-hari ketimbang berkomunikasi secara tatap muka

Sementara itu, Stillman (2018) mengidentifikasi tujuh karakteristik fundamental yang mendefinisikan Generasi Z di negara maju, yaitu: *digital*, *hyper-customization*, *realistic*, *Fear of Missing Out* (FOMO), *weconomist*, *do-it-yourself* (DIY), dan *driven* (terpacu). Di antara tujuh sifat tersebut, fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) menjadi atribut yang paling relevan dalam konteks interaksi mereka

dengan arus informasi digital. FOMO dipahami sebagai dorongan psikologis bagi Generasi Z untuk terus memantau setiap notifikasi pada perangkat seluler guna memastikan mereka tetap terakulturasi dengan informasi terbaru. Ketergantungan yang tinggi terhadap *smartphone* merupakan manifestasi dari kekhawatiran akan ketinggalan informasi yang dianggap krusial bagi proses pembelajaran maupun eksistensi sosial mereka.

Dalam konteks pariwisata, generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dari generasi sebelumnya. Menurut Haratikka & Silitonga (2023) bahwa generasi Z cenderung mencari pengalaman yang unik, asli, dan bertanggung jawab sosial. Mereka memprioritaskan pengalaman yang signifikan daripada pengalaman yang diwarisi, dan mereka melakukan perjalanan dengan tujuan untuk meningkatkan pribadi mereka, mengintegrasikan ke dalam masyarakat, dan menciptakan pengaruh sosial. Selain itu, perilaku generasi ini sangat penting bagi penyedia layanan perjalanan agar dapat beradaptasi dengan harapan dan kebutuhan mereka. Generasi Z mencari perjalanan yang bermakna seperti mempelajari budaya lokal, mencoba masakan baru, menjelajahi alam atau melakukan aktivitas kebugaran. Perilaku mereka berpusat pada pencarian hal-hal unik dan petualangan dengan berbagai jenis perjalanan seperti kegiatan sukarela, ekowisata, olahraga, festival seni visual, upacara penghargaan musik atau film, festival makanan dan minuman, berkemah, berlayar hingga olahraga musim dingin. Adapun perilaku digital mereka selama liburan seperti menggunakan aplikasi panduan perjalanan, mengunjungi situs web untuk meneliti objek wisata dan acara yang ingin dihadiri, mengambil dan berbagi foto di media sosial, serta memposting ulasan online (Popşa, 2024). Berdasarkan berbagai teori tersebut, karakteristik generasi Z yang paling relevan dengan penelitian ini dirangkum dalam Tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Karakteristik Generasi Z

No	Karakteristik (Teori)	Definisi
1	Digital Native / <i>iGeneration</i> (Hardey, 2007; Dimock, 2019)	Lahir dan tumbuh di era digital, sangat mahir menggunakan internet, media sosial, dan gadget sebagai sumber informasi utama.
2	<i>Weconomist</i> (Stillman, 2018)	Peduli terhadap kolaborasi, berbagi, keadilan sosial, dan dampak sosial ekonomi dari pilihan mereka.
3	Kesadaran Lingkungan Tinggi (Ha et al., 2024)	Serius terhadap upaya menjaga alam, menghemat energi, menghindari plastik, terlibat aksi lingkungan.
4	<i>Fear of Missing Out (FOMO)</i> (Stillman, 2018)	Dorongan psikologis untuk terus memantau informasi terbaru, takut ketinggalan tren atau pengalaman eksklusif.

5	<i>Do-It-Yourself (DIY)</i> (Stillman, 2018)	Suka membuat, merakit, atau terlibat langsung dalam proses kreatif, ingin pengalaman personal dan autentik.
6	<i>Reward-Seeking</i> (Bhakti & Safitri, 2017)	Cenderung menginginkan pengakuan dalam bentuk hadiah, pujian, atau penghargaan atas kemampuan dan kontribusi mereka.
7	Mencari Pengalaman Autentik & Bermakna (Haratikka & Silitonga, 2023; Popşa, 2024)	Tidak hanya rekreasi, tetapi juga memiliki keinginan belajar, merasakan budaya lokal, berkontribusi sosial, dan meningkatkan diri.

Sumber: Analisis Penulis, 2026

Menurut Buhalis & Law, (2008), preferensi generasi Z dalam pariwisata merujuk pada kecenderungan pilihan, sikap, dan minat mereka terhadap destinasi dan aktivitas wisata yang dipengaruhi oleh faktor teknologi, pengalaman, dan nilai keberlanjutan. Dalam teori ini, memiliki fondasi terhadap perspektif kepercayaan yang mampu mempengaruhi seseorang untuk melaksanakan tingkah laku yang spesifik. Perspektif kepercayaan dilaksanakan melalui penggabungan beraneka ragam karakteristik, kualitas dan atribut atas informasi tertentu yang kemudian membentuk kehendak dalam bertindak laku (Yuliana, 2004). Selain itu juga, dijelaskan bahwa, sikap terhadap perilaku merupakan pokok penting yang sanggup memperkirakan suatu perbuatan, meskipun demikian perlu dipertimbangkan sikap seseorang dalam menguji norma subjektif serta mengukur kontrol perilaku persepsian orang tersebut. Dengan demikian, dalam konteks penelitian ini, niat generasi Z untuk mengunjungi wisata bahari dipandang sebagai representasi dari preferensi wisata mereka. Niat tersebut dibentuk oleh sikap terhadap wisata bahari, norma subjektif dari lingkungan sosial, serta kontrol perilaku terkait akses dan kemampuan berwisata.

1.5.3 Wisata Bahari

Wisata bahari merupakan suatu konsep yang memanfaatkan karakteristik sumber daya pesisir dan laut, termasuk sumber daya manusia, serta dapat diintegrasikan menjadi unsur-unsur terpadu terhadap pemanfaatan wisata (Wardhani & Hidayah, 2012). Wisata bahari juga memberikan edukasi lingkungan terhadap wisatawan dan masyarakat lokal (Wuleka et al., 2013), serta mengutamakan kelestarian lingkungan, kesejahteraan masyarakat dan pemahaman budaya lokal (Wildan et al., 2016). Konsep wisata bahari bertanggung jawab atas destinasi wisata yang masih alami untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal dan melindungi lingkungan (Tiyasmono et al., 2019). Sitomorang & Mirzanti (2012) menambahkan bahwa wisata bahari tidak hanya menawarkan panorama yang masih alami dan indah, tetapi juga merupakan proses pembelajaran untuk menjaga dan merawat alam serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar destinasi wisata. Pada dasarnya, wisata Bahari merupakan kegiatan rekreatif yang dilakukan oleh wisatawan selama melakukan kunjungan ke destinasi dengan pemanfaatan wilayah bahari. Selain itu,

wisata bahari juga mengacu pada aktivitas pariwisata yang memanfaatkan sumber daya laut, termasuk kegiatan seperti snorkeling, diving, berlayar, dan ekowisata pesisir yang bertujuan untuk memberikan pengalaman rekreasi sambil menjaga keberlanjutan ekosistem laut (*World Tourism Organization*, 2017). Selain itu, Pengelolaan kawasan wisata bahari bertujuan untuk menjaga kelestarian lingkungan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan memberikan pengalaman wisata yang berkualitas bagi pengunjung. Pengelolaan ini melibatkan berbagai pihak, termasuk pemerintah pusat, pemerintah daerah, masyarakat setempat, dan pengelola wisata.

Pengembangan wisata bahari pada dasarnya menitikberatkan pada bentang alam, karakteristik ekonomi, keunikan seni dan budaya, serta karakteristik masyarakat sebagai kekuatan fundamental dari setiap wilayah (Musaddun *et al.*, 2013). Selain itu, aktivitas pariwisata ditunjang oleh eksistensi dari produk yang dipromosikan dan dirasakan oleh wisatawan, Produk pariwisata berkaitan dengan apa yang dimiliki atau disediakan oleh destinasi wisata. Destinasi wisata itu sendiri dibangun oleh banyak elemen atau komponen seperti akomodasi, daya tarik wisata, transportasi, agen perjalanan dan sektor yang berkaitan dengan organisasi tata Kelola destinasi. Selain itu, wisatawan melakukan aktivitas pariwisata bahari tidak terlepas dari tiga tujuan yang saling berkaitan yakni untuk melihat (*to see*), merasakan (*to experience*), dan untuk menikmati (*to enjoy*). Selain itu, *long memory* menjadi hal yang penting bagi wisatawan untuk mendorong mereka untuk berkunjung Kembali ke destinasi wisata. Dengan memori dan kesan yang positif, dapat menjadi bahan rekomendasi wisatawan ke pihak lain yang potensial untuk mengunjungi destinasi wisata, salah satunya untuk pariwisata bahari (Cooper dan Hall, 2008).

Menurut Pearce (1981), pengembangan pariwisata dapat diartikan sebagai usaha untuk melengkapi atau meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang dibutuhkan masyarakat. Untuk pengembangan wisata bahari, terdapat beberapa parameter yang harus dipenuhi antara lain keaslian, keunikan, langkah konservasi yang tertata dengan baik, ketersediaan informasi yang memadai sebelum perjalanan, aksesibilitas yang baik, dan kesiapan sumber daya manusia. Pengembangan pariwisata harus mempertimbangkan beberapa faktor yang mendukung tujuan wisata. Sementara itu, terdapat juga dua kriteria dalam pengembangan wisata bahari yaitu (Prasiasa dan Hermawan, 2012):

1. Kriteria utama meliputi daya tarik alam laut, keamanan, kualitas lingkungan, ketersediaan operator diving, dan keramahtamahan penduduk
2. Kriteria tambahan meliputi keterampilan sumber daya manusia pendukung wisata bahari, daya tarik alam pesisir, ketersediaan akomodasi dan restaurant, sarana perbankan termasuk pertukaran mata uang, kepemilikan akomodasi dan restoran oleh masyarakat lokal, aksesibilitas, ketersediaan transportasi darat, media komunikasi seperti telepon, jaringan internet) dan informasi, dan daya tarik sosial-budaya masyarakat pesisir.

Berdasarkan buku Pengantar Wisata Bahari karya Jussac M. Masjhoer, wisata bahari dapat diklasifikasikan ke dalam empat jenis utama, yaitu wisata bahari berbasis alam, berbasis budaya, berbasis aktivitas, dan berbasis event. Keempat jenis ini mencerminkan kekayaan dan keragaman potensi pesisir dan laut Indonesia sebagai daya tarik wisata. Berdasarkan pendekatan tematik, wisata bahari dapat diklasifikasikan ke dalam empat jenis utama, yaitu wisata bahari berbasis alam, berbasis budaya, berbasis aktivitas, dan berbasis *event*.

1. Wisata Bahari Berbasis Alam (*Nature-Based Marine Tourism*)

Wisata bahari berbasis alam merupakan bentuk wisata yang mengandalkan keindahan dan keunikan ekosistem pesisir dan laut sebagai daya tarik utama. Orams (1999) berpendapat bahwa sebagian besar aktivitas wisata bahari, seperti menyelam (scuba diving), berselancar (surfing), memancing (fishing), berlayar (sailing), dan ski air (water-skiing), pada dasarnya merupakan wisata berbasis alam karena sangat bergantung pada kondisi lingkungan pesisir tertentu (Orams, 1999). Dalam konteks ekologi, keberlanjutan wisata bahari berbasis alam sangat bergantung pada kesehatan ekosistem. Warisan budaya pesisir dan maritim, termasuk praktik tradisional dalam menjaga ekosistem, merupakan aset penting yang perlu dilindungi dari berbagai ancaman lingkungan dan antropogenik (Silva et al, 2022).

2. Wisata Bahari Berbasis Budaya (*Culture-Based Marine Tourism*)

Wisata bahari berbasis budaya menekankan pada nilai-nilai tradisi, kearifan lokal, dan warisan budaya masyarakat pesisir yang berkaitan erat dengan laut. Orams (1999) mengakui bahwa elemen budaya lokal menjadi bagian penting dalam pengalaman wisata bahari. Seluruh bentuk kearifan lokal seperti pengetahuan, teknologi, kepercayaan, kebudayaan, adat istiadat, hingga produk kreatif dapat disediakan sebagai atraksi wisata tambahan selain atraksi wisata bahari itu sendiri.

3. Wisata Bahari Berbasis Aktivitas (*Activity-Based Marine Tourism*)

Wisata bahari berbasis aktivitas berfokus pada kegiatan rekreasi fisik yang memanfaatkan karakteristik unik perairan dan pantai. Orams dan Lück (2022) mencatat bahwa dalam tiga dekade terakhir, perkembangan wisata bahari ditandai dengan ekspansi aktivitas yang didorong oleh penemuan dan adopsi teknologi baru, yang melahirkan komunitas wisatawan bahari spesialis yang bepergian ke lokasi-lokasi tertentu untuk menekuni hasrat spesifik mereka, seperti wisata menyelam, wisata berselancar, wisata satwa liar laut, dan wisata bahari.

4. Wisata Bahari Berbasis Event (*Event-Based Marine Tourism*)

Wisata bahari berbasis event merupakan kegiatan pariwisata yang didorong oleh penyelenggaraan acara berkala atau kompetisi berskala nasional

maupun internasional di lingkungan pesisir dan laut. Orams (1999) mengakui bahwa event dan kompetisi olahraga bahari, seperti kompetisi selancar dan lomba layar, berperan penting dalam mempromosikan destinasi wisata bahari. Dalam konteks Indonesia, penelitian oleh Lagarensen & Walansendow (2016) menunjukkan bahwa *event* olahraga bahari terus berkembang dalam ukuran dan jumlah, dan masyarakat pariwisata menyadari nilai olahraga bahari yang melekat pada kawasan *waterfront*. Manfaat yang diperoleh dari penyelenggaraan *event* olahraga bahari antara lain pembangunan ekonomi kota dengan peningkatan manfaat bagi komunitas tuan rumah, pengembangan sistem olahraga bahari melalui penyelenggaraan *event* yang direncanakan secara strategis, serta pengembangan sosial dan komunitas dengan melibatkan relawan terlatih yang meningkatkan kebanggaan masyarakat. Selain itu, penelitian oleh Ruiz-Martinez *et al.* (2021) mencatat bahwa tren penelitian masa depan dalam wisata bahari mencakup topik-topik seperti pelabuhan wisata, kualitas situs web, dan ekonomi biru, yang semuanya relevan dengan pengembangan *event* bahari yang berkelanjutan.

1.5.4 Sintesis Teori: Keterkaitan Blue Economy, Generasi Z, dan Wisata Bahari

Berdasarkan kajian literatur terhadap prinsip *blue economy* (Pauli, 2010), karakteristik Generasi Z (Stillman, 2018; Ha et al., 2024), dan wisata bahari (Orams, 1999; Masjhoer, 2019) dapat disintesis bahwa terdapat keterkaitan erat yang melahirkan potensi ekonomi wisata yang secara spesifik dapat menarik minat Generasi Z. Pertama, prinsip *blue economy* yang menekankan efisiensi sumber daya, zero waste, inklusivitas sosial, dan keberlanjutan ekosistem selaras dengan nilai-nilai yang diusung generasi Z. Generasi ini memiliki kesadaran lingkungan tinggi, peduli terhadap dampak sosial dari aktivitas wisata (*weconomist*), dan cenderung memilih destinasi yang berkomitmen pada keberlanjutan (Stillman, 2018; Ha et al., 2024). Kedua, karakteristik Generasi Z sebagai *digital native* yang aktif di media sosial (Instagram, TikTok) dan pencari *hidden gem* (Expedia, 2017) membuka peluang ekonomi baru. Mereka tidak hanya menikmati keindahan wisata bahari, tetapi juga menjadikannya sebagai konten media sosial. Destinasi yang bersih dan *instagrammable*, unik, dan memberikan pengalaman autentik akan lebih mudah viral dan menarik kunjungan. Ketiga, wisata bahari menawarkan berbagai aktivitas seperti *snorkeling*, *diving*, wisata pantai, ekowisata, dan wisata budaya bahari (Masjhoer, 2019). Sehingga, aktivitas-aktivitas ini menjadi media untuk mengimplementasikan prinsip *blue economy* sekaligus menjawab preferensi generasi Z.

1.6 Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan tabel penelitian terdahulu terkait Strategi Pengembangan Wisata Bahari di Kepulauan Spermonde Berbasis *Blue Economy* dan Preferensi Generasi Z di Kota Makassar.

Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1	Asbi Abdul (2024)	Mengelola Wisata Bahari di Kota Kendari melalui Prinsip <i>Sustainability</i> dan <i>Blue Economy</i>	Deskriptif-kualitatif berbasis <i>library research</i>	1. Peningkatan daya saing di sektor wisata bahari di Kota Kendari 2. Meminimalkan dampak lingkungan 3. Mendorong partisipasi aktif masyarakat guna menjaga ekosistem laut
2	Yudha Prakasa et al., (2025)	<i>Community Empowerment as a Catalyst for Marine Ecotourism: The Case of Spermonde Archipelago</i> , Makassar	Pendekatan kualitatif, metode studi kasus	1. Pengembangan kerangka kerja pemberdayaan masyarakat dalam ekowisata bahari 2. Peningkatan kualitas hidup politik, ekonomi, dan lingkungan 3. Ekowisata mengubah sumber daya alam menjadi produk wisata 4. Keterlibatan masyarakat didorong oleh motif ekonomi tetapi dibatasi oleh pengetahuan dan keterampilan dalam mengintegrasikan pariwisata dan konservasi
3	Arifianty, D, P et al., (2024)	<i>Marine Tourism Management Strategy on Lanjukang Island: The Role of Local Government Maritime Diplomacy</i>	Pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka dan wawancara dengan pihak terkait	1. Pengelolaan sangat diperlukan guna mendukung perekonomian lokal dan pelestarian lingkungan laut 2. Dibutuhkan kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan mitra internasional
4	Fudikoa, B, P et al., (2025)	Analisis Potensi Ekonomi Wilayah Pesisir Berbasis Konsep <i>Blue Economy</i> Untuk	Deskriptif kualitatif, wawancara	1. Desa-desanya di pesisir memiliki potensi besar untuk mengembangkan ekonomi biru

No	Penulis	Judul	Metode	Hasil Penelitian
		Menuju Sdgs Desa (Studi Kasus Kecamatan Semau Kabupaten Kupang)		- Potensi didukung dengan kekayaan sumber daya laut, keindahan alam, dan semangat masyarakat untuk mengembangkan wilayahnya - Terdapat beberapa tantangan seperti perubahan iklim, kerusakan lingkungan, dan keterbatasan teknologi
5	Syifauddin, M et al (2025)	Pengembangan <i>Sustainable Tourism</i> pada Masyarakat Multikultur di Karimunjawa dengan Pendekatan <i>Blue Economy</i>	Kualitatif-kuantitatif (<i>mix method</i>) Analisis SWOT dan analisis interaktif	- Pembangunan pariwisata harus diarahkan pada strategi <i>Grow and Build</i> atau <i>Expansion</i> - Strategi utama meliputi peningkatan kualitas dan daya tarik wisata alam maupun budaya, diversifikasi paket wisata yang variatif dengan harga akomodatif, peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan kelembagaan pelaku wisata, serta penguatan modal sosial masyarakat. - Mengkolaborasikan lima aktor utama (pemerintah, bisnis, masyarakat, akademisi, LSM) dalam konsep pentahelix
6	Sarira, M, T et al., (2023)	Pola Perjalanan Wisatawan di Kepulauan Spermonde	Deskriptif kualitatif, metode yang digunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi	- Pola perjalanan yang dilakukan wisatawan diidentifikasi dengan melihat jenis wisata - Pola perjalanan di Kepulauan Spermonde adalah <i>single point, base site, stop over, dan chaining loop</i> - Kepulauan spermonder belum menggunakan pendekatan zona pola perjalanan
7	Riesnandar, et al., (2025)	Manajemen Sumber Daya Kelautan dalam Implementasi <i>Blue</i>	Literature review dengan mengkaji berbagai sumber	Masih terdapat beberapa kendala pada prinsip <i>blue economy</i> dalam pelaksanaannya

No	Penulis	Judul	Metode	Hasil Penelitian
		<i>Economy: Peluang dan tantangan di Indonesia</i>	ilmiah tahun 2021-2025	2. Berbagai tantangan masih perlu diatasi seperti rendahnya kualitas produk olahan hasil laut, ketimpangan dalam penerapan prinsip blue economy wilayah pesisir 3. Keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi Big Data untuk pengelolaan sumber daya kelautan 4. Dibutuhkan kolaborasi antara pemerintah, akademisi, sektor swasta, dan masyarakat, serta pemanfaatan teknologi modern
8	Hardiansyah, F et al., (2024)	Pengembangan Sektor Pariwisata Berbasis <i>Blue Economy</i> dalam Meningkatkan Ekonomi Lokal Di Objek Wisata Pantai Watu Lepek Kabupaten Malang	Kualitatif deskriptif dengan data primer dan sekunder	1. Pengembangan sektor pariwisata berbasis <i>blue economy</i> memberikan dampak positif terhadap ekonomi sosial masyarakat 2. Partisipasi masyarakat sekitar dan konsep <i>blue economy</i> menjadi kunci dalam menjaga kelestarian lingkungan 3. Dibutuhkan perbaikan akses jalan agar dapat meningkatkan kunjungan wisatawan 4. Diperlukan adanya program edukasi dan sosialisasi
9	Fakhriana (2025)	<i>Gen-Z's Transforming Role in Realizing a Blue Economy: Synergy of Digital Education, Technological Innovation, and Ocean-Friendly Policies on Kenjeran Beach</i>	Kualitatif termasuk tinjauan pustaka, observasi lapangan, dan wawancara	1. Peran strategis Generasi Z dalam ekonomi biru diidentifikasi melalui lima bentuk kontribusi nyata yaitu edukator digital, aktivis lingkungan, penggerak kampanye digital, inisiator komunitas, dan berpartisipasi dalam forum diskusi 2. Kolaborasi antara Generasi Z, komunitas lokal, dan pemerintah sangat penting untuk mewujudkan ekonomi biru yang berkelanjutan, menunjukkan

No	Penulis	Judul	Metode	Hasil Penelitian
				peran vital kaum muda dalam melestarikan keberlanjutan laut untuk manfaat jangka panjang
				3. Dampak positif yang didapatkan mencakup peningkatan kesadaran lingkungan, pengurangan sampah plastik, terbentuknya komunitas peduli, serta pertimbangan kebijakan ramah lingkungan oleh pemerintah daerah.
10	Purnamasari, D, R, R <i>et al</i> (2025)	<i>Mobile Web</i> sebagai Media Perencanaan Perjalanan Wisata Berbasis Kolaborasi untuk Gen Z	Metode <i>design thinking</i> melalui identifikasi kebutuhan pengguna dengan kuesioner dan wawancara	1. Generasi Z membutuhkan informasi yang interaktif, dapat berkolaborasi, dan dapat membagikan pengalaman melalui media sosial 2. <i>Mobile web</i> ini efektif membantu Gen Z merencanakan wisata bahari secara kolaboratif. Desain mobile web dibangun dengan metode <i>design thinking</i> , tampilan mirip media sosial

Sumber: Penulis, 2025

1.7 Lingkup Penelitian

1.7.1 Lingkup Wilayah

Ruang lingkup wilayah pada penelitian ini mencakup kawasan Kepulauan Spermonde Kota Makassar yang secara administratif termasuk dalam wilayah Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Penelitian ini difokuskan pada strategi pengembangan wisata bahari berbasis preferensi generasi Z melalui penerapan prinsip *blue economy*. Lingkup wilayah ini tidak hanya menggambarkan karakteristik penerapan *blue economy* di lokasi penelitian, tetapi juga terkait dengan dinamika preferensi generasi Z Kota Makassar serta implikasinya terhadap perumusan strategi untuk pengembangan wisata bahari yang berkelanjutan di Kepulauan Spermonde.

1.7.2 Lingkup Materi

Ruang lingkup materi pada penelitian ini mencakup kajian mendalam terhadap karakteristik dan Tingkat penerapan prinsip-prinsip *blue economy* dalam tata Kelola wisata bahari yang ada. Selain itu, Penelitian ini juga mengkaji preferensi generasi Z di Kota Makassar terhadap wisata berkelanjutan sebagai gambaran kebutuhan dan minat wisatawan. Hasil dari kedua analisis tersebut kemudian diintegrasikan untuk merumuskan strategi pengembangan beserta rekomendasi guna mewujudkan wisata bahari yang berkelanjutan.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penyusunan penelitian ini terdiri dalam enam bab diantaranya yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini secara garis besar menguraikan mengenai latar belakang, tinjauan Pustaka, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, lingkup penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode yang menjelaskan terkait langkah-langkah yang digunakan dalam pendekatan masalah, sumber dan jenis data, penentuan narasumber, metode pengolahan dan pengumpulan data serta metode analisis data

BAB III HASIL

Bab ini memuat Gambaran umum mengenai lokasi penelitian yaitu Kawasan di Kepulauan Spermonde khususnya di gugusan pulau-pulau kecil seperti Pulau Lae-Lae, Pulau Samalona, Pulau Barang Lompo, Pulau Barang Caddi, dan Pulau Kodingareng keke. Selain itu, pada bab ini telah terdapat rangkuman data dan hasil analisis yang telah diperoleh.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini merupakan hasil analisis penelitian berdasarkan data yang telah diperoleh yang kemudian diinterpretasikan dengan teori yang relevan mengenai strategi pengembangan wisata bahari dan konsep *blue economy*.

BAB V KEISMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi simpulan dari penelitian yang dilakukan, serta berisi saran-saran yang diberikan berdasarkan hasil dari analisis data dan pembahasan.

BAB II METODE PENELITIAN

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif atau *mixed methods*. Beberapa para ahli berpendapat mengenai penelitian kombinasi atau *mixed-methods*. Menurut Creswell dan Clark (2007), penelitian kombinasi (*mixed methods*) merupakan desain penelitian yang bukan cuma sekadar metode, tapi juga punya dasar filosofis yang jadi pegangan dalam proses pengumpulan dan analisis data. Metode ini memadukan pendekatan kualitatif dan kuantitatif di berbagai tahap penelitian (Samsu, 2021).

Menurut Subagyo (2020) menyimpulkan bahwa penelitian ini merupakan penggabungan dua metode (kualitatif dan kuantitatif) yang diintegrasikan menjadi satu temuan baru, lalu ditarik kesimpulan. Secara metodologis, *mixed-methods* punya aturan tersendiri dalam mengumpulkan dan menganalisis data, termasuk bagaimana memadukan pendekatan kualitatif dan kuantitatif sepanjang penelitian. Jadi, dapat dikatakan metode *mixed-methods* berfokus pada proses pengumpulan, analisis, dan integrasi data kualitatif dan kuantitatif dalam satu kerangka penelitian.

Berdasarkan berbagai definisi yang ada, dapat disimpulkan bahwa penelitian kombinasi (*mixed-methods*) merupakan metode penelitian yang memadukan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dalam satu penelitian ilmiah. Misalnya, peneliti dapat menggunakan wawancara terbuka sekaligus angket atau kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Metode ini bertujuan untuk mengintegrasikan berbagai aspek penelitian kualitatif dan kuantitatif dalam satu kerangka penelitian. Pendekatan tersebut memberikan keuntungan karena mampu memahami fenomena secara lebih menyeluruh, baik melalui analisis data kualitatif maupun kuantitatif, yang dapat dilakukan secara bersamaan maupun berurutan.

2.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kepulauan Spermonde, yang termasuk dalam administratif Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Kawasan ini terdiri dari gugusan pulau-pulau kecil seperti Pulau Lae-lae, Pulau Samalona, Pulau Barrang Lompo, Pulau Barrang Caddi, dan Pulau Kodingareng keke yang memiliki potensi wisata bahari yang cukup besar. Peta Lokasi penelitian dapat dilihat pada gambar (2.1) dimana lokasi penelitian yang di lingkaran berwarna merah. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar (2.1) berikut.

Adapun waktu pelaksanaan penelitian dilaksanakan pada bulan Januari - April 2026 yang mencakup tahapan persiapan penelitian, pengumpulan data di lapangan, pengolahan dan analisis data, serta penyusunan hasil penelitian dan perumusan rekomendasi penelitian.

Gambar 2. 1 Peta Lokasi Penelitian
Sumber: Penulis, 2025

2.3 Jenis dan Data yang dibutuhkan

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan terbagi atas data primer dan data sekunder.

2.3.1 Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diberikan kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini data primer dikumpulkan melalui observasi lapangan dengan cara pengamatan langsung terhadap kondisi eksisting lokasi penelitian, wawancara mendalam dengan masyarakat lokal, pelaku wisata, dan pihak pemerintah daerah, serta penyebaran kuesioner kepada generasi Z di Kota Makassar. Data ini bertujuan untuk menggali persepsi, tingkat partisipasi masyarakat, potensi ekonomi lokal, serta minat generasi Z terhadap aktivitas wisata bahari di Kepulauan Spermonde. Selain itu, peneliti juga melakukan pengamatan langsung untuk mendokumentasikan yakni pengambilan data berupa gambar di lokasi penelitian.

2.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dan berbagai sumber-sumber yang sudah ada sebelumnya untuk berbagai tujuan (Sugiyono, 2017). Data sekunder pada penelitian diperoleh dari berbagai sumber resmi maupun literatur yaitu pengambilan data dari teori-teori, buku-buku, jurnal, dan penelitian terdahulu. Selain itu, peneliti juga memperoleh data dari instansi terkait meliputi data kependudukan, RTRW Kota Makassar, Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPPARDA), Rencana Zonasi Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil (RZWP3K), serta dokumen kebijakan pariwisata dan kelautan. Adapun pengumpulan data dilakukan terkait peta lokasi penelitian, dimana data ini diperoleh melalui *Google Earth*. Data sekunder ini berfungsi melengkapi hasil temuan lapangan sekaligus memberikan dasar perbandingan dalam merumuskan strategi pengembangan wisata bahari.

2.4 Populasi dan Sampel

2.4.1 Populasi

Populasi mencakup keseluruhan objek atau subjek yang menjadi sasaran penelitian, sementara sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan (Sugiono, 2013). Pada penelitian ini, populasi mencakup seluruh pihak yang memiliki keterkaitan langsung maupun tidak langsung dengan kegiatan wisata bahari di Kepulauan Spermonde. Populasi tersebut terdiri atas masyarakat lokal yang bermukim di wilayah pesisir dan pulau-pulau, generasi Z di Kota Makassar yang pernah atau minat melakukan kunjungan ke kawasan kepulauan.

Adapun populasi dalam hal ini masyarakat lokal yaitu nelayan, pelaku usaha wisata, pengelola, serta warga yang berpartisipasi dalam kegiatan wisata

bahari. Sementara itu, generasi Z yang pernah atau memiliki minat berkunjung dari Kota Makassar juga menjadi faktor penting dari populasi, hal ini dikarenakan wisatawan tersebut dapat mewakili sisi permintaan terhadap destinasi wisata bahari di Kepulauan Spermonde. Selain itu, pemerintah daerah dan Lembaga terkait seperti Dinas Pariwisata, Dinas Kelautan dan Perikanan, serta pengelola kawasan juga termasuk dalam hal pemilihan populasi.

Generasi Z di Kota Makassar memiliki total populasi berjumlah $\pm 518.632,000$ jiwa. Total populasi tersebut diperoleh berdasarkan akumulasi jumlah penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin di Kota Makassar tahun 2024. Akumulasi data tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Jumlah Akumulasi Generasi Z di Kota Makassar

Kelompok Umur	Penduduk Laki-Laki	Penduduk Perempuan	Penduduk Laki-Laki dan Perempuan
10-14	68.702,000	64.158,000	132.860,000
15-19	70.264,000	65.539,000	135.803,000
20-24	66.361,000	63.722,000	130.083,000
25-29	60.521,000	59.365,000	119.886,000
Total	265.848,000	252.784,000	518.632,000

Sumber: Badan Pusat Statistik 2024 (diolah)

Berdasarkan tabel 2.1, jumlah total generasi Z mencapai angka $\pm 518.632,000$ jiwa. Meskipun dalam perhitungannya angka ini masih berupa perkiraan karena kelompok usia generasi Z masih bercampur dengan rentang usia 10-14 tahun. Dalam hal ini, jumlah total generasi Z di Kota Makassar kurang dan tidak sama persis mencapai total akumulasi tersebut.

2.4.2 Sampel

Pada penelitian ini, Sampel dalam penelitian ini adalah Generasi Z berusia 13-29 tahun yang berdomisili di Kota Makassar. Kriteria responden dibedakan menjadi beberapa kelompok: (1) pernah berkunjung ke salah satu Pulau di Kepulauan Spermonde, (2) belum pernah berkunjung tetapi memiliki minat untuk berkunjung di Kepulauan Spermonde, (3) Memiliki ketertarikan pada aktivitas wisata bahari. Kriteria ini dipilih karena penelitian berfokus pada preferensi dan harapan generasi Z terhadap penerapan *prinsip blue economy*.

Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan rumus Krejcie & Morgan (1970) dimana penentuan jumlah sampel yang diperlukan dapat dilakukan melalui pendekatan sebagai berikut:

$$n = \frac{x^2 \cdot N \cdot P (1-P)}{d^2 \cdot (N-1) + X^2 P (1-P)}$$

$$n = \frac{3,841 \times 518.632.000 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2 (503.024.000-1) + 3,841 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = 400 \approx$$

Keterangan:

n = ukuran sampel yang diperlukan

X^2 = Nilai chi-square untuk tingkat kesalahan tertentu 3,841 (confidence level 95%)

P = Proporsi populasi (0.5)

d = margin kesalahan 5% (0,05)

N = populasi

Dengan demikian, diperoleh ukuran sampel minimum yang diperlukan dalam penelitian ini sebanyak 400 responden.

2.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kombinasi beberapa teknik untuk memperoleh data primer dan sekunder yang komprehensif. Observasi lapangan dilakukan secara langsung di lima pulau lokasi penelitian, yaitu Pulau Lae-Lae, Pulau Samalona, Pulau Barrang Lompo, Pulau Barrang Caddi, dan Pulau Kodingareng keke. Kegiatan observasi dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis berbagai fenomena yang tampak di lapangan, serta mendokumentasikannya dalam bentuk foto dan catatan lapangan. Pengamatan langsung ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh gambaran nyata mengenai kondisi aktual di lokasi penelitian yang tidak sepenuhnya dapat diperoleh melalui wawancara atau studi dokumen.

Wawancara mendalam dilakukan terhadap informan kunci (*Key Informan*) yang dipilih secara purposif berdasarkan pengetahuan dan keterlibatannya dalam pengelolaan wisata bahari. Informan meliputi masyarakat lokal (nelayan dan pelaku usaha wisata), pengelola wisata, serta perwakilan pemerintah daerah dari Dinas Pariwisata dan Dinas Kelautan dan Perikanan. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan pedoman wawancara yang telah disusun. Dalam penelitian ini, nelayan dipilih sebagai salah satu informan kunci karena mereka paling memahami perubahan ekosistem laut dan paling terdampak oleh kerusakan lingkungan. Selain itu, nelayan di Kepulauan Spermonde juga berperan sebagai pelaku usaha wisata, khususnya penyedia jasa speedboat yang mengantar wisatawan ke pulau-pulau. Penelitian ini tidak berfokus pada

pemahaman teoritis nelayan mengenai konsep *blue economy*, tetapi lebih pada aktivitas dan praktik sehari-hari yang mencerminkan prinsip tersebut terkait konservasi, menjaga kebersihan lingkungan, terlibat dalam kegiatan wisata bahari, dan memanfaatkan energi listrik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh gambaran nyata mengenai tingkat penerapan serta kendala implementasi prinsip *blue economy* di lapangan. Jumlah informan ditentukan berdasarkan prinsip kejenuhan data, sedangkan teknik *snowball sampling* digunakan untuk memperluas jangkauan informan berdasarkan rekomendasi dari informan awal.

Kuesioner disebarakan secara digital melalui Google Form kepada responden generasi Z (kelahiran 1997-2012) yang berdomisili di Kota Makassar, baik yang pernah maupun memiliki minat berkunjung ke Kepulauan Spermonde. Kuesioner menggunakan skala Likert 1-5 untuk mengukur tingkat kepentingan indikator *blue economy* serta minat dan perilaku wisata. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Krejcie dan Morgan dengan populasi sebanyak ± 518.632 jiwa, sehingga diperoleh ukuran sampel sebesar 400 responden.

Studi dokumentasi dan literatur dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber. Data diperoleh dari dokumen kebijakan seperti RTRW Kota Makassar, RZWP3K, dan RIPPARDA, serta data kependudukan dari BPS Kota Makassar. Peta lokasi penelitian diperoleh melalui Google Earth dan instansi terkait. Studi literatur juga dilakukan dengan mengkaji jurnal ilmiah, buku, dan penelitian terdahulu yang relevan untuk memperkuat landasan teori dan sebagai bahan perbandingan.

2.6 Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan beberapa metode yang disesuaikan dengan jenis dan tujuan analisis. Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan sebagai berikut:

2.6.1 Analisis Deskriptif Kualitatif dan Analisis Spasial

Analisis ini digunakan untuk menggambarkan karakteristik penerapan prinsip *blue economy* di setiap pulau berdasarkan empat indikator yaitu pengelolaan lingkungan, pemberdayaan ekonomi lokal, konservasi ekosistem laut, dan *pemanfaatan* energi terbarukan. Data hasil wawancara dan observasi dianalisis secara deskriptif untuk memberikan gambaran komprehensif. Adapun analisis data yang dilakukan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan analisis keruangan (spasial). Analisis keruangan (spasial) dilakukan menggunakan Arcgis dengan tujuan untuk memetakan lokasi yang menerapkan prinsip *blue economy*. Sementara itu, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan gambaran komprehensif mengenai karakteristik penerapan *blue economy* dalam pengelolaan wisata bahari di Kepulauan Spermonde.

Untuk menilai tingkat penerapan, setiap parameter dalam indikator diberikan skor 1-3 dengan kategori rendah menunjukkan bahwa variabel berada pada

kondisi tidak sesuai dengan indikator yang diharapkan. Kategori sedang berarti kondisi cukup memadai namun masih terdapat kekurangan. Kategori tinggi berarti kondisi sangat mendukung atau melampaui indikator yang ditetapkan. Pemberian skor ini mengacu pada skala ordinal tiga jenjang, dimana skala ini menunjukkan adanya tingkatan atau urutan jarak yang pasti antar kategori tersebut yang kemudian disusun berdasarkan pendekatan kategorisasi tingkat penerapan (rendah, sedang tinggi), sehingga memudahkan peneliti dalam membedakan tingkat capaian setiap parameter (Azwar, 2012). Selain itu, penyusunan skala ini juga mengacu pada metode skoring dalam penelitian deskriptif, dimana data kualitatif dari hasil wawancara dan observasi dikonversi menjadi nilai kuantitatif untuk mengurangi bias dalam membedakan skor yang terlalu detail sehingga, memudahkan analisis tingkat penerapan.

Tabel 2. 2 Kategori penilaian

Skor	Kategori
1	Rendah
2	Sedang
3	Tinggi

Setelah itu, dilakukan perhitungan skor rata-rata (*mean*) per variabel. Hasil perhitungan menunjukkan nilai rata-rata (*mean*) untuk setiap indikator yang diklasifikasikan kedalam kategori penilaian (Tabel 2.3) berdasarkan perhitungan kelas interval sebagai berikut:

$$\text{Kelas Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Kelas Interval} = \frac{3-1}{3}$$

$$\text{Kelas Interval} = 0.66$$

Tabel 2. 3 Kategori Penilaian Variabel

Skor	Kategori
1.00-1.66	Rendah
1.67-2.33	Sedang
2.34-3.00	Tinggi

2.6.2 Analisis Statistik Deskriptif

Adapun analisis data dilakukan menggunakan dua pendekatan. Pertama, menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, dimana analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan kecenderungan jawaban secara umum. Analisis ini menghasilkan tabel distribusi frekuensi dan persentase dari setiap pertanyaan yang dimana hal ini menggambarkan karakteristik responden, minat dan perilaku generasi Z secara jelas, serta tingkat kepentingan (*rating*) indikator

blue economy. Analisis data Kedua, menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan instrument penelitian (kuesioner) akurat dalam mengukur variabel dan dapat memberikan hasil yang konsisten.

Analisis penerapan prinsip *blue economy* terhadap tingkat (*rating*) kepentingan indikator *blue economy* dilakukan dengan analisis deskriptif kuantitatif, dimana analisis ini dilakukan dengan teknik *skoring* jawaban kuesioner untuk menganalisis tingkat penilaian generasi Z terhadap penerapan prinsip *blue economy* menggunakan skala likert dengan rentang 1-5. Skor tersebut menggambarkan tingkat penilaian responden terhadap masing-masing variabel yang diteliti (Tabel 2.4)

Tabel 2. 4 Kategori penilaian berdasarkan skala likert

Skor	Kategori
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Sumber: Cahyadinata, *et.al* (2019)

Data hasil pernyataan kuesioner dari seluruh responden dikelompokkan berdasarkan parameter pada setiap variabel. Untuk setiap parameter, peneliti menghitung frekuensi dan persentase responden yang memberikan penilaian skor 1-5. Setelah itu, dilakukan perhitungan skor rata-rata (*mean*) per variabel. Hasil perhitungan menunjukkan nilai rata-rata (*mean*) untuk setiap variabel yang diklasifikasikan kedalam kategori penilaian (Tabel 2.5) berdasarkan perhitungan kelas interval sebagai berikut:

$$\text{Kelas Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Kelas Interval} = \frac{5-1}{5}$$

$$\text{Kelas Interval} = 0.8$$

Tabel 2. 5 Kategori Penilaian Variabel

Skor	Kategori
1.00-1.80	Sangat Tidak Penting
1.81-2.60	Tidak Penting
2.61-3.40	Cukup Penting
3.41-4.20	Penting
4.21-5.00	Sangat Penting

Sumber: Joshi, A *et al.* (2015).

2.6.3 Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, uji validitas dan reliabilitas diterapkan pada dua kelompok pernyataan dalam kuesioner. Kelompok pertama terdiri dari 10 item yang mengukur tingkat kepentingan (*rating*) generasi Z terhadap empat indikator *blue economy*, yaitu pengelolaan lingkungan, pemberdayaan ekonomi lokal, konservasi ekosistem laut, dan pemanfaatan energi terbarukan. Kelompok kedua terdiri dari 3 item yang mengukur minat generasi Z terhadap wisata bahari berkelanjutan, seperti aktivitas snorkeling dengan edukasi konservasi, aksi bersih pantai berbasis apresiasi, serta wisata yang melibatkan pemberdayaan masyarakat lokal.

Untuk memastikan kuesioner yang digunakan valid dan reliabel, dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *Pearson* melalui bantuan *software* SPSS. Dalam uji ini, setiap item pernyataan dikorelasikan dengan skor total dari seluruh item dalam variabel yang sama. Suatu item dinyatakan valid jika memenuhi dua syarat sekaligus: pertama, nilai koefisien korelasi (*r*-hitung) lebih besar dari 0,3, kedua, nilai signifikansi (*p*-value) kurang dari 0,05. Sebaliknya, jika $r\text{-hitung} \leq 0,30$ atau $p\text{-value} \geq 0,05$, maka item tersebut dianggap tidak valid dan tidak akan digunakan dalam analisis selanjutnya.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi internal instrumen. Peneliti menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* dengan bantuan SPSS. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut: nilai $\alpha > 0,90$ berarti reliabilitas sempurna; 0,80-0,90 berarti sangat reliabel; 0,70-0,80 berarti reliabel; 0,60 – 0,70 berarti cukup reliabel; dan jika $\alpha \leq 0,60$ maka instrumen dianggap tidak reliabel.

2.6.4 Importance Performance Analysis

Setelah mengetahui tingkat penerapan prinsip *blue economy* di lapangan (dari observasi dan wawancara) dan tingkat kepentingan menurut preferensi Generasi Z (dari kuesioner), langkah selanjutnya adalah membandingkan keduanya menggunakan analisis IPA (*Importance-Performance Analysis*) yang bertujuan untuk melihat sejauh mana kesenjangan antara kondisi aktual dan harapan wisatawan, sehingga bisa ditentukan prioritas pengembangan wisata bahari di Kepulauan Spermonde.

Untuk mengetahui persentase kesenjangan antara kinerja dan kepentingan dengan membandingkan skor rata-rata kinerja (X) dan skor rata-rata kepentingan (Y) digunakan rumus sebagai berikut:

$$TKi = \frac{\sum Xi}{\sum Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

TKi = Tingkat kesesuaian responden

$\sum Xi$ = Skor penilaian tingkat kinerja (*performance*)

$\sum Yi$ = Skor penilaian tingkat kepentingan (*importance*)

Kriteria:

TKi < 100% artinya kinerja belum sesuai harapan

TKi = 100% artinya kinerja sesuai harapan

TKi > 100% artinya kinerja melebihi harapan

Y (Tingkat Kepentingan)

	I Prioritas Utama	II Pertahankan
$\overline{Yi}$	III Prioritas Rendah	IV Berlebihan
	X (Tingkat Kinerja) $\overline{Xi}$	

Diagram kartesius tersebut yang terdiri dari empat kuadran memiliki ketentuan sebagai berikut:

- Kuadran I (Prioritas Utama): tingkat kepentingan tinggi tetapi kinerja rendah, sehingga perlu ditingkatkan segera
- Kuadran II (Pertahankan): kepentingan dan kinerja sama-sama tinggi, sehingga aspek ini perlu dijaga konsistensinya
- Kuadran III (Prioritas Rendah): kepentingan dan kinerja relatif rendah, sehingga tidak terlalu mendesak untuk ditingkatkan
- Kuadran IV (Berlebihan): kepentingan rendah namun kinerja tinggi, sehingga sumber daya dapat dievaluasi kembali.

2.7 Definisi Operasional

Berikut definisi operasional berdasarkan variabel dan indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Penerapan prinsip *blue economy* adalah tingkat implementasi pengelolaan wisata bahari yang memperhatikan beberapa aspek yaitu keberlanjutan lingkungan, kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal, dan pemanfaatan sumber daya secara efisien di Kepulauan Spermonde Kota Makassar.
2. Pengelolaan lingkungan adalah upaya menjaga kebersihan kawasan wisata bahari, mengurangi sampah, dan mencegah pencemaran laut dalam aktivitas wisata bahari.
3. Pemberdayaan ekonomi lokal adalah keterlibatan masyarakat setempat dalam kegiatan wisata bahari, seperti usaha jasa wisata, kuliner, dan pemandu wisata, yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat.
4. Konservasi ekosistem laut adalah adanya aturan perlindungan lingkungan serta kegiatan pelestarian terumbu karang dan ekosistem laut dalam pengelolaan wisata bahari.
5. Pemanfaatan energi baru terbarukan adalah penggunaan sumber energi ramah lingkungan, seperti panel surya, untuk mendukung kegiatan wisata bahari.
6. Preferensi generasi Z adalah kecenderungan pilihan, minat, dan tingkat kepentingan (*rating*) Generasi Z terhadap aspek wisata bahari yang berbasis prinsip *blue economy* di Kepulauan Spermonde Kota Makassar.
7. Karakteristik responden adalah ciri demografis generasi Z yang meliputi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan status pekerjaan.
8. Minat dan perilaku responden adalah tingkat ketertarikan serta kebiasaan generasi Z dalam memilih dan mengunjungi destinasi wisata bahari.
9. Tingkat kepentingan indikator *blue economy* adalah penilaian generasi Z terhadap pentingnya aspek pengelolaan lingkungan, pemberdayaan ekonomi lokal, konservasi ekosistem laut, dan pemanfaatan energi terbarukan dalam wisata bahari.
10. Strategi pengembangan wisata bahari adalah arah kebijakan dan alternatif tindakan yang dirumuskan berdasarkan penerapan prinsip *blue economy* dan preferensi generasi Z untuk dan keberlanjutan wisata bahari di Kepulauan Spermonde Kota Makassar.

2.8 Variabel Penelitian

Berikut merupakan variabel, indikator, serta kebutuhan data dari setiap rumusan masalah pada penelitian ini.

Tabel 2. 6 Variabel Penelitian

Rumusan Masalah	Tujuan	Variabel	Indikator	Kebutuhan Data	Teknik Pengumpulan Data	Teknik Analisis	Output
Bagaimana karakteristik dan tingkat penerapan <i>blue economy</i> dalam pengelolaan wisata bahari di Kepulauan Spermonde	Menganalisis karakteristik penerapan <i>blue economy</i> di Kepulauan Spermonde	Penerapan Prinsip <i>Blue economy</i>	Pengelolaan lingkungan	Sistem pengelolaan sampah, Ketersediaan tempat sampah terpilah, program pengelolaan sampah	Survei lapangan, wawancara, dokumentasi	-Analisis deskriptif kualitatif -Skoring kuantitatif -Analisis Spasial	-Tabel Perbandingan Penerapan dan Tingkat Prinsip <i>blue economy</i>
			Pemberdayaan ekonomi lokal	Jenis kegiatan dan produk ekonomi lokal, tingkat keterlibatan masyarakat,			-Peta Tingkat Penerapan Prinsip <i>Blue Economy</i>
			Konservasi ekosistem laut	Kegiatan dan upaya konservasi, aturan perlindungan dan keterlibatan masyarakat			
			Inovasi (Pemanfaatan energi baru terbarukan)	Pemnafaatan energi terbarukan, program kegiatan, dan partisipasi masyarakat			

Rumusan Masalah	Tujuan	Variabel	Indikator	Kebutuhan Data	Teknik Pengumpulan Data	Teknik Analisis	Output
Bagaimana preferensi generasi Z terhadap penerapan <i>blue economy</i> di Kepulauan Spermonde?	Menganalisis preferensi generasi Z terhadap penerapan <i>blue economy</i> di Kepulauan Spermonde	Preferensi Generasi Z	Karakteristik Responden	Data demografi (usia, jenis kelamin, status pendidikan/pekerjaan, dan pengalaman berwisata bahari)	Kuesioner (<i>Google Form</i>) dengan skala likert (1-5)	-Statistik Deskriptif (Frekuensi, persentase, Mean) - Validitas -Uji Reliabilitas	-Tabel dan grafik hasil kuesioner -Hasil Uji Validitas -Hasil Uji Reliabilitas
			Minat dan perilaku Generasi Z	Data minat dan pola konsumsi (aktivitas yang diminati, sumber informasi)			
			Tingkat kepentingan (<i>rating</i>) indikator <i>blue economy</i>	Preferensi Generasi Z terhadap prinsip <i>blue economy</i>			
Bagaimana strategi pengembangan wisata bahari berbasis <i>blue economy</i> di Kepulauan Spermonde dengan preferensi Generasi Z?	Merumuskan strategi pengembangan wisata bahari berbasis <i>blue economy</i> dan preferensi generasi Z di Kepulauan Spermonde	Strategi Pengembangan Wisata Bahari	Hasil sintesis tujuan penelitian 1 dan tujuan penelitian 2			<i>Importance Performace Analysis</i>	Rekomendasi berupa strategi -Peta strategi pengembangan wisata bahari

Sumber: Penulis, 2025

2.9 Kerangka Konsep

Isu dan Masalah:

1. Potensi sumber daya alam dan keanekaragaman hayati Kepulauan Spermonde sangat besar, namun belum dimanfaatkan dan dikelola secara optimal untuk mendukung pariwisata berkelanjutan (Retnaningdyah et al., 2019; Asri et al., 2025).
2. Keterbatasan sarana prasarana serta kurangnya inovasi produk wisata bahari menghambat peningkatan daya saing destinasi (Osman et al., 2024; Hustin, 2017).
3. Kualitas sumber daya manusia dan lemahnya koordinasi antarstakeholder menjadi faktor penghambat utama dalam pengembangan pariwisata (Prakasa et al., 2025).
4. Tekanan lingkungan akibat pencemaran, limbah, dan alih fungsi ruang pesisir menyebabkan kerusakan ekosistem laut ($\pm 40\%$ terumbu karang) yang mengancam keberlanjutan wisata bahari (Kordi, 2012).
5. Populasi generasi Z (27,94%) menjadikan generasi pasar yang potensial (Bayu & Yudhistira et al., 2021) sebagai kelompok yang sangat berpengaruh dalam industri pariwisata, yang mengutamakan destinasi wisata yang peduli terhadap isu lingkungan serta keberlanjutan (Putri & Yanzi, 2020)

