

OBSERVATION RESEARCH IPA ANALISIS ODTW MUSEUM BAHARI JAKARTA UTARA

Salman Alfarizi Armando¹, Assyifa Zahira², Steven Imanuel pangabahan siahaan³, Zahra Andika Putri⁴,
Rival Darmawan⁵, Ilham dani Syaputra⁶, Vilenza Irawan Setradihardja⁷, Alfina Nurjayanti Putri⁸,
Aurellia Kanita Agustin⁹, Laura Domingas Jovi De Jesus Pereira¹⁰, Manuela Kimberly Beuty Lady
Sompie¹¹, Caecillia Juvita Puspitasari¹², Fina Fadilah¹³, Vinaya Zaslia Haq¹⁴, Adelia Sesra¹⁵

Email : salmanaa1304@gmail.com¹, assyifazahira2005@gmail.com², steven.2436140029@gmail.com³,
raaput989@gmail.com⁴, rivaldarmawan28@gmail.com⁵, svaputrai952@gmail.com⁶,
vilenzairawann@gmail.com⁷, alfinanur221@gmail.com⁸, aurellvakntaz@gmail.com⁹,
laurajovi27@gmail.com¹⁰, manuela2436110001@gmail.com¹¹, caecilliaj@gmail.com¹²,
finafadilah46@gmail.com¹³, vinaya.2436140022@gmail.com¹⁴, adeliasesra27@gmail.com¹⁵

Prodi Bisnis Digital^{1,3,4,5,7,8,9,13,14,15,}

Ilmu Administrasi Bisnis^{2,6,10,11,12}

Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15}

Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta^{1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15}

Abstrak

Museum Bahari Jakarta Utara merupakan salah satu destinasi wisata edukasi dan sejarah yang memiliki potensi sebagai objek daya tarik wisata (ODTW). Untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan daya tarik wisata, diperlukan evaluasi terhadap tingkat kenyataan dan harapan berbagai faktor ODTW berdasarkan persepsi pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor objek daya tarik wisata Museum Bahari Jakarta Utara menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 72 responden yang pernah mengunjungi Museum Bahari Jakarta Utara. Pengumpulan data dilakukan pada 17–20 Juni 2026. Analisis dilakukan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) terhadap lima faktor objek daya tarik wisata, yaitu What to See, What to Do, What to Buy, What to Arrived, dan Where to Stay. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat faktor yang berada pada Kuadran I maupun Kuadran IV. Sebanyak empat faktor, yaitu What to See, What to Do, What to Buy, dan Where to Stay, berada pada Kuadran II, yang menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang tinggi sehingga perlu dipertahankan. Sementara itu, faktor What to Arrived berada pada Kuadran III, yang menunjukkan bahwa aspek aksesibilitas belum menjadi prioritas utama pengunjung meskipun masih memerlukan peningkatan secara bertahap. Selain itu, karakteristik responden didominasi oleh pengunjung yang berdomisili di DKI Jakarta (70,8%), berusia 21–25 tahun (37,5%), dan bekerja sebagai karyawan swasta (47,2%). Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola Museum Bahari Jakarta Utara dalam mempertahankan kualitas objek daya tarik wisata serta merencanakan pengembangan destinasi wisata di masa mendatang.

Kata Kunci: Importance Performance Analysis, objek daya tarik wisata, Museum Bahari Jakarta Utara, kepuasan pengunjung, studi kelayakan.

Abstract

Museum Bahari, North Jakarta, is one of the educational and historical tourist destinations with considerable potential as a tourist attraction. To improve the quality of services and tourism attractiveness, it is necessary to evaluate the perceived performance and importance of various tourist attraction factors based on visitors' perceptions. This study aims to analyze the tourist attraction factors of Museum Bahari, North Jakarta, using the Importance Performance Analysis (IPA) method. This study employed a quantitative approach using a survey method by distributing questionnaires to 72 respondents who had visited Museum Bahari, North Jakarta. Data were collected from June 17 to June 20, 2026. The analysis was conducted using the Importance Performance Analysis (IPA) method on five tourist attraction factors, namely What to See, What to Do, What to Buy, What to Arrive, and Where to Stay. The results indicate that no factors were classified into Quadrant I or Quadrant IV. Four factors, namely What to See, What to Do, What to Buy, and Where to Stay, were classified into Quadrant II, indicating that these factors have high importance and high performance and therefore should be maintained. Meanwhile, the What to Arrive factor was classified into Quadrant III, indicating that accessibility has not yet become a primary concern for visitors, although it still requires gradual improvement. In addition, the respondents were predominantly residents of DKI Jakarta (70.8%), aged 21–25 years (37.5%), and employed in the private sector (47.2%). The findings of this study are expected to provide useful insights for the management of Museum Bahari, North Jakarta, in maintaining the quality of its tourist attractions and planning future tourism development.

Keywords: Importance Performance Analysis, tourist attraction, Museum Bahari North Jakarta, visitor satisfaction, feasibility study.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan data kemlu <https://kemlu.go.id/frankfurt/kebijakan/sekilas-tentang-indonesia>, Indonesia adalah salah satu negara di Asia Tenggara yang memiliki lebih dari 7.000 pulau berpenghuni, dan bila ditambah dengan pulau yang tak berpenghuni, angka tersebut akan naik menjadi 17.000 pulau. Dengan fakta ini, (Portal Kemlu, 2026) menyebut bahwa Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia.

Luas wilayah Indonesia dengan beragam pulau dan kebudayaan menciptakan peluang ekonomi dari sektor pariwisata. Sektor pariwisata adalah sektor yang sangat penting untuk mendukung perekonomian Indonesia. Bagi negara berkembang, sektor pariwisata menjadi salah satu sumber devisa dan penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) yang sangat penting (Firmansyah et al., 2026). Selain itu, pariwisata juga mempengaruhi berbagai aspek ekonomi lainnya, seperti bidang infrastruktur yang mendapat stimulus investasi, sektor lain seperti transportasi, perhotelan, industri kerajinan, hingga industri rumah makan yang ikut berkembang melalui *direct*, *indirect*, dan *induced effect*, hingga meningkatkan kesempatan kerja masyarakat (Yakup & Haryanto, 2019).

Berdasarkan data World Travel and Tourism Council (WTTC) (2024) pada tahun 2023, sektor pariwisata Indonesia berkontribusi terhadap PDB hampir sebesar Rp1.008 triliun, yaitu sebesar 4.8% dari total PDB, membuat sektor tersebut tumbuh 29,5% dari tahun sebelumnya (World Travel & Tourism Council (WTTC), 2024). Dari segi tenaga kerja, sektor pariwisata telah menyumbang sebanyak 2,9% dari total tenaga kerja, yaitu sebanyak 3.326.000 tenaga kerja pada tahun 2014. Pada tahun 2015, angka tenaga kerja hasil kontribusi sektor pariwisata naik sebesar 2,3%. Dan pada tahun 2025, angka tersebut kian meningkat hingga menyentuh jumlah sebesar 3.905.000, yaitu 2,9% dari total tenaga kerja, angka ini naik sebesar 1,4% dari tahun 2015 (Yakup & Haryanto, 2019).

Berdasarkan BPS (2026), jumlah kunjungan wisata Indonesia meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2023, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia sebanyak 419.493. Angka ini meningkat menjadi 566.888 pada tahun 2024 dan terus meningkat menjadi 632.016 pada 2025. Dan bila melihat data

kunjungan mancanegara ke Indonesia per April 2026, banyaknya kunjungan sebesar 243,197. Angka ini lebih tinggi dibanding kunjungan per April 2023, yaitu hanya sekitar 134,219. Begitu juga dengan kunjungan per April 2024, yaitu sekitar 200.510 dan bahkan sempat menurun menjadi 169.413 per April 2025 (Badan Pusat Statistik, 2026).



Grafik 1 Perkembangan Kunjungan Wisatawan Mancanegara (ribu kunjungan) per September 2025.
Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2025)

Berdasarkan Grafik 1, dapat diketahui bahwa perkembangan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada September 2025 mencapai 1.394,91 wisatawan. Kenaikan jumlah wisatawan dari September 2024 sampai dengan September 2025 (1 tahun) mengalami peningkatan 9.04%.

Dengan wilayah negara yang begitu luas, Indonesia memiliki banyak kota-kota besar yang dapat menjadi objek wisata. Salah satu kota yang menarik banyak wisatawan adalah Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Walaupun DKI Jakarta adalah kota administrasi, namun daerah ini tetap memiliki banyak objek wisata yang menarik perhatian banyak wisatawan.

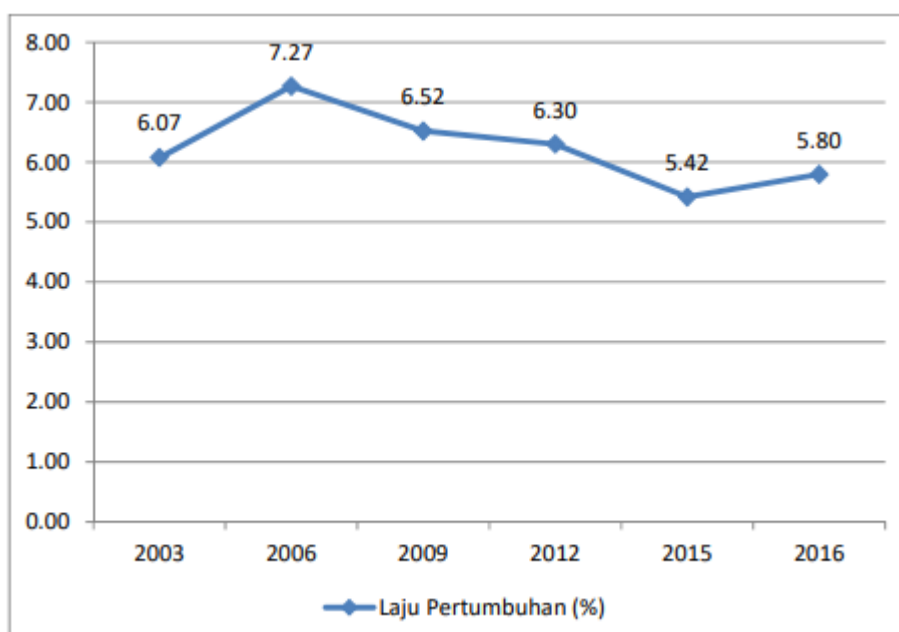
Provinsi DKI Jakarta sendiri terbagi menjadi enam wilayah administratif, terdiri dari lima Kota Administrasi dan satu Kabupaten Administrasi, antara lain: Jakarta Selatan, Jakarta Timur, Jakarta Pusat, Jakarta Barat, Jakarta Utara, Kepulauan Seribu. Di sebelah selatan dan timur, kota Jakarta berbatasan dengan kota Depok, Kabupaten Bogor, Kota Bekasi dan Kabupaten Bekasi, dan di sebelah barat berbatasan dengan kota Tangerang dan Kabupaten Tangerang, dan berbatasan dengan Laut Jawa di sebelah utara (Hakim, 2017).



Gambar 1 Peta Jakarta.

Sumber: (Hakim, 2017)

Sektor pariwisata merupakan salah satu aspek penting dalam mengembangkan perekonomian suatu daerah. Kedatangan wisatawan ke daerah Provinsi DKI Jakarta akan memberikan kesempatan kerja dan pemerataan pendapatan bagi penduduknya. Sektor pariwisata menyumbang kontribusi yang cukup stabil terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) DKI Jakarta. Secara rata – rata, sektor pariwisata telah berkontribusi sebesar 4,96 persen (2016) terhadap perekonomian DKI Jakarta. Sementara itu, laju pertumbuhan sektor pariwisata DKI Jakarta juga stabil dan relatif konsisten (Hakim, 2017).



Grafik 2: Laju Pertumbuhan Sektor Pariwisata 2003 sd 2016.

Sumber: (Hakim, 2017)

Berdasarkan BPS (2025 - 2026), pada triwulan II 2025 jumlah perjalanan wisatawan nusantara tujuan DKI Jakarta mencapai angka 24.756,76 ribu perjalanan, angka ini meningkat sebanyak 23,04 persen dibanding periode yang sama pada tahun lalu. Pada Februari 2026, angka ini naik 2,26 persen menjadi 8,12 juta perjalanan. Selain daripada itu, tingkat penghunian kamar hotel berbintang di Jakarta naik 0,81 persen, yaitu 52,35 persen pada Juni 2025. Dan turun 7,35 persen menjadi 51,72 persen pada Februari 2026. Penurunan ini juga berlaku pada tingkat penghunian kamar hotel nonbintang di Jakarta, yang turun hingga 2,77 persen, menjadi 40,87 persen pada Juni 2025, dan menurun lagi sebesar 8,50 persen pada Februari 2026 dengan total 36,01 persen (Badan Pusat Statistik, 2025) dan (Badan Pusat Statistik, 2026).

Terdapat banyak objek wisata di DKI Jakarta yang menjadi daya tarik bagi para wisatawan lokal maupun internasional. Dari taman, monumen, kebun binatang, hingga museum. Berbagai objek wisata tersebut memiliki kontribusinya masing – masing terhadap pertumbuhan ekonomi Jakarta. Beberapa objek wisata di Jakarta dengan kunjungan wisnus terbanyak antara lain:

Objek Wisata	Jumlah Kunjungan
Taman Impian Jaya Ancol	8.281.204
Monumen Nasional	4.838.750
Ragunan	4.284.552
Taman Mini Indonesia Indah	3.020.369
Kawasan Kota Tua	2.506.946
Museum Nasional	627.980
Old Shanghai	537.469
Museum Wayang	534.607
Pos Bloc	429.352
Tebet Eco Park	390.329

Gambar 2: 10 Objek Wisata di Jakarta dengan Kunjungan Wisnus Terbanyak. (Januari – November 2025)
Sumber: (GoodStats, 2026)

Taman Impian Jaya Ancol menduduki urutan pertama dengan lebih dari 8 juta jumlah kunjungan wisnus sepanjang 2025, menempatkannya sebagai objek

wisata dengan jumlah kunjungan wisnus terbanyak. Disusul dengan Monumen Nasional dan Ragunan yang sama-sama mencatat lebih dari 4 juta jumlah kunjungan (GoodStats, 2026). Hal ini menunjukkan bahwa DKI Jakarta memiliki berbagai objek wisata dengan variasi yang beragam. Keberagaman ini tecermin dari sepuluh objek wisata dengan kunjungan wisnus terbanyak, beberapa diantaranya merupakan objek wisata yang cukup berbeda, seperti kebun binatang, pantai, monumen, hingga museum.

Salah satu kategori objek wisata yang memiliki peran penting dalam pelestarian budaya adalah Objek dan Daya Tarik Wisata (ODTW). ODTW sejarah merupakan destinasi wisata yang menawarkan nilai historis, budaya, dan edukasi melalui bangunan cagar budaya, museum, situs bersejarah, maupun kawasan peninggalan masa lampau. Dilihat dari dimensinya, Mill menyebutkan ada 4 dimensi utama pariwisata : atraksi, fasilitas, transportasi, dan keramahtamahan. (Profil Obyek Dan Tujuan Wisata (ODTW), 2014). Keberadaan ODTW sejarah tidak hanya menjadi sarana rekreasi, tetapi juga berfungsi sebagai media pendidikan, pelestarian budaya, serta penguatan identitas bangsa. Oleh karena itu, pengembangan ODTW sejarah menjadi salah satu perhatian pemerintah dalam meningkatkan kualitas pariwisata yang berkelanjutan.

Keberhasilan pembangunan Pariwisata ditandai dengan meningkatnya arus kunjungan Wisatawan Nusantara (Wisnus) dan wisatawan Mancanegara (Wisman) akan memberikan manfaat kesejahteraan bagi masyarakat luas, bagi usaha Pariwisata dan usaha terkait serta Pemerintah selaku Pembina Pariwisata di daerah. (Maulida et al., 2018).

Untuk melihat posisi sektor pariwisata DKI Jakarta secara nasional, diperlukan gambaran mengenai kinerja objek daya tarik wisata komersial di berbagai provinsi di Indonesia. Salah satu indikator yang dapat digunakan adalah besarnya penjualan tiket, total pendapatan, dan jumlah pengunjung objek daya tarik wisata komersial. Data tersebut menunjukkan tingkat aktivitas dan kontribusi ekonomi sektor pariwisata di masing-masing provinsi. Adapun perbandingan kinerja objek daya tarik wisata komersial menurut provinsi pada tahun 2024 disajikan pada Gambar 3 berikut.

Provinsi Province	Penjualan Tiket (juta rupiah) Ticket sales (million rupiah)	Total Pendapatan (juta rupiah) Total Revenue (million rupiah)	Jumlah Pengunjung Number of Visitors
(1)	(2)	(3)	(4)
1. Jawa Tengah	2.547.091,71	2.773.511,42	73.426.352
2. Bali	2.210.934,21	2.561.972,91	70.535.789
3. DKI Jakarta	1.970.518,11	2.093.318,64	46.794.549
4. Jawa Timur	838.625,11	1.063.208,86	55.995.143
5. Jawa Barat	777.341,94	1.035.228,83	26.240.576
6. DI Yogyakarta	622.096,20	760.688,09	20.566.289
7. Banten	163.842,06	188.846,27	5.176.006
8. Sumatera Utara	108.637,81	148.380,25	6.600.340
9. R i a u	44.714,18	119.878,26	2.988.286
10 Sulawesi Selatan	67.501,41	96.706,69	4.517.360

Gambar 3 : Sepuluh Provinsi dengan Jumlah Pendapatan Objek Daya Tarik Wisata Komersial Terbesar, (juta Rupiah) 2024
Sumber: (Statistik-Objek-Daya-Tarik-Wisata-2024, 2024)

Jawa Tengah menjadi provinsi yang memiliki total pendapatan tertinggi dari objek daya tarik wisata komersial. Tidak mengherankan karena dari sisi jumlah pengunjung Jawa Tengah menempati posisi pertama terbanyak di Indonesia. Di sisi lain, meskipun Jawa Timur dalam jumlah pengunjung lebih besar dari pada DKI Jakarta, tetapi belum dapat mengangkat total pendapatannya melebihi DKI Jakarta. Besarnya jumlah kunjungan wisatawan tersebut tidak terlepas dari keberagaman objek daya tarik wisata yang dimiliki DKI Jakarta, mulai dari wisata rekreasi, budaya, sejarah, hingga edukasi. Salah satu kategori yang memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan adalah Objek Daya Tarik Wisata (ODTW) sejarah, mengingat Jakarta memiliki berbagai museum dan bangunan cagar budaya yang menjadi bagian dari identitas sejarah bangsa. Salah satu Objek Daya Tarik Wisata (ODTW) Sejarah yang ada di DKI Jakarta adalah Museum Bahari yang terletak di bekas gudang VOC yang berada di kawasan Pelabuhan Sunda Kelapa, Jakarta Utara. Museum Bahari adalah museum yang menampilkan sejarah dan perkembangan kemaritiman Indonesia (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2025). Di dalamnya, terdapat berbagai koleksi sejarah, seperti perahu

tradisional Nusantara, miniature kapal, alat navigasi pelayaran, dan artefak maritim yang menjadi daya tarik dalam destinasi wisata sejarah dan edukasi.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan memiliki nilai keanekaragaman kekayaan alam, budaya, serta hasil buatan manusia yang menjadi sasaran kunjungan wisatawan (Republik Indonesia, 2009). Museum Bahari sudah memenuhi unsur tersebut karena memiliki semua aspek yang sesuai dengan Undang-undang tersebut. Aspek yang dimiliki oleh Museum Bahari tersebut dapat diamati melalui komponen wisata seperti *What to See* berupa bangunan cagar budaya dan kolek kemaritima, selain itu, terdapat *What to Do* berupa kegiatan edukasi dan observasi sejarah, yang didukung oleh aksesibilitas dan fasilitas yang menunjang kegiatan wisata.

Meskipun Museum Bahari memiliki potensi sebagai ODTW sejarah yang cukup besar, kualitas dan pelayanan Museum Bahari perlu dievaluasi untuk mengetahui apakah aspek yang tersedia sudah sesuai dengan harapan pengunjung. Oleh karena itu, penelitian ini menganalisis aspek tersebut, menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi pengelola dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan pengembangan Museum Bahari sebagai destinasi wisata dan edukasi sejarah di DKI Jakarta.

1.2 Permasalahan

1. Bagaimanakah kenyataan dan harapan pengunjung tentang ODTW di Museum Bahari menggunakan analisa IPA (Importance Performance Analysis)?

1.3 Tujuan

1. Mengetahui perbandingan kenyataan dan harapan pengunjung tentang ODTW di Museum Bahari menggunakan analisa IPA.
2. Sebagai bahan kajian bagi peneliti/observer research lain berkaitan dengan observation research menggunakan analisa IPA di Museum Bahari.
3. Untuk menambah pengalaman dan pengetahuan observer research tentang Museum Bahari.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pariwisata

Pariwisata merupakan aktivitas dan proses seseorang meluangkan waktu di luar tempat tinggalnya untuk melakukan perjalanan (travel), rekreasi, relaksasi, serta memperoleh kesenangan dengan memanfaatkan berbagai layanan komersial. Pengertian tersebut menunjukkan bahwa pariwisata tidak hanya berkaitan dengan kegiatan bepergian, tetapi juga melibatkan berbagai layanan yang mendukung kebutuhan wisatawan selama melakukan perjalanan (Eddyono, 2021).

Sejalan dengan pendapat tersebut, Putu Eka Wirawan menyatakan bahwa pariwisata merupakan perjalanan wisata yang dilakukan secara berulang atau berkeliling, baik yang direncanakan maupun tidak direncanakan, sehingga mampu memberikan pengalaman yang menyeluruh bagi pelakunya (Wirawan & Semara, 2021). Sementara itu, I Gusti Bagus Rai Utama berpendapat bahwa setiap wilayah memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi destinasi pariwisata. Pengembangan tersebut memerlukan dukungan sumber daya, fasilitas, dan pengelolaan yang baik agar mampu memberikan manfaat bagi pembangunan ekonomi daerah maupun nasional (Utama, 2014).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Selain itu, penyelenggaraan kepariwisataan bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mengurangi kemiskinan dan pengangguran, melestarikan alam dan budaya, memperkuat jati diri bangsa, serta mempererat persahabatan antarbangsa (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, 2009).

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan kegiatan perjalanan yang bertujuan memberikan pengalaman kepada wisatawan dengan didukung oleh daya tarik, fasilitas, dan pelayanan yang memadai. Oleh karena itu, pengelolaan pariwisata perlu dilakukan secara optimal agar mampu memberikan manfaat bagi wisatawan, masyarakat, serta pembangunan daerah.

2.2 Jenis-Jenis Pariwisata

Pariwisata merupakan sektor yang memiliki karakteristik beragam karena setiap destinasi menawarkan daya tarik dan pengalaman yang berbeda bagi wisatawan. Perbedaan tersebut menyebabkan pariwisata dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan tujuan perjalanan, objek yang dikunjungi, maupun aktivitas yang dilakukan wisatawan. Pengelompokan jenis-jenis pariwisata penting dilakukan untuk memudahkan pengelolaan destinasi, penyusunan strategi pemasaran, serta pengembangan produk wisata yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan (Yoeti, 2008).

Menurut Spillane James (1994), jenis-jenis pariwisata dapat dibedakan berdasarkan motivasi utama wisatawan dalam melakukan perjalanan. Setiap jenis pariwisata memiliki karakteristik, potensi, serta segmen pasar yang berbeda sehingga memerlukan pengelolaan yang tepat agar mampu memberikan manfaat bagi wisatawan maupun masyarakat sekitar (Spillane, 1994).

2.2.1 Pariwisata Alam

Pariwisata alam merupakan kegiatan wisata yang memanfaatkan keindahan dan keunikan lingkungan alam sebagai daya tarik utama. Objek wisata alam meliputi pegunungan, pantai, hutan, air terjun, danau, hingga kawasan konservasi. Jenis wisata ini bertujuan memberikan pengalaman rekreasi sekaligus meningkatkan kesadaran wisatawan terhadap pentingnya menjaga kelestarian lingkungan (Pitana & Diarta, 2009).

2.2.2 Pariwisata Budaya

Pariwisata budaya adalah kegiatan wisata yang berorientasi pada nilai-nilai budaya, adat istiadat, kesenian, tradisi, serta peninggalan sejarah suatu daerah. Wisatawan tidak hanya menikmati objek wisata, tetapi juga memperoleh pengetahuan mengenai identitas dan budaya masyarakat setempat. Pengembangan wisata budaya berperan penting dalam melestarikan warisan budaya sekaligus meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap kekayaan budaya Indonesia (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2021).

2.2.3 Pariwisata Sejarah

Pariwisata sejarah merupakan perjalanan wisata yang bertujuan mengunjungi situs-situs bersejarah, bangunan cagar budaya, museum, benteng,

maupun kawasan yang memiliki nilai historis. Wisata sejarah memberikan pengalaman edukatif karena wisatawan dapat mempelajari perjalanan sejarah suatu bangsa melalui berbagai koleksi maupun peninggalan sejarah yang masih terjaga. Museum menjadi salah satu destinasi utama dalam kategori wisata sejarah karena memiliki fungsi sebagai sarana edukasi, pelestarian budaya, serta penyimpanan benda-benda bersejarah (Spillane, 1994).

2.2.4 Pariwisata Pendidikan

Pariwisata pendidikan merupakan kegiatan perjalanan yang bertujuan memperoleh pengalaman belajar di luar lingkungan formal. Destinasi yang termasuk dalam kategori ini antara lain museum, pusat penelitian, taman edukasi, observatorium, hingga kawasan konservasi. Wisata pendidikan mampu meningkatkan wawasan, keterampilan, serta pengetahuan wisatawan melalui proses pembelajaran yang dikemas secara menarik dan interaktif (Pitana & Diarta, 2009).

2.2.5 Pariwisata Pendidikan

Pariwisata bahari adalah jenis pariwisata yang memanfaatkan potensi wilayah perairan, baik laut, pantai, sungai, maupun danau sebagai daya tarik wisata. Aktivitas yang dilakukan dapat berupa wisata pantai, pelayaran, olahraga air, menyelam, maupun wisata yang berkaitan dengan sejarah dan budaya maritim. Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki potensi wisata bahari yang sangat besar sehingga menjadi salah satu sektor unggulan dalam pengembangan pariwisata nasional (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2021)

2.2.6 Pariwisata Buatan

Pariwisata buatan merupakan jenis wisata yang memanfaatkan hasil karya manusia sebagai daya tarik utama, seperti taman hiburan, taman rekreasi, kawasan tematik, pusat perbelanjaan, dan berbagai fasilitas rekreasi modern. Pengembangan wisata buatan bertujuan memenuhi kebutuhan hiburan masyarakat serta meningkatkan daya saing destinasi wisata melalui inovasi produk wisata (Yoeti, 2008).

2.3 Museum Bahari sebagai Destinasi Wisata Sejarah dan Edukasi

Museum Bahari merupakan salah satu museum tematik yang berlokasi di kawasan Pelabuhan Sunda Kelapa, Penjaringan, Jakarta Utara. Museum ini menempati bangunan bekas gudang penyimpanan rempah-rempah milik Vereenigde Oostindische Compagnie (VOC) yang dibangun pada abad ke-17 dan kini telah ditetapkan sebagai bangunan cagar budaya. Sejak diresmikan sebagai Museum Bahari pada tahun 1977, museum ini berfungsi sebagai sarana pelestarian sejarah maritim Indonesia sekaligus menjadi destinasi wisata yang menawarkan nilai edukasi, sejarah, dan budaya (Handayani & Harie, 2021). Menurut Nugraha dan Rosa (2022), pengelolaan Museum Bahari tidak hanya berorientasi pada pelestarian koleksi bersejarah, tetapi juga diarahkan untuk meningkatkan kualitas daya tarik wisata melalui penyediaan fasilitas, pelayanan, dan pengalaman belajar yang mampu memberikan kepuasan kepada pengunjung. Hal tersebut menunjukkan bahwa museum memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan pariwisata berbasis edukasi dan pelestarian budaya (Nugraha & Rosa, 2022).

Berdasarkan klasifikasi jenis pariwisata, Museum Bahari termasuk dalam kategori pariwisata sejarah, pariwisata pendidikan, dan pariwisata budaya. Sebagai wisata sejarah, Museum Bahari menyajikan berbagai koleksi yang berkaitan dengan perkembangan kemaritiman Indonesia, seperti miniatur kapal tradisional Nusantara, alat navigasi, peta pelayaran, koleksi biota laut, hingga berbagai artefak yang menggambarkan aktivitas perdagangan laut pada masa lampau. Sementara itu, sebagai wisata pendidikan, museum berfungsi sebagai media pembelajaran yang memungkinkan pengunjung memperoleh pengetahuan mengenai sejarah pelayaran dan budaya maritim Indonesia secara langsung. Handayani dan Harie (2021) menyatakan bahwa Museum Bahari memiliki potensi besar sebagai media pembelajaran sejarah karena mampu memberikan pengalaman belajar yang lebih kontekstual melalui koleksi dan informasi yang disajikan kepada pengunjung (Handayani & Harie, 2021).

Selain memberikan manfaat edukatif, Museum Bahari juga berkontribusi dalam upaya pelestarian budaya maritim Indonesia. Keberadaan bangunan bersejarah beserta koleksi yang dimiliki menjadikan museum sebagai salah satu sarana untuk memperkenalkan identitas Indonesia sebagai negara maritim kepada

masyarakat luas. Ibrahim dan Iriani (2024) menjelaskan bahwa pemanfaatan Museum Bahari sebagai sumber belajar sejarah mampu meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap sejarah lokal sekaligus menumbuhkan kesadaran akan pentingnya menjaga dan melestarikan warisan budaya bangsa (Novitasari et al., 2024).

2.4 UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata merupakan landasan hukum dalam penyelenggaraan kegiatan kepariwisataan di Indonesia. Undang-undang ini mengatur berbagai aspek kepariwisataan, mulai dari pengertian wisata dan pariwisata, penyelenggaraan destinasi wisata, hak dan kewajiban wisatawan, pelaku usaha pariwisata, hingga peran pemerintah dalam mengembangkan sektor pariwisata secara berkelanjutan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, 2009).

Berdasarkan Pasal 1 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, serta hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Dengan demikian, daya tarik wisata menjadi unsur utama dalam pengembangan destinasi karena mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan memberikan manfaat ekonomi maupun sosial bagi masyarakat sekitar.

Selain itu, Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 juga menegaskan bahwa pembangunan kepariwisataan bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat, mengurangi kemiskinan, melestarikan alam dan budaya, serta memperkenalkan identitas bangsa kepada dunia internasional (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, 2009). Oleh karena itu, pengembangan objek daya tarik wisata perlu dilakukan secara terencana dengan tetap memperhatikan aspek keberlanjutan, kelestarian lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat lokal.

Dalam implementasinya, pengembangan Objek Daya Tarik Wisata (ODTW) harus didukung oleh berbagai komponen, seperti daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas pendukung, serta keterlibatan masyarakat dan pemerintah.

Pengelolaan yang baik terhadap komponen-komponen tersebut diharapkan mampu meningkatkan kualitas destinasi wisata dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi wisatawan.

2.5 ODTW Pariwisata

Objek Daya Tarik Wisata (ODTW) merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, serta nilai yang bersumber dari kekayaan alam, budaya, maupun hasil karya manusia sehingga mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi. Daya tarik wisata menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih dan mengunjungi suatu objek wisata (Utama, 2015).

Dalam pengembangannya, suatu destinasi wisata perlu memiliki beberapa unsur yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan selama berkunjung. Unsur-unsur tersebut meliputi What to See, What to Do, What to Buy, What to Arrived, dan What to Stay (Kusumawati et al., 2023)

2.4.1 What to See

What to See merupakan segala sesuatu yang dapat dilihat oleh wisatawan dan menjadi daya tarik utama suatu destinasi, seperti keindahan alam, bangunan bersejarah, koleksi museum, atraksi budaya, maupun pertunjukan yang memberikan pengalaman menarik bagi pengunjung.

2.4.2 What to Do

What to Do merupakan berbagai aktivitas yang dapat dilakukan wisatawan selama berada di destinasi wisata. Aktivitas tersebut bertujuan memberikan pengalaman yang berkesan sehingga wisatawan merasa nyaman dan memiliki alasan untuk menghabiskan waktu lebih lama di lokasi wisata.

2.4.3 What to Buy

What to Buy merupakan ketersediaan produk yang dapat dibeli oleh wisatawan, seperti souvenir, kerajinan tangan, makanan khas, maupun produk lokal yang dapat dijadikan oleh-oleh setelah berkunjung.

2.4.4 What to Arrived

What to Arrived berkaitan dengan kemudahan wisatawan dalam mencapai lokasi wisata. Aspek ini meliputi kondisi jalan, ketersediaan transportasi, petunjuk

arah, serta aksesibilitas menuju destinasi sehingga memudahkan wisatawan untuk berkunjung.

2.4.5 What to Stay

What to Stay merupakan ketersediaan fasilitas akomodasi yang dapat digunakan wisatawan selama berada di destinasi wisata, seperti hotel, penginapan, homestay, maupun bentuk akomodasi lainnya yang mendukung kenyamanan wisatawan (Utama, 2014).

3. METODE PENELITIAN OBSERVASI

3.1 Jenis Penelitian dalam Studi Kelayakan

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk mengungkap atau menjelaskan suatu gejala secara menyeluruh melalui pengumpulan data dari kondisi yang sebenarnya dengan memahami secara jelas melalui pengumpulan data yang dapat diolah dalam bentuk angka. (Priadana & Sunarsi, 2021).

Menurut Hasanah, (2016) Observasi dalam penelitian kuantitatif berbeda dengan observasi pada penelitian kualitatif. Pada penelitian kuantitatif, observasi dilakukan secara terstruktur dan mengikuti prosedur yang telah ditetapkan sehingga data yang diperoleh dapat diukur dan dianalisis untuk menjawab tujuan penelitian. Sementara itu, observasi dalam penelitian kualitatif dilakukan secara lebih alami dengan mengikuti kondisi yang ada di lapangan tanpa menggunakan indikator yang sudah ditentukan sebelumnya (Hasanah, 2016). Oleh karena itu, karena penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, teknik observasi yang digunakan adalah observasi kuantitatif yang dilakukan secara sistematis berdasarkan indikator yang telah disusun dalam instrumen penelitian.

Menurut Ardiansyah et al., (2023) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif dalam pengumpulan data dapat dilakukan melalui kuesioner dan observasi struktur. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan yang telah disusun secara sistematis kepada responden. Responden kemudian memberikan jawaban sesuai pilihan yang tersedia atau mengisi jawaban berdasarkan petunjuk yang diberikan. Sementara itu, observasi terstruktur dilakukan dengan mengamati objek penelitian secara sistematis berdasarkan

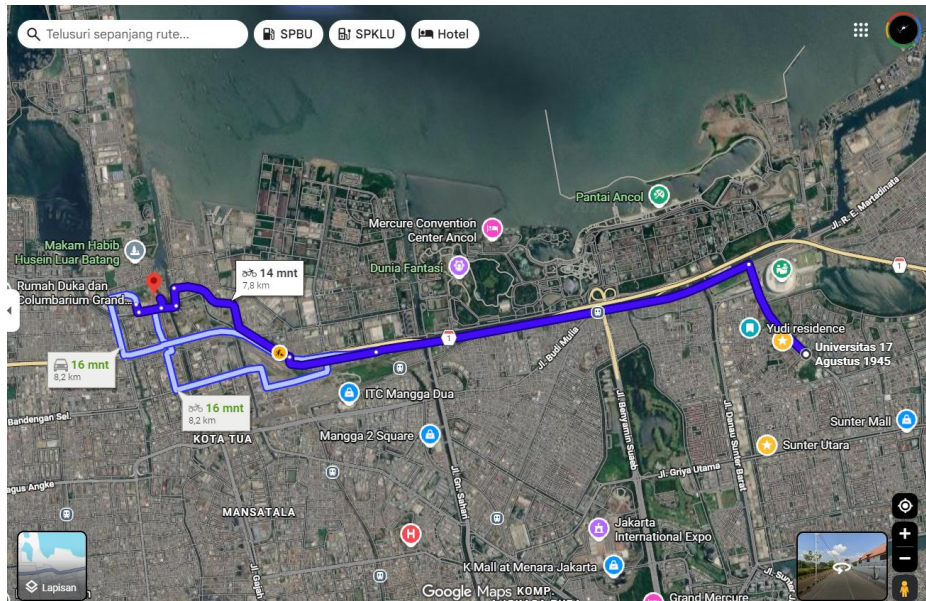
variabel atau aspek yang telah ditentukan sebelumnya. Data yang diperoleh dari kedua teknik tersebut dapat diukur dalam bentuk angka sehingga dapat dianalisis menggunakan metode statistik (Ardiansyah et al., 2023).

Menurut Hasyim Hasanah (2016) *Observation Research systematic* merupakan observasi yang dilakukan secara terstruktur dengan mengikuti pedoman yang telah disusun sebelumnya, faktor atau aspek yang diamati sudah ditentukan dan dikelompokkan berdasarkan kategori sesuai dengan masalah yang akan diteliti (Hasanah, 2016). Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan *Observation Research* secara otomatis, yaitu penelitian observasi yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner terstruktur (guided questionnaire) kepada pengunjung Museum Bahari. Kuesioner tersebut disusun berdasarkan indikator objek penelitian untuk memperoleh data mengenai tingkat harapan dan tingkat kenyataan responden. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) guna mengetahui kesesuaian antara harapan pengunjung dengan kondisi yang dirasakan selama berkunjung ke Museum Bahari.

3.2 Lokasi dan Waktu

Pengambilan data dilaksanakan melalui kunjungan langsung ke Museum Bahari pada hari **Rabu, 17 Juni 2026**. Berdasarkan google maps https://maps.app.goo.gl/mxrU6eWudLBMLNcw5?g_st=aw, lokasi Museum Bahari terletak di Jl. Pasar Ikan No. 1, Penjaringan, Jakarta Utara. Perjalanan dari Universitas 17 Agustus 1945 menuju lokasi dilakukan dengan bantuan aplikasi Google Maps sebagai panduan rute.

Pada saat kunjungan, dilakukan observasi terhadap kondisi Museum Bahari serta penyebaran kuesioner kepada pengunjung. Kuesioner yang telah dibagikan kemudian diisi oleh responden dan dikumpulkan. Untuk selanjutnya diolah dan dianalisis sebagai bahan penyusunan laporan.



Gambar 4 : Rute dari Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta menuju lokasi Museum Bahari, Penjaringan Jakarta Utara.

Sumber: Google maps. Museum Bahari, diakses dari https://maps.app.goo.gl/mxrU6eWudLBMLNcw5?g_st=aw

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Candra Susanto et al., (2024), populasi merupakan total sekumpulan subjek, objek, atau kejadian yang dijadikan fokus utama dalam suatu kegiatan penelitian yang dipilih berdasarkan karakteristik tertentu (Candra Susanto et al., 2024). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Museum Bahari yang berada di lokasi tersebut pada hari **Rabu, 17 Juni 2026**. Oleh karena itu, seluruh pengunjung Museum Bahari yang hadir pada waktu pengambilan data menjadi populasi dalam penelitian ini.

3.3.2 Sampel

Berdasarkan pendapat Candra Susanto et al., (2024), bahwa pengertian sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi dalam kegiatan penelitian tersebut. Dengan adanya sampel bertujuan agar dapat memperoleh gambaran mengenai populasi secara efektif dan efisien (Candra Susanto et al., 2024). Penentuan Sampel berjumlah 50 responden dengan metode *accidental sample*. Menurut Anwar dan Masnina (2019), dalam penelitiannya yang mengutip Notoatmodjo (2010), menjelaskan bahwa *accidental sampling*

merupakan metode pengambilan sampel dengan memilih responden yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti di lokasi penelitian dan memenuhi kriteria yang dibutuhkan (Anwar & Masnina, 2019). Dengan kata lain, siapa saja yang tersedia dan sesuai dengan tujuan penelitian dapat dijadikan sebagai sampel.

3.4 Pengumpulan Data

3.4.1 Data Primer

Pada penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama atau responden yang menjadi objek penelitian (Sulung & Muspawi, 2024). Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui *Google form*. Pemilihan *Google form* didasarkan pada kemudahan akses, efisiensi waktu, serta kemampuan untuk menjangkau responden dalam jumlah yang lebih luas tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu. Selain itu, juga memudahkan proses rangkuman data karena seluruh jawaban responden dapat langsung tersimpan secara otomatis dalam bentuk digital.

Penelitian ini dirancang untuk mengukur daya tarik wisata bahari. Responden diminta memberikan penilaian terhadap setiap indikator menggunakan skala Likert, sehingga data yang diperoleh bersifat kuantitatif dan dapat dianalisis lebih lanjut. Skala ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana harapan responden terhadap suatu indikator serta bagaimana persepsi mereka terhadap kondisi museum bahari.

Penyebaran *Google form* diberikan kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu wisatawan yang pernah atau sedang mengunjungi objek wisata bahari yang menjadi lokasi penelitian. Data yang terkumpul melalui *Google form* kemudian diperiksa kembali untuk memastikan kelengkapan dan kesesuaian jawaban dengan kriteria penelitian.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak diperoleh langsung oleh peneliti dari responden. Data ini berasal dari berbagai sumber yang sudah ada sebelumnya, seperti buku, jurnal, laporan, arsip, maupun dokumen yang disusun atau dikumpulkan oleh pihak lain (Sulung & Muspawi, 2024). Data sekunder dalam

penelitian ini diperoleh melalui studi dokumentasi dari berbagai sumber resmi, internet peraturan perundang-undangan, serta buku dan e-book yang relevan dengan penelitian. Adapun data sekunder yang digunakan meliputi:

1. Portal Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia (2026). Data resmi Dari Kementrian Luar Negeri Republik Indonesia 2026 digunakan untuk memperoleh informasi mengenai karakteristik Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki potensi pariwisata sangat besar.
2. World Travel and Tourism Council (WTTC) (2024). Data resmi Dari website WTTC 2024 digunakan untuk memperoleh data mengenai kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia serta pertumbuhan sektor pariwisata secara nasional.
3. Badan Pusat Statistik (BPS) (2026). Data resmi Dari BPS digunakan untuk memperoleh data perkembangan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia selama periode 2023–2026 sebagai gambaran tren pertumbuhan sektor pariwisata.
4. Badan Pusat Statistik (BPS) (2025–2026). Data resmi dari BPS digunakan untuk memperoleh data perjalanan wisatawan nusantara ke DKI Jakarta serta tingkat penghunian hotel berbintang dan nonbintang sebagai indikator aktivitas pariwisata di Jakarta.
5. GoodStats (2026). Data Dari web resmi tersebut digunakan untuk memperoleh informasi mengenai peringkat objek wisata dengan jumlah kunjungan wisatawan nusantara terbanyak pada tahun 2025, termasuk posisi Taman Impian Jaya Ancol, Monumen Nasional, dan Kebun Binatang Ragunan.
6. Statistik Objek Daya Tarik Wisata 2024. Data Statistik resmi digunakan untuk memperoleh data mengenai pendapatan, penjualan tiket, dan jumlah pengunjung objek daya tarik wisata komersial di berbagai provinsi sebagai gambaran kontribusi sektor pariwisata secara nasional.
7. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (2025). Data resmi dari Kementrian Pariwisata Republik Indonesia digunakan untuk memperoleh informasi mengenai profil Museum Bahari sebagai objek daya tarik wisata sejarah di DKI Jakarta yang menjadi lokasi penelitian.

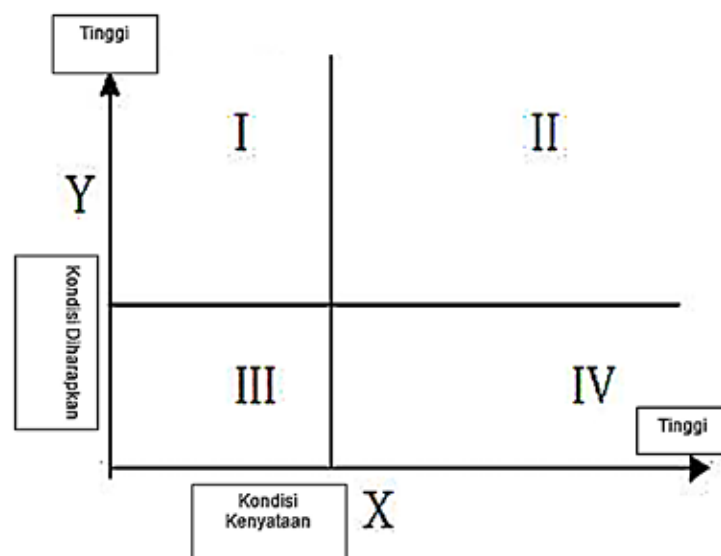
8. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Data resmi digunakan sebagai dasar hukum dalam menjelaskan pengertian daya tarik wisata serta kesesuaian Museum Bahari sebagai objek daya tarik wisata.
9. Yoeti (2008). Data Dari E-Book digunakan sebagai referensi mengenai konsep dan klasifikasi jenis-jenis pariwisata berdasarkan karakteristik serta tujuan perjalanan wisata.
10. Spillane (1994). Data Dari E-Book digunakan sebagai referensi mengenai pengelompokan jenis-jenis pariwisata berdasarkan motivasi wisatawan dalam melakukan perjalanan.
11. Pitana dan Diarta (2009). Data Dari E-Book digunakan sebagai referensi mengenai konsep pariwisata alam beserta karakteristik dan tujuan pengembangannya.
12. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2021). Data tersebut digunakan sebagai referensi mengenai konsep pariwisata budaya sebagai salah satu bentuk daya tarik wisata yang berorientasi pada nilai budaya dan sejarah.
13. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 1. Data resmi tersebut digunakan sebagai landasan hukum dalam mendefinisikan daya tarik wisata sebagai unsur utama dalam pengembangan destinasi wisata.
14. Arikunto (2020). Data Dari E-Book tersebut digunakan sebagai referensi mengenai penyusunan instrumen penelitian dan interpretasi hasil analisis Importance Performance Analysis (IPA) melalui pemetaan kuadran untuk membandingkan tingkat kepentingan (harapan) dan tingkat kinerja (kenyataan) berdasarkan persepsi pengunjung Museum Bahari.
15. Google Maps Museum Bahari. Data resmi tersebut digunakan untuk memperoleh informasi mengenai lokasi geografis objek penelitian. Berdasarkan data Google Maps, Museum Bahari berlokasi di Jalan Pasar Ikan No. 1, RT.11/RW.4, Kelurahan Penjaringan, Kecamatan Penjaringan, Kota Administrasi Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14440. Data ini dimanfaatkan untuk mengidentifikasi letak, aksesibilitas, serta mendukung

deskripsi lokasi penelitian sehingga memudahkan penentuan objek penelitian dan memberikan gambaran spasial mengenai Museum Bahari.

Seluruh data sekunder tersebut digunakan untuk memperkuat landasan teori, memberikan gambaran mengenai kondisi sektor pariwisata di Indonesia dan DKI Jakarta, menjelaskan karakteristik Museum Bahari sebagai objek penelitian, serta mendukung proses analisis menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA).

3.5 Importance Performance Analysis

Penelitian observasi ini menggunakan analisa IPA (Importance Performance Analysis). Menurut Suharsimi Arikunto (2020) dikatakan bahwa Analisa Data *Observation Research* ini menggunakan diagram Kurtosis IPA Kuadran 1, Kuadran 2, Kuadran 3 dan Kuadran 4 dengan kuesioner yang di bagikan kepada responden lalu di analisa menggunakan gambar 5 dibawah ini (Arikunto, 2020).



Gambar 5 : Kuadran Kontingensi.

Sumber: (Arikunto, 2020:235) dalam buku Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.

Hasil kuadran kontingensi yang berupa peta kontingensi pada tiap kuadran I, II, III, dan IV di gunakan untuk mengetahui persepsi kepuasan masyarakat akan kondisi daya tarik wisata di Museum Bahari.

Adapun hal yang mengungkap persepsi kepuasan pengunjung dengan membandingkan kenyataan yang ada berhubungan dengan kondisi kinerja saat ini dan harapan kondisi di inginkan di benak pengunjung petugas/apparat dinas Museum Bahari terkait dalam daya tarik wisata di buatlah angket sederhana tidak memerlukan kalimat yang panjang (cek List) di bagikan kepada responden untuk mengetahui:

1. Kondisi harapan: seberapa tinggi harapan responden terhadap daya tarik wisata yang diberikan kepada warga pengunjung.
2. Kondisi kenyataan: seberapa tinggi lembaga di Museum Bahari sudah memberikan daya tarik wisata kepada warga masyarakat/pengunjung, sebagai bentuk kinerja.

Skala yang digunakan penelitian mendukung persepsi kepuasan masyarakat/pengunjung dalam kondisi harapan dan kondisi kenyataan saat ini tentang pelayanan/daya tarik wisata ialah:

Tabel 2: Statement, Bobot, dan Makna IPA

Statement	Bobot	Makna
Kondisi Diharapkan	1.	Kurang Di harapkan
	2.	Sangat Di harapkan
Kondisi Kenyataan	1.	Belum Terjadi
	2.	Sudah Terjadi

Sumber: (Arikunto, 2020:235) dalam buku Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.

Tabel 2 diatas skala Kuesioner/angket statement, bobot dan makna kondisi di harapkan dan kondisi kenyataan. Kontingensi diterapkan observasi penelitian ini sebagaimana di kutip dan di sesuaikan dari pendapat Suharsimi Arikunto (2020 : 235) untuk mengetahui perbandingan tingkat tinggi dan/ atau rendahnya keterlaksanaan / kondisi kenyataan sebagai bentuk kinerja yang di kaitkan dengan tingginya kondisi harapan daya tarik wisata (Arikunto, 2020 : 235). Peneliti hanya memerlukan memasukkan nomor pernyataan dan atau pertanyaan yang telah disusun tentang daya Tarik wisata sesuai sumbu Y dan X dengan kuadran.

1. Sumbu X : menunjukkan tingkat kuadran kondisi kenyataan saat ini.
2. Sumbu Y menunjukkan tingkat kuadran kondisi yang di harapkan.

Kuadran ini di bagi menjadi 4 (empat) yaitu:

1. Kuadran 1 menunjukkan kuadran rendahnya kondisi kenyataan saat ini sebagai kinerja dan tingginya kondisi harapan masyarakat/pengunjung ODTW Museum Bahari. Kondisi ini merupakan prioritas utama artinya harapan masyarakat/pengunjung itu tinggi tapi kepuasan rendah akan kenyataan saat ini.
2. Kuadran 2 menunjukkan kuadran tingginya kondisi kenyataan saat ini sebagai kinerja dan tingginya kondisi yang di harapkan. Keberhasilan pelaksanaan kenyataan saat ini sesuai harapan masyarakat/pengunjung.
3. Kuadran 3 menunjukkan kuadran rendahnya kondisi yang di harapkan dan rendahnya kondisi kenyataan saat ini sebagai kinerja. Kondisi ini merupakan kurang pentingnya kondisi harapan bagi masyarakat/pengunjung dan pelaksanaanya biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
4. Kuadran 4 menunjukkan kuadran tingginya kenyataan saat ini sebagai kinerja tetapi rendahnya kondisi yang di harapkan masyarakat/pengunjung. Kondisi ini menyatakan bahwa aspek anggapan mempengaruhi harapan masyarakat/pengunjung kurang penting, tetapi pelaksanaan dalam kenyataan saat ini memuaskan.

Faktor analisa IPA indikatornya menggunakan teori dari Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, MA. (2014) (Utama, 2014) yaitu:

- a) *What To See*
- b) *What To Do*
- c) *What To Buy*
- d) *What To Arrived*
- e) *What To Stay*

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Identifikasi Responden

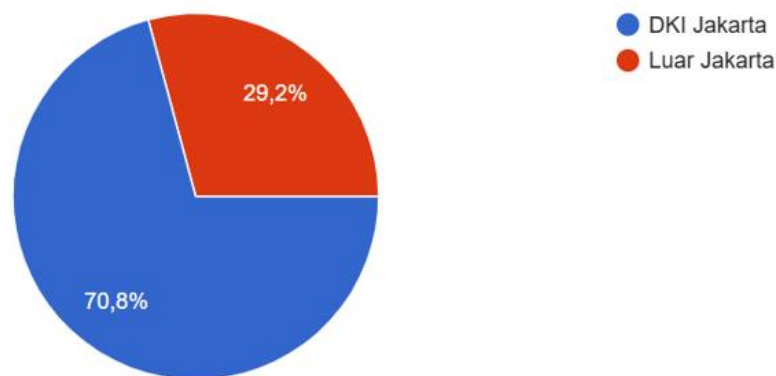
Identifikasi responden merupakan tahapan awal dalam penyajian hasil penelitian yang bertujuan untuk mengetahui karakteristik pengunjung Museum Bahari yang menjadi responden penelitian. Karakteristik responden perlu dijelaskan karena dapat memberikan Gambaran mengenai profil pengunjung serta

membantu dalam memahami hasil analisis Tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*) terhadap daya tarik wisata Museum Bahari.

Penelitian ini menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan *Google form* kepada pengunjung Museum Bahari yang memenuhi kriteria sebagai responden. Proses observasi dan penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung di Museum Bahari, Jakarta Utara, pada hari Rabu, 17 Juni 2026.

Berdasarkan hasil pengumpulan data, diperoleh sebanyak 72 responden yang telah mengisi kuesioner secara lengkap. Data yang diperoleh kemudian diolah untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan beberapa aspek, yaitu domisili, usia, dan pekerjaan, tujuannya yaitu untuk memberikan Gambaran mengenai profil pengunjung Museum Bahari sehingga hasil analisis dapat dipahami lebih jelas.

4.1.1 Berdasarkan Domisili



Gambar 6: Responden berdasarkan domisili

Sumber: Data diolah dari *Google form*, 2026

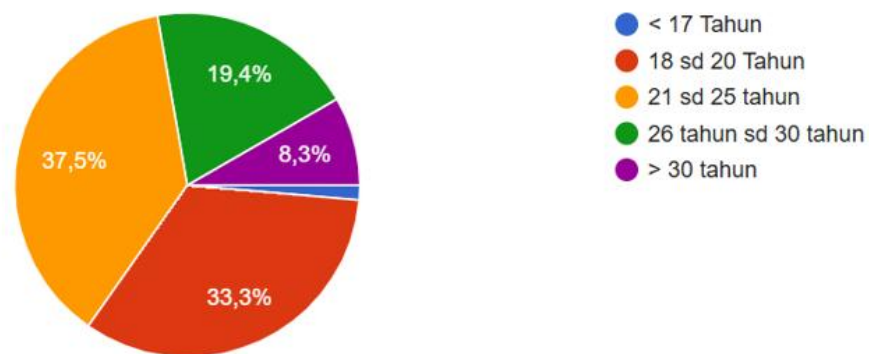
Berdasarkan Gambar 6, diketahui bahwa sebagian besar responden yang berkunjung ke Museum Bahari berasal dari DKI Jakarta, yaitu sebanyak 70,8% atau 51 responden. Sementara itu, responden yang berasal dari luar DKI Jakarta berjumlah 29,2% atau 21 responden dari total 72 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa Museum Bahari masih didominasi oleh pengunjung yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta. Hal ini dapat disebabkan oleh letak Museum Bahari yang berada di Jakarta Utara sehingga lebih mudah dijangkau

oleh Masyarakat yang tinggal di wilayah DKI Jakarta. Selain itu, biaya dan waktu tempuh yang relatif lebih singkat juga menjadi salah satu factor yang mendorong masyarakat sekitar untuk berkunjung ke museum.

Meskipun demikian, terdapat hampir sepertiga responden yang berasal dari luar DKI Jakarta. Temuan ini menunjukkan bahwa Museum Bahari tidak hanya menjadi destinasi wisata bagi Masyarakat local, tetapi juga memiliki daya tarik bagi pengunjung dari daerah lain. Dengan demikian, Museum Bahari memiliki potensi untuk menjangkau pengunjung yang lebih luas melalui peningkatan promosi, penyelenggara berbagai kegiatan edukatif, serta pengembangan fasilitas yang dapat meningkatkan pengalaman berkunjung.

4.1.2 Berdasarkan Umur Responden



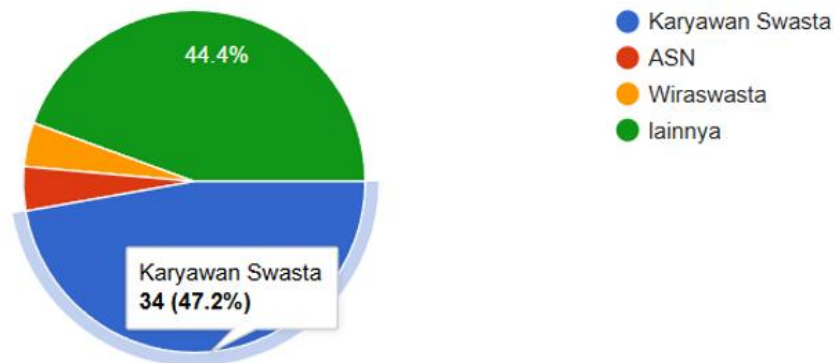
Gambar 7: Responden Berdasarkan Umur
Sumber: Data diolah dari *Google form*, 2026

Berdasarkan Gambar 7, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yang berkunjung ke Museum Bahari berada pada rentang usia 21-25 tahun, yaitu sebanyak 27 responden atau 37,5% dari total responden. Kelompok usia ini menjadi kategori dengan jumlah responden terbanyak, yang menunjukkan bahwa Museum Bahari cukup diminati oleh kalangan dewasa muda, terutama mahasiswa maupun Masyarakat usia produktif yang memiliki ketertarikan terhadap wisata Sejarah dan edukasi.

Pada urutan kedua, responden berusia 18-20 tahun berjumlah 24 orang atau 33,3%. Selanjutnya, responden dengan rentang usia 26-30 tahun sebanyak 14 orang atau 19,4%, sedangkan responden yang berusia di atas 30 tahun berjumlah 6 orang atau 8,3%. Adapun responden yang berusia di bawah 17 tahun merupakan

kelompok dengan jumlah paling sedikit, yaitu 1 orang atau sekitar 1,4% dari keseluruhan responden.

4.1.3 Berdasarkan Pekerjaan Responden



Gambar 8: Responden Berdasarkan Pekerjaan
Sumber: Data diolah dari *Google form*, 2026

Berdasarkan Gambar 8, diketahui bahwa sebagian besar responden yang berkunjung ke Museum Bahari berprofesi sebagai karyawan swasta, yaitu sebanyak 34 responden atau 47,2% dari total 72 responden. Selanjutnya, responden yang termasuk dalam kategori lainnya berjumlah 32 responden atau 44,4%. Sementara itu, responden yang bekerja sebagai ASN dan wiraswasta masing-masing berjumlah 3 responden atau 4,2%.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengunjung Museum Bahari didominasi oleh responden yang bekerja sebagai karyawan swasta. Kondisi ini mengindikasikan bahwa museum masih menjadi salah satu destinasi wisata edukatif yang diminati oleh masyarakat dengan latar belakang pekerjaan di sektor swasta. Selain itu, tingginya jumlah responden pada kategori lainnya menunjukkan bahwa Museum Bahari juga banyak dikunjungi oleh kelompok masyarakat di luar kategori pekerjaan yang telah disediakan dalam kuesioner, seperti pelajar, mahasiswa, ibu rumah tangga, atau profesi lainnya.

Di sisi lain, jumlah responden yang berasal dari kalangan ASN dan wiraswasta relatif lebih sedikit dibandingkan kategori lainnya. Perbedaan tersebut dapat dipengaruhi oleh karakteristik pengunjung, waktu pelaksanaan pengambilan data, maupun perbedaan minat masyarakat terhadap kegiatan wisata edukasi.

Meskipun demikian, hasil ini menunjukkan bahwa Museum Bahari mampu menarik pengunjung dari berbagai latar belakang pekerjaan, sehingga memiliki potensi untuk menjangkau segmen masyarakat yang lebih beragam.

4.2 Analisis IPA

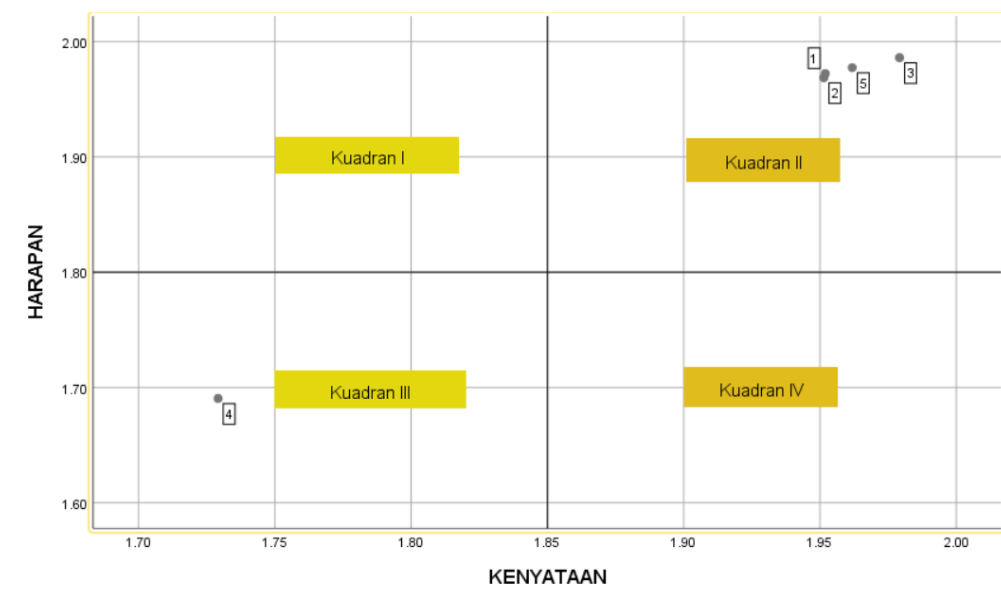
4.2.1 Faktor Kualitas Pelayanan

Tabel 3: Faktor Kualitas Pelayanan dalam IPA

No.	Faktor IPA	Kenyataan	Harapan
1	<i>What To See</i>	1,951923077	1,972222222
2	<i>What To Do</i>	1,951388889	1,96875
3	<i>What To Buy</i>	1,979166667	1,986111111
4	<i>What To Arrived</i>	1,729166667	1,69047619
5	<i>Where To Stay</i>	1,961805556	1,977430556

Sumber: Data *Google form* diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh nilai rata-rata kenyataan sebesar 1,9147 dan nilai rata-rata harapan sebesar 1,9190. Nilai rata-rata tersebut digunakan sebagai titik potong sumbu X (kenyataan) dan sumbu Y (harapan) dalam Diagram Kontingensi IPA. Berikut diagram kontingensi IPA:



Gambar 9: Hasil Analisa Diagram Kontingensi IPA Kualitas Pelayanan di Museum Bahari

Sumber: Data *Google form* Diolah SPSS 25.0 (2026)

Berdasarkan hasil pemetaan Diagram Kontingensi IPA, faktor-faktor daya tarik wisata Museum Bahari dapat dikelompokkan ke dalam empat kuadran sebagai berikut:

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Pada Kuadran I tidak terdapat indikator yang masuk dalam kategori ini. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada aspek daya tarik wisata Museum Bahari yang memiliki tingkat harapan tinggi tetapi tingkat kenyataan atau kinerja yang rendah. Dengan demikian, tidak terdapat faktor yang memerlukan perbaikan secara mendesak berdasarkan persepsi responden.

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Indikator yang masuk ke dalam Kuadran II adalah:

1) *What to See* (1)

Memperoleh nilai kenyataan dan harapan yang tinggi, menunjukkan bahwa koleksi museum, bangunan bersejarah, serta berbagai objek yang dapat dilihat menjadi daya tarik utama bagi pengunjung. Pengunjung merasa bahwa Museum Bahari telah berhasil menyajikan informasi dan koleksi sejarah maritim yang menarik.

2) *What to Do* (2)

Berada pada kuadran ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa aktivitas yang dapat dilakukan pengunjung, seperti observasi koleksi, kegiatan edukasi, dokumentasi, dan pembelajaran sejarah maritim telah memberikan pengalaman yang sesuai dengan harapan pengunjung.

3) *What to Buy* (3)

Memperoleh nilai tertinggi dibandingkan indikator lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberadaan produk atau souvenir yang dapat dibeli oleh pengunjung dianggap cukup baik dan mampu memenuhi kebutuhan wisatawan sebagai bagian dari pengalaman berwisata.

4) *Where to Stay* (5)

Juga berada pada Kuadran II. Meskipun Museum Bahari bukan merupakan destinasi wisata yang berfokus pada akomodasi, keberadaan fasilitas penginapan di sekitar kawasan wisata dianggap memadai dan sesuai dengan harapan pengunjung.

Keempat indikator tersebut memiliki nilai kenyataan dan harapan yang sama-sama berada di atas rata-rata. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengunjung menganggap aspek-aspek tersebut penting dan Museum Bahari telah mampu memenuhi harapan pengunjung dengan baik.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Indikator yang masuk dalam Kuadran III adalah:

5) *What to Arrived* (4)

Indikator *What to Arrived* memiliki nilai kenyataan dan harapan yang sama-sama berada di bawah rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa aspek aksesibilitas menuju Museum Bahari dianggap kurang penting dibandingkan faktor lainnya oleh responden, serta tingkat kepuasan yang dirasakan juga relatif rendah.

Meskipun demikian, kondisi ini tidak menjadi prioritas utama untuk diperbaiki karena tingkat harapan pengunjung terhadap aspek tersebut juga tidak terlalu tinggi. Namun, pengelola tetap dapat melakukan peningkatan secara bertahap, seperti memperjelas petunjuk arah menuju lokasi, meningkatkan informasi akses transportasi umum, serta memperbaiki sistem informasi lokasi melalui media digital.

5. Kuadran IV (Berlebihan)

Pada Kuadran IV tidak terdapat indikator yang masuk dalam kategori ini. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada faktor yang memiliki tingkat kenyataan tinggi tetapi tingkat harapan rendah. Dengan demikian, tidak ditemukan aspek yang dianggap berlebihan atau memperoleh perhatian lebih besar dibandingkan tingkat kepentingannya menurut pengunjung.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menghasilkan pemahaman terkait bagaimana pengunjung melihat dan menilai berbagai faktor dari objek daya tarik wisata pada Museum Bahari Jakarta Utara. Data dikumpulkan melalui jawaban dari 72 responden *google form*. Data tersebut dikumpulkan pada 17-20 Juni 2026. Hasil data tersebut dianalisis menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA). Faktor

objek daya tarik wisata (ODTW) yang digunakan antara lain adalah *What to See*, *What to Do*, *What to Buy*, *What to Arrived* dan *Where to Stay*.

1. Berdasarkan hasil analisa, tidak ada faktor OTDW yang masuk ke dalam Kuadran I. Hal ini menunjukkan tidak ada aspek utama Museum Bahari Jakarta Utara yang dinilai penting oleh pengunjung namun memiliki kinerja yang rendah. Artinya, tidak ada urgensi yang krusial bagi pihak pengelola untuk melakukan perbaikan aspek OTDW secara mendesak.
2. Terdapat empat faktor yang berada pada Kuadran II. Diantaranya adalah *What to See*, *What to Do*, *What to Buy* dan *Where to Stay*. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik visual, aktivitas, souvenir, hingga akomodasi tempat tinggal di sekitar museum telah memberikan kepuasan terhadap pengunjung.
3. Terdapat satu faktor yang masuk ke dalam Kuadran III. Faktor tersebut adalah *What to Arrived*. Hal ini menunjukkan bahwa aksesibilitas menuju Museum Bahari belum dinilai baik oleh pengunjung. Walaupun demikian, aspek tersebut juga belum menjadi fokus utama pengunjung.
4. Tidak adanya faktor yang berada pada Kuadran IV. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ditemukannya sumber daya yang berlebih yang dikeluarkan untuk aspek yang kurang dianggap penting oleh pengunjung.
5. Secara keseluruhan, hasil analisis Importance Performance Analysis (IPA) menunjukkan bahwa empat dari lima faktor daya tarik wisata Museum Bahari Jakarta Utara berada pada Kuadran II, yaitu *What to See*, *What to Do*, *What to Buy*, dan *Where to Stay*. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar aspek yang dianggap penting oleh pengunjung telah memiliki kinerja yang baik sehingga perlu dipertahankan. Hasil ini memberi pemahaman terkait faktor OTDW mana yang perlu dipertahankan dan mana yang perlu ditingkatkan lagi.
6. Berdasarkan demografi, diketahui bahwa sebanyak 70.8% atau 51 responden Museum Bahari berdomisili di DKI Hasil tersebut menunjukkan bahwa Museum Bahari masih didominasi oleh pengunjung yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta.
7. Berdasarkan usia, diketahui bahwa sebagian besar responden yang berkunjung ke Museum Bahari berada pada rentang usia 21-25 tahun, yaitu sebanyak 27

responden atau 37,5% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa Museum Bahari memiliki daya tarik yang diminati kalangan dewasa muda.

8. Berdasarkan pekerjaan, diketahui bahwa sebagian besar responden yang berkunjung ke Museum Bahari berprofesi sebagai karyawan swasta, dengan total sebanyak 34 responden atau 47,2% dari total 72 responden. Hal ini menunjukkan bahwa Museum Bahari menjadi salah satu destinasi wisata edukatif yang diminati oleh masyarakat dengan latar belakang pekerjaan di sektor swasta.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis objek daya tarik wisata (ODTW) Museum Bahari Jakarta Utara menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA), maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pengelola Museum Bahari Jakarta Utara, disarankan untuk mempertahankan kualitas faktor-faktor yang telah berada pada Kuadran II, yaitu *What to See*, *What to Do*, *What to Buy*, dan *Where to Stay*. Pengelola diharapkan terus menjaga kualitas koleksi museum, aktivitas wisata, penyediaan suvenir, serta menjalin kerja sama dengan penyedia akomodasi di sekitar kawasan agar kepuasan pengunjung tetap terjaga dan meningkat.
2. Bagi pengelola Museum Bahari Jakarta Utara, disarankan untuk melakukan peningkatan secara bertahap pada faktor *What to Arrived*, seperti kemudahan akses, petunjuk arah, dan informasi transportasi guna meningkatkan kenyamanan pengunjung.
3. Bagi pengelola Museum Bahari Jakarta Utara, disarankan untuk memperluas promosi kepada masyarakat di luar DKI Jakarta serta mengembangkan program yang sesuai dengan karakteristik pengunjung yang didominasi oleh usia 21–25 tahun dan karyawan swasta.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas jumlah responden, melibatkan wilayah penelitian yang lebih luas, serta menambahkan variabel atau metode analisis lain agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, K., & Masnina, R. (2019). *Hubungan Kepatuhan Minum Obat Antihipertensi dengan Tekanan Darah Pada Lansia Penderita Hipertensi di Wilayah Kerja Puskesmas Air Putih Samarinda*.
- Ardiansyah, Jailani, M. S., & Risnita. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (15th ed.). Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2025a, August 1). *Perkembangan Pariwisata Provinsi DKI Jakarta Juni 2025*. <https://jakarta.bps.go.id/id/pressrelease/2025/08/01/1226/perkembangan-pariwisata-provinsi-dki-jakarta-juni-2025.html>
- Badan Pusat Statistik. (2025b, November 3). *September 2025, kunjungan wisman di Indonesia mencapai 1,39 juta kunjungan, jumlah perjalanan wisnus mencapai 94,36 juta, jumlah perjalanan wisnas mencapai 695,91 ribu, tingkat penghunian kamar (TPK) hotel bintang 50,16 persen*. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/11/03/2474/september-2025--kunjungan-wisman-di-indonesia-mencapai-1-39-juta-kunjungan--jumlah-perjalanan-wisnus-mencapai-94-36-juta--jumlah-perjalanan-wisnas-mencapai-695-91-ribu--tingkat-penghunian-kamar--tpk--hotel-bintang-50-16-persen-.html>
- Badan Pusat Statistik. (2026, April 1). *Perkembangan Pariwisata Provinsi DKI Jakarta Februari 2026*. <https://jakarta.bps.go.id/id/pressrelease/2026/04/01/1276/perkembangan-pariwisata-provinsi-dki-jakarta-februari-2026.html>
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., & Panatap Soehaditama, J. (2024). *Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)*. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1>
- Eddyono, F. (2021). *Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. www.penerbituwais.com
- Firmansyah, E., Hasibuan, B., & Sambas, M. (2026). DAMPAK SEKTOR PARIWISATA TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA TAHUN 2025. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 5, 2026.
- GoodStats. (2026, February 21). *10 Objek Wisata di Jakarta dengan Kunjungan Wisnus Terbanyak*. <https://data.goodstats.id/statistic/10-objek-wisata-di-jakarta-dengan-kunjungan-wisnus-terbanyak-wuTDK>
- Hakim, R. (2017). *Profil Potensi Sektor Pariwisata DKI Jakarta*.
- Handayani, Y., & Harie, S. (2021). MUSEUM BAHARI SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN SEJARAH. *Jurnal Pendidikan Sejarah*, 4(2).
- Hasanah, H. (2016). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *Jurnal At-Taqaddum*, 8(1), 21–46.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2020–2024*.

- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2025). *Museum Bahari*. <https://www.indonesia.travel/id/id/destination/java/jakarta/museum-bahari>
- Kusumawati, E., Saleh, M., & Sawitri, D. (2023). Daya Tarik Wisata dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Dengan Media Promosi pada Ubalan Waterpark Mojokerto. *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 4(1), 38–39. <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/jmso>
- Maulida, L., Studi, P., Informatika, M., Bsi, A., Komplek, T., Xiv-C11, S., Letnan, J., & Banten, S. (2018). PENERAPAN DATAMINING DALAM MENGELOMPOKKAN KUNJUNGAN WISATAWAN KE OBJEK WISATA UNGGULAN DI PROV. DKI JAKARTA DENGAN K-MEANS. *Jurnal Informatika Sunan Kalijaga*, 2(3), 167–174.
- Novitasari, Ibrahim, N., & Iriani, C. (2024). Pemanfaatan Museum Bahari Di Jakarta Sebagai Sumber Belajar Sejarah. *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Kajian Sejarah*, 6(2), 39–42. <https://doi.org/https://doi.org/10.31540/sindang.v6i2.2643>
- Nugraha, R. N., & Rosa, P. D. (2022). Pengelolaan Museum Bahari sebagai Daya Tarik Wisata Edukasi di Jakarta. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6477–6486.
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*.
- Portal Kemlu. (2026, January 19). *Sekilas Tentang Indonesia*. <https://kemlu.go.id/frankfurt/kebijakan/sekilas-tentang-indonesia>
- Priadana, H. M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Pascal Books.
- Profil Obyek Dan Tujuan Wisata (ODTW)*. (2014).
- Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata*.
- Spillane, James. (1994). *Pariwisata Indonesia: Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Kanisius.
- statistik-objek-daya-tarik-wisata-2024*. (2024).
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). MEMAHAMI SUMBER DATA PENELITIAN: PRIMER, SEKUNDER, DAN TERSIER. 5, 110–116.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, Sekretariat Negara RI (2009).
- Utama, I. G. B. R. (2014). *Pengantar Industri Pariwisata: Tantangan & Peluang Bisnis Kreatif* (1st ed.). Deepublish. <https://penerbitbukudeepublish.com/shop/buku-pengantar-industri-pariwisata/>
- Utama, I. G. B. R. (2015). *DAYA TARIK WISATA KOTA DENPASAR BALI*.
- Wirawan, P. E., & Semara, I. M. T. (2021). *Modul Pengantar Pariwisata* (pp. vi–106). IPB Internasional Press. www.stpbi.ac.id
- World Travel & Tourism Council (WTTC). (2024, June 28). *Indonesia's Booming Travel & Tourism to Support More Than 12.5 Million Jobs*. <https://wttc.org/news/indonesias-booming-travel-and-tourism-to-support-more-than-12-5-million-jobs>
- Yakup, A. P., & Haryanto, T. (2019). *PENGARUH PARIWISATA TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA* (Vol. 23, Number 2).
- Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradnya Paramita.