

Penataan Kawasan Center Point of Indonesia Dalam Mendukung Pariwisata Kota Makassar

Spatial Planning of the Center Point of Indonesia Area in Supporting Tourism Development in Makassar City

Akmal Rizki Mokoagow¹, Batara Surya², Murshal Manaf², Ilham Yahya¹, Jufriadi¹

¹ Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Bosowa, Makassar

² Program Pascasarjana Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Bosowa, Makassar

akmalmokoagow01@gmail.com

Artikel info

Artikel history:

Diterima; 04-02-2026

Direvisi; 17-02-2026

Disetujui; 18-02-2026

Abstract. *This research aims to determine the influence of the Center Point of Indonesia area in supporting Makassar city tourism and provide direction for its development. This research uses quantitative and qualitative data. The analysis technique used is multiple linear regression analysis and AHP analysis. The results of this research show that the factors that influence the arrangement of the Center Point Indonesia area in supporting Makassar city tourism are attractiveness, facilities and infrastructure, accessibility, security and comfort and promotion. The proposed development directions include increasing accessibility, quality of human resources in the field of security and supervision and strategies for increasing promotion by implementing these development directions. It is hoped that Center Point of Indonesia can contribute more optimally in improving Makassar City Tourism.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kawasan Center Point of Indonesia dalam mendukung pariwisata kota makassar serta memberikan arahan pengembangannya. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan kualitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan analisis AHP. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penataan kawasan Center Point of Indonesia dalam mendukung pariwisata kota makassar adalah daya tarik, sarana dan prasarana, aksesibilitas, keamanan dan kenyamanan dan promosi. Arahan pengembangan yang diusulkan antar lain peningkatan aksesibilitas, pengoptimalan sumber daya manusia dalam bidang keamanan dan pengawasan dan strategi peningkatan promosi dengan diterapkan arahan pengembangan tersebut diharapkan Center Point of Indonesia dapat berkontribusi lebih optimal dalam meningkatkan Pariwisata Kota Makassar.

Keywords:

Penataan Kawasan;

Center Point of

Indonesia; Pariwisata.

Corresponden author:

Email: akmalmokoagow01@gmail.com



artikel dengan akses terbuka dibawah lisensi CC BY -4.0

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan strategis yang banyak dikembangkan oleh pemerintah karena berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan pendapatan daerah maupun nasional (Yakup, 2019). Sebagai sektor unggulan dalam perekonomian Indonesia, pariwisata juga diharapkan mampu menjadi mesin penggerak pembangunan yang berkelanjutan, terutama melalui pemanfaatan sumber daya alam dan budaya lokal yang kompetitif di pasar global. Berbagai studi internasional menunjukkan bahwa pengembangan kawasan wisata tidak hanya berdampak pada pertumbuhan ekonomi daerah, tetapi juga dapat memicu transformasi sosial dan ruang di tingkat lokal (Lyu, Yang, & Ji, 2025; Xiao, Sakai, Murakami, & Takayama, 2025).

Strategi pengembangan pariwisata mencakup upaya peningkatan potensi kawasan wisata melalui perbaikan infrastruktur fisik maupun nonfisik. Upaya ini meliputi perencanaan tata ruang, peningkatan fasilitas pendukung, serta penguatan tata kelola destinasi agar dapat meningkatkan daya tarik dan kenyamanan bagi wisatawan, sekaligus memberi dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat sekitar kawasan wisata (Wicaksana & Rachman, 2018). Pendekatan tata ruang yang terintegrasi juga memungkinkan adanya pengelolaan sumber daya secara efisien serta menjadi fondasi bagi pertumbuhan sektor pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan.

Kota Makassar sebagai salah satu pusat ekonomi dan pariwisata utama di Indonesia memiliki potensi wisata yang sangat tinggi, terutama wisata pesisir dan bahari. Dengan garis pantai sepanjang sekitar 32 kilometer dan lebih dari sebelas pulau kecil, kota ini menawarkan beragam atraksi wisata unggulan seperti Pantai Losari, Benteng Rotterdam, Benteng Somba Opu, serta destinasi wisata budaya dan sejarah lainnya (Sakharina, 2025). Potensi ini menunjukkan peran strategis sektor pariwisata dalam mendorong pertumbuhan ekonomi regional melalui penciptaan kesempatan usaha dan kegiatan ekonomi di sekitar destinasi.

Salah satu kawasan yang menjadi titik fokus pengembangan pariwisata di Makassar adalah Kawasan Center Point of Indonesia (CPI), sebuah proyek pembangunan besar di kawasan pesisir yang dirancang sebagai pusat kegiatan ekonomi, budaya, dan sosial di kota ini. Kawasan CPI tidak hanya berfungsi sebagai titik konsentrasi aktivitas perkotaan, tetapi juga sebagai ruang komersial dan rekreasi yang berpotensi tinggi untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata unggulan (Saleh et al., 2023). Studi terbaru menunjukkan bahwa transformasi ruang di kawasan CPI mampu menciptakan berbagai peluang ekonomi baru, meskipun juga membawa tantangan sosial seperti perubahan penggunaan lahan dan marginalisasi komunitas pesisir (Saleh et al., 2023; penelitian *The Paradox of Coastal Modernization*, 2025).

Penataan kawasan CPI sebagai destinasi wisata memiliki potensi untuk memperkuat posisi Makassar dalam peta pariwisata nasional dan internasional. Namun demikian, masih terdapat tantangan terkait keterpaduan perencanaan ruang, pemanfaatan potensi wisata secara maksimal, serta pengelolaan dampak sosial dan lingkungan akibat percepatan pembangunan (*Urban Transformation in Makassar's Centre Point of Indonesia*, 2025). Oleh karena itu, studi ini penting untuk memetakan strategi penataan ruang di kawasan CPI yang mampu mendukung pengembangan sektor pariwisata secara efektif, inklusif, dan berkelanjutan.

Meskipun Kawasan Center Point of Indonesia (CPI) di Kota Makassar memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata yang menarik, terdapat beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan seperti ; Aksesibilitas atau kualitas jaringan jalan yang kurang bagus pada daerah masuk ke lego-lego CPI sehingga menjadi bahan pertimbangan masyarakat/wisatawan untuk berkunjung ke daerah lego-lego CPI. Keterbatasan SDM Pengamanan: Salah satu kelemahan yang mencolok adalah keterbatasan jumlah dan kualitas sumber daya manusia (SDM) dalam bidang keamanan di kawasan CPI. Meskipun dilengkapi dengan sistem keamanan modern seperti pemantauan CCTV, kekurangan jumlah petugas keamanan profesional dapat mengurangi efektivitas pengawasan dan pemeliharaan keamanan bagi pengunjung. Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran akan potensi kejahatan dan mengganggu kenyamanan pengunjung, Kurangnya Pengembangan Promosi: Meskipun telah ada upaya promosi yang dinamis, terdapat kekurangan dalam pengembangan strategi promosi yang efektif seperti kerja sama atau kolaborasi dengan influencer, pemanfaatan media sosial dan mengadakan event – event pariwisata. Penelitian ini merupakan langkah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penataan kawasan Center Point of Indonesia (CPI) dalam mendukung pariwisata kota makassar dan bagaimana arahan pengembangan kawasan Center Point of Indonesia (CPI) untuk meningkatkan pariwisata kota makassar.

2. METODE

2.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di kawasan Center Point of Indonesia (CPI), Kota Makassar. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada peran strategis kawasan CPI sebagai kawasan reklamasi terpadu yang direncanakan menjadi

ikon pengembangan wilayah pesisir sekaligus pusat pertumbuhan baru Kota Makassar. Kawasan ini tidak hanya berfungsi sebagai area pengembangan properti dan infrastruktur perkotaan, tetapi juga diarahkan sebagai destinasi pariwisata unggulan yang mengintegrasikan fungsi rekreasi, ruang terbuka publik, aktivitas ekonomi, dan panorama pesisir. Selain itu, CPI memiliki tingkat intensitas pembangunan yang tinggi serta dinamika pemanfaatan ruang yang kompleks, sehingga menjadi representasi penting dalam mengkaji penataan kawasan perkotaan berbasis pariwisata. Kondisi tersebut menjadikan kawasan Center Point of Indonesia relevan untuk diteliti guna mengevaluasi kesesuaian konsep penataan kawasan dengan tujuan pengembangan pariwisata Kota Makassar secara berkelanjutan.

2.2. Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama melalui kegiatan pengamatan lapangan (observasi), wawancara, dan dokumentasi pada lokasi penelitian. Pengumpulan data primer dilakukan untuk memperoleh informasi aktual mengenai kondisi fisik kawasan, aktivitas pariwisata, pola pemanfaatan ruang, serta persepsi pemangku kepentingan terhadap penataan kawasan Center Point of Indonesia. Metode pengumpulan data langsung di lapangan memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap fenomena yang diteliti secara kontekstual dan empiris (Creswell & Poth, 2021; Guest et al., 2021).

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari berbagai sumber tidak langsung, seperti dokumen resmi pemerintah, laporan instansi terkait, data kepadudukan, data jumlah wisatawan, peta tata ruang, serta data fisik wilayah penelitian. Data ini digunakan untuk mendukung dan melengkapi data primer, serta sebagai dasar dalam melakukan analisis perencanaan dan pengembangan kawasan. Pemanfaatan data sekunder memungkinkan peneliti untuk melakukan verifikasi, triangulasi, dan penguatan temuan penelitian sehingga hasil analisis menjadi lebih komprehensif dan valid (Hair et al., 2021; Johnston, 2021).

2.3. Variabel Penelitian

Variabel dipakai dalam proses identifikasi, ditentukan berdasarkan kajian teori yang dipakai. Semakin sederhana suatu rancangan penelitian semakin sedikit variabel penelitian yang digunakan.

Pemilihan variabel dalam penelitian ini didasarkan pada pendekatan teoritis pengembangan destinasi pariwisata yang menekankan bahwa keberhasilan suatu kawasan wisata dipengaruhi oleh faktor atraksi, aksesibilitas, amenitas, serta dukungan kelembagaan dan promosi. Dalam perspektif teori pengembangan destinasi, pengembangan pariwisata (Y) diposisikan sebagai outcome atau variabel terikat karena mencerminkan hasil akhir dari intervensi penataan kawasan. Pengembangan pariwisata tidak hanya diukur melalui peningkatan kunjungan, tetapi juga melalui persepsi wisatawan terhadap keberfungsian kawasan sebagai ruang rekreasi, ekonomi, dan sosial. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa pengembangan destinasi yang terencana secara spasial dan berbasis fasilitas publik memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan daya saing dan keberlanjutan destinasi (Fafurida, 2023; González-Rodríguez, 2023). Oleh karena itu, pengembangan pariwisata dalam penelitian ini diukur melalui persepsi responden terhadap keberhasilan kawasan dalam mendukung aktivitas wisata.

Variabel daya tarik (X1) dipilih berdasarkan teori destination attractiveness yang menyatakan bahwa atraksi merupakan elemen inti dalam sistem pariwisata. Tanpa adanya daya tarik yang kuat—baik berupa aktivitas ekonomi, sosial, maupun budaya suatu kawasan tidak memiliki magnet yang mampu menarik wisatawan. Secara teoritis, daya tarik berfungsi sebagai faktor pendorong utama (*pull factor*) dalam teori motivasi perjalanan wisata. Studi empiris menegaskan bahwa kualitas atraksi berpengaruh langsung terhadap kepuasan dan niat kunjungan ulang wisatawan (Alahakoon, 2021; González-Rodríguez, 2023). Dalam konteks Center Point of Indonesia, keberadaan pusat kegiatan ekonomi dan sosial budaya menjadi indikator penting dalam menilai seberapa menarik kawasan tersebut sebagai destinasi wisata perkotaan.

Selanjutnya, variabel sarana dan prasarana wisata (X2) berlandaskan pada teori amenitas dalam sistem destinasi, yang menegaskan bahwa fasilitas pendukung seperti ruang publik, fasilitas sanitasi, area parkir, dan infrastruktur pendukung lainnya merupakan komponen penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkualitas. Teori ini menempatkan amenitas sebagai faktor penunjang yang memperkuat daya tarik dan memperpanjang lama tinggal wisatawan. Penelitian mutakhir menunjukkan bahwa kualitas infrastruktur dan kelengkapan fasilitas memiliki hubungan signifikan dengan kepuasan dan loyalitas wisatawan (Munir et al., 2025). Dengan demikian, kelengkapan fasilitas di kawasan Center Point of Indonesia menjadi variabel penting untuk dianalisis dalam kaitannya dengan pengembangan pariwisata Kota Makassar.

Variabel aksesibilitas (X3) dipilih berdasarkan teori spasial pariwisata yang menekankan pentingnya kemudahan akses dalam menentukan pola kunjungan dan distribusi wisatawan. Aksesibilitas mencakup kualitas jaringan jalan, lebar jalan, serta kemudahan mobilitas menuju kawasan wisata. Dalam teori sistem pariwisata, aksesibilitas berfungsi sebagai prasyarat yang memungkinkan terjadinya interaksi antara wisatawan dan destinasi. Tanpa akses yang memadai, daya tarik yang tinggi sekalipun tidak akan optimal dalam menarik kunjungan. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa aksesibilitas yang baik secara signifikan meningkatkan intensitas kunjungan dan kepuasan wisatawan (Nopriana, 2024). Oleh karena itu, dalam penelitian ini aksesibilitas diukur berdasarkan persepsi kemudahan akses menuju kawasan.

Variabel keamanan dan kenyamanan (X4) didasarkan pada teori persepsi risiko dalam pariwisata (*tourism risk perception theory*), yang menyatakan bahwa rasa aman merupakan determinan utama dalam keputusan berkunjung dan kunjungan ulang. Dalam konteks destinasi perkotaan, faktor keamanan, kebersihan, dan keteraturan ruang publik menjadi aspek penting dalam membangun citra positif destinasi. Studi terkini menunjukkan bahwa keamanan dan keselamatan menjadi elemen strategis dalam kebijakan pengembangan destinasi, terutama pasca pandemi, karena wisatawan semakin sensitif terhadap isu keamanan (Kaszás & Keller, 2022). Oleh karena itu, keberadaan petugas keamanan dan rendahnya tingkat kejahatan di kawasan wisata menjadi indikator yang relevan dalam penelitian ini.

Terakhir, variabel promosi (X5) dipilih berdasarkan teori pemasaran destinasi (*destination marketing theory*) yang menekankan bahwa promosi berperan dalam membentuk citra destinasi serta memengaruhi persepsi dan niat berkunjung wisatawan. Promosi yang efektif melalui kampanye digital, media sosial, maupun penyelenggaraan event mampu meningkatkan visibilitas dan daya saing destinasi. Penelitian terbaru mengungkapkan bahwa strategi promosi yang terintegrasi secara digital memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan persepsi positif wisatawan dan peningkatan minat kunjungan (Sharafuddin, 2024). Dalam konteks Center Point of Indonesia, jangkauan kampanye promosi dan intensitas kegiatan promosi menjadi indikator penting dalam menilai efektivitas strategi pemasaran kawasan.

Dengan demikian, kelima variabel independen yang dipilih daya tarik, sarana dan prasarana, aksesibilitas, keamanan dan kenyamanan, serta promosi secara teoritis dan empiris merupakan determinan utama dalam model pengembangan destinasi wisata. Variabel-variabel tersebut saling berinteraksi dalam membentuk persepsi wisatawan dan menentukan keberhasilan pengembangan pariwisata kawasan Center Point of Indonesia sebagai destinasi unggulan Kota Makassar.

2.4. Metode Analisis

Metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Uji Instrumen Penelitian

Untuk menjamin kualitas data dalam penelitian ini, dilakukan pengujian terhadap instrumen penelitian melalui uji validitas dan reliabilitas. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan mampu menghasilkan data yang akurat, konsisten, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi dan kestabilan instrumen dalam mengukur suatu fenomena, di mana instrumen yang memiliki reliabilitas tinggi menunjukkan hasil pengukuran yang relatif tetap pada kondisi yang berbeda. Sementara itu, uji validitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan instrumen dalam mengukur variabel yang diteliti. Menurut Ferdinand (2006), instrumen yang valid adalah instrumen yang mampu mengukur secara tepat konsep yang hendak diteliti.

Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, tahap selanjutnya adalah melakukan uji asumsi klasik sebagai prasyarat dalam analisis regresi linear berganda. Uji asumsi klasik bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi kriteria statistik sehingga hasil analisis tidak bersifat bias. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal, karena model regresi yang baik memiliki residual yang menyebar secara normal (Ghozali, 2001). Selain itu, uji linearitas digunakan untuk menguji apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen bersifat linear, sesuai dengan asumsi dasar regresi linear.

Selanjutnya, uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan yang tinggi antarvariabel independen dalam model regresi, karena korelasi yang kuat dapat memengaruhi kestabilan koefisien regresi (Ghozali, 2001). Selain itu, uji determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yang tinggi menunjukkan bahwa model memiliki daya jelaskan dan daya prediksi yang baik. Dengan demikian, melalui pengujian validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik, penelitian ini diharapkan menghasilkan temuan yang objektif, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda (Multiple Linier Regretion) digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas (prediktor) terhadap variabel terikat.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n \dots\dots\dots (1)$$

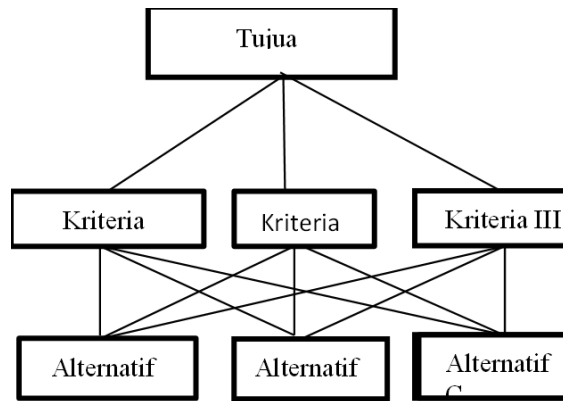
Dimana :

Y = variabel terikat a = konstanta

c. Analisis AHP (Analytical Hierarchy Process)

AHP dikembangkan Dr. Thomas L. Saaty dari Warthoon School of Business pada tahun 1970-an adalah metode untuk memecahkan suatu masalah yang kompleks dan tidak terstruktur kedalam kelompoknya, mengatur kelompok-kelompok tersebut kedalam suatu susunan hierarki, memasukkan nilai numerik sebagai pengganti persepsi manusia dalam melakukan perbandingan realtif dan akhirnya dengan suatu sintesis ditentukan elemn yang mempunyai prioritas tertinggi (Saaty, 1990). AHP merupakan metode memecah permasalahan yang komplek/ rumit dalam situasi yang tidak terstruktur menjadi bagianbagian komponen. Mengatur bagain atau variabel yang ada menjadi suatu bentuk susuna hierarki, kemudian memberikan nilai numerik dari setiap variabel dan mensitetis penilaian untuk variabel mana yang memiliki prioritas tertinggi yang akan mempengaruhi penyelesaian dari situasi tersebut.

Ada beberapa dasar yang harus dipahami dalam menyelesaikan persoalan dengan menggunakan metode AHP, diantara: Decomption, Comparative Descomption Mendefinisikan persoalan, dengan cara memecah persoalan yang utuh menjadi unsur- unsurnya dan digambarkan dalam bentuk hirarki.



Gambar 1. Hirarki AHP

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pembangunan Center Point of Indonesia yang terletak di antara Kecamatan Mariso dan kecamatan tamalate memberikan perubahan yang besar terhadap kondisi fisik wilayah perairan yang ada di Kecamatan Mariso dan Kecamatan Tamalate dalam beberapa tahun terakhir. Berikut merupakan gambar dari kawasan Center Point of Indonesia terbaru.



Gambar 2. Peta Lokasi Penelitian, Sumber : Citra Google Earth 2024

a. Daya Tarik

Kawasan CPI di Kota Makassar merupakan objek wisata menarik yang memadukan pesona budaya, sejarah dan perkembangan modern. Sebagai pusat serbaguna yang mencerminkan kekayaan warisan Indonesia, CPI menawarkan pengunjung pengalaman unik dengan banyak atraksi luar biasa. Di tengah kawasan CPI, para wisatawan atau masyarakat lokal bisa menjelajahi pesona sejarah dengan kekayaan warisan budaya, arsitektur, bangunan bersejarah dan monumen megah yang memperkaya pengalaman wisatawan dengan rasa kejayaan masa lalu dengan tetap mempertahankan nuansa kontemporer yang menawan. Daya tarik kawasan CPI ini juga diperkuat dengan keragaman kuliner yang memanjakan selera pengunjung. Meskipun kawasan CPI ini masih dalam tahap pembangunan akan tetapi dengan daya tarik yang dimiliki kawasan CPI ini sudah menarik berbagai para wisatawan masuk dan berpartisipasi dalam kegiatan – kegiatan didalam kawasan CPI ini.



Gambar 3. Daya Tarik
Sumber: Dokumentasi Survei 2024

b. Sarana dan Prasarana

Kawasan Center Point of Indonesia (CPI) di Kota Makassar sangat memukau dengan sarana dan prasarana yang lengkap, menciptakan lingkungan yang nyaman dan memadai untuk setiap pengunjung. Infrastruktur transportasi yang baik, termasuk parkir luas dan akses jalan yang mudah, menyediakan kenyamanan aksesibilitas. Pusat perbelanjaan modern juga menjadi pusat daya tarik dengan toko-toko berbagai merek lokal dan internasional, serta area bisnis yang memadai. Adapun fasilitas rekreasi dan hiburan seperti taman kota, tempat bermain anak, dan ruang publik yang ramai menjadi pusat keceriaan. Dalam upaya menjaga kesejahteraan pengunjung, CPI menyediakan fasilitas kesehatan dan keamanan yang baik, dengan petugas keamanan dan sistem keamanan modern.



Gambar 4. Sarana dan Prasarana
Dokumentasi Survei 2024

c. Aksesibilitas

Kawasan *Center Point of Indonesia* (CPI) di Kota Makassar mengedepankan aksesibilitas yang mudah dan menyeluruh, memastikan pengalaman yang nyaman bagi setiap pengunjung. Dengan infrastruktur transportasi yang canggih, termasuk jaringan jalan yang baik, parkir yang luas, dan fasilitas transportasi umum di sekitar, CPI memudahkan pengunjung dari berbagai lokasi masuk. Dengan berfokus pada aksesibilitas, CPI tidak hanya menjadi destinasi yang menarik secara visual, tetapi juga memastikan bahwa semua lapisan masyarakat dapat menikmati daya tarik dan fasilitas kawasan ini tanpa hambatan. Akan tetapi masih ada sedikit hambatan untuk

masuk dikawasan CPI seperti dijam 4 dan 5 sore sering terjadi kemacetan disepanjang jalan masuk CPI dan pantai losari selain itu ada sedikit pembeda antara jalan masuk ke lego-lego CPI dan masuk ke kawasan CBD



Gambar 5. Aksesibilitas
Dokumentasi Survei 2024

d. Keamanan dan Kenyamanan

Kawasan Center Point of Indonesia (CPI) di Kota Makassar mengutamakan keamanan dan kenyamanan pengunjung melalui pendekatan holistik. Dilengkapi dengan sistem keamanan modern, termasuk pemantauan CCTV dan kehadiran petugas keamanan profesional, akan tetapi masih ada sedikit hambatan seperti kurangnya SDM pengamanan dan keamanan dan kurangnya posko penjagaan didalam kawasan Center Point of Indonesia.



Gambar 6. Keamanan dan Kenyamanan
Dokumentasi Survei 2024

e. Promosi

Kawasan Center Point of Indonesia (CPI) di Kota Makassar menampilkan strategi promosi yang dinamis dan inklusif untuk menghadirkan daya tariknya kepada masyarakat. Melalui kampanye visual yang mengagumkan, media sosial yang aktif, kolaborasi dengan influencer lokal, partisipasi dalam event pariwisata, dan program diskon dan loyalty, CPI berhasil membangun citra positif yang menarik bagi pengunjung. Dengan berbagai inisiatif ini, kawasan ini tidak hanya mempromosikan daya tarik fisiknya, tetapi juga menciptakan pengalaman dan kesan positif yang memperkuat posisinya sebagai destinasi unggulan di Kota Makassar. Maka dari itu perlu adanya peningkatan lagi terkait promosi dan pemasaran destinasi pada kawasan CPI ini.



Gambar 7. Promosi
Dokumentasi Survei 2024

3.2. Konsep Kawasan Center Point of Indonesia Kota Makassar

Dengan konsep mega-complex berbentuk burung garuda, simbol kemegahan Indonesia, pengembangan lahan 157 HA ini adalah bagian dari visi kawasan baru yang disebut “The Center Point of Indonesia”. Area seluas 157 HA akan menjadi kawasan CBD CitraLand City, dan 50 HA akan dikembangkan Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan untuk fasilitas publik seperti taman kota, pantai, museum, tempat ibadah dan pusat hiburan. Adapun julukan dari kawasan CPI Kota Makassar sebagai berikut : Welcome to CitraLand City: Makassar’s Central Business District



Gambar 8. Konsep Kawasan Center Point of Indonesia
Sumber : <https://citralandcitymakassar.com/>

Bridge to The Future A Marvelous Urban Concept Sebagai kompleks kehidupan terpusat di Makassar, CitraLand City mengusung konsep kawasan CBD dimana tempat hunian, bisnis, dan hiburan terpadu dalam sebuah kompleks berkelas dunia dengan fasilitas lengkap untuk menunjang gaya hidup modern. CitraLand City akan menjadi titik pusat perekonomian kota Makassar yang tengah tumbuh pesat. Kawasan ini akan dipenuhi office towers dan office parks yang akan menjadi daya tarik komersil dan pertumbuhan peluang bisnis

3.3. Hasil Analisis Regresi Berganda

a. Hasil analisa persamaan Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan yang menunjukkan pengaruh variabel daya tarik, sarana dan prasarana, aksesibilitas, keamanan dan kenyamanan, serta promosi terhadap pengembangan pariwisata di kawasan Center Point of Indonesia. Nilai konstanta sebesar 0,760 dengan signifikansi < 0,001 menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen dianggap konstan, maka kawasan penelitian tetap memiliki potensi dasar yang positif dalam mendukung aktivitas pariwisata.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel daya tarik, sarana dan prasarana, aksesibilitas, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap pengembangan pariwisata dengan arah hubungan negatif. Daya tarik memiliki koefisien sebesar -0,169, sarana dan prasarana sebesar -0,159, aksesibilitas sebesar -0,125, dan promosi sebesar -0,080, seluruhnya dengan nilai signifikansi < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut secara statistik memengaruhi pengembangan pariwisata, namun belum memberikan dampak positif secara optimal.

Sementara itu, variabel keamanan dan kenyamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan koefisien sebesar 0,200 dan nilai beta tertinggi sebesar 0,425. Hasil ini menunjukkan bahwa keamanan dan kenyamanan merupakan faktor paling dominan dalam mendukung pengembangan pariwisata di kawasan penelitian. Secara keseluruhan, temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas keamanan dan kenyamanan perlu menjadi prioritas utama, disertai dengan evaluasi terhadap daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, dan promosi, guna mendukung pengelolaan kawasan wisata secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	,760	,042			18,268	<,001
Daya_Tarik	-,169	,031	-,346		-5,473	<,001
Sarana dan Prasarana	-,159	,038	-,245		-4,195	<,001
Aksesibilitas	-,125	,028	-,273		-4,398	<,001
Keamanan dan Kenyamanan	,200	,027	,425		7,358	<,001
Promosi	-,080	,025	-,195		-3,167	,002

a. Dependent Variable: Mendukung Pariwisata

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2024

Berdasarkan analisis data menggunakan SPSS, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$= 0.760 + -0.169x_1 + -0.159x_2 + -0.125x_3 + 0.200x_4 + -0.080x_5$$

b. Hasil Uji F

Berdasarkan hasil uji ANOVA pada model regresi, diperoleh nilai F sebesar 39,731 dengan tingkat signifikansi < 0,001. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bersifat

signifikan secara statistik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel daya tarik, sarana dan prasarana, aksesibilitas, keamanan dan kenyamanan, serta promosi secara simultan berpengaruh terhadap variabel pengembangan pariwisata di kawasan Center Point of Indonesia.

Selain itu, hasil analisis menunjukkan bahwa nilai sum of squares regresi sebesar 4,279 lebih besar dibandingkan dengan residual sebesar 2,456, yang mengindikasikan bahwa sebagian besar variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Nilai mean square regresi sebesar 0,856 dan residual sebesar 0,022 juga menunjukkan bahwa model memiliki tingkat kesalahan yang relatif kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi memiliki tingkat kecocokan yang baik dan layak digunakan sebagai dasar dalam pengujian hipotesis serta perumusan rekomendasi pengembangan pariwisata di kawasan penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,279	5	,856	39,731	<,001 ^b
	Residual	2,456	114	,022		
	Total	6,735	119			

a. Dependent Variable: Mendukung Pariwisata

b. Predictors: (Constant), Promosi, Keamanan dan Kenyamanan, Sarana dan Prasarana, Aksesibilitas, Daya Tarik

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2024

c. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Berdasarkan hasil analisis model summary, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,863 yang menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel daya tarik, sarana dan prasarana, aksesibilitas, keamanan dan kenyamanan, serta promosi dengan variabel pengembangan pariwisata di kawasan Center Point of Indonesia. Nilai R yang tinggi mengindikasikan bahwa kombinasi variabel independen dalam model memiliki keterkaitan yang erat dalam memengaruhi tingkat dukungan kawasan terhadap aktivitas pariwisata.

Selanjutnya, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,745 menunjukkan bahwa sebesar 74,5% variasi dalam variabel pengembangan pariwisata dapat dijelaskan oleh variabel daya tarik, sarana dan prasarana, aksesibilitas, keamanan dan kenyamanan, serta promosi. Sementara itu, sisanya sebesar 25,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,734 memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa model tetap memiliki daya jelaskan yang tinggi setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen. Selain itu, nilai standar error of the estimate sebesar 0,123 menunjukkan bahwa tingkat kesalahan prediksi model relatif kecil, sehingga model regresi ini dapat dinyatakan baik dan layak digunakan dalam analisis pengembangan pariwisata kawasan penelitian.

Tabel 3. Hasil Koefisiensi Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,863 ^a	,745	,734	,123

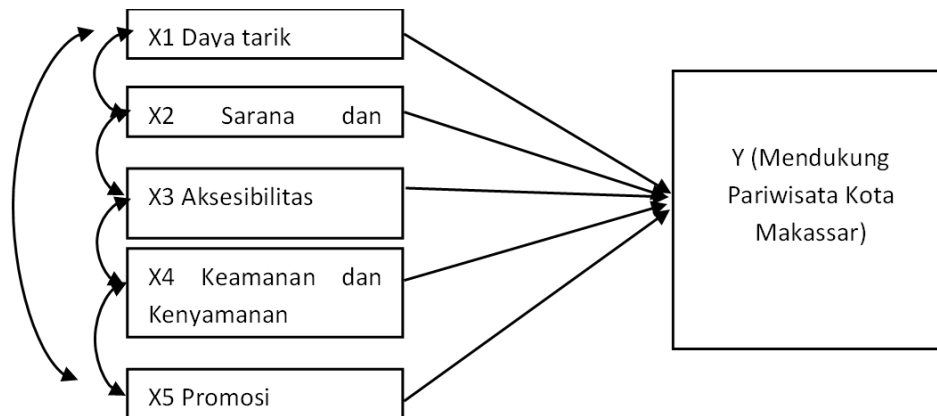
a. Predictors: (Constant), Promosi, Aksesibilitas, Daya Tarik, keamanan, kenyamanan, Sarana Prasarana

b. Dependent Variable: Mendukung Pariwisata

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 3 diketahui R Square = 0.745 dapat disimpulkan bahwa jumlah daya tarik, sarana dan prasarana, aksesibilitas, keamanan dan kenyamanan dan promosi berpengaruh sebesar 74,5% dalam mendukung pariwisata kota makassar, sedangkan sisanya sebesar 24,5 .% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model. Karena nilai R Square dibawah 5% atau cenderung mendekati 0 maka dapat disimpulkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel amat terbatas.

d. Model Regresi



Gambar 8. Konsep Kawasan Center Point of Indonesia

Diagram jalur tersebut terdiri atas persamaan struktural dengan hanya satu substruktural yaitu X1, X2, X3, X4 dan X5 disebut variabel eksogen dan Y sebagai variabel endogen dengan persamaan struktural sebagai berikut : $Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \epsilon$

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SPSS diperoleh persamaan :

$$Y = -0.160X_1 + -0.264X_2 + -0.546X_3 + 0.489X_4 + 0.378X_5 + \epsilon$$

Dari hasil analisis diatas diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- Pengaruh variabel Daya Tarik (X1) dalam mendukung pariwisata kota makassar (Y) sebesar -0.160 atau -16%. dan diperoleh nilai signifikan $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan X1 terhadap Y.
- Pengaruh variabel Sarana dan Prasarana (X2) dalam mendukung pariwisata kota makassar (Y) sebesar -0.264 atau -26,4%. dan diperoleh nilai signifikan $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan X2 terhadap Y.
- Pengaruh variabel Aksesibilitas (X3) dalam mendukung pariwisata kota makassar (Y) sebesar -0.546 atau -54,6%. dan diperoleh nilai signifikan $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh X3 terhadap Y.
- Pengaruh variabel Keamanan dan Kenyamanan (X4) dalam mendukung pariwisata kota makassar (Y) sebesar 0.489 atau 48.9%. dan diperoleh nilai signifikan $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh X4 terhadap Y.
- Pengaruh variabel Promosi (X5) dalam mendukung pariwisata kota makassar (Y) sebesar 0.378 atau 37.8%. dan diperoleh nilai signifikan $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh X5 terhadap Y.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, variabel daya tarik, sarana dan prasarana, aksesibilitas, keamanan dan kenyamanan dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan dalam mendukung pariwisata kota makassar

3.4. Hasil Analisis Hirarki Proses (AHP)

Analisis prioritas strategi pengembangan *center point of indonesia* kota makassar dilakukan dengan dasaran persepsi dari *stakeholder*. Analisis prioritas strategi pengembangan *center point of indonesia* kota makassar dilakukan dengan menggunakan metode Analytical hierarchy process (AHP). Persepsi *stakeholder* digunakan dalam analisis prioritas strategi pengembangan *center point of indonesia* kota makassar direncanakan, dibangun, dipelihara oleh Stakeholder seperti pemerintah kota dan pihak-pihak lain yang memiliki bidang terkait strategi pengembangan. Kriteria yang digunakan dalam AHP adalah 9 parameter *walkability* yang disimbolkan dari K1 sampai K9.

Tabel 4. Simbol Kriteria AHP

Simbol	Kriteria AHP
K1	Peningkatan Infrastruktur
K2	Pengembangan Pariwisata lokal
K3	Pengembangan Aksesibilitas Transportasi
K4	Pelatihan dan Pendidikan untuk pengembangan SDM lokal
K5	Kemitraan dengan pelaku usaha lokal
K6	Pemberdayaan komunitas lokal
K7	Penambahan SDM dalam keamanan dan pengawasan
K8	Pembangunan fasilitas publik
K9	Promosi dan Pemasaran destinasi

Sumber: Hasil analisis, 2024

Kepala bagian Developer Pemasaran Ciputra Yasmin adalah Stakeholder 1 yang memberi persepsi terkait analisis prioritas Strategi pengembangan kawasan center point of indonesia kota makassar. Berikut adalah hasil perbandingan berpasangan menurut persepsi stakeholder 1 pada (Tabel 5) dibawah ini;

Tabel 5. Perbandingan Berpasangan Strategi Pengembangan Kawasan CPI Kota Makassar berdasarkan Persepsi Kepala bagian Developer Pemasaran Ciputra Yasmin

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9
K1	1	3	1	1/3	1/3	1	1/3	1/3	1/5
K2	1/3	1	3	1/3	1	1/3	1/5	1/3	1/7
K3	1	1/3	1	1/3	1/3	1/3	1/3	1/5	1/5
K4	3	3	3	1	1/3	3	1/3	1	1/3
K5	3	1	3	3	1	3	3	1	1/3
K6	1	3	3	1/3	1/3	1	1/3	1	1/3
K7	3	5	3	3	1/3	3	1	3	1
K8	3	5	3	1	1	1	1/3	1	1/3
K9	5	7	5	3	3	3	1	3	1

Sumber: Hasil analisis, 2024

Tabel 6. Vektor Prioritas Strategi Pengembangan Kawasan CPI Kota Makassar berdasarkan Persepsi Kepala bagian Developer Pemasaran Ciputra Yasmin

Kriteria	VP	λ_{maks}	CI	RI	CR
K1	0,052	1,05	0,15	1,45	0,10
K2	0,049	1,29			
K3	0,034	0,92			
K4	0,102	1,25			
K5	0,164	1,26			
K6	0,070	1,10			
K7	0,179	1,22			
K8	0,105	1,14			
K9	0,245	0,95			

Sumber: Hasil analisis, 2024

Penilaian berdasarkan persepsi stakeholder 1 didapatkan kriteria K9 atau pembangunan fasilitas publik yang menjadi kriteria paling diprioritaskan karena mempunyai nilai VP tertinggi yaitu 0,245. Persepsi stakeholder 1 memiliki nilai CR 0,10 yang artinya telah konsisten karena $<0,10$ (Tabel 6)

Kepala Bidang Pengembangan Destinasi & Industri Pariwisata dari Dinas Pariwisata Kota Makassar adalah stakeholder 2 yang memberi persepsi terkait analisis prioritas Strategi pengembangan kawasan center point of indonesia di kota makassar. Berikut adalah hasil perbandingan berpasangan menurut persepsi stakeholder 2 pada (tabel 7) dibawah ini.

Tabel 7. Perbandingan Berpasangan Strategi Pengembangan Kawasan CPI Kota Makassar Berdasarkan Kepala Bidang Pengembangan Destinasi & Industri Pariwisata dari Dinas Pariwisata Kota Makassar

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9
K1	1	1/3	1	1/3	1/5	1/3	1/3	1/7	1/5
K2	3	1	3	1	3	1	1/3	1	1
K3	1	1/3	1	1/5	1	1/3	1/5	1/3	1/3
K4	3	1	5	1	3	3	1	1	1
K5	5	1/3	1	1/3	1	1	1/3	3	1/3
K6	3	2	3	1/3	1	1	1/3	1	1/3
K7	3	3	5	1	3	3	1	3	3
K8	7	1	3	1	1/3	1	1/3	1	1/3
K9	5	1	3	1	3	3	1/3	3	1

Sumber: Hasil analisis, 2024

Tabel 8. Vektor Prioritas Strategi Pengembangan Kawasan CPI Kota Makassar Berdasarkan Kepala Bidang Pengembangan Destinasi & Industri Pariwisata dari Dinas Pariwisata Kota Makassar

Kriteria	VP	λ_{maks}	CI	RI	CR
K1	0,035	1,076	0,137	1,45	0,09
K2	0,111	1,105			
K3	0,038	0,954			
K4	0,158	0,981			
K5	0,086	1,335			
K6	0,090	1,181			
K7	0,227	0,948			
K8	0,100	1,350			
K9	0,155	1,169			

Sumber: Hasil analisis, 2024

Berdasarkan hasil analisis (2024), penilaian yang dilakukan oleh stakeholder 2 menunjukkan bahwa kriteria K7, yaitu penambahan sumber daya manusia (SDM) dalam aspek keamanan dan kenyamanan, menjadi prioritas utama dalam strategi pengembangan kawasan Center Point of Indonesia karena memiliki nilai value priority (VP) tertinggi sebesar 0,227. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas dan kuantitas personel keamanan dipandang sebagai faktor strategis dalam menciptakan lingkungan wisata yang aman dan nyaman. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang menegaskan bahwa keamanan dan kualitas pelayanan menjadi determinan utama dalam meningkatkan kepuasan serta kepercayaan wisatawan terhadap suatu destinasi (Kaszás & Keller, 2022; Su et al., 2021). Selain itu, nilai consistency ratio (CR) sebesar 0,09 ($< 0,10$) menunjukkan bahwa penilaian stakeholder 2 telah memenuhi kriteria konsistensi dalam metode AHP, sehingga hasil prioritas yang diperoleh dapat dinyatakan valid secara metodologis.

Selanjutnya, wisatawan di kawasan CPI Kota Makassar bertindak sebagai stakeholder 3 yang memberikan persepsi terhadap analisis prioritas strategi pengembangan kawasan. Keterlibatan wisatawan sebagai responden utama mencerminkan pendekatan partisipatif dalam perencanaan pariwisata, karena wisatawan merupakan pihak yang secara langsung merasakan kualitas layanan dan lingkungan destinasi. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa integrasi perspektif wisatawan dalam proses perumusan kebijakan destinasi mampu meningkatkan relevansi dan efektivitas strategi pengembangan (Nunkoo et al., 2023; Bello et al., 2021). Oleh karena itu, hasil perbandingan berpasangan berdasarkan persepsi stakeholder 3 sebagaimana disajikan pada Tabel 9 menjadi bagian penting dalam memahami preferensi pengguna kawasan terhadap arah pengembangan Center Point of Indonesia di Kota Makassar.

Tabel 9. Perbandingan Berpasangan Strategi Pengembangan Kawasan CPI Kota Makassar Berdasarkan Persepsi Wisatawan di kawasan CPI Kota Makassar

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9
K1	1	1/3	1/3	1	1/3	1/5	1/3	1/3	1/5
K2	3	1	3	3	3	1/3	1	3	1/3
K3	3	1/3	1	1/3	1	1/5	1/3	1/2	1/3
K4	1	1/3	3	1	1/3	1	1/3	1/3	1
K5	3	1/3	1	3	1	1/3	1/3	1	1/3

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9
K6	5	3	5	1	3	1	1	3	1
K7	5	1	3	3	3	1	1	3	1
K8	3	1/3	2	3	1	1/3	1/3	1	1/3
K9	5	3	3	1	3	1	1	3	1

Sumber: Hasil analisis, 2024

Tabel 10. Vektor Prioritas Strategi Pengembangan Kawasan CPI Kota Makassar Berdasarkan Persepsi Wisatawan di Kawasan Cpi Kota Makassar

Kriteria	VP	λ_{maks}	CI	RI	CR
K1	0,033	0,960	0,134	1,45	0,09
K2	0,136	1,311			
K3	0,051	1,086			
K4	0,082	1,342			
K5	0,075	1,181			
K6	0,191	1,028			
K7	0,171	0,943			
K8	0,081	1,222			
K9	0,180	0,995			

Sumber: Hasil analisis, 2024

Berdasarkan penilaian persepsi stakeholder 3, kriteria K6 yaitu pemberdayaan komunitas lokal menjadi prioritas utama dalam strategi pengembangan kawasan Center Point of Indonesia karena memiliki nilai value priority (VP) tertinggi sebesar 0,191. Hasil ini menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat lokal dipandang sebagai faktor penting dalam mendukung keberlanjutan destinasi wisata. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menegaskan bahwa pemberdayaan komunitas lokal berperan dalam meningkatkan kualitas layanan, memperkuat identitas destinasi, serta menciptakan rasa memiliki terhadap kawasan wisata (Rasoolimanesh et al., 2021; Zhang et al., 2022). Selain itu, nilai consistency ratio (CR) sebesar 0,09 ($< 0,10$) menunjukkan bahwa penilaian stakeholder 3 telah konsisten dan dapat diterima secara metodologis, sehingga hasil prioritas yang diperoleh dapat dijadikan dasar dalam perumusan strategi pengembangan.

Hasil perhitungan gabungan persepsi stakeholder diperoleh dari integrasi penilaian stakeholder 1 (Kepala Bagian Developer Pemasaran Ciputra Yasmin), stakeholder 2 (Kepala Bidang Pengembangan Destinasi dan Industri Pariwisata Dinas Pariwisata Kota Makassar), dan stakeholder 3 (wisatawan di kawasan CPI Kota Makassar). Penggabungan persepsi ini bertujuan untuk memperoleh pandangan yang komprehensif dari pihak pengelola, pemerintah, dan pengguna kawasan. Secara teoritis, pendekatan multi-stakeholder dalam perencanaan pariwisata dinilai mampu meningkatkan kualitas pengambilan keputusan karena mempertimbangkan berbagai kepentingan dan sudut pandang (Bello et al., 2021; Nunkoo et al., 2023). Dengan demikian, hasil gabungan persepsi ketiga stakeholder melalui metode AHP dapat digunakan sebagai dasar yang objektif dan representatif dalam merumuskan strategi pengembangan kawasan CPI Kota Makassar secara berkelanjutan.

Tabel 11. Hasil Perhitungan Gabungan Stakeholder

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9
K1	1	12/9	7/9	5/9	2/7	1/2	2/7	1/4	1/5
K2	21/9	1	3	14/9	21/3	2/5	1/2	14/9	1/2
K3	12/3	1/3	1	2/7	7/9	2/7	2/7	1/3	2/7
K4	21/3	14/9	32/3	1	12/9	21/3	5/9	7/9	7/9
K5	32/3	5/9	12/3	21/9	1	14/9	12/9	12/3	1/3
K6	3	22/3	32/3	5/9	14/9	1	5/9	12/3	5/9
K7	32/3	3	32/3	21/3	21/9	21/3	1	3	12/3
K8	5	32/3	32/3	12/3	3	21/3	7/9	1	1/3
K9	5	32/3	32/3	12/3	3	21/3	7/9	3	1

Sumber: Hasil analisis, 2024

Tabel 12. Kriteria Yang diPrioritaskan untuk diPerbaiki Hasil Perhitungan Gabungan Persepsi Stakeholder terhadap Kriteria Strategi Pengembangan Kawasan CPI Kota Makassar

Kriteria	VP yang Diperbaiki	Rangking Priorias yang Diperbaiki
K1	0,0412	VIII
K2	0,0994	VI
K3	0,0404	IX
K4	0,1126	IV
K5	0,1148	III
K6	0,1120	V
K7	0,1951	I
K8	0,0954	VII
K9	0,1891	II

Sumber: Hasil analisis, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan gabungan persepsi stakeholder dengan analisis Analytical Hierarchy Process (AHP), kriteria K7 yaitu penambahan sumber daya manusia (SDM) dalam aspek keamanan dan kenyamanan menjadi prioritas utama untuk diperbaiki karena memiliki nilai value priority (VP) tertinggi sebesar 0,1951. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas sumber daya manusia dan sistem keamanan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan serta loyalitas wisatawan terhadap suatu destinasi (Kaszás & Keller, 2022; Su et al., 2021). Keberadaan petugas yang memadai dan profesional mampu menciptakan rasa aman dan nyaman, sehingga memperkuat citra positif destinasi wisata.

Selanjutnya, kriteria K9 yaitu optimalisasi pemasaran dan destinasi menempati prioritas kedua dengan nilai VP sebesar 0,1891. Hasil ini menunjukkan bahwa strategi promosi dan pemasaran masih menjadi aspek penting dalam meningkatkan daya saing kawasan wisata. Penelitian internasional menunjukkan bahwa pemasaran destinasi yang terintegrasi, khususnya melalui media digital dan penyelenggaraan event, berperan signifikan dalam membentuk persepsi wisatawan dan meningkatkan minat berkunjung (Sharafuddin, 2024; Mariani et al., 2022). Sementara itu, kriteria K3 yaitu pengembangan aksesibilitas transportasi menjadi prioritas terakhir dengan nilai VP terendah sebesar 0,0404, yang mengindikasikan bahwa aspek aksesibilitas dinilai relatif lebih baik atau kurang mendesak untuk ditingkatkan dibandingkan kriteria lainnya. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa apabila akses dasar telah terpenuhi, maka perhatian pengelola destinasi cenderung bergeser pada aspek kualitas layanan dan pengalaman wisatawan (González-Rodríguez, 2023).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi penataan Kawasan Center Point of Indonesia dalam mendukung pariwisata Kota Makassar meliputi daya tarik, sarana dan prasarana, aksesibilitas, keamanan dan kenyamanan, serta promosi. Kelima variabel tersebut terbukti secara statistik memiliki pengaruh terhadap tingkat dukungan kawasan terhadap pengembangan pariwisata, sehingga menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan dalam proses perencanaan dan pengelolaan kawasan.

Adapun arahan pengembangan Kawasan Center Point of Indonesia untuk meningkatkan pariwisata Kota Makassar difokuskan pada peningkatan aksesibilitas melalui perbaikan kualitas dan kapasitas jaringan jalan, pengoptimalan sumber daya manusia khususnya dalam bidang keamanan dan pengawasan guna menciptakan rasa aman dan nyaman bagi pengunjung, serta penyusunan strategi promosi dan pemasaran yang lebih efektif dan terintegrasi untuk meningkatkan citra dan daya saing destinasi CPI di Kota Makassar. Langkah-langkah tersebut diharapkan mampu memperkuat fungsi kawasan sebagai destinasi wisata unggulan yang berkelanjutan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Bello, F. G., Lovelock, B., & Carr, N. (2021). Stakeholder collaboration and tourism planning: A systematic review. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100783.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2021). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- González-Rodríguez, M. R. (2023). Tourist destination competitiveness and performance analysis. *Tourism Management Perspectives*, 45, 101037.
- Guest, G., MacQueen, K. M., & Namey, E. E. (2021). *Applied thematic analysis* (2nd ed.). SAGE Publications.

- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *Journal of Marketing Theory and Practice*, 29(3), 409–418. <https://doi.org/10.1080/10696679.2020.1807621>
- Johnston, M. P. (2021). Secondary data analysis: A method of which the time has come. *Qualitative and Quantitative Methods in Libraries*, 10(3), 215–224.
- Kaszás, N., & Keller, K. (2022). The emergence of safety and security in the tourism strategies of EU member states. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 42(2), 546–554.
- Lyu, H., Yang, X., & Ji, X. (2025). Overtourism to Equilibrium: A System Dynamics & Multi-Objective Model for Sustainable Destinations.
- Mariani, M. M., Borghi, M., & Gretzel, U. (2022). Online reviews, destination branding, and destination marketing. *Journal of Destination Marketing & Management*, 23, 100673.
- Nunkoo, R., Thelwall, M., Ladsawut, J., & Goolaup, S. (2023). Stakeholder engagement and sustainable tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(4), 875–894.
- Rasoolimanesh, S. M., Ramakrishna, S., Hall, C. M., Esfandiar, K., & Seyfi, S. (2021). Community participation and sustainable tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20.
- Sakharina, I. K. (2025). Work and Lives in Makassar Coastal Community.
- Saleh, H., et al. (2023). Impact and Sustainability of Regional Development Center Point of Indonesia Makassar.
- Sharafuddin, M. A. (2024). Assessing the effectiveness of digital marketing in shaping tourists' perceptions and behaviour. *Businesses*, 14(11), 273.
- Su, L., Huang, S., & Pearce, J. (2021). Toward a model of destination social responsibility. *Tourism Management*, 83, 104221.
- The Paradox of Coastal Modernization: Urban Transformation in Makassar's Centre Point of Indonesia (2025).
- Xiao, M., Sakai, T., Murakami, D., & Takayama, Y. (2025). When Does Tourism Raise Land Prices? Threshold Effects, Superstar Cities, and Policy Lessons from Japan.
- Zhang, H., Xu, F., Leung, H. H., & Cai, L. A. (2022). Destination image and community participation in tourism development. *Tourism Management*, 88, 104404.