

**STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR PERBATASAN
INDONESIA-PAPUA NEW GUINEA SEBAGAI WISATA BELANJA
DI DISTRIK MUARA TAMI, KOTA JAYAPURA-PAPUA**
**(DEVELOPMENT STRATEGY OF INDONESIA-PAPUA NEW GUINEA
BORDER MARKET AS SHOPPING TOURISM IN MUARA TAMI DISTRIK
JAYAPURA-PAPUA)**

Ibnu Sasongko, Mohammad Reza, Neson Elabi
Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Nasional Malang
Jl. Bendungan Sigura No.02 Malang Telp (0341) 551431 51301
e-mail:elabyneson@gmail.com

ABSTRAK

Kawasan perbatasan RI-PNG di Skouw Jayapura menjadi satu-satunya kawasan perbatasan yang berada dalam administrasi ibu kota propinsi di Indonesia sehingga menjadi berbeda dengan perbatasan wilayah lain di Indonesia, sehingga strategis untuk dikembangkan sebagai kawasan perdagangan antar negara. Hal ini didukung dengan keberadaan pasar perbatasan Skouw Kota Jayapura yang menjadi pusat distribusi barang dan jasa antara masyarakat Indonesia dengan PNG. Pasar perbatasan Skouw juga sebagai tempat berwisata bagi masyarakat lokal kota Jayapura.

Upaya yang dilakukan bertujuan untuk mengembangkan pasar perbatasan Indonesia-PNG Skouw sebagai wisata belanja. Dalam pengembangannya metode Analisa yang di gunakan adalah deskriptif kualitatif untuk mengidentifikasi kondisi pasar, serta analisa SWOT dan IFAS- EFAS untuk menyusun strategi pengembangan pasar sebagai wisata belanja.

Sehingga analisis SWOT dalam menyusun strategi pengembangan pasar perbatasan Skouw Jayapura adalah penataan ulang pasar, penyediaan sarana dan prasarana pendukung, penyediaan rute angkutan umum, pemerataan distribusi jaringan listrik dan air bersih serta melibatkan masyarakat lokal dalam pengembangan pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea di Skouw Jayapura.

Kata kunci: Pasar Perbatasan, Wisata Belanja, Strategi Pengembangan

ABSTRACT

Border area of RI-PNG in Skouw Jayapura being the only one area of the border that are in capital of the province administrative in Indonesia, it is be different than the elsewhere border in Indonesia, to be developed as a trade strategic area between countries. This is supported by the existence of border market in Skouw Jayapura that became a center of goods and services distribution between Indonesia people's with PNG. The market place also as border sightseeing for the community of the Jayapura city.

The development efforts undertaken aims to develop Indonesia-PNG border market in Skouw as shopping tourism. In this development the analysis method used is descriptive kualitative to identify market conditions, and SWOT and IFAS- EFAS analysis for market development strategy as a shopping tourism.

According SWOT analysis, border market development strategy is rearrangement of markets, providing supporting infrastructure and facilities, the provision of public transport routes, equitable distribution of electricity and clean water networks as well as involving local communities in the development of border markets Indonesia-Papua New Guinea in Skouw Jayapura.

Keywords: Border Market, Shopping Tourism, Development Strategy

PENDAHULUAN

Indonesia terdapat empat propinsi perbatasan dan 15 Kabupaten atau Kota yang masing-masing wilayahnya memiliki karakteristik kawasan perbatasan yang berbeda-beda. Banyaknya wilayah perbatasan yang jauh dari pusat kota membuat kawasan perbatasan sering tertinggal dari segi pembangunan. Selain dari segi pembangunan, persepsi bahwa kawasan perbatasan merupakan kawasan yang perlu diawasi secara ketat karena sering menjadi tempat persembunyian para pemberontak telah mengakibatkan kawasan perbatasan di beberapa daerah menjadi daerah yang kurang tersentuh oleh pembangunan, khususnya pembangunan di bidang sosial dan ekonomi, sehingga masyarakat di daerah perbatasan pada umumnya miskin, akibatnya banyak yang berorientasi kepada negara tetangga¹. Hal ini disampaikan juga oleh Hamid, yang berpendapat bahwa wilayah perbatasan di negara Republik Indonesia (RI) justru kurang berkembang dikarenakan pembangunan yang tidak merata di wilayah perbatasan dan masih jauh tertinggal dibandingkan pembangunan di wilayah negara tetangga. Selain itu, Kondisi ekonomi masyarakat di wilayah perbatasan yang masih rendah memacu ketertinggalan wilayah. (Hamid, et al, 2001 dalam Samsul Ma'rif 2012).

Kawasan perbatasan RI-PNG di Jayapura menjadi satu-satunya kawasan perbatasan yang berbatasan langsung dengan ibu kota propinsi, sehingga kawasan perbatasan RI-PNG di Jayapura menjadi berbeda dengan kawasan perbatasan wilayah lain, sehingga menjadi strategis untuk dikembangkan sebagai kawasan perdagangan antar negara.

Pengembangan Pasar perbatasan sebagai pariwisata juga didukung oleh beberapa faktor diantaranya kondisi alam yang indah karena pengunjung bisa melihat langsung hamparan laut samudera pasifik (*something to see*). Barang-barang yang dijual di pasar perbatasan juga berbagai macam ragam mulai dari makanan, alat-alat kerja.

KAJIAN PUSTAKA

Kawasan perbatasan negara adalah wilayah negara yang secara geografis berbatasan langsung dengan negara tetangga, di daratan, lautan, maupun udara, yang batasnya ditetapkan sesuai fungsi pertahanan dan keamanan negara, pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat, serta kelestarian lingkungan hidup (Samsul Ma'rif, 2012). Berbedah dengan Guo, (2004) yang mendefinisikan kawasan perbatasan sebagai suatu sistem geografis yang terdiri dari dua atau lebih batas buatan manusia yang ditentukan menurut hukum politik. Sehingga Guo, (2004:11-16) membedakan tipologi kawasan perbatasan secara

fisik dan ekonomi. Secara fisik, diklasifikasikan menjadi perbatasan alam dan perbatasan buatan dan secara ekonomi dapat dibedakan menjadi kawasan perbatasan yang relatif maju, sudah berkembang namun belum maju, dan kawasan yang relatif masih terisolir.

Dari aspek pasar, Gilarso (2004:154) dalam Tri Widodo, (2013) membagi pengertian pasar dalam arti sempit dan arti luas. Pengertian pasar dalam arti sempit adalah suatu tempat dimana pada hari tertentu para penjual dan pembeli dapat bertemu untuk jual beli barang. dalam arti yang lebih luas yaitu dimana pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi jual beli tidak lagi terbatas pada suatu tempat tertentu saja maupun pada hari tertentu.

Dari aspek pariwisata, F. Weber (2006) mendefinisikan pariwisata adalah kegiatan rekreasi di luar domisili untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin atau mencari suasana lain. Tujuan dan motivasi wisatawan dalam berwisata bermacam-macam, menurut Crompton, motivasi utama bagi kebanyakan orang, berwisata adalah istirahat dari rutinitas normal (Crompton 1979) dalam Timothy, 1995).

Dalam perkembangannya, pariwisata kini menjadi sebuah industri. Sehingga menjadi salah satu industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya (Pendit, 2006) dalam (Wahyudi Saputra, dkk, 2014

Freyer, (1993: 121), menjelaskan Industri Pariwisata adalah semua usaha yang menghasilkan barang dan jasa bagi pariwisata

Komponen wisata

Komponen pariwisata terdiri dari beberapa komponen, salah satunya adalah wisatawan. Weaver dan Lawton (2006), dalam Patria (2014) mendefinisikan Wisatawan sebagai seseorang yang melakukan perjalanan di luar dari lingkungan tempat tinggalnya untuk sementara waktu untuk tujuan tertentu. faktor yang mendorong manusia berwisata adalah

- Keinginan untuk melepaskan diri dari tekanan hidup sehari-hari di kota, keinginan untuk mengubah suasana dan memanfaatkan waktu senggang.
- Kemajuan pembangunan dalam bidang komunikasi dan transportasi
- Keinginan untuk melihat dan memperoleh pengalaman-pengalaman baru mengenai budaya masyarakat di tempat lain.
- Meningkatnya pendapatan yang memungkinkan seorang dapat dengan bebas melakukan perjalanan yang jauh dari tempat tinggalnya.

Menurut, Pitana, (2005) dalam I Made Subrata, dkk (2015) elemen pariwisata lainnya adalah, fasilitas yang dibutuhkan wisatawan tersebut memenuhi persyaratan dimana wisatawan

¹ Disampaikan oleh Kepala BAKOSURTANAL pada forum Koordinasi dan Konsultasi Pembangunan Wilayah Perbatasan dan Pulau-Pulau Kecil terluar, Jakarta 2006

menginginkan adanya *something to see, something to do, something to buy* pada saat mengunjungi suatu daya tarik wisata. Kedatangan wisatawan ke suatu daerah tujuan . hal ini didukung oleh kondisi aksesibilitas. Sehingga Oka A. Yoeti (2005: 4) mendefinisikan, Aksesibilitas daerah tujuan wisata adalah semua yang dapat memberi kemudahan kepada wisatawan untuk datang berkunjung pada suatu daerah wisata.

Pariwisata terdiri dari beberapa elemen yang tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lain, dalam Damanik dan F. Weber, (2006) menyebutkan daerah tujuan wisata dipengaruhi juga dengan tiga elemen penawaran wisata yang disebut dengan "Triple A's" yaitu Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas;

- a. *Atraksi* dapat diartikan sebagai objek wisata (baik yang bersifat *Tangible* maupun *untangible*) yang memberikan kenikmatan kepada wisatawan. Atraksi dapat dibagi menjadi tiga, yakni alam, budaya dan buatan
- b. *Aksesibilitas* mencakup keseluruhan infrastruktur transportasi yang menghubungkan wisatawan dari, ke, dan selama wisatawan di daerah tujuan wisata, (Inskeep, 1994), mulai dari darat, laut, sampai udara.

Amenitas adalah infrastruktur yang sebenarnya tidak terkait langsung dengan pariwisata namun sering menjadi kebutuhan wisatawan. Misalnya, bank, penukaran uang, telekomunikasi, persewaan (Rental), dan Seterusnya. Lebih lanjut, Oka A. Yoeti, (2005). Mendefinisikan atraksi wisata adalah semua yang menjadi daya tarik mengapa wisatawan tertarik datang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata. Sedangkan Timothy (1995) mengartikan Atraksi wisata adalah peristiwa, tempat, atau benda yang menarik pengunjung dari dekat dan jauh

Sala satu atraksi wisata saat ini adalah wisata belanja. Saat ini belanja menjadi aktivitas bagi sebagian orang untuk mengisi waktu luang, hanya untuk melihat-lihat dan membeli barang. Namun seiring berjalannya waktu, belanja menjadi salah satu daya tarik wisata tersendiri. Menurut Dallen J Timothy (2005:16) yang dikutip dalam Eva Mardiyana, dkk (2010) Wisata Belanja telah menjadi salah satu kegiatan rekreasi yang berpengaruh pada faktor sosial, budaya, ekonomi, psikologis, lingkungan. *Shopping Tourism* atau wisata belanja telah berubah dan memiliki dampak besar pada perencanaan korporasi dan ritel. Kegiatan wisata belanja tidak selalu fokus pada kegiatan belanja barang, tetapi juga merupakan kombinasi antara hiburan yang diberikan melalui pemilihan barang dan perjalanan yang menyenangkan (Delia dan Thomzs, 2012).

Selanjutnya Menurut Butler yang dikutip oleh J Timothy (2005:42) dalam Eva Mardiyana, (2010) menjelaskan tentang bentuk-bentuk belanja (*shopping*) menjadi dua, yaitu belanja sebagai

bentuk pariwisata, dan belanja sebagai aktivitas liburan. Pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan (Anonim, 2013) dalam (Dwi Susanti, 2014). Sedangkan Pengembangan wilayah merupakan upaya mengawinkan secara harmonis sumber daya alam, manusia dan teknologi, dengan memperhitungkan daya tampung lingkungan itu sendiri

Selanjutnya pengembangan wilayah perbatasan diartikan sebagai suatu cara untuk mentransformasi suatu kawasan yang dihuni penduduk dengan berbagai permasalahan sosial dan ekonomi, menuju kepada wilayah yang maju, di mana komunitasnya mendapatkan kesejahteraan yang lebih baik dan kualitas hidup setara dengan masyarakat di wilayah non-perbatasan (Bappenas, 2006) dalam. Yudaruddin dan Hilmawan, (2012). Menurut Wu (2001), dalam Kurniadi (2009) menjelaskan terdapat tiga faktor penting dalam kaitannya dengan pengembangan kawasan perbatasan , yaitu: pengembangan yang didahului oleh perencanaan dan pengembangan *infrastruktur* (sebelum kegiatan pengembangan ekonomi), pengembangan *investasi* di sektor swasta, dan pengembangan *program kebijakan*.

METODE PENELITIAN

1. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan Jenis penelitian kualitatif, sedangkan Metode pengumpulan datanya meliputi survey primer dan sekunder. Survey primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini melalui observasi, wawancara dan kuisioner. Observasi adalah dari peneliti secara langsung atau tidak langsung terhadap objek penelitian Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Dalam penelitian kualitatif teknik wawancara terbagi menjadi 3, yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi-terstruktur, dan wawancara mendalam (*in-depth interview*).²

Populasi dalam penelitian pengembangan pasar perbatasan sebagai wisata belanja ini, yaitu Pengunjung pasar perbatasan, Pedagang dan masyarakat lokal. Jumlah pengunjung pasar perbatasan pada tahun 2016 mencapai 103.056 pengunjung. maka rata-rata pengunjung setiap bulan adalah sebanyak 8.588 orang setiap bulan, atau 2.147 pengunjung setiap minggunya. Adapun teknik sampling yang digunakan adalah non probability sampling dimana jenis yang dipilih adalah *Sampling Insidental*. Sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang

² Sugiyono, 2012, Metode penelitian: Kualitatif, Kuantitatif dan R&D, Alfabeta, Bandung, Hal 231

yang kebetulan orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data sehingga dalam penentuan jumlah sampel, peneliti memakai rumus Slovin. Mengapa memakai rumus Slovin, karena rumus ini salah satu rumus yang sederhana dan banyak digunakan dalam penelitian. Adapun persamaan rumus Slovin yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Ket :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Total Populasi

e = Batas Toleransi error (tingkat kesalahan yang dipilih adalah = 10%)

Berdasarkan jumlah populasi yang sudah disebutkan diatas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 219 sampel dengan pembagian sebagai berikut:

1. Jumlah Sampel untuk Pengunjung

$$\begin{aligned} \text{Jumlah Sampel (n)} &= \frac{716}{1 + 716 \cdot (0,1)^2} \\ &= \frac{716}{1 + 7,16} \\ &= \frac{716}{8,16} \\ &= 87,74 \approx 88 \end{aligned}$$

2. Jumlah Sampel untuk Pedagang

$$\begin{aligned} \text{Jumlah Sampel (n)} &= \frac{300}{1 + 300 \cdot (0,1)^2} \\ &= \frac{300}{1 + 3} \\ &= \frac{300}{4} \\ &= 75 \end{aligned}$$

3. Jumlah Sampel untuk Masyarakat Lokal

$$\begin{aligned} \text{Jumlah Sampel (n)} &= \frac{130}{1 + 130 \cdot (0,1)^2} \\ &= \frac{130}{1 + 1,3} \\ &= \frac{130}{2,3} \\ &= 56,52 \approx 56 \text{ sampel} \end{aligned}$$

2. Metode Analisa

- 1.1 **Analisa Deskriptif Kualitatif** menganalisa, menggambarkan, dan mengevaluasi berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan dari hasil wawancara dan pengamatan mengenai masalah yang diteliti.
- 1.2 **Analisa SWOT**

Analisis SWOT dalam analisa strategi pengembangan pasar berbasis wisata belanja ini Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis pengembangan pasar wisata ini adalah matrik SWOT.

Tabel 1 Kriteria Penilaian

No	Bobot	Rating
1	(0,00) - (0, 05) Tidak Penting	(1) Tidak Berpengaruh
2	(0,06) - (0,10) Kurang Penting	(2) Kurang Berpengaruh
3	(0,11) - (0,15) Penting	(3) Berpengaruh
4	(0,16) - (0,20) Sangat Penting	(4) Sangat Berpengaruh

Sumber: Umar (1999:165) dalam Erwiani

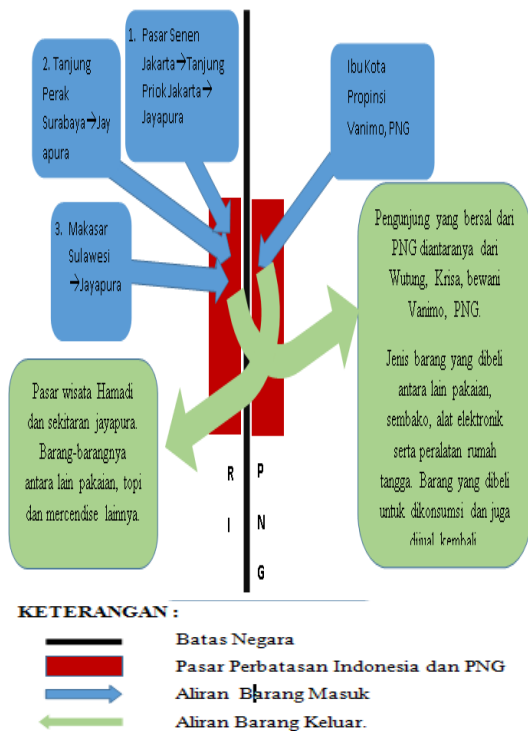
PEMBAHASAN

1. Sebagai Pariwisata

Kegiatan utama di pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea Skouw Jayapura adalah kegiatan perdagangan. Berbagai macam barang-barang yang dijual di pasar perbatasan Skouw mulai dari pakaian, topi, sembako, peralatan Elektronik, peralatan dapur, makanan, kaset DVD, hingga barang-barang kerajinan tangan seperti noken dan tas. Pola penjualan barang di pasar perbatasan Skouw masih bercampuran, tidak ada pengelompokan barang berdasarkan jenis barang. Kegiatan jual-beli barang di pasar perbatasan Skouw kota Jayapura dibuka setiap hari Selasa dan hari Kamis mulai pukul 08:00-15:00 WIT. Pola pergerakan pembeli di dalam pasar perbatasan antara pengunjung asal Indonesia dengan pengunjung asal Papua New Guinea berbeda-beda. Pola kegiatan pengunjung asal Indonesia lebih banyak Jenis barang yang dijual di pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea terdiri dari berbagai macam. Jenis barang yang dijual di pasar Skouw antara lain seperti Pakaian, Topi, payung, Noken dan kerajinan tangan yang bermotif bendera PNG, makanan kaleng serta DVD lagu. Barang-barang ini kemudian ada yang menjualnya kembali di pasar Hamadi ada juga yang dibeli untuk konsumsi pribadi.

1.1 Analisa Asal Barang dan Tujuan Pembelian Barang di Pasar Perbatasan RI-PNG Skouw

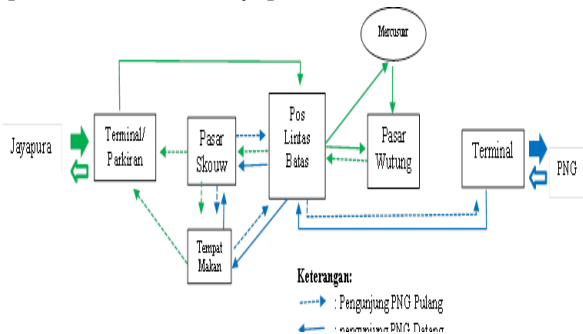
Jenis barang yang beredar di Pasar Perbatasan Indonesia - PNG berasal dari luar pulau Papua, yaitu berasal dari pasar senen Jakarta melalui pelabuhan Tanjung Priuk, Surabaya Melalui pelabuhan Tanjung Perak dan juga dari Makasar Sulawesi. Barang-barang ini kemudian dibeli oleh pengunjung yang berasal dari beberapa daerah di Papua New Guinea seperti Wutung, Kriasa, bewani Vanimo Papua New Guinea (PNG).



Bagan 5. 1 Pola aliran Barang di Pasar Perbatasan Skouw Kota Jayapura

Aktivitas pengunjung di kawasa pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea di Skouw kota Jayapura tidak hanya berkunjung untuk aktivitas jual-beli di pasar. Selain aktivitas jual-beli di dalam pasar perbatasan, pengunjung yang datang juga melakukan kegiatan diluar pasar. Kegiatan-kegiatan diluar pasar yang dilakukan antara lain berwisata dengan mengunjungi beberapa tempat menarik di kawasan perbatasan untuk berfoto-foto atau menikmati pemandangan. Tempat-tempat yang sering dituju pengunjung untuk kegiatan rekreasi atau berfoto-foto antara lain depan gedung Pos Lintas Batas Negara (PLBN) Skouw, Monumen Perbatasan, Gapura Perbatasan, pasar Wutung, dan pemandangan laut pasifik.

Berikut bagan pergerakan pengunjung di perbatasan RI-PNG Jayapura



Bagan 2 Alur Pergerakan Pengunjung Perbatasan RI-PNG Skouw Jayapura

Pengunjung yang datang di pasar perbatasan Indonesia-Papua new Guinea Skouw

Jayapura berasal dari kedua negara, yaitu Indonesia dan Papua New Guinea. berdasarkan data dari Badan Perbatasan dan Kerja sama Luar negeri kota Jayaapapura, antara bulan Januari-september 2017, pengunjung di pasar perbatasan Skouw Mencapai 70.988 dengan rata-rata pengunjung setiap bulanya 7.887. sedangkan dari hasil kuisioner yang disebarakan kepada 88 pengunjung, pegunjung yang mengunjungi pasar perbatasan lebih banyak perempuan dibandingkan laki-laki. Sedangkan dari kelompok umur, pengunjung yang banyak mengunjungi pasar perbatasan Skouw adalah kelompok umur 24-33. Sedangkan berdasarkan tujuannya, pengunjung yang datang untuk berwisata sebanyak 61 orang, sedangkan pengunjung yang datang untuk berbelanja sebanyak 27 orang.

1.2 Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi kawasan pasar perbatasan RI-PNG sebagai pariwisata

Untuk menegtahui faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan pasar perbatasan Indonesia-Papu New Guinea metode yang digunakan adalah Regresi Logistik dengan menggunakan alat hitung SPSS

A. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesisi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruhi antara variabel. Pengujian hipotesis dibagi menjadi dua, yaitu pengujian hipotesis simultan dan pengujian hipotesis parsial

a. Pengujian Hipotesis Simultan

Pengujian hipotesis simultan digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara dua variabel atau faktor keamanan (X1), pengunjung (X2), budaya (X3), aktivitas ekonomi (X4), dan infrastruktur (X5) terhadap pengembangan kawasan pasar perbatasan RI-PNG Skouw Jayapura (Y). Kriteria pengujian menyatakan jika nilai *p value* < *level of significance* (α) maka terdapat pengaruh secara simultan faktor keamanan (X1), pengunjung (X2), budaya (X3), aktivitas ekonomi (X4), dan infrastruktur (X5) terhadap pengembangan kawasan perbatasan RI-PNG Skouw Jayapura (Y) sehingga diketahui berapa besar pengaruh siltan antara varibel terikat (x) terhadap variabel bebas (Y). Untuk melihat Hasil pengujian hipotesis secara simultan dapat dilihat pada tabel berikut:

b. Pengujian Hipotesis Parsial

Pengujian hipotesis parsial adalah menguji masing-masing faktor atau variabel terhadap pengembangan pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea. Pengujian hipotesis parsial digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh parsial (individu) faktor keamanan (X1), pengunjung (X2), budaya (X3), aktivitas ekonomi (X4), dan infrastruktur (X5) terhadap pengembangan kawasan pasar perbatasan RI-PNG (Y). Kriteria pengujian menyatakan jika *p value* < *level of*

significance (α) maka terdapat pengaruh secara (individu) faktor keamanan (X1), pengunjung (X2), budaya (X3), aktivitas ekonomi (X4), dan infrastruktur (X5) terhadap pengembangan kawasan perbatasan RI-PNG (Y). Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel. 2
Pengujian Hipotesis Parsial

Independent Variables	B	Wald	p value	Odd Ratio
Constant	0.764	1.594	0.207	2.148
X1 (Keamanan)	1.867	11.233	0.001	6.470
X2 (Pengunjung)	- 0.403	1.697	0.193	0.668
X3 (Budaya)	0.167	0.374	0.541	1.182
X4 (aktivitas Ekonomi)	- 0.105	0.187	0.665	0.900
X5 (Infrastruktur)	0.867	6.530	0.011	2.381

Sumber: Analisa SPSS 2018

Berdasarkan hasil perhitungan regresi terhadap pengaruh variabel keamanan, pengunjung, budaya, aktivitas ekonomi dan infrastruktur terhadap pengembangan kawasan perbatasan Kriteria pengujiannya menyatakan jika nilai p value < level of significance (α) maka terdapat pengaruh secara (individu). Sehingga berdasarkan hasil penghitungan pada tabel 2 diatas menunjukkan nilai p variabel keamanan adalah 0,001 dan nilai p variabel 0,011, maka kedua variabel ini mempunyai pengaruh terhadap pengembangan pasar perbatasan Indonesia Papua New Guinea.

1.3 Analisa Strategi Pengembangan Pasar Perbatasan RI-PNG. Sebagai Wisata Belanja

Dalam analisa strategi pengembangan pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea sebagai wisata belanja, menggunakan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) dimana merumuskan Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman dalam menyusun strategi pengembangan pasar.

A. Penentuan Faktor Internal Pengembangan Pasar Perbatasan Indonesia-PNG Skouw Sebagai Wisata Belanja

Adapun yang menjadi faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea Skouw Kota Jayapura adalah sebagai berikut

1) Kekuatan (*Strength*)

Wisatawan

Wisatawan atau pengunjung di pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea menjadi salah satu kekuatan Pengembangan pasar Wisata Belanja. Pengunjung atau wisatawan di pasar perbatasan. Pengunjung atau wisatawan yang datang di kawasan perbatasan Indonesia-Papua New Guinea setiap harinya mencapai 700 hingga 1000 wisatawan. Wisatawan atau pengunjung

pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea ini 95 % berasal dari Papua New Guinea, sehingga pengunjung di Pasar perbatasan Skouw Jayapura selalu ramai setiap hari Pasar.

Pembangunan

Pembangunan di kawasan perbatasan yang semakin maju dengan diresmikannya kantor pos lintas batas (PLBN) Skouw menjadi kekuatan. Karena dengan adanya pos lintas batas negara ini, jumlah pengunjung semakin meningkat terutama pengunjung dari Papua New Guinea. Sehingga peningkatan pembangunan ini menjadi kekuatan.

Souvenir Wisata

Souvenir wisata adalah salah satu elemen pariwisata yang harus ada dalam pariwisata. Souvenir pariwisata yang ada di pasar perbatasan adalah berupa barang-barang kerajinan lokal seperti Noken Gelang dan kain atau gelas yang bermotif PNG. Keberadaan ini menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung atau wisatawan.

Infrastruktur Jalan

Infrastruktur jalan yang menghubungkan antara kota Jayapura dengan kawasan perbatasan ini lancar dan baik sehingga pengunjung dengan mudah mengunjungi kawasan pasar perbatasan.

Keamanan dan kenyamanan

Keamanan dan kenyamanan di kawasan perbatasan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi cepat atau lambatnya perkembangan kawasan perbatasan. Kondisi keamanan di perbatasan RI-PNG di Skouw Jayapura tergolong baik karena terdapat pos keamanan perbatasan.

2) Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan-kelemahan yang dimiliki oleh pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea ini kemudian harus dikembangkan, sehingga kelemahan-kelemahan ini tidak menjadi faktor-faktor penghambat berkembangnya pasar perbatasan Indonesia-Papua-New Guinea di Skouw Jayapura. Kelemahan-kelemahan ini antara lain adalah sebagai berikut

Jaringan Listrik dan air bersih

Listrik dan air bersih menjadi salah satu aspek yang harus ada dalam suatu kawasan. Listrik dan air bersih menjadi faktor yang mempengaruhi pengembangan pasar perbatasan. Namun kondisi listrik dan air bersih di pasar perbatasan saat ini tidak merata bahkan sering terjadi gangguan listrik, dan kekurangan air, kondisi ini menjadi salah satu kelemahan pasar

perbatasan Indonesia-Papua New Guinea, Skouw Jayapura.

☞ *Sarana dan Prasarana Penunjang*
Sarana dan prasarana penunjang menjadi salah satu aspek yang harus dilengkapi dalam suatu kawasan. Sarana dan prasana penunjang seperti Gazebo, parkir, WC Umum, Mushollah perlu ditambah dalam suatu kawasan wisata. Prasarana penunjang semacam ini belum ada di kawasan pasar perbatasan sehingga pengunjung yang datang berkunjung di kawasan pasar perbatasan tidak bisa menikmati perjalanan dengan baik

☞ *Aksesibilitass*
Aksesibilitas adalah salah satu elemen dalam suatu kota yang turut mempengaruhi perkembangan kota tersebut. Karena dengan aksesibilitas yang baik dapat mempercepat pergerakan barang dan jasa atau sebaliknya. Kondisi aksesibilitas khususnya angkutan umum dan terminal di kawasan pasar perbatasan ini tidak tersedia, sehingga pengunjung asal Indonesia yang berkunjung ke pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea ini rata-rata menggunakan kendaraan pribadi.

☞ *Pengelolaan Pasar*
Pengelolaan pasar yang kurang optimal baik secara penataan maupun manajemen di pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea menjadi salah satu faktor kurang berkembangnya pasar perbatasan Skouw Jayapura

☞ *Tempat Makan*
Salah satu elemen penunjang pariwisata yang harus ada adalah Warung atau rumah makan. Kondisi rumah makan di pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea Skouw Jayapura kurang memadai dan jumlahnya masih minim dibandingkan dengan jumlah pengunjung. Hal ini menjadi salah satu kelemahan di pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea Skouw.

B. Penentuan Faktor Eksternal Pengembangan Pasar Perbatasan Indonesia-PNG Skouw Sebagai Wisata Belanja

Adapun yang menjadi faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea Skouw Kota Jayapura adalah sebagai berikut:

1) Peluang (Opportuniti)

peluang pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea Skouw Jayapura adalah sebagai berikut:

☞ *Pasar Sebagai Pusat Kegiatan*
Bagi masyarakat asli Papua, pasar bukan hanya sebagai tempat jual-beli, namun pasar

sebagai pusat interaksi masyarakat. Bagi masyarakat Papua pasar juga dianggap sebagai tempat interaksi sesama, sehingga pasar di Papua selalu ramai. Hal ini menjadi salah satu peluang pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea Skouw Jayapura.

☞ *Kekerabatan Masyarakat*

Dilihat dari unsur kekerabatan antara masyarakat Papua dan Papua New Guinea (PNG) mempunyai rumpun yang sama, sehingga hubungan kekerabatan antara masyarakat Papua di Jayapura dan masyarakat Papua New Guinea sangat tinggi, hal ini menjadikan pasar perbatasan menjadi ramai pengunjung dari Papua New Guinea (PNG) sehingga hal ini menjadi peluang bagi pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea di Jayapura.

☞ *Kondisi Pasar Perbatasan di Indonesia*

Jika dibandingkan dengan pasar perbatasan lainnya di Indonesia, Pasar perbatasan antara Indonesia-Papua New Guinea yang ada di Jayapura Papua adalah satu-satunya pasar di kawasan perbatasan antara negara yang masuk dalam wilayah ibu kota Propinsi di Indonesia, sehingga pengembangan pasar serta kawasan perbatasan langsung berada di bawah pemerintah daerah propinsi.

☞ *Posisi Kawasan Perbatasan Indonesia-PNG Skouw dalam RTRW*

Dalam arahan pengembangan rencana tata ruang wilayah kota Jayapura, kawasan perbatasan Skouw Jayapura diarahkan sebagai perlindungan cagar budaya, benda peninggalan sejarah serta sebagai wisata budaya dan juga sebagai perdagangan dan jasa antara negara. Hal ini menjadi peluang pasar perbatasan sebagai wisata belanja.

2) Ancaman (Threat)

ancaman pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea Skouw Jayapura adalah sebagai berikut:

☞ *Jarak Tempuh dan aksesibilitas*
Jarak tempuh dan aksesibilitas menuju pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea menjadi salah satu kendala. Karena belum adanya transportasi umum yang melayani rute ini.

☞ *Persaingan antara pasar di Kota Jayapura*
Banyaknya jumlah pasar di kota Jayapura menjadi ancaman tersendiri bagi pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea di Skouw Jayapura.

☞ *Persaingan Antara Tempat Wisata di Kota Jayapura*

Banyaknya tempat-tempat wisata di kota Jayapura menjadi ancaman tersendiri bagi pasar perbatasan sebagai wisata belanja.

➤ Akomodasi dan jasa pariwisata yang kurang di wilayah ini sehingga wisatawan kesulitan untuk mengunjungi kawasan perbatasan.

C. Penilaian Internal Faktor (IFAS) dan Eksternal Faktor (EFAS)

Sebelum menyusun tabel internal faktor dan eksternal faktor, perlu menentukan terlebih dahulu bobot penilaian setiap faktor. Semakin tinggi bobot nilainya maka semakin tinggi pula tingkat kepentingan faktor tersebut. Kriteria pembobotan mengacu pada Umar (1999:165) dalam Erwiani Berikut kriteria pembobotan yang dipakai, bobot

➤ **Tabel 3. Kriteria Penilaian**

No	Bobot	Rating
1	(0,00) - (0, 05)	(1) Tidak Berpengaruh
2	(0,06) - (0,10)	(2) Kurang Berpengaruh
3	(0,11) - (0,15)	(3) Berpengaruh
4	(0,16) - (0,20)	(4) Sangat Berpengaruh

Sumber: Umar (1999:165) dalam Erwiani

Tabel 4
Kriteria Penilaian

No	Faktor	Bobot	Rating	Bobot x Rating
1	Wisatawan	0,11	3	0,33
2	Pembangunan	0,11	3	0,33
3	Souvenir Wisata	0,11	3	0,33
4	Infrastruktur Jalan	0,16	4	0,64
5	Keamanan dan Kenyamanan	0,11	3	0,33
Jumlah				1,96
1	Kurangnya Listrik dan air bersih	0,7	2	0,14
2	Sarana dan Prasarana Penunjang	0,11	3	0,33
3	Aksesibilitas	0,11	3	0,33
4	Kurangnya Pengelolaan	0,5	2	0,10
5	Rumah Makan	0,6	2	0,12
Jumlah				1,02
Total		1,00		2,98
No	Faktor	Bobot	Rating	Bobot x Rating
1	Pasar sebagai pusat kegiatan	0,13	3	0,39
2	kekerabatan Masyarakat	0,12	3	0,36

3	Kondisi Pasar Perbatasan di Indonesia	0,17	4	0,68
4	Posisi Kawasan Perbatasan RI-PNG Dalam RTRW	0,18	4	0,72
Jumlah				2,15
1	Jarak Tempuh	0,11	3	0,33
2	Persaingan Antar Pasar di Jayapura	0,8	2	0,16
3	Persaingan Antara tempat wisata di Jayapura	0,10	2	0,20
4	Kurangnya jasa pariwisata dan akomodasi wisata	0,11	3	0,33
Jumlah				1,02
Total			1,00	3,17

Sumber: Hasil analisa

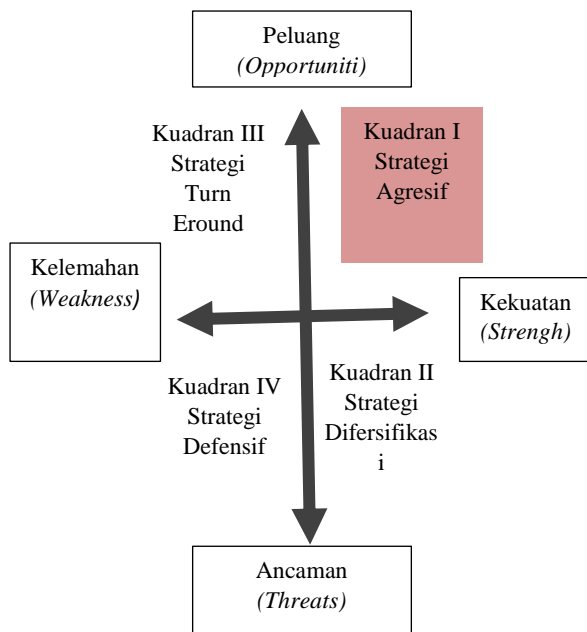
Keterangan:

- Rating ditentukan sebagai berikut (Umar, 1999) dalam Erwiani
Rating 4= Sangat Berpengaruh
Rating 3= Berpengaruh
Rating 2= Kurang Berpengaruh
Rating 1= Tidak berpengaruh
- Dalam pemberian rating dan nilai faktor, penulis berusaha memberikan data seobjektif mungkin. Tetapi pemberian rating dan nilai faktor tersebut masih mengandung kelemahan karena hanya menggunakan Judgment sehingga mengandung subjektifitas.

Setelah melakukan penilaian faktor strategis Internal dan Eksternal, selanjutnya menentukan nilai sumbu X berupa faktor startegis internal dan sumbu Y berupa faktor strategis eksternal kemudian menentukan nilai sumbu X dan Y seperti berikut ini:

$X = \text{Kekuatan} - \text{Kelemahan}$	$Y = \text{Peluang} - \text{Ancaman}$
$1,96 - 1,02 = 0,94$	$2,15 - 1,02 = 1,13$

Berdasarkan nilai diatas, dimana nilai kekuatan lebih besar dibandingkan dengan nilai kelemahan, juga nilai peluang lebih besar dari pada nilai ancaman. Sehingga posisi pasar perbatasan Indonesia-Papua Nee Guinea berada pada kuadran satu. Dimana kuadran 1 Merupakan kondisi yang sangat menguntungkan. Kawasan pasar perbatasan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).



Bagan 3 Matriks Kuadran SWOT

D. Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat untuk menyesuaikan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dengan peluang dan tantangan yang dihadapi oleh kawasan pasar perbatasan, strategi-strategi yang digunakan dalam matriks SWOT yaitu:

1. Strategi SO (*Strength - Opportuniti*), Strategi SO yaitu strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang
2. Strategi ST (*Strength- Threats*) Strategi ST adalah strategi dimana memakai kekuatan yang ada untuk menghindari ancaman.
3. Strategi WO (*Weakness - Opportuniti*) Strategi WO yaitu strategi dimana memakai peluang yang ada untuk mengatasi kelemahan
4. Strategi WT (*weakness- Threats*) Strategi WT yaitu strategi dimana berusaha menghindari kelemahan-kelemahan dan ancaman yang ada.

Selanjutnya melakukan kombinasi antara kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam dalam matriks SWOT.

Tabel 5

IFAS EFAS	KEKUATAN	KELEMAHAN
	<ul style="list-style-type: none"> o Wisatawan o Pembangunan o Souvenir Wisata o Infrastruktur Jalan o Keamanan dan kenyamanan 	<ul style="list-style-type: none"> o Kurangnya listrik dan Air bersih o Kurangnya Sarana dan Prasarana Penunjang o Aksesibilitas yang kurang o Pengelolaan

PELUANG	STRATEGI SO	STRATEGI WO
<ul style="list-style-type: none"> o Pasar sebagai Pusat Kegiatan o Kekerabatan masyarakat o Kondisi Pasar perbatasan di Indonesia o Posisi pasar perbatasan dalam RTRW 	<ol style="list-style-type: none"> 1. peningkatan dan optimalisasi pasar dengan 2. ,penyediaan sarana pendukung seperti Toilet Umum, 3. Menyediakan rute angkutan umum, serta serta terminal. 4. Menyediakan tempat-tempat khusus untuk menjual barang-barang souvenir berupa kerajinan tangan seperti tas (noken), gelang, serta tas dan topi 	<ul style="list-style-type: none"> Pasar yang kurang o Rumah Makan yang kurang <ol style="list-style-type: none"> 1. Menata dan menambah rumah makan yang ada di kawasan perbatasan 2. Pemerataan distribusi jaringan listrik dan air bersih 3. Peningkatan fungsi pasar perbatasan sebagai wisata belanja dengan 4. menyediakan sarana-prasana pendukung seperti: 5. menyediakan angkutan umum
TANTANGAN	STRATEGI ST	STRATEGI WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Jarak Tempuh 2. Persaingan antara pasar di kota Jayapura 3. Persaingan antara tempat wisata di kota Jayapura 4. Kurangnya Jasa Pariwisata dan Akomodasi 	<ul style="list-style-type: none"> ☞ Menyediakan angkutan umum khusus melayani rute kawasan perbatasan. ☞ Menyediakan terminal tipe C di kawasan perbatasan Indonesia-PNG ☞ mengoptimalkan pengelolaan ☞ meningkatkan menyediakan akomodasi maupun transportasi. 	<ul style="list-style-type: none"> ☞ Melibatkan masyarakat lokal ☞ Mengedepankan aspek kebudayaan dalam pengembangan,

Sumber: Hasil analisa

Berdasarkan penjelasan strategis diatas, maka dapat ditentukan strategi pengembangan pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea di Skouw Jayapura Papua adalah sebagai berikut:

- ☞ menyediakan rute angkutan umum yang menghubungkan kota Jayapura-Pasar Perbatasan, serta penyediaan terminal angkutan umum.
- ☞ Mengembangkan pasar di kawasan perbatasan Indonesia-Papua New Guinea sebagai kawasan strategis Perdagangan antar negara.
- ☞ Menyediakan tempat-tempat khusus untuk menjual barang-barang souvenir berupa kerajinan tangan seperti tas (noken), gelang, serta tas dan topi.

- ⇨ Pemerataan distribusi jaringan listrik dan air bersih dengan cara-cara Pendistribusian secara merata, Menyediaan gardu distribusi di pasar perbatasan, Menyediaan atau distribusi energi alternatif seperti jaringan listrik energi panas (*solarcell*) dan Distribusi air bersih dengan sistem perpipaan
- ⇨ Melibatkan masyarakat lokal dalam pengembangan pasar perbatasan sebagai wisata belanja, sehingga masyarakat ikut menjaga dan melestarikan fasilitas pariwisata.

KESIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini dibagi dalam t sub bab yaitu, yaitu tentang identifikasi pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea di Skouw Jayapura sebagai wisata belanja, faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan kawasan pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea sebagai wisata belanja dan strategi pengembangan pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea Skouw Jayapura sebagai wisata belanja.

1. Kesimpulan terhadap identifikasi pasar perbatasan RI-PNG Skouw sebagai wisata Belanja

Dalam identifikasi pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea Skouw Jayapura, didapatkan bahwa pasar yang berada di kampung Mosso Muara Tami ini telah dibuka pada tahun 2007. Pada tahun 2016-2017 pengunjung di pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea mengalami peningkatan. Pengunjung yang datang di kawasan perbatasan Indonesia-Papua New Guinea Skouw tidak hanya untuk kegiatan perdagangan, namun ada pula yang datang untuk kegiatan wisata. dilihat dari komposisi pengunjung 95 % pengunjung yang datang ke Pasar perbatasan ini berasal dari Papua New Guinea (PNG).

2. Kesimpulan strategi pengembangan pasar perbatasan RI-PNG Skouw

Berdasarkan hasil analisa SWOT dalam menyusun strategi pengembangan pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea sebagai wisata belanja, terdapat beberapa strategi yang ditawarkan dalam pengembangan pasar yaitu:

- ⇨ Melihat pengunjung pasar perbatasan yang setiap tahun mengalami peningkatan, serta kebiasaan masyarakat Papua melihat pasar bukan hanya sebagai tempat aktivitas perdagangan namun sebagai tempat berinteraksi bahkan menjadi pusat kegiatan.atau tempat rekreasi atau wisata, sehingga strategi yang baik digunakan adalah dengan cara menata ulang pasar, menyediakan jasa akomodasi wisata, menyediakan sarana dan prasarana pendukung seperti Toilet umum, Gaizebo, serta , menyediakan angkutan umum yang elayani rute angkutan umum, serta serta terminal.

- ⇨ Mengembangkan pasar di kawasan perbatasan Indonesia-Papua New Guinea sebagai kawasan strategis Perdagangan antar negara.
- ⇨ Menyediakan tempat-tempat khusus untuk menjual barang-barang souvenir berupa kerajinan tangan seperti tas (noken), gelang, serta tas dan topi
- ⇨ Pemerataan distribusi jaringan listrik dan air bersih dengan cara-cara Pendistribusian secara merata, Menyediaan gardu distribusi di pasar perbatasan, Menyediaan atau distribusi energi alternatif seperti jaringan listrik energi panas (*solarcell*) dan Distribusi air bersih dengan sistem perpipaan
- ⇨ Melibatkan masyarakat lokal dalam pengembangan pasar perbatasan sebagai wisata belanja, sehingga masyarakat ikut menjaga dan melestarikan fasilitas pariwisata.

REKOMENDASI

Rekomendasi lebih lanjut berkaitan dengan judul ini adalah sebagai berikut:

Perlu rancangan konsep penataan pasar perbatasan Indonesia-Papua New Guinea Skouw Jayapura.

DAFTAR PUSTAKA

- Delia BAR Kolelis & Tomaz Wiskulski. 2012. *Cross-Border Shopping at Polish Borders Tri-City and Russian Tourists*. University Of Gdansk: Geojournal of Tourism and Geosite Vol.No.1
- Dwi Susanti, Putra Darmawan & NW.Sri Astiti. 2014. *Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu Kecamatan Denpasar Timur*. Universitas Udayana : Jurnal Manajemen Agribisnis Vol.2 No.1
- Eva Mardiyana, Wibowo & Rini Andari. 2012. *Pengaruh Shopping Destination Strategy Terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Belanja Mall*. Manajemen Pemasaran Pariwisata FPIPS UPI: THE Journal Vol.II, No. 2
- Guo, Rongxing. 2004. *Cross Border Resource Management-Theory and Practice*. Regional Science Assosiation of China at Peking University, Beijing China: East Asian Development Network (EADN)
- I Mada Subrata, Sukarsa & Yuliarmi. 2015. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Belanja Wisatawan Domestik ke Pasar Seni Tradisional di Kabupaten Gianyar*. Universitas Udayana Bali: Jurnal Buletin Studi Ekonomi, Vol 20 No. 2
- J.Timothy & W. Butler .1995. *Cross Border Shopping A North American Perspective*. University of Western Ontario, Canada: Annals of Tourism Research Vol.22 No.1:16-34
- Mihaly Tomori. 2010. *Investigating Shopping Tourism Along the Borders of Hungary-A Theoretical Perspective*. Hungary: University of Debrecen. Geojournal of Tourism and Geosites, Vol.6 No.2:202-210

- Muta'ali, Lutfi, dkk. 2014. *Pengelolaan Wilayah Perbatasan NKRI*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Soebagyo. 2012. *Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia*. Fakultas Ekonomi Universitas Pancasila: Jurnal Liquidity Vol. 2 No.2:153-158
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif & RD*. Bandung: Alfabeta.
- Tri Widodo. 2013. *Studi Tentang Peranan Unit Pasar Dalam Pengelolaan Sampah Di Pasar Merdeka Kota Samarinda*: eJournal Administrasi Negara Vol 1 No.1
- Umar, Husein. 1999. *Riset Strategi Perusahaan*. Jakarta PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wahyudi Saputra, Normelani & Nugroho. 2014. *Persepsi Generasi Muda Terhadap Keberlangsungan Objek Wisata Pasar Terapung MuaraKuin Kelurahan Alalak Selatan*. Universitas Lambung Mangkurat: Jurnal Pendidikan Geografi Vol. 1 No.3:1-7
- Weber F. Helmut & Damanik, Janianton. *Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Yoeti, Oka. 2005. *Perencanaan Strategis Pemasaran: Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: Choice and Experience. James Cook University Australia: Journal of Vacation Marketing Vol.10 No4:294-303
- Yohanes Reinhold, Ragil Haryanto dan Samsul Ma'rif. 2008. *Kajian Faktor Pendorong Pengembangan Kawasan Perbatasan Jayapura, Indonesia-Vanimo, PNG*. Jurnal Pengembangan Wilayah dan Kota Vol.4:99-114