

Peran Benteng Rotterdam dalam Menarik Wisatawan Asing dan Mendorong Aktivitas Ekonomi di Makassar

Santi, Faiz Fauzan, Nurrahma, Rasti, A. Muh. Washiyyatun Hidayat, Putri Nabila, Mawar Ayu Cahyani, Huspa Arianna, Reski Ardilla Putri, Andi Nur Afifa, Juwita Wulandari, Nurafifah sahib, Agus salim HR.

Prodi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar

santisanti23092003@gmail.com, faizfauzannbl@gmail.com, rhmaa2105@gmail.com,
rastyhzmzahh123@gmail.com, hidayatwashiyatun@gmail.com, putrinbla055@gmail.com,
mawarayucahyani@gmail.com, husbaariana@gmail.com, reskiardila@gmail.com,
andinurafiqah02@gmail.com, juwitawulandari170505@gmail.com,
nurafifahsahid@gmail.com, agussalimhr@gmail.com

Info Artikel

Kata kunci:

Industri pariwisata
Wisatawan mancanegara wisata budaya
daya tarik wisata

ABSTRACT

Fort Rotterdam is a prominent historical tourist attraction in Makassar city that has significant cultural, historical, and architectural values. This study aims to examine the role of Fort Rotterdam in the tourism industry to attract international tourists and identify factors that increase its attractiveness. This study uses a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through field observations, interviews with managers and visitors, and relevant documentation studies. The results of the study indicate that Fort Rotterdam plays an important role in improving the image of Makassar's cultural tourism through preserving historical heritage, organizing cultural events, and providing educational facilities for tourists. The uniqueness of its colonial architecture, the presence of the La Galigo Museum, and its strategic location are key factors that attract international tourists to visit. In addition, promotions through digital media and government support also contribute to increasing tourist visits. Therefore, Fort Rotterdam not only functions as a historical site but also as a valuable asset in the tourism industry that can increase the attractiveness of the destination and support tourism growth in Makassar.

ABSTRAK

Benteng Rotterdam merupakan salah satu destinasi wisata sejarah unggulan di Kota Makassar yang memiliki nilai budaya, sejarah, dan arsitektur yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Benteng Rotterdam dalam menarik wisatawan internasional serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung daya tariknya sebagai destinasi wisata budaya. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara dengan pengelola dan pengunjung, serta studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Benteng Rotterdam berperan sebagai pusat pelestarian warisan budaya sekaligus media edukasi yang memperkenalkan sejarah Kerajaan Gowa dan perkembangan Kota Makassar kepada wisatawan mancanegara. Keaslian bangunan bergaya kolonial, keberadaan Museum La Galigo, penyelenggaraan kegiatan budaya, serta lokasinya yang strategis di kawasan pesisir menjadikan benteng ini memiliki daya tarik yang kuat bagi wisatawan asing yang ingin memperoleh pengalaman wisata berbasis sejarah dan budaya lokal. Selain itu, promosi melalui media digital, dukungan pemerintah, serta peningkatan kualitas fasilitas dan pelayanan wisata turut memperkuat citra Benteng Rotterdam sebagai destinasi budaya yang kompetitif. Dengan demikian, Benteng Rotterdam tidak hanya berfungsi sebagai situs cagar budaya, tetapi juga berperan penting dalam meningkatkan daya saing pariwisata Kota Makassar di tingkat internasional.

1. PENDAHULUAN

Wisata global menunjukkan bahwa wisatawan semakin menyukai kegiatan yang berkaitan dengan sejarah dan budaya (heritage tourism). Wisata sejarah menyuguhkan bukan hanya pengalaman hiburan, tetapi juga memberikan nilai pendidikan dan pemahaman tentang warisan budaya suatu negara. Oleh karena itu, keberadaan situs-situs sejarah mempunyai peranan penting untuk mendukung daya saing lokasi wisata di era modern. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk wisata budaya sangat memengaruhi pandangan dan kepuasan pengunjung di suatu lokasi [1].

Makassar, sebagai salah satu pintu masuk Indonesia Timur, memiliki berbagai tempat wisata yang kaya akan budaya dan sejarah yang bisa menarik wisatawan asing. Salah satu situs bersejarah yang terkenal adalah Benteng Rotterdam. Benteng ini merupakan peninggalan dari Kerajaan Gowa yang berkembang di masa kolonial Belanda dan saat ini menjadi ikon pariwisata sejarah di Makassar. Selain arsitekturnya yang unik, Benteng Rotterdam juga berfungsi sebagai pusat pelestarian budaya dan sejarah melalui Museum La Galigo yang menyimpan banyak koleksi sejarah dan budaya dari Sulawesi Selatan. Penelitian oleh Saputera, Bosra, and Bahri (2022) mengungkapkan bahwa Benteng Rotterdam memiliki peran penting sebagai sarana pendidikan sejarah serta tempat wisata budaya yang mengajarkan nilai-nilai sejarah kepada masyarakat dan pengunjung.

Dalam sektor pariwisata, Benteng Rotterdam perlu mampu menyediakan produk wisata yang berkualitas agar bisa menarik lebih banyak pengunjung, khususnya dari luar negeri. Menurut penelitian oleh Buhari, Pramisari, dan Saifullah (2022), pandangan pengunjung mengenai kualitas produk wisata di Benteng Rotterdam bervariasi. Di bidang penampilan dan estetika, sebagian besar pengunjung memberikan tanggapan positif, sementara di bidang fitur masih terdapat pandangan yang kurang baik. Di sisi lain, aspek kehandalan, kesesuaian, ketahanan, kemudahan layanan, dan kesan kualitas menunjukkan persentase yang cukup seimbang antara kategori yang positif dan negatif. Temuan ini menunjukkan bahwa manajemen dan peningkatan kualitas destinasi perlu lebih diperhatikan agar dapat bersaing dengan tempat-tempat wisata sejarah lainnya.

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital kini memberikan peluang baru dalam mempromosikan kawasan wisata. Penelitian oleh Dewi, Muttaqin, and Beddu Malla (2022) menemukan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram oleh Dinas Pariwisata Kota Makassar merupakan salah satu strategi yang efektif dalam memperkenalkan Benteng Rotterdam kepada publik. Selain itu, inovasi seperti pengembangan tur virtual 360° juga dianggap dapat meningkatkan akses informasi dan memperluas promosi wisata, termasuk kepada calon pengunjung dari luar negeri yang belum pernah berkunjung secara langsung.

Untuk meningkatkan jumlah wisatawan, diperlukan strategi komunikasi dan pengelolaan destinasi yang baik. Penelitian mengenai strategi komunikasi pengelola cagar budaya menunjukkan bahwa peningkatan promosi, penyelenggaraan acara budaya, dan penguatan citra destinasi adalah kunci dalam menarik minat pengunjung ke Benteng Rotterdam. Lebih jauh, transformasi Benteng Rotterdam dari benteng pertahanan menjadi pusat pelestarian budaya dan objek wisata menunjukkan bahwa lokasi ini memiliki nilai sejarah dan budaya yang bisa terus dikembangkan sebagai daya tarik utama di Kota Makassar.

Meskipun mempunyai potensi yang signifikan, studi mengenai peran Benteng Rotterdam dalam bidang pariwisata untuk menarik pengunjung dari luar negeri masih tergolong sedikit. Banyak penelitian sebelumnya lebih fokus pada aspek sejarah, pelestarian budaya, kualitas atraksi wisata, dan strategi promosi. Sementara itu, pemahaman mengenai cara Benteng Rotterdam bisa menarik wisatawan internasional sangat penting untuk mendukung pengembangan pariwisata budaya yang berkelanjutan serta meningkatkan daya saing pariwisata di Makassar di kancah global. Oleh karena itu, suatu penelitian yang bertajuk "Peran Benteng Rotterdam sebagai Industri Pariwisata dalam Menarik Wisatawan Mancanegara" perlu dilakukan untuk menilai kontribusi Benteng Rotterdam sebagai destinasi wisata sejarah yang dapat meningkatkan ketertarikan pengunjung asing serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung daya tariknya.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menganalisis peran Benteng Rotterdam sebagai industri pariwisata dalam menarik wisatawan mancanegara. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti berdasarkan kondisi yang terjadi di lapangan. Lokasi penelitian berada di Benteng Rotterdam, Kota Makassar, Sulawesi Selatan, yang merupakan salah satu destinasi wisata sejarah dan budaya unggulan di kawasan Indonesia Timur.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara langsung dengan informan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pengelola Benteng Rotterdam, pemandu wisata, serta pengunjung yang dianggap memiliki informasi relevan terkait objek penelitian. Observasi dilakukan untuk mengamati kondisi fisik, fasilitas, aktivitas wisata, serta interaksi yang terjadi di kawasan Benteng Rotterdam. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa foto, arsip, dan dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan untuk mengidentifikasi daya tarik wisata, strategi pengelolaan, serta faktor-faktor yang mendukung Benteng Rotterdam dalam menarik wisatawan mancanegara. Hasil analisis selanjutnya disajikan dalam bentuk uraian deskriptif untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai peran Benteng Rotterdam dalam pengembangan industri pariwisata di Kota Makassar.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemandu di kawasan Benteng Rotterdam, diperoleh informasi bahwa Benteng Rotterdam memiliki peran penting sebagai destinasi wisata sejarah, pusat informasi budaya, serta ikon pariwisata Sulawesi Selatan. Narasumber menjelaskan bahwa benteng tidak hanya berfungsi sebagai objek wisata sejarah, tetapi juga sebagai tempat edukasi melalui keberadaan Museum La Galigo yang menyimpan berbagai koleksi budaya dan sejarah daerah. Selain itu, narasumber menyampaikan bahwa Benteng Rotterdam memiliki daya tarik yang cukup besar bagi wisatawan domestik maupun mancanegara karena nilai sejarah dan budayanya. Namun, kontribusi ekonomi langsung dari kawasan benteng dinilai masih belum optimal karena akses masuk ke area benteng diberikan secara gratis, sehingga pendapatan yang diperoleh pengelola relatif terbatas dan hanya berasal dari tiket masuk museum. Dalam upaya meningkatkan daya tarik wisatawan mancanegara, narasumber menekankan pentingnya kolaborasi antara pemerintah pusat, pemerintah daerah, dan lembaga internasional seperti UNESCO dalam pengelolaan dan pelestarian kawasan bersejarah. Selain itu, promosi melalui media digital dan media sosial dianggap sebagai strategi yang sangat penting untuk memperkenalkan Benteng Rotterdam kepada masyarakat global. Narasumber juga mengungkapkan bahwa faktor keamanan, kebersihan, keramahan masyarakat, kemudahan transportasi, serta biaya perjalanan yang terjangkau merupakan aspek penting yang dapat meningkatkan daya saing pariwisata Kota Makassar di tingkat internasional.

3.1 Peran Benteng Rotterdam dalam Mendukung Pariwisata dan Perekonomian

Narasumber menjelaskan bahwa Benteng Rotterdam memiliki nilai sejarah dan budaya yang tinggi serta menjadi ikon Sulawesi Selatan. "Benteng ini punya nilai sejarah dan merupakan ikon dari Sulsel, baik untuk sejarah, budaya, pusat informasi. Dia punya nilai multidimensi."

Namun, menurut narasumber, kontribusi ekonomi yang dihasilkan dari kawasan Benteng Rotterdam masih belum optimal karena pengunjung tidak dikenakan biaya masuk ke area benteng. "Kalau kau bicara faktor ekonomi, efek ekonominya ini mungkin... karena kamu tadi masuk di sini kan tidak membayar, gratis."

Narasumber juga menyampaikan bahwa kawasan Benteng Rotterdam berpotensi memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar apabila dimanfaatkan secara multifungsi. "Kalau memang ini benteng mau jadi pusat nilai ekonomi, dia harus multifungsi. Misalnya, benteng dijadikan sejarah, museum. Ruangan ini misalnya kosong untuk warung kopi, ruangan itu misalnya untuk pakaian, ruangan ini misalnya untuk kuliner." [2]

Berdasarkan hasil wawancara, Benteng Rotterdam memiliki peran yang sangat penting sebagai destinasi wisata sejarah sekaligus simbol budaya Sulawesi Selatan. Keberadaan benteng tidak hanya menjadi tempat wisata, tetapi juga menjadi sarana edukasi bagi pengunjung untuk mengenal sejarah Kerajaan Gowa, perkembangan Kota Makassar, serta berbagai koleksi budaya yang tersimpan di Museum La Galigo. Hal ini menunjukkan bahwa Benteng Rotterdam memiliki fungsi yang lebih luas dibandingkan sekadar objek wisata karena mampu menggabungkan nilai sejarah, budaya, dan pendidikan dalam satu kawasan. Meskipun demikian, manfaat ekonomi yang diperoleh dari kawasan benteng masih belum optimal karena pengunjung dapat memasuki area Benteng Rotterdam secara gratis. Akibatnya, pendapatan pengelola hanya berasal dari beberapa fasilitas tertentu, seperti tiket masuk Museum La Galigo. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan kawasan melalui konsep multifungsi dengan menghadirkan ruang bagi UMKM, pusat kuliner, toko souvenir, serta penyelenggaraan kegiatan seni dan budaya. Pengembangan tersebut diharapkan mampu meningkatkan lama kunjungan wisatawan (*length of stay*) serta mendorong peningkatan pengeluaran wisatawan (*tourist spending*), sehingga manfaat ekonomi dapat dirasakan tidak hanya oleh pengelola, tetapi juga oleh masyarakat di sekitar kawasan Benteng Rotterdam tanpa mengurangi fungsi utamanya sebagai kawasan cagar budaya. [3]

Selain sebagai objek wisata sejarah, Benteng Rotterdam juga berperan sebagai sarana pembentukan identitas budaya daerah. Keberadaan benteng sebagai peninggalan sejarah Kerajaan Gowa memberikan nilai edukatif yang mampu meningkatkan pemahaman wisatawan terhadap perjalanan sejarah Sulawesi Selatan. Nilai historis tersebut menjadi modal penting dalam pengembangan pariwisata budaya karena wisatawan modern tidak hanya mencari hiburan, tetapi juga pengalaman belajar yang autentik. Dari perspektif ekonomi, keberadaan Benteng Rotterdam dapat menciptakan efek pengganda (*multiplier effect*) terhadap perekonomian lokal. Aktivitas wisata yang meningkat akan mendorong pertumbuhan usaha kuliner, transportasi, penginapan, jasa pemandu wisata, hingga usaha mikro yang berada di sekitar kawasan wisata. Dengan demikian, manfaat ekonomi yang dihasilkan tidak hanya dirasakan oleh pengelola destinasi tetapi juga masyarakat sekitar.

3.2 Daya Tarik Benteng Rotterdam bagi Wisatawan Mancanegara

Ketika ditanya mengenai wisatawan asing yang berkunjung ke Benteng Rotterdam, narasumber menjelaskan bahwa wisatawan mancanegara dapat mengakses kawasan benteng tanpa membayar tiket masuk. “Tidak bayar, di sini gratis semua. Aturan baru sekarang, beda dulu. Menurut narasumber, kondisi tersebut menyebabkan pemasukan ekonomi dari kunjungan wisatawan asing masih terbatas. “Dia tidak punya lagi nilai ekonomi negara, kecuali masuk museum. Di sini ada dua instansi, instansi pusat sama instansi provinsi. Pemerintah pusat punya museum, itu pun tiketnya Rp5.000.”[4]

Benteng Rotterdam memang telah diakui sebagai salah satu landmark utama Kota Makassar yang memiliki daya tarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Hal ini disebabkan oleh nilai historis yang kuat, karakter arsitektur kolonial yang masih terjaga, serta fungsi kawasan sebagai pusat wisata budaya dan edukasi. Selain itu, daya tarik bagi wisatawan asing juga diperkuat oleh pengalaman wisata yang bersifat *historical experience tourism*, yaitu wisata yang memberikan pengalaman langsung terhadap sejarah kolonial dan Kerajaan Gowa. Namun, meskipun memiliki daya tarik tinggi, kunjungan wisatawan mancanegara belum sepenuhnya memberikan kontribusi ekonomi yang besar karena akses kawasan utama masih gratis.[5] Benteng Rotterdam merupakan kawasan wisata sejarah yang tidak hanya memiliki nilai arsitektur kolonial yang kuat, tetapi juga menjadi objek wisata yang dipersepsikan beragam oleh wisatawan, terutama terkait kualitas produk wisata. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa wisatawan cenderung memiliki persepsi yang bervariasi terhadap daya tarik Benteng Rotterdam, di mana sebagian wisatawan menilai aspek visual dan keaslian bangunan sebagai daya tarik utama, namun terdapat juga persepsi bahwa aktivitas komersial di dalam kawasan benteng dapat menurunkan kualitas pengalaman wisata sejarah.

Selain itu, penelitian tersebut menegaskan bahwa Benteng Rotterdam masih memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata sejarah / *heritage tourism destination*, tetapi diperlukan pengelolaan yang lebih optimal agar fungsi edukasi dan sejarah tidak tergeser oleh kegiatan non-historis seperti event komersial. Hal ini menunjukkan pentingnya keseimbangan antara pelestarian nilai sejarah dan pengembangan pariwisata berbasis ekonomi agar daya tarik wisatawan mancanegara tetap meningkat. [5] Wisatawan mancanegara cenderung mencari pengalaman wisata berbasis budaya (*cultural tourism*). Keberadaan Museum La Galigo dan berbagai artefak budaya Sulawesi Selatan memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk memahami kehidupan masyarakat lokal, sehingga kunjungan mereka tidak hanya bersifat rekreatif tetapi juga edukatif.

Keberadaan Museum La Galigo di kawasan Benteng Rotterdam menjadi salah satu daya tarik utama karena menyimpan berbagai koleksi sejarah dan budaya Sulawesi Selatan. Kehadiran museum tersebut memberikan pengalaman wisata yang bersifat edukatif sehingga wisatawan tidak hanya menikmati keindahan bangunan bersejarah, tetapi juga memperoleh pemahaman mengenai sejarah, budaya, dan perkembangan masyarakat lokal. Dengan demikian, Benteng Rotterdam berfungsi sebagai destinasi *heritage tourism* yang menggabungkan unsur rekreasi, edukasi, dan pelestarian budaya.[3] Selain daya tarik objek wisata, kualitas pelayanan juga menjadi faktor yang memengaruhi minat dan kepuasan wisatawan mancanegara. Penyediaan informasi dalam bahasa asing, kebersihan kawasan, serta fasilitas pendukung yang memadai dapat meningkatkan pengalaman berkunjung wisatawan. Berdasarkan hasil wawancara, Benteng Rotterdam telah memiliki daya tarik sejarah dan budaya yang kuat, namun peningkatan kualitas pelayanan dan pengelolaan kawasan masih diperlukan agar kunjungan wisatawan mancanegara memberikan manfaat yang lebih besar, baik bagi kepuasan pengunjung maupun bagi pengembangan pariwisata Kota Makassar.

3.3 Daya Tarik Benteng Rotterdam bagi Wisatawan Mancanegara

Narasumber menyampaikan bahwa pengembangan Benteng Rotterdam memerlukan kerja sama berbagai pihak. “Benteng ini pengurusannya ada tiga dimensi. Pemerintah pusat, kemudian harus ada aturan, harus ada koneksi dengan UNESCO, kemudian Pemerintah Provinsi. Ini harus berkolaborasi.” Menurut narasumber, kolaborasi tersebut penting untuk menjaga kelestarian kawasan sekaligus meningkatkan daya tarik wisatawan. Pengelolaan Benteng Rotterdam melalui strategi tata kelola komunikasi (*communication governance strategy*) oleh lembaga pelestarian cagar budaya berperan penting dalam meningkatkan informasi wisata dan citra destinasi. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi tersebut belum sepenuhnya optimal dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, sehingga diperlukan penguatan promosi dan koordinasi antarinstansi.[6]

Daya tarik utama Benteng Rotterdam bagi wisatawan asing tidak hanya berasal dari cara pengelolaannya, tetapi juga karena keunikan budaya yang dimilikinya. Sebagai salah satu peninggalan Kerajaan Gowa yang masih terawat dengan baik, Benteng Rotterdam menawarkan pengalaman wisata sejarah yang memungkinkan wisatawan asing belajar langsung tentang sejarah, arsitektur kolonial, dan budaya daerah Sulawesi Selatan. Museum La Galigo semakin memperkuat peran pendidikan di wilayah ini, sehingga menghadirkan pengalaman yang berbeda dibandingkan tempat wisata lainnya.[5]

Keunikan sejarah dan budaya yang dimiliki suatu destinasi merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih tempat wisata. Wisatawan mancanegara cenderung mencari destinasi

yang mampu memberikan pengalaman autentik, tidak hanya melalui bangunan bersejarah, tetapi juga melalui cerita, nilai budaya, serta aktivitas yang dapat mereka rasakan secara langsung. Oleh karena itu, pengembangan interpretasi sejarah, penyediaan informasi dalam berbagai bahasa, dan penyelenggaraan atraksi budaya secara berkala dapat meningkatkan kualitas pengalaman wisata sekaligus memperkuat daya saing Benteng Rotterdam sebagai destinasi wisata budaya bertaraf internasional.[6]

Kolaborasi antar pemangku kepentingan menjadi faktor penting dalam pengembangan destinasi wisata berkelanjutan. Keterlibatan pemerintah, masyarakat, akademisi, pelaku usaha, dan komunitas budaya dapat menciptakan pengelolaan yang lebih efektif. Masing-masing pihak memiliki peran berbeda, mulai dari penyediaan kebijakan, promosi, pelestarian budaya, hingga peningkatan kualitas pelayanan wisata.

Selain kolaborasi secara langsung, promosi digital juga menjadi aspek yang tidak dapat dipisahkan dari pengembangan destinasi wisata saat ini. Informasi mengenai destinasi yang tersebar melalui media sosial, situs perjalanan, maupun ulasan wisatawan memiliki pengaruh besar dalam membentuk citra destinasi di mata calon wisatawan. Semakin positif informasi yang diterima, semakin besar pula peluang wisatawan untuk memasukkan destinasi tersebut ke dalam daftar kunjungan mereka. Oleh sebab itu, promosi Benteng Rotterdam perlu dilakukan secara berkelanjutan dengan memanfaatkan media digital dan menghadirkan konten yang menampilkan nilai sejarah, budaya, serta aktivitas wisata yang tersedia[7] Selain itu, kerja sama dengan lembaga internasional dapat membuka peluang Benteng Rotterdam untuk dikenal lebih luas di tingkat global. Apabila pengelolaan dan pelestarian dilakukan secara optimal, Benteng Rotterdam berpotensi menjadi salah satu situs warisan budaya yang semakin diperhitungkan dalam jaringan destinasi wisata sejarah dunia.

Pengakuan di tingkat internasional tidak hanya meningkatkan citra destinasi, tetapi juga dapat memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar. Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara akan berdampak pada berkembangnya usaha kuliner, kerajinan, jasa pemandu wisata, serta sektor ekonomi kreatif lainnya. Dengan demikian, pelestarian Benteng Rotterdam tidak hanya berorientasi pada menjaga nilai sejarah, tetapi juga menjadi investasi jangka panjang dalam mendukung pembangunan pariwisata budaya yang berkelanjutan

3.4 Pengaruh Kunjungan Wisatawan Mancanegara terhadap Aktivitas Ekonomi

Kunjungan wisatawan mancanegara memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan aktivitas ekonomi di suatu daerah tujuan wisata. Kehadiran wisatawan asing tidak hanya memberikan dampak melalui penerimaan langsung seperti tiket masuk objek wisata, tetapi juga melalui berbagai bentuk pengeluaran selama wisatawan berada di suatu kawasan. Pengeluaran tersebut mencakup kebutuhan transportasi, akomodasi, makanan dan minuman, jasa pemandu wisata, pembelian produk lokal, souvenir, hingga aktivitas ekonomi kreatif lainnya. Dengan demikian, pariwisata mampu menciptakan efek berganda (*multiplier effect*) terhadap perekonomian masyarakat sekitar. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian global karena mampu menciptakan pendapatan, memperluas kesempatan kerja, serta mendukung perkembangan usaha mikro dan kecil. Aktivitas wisata memberikan peluang kepada masyarakat lokal untuk terlibat langsung dalam rantai ekonomi pariwisata, baik sebagai penyedia jasa maupun sebagai pelaku usaha pendukung. Informasi terkait kontribusi pariwisata global dapat diakses melalui situs resmi.

Dalam konteks kawasan wisata seperti Benteng Rotterdam, dampak ekonomi dari wisatawan mancanegara masih sangat bergantung pada bagaimana destinasi tersebut mampu mengelola aktivitas wisata secara terpadu. Berdasarkan hasil wawancara, narasumber menyampaikan bahwa pengaruh ekonomi dari kunjungan wisatawan asing masih relatif kecil karena belum adanya mekanisme pemasukan yang optimal dari aktivitas kunjungan tersebut. Pernyataan narasumber bahwa “jumlahnya dia tidak punya tiket masuk. Nilai ekonomi pemerintah tidak ada” menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan belum sepenuhnya dikonversi menjadi nilai ekonomi yang dapat dirasakan secara langsung oleh pengelola maupun masyarakat sekitar.[8] Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tingginya jumlah kunjungan wisatawan belum tentu secara otomatis menghasilkan manfaat ekonomi yang besar apabila tidak didukung oleh sistem pengelolaan wisata yang baik. Wisatawan yang datang hanya untuk melihat objek wisata tanpa melakukan aktivitas konsumsi tambahan akan memberikan dampak ekonomi yang lebih terbatas. Oleh sebab itu, diperlukan strategi pengembangan wisata yang mampu memperpanjang lama tinggal wisatawan (*length of stay*) dan meningkatkan pengeluaran wisatawan selama berada di lokasi.[9]

Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah menyediakan paket wisata terintegrasi yang menggabungkan kunjungan ke Benteng Rotterdam dengan aktivitas ekonomi lokal seperti wisata kuliner, pusat oleh-oleh, pertunjukan budaya, serta produk ekonomi kreatif masyarakat. Paket wisata tersebut dapat menciptakan hubungan antara wisatawan dan pelaku usaha lokal sehingga manfaat ekonomi tidak hanya berpusat pada objek wisata, tetapi juga menyebar ke berbagai sektor pendukung. Selain memberikan peluang usaha, perkembangan pariwisata juga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat lokal. Masyarakat dapat memperoleh manfaat melalui usaha makanan khas daerah, jasa transportasi lokal, penjualan kerajinan tangan, penyediaan jasa fotografi, hingga kegiatan ekonomi kreatif berbasis budaya. Apabila dikelola secara

berkelanjutan, kunjungan wisatawan mancanegara dapat menjadi salah satu faktor yang mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar kawasan wisata. Namun, pengembangan ekonomi berbasis pariwisata tetap membutuhkan perhatian terhadap aspek keberlanjutan. Peningkatan jumlah wisatawan perlu diimbangi dengan pengelolaan lingkungan, pelestarian nilai sejarah, serta keterlibatan masyarakat lokal agar aktivitas wisata tidak hanya menghasilkan keuntungan ekonomi jangka pendek, tetapi juga menjaga keberlangsungan destinasi dalam jangka panjang.

3.5 Peran Promosi Digital dan Media Sosial

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara wisatawan memperoleh informasi dan menentukan pilihan destinasi wisata. Jika sebelumnya promosi wisata banyak dilakukan melalui media konvensional seperti brosur dan iklan cetak, saat ini media digital menjadi salah satu sarana utama dalam memperkenalkan destinasi wisata kepada masyarakat luas. Media sosial memungkinkan informasi mengenai suatu objek wisata tersebar secara cepat melalui foto, video, ulasan, dan pengalaman yang dibagikan oleh pengguna.[10] Dalam pengembangan destinasi seperti Benteng Rotterdam, promosi digital memiliki peranan penting untuk meningkatkan daya tarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Berdasarkan hasil wawancara, narasumber menyatakan bahwa promosi digital perlu dilakukan oleh pemerintah maupun masyarakat karena keberadaan media sosial saat ini sangat menentukan bagaimana suatu destinasi dikenal oleh publik. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan promosi wisata tidak hanya menjadi tanggung jawab pengelola, tetapi juga membutuhkan keterlibatan masyarakat sebagai pengguna media digital.

Media sosial berfungsi sebagai sarana komunikasi dua arah antara pengelola destinasi dan wisatawan. Melalui platform digital, pengelola dapat menyampaikan informasi mengenai sejarah, fasilitas, kegiatan, lokasi, serta daya tarik wisata. Sementara itu, wisatawan dapat memberikan komentar, ulasan, dan membagikan pengalaman mereka kepada pengguna lain. Interaksi tersebut membentuk persepsi publik terhadap suatu destinasi. Konsep ini berkaitan dengan *electronic word of mouth (e-WOM)*, yaitu penyebaran informasi atau rekomendasi melalui media elektronik yang berasal dari pengalaman pengguna. Dalam sektor pariwisata, e-WOM memiliki pengaruh besar karena calon wisatawan sering mempertimbangkan ulasan dan pengalaman wisatawan sebelumnya sebelum menentukan keputusan.

Selain e-WOM, konten visual juga menjadi aspek penting dalam pemasaran destinasi wisata. Foto dan video yang menarik dapat membangun gambaran positif mengenai pengalaman yang akan diperoleh wisatawan. Destinasi yang memiliki nilai sejarah seperti Benteng Rotterdam memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui konten digital karena memiliki unsur budaya, arsitektur, dan cerita sejarah yang dapat menarik perhatian pengguna media sosial.[11] Namun, efektivitas promosi digital juga sangat dipengaruhi oleh kualitas informasi yang diberikan. Konten promosi harus dibuat secara konsisten, informatif, dan mampu menggambarkan pengalaman wisata secara nyata. Apabila informasi yang tersebar tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya, hal tersebut dapat menurunkan kepercayaan wisatawan.

Oleh karena itu, diperlukan kerja sama antara pemerintah, pengelola destinasi, pelaku usaha, dan masyarakat dalam membangun citra Benteng Rotterdam melalui media digital. Masyarakat sebagai pengguna media sosial memiliki peran sebagai penyebar informasi positif yang dapat meningkatkan popularitas destinasi. Dengan strategi promosi digital yang tepat, Benteng Rotterdam tidak hanya dikenal sebagai situs sejarah, tetapi juga dapat berkembang menjadi destinasi wisata budaya yang memiliki nilai ekonomi dan daya saing lebih tinggi.

3.6 Faktor yang Meningkatkan Daya Saing Pariwisata

Menurut narasumber, terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan agar suatu destinasi wisata mampu bersaing di tingkat nasional maupun internasional. "Satu daerah harus menyertai *Sapta Pesona*. Keamanan, transportasi, kuliner, itu harus semua."

Daya saing destinasi wisata tidak hanya ditentukan oleh keindahan objek wisata, tetapi juga oleh kemampuan destinasi dalam memberikan rasa aman, kemudahan akses, serta kualitas pelayanan kepada wisatawan. Menurut World Economic Forum (2024), faktor keamanan, infrastruktur transportasi, kesiapan layanan pariwisata, dan keberlanjutan merupakan indikator utama yang memengaruhi daya saing suatu destinasi di tingkat global. Destinasi yang mampu memenuhi indikator tersebut akan memiliki peluang lebih besar untuk menarik wisatawan domestik maupun mancanegara serta meningkatkan loyalitas pengunjung.[12] Narasumber juga menyoroti pentingnya keamanan daerah bagi wisatawan. "Makassar ini kota dunia. Jadi harus betul-betul suasana di sini harus sama dengan suasana di Eropa, Amerika, bahwa ini aman."

Selain itu, biaya transportasi juga dianggap sebagai faktor yang memengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung. "Tiket pesawat itu mahal! Orang mau bepergian itu berpikir."

Selain keamanan dan transportasi, kualitas sumber daya manusia juga menjadi faktor yang menentukan daya saing suatu destinasi wisata. Kemampuan pemandu wisata dalam menjelaskan sejarah secara menarik dan

berkomunikasi menggunakan bahasa asing dapat meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan mancanegara selama berkunjung.

Kualitas sumber daya manusia menjadi salah satu elemen penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang positif. Kompetensi pemandu wisata, kemampuan berkomunikasi dalam bahasa asing, serta keramahan dalam memberikan pelayanan akan memengaruhi kepuasan wisatawan selama berkunjung. Selain itu, penyediaan fasilitas yang mudah diakses, seperti papan informasi multibahasa, pusat informasi wisata, akses internet, dan fasilitas bagi penyandang disabilitas, menunjukkan kesiapan suatu destinasi dalam melayani wisatawan dari berbagai latar belakang. Upaya tersebut dapat meningkatkan citra destinasi sekaligus memperkuat daya saing pariwisata secara berkelanjutan. Di samping itu, ketersediaan fasilitas pendukung seperti papan informasi multibahasa, area istirahat yang nyaman, akses internet, serta fasilitas ramah disabilitas juga menjadi aspek penting dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata. Semakin lengkap fasilitas yang tersedia, semakin tinggi tingkat kepuasan wisatawan terhadap destinasi tersebut.

Selain faktor seperti keamanan, transportasi, kualitas tenaga kerja, dan fasilitas pendukung, inovasi dalam mengelola destinasi wisata juga sangat penting untuk meningkatkan daya saing sektor pariwisata. Destinasi wisata yang mampu menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi, memberikan layanan informasi berbasis digital, serta menciptakan atraksi wisata yang kreatif akan lebih gampang menarik pengunjung, termasuk wisatawan asing. Inovasi itu bisa berupa pemberian virtual tour, audio guide dengan kode QR, aplikasi informasi wisata, hingga penyelenggaraan festival budaya secara rutin. Teknologi dan inovasi dalam pelayanan bisa memperbaiki pengalaman wisatawan, sekaligus memperkuat reputasi Benteng Rotterdam sebagai destinasi wisata sejarah yang modern, tanpa menghilangkan nilai budaya yang dimilikinya.[13]

3.7 Harapan terhadap Benteng Rotterdam di Masa Depan

Pada akhir wawancara, narasumber menyampaikan harapannya agar Benteng Rotterdam terus berkembang sebagai destinasi wisata unggulan Kota Makassar. “Promosi itu dari pemerintah juga harus, jangan mau kalah dengan daerah-daerah lain.” Selain promosi, narasumber juga menekankan pentingnya menjaga kebersihan kawasan wisata dan meningkatkan edukasi masyarakat mengenai pentingnya sektor pariwisata. “Yang pertama memang kebersihan. Yang kedua itu promosi, baik oleh pemerintah maupun oleh netizen. Anak-anak bangsa ini harus diedukasi bahwa penting itu pariwisata.”

Ke depan, Benteng Rotterdam diharapkan tidak hanya menjadi objek wisata sejarah, tetapi juga berkembang sebagai pusat kegiatan budaya dan edukasi yang mampu menarik berbagai kalangan wisatawan. Penyelenggaraan festival budaya, pameran sejarah, dan kegiatan edukatif lainnya dapat meningkatkan daya tarik destinasi sekaligus memperkuat fungsi pelestarian budaya. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital seperti virtual tour, audio guide multibahasa, dan sistem informasi berbasis QR Code dapat meningkatkan kualitas pelayanan wisata. Inovasi tersebut akan membantu wisatawan memperoleh informasi yang lebih lengkap dan menarik mengenai sejarah Benteng Rotterdam sehingga pengalaman berkunjung menjadi lebih berkesan.

Harapan ke depan, Benteng Rotterdam perlu dikembangkan dengan menerapkan prinsip pariwisata yang berkelanjutan. Pariwisata ini tidak hanya fokus pada peningkatan jumlah pengunjung, tetapi juga pada pelestarian nilai budaya dan pemberdayaan masyarakat setempat. Pembangunan wisata perlu melibatkan warga budaya, pengusaha kecil menengah, para akademisi, dan pemerintah dalam mengadakan festival budaya, pameran sejarah, serta acara pembelajaran yang dapat memperkuat identitas budaya Kota Makassar. Pendekatan itu akan membantu menjaga kebudayaan yang dilindungi sekaligus memberi manfaat ekonomi kepada warga sekitar.[6]

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, Benteng Rotterdam memiliki peran penting sebagai destinasi wisata sejarah dan budaya yang mampu menarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian pada pendahuluan, yaitu mengidentifikasi peran Benteng Rotterdam dalam mendukung industri pariwisata melalui nilai sejarah, budaya, dan edukasi yang dimilikinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik Benteng Rotterdam didukung oleh keberadaan Museum La Galigo, promosi digital, serta kerja sama antara pemerintah dan berbagai pihak dalam pengelolaan kawasan wisata. Namun, kontribusi ekonomi yang dihasilkan masih belum optimal sehingga diperlukan pengembangan fasilitas pendukung dan promosi yang lebih intensif. Ke depan, penelitian lanjutan dapat mengkaji strategi pengembangan wisata yang lebih efektif, khususnya dalam meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara dan dampaknya terhadap perekonomian daerah.

REFERENSI

- [1] J. Jumardi and S. Suswandari, “Situs Benteng Fort Rotterdam Sebagai Sumber Belajar Dan Destinasi Pariwisata Kota Makasar : Tinjauan Fisik Arsitektur Dan Kesejarahan,” *J. Candrasangkala Pendidik. Sej.*, vol. 4, no. 2, p. 134, 2018, doi: 10.30870/candrasangkala.v4i2.4529.

-
- [2] G. N. Buhari, D. Pramitasari, and A. Saifullah, "Persepsi Wisatawan terhadap Kualitas Produk Wisata: Fort Rotterdam, Di Makassar," *Sinektika J. Arsit.*, vol. 19, no. 1, pp. 96–106, 2022.
- [3] R. Said, P. Studi, T. Arsitektur, U. Islam, and N. Alauddin, "Museum Astronomi dengan Pendekatan Arsitektur Biomimikri di Makassar," vol. 2, 2020.
- [4] N. Hidayat A, A. Majid, and S. Rabiah, "Communication Governance Strategy for the Cultural Conservation Preservation Center of South Sulawesi Province in Increasing Tourist Visits Fort Rotterdam Makassar," *Respon J. Ilm. Mhs. Ilmu Komun.*, vol. 3, no. 2, pp. 63–79, 2022, doi: 10.33096/respon.v3i2.78.
- [5] R. Adimuntja, "Phinisi Integration Review Keefektifan," *Phinisi Integr. Rev.*, vol. 5, no. 3, pp. 818–823, 2023.
- [6] V. A. Syaharani and A. Sudrajat, "Strategi pengembangan wisata budaya lokal berkelanjutan di Desa Sendang Duwur," vol. 13, no. 03, pp. 254–262, 2024.
- [7] N. L. Tran and W. Rudolf, "Social Media and Destination Branding in Tourism : A Systematic Review of the Literature," 2022.
- [8] P. E. Murphy and G. G. Price, "Tourism and sustainable development," in *Global tourism*, Routledge, 2012, pp. 167–193.
- [9] G. Ocak and A. Yamaç, "Examination of the relationships between fifth graders' self-regulated learning strategies, motivational beliefs, attitudes, and achievement," *Educ. Sci. Theory Pract.*, vol. 13, no. 1, pp. 380–387, 2013.
- [10] S. W. Litvin, R. E. Goldsmith, and B. Pan, "Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management," *Tour. Manag.*, vol. 29, no. 3, pp. 458–468, 2008.
- [11] Z. Xiang and U. Gretzel, "Role of social media in online travel information search," *Tour. Manag.*, vol. 31, no. 2, pp. 179–188, 2010.
- [12] "Travel & Tourism Development Index 2024," 2024.
- [13] Muhammad Haqiqi, A. Nurjaman, and H. Hermawan, "Jurnal dinamika sosial dan sains," *J. Din. Sos. Dan Sains*, vol. 1, no. 4, pp. 358–366, 2024.