
**ANALISIS FAKTOR STRATEGIS DAN SUMBER DAYA SITUS
WISATA KERATON KASEPUHAN DITINGJAU DARI MINAT
WISATAWAN**

Hilda Firdaus¹, Vina Hildayanti², Amanda Alleynisa³, Nur Cholifah⁴, Tubagus Asad
Muhajir⁵

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Syekh Nurjati Cirebon

e-mail: firdaushilda@gmail.com¹, hildayantivinaa@gmail.com²,
alleynisaamanda@gmail.com³, cholifahn960@gmail.com⁴,
gusadmuh@mail.syekhnurjati.ac.id⁵

Accepted: 12/10/2024; **Published:** 14/10/2024

ABSTRAK

Pariwisata Syariah dipandang sebagai cara baru untuk mengembangkan pariwisata Indonesia yang menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai Islami. Selama ini wisata syariah dipersepsikan sebagai suatu wisata ke kuburan (ziarah) ataupun ke masjid. Padahal, wisata syariah tidak diartikan seperti itu, melainkan wisata yang di dalamnya berasal dari alam, budaya, ataupun buatan yang dibingkai dengan nilai-nilai Islam. Salah satu objek wisata di Cirebon yang menarik perhatian para wisatawan domestik dan wisatawan asing adalah Keraton Kesepuhan Cirebon. Dengan adanya sistem pengelolaan yang baik dan benar, wisata sejarah tersebut dapat dimanfaatkan sebagai daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Cirebon dan sebagai ikon pariwisata. Dalam upaya membangun daya tarik wisata kepada masyarakat luas, dapat dilakukan dengan cara melakukan strategi pemasaran yang tepat terhadap potensi pariwisata yang dimiliki oleh Cirebon. Jenis penelitian ini adalah menggunakan analisis dengan pendekatan induktif, proses dan makna dari perspektif subjek yang lebih ditonjolkan atau dapat disebut sebagai penelitian kualitatif deskriptif.

Kata Kunci: Keraton Kasepuhan, Strategi, Wisatawan.

ABSTRACT

Sharia tourism is seen as a new way to develop Indonesian tourism that upholds Islamic culture and values. So far, sharia tourism has been perceived as a trip to the cemetery (pilgrimage) or to the mosque. In fact, sharia tourism is not defined like that, but rather tourism that originates from nature, culture or man-made which is framed by Islamic values. One of the tourist attractions in Cirebon that attracts the attention of domestic and foreign tourists is the Cirebon Kesepuhan Palace. With a good and correct management system, this historical tourism can be used as an attraction for tourists to visit Cirebon and as a tourism icon. In an effort to build a tourist attraction to the wider community, this can be done by implementing appropriate marketing strategies for Cirebon's tourism potential. This type of research uses analysis with an inductive approach, the process and meaning from the subject's perspective are more emphasized or can be called descriptive qualitative research.

Keywords: Kasepuhan Palace, Strategy, Tourists

PENDAHULUAN

Indonesia yang merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar didunia dan terbentang luas, alam yang indah serta budaya yang tak kalah menarik tentu akan menjadi ikon wisata dunia baru apabila industri pariwisata dikelola dengan baik. Untuk memajukan pariwisata Indonesia dapat ditempuh dengan cara pendekatan atau menempatkannya dalam bingkai syariah Islam. Pariwisata Syariah bukan hanya wisata religi saja seperti tempat-tempat ibadah, makam para wali, maupun peninggalan sejarah, melainkan mencakup hal lain yang lebih luas dengan melibatkan banyak industri didalamnya seperti restoran/penyedia makan dan minum, spa, sauna/*massage*, biro perjalanan wisata syariah serta hotel syariah. Hal ini telah menandakan bahwa sistem ekonomi syariah telah berkembang cukup luas dari yang awalnya hanya meliputi perdagangan produk halal, berkembang ke industri keuangan dan sekarang berkembang ke life style yang dapat berupa *hospitality*, *recreation*, perawatan dan kesehatan dan lain sebagainya (Sofyan, 2012). Pariwisata Syariah dipandang sebagai cara baru untuk mengembangkan pariwisata Indonesia yang menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai Islami. Selama ini wisata syariah dipersepsikan sebagai suatu wisata ke kuburan (ziarah) ataupun ke masjid. Padahal, wisata syariah tidak diartikan seperti itu, melainkan wisata yang di dalamnya berasal dari alam, budaya, ataupun buatan yang dibingkai dengan nilai-nilai Islam.

Cirebon merupakan sebuah kota yang dikenal dengan kota wali memiliki kekayaan sejarah penyebaran agama Islam yang besar. Salah satu obyek wisata yang menarik perhatian para wisatawan domestik dan wisatawan asing adalah Keraton Kesepuhan Cirebon. Selain wisata ziarah, Cirebon juga memiliki peninggalan sejarah yang potensial, yaitu Keraton Kesepuhan, Keraton Kanoman, Keraton Kacirebonan, Gua Sunyaragi dan lain sebagainya. Pada momen tertentu seperti bulan Maulid Nabi Muhammad SAW, keraton-keraton ini ramai dikunjungi para wisatawan dalam maupun luar Cirebon. Dengan adanya sistem pengelolaan yang baik dan benar, wisata-wisata sejarah tersebut selain sebagai aset daerah juga dapat dimanfaatkan sebagai daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Cirebon dan sebagai ikon pariwisata daerah yang tidak ada di tempat lain.

Seperti Keraton Kasepuhan sebagai bagian dari sejarah kerajaan Cirebon yang pernah ada. Tempat wisata ini mampu menjadi bagian daya tarik tersendiri bagi mereka yang datang ke Cirebon. Namun dengan kondisi tempat tersebut sekarang ini, dinilai masih belum maksimal untuk dijadikan sebagai bagian dari pusat wisata yang ada di Cirebon. Diperlukan adanya penanganan yang lebih agar mampu menjadi pusat wisata yang ada di Cirebon ini. Tentunya penanganan ini tidak hanya dilakukan oleh kalangan pemerintah saja, tetapi di dukung juga oleh kalangan masyarakat, pengusaha, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, strategi pemasaran dan pembenahan komponen-komponen daya tarik sangatlah dibutuhkan dalam mengembangkan potensi-potensi yang ada di Cirebon, agar dapat menarik minat wisatawan untuk datang ke kota Cirebon. Pelaksanaan strategi pemasaran dan pembenahan ini dapat dilakukan oleh berbagai pihak yang berkepentingan dalam membangun perekonomian masyarakat kota Cirebon, seperti pemerintah, pihak internal keraton dan para pelaku usaha, khususnya dibidang pariwisata. Dan perlu mensinergikan antara kebijakan pemerintah daerah dan para pelaku usaha untuk bersama-sama membangun perekonomian masyarakat dengan memasarkan potensi dan daya tarik objek wisata Cirebon. Ketika perpaduan antara daya tarik wisata dan strategi pemasaran tepat, maka akan dapat menjadikan Kota Cirebon sebagai destinasi wisata unggulan tersendiri untuk para wisatawan.

Berdasarkan latar belakang masalah dan potensi diatas, keraton kesepuhan merupakan salah satu objek wisata yang menjadi wisata unggulan Jawa Barat. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor Strategi dan Sumber Daya Destinasi Wisata Keraton Kesepuhan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan”.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. (Nurdyansyah, 2016) menyampaikan bahwa pendekatan induktif merupakan cara berpikir yang digunakan apabila seseorang membuat kesimpulan berdasarkan informasi atau fakta yang dimiliki dan berdasarkan prinsip-prinsip penemuan, serta dibuat dari yang spesifik menuju hal umum. proses dan makna dari perspektif subjek yang lebih ditonjolkan atau dapat disebut sebagai penelitian kualitatif deskriptif. Dalam Penelitian ini Kamu juga mengumpulkan data melalui wawancara dan Observasi Ke tempat terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata Keraton Kasepuhan

Wisata Keraton Kasepuhan merupakan ikon yang dimiliki oleh Cirebon, karena hanya di Cirebon saja wisata keraton yang ada di Jawa Barat. Keraton Kasepuhan ini memiliki nilai sejarah yang kuat dan menjadi prioritas wisata yang mempunyai daya jual tinggi. Selain kereta kencana Singa Barong yang menjadi ciri khas Keraton Kasepuhan ini, juga ada masjid sang Cipta Rasa yang memiliki nilai sejarah dan arsitektur unik. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai daya dukung yang kuat untuk menjual objek wisata Keraton Kasepuhan ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak manajemen Keraton Kasepuhan, wisatawan asing yang berkunjung ke Keraton Kasepuhan didominasi oleh wisatawan asing yang berasal dari benua Eropa. Keraton Kasepuhan ini merupakan salah satu wisata budaya dan wisata edukasi, karena Keraton Kasepuhan ini merupakan situs sejarah peninggalan Sunan Gunung Jati pada saat penyebaran agama Islam di Kota Cirebon. Dalam menarik wisatawan agar berkunjung ke Keraton Kasepuhan pihak manajemen Keraton Kasepuhan telah melakukan upaya-upaya dalam hal mempromosikan Keraton Kasepuhan.

Upaya yang telah dilakukan oleh pihak manajemen Keraton Kasepuhan yaitu promosi yang berbentuk kerja sama dengan beberapa pihak. Hal yang ditawarkan dalam kerja sama yaitu berupa paket wisata dan penginapan bagi wisatawan. Oleh karena itu, berdasarkan paket yang ditawarkan pihak manajemen Keraton Kasepuhan bekerjasama dengan pihak travel wisata maupun dengan hotel-hotel yang ada di sekitar Kota Cirebon. Selain kepada pihak travel, manajemen Keraton Kasepuhan juga mengirimkan surat kepada instansi pendidikan yang ada di sekitar kota dan kabupaten Cirebon. Adapun bentuk lain promosi yang dilakukan oleh pihak manajemen Keraton Kasepuhan yaitu dengan cara promosi melalui media sosial berupa website, instagram dan melalui media cetak berupa iklan di koran dan poster.

2. Sumber Daya Dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan

Keraton Kasepuhan di Cirebon merupakan salah satu destinasi wisata budaya yang sarat dengan sejarah dan tradisi. Keilmuan dalam bidang pariwisata memiliki perbedaan dengan keilmuan bidang lainnya. Oleh karena itu, penting dilakukan program pendidikan dan pelatihan bidang pariwisata bagi sumber daya manusia yang belum pernah mengikutinya. Melalui program pendidikan dan pelatihan diharapkan kemampuan sumber daya manusia yang dimiliki akan semakin baik dan menjadi ahli dalam bidangnya. Untuk meningkatkan daya tarik wisatawan, pengelola Keraton Kasepuhan dapat memanfaatkan berbagai sumber daya berikut:

a. Sumber Daya Budaya

- 1) Arsitektur Bersejarah: Keindahan bangunan keraton dengan perpaduan gaya arsitektur Jawa, Sunda, dan Islam.
- 2) Koleksi Peninggalan Sejarah: Artefak, pusaka, gamelan, dan benda-benda kerajaan yang memiliki nilai historis.

- 3) Tradisi Keraton: Upacara adat seperti Grebeg Syawal dan berbagai ritual lainnya.
- b. Sumber Daya Edukasi**
- 1) Sejarah Kesultanan Cirebon: Cerita tentang pendiri keraton, Sunan Gunung Jati, dan perannya dalam penyebaran Islam.
 - 2) Workshop Budaya: Pelatihan membuat batik, memainkan gamelan, atau membuat kerajinan khas Cirebon.
 - 3) Pemandu Wisata Profesional: Penjelasan yang mendalam tentang setiap aspek keraton, termasuk cerita di balik setiap ruangan atau ornamen.
- c. Sumber Daya Manusia**
- 1) Keramahan Pengelola: Sambutan yang hangat dari staf keraton.
 - 2) Seniman dan Budayawan: Menampilkan pertunjukan tari topeng Cirebon, wayang kulit, atau seni tradisional lainnya.
 - 3) Kolaborasi dengan Komunitas Lokal: Melibatkan masyarakat sekitar dalam pengelolaan dan promosi wisata.
- d. Sumber Daya Digital**
- 1) Promosi Online: Media sosial untuk berbagi konten menarik, seperti cerita sejarah, foto arsitektur keraton, atau video ritual adat.
 - 2) Virtual Tour: Tur daring agar wisatawan yang jauh tetap bisa menjelajahi keraton secara digital.
 - 3) Aplikasi Wisata: Informasi lengkap tentang tiket, jam buka, dan acara khusus.
- e. Sumber Daya Pendukung**
- 1) Kuliner Tradisional: Menyediakan makanan khas Cirebon, seperti empal gentong, nasi jambang, dan tahu gejrot di sekitar area keraton.
 - 2) Suvenir Khas: Produk lokal seperti batik motif megamendung, kerajinan kayu, atau miniatur keraton.
 - 3) Aksesibilitas: Memastikan area keraton mudah diakses dengan fasilitas parkir, toilet, dan informasi yang memadai.

Wisata Keraton Kasepuhan merupakan wisata yang membutuhkan pemandu untuk menjelaskan setiap informasi karena berbeda dengan wisata lainnya seperti water boom yang tidak memerlukan pemandu. Sumber daya manusia yang berada di Keraton Kasepuhan walau bukan berasal dari lulusan pendidikan pariwisata tetapi selalu mengikuti pelatihan yang diadakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yang ada di Kota Cirebon.

Keraton Kasepuhan ini mempunyai 15 orang pemandu, yang bekerjanya secara sukarela. Sistem upah yang diberikan kepada pemandu bukan berdasarkan Upah Minimum Relatif (UMR), tetapi upah tersebut diberikan secara sukarela dan dilihat berdasarkan pengabdian mereka kepada keraton. Oleh karena itu, jumlah pemandu (sumber daya manusia) di Keraton pun terbatas. Pada saat hari libur biasanya pengunjung mengalami peningkatan yang signifikan. Akan tetapi, dengan tersedianya 15 orang pemandu tidak mencukupi kebutuhan wisatawan sehingga tidak jarang para wisatawan tidak mendapatkan pelayanan pemandu dari pihak Keraton Kasepuhan. Dengan mengoptimalkan berbagai sumber daya ini, Keraton Kasepuhan dapat menjadi destinasi wisata budaya unggulan yang tidak hanya menarik wisatawan lokal, tetapi juga internasional.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Wisata Keraton Kasepuhan

Pengembangan wisata Keraton Kasepuhan sudah terlihat salah satunya adalah dari sistem tiket yang digunakan sudah menggunakan *e-tiket* (elektronik tiket). Pengembangan *e-ticketing* ini merupakan dukungan PT. Telkom Indonesia yang bekerjasama dengan PATA (*Pacific Asia Travel Association*) chapter Indonesia untuk mendukung kemajuan pembangunan ekonomi Indonesia melalui pengembangan pariwisata yang ada dan dalam hal Keraton Kasepuhan menjadi salah satu objek wisata yang berbasis ICT.

Adapun upaya-upaya yang telah dilakukan pihak Keraton Kasepuhan yaitu merevitalisasi gedung-gedung. Namun demikian, ada pula upaya yang belum dilakukan yaitu melokalisasi pedagang-pedagang yang ada di depan Keraton Kasepuhan, pelestarian keraton pun perlu dilakukan secara berlanjut tidak hanya sekali dan biaya untuk pelestarian bangunan tua pun memerlukan biaya yang besar. Hal ini dikarenakan kurangnya anggaran dari pemerintah setempat untuk pengelolaan Keraton Kasepuhan. Sedangkan untuk faktor keamanan di Keraton Kasepuhan terbilang sudah cukup aman, namun pihak Keraton Kasepuhan pun tidak memungkiri bahwa mereka mengharapkan kehadiran petugas keamanan yang berasal dari kepolisian pariwisata. Tetapi pada kenyataannya hal itu belum terealisasi karena kurangnya anggaran dari Pemerintah untuk Keraton Kasepuhan.

Dalam pengembangannya, wisata Keraton Kasepuhan pun masih memiliki faktor-faktor yang menghambat, seperti:

a) Keterbatasan infrastruktur

Keraton Kasepuhan masih memiliki fasilitas pendukung wisata yang kurang memadai, seperti tempat parkir, toilet dan pusat informasi yang belum optimal. Selain itu, kurangnya kebersihan lingkungan dan banyak fasilitas yang terbelah yang tentunya hal itu bisa mengurangi kedatangan pengunjung yang manfaatnya bisa dirasakan bagi pedagang, para ojek online atau transportasi angkutan umum lainnya.

b) Minimnya promosi profesional

Promosi wisata yang masih terbatas, sehingga belum menjangkau audiens global serta kurangnya kolaborasi dengan agen perjalanan dan platform wisata digital.

c) Kurangnya anggaran pengelola

Faktor penghambat lainnya adalah kurangnya pendanaan dari Pemerintah setempat untuk pengelolaan dan restorasi bangunan serta fasilitas wisata. Selain itu, tantangan dalam perawatan koleksi artefak yang memerlukan biaya tinggi.

d) Persaingan dengan destinasi lain

Meningkatnya jumlah destinasi wisata baru di sekitar Cirebon yang menjadi kompetitor.

e) Kesadaran wisata yang rendah

Beberapa wisatawan kurang menghargai aturan atau nilai busaya keraton dan tantangan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pelestarian Keraton.

Untuk mengatasi hambatan ini, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan pengelola Keraton. Strategi seperti peningkatan promosi digital, alokasi anggaran khusus dan kolaborasi komunitas lokal dapat menjadi solusi dalam pengembangan wisata Keraton Kasepuhan.

KESIMPULAN

Keraton Kasepuhan merupakan ikon pariwisata Cirebon dengan nilai sejarah, budaya, dan edukasi yang tinggi. Sebagai destinasi wisata budaya yang unik di Jawa Barat, Keraton Kasepuhan menawarkan berbagai daya tarik seperti arsitektur bersejarah, koleksi pusaka, tradisi keraton, serta masjid Sang Cipta Rasa. Meskipun memiliki potensi besar, pengembangan daya tarik wisata Keraton Kasepuhan memerlukan strategi yang komprehensif untuk mengatasi hambatan yang ada. Ada beberapa strategi pengembangan daya Tarik wisata Keraton Kasepuhan:

1. Pengelolaan sumber daya budaya, seperti melestarikan bangunan Keraton, koleksi artefak dan tradisi budaya melalui program revitalisasi secara berkelanjutan serta memanfaatkan kekayaan sejarah Keraton Kasepuhan untuk meningkatkan nilai edukasi wisata.

2. Optimalisasi Sumber Daya Manusia, seperti meningkatkan kualitas pemandu wisata melalui pelatihan pariwisata dan sejarah budaya serta menambah jumlah pemandu wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, terutama saat musim liburan.
3. Penguatan Promosi Digital, seperti memanfaatkan media sosial, website resmi dan platform digital lainnya untuk promosi yang lebih luas serta menyediakan tour virtual atau konten interaktif untuk menarik wisatawan internasional.
4. Kerja sama dengan mitra strategis, seperti menjalin Kerjasama dengan agen perjalanan, hotel dan institusi Pendidikan untuk meningkatkan kunjungan wisata serta mengembangkan paket wisata terpadu yang melibatkan destinasi lain di sekitar Cirebon.
5. Peningkatan infrastruktur dan fasilitas, seperti membenahi fasilitas wisata seperti toilet, tempat parkir, dan pusat informasi agar lebih nyaman bagi pengunjung serta menyediakan area khusus untuk pedagang guna menjaga kebersihan dan keindahan lingkungan keraton.
6. Kolaborasi dengan pemerintah dan komunitas lokal, seperti mengajukan alokasi anggaran khusus untuk pelestarian dan pengelolaan keraton serta melibatkan masyarakat lokal dalam promosi dan pengelolaan wisata untuk menciptakan rasa memiliki.
7. Peningkatan Kesadaran Wisata, seperti mengedukasi wisatawan mengenai pentingnya menghormati nilai budaya keraton serta mengadakan kampanye pelestarian budaya melalui event atau program lokal.

Dengan implementasi strategi ini, Keraton Kasepuhan dapat menjadi destinasi wisata budaya unggulan yang mampu menarik lebih banyak wisatawan, baik domestik maupun internasional. Selain itu, pengembangan ini juga dapat memberikan manfaat ekonomi dan budaya yang berkelanjutan bagi masyarakat serta Kota Cirebon secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Albertus, B. (2010). Analisis proses keputusan berwisata dan kepuasan pengunjung di Kebun Raya Bogor [skripsi]. *Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogo*.
- Danubrata, M. A. A. (2024). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Taman Wisata Goa Sunyaragi Cirebon. *JISOS: Jurnal Ilmu Sosial*, 3(1), 23-36.
- Fandefi, H. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kota Banda Aceh. *Journal Of Economic Science (JECS)*, 6(2), 89-99.
- Hani, A. U., Ardiansyah, E., & Nabih, A. N. (2023). Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Kejawan: Analisis Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan. *Journal of Sharia Tourism and Hospitality*, 1(2), 115-125.
- Jayanti, T. B. (2017). Strategi pengembangan urban heritage tourism Kota Cirebon, Jawa Barat. *Jurnal Koridor*, 8(2), 195-205.
- Nurdyansyah, N., & Fahyuni, E. F. (2016). Inovasi model pembelajaran sesuai kurikulum 2013.
- Nuryadi, A., & Juanim, H. (2018). *Pengaruh Service Quality terhadap Tourist Satisfaction serta Implikasinya pada Revisit Intention (Studi Wisatawan Keraton Kasepuhan Kota Cirebon)* (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung).
- Oktaviyani, T. E. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Pengelolaan Wisata Telaga Sarangan Di Kabupaten Magetan* (Doctoral dissertation, IAIN PONOROGO).
- Pradhana, A. (2023). Strategi Pengembangan Wisata Malam Berbasis Perkotaan di Kota Cirebon. *Journal of Sharia Tourism and Hospitality*, 1(2), 138-146.

- Ramadhan, G. A., Budiastuti, E., & Fata, M. A. (2024). Pengaruh Word of Mouth (WOM) dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Wisata Keraton Kasepuhan Kota Cirebon. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 3(4), 340-352.
- Sari, D., & Yalia, M. (2019). Implementasi Kebijakan Pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi untuk Pengembangan Kepariwisata di Kota Cirebon. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan*, 20(1), 13-28.
- Setiawan, R. 1. (2016). Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Pariwisata: Perspektif Potensi Wisata Daerah Berkembang. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 1(1), 23-35.
- Sofyan, R. (n.d.). *Prospek bisnis pariwisata syariah. Buku Republik*. 2012.
- Ukotjo, H. (2010). Analisa Marketing Mix-7P (*Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence*) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 216-228.
- Yana Wardani, R. (2013). Strategi Pengembangan Pariwisata Kota Tanjungpinang. *Tanjungpinang: Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Maritim Raja Ali Haji*.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)