

# STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA PANTAI ALAMANDA DESA SUMLILI KABUPATEN KUPANG

## *Strategies for the Development of the Alamanda Beach Tourism Object in Sumlili Village, Kupang District*

Jeky Nelson Sodakain<sup>1,a)</sup>, Rolland E. Fanggidae<sup>2,b)</sup>, Marianus S. Neno<sup>3,c)</sup>, Ronald P.C. Fanggidae<sup>4,d)</sup>

<sup>1,2,3,4)</sup>Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

**Koresponden :** <sup>a)</sup> jekysodakain@gmail.com, <sup>b)</sup> rolland\_fanggidae@staf.undana.ac.id,

<sup>c)</sup> marianus.neno@staf.undana.ac.id, <sup>d)</sup> ronalfanggidae@staf.undana.ac.id

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dalam pengembangan Objek Wisata Pantai Alamanda serta mengetahui strategi pengembangan yang perlu dilakukan pada Objek Wisata Pantai Alamanda. Sampel dalam penelitian ini adalah 30 responden untuk pengumpulan data dilapangan menggunakan kuesioner. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan Matrix Grand Strategy, Objek Wisata Pantai Alamanda berada pada Kuadran I yang berarti mendukung strategi secara agresif. Strategi yang paling tepat dan baik yang digunakan dalam pengembangan objek wisata berdasarkan hasil Matriks SWOT dan penelitian dilokasi Objek Wisata Pantai Alamanda maka strategi yang diterapkan yaitu strategi SO (Strength Oppurtunities) yang terdiri atas 3 strategi yaitu lokasi objek yang tidak jauh dari pusat kota, pentingnya promosi sangat ,Objek Wisata di Kupang Barat belum terlalu banyak sehingga dibutuhkan terobosan baru dari pemda atau pihak pengelola Objek Wisata Pantai Alamanda. Saran dalam penelitian ini ialah perlu adanya tahap pengembangan seperti memperbaiki akses jalan menuju lokasi pantai serta yang terpenting memberikan fasilitas wahana bermain. Pengelola ataupun pemda yang terkait harus membantu dalam tahap pengembangan objek wisata pantai Alamanda seperti mengupayakan dana untuk proses pengembangan. Melakukan Promosi di Media Sosial secara gencar.

**Kata Kunci** : Strategi Pengembangan, Objek Wisata, SWOT

### PENDAHULUAN

Daerah Kabupaten Kupang mempunyai potensi obyek wisata meliputi; obyek wisata alam, obyek wisata budaya, obyek wisata minat khusus. Pengembangan obyek-obyek wisata ini diharapkan mampu menarik pengunjung. Peran serta masyarakat dan pelaku bisnis pariwisata dapat dipandang sebagai daya dukung pengembangan kepariwisataan dan tentunya peran pemerintah daerah khususnya Pemerintah Kabupaten Kupang dalam mengupayakan pengembangan objek wisata yang ada di Kabupaten Kupang, selaras dengan jenis dan daya tarik obyek wisata suatu wilayah sehingga secara langsung akan menambah Pendapatan Asli Daerah (PAD) khususnya pendapatan masyarakat sekitar obyek wisata Pantai Alamanda Desa Sumlili kecamatan Kupang Barat Kabupaten Kupang.

Kecamatan Kupang Barat memiliki banyak potensi wisata alam dibandingkan potensi wisata budaya dan minat khusus. Potensi wisata ini terdapat di beberapa kecamatan yang ada di Kabupaten Kupang Misalnya dibagian barat Desa Sumlili yakni Pantai Alamanda.

Pada tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat signifikan sebanyak 50 pengunjung dikarenakan wabah covid-19. Jumlah kunjungan wisatawan yang datang berkunjung ke Pantai Alamanda terbilang sangat rendah dibandingkan dengan objek wisata lain yang ada di Kupang Barat dikarenakan Obyek wisata Pantai Alamanda merupakan salah satu obyek wisata alam yang belum dikelola secara maksimal. Obyek wisata Pantai Alamanda yang belum dikelola secara maksimal akan tetapi Pantai Alamanda mempunyai potensi untuk dikembangkan menjadi obyek wisata unggulan. Pantai Alamanda memiliki Fasilitas Penunjang berupa gapura dan spot foto. Selain dari Fasilitas Penunjang, Pantai Alamanda juga memiliki Fasilitas Pelengkap berupa tempat beristirahat berupa lopo yang tentunya nyaman bagi para wisatawan. Letak Obyek Wisata Pantai Alamanda yang cukup strategis karena berada ditepi jalan menuju poros barat yang menghubungkan dengan beberapa obyek wisata lain misalnya Air terjun Oenesu, Danau Tuadale, dan Pantai Tablolong.

Pemerintah daerah telah membuat berbagai upaya guna pengembangan pariwisata di Kabupaten Kupang, namun upaya ini belum mampu memberi hasil yang signifikan dalam mengoptimalkan potensi yang ada dengan belum dilibatkannya masyarakat lokal, sehingga untuk mengoptimalkan potensi yang ada serta meningkatkan kunjungan wisatawan diperlukan beberapa strategi dalam upaya untuk mengembangkan sektor pariwisata di Kabupaten Kupang, dimana strategi ini dijabarkan melalui persepsi wisatawan dan masyarakat lokal. Strategi ini diharapkan mampu mengoptimalkan dan menjawab kebutuhan wisatawan serta dapat meningkatkan pendapatan masyarakat lokal, disamping tetap mempertahankan keberlangsungan dalam pembangunan pariwisata.

## **METODA PENELITIAN**

### **Teknik Analisis Data**

Analisis data pada dasarnya merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan, biasanya menggunakan statistik. Setelah data dianalisis dan informasi yang lebih sederhana diperoleh, hasilnya diinterpretasi untuk mencari makna dan implikasi yang lebih luas dari hasil penelitian (Wardiyanta & Hum, 2006). Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menganalisis adalah metode Analisis Deskriptif untuk menjawab faktor- faktor pendorong dan penghambat pengembangan Obyek Wisata Pantai Alamanda Desa Sumlili Kabupaten Kupang. Sedangkan untuk menjawab strategi

pengembangan Obyek Wisata Wisata Pantai Alamanda di Desa Sumlili Kabupaten Kupang menggunakan analisis SWOT.

### **Analisis Deskriptif**

Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/melukiskan keadaan subyek/obyek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya (Sugiyono, 2012:23). Salah satu pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yang merupakan proses penggambaran daerah penelitian. Dalam penelitian ini akan diperoleh gambaran tentang faktor-faktor internal dan eksternal pengembangan Objek Wisata Pantai Alamanda. Data yang terkumpul dalam penelitian ini dianalisa dengan metode analisis deskriptif untuk menjelaskan/mendesripsikan fenomena-fenomena yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti. Sehingga data yang dihasilkan merupakan data isi deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari perilaku yang diamati. Setelah di peroleh gambaran tentang faktor-faktor internal dan eksternal pengembangan Objek Wisata Pantai Alamanda selanjutnya menentukan kriteria dari masing-masing kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman Objek Wisata Pantai Alamanda. Dalam menentukan kriteria kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman di gunakan rumus yang di kutip dalam (Pradikta, 2013:55), dengan menghitung rentang skor kemudian menentukan panjang skor yang menggunakan rumus sebagai berikut :

$$R = xt - xr \quad P = R$$

*xt*

Keterangan:

R: Rentang Xt : Skor Tertinggi

P: Panjang Kelas Xr : Skor Terendah

### **Analisis SWOT**

Setelah di tentukan kriteria kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman untuk masing-masing faktor selanjutnya dihitung masing- masing faktor dengan menggunakan alat analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi (Kasim, Bessie, & Nyoko, 2017). Untuk menentukan bobot masing-masing angket dari tabel IFAS dan EFAS di gunakan bobot.

$$R = \square \square$$

$\square \square$

Keterangan :

Mx : Mean dari faktor x (Internal dan External)

Mt : Mean total faktor strategis (Internal dan External)

## **ANALISIS HASIL PENELITIAN**

### **Gambaran Umum Pariwisata Kabupaten Kupang**

Kabupaten Kupang merupakan daerah tingkat II Nusa Tenggara Timur. Secara umum, Kabupaten Kupang beriklim tropis dan kering. Curah hujan yang relatif rendah membuat Kabupaten Kupang dikategorikan daerah semiraid atau semi-kering. Wilayah Kabupaten Kupang umumnya berada di dataran tinggi, mulai dari perbukitan dan pengunungan. Tapi beberapa daerah juga berada di 0-5 meter di atas permukaan air laut dengan presentase 20,5 persen. Selain itu, Kabupaten Kupang juga memiliki sungai yang mengalir sepanjang tahun, panjang sungai bervariasi. Ada banyak flora dan fauna serta tempat wisata yang dapat ditemui di Kabupaten Kupang.

Kabupaten Kupang merupakan salah satu daerah tujuan wisata Provinsi Nusa Tenggara Timur, kultur sosial dan budaya yang beraneka ragam serta didukung keadaan geografis yang menunjang kepariwisataan dan itu dibuktikan dengan peningkatan jumlah wisatawan lokal atau asing yang datang berkunjung. Kabupaten Kupang setidaknya memiliki objek wisata yang terdiri dari objek wisata bahari, alam, budaya dan sejarah. Dalam industri pariwisata di Kabupaten Kupang ada 7 objek wisata budaya dan 18 objek wisata pantai. Objek wisata pantai yang ada di Kabupaten Kupang terdiri atas objek wisata yang sudah berkembang dan objek wisata baru. Destinasi-destinasi wisata baru yang bermunculan cenderung monoton, konsep yang ditawarkan cenderung itu-itu saja. Sehingga destinasi wisata yang banyak bermunculan cenderung kurang diminati. Destinasi wisata baru yang ada di Kabupaten Kupang salah satunya adalah Pantai Alamanda. Objek wisata ini merupakan objek wisata yang menawarkan pemandangan alam yang indah akan tetapi cenderung monoton karena tidak ada atraksi lain yang ditawarkan kepada pengunjung.

### **Objek Wisata Pantai Alamanda**

Pantai Alamanda terletak di Desa Sumlili Kecamatan Kupang Barat untuk mencapai lokasi tersebut, pengunjung bisa menggunakan motor atau mobil dengan estimasi waktu sekitar 1,5 jam dari pusat Kota Kupang. Pantai Alamanda, merupakan salah satu objek wisata bahari dengan bentangan hamparan pasir kecoklatan. Sementara di tepi pantai terdapat sejumlah pohon, diantaranya yang paling banyak yaitu pohon lontar. Sejumlah fasilitas pendukung di lokasi ini antara lain, seperti loppo dan toilet. Nama Pantai Alamanda sebelumnya adalah

Pantai Batulesa tetapi pada tahun 2017 Kepala Desa sumlili Bapak Moses Tomasui merubah nama Pantai Batulesa menjadi Pantai Alamanda yang artinya “Aku lama menanti Anda”. Potensi wisata yang bisa ditawarkan dan menjadi daya tarik bagi pengunjung adalah suasana pedesaan dan juga suasana yang dikelilingi oleh pegunungan, persawahan, danau, view laut yang pastinya memanjakan mata para pengunjung. Akses jalan menuju area pantai Alamanda terdapat 2 yaitu jalur utama melalui pemukiman Desa Sumlili dengan kondisi jalan sebagian aspal dan sebagian masih berlubang sedangkan akses kedua melalui jalur lapangan tembak dengan jarak dari pemukiman sekitar 2 kilometer dengan kondisi badan jalan masih pengerasan. Dari 2 akses tersebut pengunjung yang datang lebih banyak melewati akses kedua yaitu melewati jalur lapangan tembak walaupun jangkauan menuju pantai melalui jalur ini terbilang lumayan jauh tetapi pengunjung disuguhkan pemandangan alam yang indah yaitu view laut, danau dan persawahan.

### **Analisis SWOT Sebagai Alat Formulasi Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Alamanda.**

Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan suatu strategi (Rangkuti, 2006). SWOT merupakan singkatan dari lingkungan internal Strengths (Kekuatan) dan Weakness (Kelemahan) serta lingkungan eksternal Opportunities (Peluang) dan Threats (Ancaman) yang dihadapi di dunia bisnis. Analisis didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats).

Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan, misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis (strategic planner) harus menganalisis faktor-faktor strategis (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Dalam penyusunan strategi pengembangan Objek Wisata Pantai Alamanda dengan analisis SWOT terlebih dahulu identifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

### **Strategi Alternatif Pengembangan Objek Wisata Pantai Alamanda**

1. Pembangunan dan pengembangan Objek Wisata Pantai Alamanda pada dasarnya adalah menjadikan Objek Wisata Pantai Alamanda sebagai objek wisata unggulan di Kabupaten Kupang Barat dan sebagai salah satu andalan PAD di sector pariwisata. Strategi SO (Strength and Opportunities), yaitu strategi yang mengoptimalkan kekuatan (strength) untuk memanfaatkan peluang (Opportunities), ialah:

- a) Memiliki potensi alam yang bagus menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang datang berkunjung, ini menjadi poin yang penting di era sekarang dimana kemajuan TIK sangat penting untuk menjadi ruang mempromosikan objek wisata selagi sektor pariwisata menjadi sektor unggulan Pemda NTT.
  - b) Lokasi objek wisata yang tidak jauh dari pusat kota menjadi stimulus bagi para pengunjung untuk datang mencari spot foto yang bagus pada objek wisata pantai Alamanda untuk di publish di medsos sehingga dengan demikian objek wisata Pantai Alamanda bisa dipromosi terus menerus
  - c) Memiliki potensi yang unik seperti pasir kecoklatan yang tidak dimiliki oleh pantai lain di Kupang barat serta sunset dan keindahan alam lain dapat mengundang lebih banyak pengunjung untuk berkunjung, sehingga membuka peluang bagi masyarakat desa Sumlili untuk fokus kesektor usaha.
2. Strategi WO (Weakness and opportunities), yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan (Weakness) untuk memanfaatkan peluang (Opportunities), ialah:
- a) Pengelola menyediakan tempat sampah yang lebih banyak, lapak penjual makanan yang memadai, serta menstimulasi pihak swasta dan masyarakat untuk membuka usaha disitu.
  - b) Memanfaatkan kemajuan TIK untuk melakukan promosi secara gencar mengingat objek wisata baru di kabupaten Kupang belum terlalu banyak.
  - c) Sektor pariwisata menjadi sektor unggulan Pemda NTT, ini menjadi kesempatan bagi Pemkab Kupang, ataupun pemerintah desa untuk menggali potensi yang ada di pantai Alamanda untuk memperkenalkan potensi Objek Wisata Pantai Alamanda.
3. Strategi ST (Strength and Threats), yaitu strategi yang menggunakan kekuatan (strength) untuk mengatasi ancaman (threats), ialah:
- a) Keindahan dan keunikan yang dimiliki Objek Wisata Pantai Alamanda menjadikannya mampu bersaing dengan munculnya objek atau atraksi wisata baru lainnya
  - b) Pemandangan sunset yang indah disore hari dan keindahan pantai yang dibentangi bukit dan pegunungan menarik wisatawan untuk datang berkunjung ini dapat juga meningkatkan PAD yang dalam hal ini dapat membantu keterbatasan dana dari pihak desa untuk lebih mengembangkan objek wisata Pantai Alamanda.
  - c) Potensi dan keunikan yang dimiliki Objek Wisata Pantai Alamanda akan menjadi wisata yang mampu menarik lebih banyak pengunjung dan lebih banyak rupiah yang masuk, apabila ditunjang dengan fokus Pemda dalam hal alokasi dana serta

mensosialisasikan kepada masyarakat untuk turut menjaga kebersihan dan kelestarian objek wisata tersebut.

4. Strategi WT (Weakness and Threats), yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan (weakness) dan menghindari ancaman (threats), ialah :
  - a) Pemerintah mensosialisasikan kepada masyarakat mengenai pentingnya pariwisata serta kebijakan untuk menjaga kebersihan dan kelestarian objek wisata
  - b) Perbaiki sarana dan prasarana yang gencar menjadikan Objek Wisata Pantai Alamanda siap bersaing dengan objek wisata lain
  - c) Fokus dan alokasi dana pemerintah daerah yang memadai terhadap keberlangsungan pengembangan Objek Wisata Pantai Alamanda.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Berdasarkan penelitian terhadap Objek Wisata Pantai Alamanda, faktor internal dibagi atas dua terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman terhadap strategi pengembangan Objek Wisata Pantai Alamanda dapat dilihat bahwa Matrix Grand Strategy menunjukkan titik potong (3,68;1,50) berada pada kuadran I yaitu mendukung strategi agresif dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang agar dapat meningkatkan pertumbuhan Obyek Wisata Pantai Alamanda.
2. Strategi yang paling tepat dan baik yang digunakan dalam pengembangan objek wisata berdasarkan hasil Matriks SWOT dan penelitian dilokasi Objek Wisata Pantai Alamanda maka strategi yang diterapkan yaitu strategi SO (Strength Oppurtunities) yang terdiri atas 3 strategi yaitu lokasi objek yang tidak jauh dari pusat kota, pentingnya promosi sangat diperlukan dalam hal untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan oleh karena itu pihak-pihak seperti pemkab, pemda desa Sumlili sangat berperan penting dalam melakukan gencar promosi mengingat kemajuan TIK di era sekarang sangat cepat menyebarkan informasi. Objek wisata di Kupang Barat belum terlalu banyak sehingga dibutuhkan terobosan baru yang harus dilakukan pemda atau pengelola objek Wisata Pantai Alamanda seperti menyediakan wahana bermain disekitaran objek wisata Pantai Alamanda agar tidak membuat pengunjung merasa bosan datang berkunjung karena konsep yang ditawarkan hanya pemandangan alam. Spot foto yang bagus merupakan salah satu faktor pendorong wisatawan datang berkunjung ke pantai Alamanda.

## Saran

1. Kupang Barat memiliki objek wisata yang tidak terlalu banyak, cenderung wisatawan yang datang berkunjung hanya memilih satu lokasi objek wisata dikarenakan akses jalan menuju lokasi objek yang memadai dan juga ditawarkan wahana bermain bukan hanya sekedar pemandangan alam. Pantai Alamanda merupakan salah satu objek yang ada di kupang barat yang memiliki keindahan pantai yang bagus tetapi perlu tahap pengembangan seperti memperbaiki akses jalan menuju lokasi pantai serta yang terpenting memberikan fasilitas wahana bermain supaya wisatawan yang datang berkunjung bukan hanya datang untuk menikmati keindahan alam tetapi juga mendapatkan hiburan permainan yang diselingi oleh keindahan pantai Alamanda.
2. Pengelola ataupun pemda yang terkait harus membantu dalam tahap pengembangan objek wisata pantai Alamanda seperti mengupayakan dana untuk proses pengembangan dan juga mensosialisasikan kepada masyarakat mengenai pentingnya sektor pariwisata terhadap ekonomi.
3. Kemajuan TIK perlu dimanfaatkan dalam melakukan promosi secara gencar melalui media sosial seperti (facebook, instagram, youtube, brosur dan iklan) ini perlu dikarenakan medsos di era sekarang sangat cepat menyebarkan informasi dan ini menjadi salah satu cara untuk memperkenalkan Objek Wisata Pantai Alamanda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cornelis, C. A. E., Fanggidae, A. H. J., & Timuneno, T. (2019). Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam Gunung Fatuleu. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 8(1), 117– 132.
- Damanik, J., & Weber, H. F. (2006). *Perencanaan Ekowisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Dapu, E., Winarni, W., & Susetyo, J. (2017). Penilaian Kinerja dengan Metode Human Resources Scorecard dan Pendekatan Analisis SWOT (Studi Kasus PG. Gondang Baru Klaten). *Jurnal Rekavasi*, 5(1), 53–58.
- Gunungrowo Indah dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati. Universitas Negeri Semarang.
- Heri, L. (2011). Pengembangan Pariwisata Kabupaten Pati. *Jurnal Universitas Diponegoro*.
- Jayanti, D. (2001). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Pada Hotel Cherry Pink KH. Wahid Hasyim Medan. Online).(<http://www.academia.edu>, diakses 05 Maret 2019).



- Kasim, A., Bessie, J. L. D., & Nyoko, A. E. L. (2017). Strategi Promosi Pariwisata Kota Kupang Melalui Pembuatan Media Katalog Wisata. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 4(1), 71–90.
- Oka, A. Y. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Cetakan Kedua, PT. Pradnya PAramita.
- Pabundu, T. (2005). *Metode penelitian geografi*. Jakarta: Bumi Aksara, 162.
- Paturusi, S. A. (2001). *Perencanaan Tata Ruang Kawasan Pariwisata*. Materi Kuliah Perencanaan Kawasan Pariwisata Program Magister Kajian Pariwisata. Program Pasca Sarjana Universitas Udayana. Denpasar: Bali.
- Pendit, N. S. (2002). *Ilmu pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita. Pradikta, A. (2013). *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk*
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rani, D. P. M. (2014). Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (studi kasus: Pantai Lombang). *Jurnal Politik Muda*, 3(3), 412–421.
- Saputra, M. R., & Rodhiyah, R. (2016). Strategi Pengembangan Wisata di Kawasan Gunung Andong Magelang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 571–586.
- Setianingsih, W. (2005). Pengembangan Obyek Wisata Serulingmas sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah. Universitas Negeri Semarang.
- Soebagyo, S. (2012). Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia. *Liquidity*, 1(2), 153–158.
- Soejono, H. A. (2003). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta. Suardana, I. W. (2013). Analisis kebijakan pengembangan pariwisata. Seminar Nasional: Unud.
- Sugiyono, M. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wahab, S. (2003). *Industri Pariwisata Dan Peluang Kesempatan Kerja*. Jakarta: PT. Pertja.
- Wahyudi, I. (2017). *Konsep Pengembangan Pariwisata*. Retrieved from Inspire Consulting: [http://cvinspireconsulting.com/konsep ...](http://cvinspireconsulting.com/konsep...)
- Wardiyanta, M., & Hum, M. (2006). *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta, Penerbit Andi, 52.
- Warman, A. M. (2014). *Kepariwisata dan Perjalanan*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Widyastuti, A. R. (2010). Pengembangan pariwisata yang berorientasi pada pelestarian fungsi lingkungan. *Jurnal Ekosains*, 2(3), 69–82.