

SWOT Analysis of Aryakibansland Tourist Destination Development Using 3A Tourism Components (Attraction, Accessibility and Amenity)

Analisis SWOT Pengembangan Obyek Wisata Aryakibansland Menggunakan Komponen Pariwisata 3A (Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas)

Dikky Nur Hidayat¹, Romy Rizki Hasbianur², Sarah Lutfiani³, Asni Komalasari⁴

¹Universitas Negeri Semarang, ^{2,3,4}Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

*Correspondence: dikynurhidayat1@gmail.com

Abstract

Purpose: The purpose of This study aims to analyze the development of Aryakibansland tourist attractions using the 3A tourism components: Attractions, Accessibility, and Amenity at Aryakibansland.

Method: This research uses a descriptive qualitative approach with data collection methods through observation and literature study. Qualitative research was chosen because it is in accordance with the research objectives that want to observe and analyze the development of aryakibansland tourist attraction. The data obtained was then analyzed using SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, & Treath).

Result: Based on the results of the study, it can be concluded that the development of Aryakibans Land tourist attraction can be done by using the 3A tourism component (Attraction, Accessibility, and Amenity) in an effort to develop its tourist attraction, among others: Aryakibans Land develops natural and artificial potential to the maximum, adds travel route instructions to get to the tourist attractions, and adds more supporting facilities, such as: gazebos, security posts, places to eat. As for the SWOT analysis strategy carried out is to strengthen the brand of tourist attractions with promotions, hold socialization with governments such as the tourism office and the UMKM office to create innovations in tourism that have high economic value, strengthen the safety factor for tourist visitors to feel safe and education about flood mitigation to reduce the impact of flood disaster threats.

Contribution: This article contributes to the development of aryakibansland tourism, with the results of the research produced can provide policy recommendations for tourism managers and local governments to develop tourist destinations, such as providing proper infrastructure for tourists so that accessibility aspects can be better, and improving aspects of amenity, such as tourist support facilities need to be reproduced, because this factor can cause tourists to be interested in visiting a tourist destination.

Keywords: Tourism, 3A Component, SWOT Analysis

Abstrak

Tujuan: Tujuan dalam penelitian ini untuk menganalisis pengembangan objek wisata dengan komponen pariwisata yang meliputi 3A yang terdiri dari Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas pada objek wisata Aryakibansland.



Jurnal Pariwisata Nusantara (JUWITA) is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Metode: Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui observasi dan studi pustaka. Penelitian kualitatif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin mengamati dan menganalisis pengembangan objek wisata Arakibansland. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, & Treath*).

Hasil: Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan objek wisata Aryakibans Land dapat dilakukan dengan cara menggunakan komponen pariwisata 3A (*Attraction, Aksesibilitas, dan Amenitas*) dalam upaya mengembangkan objek wisatanya, antara lain: Aryakibans Land mengembangkan potensi alam dan buatan secara maksimal, menambahkan petunjuk rute perjalanan untuk sampai ketempat wisata, dan menambahkan fasilitas pendukung lebih banyak lagi, seperti: gazebo, pos keamanan, tempat makan. Sedangkan untuk strategi analisis SWOT yang dilakukan adalah dengan memperkuat brand tempat wisata dengan promosi, mengadakan sosialisasi dengan pemerintah seperti dinas pariwisata dan dinas UMKM untuk menciptakan inovasi dalam wisata yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi, memperkuat faktor keamanan untuk para pengunjung wisata agar terasa aman serta adanya edukasi mengenai mitigasi banjir untuk mengurangi dampak ancaman bencana banjir.

Kontribusi: Artikel ini memberikan kontribusi dalam pengembangan pariwisata aryakibansland, dengan hasil penelitian yang dihasilkan dapat memberikan rekomendasi kebijakan bagi pengelola pariwisata dan pemerintah daerah untuk mengembangkan destinasi wisata, seperti menyediakan infrastruktur yang layak bagi wisatawan agar aspek aksesibilitas dapat lebih baik, dan meningkatkan aspek amenitas, seperti fasilitas penunjang wisata perlu diperbanyak, karena faktor ini dapat menyebabkan wisatawan tertarik untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata.

Kata Kunci: Pariwisata, Komponen 3A, Analisis SWOT

Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu sektor industri yang sedang digencarkan pemerintah, baik itu tingkat pusat maupun pemerintah daerah. Hal ini dikarenakan sektor pariwisata dapat menyumbang besar bagi Pendapatan Asli Daerah (PAD). Selain itu, pariwisata sebagai industri yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dalam waktu cepat dapat membuka kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup, dan dalam mengaktifkan sektor ekonomi, budaya dan lainnya. (Wahab, Manajemen Kepariwisata, 2003).

Pariwisata ikut berperan penting dalam perwujudan kesejahteraan masyarakat. Hal ini tercantum dalam Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata pada pasal 3 bahwa kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Pariwisata bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan sebagainya (Utama, 2016).

Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi yang sangat bagus di bidang pariwisata. Potensi wisata ialah segala sesuatu yang terdapat di daerah sehingga wisatawan tertarik untuk datang ke tempat tersebut. Dan menjadi tujuan wisata, serta menggambarkan daya tarik supaya banyak orang ingin datang. Potensi wisata sendiri dibagi menjadi tiga macam, yaitu: (1) Potensi Alam yaitu keadaan suatu jenis flora atau fauna suatu daerah bentang alam, misalnya pantai, hutan, dan lain-lain; (2) Potensi Kebudayaan, Semua hasil cipta, rasa, dan karsa manusia baik berupa adat istiadat, kerajinan tangan, kesenian, bangunan atau monument, dan lain-lain; dan (3) Potensi Manusia dimana hal

ini manusia memiliki potensi yang dapat digunakan sebagai daya tarik wisata, lewat tarian dan pementasan budaya (Ardiansyah & Maulida, 2020).

Indonesia memiliki kekayaan alam yang sangat melimpah untuk dapat mengembangkan potensi industri pariwisata. Salah satu dari banyaknya destinasi pariwisata yang ada di Indonesia yaitu Jawa Barat. Dengan adanya Bandara Internasional Jawa Barat (BIJB) di Kecamatan Kertajati dan jalan tol yang melewati Kabupaten Majalengka akan menjadi tempat persinggahan bagi wisatawan domestik maupun mancanegara (Pebriana, Mulyawan, & Sutrisno, 2021).

Salah satu destinasi wisata yang ada di Kabupaten Majalengka yaitu Aryakibansland yang berada di Desa Rajagaluh Kidul, Kecamatan Rajagaluh, Kabupaten Majalengka. Aryakibansland merupakan sebuah tempat wisata baru berupa kolam renang yang berada tepat di bantaran Sungai Ciputri. Sebagai tempat wisata yang masih baru, tentunya masih banyak kekurangan dalam segi pengembangan wisata, seperti perlu adanya perbaikan dan peningkatan untuk dapat mengembangkan, mengelola dan mempromosikan destinasi wisata Aryakibansland dengan baik sehingga dapat terciptanya produk wisata yang unggul.

Apabila dilihat dari konsep komponen pariwisata, faktor yang sangat vital dalam pengembangan suatu destinasi pariwisata, ada banyak hal yang harus ditingkatkan bagi pengelola untuk dapat mengembangkan kawasan wisata yang baik dan dapat menarik minat wisatawan. Diantara komponen pariwisata ialah 3A yang terdiri dari *Attraction* (Atraksi), *Accessibilities* (Aksesibilitas) dan *Amenities* (Fasilitas Pendukung).

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengembangan objek wisata Aryakibansland berdasarkan pada komponen pariwisata 3A. Kemudian dilakukan analisis menggunakan analisis SWOT (*Strenghts, Weakness, Opportunities & Threats*) untuk mengetahui apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi dalam pengembangan objek wisata Aryakibansland.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan karya ilmiah yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dengan orang-orang atau perilaku yang dapat diamati terhadap status kelompok orang atau manusia, suatu objek dan suatu kelompok kebudayaan (Moleong, 2007). Metode deskriptif ialah bagian prosedur pemecahan masalah yang dicari dengan menggambarkan suatu kondisi fakta pada subyek atau obyek penelitian (Hadari, 1992). Penelitian kualitatif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin mengamati dan menganalisis pengembangan objek wisata Aryakibansland secara langsung.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati secara langsung keadaan atau situasi dari subjek penelitian (Laipi, Rondonuwu, & Mononimbar, 2020). Pengumpulan data melalui observasi atau pengamatan secara langsung di destinasi wisata Aryakibansland dilakukan dalam jangka waktu sekitar 1 bulan (23 Mei 2023 – 20 Juni 2023)

2. Studi Pustaka

Tahap penelitian dilaksanakan dengan menghimpun sumber kepustakaan baik primer maupun sekunder. Pada tahap ini dilakukan pengelolaan data dan pengutipan referensi untuk ditampilkan sebagai temuan penelitian, diabstraksikan untuk mendapatkan informasi yang utuh, dan diinterpretasi hingga menghasilkan pengetahuan untuk penarikan kesimpulan (Darmalaksana, 2020).

Teknik Analisis Data

Data data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT yang didasarkan pada logika untuk memaksimalkan strategi dalam menggunakan kekuatan

(*strength*) dan peluang (*opportunity*), yang secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*Treath*).

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di objek wisata Aryakibansland yang terletak di Desa Rajagaluh Kidul, Kecamatan Rajagaluh, Kabupaten Majalengka.



Gambar 1. Foto Objek Wisata Aryakibansland
(Sumber: Instagram @aryakibans_land)

Hasil dan Pembahasan

Pengembangan Objek Wisata Dengan Komponen 3A

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan komponen pariwisata 3A untuk menganalisis pengembangan terhadap objek wisata Aryakibansland. Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan. Objek wisata Aryakibansland memiliki tiga komponen wisata sebagai berikut:

1. Atraksi

Berawal dari kepedulian komunitas MPS (Masyarakat Peduli Sosial-Sungai-Sampah) yang merasa prihatin melihat kondisi Sungai Ciputri yang dipenuhi dengan sampah, kemudian Rohendi (salah satu pengurus MPS) dan rekan-rekannya berinisiatif untuk melakukan aksi sosial dengan membersihkan sampah yang ada di Sungai Ciputri. Yang awalnya hanya untuk aksi sosial, kemudian terciptalah gagasan untuk menjadikan sungai Ciputri sebagai tempat wisata. Hal ini juga merupakan perwujudan dalam rangka mengajak masyarakat untuk peduli terhadap lingkungan. Seiring berjalannya waktu maka dilakukanlah pengembangan-pengembangan terhadap tempat wisata di sekitar bantaran Sungai Ciputri.

Beberapa pengembangan yang telah dilakukan di objek wisata Aryakibansland yaitu dengan menggabungkan beberapa potensi alam dan potensi buatan sehingga menghasilkan atraksi wisata yang dapat menarik minat wisatawan. Dalam hal ini atraksi wisata yang ada di Aryakibansland tergolong dalam jenis atraksi campuran (*Mixed Attraction*), yaitu atraksi buatan dan atraksi alam. Antara lain seperti sungai ciputri, kolam buatan, dan spot foto.

2. Aksesibilitas

Aksesibilitas baik dari perspektif keberadaan secara alamiah maupun strategi pengembangan spasial memiliki peranan yang sangat penting dalam mendukung kesuksesan pembangunan sektor pariwisata. Aksesibilitas strategis menjadi salah satu kata kunci yang memiliki dampak signifikan terhadap pembangunan sektor pariwisata. Aksesibilitas tersebut termasuk jarak wisatawan dalam mencapai titik pusat kawasan

wisata, infrastruktur, dan konektivitas antara titik wisata dengan titik-titik strategis lainnya.

Untuk menuju titik kawasan wisata, perlu mempertimbangkan 2 hal yakni: pertama, infrastruktur akses, dan; kedua, pola akses menuju titik wisata. Urgensi ketersediaan infrastruktur akses merupakan aspek yang penting dalam menilai layak tidaknya komponen pendukung wisata dalam menciptakan destinasi wisata yang unggul mengingat wisatawan yang berkunjung menggunakan alat transportasi yang sangat beragam (Salmon, Ismail, Pujiyanto, & Nadyah, 2020). Di samping itu, prasarana yang baik akan menciptakan citra baik atau buruk di mata wisatawan. Ketersediaan lainnya berupa pola akses menuju titik pusat wisata. Beberapa kawasan strategis yang dapat dijadikan akses untuk menuju tempat wisata Aryakibansland adalah terminal rajagaluh dan jalan lintas kota Majalengka – Cirebon.

Dari segi aksesibilitas, akses jalan sudah cukup baik namun masih terbilang jarang untuk penunjuk arah jalan yang jelas sebagai penunjuk rute yang harus dilewati untuk menuju kawasan wisata, serta masih kurangnya transportasi publik.

3. Amenitas

Sebagai pelengkap, maka 2 komponen lainnya dalam aktivitas kepariwisataan harus diperhitungkan yakni komponen *amenity*. *Amenity* atau amenitas merupakan seluruh sarana prasarana yang berada di sekitar pusat wisata tujuan. Sarana prasarana ini terdiri dari penginapan/hotel, rumah makan, simpul transportasi, pusat kuliner, pusat oleh-oleh, dan agen perjalanan. Dan untuk fasilitas yang di sediakan oleh Aryakibansland itu sendiri diantaranya: mushola, kamar mandi, warung makan dan jajanan, tempat parkir, pos keamanan, tempat sampah dan gazebo.

Dari fasilitas yang sudah tersedia saat ini, pengunjung Aryakibansland merasa cukup nyaman, namun untuk pengembangan kedepannya harus dibuat lebih banyak tempat duduk atau gazebo agar para wisatawan dapat bersantai dengan lebih nyaman. Serta harus dilakukan perawatan dan pemeriksaan rutin fasilitas agar terpeliharanya keamanan dan kenyamanan tempat wisata sehingga menimbulkan kepuasan wisatawan.

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu teknik atau metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) pada suatu organisasi, unsur-unsur tersebut dapat berguna untuk memberikan cara sederhana dalam memperkirakan, merumuskan, dan menentukan sebuah strategi (Pebriana, Mulyawan, & Sutrisno, 2021). Berikut ini adalah analisis SWOT secara sederhana yang telah dilakukan pada objek wisata Aryakibansland:

Strengths (Kekuatan)

1. Wisata Aryakibans Land terletak tidak jauh dari pusat kota Majalengka
2. Memiliki pemandangan alam yang cukup indah untuk dinikmati
3. Fasilitas cukup memadai seperti ada ruang ganti, wc, peralatan seperti pelampung & ban
4. Harga tiket tergolong sangat terjangkau & promosi wisata cukup bagus, dibuktikan dengan jumlah pengunjung yang selalu ramai setiap hari nya.
5. Peresmian jembatan Pasha Ungu menjadikan branding yang kuat untuk tempat wisata Aryakibansland.
6. Mendapat perhatian penuh dari pemerintah setempat

Weaknesses (Kelemahan)

1. Area Lokasi wisata terletak di dalam pemukiman warga
2. Pada musim hujan dengan intensitas hujan yang tinggi, kemungkinan banyak wisatawan yang tidak akan berkunjung karena area wisata rawan banjir
3. Tempat wisata kurang luas, untuk perluasannya pun sepertinya sulit
4. Fasilitas tempat duduk masih kurang banyak untuk, sedangkan jumlah pengunjung yang selalu ramai

5. Spot foto/selfie masih sangat kurang, mengingat tempat sangat sempit
6. Berhubung wisata ini adalah kolam renang & arung jeram, jadi jalanan cepat licin
7. Akses jembatan cukup berbahaya karena terlalu melambung tinggi dari atas sungai, sedangkan pagar pembatas dipinggir sangat kurang safety
8. Cuaca di tempat wisata cukup panas karena daerah tersebut termasuk berada di dataran rendah

Opportunities (Peluang)

1. Permintaan ke tempat wisatawan meningkat
2. Dapat menjadi salah satu ikon pariwisata di Majalengka.
3. Dapat meningkatkan sektor perekonomian bagi masyarakat sekitar misalnya dengan berjualan di sekitar wisata

Threats (Ancaman)

1. Rawan banjir karena wisata ini mengandalkan aliran sungai.
2. Perilaku negatif wisatawan seperti membuang sampah sembarangan, berdesakan saling mendorong
3. Adanya pesaing lain, seperti objek wisata kolam renang sejenis
4. Safety masih kurang, dikarenakan banyak pengunjung anak-anak maka seharusnya penjaga keamanan pun di perbanyak supaya terawasi.

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti merekomendasikan beberapa strategi dalam upaya melakukan pengembangan tempat wisata untuk menciptakan kawasan wisata yang berkeunggulan dan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat terutama dalam bidang ekonomi, diantaranya:

1. Strategi SO (*Strength – Opportunity*), strategi ini digunakan untuk mengoptimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada. Berikut strategi yang dapat dilakukan:
 - a. Meningkatkan dan memperkuat brand objek wisata dengan promosi dalam pengembangan pariwisata Aryakibansland
 - b. Memberlakukan promosi, seperti harga tiket yang didiskon agar wisatawan lebih tertarik lagi untuk datang
 - c. Bekerjasama dengan dinas terkait guna bersama-sama mengembangkan akses menuju Aryakibansland.
2. Strategi ST (*Strength – Threats*), strategi ini digunakan untuk mengoptimalkan kekuatan dan untuk mengatasi ancaman. Berikut strategi yang dapat dilakukan:
 - a. Melakukan sosialisasi dengan pemerintah seperti dinas pariwisata dan dinas UMKM Kabupaten Majalengka untuk menciptakan inovasi wisata yang memiliki nilai ekonomi tinggi
 - b. Menghimbau kepada wisatawan yang datang untuk selalu menjaga kebersihan dan kenyamanan area tempat wisata
 - c. Membuat tempat wisata menjadi ramah anak, yaitu dengan meningkatkan aspek keamanan di area wisata Aryakibansland.
3. Strategi WO (*Weakness – Opportunity*), strategi ini digunakan untuk meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang. Berikut strategi yang dapat dilakukan:
 - a. Meningkatkan serta memperkuat faktor keamanan tempat wisata agar dapat menarik jumlah kunjungan wisatawan lebih banyak lagi
 - b. Menyediakan tempat sampah di tempat wisata agar para wisatawan tidak membuang sampah secara sembarangan
 - c. Menambah luas area wisata, sehingga dapat dibuatkan tempat untuk berfoto bagi wisatawan
4. Strategi WT (*Weakness – Threat*), strategi ini digunakan untuk meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman.
 - a. Melaksanakan edukasi tentang mitigasi bencana banjir bagi pengelola dan warga setempat untuk mengurangi ancaman dampak dari bencana banjir bagi keberlangsungan dan keberlanjutan kegiatan objek wisata Aryakibansland

- b. Melakukan upaya yang gencar dalam rangka mempromosikan tempat wisata di sosial media
- c. Membuat sarana tempat duduk atau area beristirahat yang layak bagi wisatawan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan objek wisata Aryakibansland yang mencakup komponen 3A terbagi menjadi (1) atraksi wisata berupa potensi alam yang berasal dari sungai ciputri dan potensi buatan yang berupa kolam renang sebagai tempat rekreasi, dan spot foto; (2) aksesibilitas yaitu akses dalam memudahkan wisatawan untuk menempuh perjalanan ke tempat wisata dapat ditempuh melalui kawasan terminal sebagai tempat pemberhentian transportasi umum maupun melalui jalan raya lintas kota Cirebon-Majalengka; (3) amenitas yaitu fasilitas yang dimiliki tempat wisata sebagai pelayanan untuk bisa dinikmati wisatawan seperti toilet, tempat parkir, tempat makan, dan mushola (bagi wisatawan muslim).

Dalam hasil penelitian ini ditemukan faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang ada di wisata Aryakibansland. Oleh karenanya, peneliti melakukan analisis SWOT yang tujuannya untuk menghasilkan beberapa strategi sebagai upaya yang dapat dilakukan untuk pengembangan objek wisata seperti menjalin kerjasama dengan lembaga pemerintahan (Dinas Pariwisata dan Dinas UMKM Kabupaten Majalengka) untuk melakukan edukasi kepariwisataan dan pemberdayaan ekonomi Masyarakat sekitar wisata Aryakibansland, meningkatkan kualitas objek wisata dengan memperkuat brand dan memelihara fasilitas agar dapat menarik wisatawan lebih banyak lagi.

Peran pemerintah juga sangat diperlukan dalam mengembangkan objek wisata Aryakibansland, karena dampak positif dari berkembangnya wisata Aryakibansland, maka perekonomian masyarakat di sekitar objek wisata akan meningkat. Oleh karena itu, pengembangan objek wisata harus terus dilakukan, dengan tujuan menaikkan sektor ekonomi kreatif di masyarakat.

Referensi

- Darmalaksana, W. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka Dan Studi Lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.
- Ervina, E., & Octaviany, V. (2019). Analisis SWOT Komponen Pariwisata Kota Bandung. *JURNAL AKRAB JUARA*, 4(4), 31-39.
- Goeldner, C., & Ritchie, J. (2009). *Tourism, Principles, Practices, Philosophies, Eleventh Edition*. United States Of America: John Wiley & Sons, Inc.
- Hadari, N. (1992). *Metodelogi Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Laipi, C. I., Rondonuwu, D. M., & Mononimbar, W. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata Di Kecamatan Airmadidi Dan Kecamatan Kalawat Kabupaten Minahasa Barat. *Jurnal Spasial*, 7(1), 144-153.
- Moleong J, L. (1991). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Munasef. (1995). *Manajemen Usaha Pariwisata Di Indonesia*. Jakarta: PT. Toko Gunung Agung.
- Nggini, & Habita, Y. (2019). Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats) Terhadap Kebijakan Pengembangan Pariwisata Provinsi Bali. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 3(2), 141-152.

- Pebriana, F., Mulyawan, R., & Sutrisno, B. (2021). Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Pariwisata Untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. *Jamitra (Jurnal Administrasi Pemerintahan)*, 1(1).
- Rusvitasari, E., & Solikhin, A. (2014). Strategi Pengembangan Wisata Alam Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata Umbul Sidomukti Bandungan Semarang. *Jurnal Pariwisata Indonesia. Vol 10. No 1*.
- Salmon, I. P., Ismail, Pujiyanto, W. E., & Nadyah, F. (2020). Embrio Destinasi Wisata Religi Baru: Identifikasi Komponen 3A Berbasis Wisata Ziarah Desa Balun, Lamongan. *Jurnal Ilmiah Syiar*, 20(1), 33-45.
- Suryadana, M. L., & Vanny, O. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Ulfah, N. M., Perbawasari, S., & Prastowo, F. A. (2019). Destination Branding Kabupaten Majalengka Oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Majalengka. *PROMEDIA*, 5(2), 25-54.
- Utama, I. B. (2016). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wahab, S. (2003). *Manajemen Kepariwisataaan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahab, S. (2003). *Manajemen Kepariwisataaan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahyuningsih, S., Nuhung, M., & Rasulong, I. (2019). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Bulukumba. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1).