

## PEMANFAATAN SUMBER DAYA ALAM DAN BUDAYA SEBAGAI DAYA TARIK WISATA BAGI WISATAWAN MELALUI PELAYANAN SKY TOUR AND TRAVEL DI BALI

Regina Panduwinata Inuq<sup>1</sup>, Desak Putu Intan Sintya Dewi<sup>2</sup>, I Putu  
Ady Wiryatama Putra<sup>3</sup>, Ni Putu Dyah Krismawintari<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Pariwisata, Pendidikan, dan Humaniora,  
Universitas Dhyana Pura, Jl. Raya Padang Luwih Tegaljaya Dalung Kuta Utara, Bali,  
Indonesia;

Email: Email:20110101148@undhirabali.ac.id

### ABSTRAK

Pemanfaatan sumber daya alam dan kebudayaan sebagai daya tarik wisata merupakan elemen kunci dalam pengembangan industri pariwisata, ini mengulas bagaimana destinasi pariwisata dapat mengoptimalkan potensi sumber daya alam dan kekayaan budaya mereka untuk menarik wisatawan. Kami menjelaskan bagaimana sumber daya alam seperti lanskap alam, hutan, dan pantai, bersama dengan aspek kebudayaan seperti warisan sejarah, kuliner, dan perayaan tradisional, dapat menciptakan pengalaman unik bagi pengunjung. Kami juga membahas pentingnya pelestarian sumber daya alam dan warisan budaya dalam konteks pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Melalui pemahaman yang mendalam tentang pemanfaatan sumber daya alam dan kebudayaan, diharapkan ini memberikan wawasan penting bagi pihak berkepentingan dalam industri pariwisata. Pemanfaatan sumber daya alam dan kebudayaan sebagai daya tarik wisata adalah kunci keberhasilan dalam pengembangan destinasi pariwisata. Memanfaatkan potensi alam dan budaya yang unik dari suatu wilayah dapat meningkatkan daya tarik wisata, menciptakan peluang ekonomi lokal, dan memperkuat pemahaman lintas budaya. Namun, keberhasilan ini harus diimbangi dengan tanggung jawab pelestarian untuk melestarikan keberlanjutan lingkungan dan warisan budaya. Praktik berkelanjutan dan manajemen yang bijak diperlukan untuk memastikan bahwa sumber daya alam dan kebudayaan dapat dinikmati oleh generasi masa depan.

**Kata kunci:** Sumber daya alam, budaya, pariwisata, keberlanjutan, daya tarik wisata.

### 1. Pendahuluan

Pemanfaatan sumber daya alam dan budaya sebagai daya tarik wisata merupakan elemen kunci dalam pengembangan industri pariwisata. Potensi sumber daya alam seperti lanskap alam, hutan, dan pantai (Waruwu, et.al. 2020). Potensi sumber daya budaya seperti warisan sejarah, kuliner, perayaan tradisional, dan lain-lain (Waruwu & Zebua, 2022). Potensi sumber daya alam maupun budaya dapat menarik wisatawan untuk mengunjunginya (Utama & Junaedi, 2015). *Sky Tour and Travel* salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa pariwisata untuk memanjakan wisatawan mengunjungi destinasi wisata alam dan budaya di Bali dan bahkan seluruh Indonesia. Usaha ini menjual produk jasa berupa layanan travel agent untuk membantu para wisatawan menikmati keindahan alam maupun keunikan budaya di seluruh Indonesia.

*Sky Tour and Travel* menjadi alternatif dan teman perjalanan yang baik, terdepan, dan nyata bagi wisatawan di wilayah Bali maupun seluruh wilayah Indonesia. Usaha ini diharapkan mampu memenuhi dan memudahkan wisatawan

lokal dan mancanegara dengan layanan yang berkualitas dan harga terjangkau. Wisatawan dapat menikmati keindahan alam dan keunikan budaya seperti yang terlihat pada gambar berikut ini.



Gambar 1. Destinasi Wisata Alam dan Budaya di Bali  
Sumber: www.google.com

Keindahan alam dan keunikan budaya di Bali salah satu tujuan wisatawan lokal maupun mancanegara. Target dari usaha ini adalah wisatawan lokal maupun mancanegara dengan lintas umur dan gender akan mendapatkan pelayanan jasa *tour and travel* di wilayah Bali dan Indonesia secara umum (Utama, 2016). *Sky Tour and Travel* dibuat atas kerja sama dosen dan tiga orang mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Dhyana Pura. Persoalan utama yang perlu diselesaikan dalam *Sky Tour and Travel* ini adalah pengembangan peluang bisnis dan pelayanan yang maksimal bagi wisatawan yang menggunakan jasanya. Keberadaan *Sky Tour and Travel* dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi wisatawan serta sekaligus sebagai strategi peningkatan minat jiwa wirausaha bagi mahasiswa maupun generasi muda Indonesia.

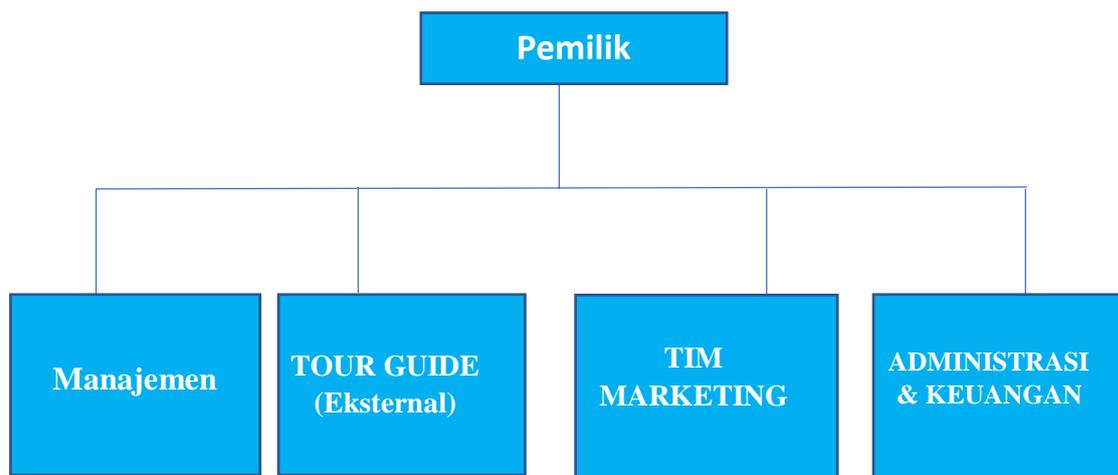
**2. Metode**

Metode yang digunakan untuk pengembangan peluang bisnis dan pelayanan yang maksimal bagi wisatawan yaitu menyiapkan Sumber Daya Manusia yang kompeten di bidangnya masing-masing untuk menangani kebutuhan wisatawan pada setiap destinasi wisata yang akan dikunjungi. Seiring meningkatnya pelayanan yang baik kepada wisatawan maka peningkatan pendapatan atau peluang bisnis akan mengikutinya. Dalam meningkatkan minat wisatawan menggunakan jasa *Sky Tour and Travel* ini maka dilakukan strategi pemasaran berupa: strategi produk, strategi harga, strategi promosi, strategi distribusi, dan target pasar. Selain itu, tim pelaksana melakukan analisis persaingan, antara lain: pesaing, posisi dalam persaingan, distribusi pangsa pasar, dan kelebihan dibanding pesaing. Dalam meningkatkan pengembangan bisnis dilakukan rencana desain dan pengembangan, antara lain: tujuan usaha jangka panjang, strategi, jadwal pencapaian, evaluasi risiko, dan *exit plan*. Analisis SWOT menjadi strategi serta poin penting dalam melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh *Sky Tour and Travel*. Metode dan strategi ini dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan serta meningkatnya profit yang didapatkan oleh *Sky Tour and Travel*.

**3. Hasil dan Pembahasan**

Perusahaan *Sky Tour and Travel* di Bali memiliki struktur organisasi yang memadai dalam memberikan pelayanan yang maksimal kepada wisatawan. Hal ini didukung dengan adanya visi dan misi yang elegan serta menarik bagi wisatawan yang akan menggunakan jasa *Sky Tour and Travel*. Struktur organisasi, visi, misi, strategi pemasaran, analisis persaingan, rencana desain dan pengembangan, rencana operasi dan manajemen, analisis rencana keuangan, dan analisis lingkungan bisnis sebagaimana diuraikan berikut ini.

**A. Struktur Organisasi dan Visi Misi**



Gambar 2. Struktur Organisasi *Sky Tour and Travel*  
Sumber: Dokumen Tim Pelaksana

Visi dan misi perusahaan

Visi : "Menjadi Partner Perjalanan Terbaik, Terdepan dan Nyata Bagi Setiap Konsumen"

Misi:

- a. Menyediakan paket perjalanan yang inovatif dan kreatif serta fleksibel sesuai kebutuhan konsumen
- b. Meningkatkan pelayanan secara rutin dalam memenuhi kebutuhan konsumen
- c. Terus menerus mengevaluasi sistem dan standar operasional prosedur dalam pelayanan kebutuhan tiket penerbangan dan kereta.
- d. Menggunakan tenaga kerja dan sumber daya manusia yang profesional
- e. Menjalinkan kerjasama dalam bidang pariwisata dengan semua pihak yang terkait.
- f. Menjaga hubungan baik jangka pendek maupun jangka panjang terhadap konsumen.

## B. Strategi Pemasaran

### 1. Strategi produk

Cakupan produk yang dihasilkan dari jasa kami yang menarik dan berkualitas. Hal ini mencakup inovasi terbaru dan menjalin hubungan yang baik dengan mitra.

No	Nama Paket	Keterangan
1	Solo Travel	1 person 1 pax
2	Double Travel	2 person 1 pax
3	Mini Tour	3-5 person
4	Tour	6-10 person
5	Super Tour	>10 person

Seluruh paket masih dapat dikonsultasikan dan disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Contohnya jumlah tempat wisata dan lama tinggal.

### 2. Strategi harga

Dalam usaha jasa ini harga paket yang ditawarkan berkisar dari Rp200.000 – Rp8.000.000 untuk paket wisata sedangkan untuk paket travel mulai dari Rp200.000 – Rp8.000.000. Harga tersebut sangat terjangkau dan menjajikan untuk sebuah paket wisata/travel di wilayah Bali.

No	Nama Paket	Harga
1	Solo Travel	Mulai Rp300.000
2	Double Travel	Mulai Rp500.000
3	Mini Tour	Mulai Rp1.000.000
4	Tour	Mulai Rp2.000.000
5	Super Tour	Mulai Rp4.000.000

Biaya setiap paket perjalanan variatif, hal ini di karenakan pengeluaran untuk masing-masing perjalanan pun berbeda-beda. Dalam menentukan harga, Daya Tour & Travel sangat terbuka untuk melakukan pembicaraan terlebih dahuludengan konsumen, menyesuaikan kemampuan konsumen, sehingga antara kami dankonsumen menemukan *win-win solution* tanpa sedikit pun mengurangi kualitas layanan paket wisata yang kami berikan. Kami percaya bahwa jika kami memberikan kualitas pelayanan dalam paket wisata yang kami berikan dimana harga bersaing danbahkan dapat menyesuaikan dengan kemampuan konsumen, maka akan membangun dan meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap daya Tour & Travel.Oleh karena itu kami tidak semata-mata mengejar keuntungan dalam menawarkan jasa kami, tetapi lebih dari pada itu, kami menginginkan adanya hubungan timbal balik

dan kelanjutan kepercayaan konsumen terhadap layanan kami.

3. Strategi promosi

Metode promosi yang digunakan yaitu dengan metode Promotion Mix, dimana bentuk promosi ini meliputi Personal Selling, Direct Marketing, Ads Digital Marketing, dan Contract. Untuk lebih mengenalkan usaha kami ke masyarakat luas kami mempromosikan usaha kami melalui brosur serta mempromosikan lewat media social (ig, youtube dan facebook). Strategi pemasaran digital ini sangat membantu percepatan informasi kepada wisatawan (Junaedi, et.al. 2021). Kami juga bekerja sama dengan dinas pariwisata untuk mengadakan pameran dan diskon pariwisata.

4. Strategi distribusi

Dalam usaha ini kami tidak memerlukan strategi distribusi karena produk dari perusahaan kami adalah layanan jasa pariwisata. Namun dalam pelaksanaan usaha kami menggandeng beberapa penyedia transportasi lokal untuk membantu menjalankan usaha kami dengan sistem kerjasama.

5. Target pasar

Target pasar dari usaha yang kami jalankan adalah para wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Mulai dari personal, keluarga, sekolah, dan atau organisasi yang membutuhkan jasa layanan pariwisata di pulau Bali dan sekitarnya. Target dari pasar kami tidak dibatasi oleh usia, gender, agama, tingkat pendidikan.

### C. Analisis Persaingan

1. Pesaing

Pesaing dari usaha tour dan travel khususnya dipulau Bali sangatlah banyak. Namun, kami optimis bahwa usaha kami mampu bersaing baik dengan perusahaan lokal, ataupun aplikasi pihak ketiga yang menyediakan layanan sejenis. Persaingan lain yang mungkin perlu kami antisipasi adalah banyaknya wisatawan yang memilih melakukan tour tanpa menggunakan jasa layanan pariwisata.

2. Posisi dalam persaingan

Di tengah persaingan dengan agen *tour* dan *travel* lain, usaha kami dapat dikatakan masih tergolong aman dan berpotensi untuk merebut segmentasi pasar berupa mahasiswa Universitas Dhyana Pura. Hal ini dikarenakan para pendiri usaha berasal dari lingkup universitas yang dapat merambah dengan masif kepada kolega mahasiswa, tenaga pendidik, dan akdimisi. Selain itu posisi usaha yang masih tergolong baru justru dapat menjadi awal baru bagi usaha ini dengan membuat branding usaha yang lebih baik dibanding usaha yang ada.

3. Distribusi pangsa pasar

Distribusi pangsa pasar dari usaha ini sangatlah kompetitif, hal ini dikarenakan letak usaha berada di tempat yang sudah ramai wisatawan dan pastinya sudah lebih banyak travel agent yang lebih dahulu memulai bisnisnya. Dengan demikian, distribusi pangsa pasar usaha ini dinilai masih sempit. Namun, tetap memiliki kesempatan untuk berkembang bergantung pada pengelolaan usaha.

4. Kelebihan dibanding pesaing  
Kelebihan yang dimiliki usaha jasa kami ini ini, seperti pelayanan kami yang maksimal terhadap konsumen serta keberagaman jenis tour yang kami tawarkan sangat bervariasi baik itu paket tour maupun pelayanan secara umum. Usaha baru berdiri sehingga tidak memiliki catatan buruk dari pelanggan dan masih dapat meningkatkan branding perusahaan dengan lebih optimal.

#### D. Rencana Desain dan Pengembangan

##### 1. Tujuan usaha jangka panjang

Tujuan dalam jangka panjang, yaitu ingin agar masyarakat dapat merasakan perjalanan yang menyenangkan dan momen yang tidak terlupakan selama mengikuti kegiatan tour & travel yang disediakan. Dengan adanya tujuan ini, mampu meningkatkan nilai usaha kedepannya supaya menjadi lebih baik dan dapat menjadi suatu bisnis yang menguntungkan. Adanya bisnis ini juga agar beberapa investor dapat bekerja sama dalam menciptakan suatu bisnis yang lebih besar kedepannya. Dengan adanya investor atau pihak-pihak untuk bekerja sama, dapat menambahkan hal-hal yang dapat diberikan untuk memajukan bisnis ini seperti membuka kantor cabang, adanya pembukaan tour & travel lewat aplikasi atau website, dan lain-lain. Selain itu, tour & travel ini tidak hanya sekedar dalam skala bisnis offline saja tetapi juga dalam skala bisnis online. Dengan adanya sistem reservasi online, akan semakin memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun. Bisnis tour & travel ini pun memiliki potensi keuntungan yang cukup besar meskipun keuntungan per transaksi keuntungannya kecil, tetapi keuntungan tersebut sangat stabil seiring dengan jumlah calon penumpang dan tamu travel yang semakin banyak. Tetapi untuk sebuah paket wisata dan tour, keuntungan jauh lebih besar dari hanya berjualan tiket atau hotel, apalagi untuk sebuah paket tour dengan tujuan yang jauh dan lama. Dalam tujuan jangka pendek, yang kami kerjakan demi konsumen seperti mendapatkan pelanggan tetap, memberikan pelayanan yang baik, menyediakan segala kebutuhan konsumen, penjualan meningkat setiap tahunnya, menjadi tour & travel tetap untuk 10 perusahaan atau lebih, dan mengembangkan perusahaan dengan perekrutan agen tiap tahunnya.

##### 2. Strategi

Adapun strategi yang akan dijalankan dalam mengatasi dan mengantisipasi persaingan yang ada diantaranya, memanfaatkan sarana media sosial sebagai alat marketing utama. Karena seperti yang kita ketahui media sosial di era ini memiliki kekuatan marketing yang luar biasa. Ditambah lagi dengan segala jenis informasi kini dicari melalui internet sehingga branding di sosial media merupakan senjata utama untuk menjalankan usaha dimasa kini disamping mempertahankan kualitas dan harga yang bersaing.

##### 3. Jadwal pencapaian

No	Keterangan	Agustus 2023			
		Jun	Juli	Agus	Sept
1	Perencanaan	x	x	x	x
2	Kerjasama Eksternal		x	x	x
3	Pelayanan		x	x	x
4	Laporan Keuangan				x

4. Evaluasi risiko  
Menjalankan sebuah bisnis tour & travel agar tetap langgeng merupakan hal yang tidak mudah karena dibutuhkan hal yang besar dan perencanaan yang matang. Bagi seorang yang wirausaha mempertahankan suatu bisnis tour & travel akan terasa jauh lebih sulit dibandingkan memulainya. Tak jarang banyak bisnis yang mati karena tidak mampu keluar dari masa krisis yang menyimpannya. Masa krisis umumnya akan dialami oleh bisnis tour & travel yang usianya kurang dari lima tahun. Saat masa krisis inilah, wirausahawan akan ditempa mental dan kemampuannya dalam menyelesaikan krisis yang terjadi.
5. *Exit plan*  
Apabila terjadi kerugian atau kemacetan usaha maka *exit plan* dari usaha ini adalah memiliki usaha lain yang tidak bergantung apada spekulasi wisatawan/pelanggan. Perusahaan ini akan menjalin kerjasama dengan pihak ketiga untuk memecahkan masalah atau menjalin kerjasama untuk menyokong keberlangsungan usaha kami.

## E. Rencana Operasi dan Manajemen

1. Fasilitas  
Fasilitas dari jasa tour travel ini termasuk:
  - a. Hotel
  - b. Makan
  - c. Kendaraan
  - d. Tour giude
  - e. Tiket.
2. Proses Produksi  
Proses produksi pelayanan jasa pariwisata ini diawali dengan konsultasi bersama dengan klien atau konsumen, hal dilakukan untuk menentukan jenis paket yang disesuaikan dengan permintaan klien tersebut, kemudian setelah klien melakukan *downpayment* dari pihak kami akan merekap dan menentukan waktu pekerjaan dapat pula sesuai permintaan klien. Setelah pekerjaan terekap maka selanjutnya jadwal terkait pekerjaan dapat dibagikan ke tourguide dengan briefing sesuai permintaan klien. Selanjutnya, apabila setelah selesainya semua langkah tersebut dapat dilanjutkan ke eksekusi paket sesuai pesanan pelanggan sehingga sesi paket tersebut dapat maksimal dan terbaik serta memberikan kepuasan bagi klien.
3. Pengendalian persediaan  
Kami menyediakan berbagai jenis paket yang dapat disesuaikan sesuai kebutuhan dan kemampuan konsumen. Dlaam hal ini kami memiliki sistem booking dan kelas dari setiap paket yang di pesan. Kami juga memiliki pengendalian dalam jumlah order yang kami terima dalam satu waktu, sehingga kualitas dan pengalaman berwisata konsumen tetap menjadi prioritas usaha ini.
4. Pengembangan Produk/Jasa  
Dalam pengembangan layanan kami kan terus berinovasi dan menyesuaikan kebutuhan konsumen serta perkembangan teknologi yang ada. Kami akan terus berupaya memberikan pelayanan yang up to date dan berkualitas demi kepuasan konsumen. Kami juga menerima kritik dan sara dari konsumen sebagai salah satu pertimbangan pada pengembanagan layanan kami.

5. Kontrol keuangan  
Dalam mengontrol keuangan kami memiliki beberapa regulasi terkait hal tersebut. Diantaranya:
  - a. Memiliki sistem kas kecil dengan nominal yang telah disesuaikan
  - b. Mengontrol arus kas
  - c. Memiliki pembagian laba yang telah disepakati
  - d. Memprioritaskan pengembangan usaha dibanding pembagian laba.

## F. Analisis Rencana Keuangan

1. Proyeksi pendapatan  
Proyeksi pendapatan perbulan

No	Nama Paket	Penjualan
1	Solo Travel	20
2	Double Travel	5
3	Mini Tour	5
4	Tour	4
5	Super Tour	2

Proyeksi ini akan mengalami kenaikan 5% setiap bulannya.

2. Proyeksi pengeluaran
  - a. Modal Awal

No	Nama	Satuan	Harga	Total
1	Laptop	2	Rp 8.000.000	Rp 16.000.000
2	Sewa Gedung	1	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000
3	Sewa Kendaraan	2	Rp 20.000.000	Rp 40.000.000
4	Seragam	5	Rp 100.000	Rp 500.000
5	Perlengkapan Kantor	1	Rp 500.000	Rp 500.000

- b. Biaya Tetap

No	Nama	Satuan	Harga	Total
1	Biaya Listrik	1	Rp 200.000	Rp 200.000
2	Biaya Wifi	1	Rp 500.000	Rp 500.000
3	Biaya Gaji	5	Rp 5.000.000	Rp 25.000.000
4	Biaya Iklan	1	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000

- c. Biaya Variabel

No	Nama	Satuan	Harga	Total
1	Sewa Hotel	36	Rp 200.000	Rp 7.200.000
2	Tiket Masuk	36	Rp 20.000	Rp 720.000
3	Biaya Bahan Bakar	36	Rp 200.000	Rp 7.200.000

3. Analisis BEP
 

Modal Awal	=	Rp 62.000.000
Biaya Tetap	=	Rp 30.700.000
Biaya Variabel	=	Rp 15.120.000
Total	=	Rp 107.820.000
Layanan 1	=	100 (solo travel)
Bulan		

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Total Produksi}} \\ \text{BEP} &= \frac{\text{Rp } 107.820.000}{100} \\ \text{BEP} &= 1.078.200 \end{aligned}$$

Maka BEP dari usaha ini apabila dengan proyeksi solo travel adalah sebanyak 1.079 paket terjual.

#### 4. Sumber modal dan penggunaan

Sumber pendanaan

Dana Pribadi	=	Rp12.000.000
Hutang Bank	=	<u>Rp50.000.000</u>
Total	=	<u>Rp62.000.000</u>

### G. Analisis Lingkungan Bisnis

#### 1. Kekuatan

- a. Memiliki tim yang solid dan ramah terhadap konsumen
- b. Memiliki variasi paket usaha tour
- c. Lokasi yang strategis di pusat provinsi Bali
- d. Paket tour yang terjangkau
- e. Tempat yang bersih dan nyaman

#### 2. Kelemahan

- a. Program promosi yang masih kurang
- b. Website yang masih belum sempurna
- c. Masih kurangnya tenaga tour guide
- d. Mobil operasional yang masih kurang
- e. Lokasi yang masih kurang

#### 3. Peluang

- a. Potensi yang sangat besar karena Bali merupakan pulau wisata yang sanget terkenal dengan keindahannya serta memiliki banyak wisata budaya
- b. Banyaknya pengunjung ke Bali
- c. Semakin meningkatnya keinginan berwisata
- d. Pemerintah sangat mendukung di bidang wisata
- e. Semakin banyaknya wisata baru dan tradisi di Bali

#### 4. Ancaman

- a. Semakin banyaknya pesaing yang bergerak di bidang yang sama
- b. Harga tiket yang fluktuatif
- c. Krisis ekonomi dan menurunnya daya beli masyarakat
- d. Banyaknya oknum yang tidak bertanggung jawab di Bali Indonesia

- e. Tingginya biaya operasional

#### 4. Simpulan

*Sky Tour and Travel* adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa pariwisata. Kegiatan usaha ini menjual produk jasa berupa layanan *travel agent* untuk membantu para wisatawan menikmati keindahan alam dan keunikan budaya di Bali maupun seluruh wilayah di Indonesia. *Sky Tour and Travel* menjadi alternatif dan teman perjalanan yang baik, terdepan dan nyata di wilayah Bali dan Indonesia pada umumnya. Usaha ini diharapkan mampu memnuhi dan memudahkan kebutuhan wisatawan lokal maupun mancanegara. Dalam menjalankan usaha bidang jasa sangat penting menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, baik secara internal maupun eksternal. Kerja sama ini akan meningkatkan pelayanan kepada wisatawan serta meningkatkan profit bagi perusahaan. Seiring dengan peningkatan profit bagi perusahaan maka *Sky Tour and Travel* akan mengalami peningkatan pendapatan serta kesejahteraan bagi karyawannya.

#### 5. Daftar Rujukan

- Junaedi, I.W.R., Utama, I.B.R., Waruwu, D. 2021. Digital Marketing Pembangunan Desa Wisata. Sumatera Barat: CV. Azka Pustaka.
- Utama, I.G.B.R. and Junaedi, I.W.R., 2015. Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia: Solusi Masif Pengentasan Kemiskinan. Yogyakarta: Deepublish.
- Utama, I.G.B.R. 2016. Keunikan Budaya dan Keindahan Alam sebagai Citra Destinasi Bali menurut Wisatawan Australia Lanjut Usia, *Jurnal Kajian Bali*, 6(1):149-172.
- Waruwu, D., Erfiani, N. M. D., Darmawijaya, I. P. and Kurniawati, N. S. E. 2020. Pengembangan Tanaman Herbal Sebagai Destinasi Wisata di Desa Catur, Kintamani, Bali, *Panrita Abdi - Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 4(1): 1-10. doi: 10.20956/pa.v4i1.7668.
- Waruwu, D. and Zebua, M., 2022. Strategi Pembangunan Pariwisata. Yogyakarta: Deepublish.