

The Development Strategy of Tourist Attraction in Pontianak Equator Monument

Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata di Tugu Khatulistiwa Pontianak

Veronika Lyanarta¹, I Gusti Bagus Rai Utama^{2*}, Gusti Ngurah Joko Adinegara³

^{1,2,3}Prodi Manajemen, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

(*) Corresponding Author: raiutama@undhirabali.ac.id

Article info

<p>Keywords: <i>Development Strategy, SWOT Analysis, Tourist Attraction, Equator Monument.</i></p>	<p style="text-align: center;">Abstract</p> <p><i>The Equator Monument has an attraction with its uniqueness and history, the purpose of this study is to identify any potential and problems that are supporting and inhibiting factors in an effort to find a strategy for developing a tourism attraction for the Equator Monument in Pontianak City, using the SWOT analysis technique. This study uses a purposive sampling method with a total of 10 respondents and data collection methods are interviews, observations, documentation and questionnaires so that internal and external indicators of the Equator Monument can be known. Based on the results of the internal external matrix calculation, it is known that the total IFAS scores (3.16) and EFAS (3.10) are located in quadrant I of the growth strategy. Through the SWOT matrix, the strategy that can be applied to develop the Equator Monument's tourist attraction is the SO strategy of renewing the contents of the building without destroying history and collaborating with the community to create jobs by developing MSMEs. ST strategy implements health protocols, improves public facilities, WO strategy completes toilet facilities and prayer rooms, trains toilet care and management, and WT strategy provides tour guide training, provides CHSE training. The benefit of this research is to apply the courses that have been studied and become good suggestions for managers and the government in developing the tourist attraction of the Equator Monument in Pontianak City so that it can increase the number of tourist visits.</i></p>
<p>Kata kunci: Strategi Pengembangan, Analisis SWOT, Daya Tarik Wisata, Tugu Khatulistiwa.</p>	<p style="text-align: center;">Abstrak</p> <p>Tugu Khatulistiwa memiliki daya tarik dengan keunikan dan sejarahnya, tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi setiap potensi dan masalah yang menjadi faktor penunjang dan penghambat dalam upaya mencari strategi pengembangan daya tarik wisata Tugu Khatulistiwa di Kota Pontianak, dengan menggunakan teknik analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan metode <i>purposive sampling</i> dengan jumlah 10 responden dan metode pengumpulan data wawancara, observasi, dokumentasi dan kuesioner sehingga dapat diketahui indikator internal dan eksternal dari Tugu Khatulistiwa. Berdasarkan hasil perhitungan matriks internal eksternal diketahui jumlah skor IFAS sebesar (3,16) dan EFAS (3,10) yang terletak pada kuadran I strategi <i>growth</i> (pertumbuhan). Melalui matriks SWOT maka strategi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan daya tarik wisata Tugu Khatulistiwa yaitu, strategi SO</p>

memperbaharui isi bangunan dengan tidak merusak sejarah dan bekerjasama dengan masyarakat untuk menciptakan lapangan kerja dengan mengembangkan UMKM. strategi ST menerapkan protokol kesehatan, memperbaiki fasilitas umum, strategi WO melengkapi fasilitas toilet dan mushola, melatih perawatan dan pengelolaan toilet, dan strategi WT memberikan pelatihan pemandu wisata, memberikan pelatihan CHSE. Manfaat penelitian ini adalah untuk menerapkan mata kuliah yang telah dipelajari dan menjadi saran baik bagi pengelola dan pemerintah dalam mengembangkan daya tarik wisata Tugu Khatulistiwa di Kota Pontianak sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki daya tarik wisata yang sangat beragam mulai dari alam, suku, budaya, hingga bahasa. Sebagian besar sumber daya alam di Indonesia juga sudah dikembangkan dan dimanfaatkan menjadi daya tarik wisata, namun juga masih banyak sekali sumber daya alam di Indonesia yang belum terjangkau dan dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Pembangunan pariwisata sangat penting dilakukan untuk menarik dan meningkatkan potensi di industri pariwisata, sebagaimana disebutkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2009 Kepariwisata Pasal “Kepariwisata berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat”.



Gambar 1. Tugu Khatulistiwa, Pontianak.
(Sumber: <https://serempak.id/atraksi-matahari-di-tugu-khatulistiwa/>)

Untuk membangun wisata di suatu daerah tidak dapat hanya semata mengandalkan keindahan alamnya saja karena di dalam ranah pariwisata terdapat banyak macam jenis-

jenis wisata, selain itu juga harus melibatkan pemerintah, swasta, dan masyarakat agar suatu tempat wisata dapat berjalan. Kalimantan Barat merupakan sebuah provinsi di Indonesia yang berbatasan langsung dengan negara asing, yaitu negara bagian Sarawak, Malaysia Timur, yang menjadikan Kalimantan Barat menjadi satu-satunya provinsi di Indonesia yang memiliki akses jalan darat untuk masuk dan keluar negara asing sehingga memiliki potensi wisata yang cukup besar karena didukung dengan kemudahan akses jalan, baik melalui udara, darat maupun laut.

Pontianak merupakan ibu kota Kalimantan Barat yang terkenal dengan nama Kota Khatulistiwa karena dilalui oleh garis lintang 0° atau garis ekuator, Khatulistiwa merupakan garis imajiner yang membagi Bumi menjadi dua bagian, bagian Bumi selatan dan bagian Bumi utara untuk dijadikan acuan dalam membedakan zona iklim yang ada di Bumi. Pontianak memiliki fenomena alam yang sangat unik, dimana tidak dimiliki oleh semua daerah bahkan negara. Fenomena alam yang dimaksud adalah titik kulminasi matahari, di mana ketika matahari tepat berada di garis khatulistiwa, pada saat itu posisi matahari akan tepat berada di atas kepala atau titik pengamatnya sehingga membuat tugu dan benda-benda di sekitarnya yang berbentuk tegak lurus tidak memiliki bayangan dalam beberapa menit, kegiatan lain yang tidak kalah unik pengunjung dapat mendirikan telur di sekitar tugu, tidak hanya telur ayam, telur bebek bahkan telur puyuh pun dapat berdiri dengan tegak. Peristiwa kulminasi matahari terjadi pada tanggal 21-23 Maret dan 21-23 September setiap tahunnya sekitar pukul 11.38 WIB di Tugu Khatulistiwa Pontianak. Selain sebagai tanda garis lintang 0° Tugu Khatulistiwa (Gambar 1) juga berfungsi sebagai sarana edukasi sejarah dan astronomi, serta pagelaran seni dan budaya. Tugu Khatulistiwa saat ini sedang dalam proses pendaftaran di UNESCO agar dikenal dunia dan banyak diminati para wisatawan untuk menjadi tujuan utama destinasi wisata di Kota Pontianak.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Tugu Khatulistiwa

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan		Total	Fluktuasi (%)
	Wisnu	Wisman		
2017	104.677	10.240	114.917	30,65%
2018	111.297	10.057	121.354	32,36%
2019	89.080	10.234	99.314	26,49%
2020	26.882	0	26.882	7,17%
2021	12.489	0	12.489	3,33%
Total Jumlah Kunjungan Wisatawan			374.956	

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Tugu Khatulistiwa mengalami penurunan selama beberapa terakhir sehingga membuat kawasan Tugu Khatulistiwa menjadi kurang terawat. Kurangnya perawatan, pengelolaan, pelayanan serta pemasarannya membuat kurangnya minat wisatawan untuk berkunjung, dikutip dari website Kementerian Keuangan Republik Indonesia bahwa Tugu Khatulistiwa merupakan aset negara, dalam rangka mengoptimisasi pengelolaan Barang Milik Negara dan Barang Milik Daerah maka keberadaan Tugu Khatulistiwa di harapkan tidak lagi membebani pemerintah dalam pemeliharannya, tetapi dapat berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan daerah sehingga penulis memutuskan untuk fokus kepada strategi dalam mengembangkan daya tarik wisata di Tugu Khatulistiwa Pontianak dengan menggunakan analisis SWOT.

Penelitian ini dilakukan dengan harapan agar Tugu Khatulistiwa Pontianak tidak hanya menjadi simbol Kota Pontianak saja tetapi juga dapat dijadikan daya tarik wisata wajib di Kota Pontianak, dapat menambah minat wisatawan, mampu memberikan manfaat

bagi masyarakat sekitar serta dapat dijadikan sebagai acuan untuk membuka gerbang pariwisata di Kalimantan Barat.

METODE

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data angket. Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kuesioner, dengan menggunakan bobot dan skala nilai. Penelitian ini dilaksanakan di Tugu Khatulistiwa Pontianak. Dengan objek penelitian Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata di Tugu Khatulistiwa Pontianak.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel internal yang berhubungan dengan faktor internal di lingkungan Tugu Khatulistiwa dan variabel eksternal yang berhubungan dengan faktor eksternal di lingkungan Tugu Khatulistiwa yang dapat menunjang pengembangan daya tarik wisata di Tugu Khatulistiwa Pontianak. Metode penentuan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Purposive Sampling, menurut Utama dan Mahadewi (2012:122) Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu itu misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan jadi dasar pertimbangannya ditentukan sendiri oleh peneliti. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 10 responden. Dalam penelitian ini akan dilakukan penelitian dengan menggunakan Teknik analisis SWOT dan EFAS-IFAS untuk menjabarkan faktor internal dan eksternal Tugu Khatulistiwa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pada tabel 2 terdapat 11 indikator internal dengan kekuatan dan kelemahan, indikator dengan keterangan kekuatan berjumlah 9 dan indikator dengan keterangan kelemahan berjumlah 2.

Tabel 2. Indikator Internal Tugu Khatulistiwa

No.	Indikator Internal	Nilai Rata-Rata Rating	Keterangan
1.	Fenomena alam kulminasi matahari yang menarik.	4	Kekuatan
2.	Arsitektur bangunan Tugu Khatulistiwa yang bersejarah.	3,4	Kekuatan
3.	Adanya kapal wisata sekaligus alat transportasi.	3,5	Kekuatan
4.	Kondisi jalan menuju daya tarik wisata Tugu Khatulistiwa sangat bagus.	4	Kekuatan
5.	Lokasi daya tarik wisata Tugu Khatulistiwa sangat strategis.	3	Kekuatan
6.	Transportasi untuk menuju daya tarik wisata Tugu Khatulistiwa sudah memadai.	3,4	Kekuatan

7.	Ketersediaan toilet dan mushola yang tidak layak dan terawat untuk wisatawan.	2,2	Kelemahan
8.	Harga souvenir yang relatif murah.	2,9	Kekuatan
9.	Tempat parkir yang cukup luas.	3	Kekuatan
10.	Adanya tempat bersantai untuk wisatawan sambil menikmati keindahan alam sekitar.	3	Kekuatan
11.	Pemberian informasi yang kurang jelas untuk wisatawan oleh pengelola.	2,5	Kelemahan

Kekuatan yang dimiliki oleh Daya Tarik Wisata Tugu Khatulistiwa yaitu atraksi wisata yang menarik, dengan lokasi dan kondisi jalan yang baik juga transportasi yang memadai, selain itu tersedianya fasilitas umum dan toko-toko yang menjual oleh-oleh dan makanan dengan pemandangan alam sekitar.

Kelemahan yang dimiliki oleh Daya Tarik Wisata Tugu Khatulistiwa yaitu fasilitas umum yang kurang terawat seperti toilet umum dan mushola juga pengelola yang kurang memperhatikan wisatawan lokal.

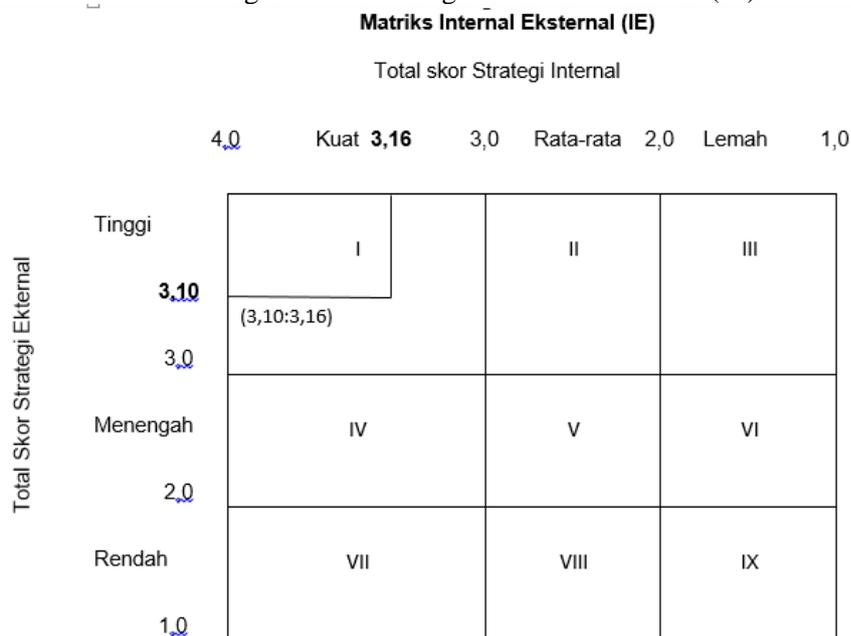
Tabel 3. Indikator Eksternal Tugu Khatulistiwa

No.	Indikator Eksternal	Nilai Rata-Rata Rating	Keterangan
1.	Adanya kerjasama antara pemerintah dan pihak swasta dalam mengembangkan daya tarik wisata Tugu Khatulistiwa.	3,4	Peluang
2.	Pemerintah menugaskan langsung ASN (Aparatur Sipil Negara) ke lapangan untuk mengelola daya tarik wisata Tugu Khatulistiwa.	3,4	Peluang
3.	Adanya objek wisata lain yang menawarkan atraksi dan fasilitas yang sama dengan daya tarik wisata Tugu Khatulistiwa.	2,2	Ancaman
4.	Meningkatnya pembangunan dan fasilitas yang dimiliki objek wisata pesaing.	2,4	Ancaman
5.	Adanya daya tarik wisata Tugu Khatulistiwa membantu masyarakat sekitar untuk membuka lapangan pekerjaan.	3,3	Peluang
6.	Daya tarik wisata Tugu Khatulistiwa membantu meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar.	3,4	Peluang
7.	Keberadaan daya tarik wisata Tugu Khatulistiwa berdampak positif kepada usaha yang dimiliki masyarakat sekitar.	3,8	Peluang
8.	Daya tarik wisata Tugu Khatulistiwa dapat memperkenalkan ciri khas Kota Pontianak.	4	Peluang
9.	Daya tarik wisata Tugu Khatulistiwa belum menerapkan protokol kesehatan.	2,2	Ancaman

Pada Tabel 3 terdapat 9 indikator eksternal dengan peluang dan ancaman, indikator dengan keterangan peluang berjumlah 6 dan indikator dengan keterangan ancaman berjumlah 3. Peluang yang dimiliki oleh Daya Tarik Wisata Tugu Khatulistiwa yaitu Tugu Khatulistiwa dikelola langsung oleh pemerintah Kota Pontianak, melalui Tugu Khatulistiwa ini juga secara tidak langsung dapat memperkenalkan Kota Pontianak dan berdampak positif bagi masyarakat sekitar sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar.

Ancaman yang dimiliki oleh Daya Tarik Wisata Tugu Khatulistiwa yaitu terdapat destinasi wisata yang memiliki atraksi dan fasilitas yang kurang lebih sama dan juga pembangunannya yang lebih baik, serta Tugu Khatulistiwa belum menerapkan protokol kesehatan.

Diagram 1. Perhitungan Internal Eksternal (IE)



Berdasarkan diagram 1, dapat diketahui bahwa posisi daya tarik wisata Tugu Khatulistiwa berada pada kuadran I yang digambarkan berada di posisi pertumbuhan sehingga strategi yang dapat diterapkan adalah intensif atau strategi penetrasi pasar (*market penetration*), pengembangan pasar (*market development*) dan pengembangan produk (*product development*). Berdasarkan hasil di atas, maka pengelola daya tarik wisata Tugu Khatulistiwa perlu melakukan pengembangan pasar seperti memperluas atau memperbanyak kios atau tempat sewa untuk berjualan, memperbarui dan menata ulang susunan produk souvenir dalam kurun waktu tertentu, meningkatkan cita rasa makanan yang ada, dan melakukan promosi secara digital.

Perumusan Strategi

Setelah mengetahui posisi pertumbuhan dari daya tarik wisata Tugu Khatulistiwa serta strategi yang akan digunakan untuk mengembangkannya, maka selanjutnya akan dilakukan analisis terhadap faktor-faktor internal dan eksternal dengan menggunakan matriks SWOT sehingga dapat diperoleh langkah-langkah yang akan diambil sebagai suatu

strategi pengembangan. Melalui matriks SWOT maka diperoleh alternatif strategi pengembangan yang dapat diimplementasikan oleh Tugu Khatulistiwa untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, seperti berikut:

Strategi SO (*Strength-Opportunities*)

1. Memperbarui isi bangunan dengan tidak merusak sejarah. Strategi ini dapat diimplementasikan dengan mengadakan program-program sebagai berikut:
 - a. Mencetak hasil gambar dari event kulminasi yang dilaksanakan setiap tahunnya untuk menambah galeri yang ada di dalam museum, juga mengganti bingkai galeri dengan bingkai dan warna yang sama agar terlihat lebih rapi dan menarik.
 - b. Menambah dan mengganti pendingin ruangan yang sudah rusak, program ini bertujuan agar ruangan lebih nyaman, selain nyaman secara fisik juga nyaman secara visual.
 - c. Memperbarui informasi pada majalah dinding informasi setiap bulannya.
2. Memberikan pelatihan dan bantuan pada masyarakat sekitar untuk bisa membuka usaha yang mendukung pariwisata di kawasan Tugu Khatulistiwa. Strategi ini dapat diimplementasikan dengan mengadakan dengan program-program berikut ini:
 - a. Menyediakan media pembelajaran seperti melakukan seminar wirausaha.
 - b. Menyediakan tempat seperti deretan bangunan untuk para pelaku usaha.
3. Bekerjasama dengan masyarakat untuk menciptakan lapangan kerja dengan mengembangkan UMKM. Strategi ini dapat diimplementasikan dengan mengadakan dengan program berikut ini:

Membentuk lembaga khusus untuk mengkoordinasi semua kegiatan yang berkaitan dengan pengembangan UMKM, program ini berfungsi untuk mencari solusi dalam mengatasi permasalahan yang akan dihadapi oleh UMKM.
4. Mengajak masyarakat sekitar dan pelaku UMKM untuk membuat dan mengembangkan ragam souvenir khas Tugu Khatulistiwa. Strategi ini dapat diimplementasikan dengan mengadakan dengan program berikut ini:

Membuat dan menjual baju, tas, atau sandal dengan gambar khas Tugu Khatulistiwa.
5. Mengembangkan event-event lain di luar event kulminasi yang hanya diadakan dua kali dalam setahun. Strategi ini dapat diimplementasikan dengan mengadakan dengan program-program berikut ini:
 - a. Mengadakan acara disetiap tanggal 17 Agustus untuk memperingati Hari Kemerdekaan Indonesia.
 - b. Menggelar acara pada HUT Pontianak setiap tanggal 23 Oktober.

Strategi ST (*Strength-Threat*)

1. Menerapkan protokol kesehatan. Strategi ini dapat diimplementasikan dengan mengadakan program-program sebagai berikut:
 - a. Menyediakan *hand sanitizer* di pintu masuk museum.
 - b. Menerapkan Scan QR Code di pintu masuk parkir melalui aplikasi Peduli Lindungi.
 - c. Memberikan himbauan kepada wisatawan agar selalu menjaga jarak dan menggunakan masker.
 - d. Menyediakan tempat sampah yang memisahkan sampah organik dan non-organik.
2. Memperbaiki fasilitas umum. Strategi ini dapat diimplementasikan dengan mengadakan program-program berikut ini:
 - a. Merenovasi parkir.
 - b. Memperbaiki pagar pembatas sungai.
 - c. Mengecat ulang fasilitas umum yang warna nya sudah mulai pudar.

3. Melakukan upaya pemasaran terpadu bagi Kota Pontianak sebagai ikon Kota. Strategi ini dapat diimplementasikan dengan mengadakan program berikut ini:
Membuat website atau sosial media khusus, program ini bertujuan sebagai sumber informasi tentang daya tarik wisata yang akan dikunjungi oleh wisatawan seperti jam operasional, event yang akan diadakan atau sedang dilaksanakan dan selain itu juga dapat dilakukan untuk melakukan promosi secara virtual.

Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)

1. Melengkapi fasilitas toilet dan mushola. Strategi ini dapat diimplementasikan dengan mengadakan program-program sebagai berikut:
 - a. Menambahkan lampu di toilet dan mushola
 - b. Menambahkan kipas di mushola.
 - c. Menyediakan sajadah, mukena dan sarung yang layak pakai untuk ibadah di mushola.
2. Melatih perawatan dan pengelolaan toilet. Strategi ini dapat diimplementasikan dengan mengadakan program-program sebagai berikut:
 - a. Membuat jadwal piket membersihkan toilet.
 - b. Mencantumkan peraturan yang dilakukan ketika menggunakan toilet, seperti membuang tisu di dalam closet, menyiram toilet setelah digunakan.
3. Menyediakan sarana pusat informasi tentang daya tarik wisata di Tugu Khatulistiwa. Strategi ini dapat diimplementasikan dengan mengadakan program sebagai berikut:
 - a. Membuat brosur tentang informasi yang ada di Tugu Khatulistiwa seperti sejarah Tugu Khatulistiwa, informasi harga tiket kapal wisata, denah kawasan Tugu Khatulistiwa, jam operasional, dan *call center*.

Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

1. Memberikan pelatihan pemandu wisata. Strategi ini dapat diimplementasikan dengan mengadakan program-program sebagai berikut:
 - a. Cara berinteraksi dengan wisatawan
 - b. Kursus atau belajar bahasa asing minimal dua bahasa.
 - c. Etika berpenampilan dan perbuatan.
2. Memberikan pelatihan CHSE. Strategi ini dapat diimplementasikan dengan mengadakan program-program sebagai berikut:
 - a. Selalu memperhatikan kebersihan diri maupun lingkungan.
 - b. Selalu siap jika kawasan wisata mengalami gangguan dalam hal kesehatan seperti sirkulasi udara yang buruk, pengelolaan makanan dan minuman di kawasan wisata yang tidak higienis.
 - c. Selalu siap siaga dalam hal mencakup keselamatan wisatawan, seperti tersedianya kotak P3K, serta alat pemadam kebakaran.
 - d. Selalu memperhatikan dan memastikan kelestarian lingkungan, seperti mengelola limbah cair dan sampah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian ini melalui analisis SWOT dan matriks Internal Eksternal, diperoleh skor IFAS sebesar 3,16 dan EFAS sebesar 3,10 seperti yang ditunjukkan pada diagram 1 maka dapat diketahui posisi Tugu Khatulistiwa berada di kuadran I dengan posisi pertumbuhan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam mengembangkan Tugu Khatulistiwa menjadi daya tarik wisata yang wajib dikunjungi di Kota Pontianak dengan menggunakan strategi SO memperbaharui isi

bangunan dengan tidak merusak sejarah, memberikan pelatihan dan bantuan pada masyarakat sekitar untuk bisa membuka usaha yang mendukung pariwisata di kawasan Tugu Khatulistiwa, bekerjasama dengan masyarakat untuk menciptakan lapangan kerja dengan mengembangkan UMKM, mengembangkan event-event lain di luar event kulminasi yang hanya diadakan dua kali dalam setahun, strategi ST menerapkan protokol kesehatan, memperbaiki fasilitas umum, strategi WO melengkapi fasilitas toilet dan mushola, melatih perawatan dan pengelolaan toilet, menyediakan sarana pusat informasi tentang daya tarik wisata di Tugu Khatulistiwa dan strategi WT memberikan pelatihan pemandu wisata, memberikan pelatihan CHSE.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Dhyana Pura telah mendukung peneliti dalam penulisan jurnal ilmiah ini, terima kasih juga kepada dosen Pembimbing 1 dan Pembimbing 2 yang telah membimbing dalam menyelesaikan artikel penelitian ini, serta para dosen di Universitas Dhyana Pura. Semoga jurnal ini dapat bermanfaat bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Banjarnahor, A. R. dkk. (2021). Strategi Bisnis Pariwisata. s.l.: Yayasan Kita Menulis.
- JDIH Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2011). Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. <https://jdih.kemenparekraf.go.id/katalog-1-produk-hukum>. Diakses, 7 April 2022.
- Khatimah, H. (2018). Tugu Khatulistiwa. Jakarta Timur: Badan Pengembangan dan Pembina Bahasa.
- Muharto. (2020). Pariwisata Berkelanjutan: Kombinasi Strategi dan Paradigma Pembangunan Berkelanjutan. Yogyakarta: Deepublish.
- Muljadi, A. J. (2012). Kepariwisata dan Perjalanan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Noor, H. R. Z. Z. (2015). Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Yogyakarta: Deepublish.
- Nurfadilah, K. A. (2017). Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Pangandaran (Studi Kasus di Kabupaten Pangandaran). *Skripsi*. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Rangkuti, F. (2018). Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, *Rating*, dan OCAI. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2016). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Subhiksu, I. B. K. & Utama, I. G. B. R. (2018). Daya Tarik Wisata Museum Sejarah dan Perkembangannya di Ubud Bali. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.CV
- Suryadana, M., Liga., & Octavia, V. (2015). Pengantar Pemasaran Pariwisata. Bandung: Alfabeta.
- Suwantoro, G. (2004). Dasar-Dasar Pariwisata. Yogyakarta: Andi.
- Utama, I. G. B. R. & Mahadewi, N. M. E. (2012). Metodologi Penelitian Pariwisata & Perhotelan. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Utama, I. G. B. R. (2014). Pengantar Industri Pariwisata. Yogyakarta: Deepublish.



Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)

Vol. 1, No.2 Desember 2022

Available online at <https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index>

Research Article

e-ISSN: 2963-0924