

## Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Ciwidey Kabupaten Bandung

### Strategy for Developing Ciwidey Tourism Area in Bandung Regency

<sup>1</sup>Denisa Puja Antanita, <sup>2</sup>Ernady Syaodih

<sup>1,2</sup>*Prodi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Islam Bandung,*

*Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

*email: <sup>1</sup>denisapuja@gmail.com, <sup>2</sup>ernadysyaodih@gmail.com*

**Abstract.** Ciwidey Tourism Area in Bandung Regency, West Java Province has a big role in the development of Indonesian tourism. Ciwidey Tourism Area has 16 attractions, namely: White Crater, Situ Patengang, Rengganis Crater, Cipanji Waterfall, Curug Tilu, Tea Plantation, Rancaupas, Punceling, Cimanggu, Ciwalini, Ciwidey Valley, Green Hill Park, Glamping, Barusen Hills, Happy Farm, and Strawberry Picking. The development of ciwidey tourism has a tourist attraction that must be optimized and supported by the typical natural scenery of the mountains. But with considerable tourism potential, the accessibility conditions in Ciwidey Tourism Area do not support tourism development, such as: hollow roads, very long congestion, roads that fit large vehicles that are often complained of by tourists and accessibility in 16 attractions also have access that is not good enough for tourists' convenience. In addition, public facilities in the Ciwidey Tourism Area are still not utilized properly because after the development is not maintained sustainably, but if every tourist attraction is good, it only needs a new breakthrough on its kiosks to make it more attractive and 16 existing tourist objects that are still not in accordance with the standards feasibility of facilities. This study aims to develop a development strategy based on the potential and problems of the theory of demand and tourism offerings in the Ciwidey Region. Requests and Offers from Ciwidey Tourism Areas are tourist attractions, accessibility, amenities (facilities), ancillary (institutional), tourist demand (policies) and policies to create good and ideal tourism. The method used is descriptive quantitative and qualitative by conducting field observation surveys, questionnaires, interviews and literature studies to obtain optimal data. The results of the study show that the right strategy position is in quadrant 1, which means that the situation is very good because there are strengths that are utilized and overcome weaknesses to seize profitable opportunities. Then the Development Strategy is carried out by paying attention to tourist attractions, accessibility, amenities (facilities), and ancillary (institutional).

**Keywords:** Development, Demand, Supply, Tourism

**Abstrak.** Kawasan Wisata Ciwidey yang berada di Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat memiliki peran besar dalam pengembangan pariwisata Indonesia. Kawasan Wisata Ciwidey ini memiliki 16 objek wisata, yaitu: Kawah Putih, Situ Patengang, Kawah Rengganis, Curug Cipanji, Curug Tilu, Perkebunan Teh, Rancaupas, Punceling, Cimanggu, Ciwalini, Ciwidey Valley, Green Hill Park, Glamping, Barusen Hills, Happy Farm, dan Petik Strawberry. Pengembangan wisata ciwidey ini memiliki daya tarik wisata yang harus dioptimalkan dan ditunjang dengan pemandangan alam khas pegunungan. Namun dengan potensi wisata yang cukup besar, kondisi aksesibilitas yang ada di Kawasan Wisata Ciwidey belum mendukung pengembangan wisata, seperti: jalan berlubang, kemacetan yang sangat panjang, jalan yang pas dengan kendaraan besar yang seringkali dikeluhkan oleh wisatawan yang datang serta aksesibilitas di 16 objek wisata juga memiliki akses yang belum cukup baik untuk kenyamanan wisatawan. Selain itu, mengenai fasilitas umum di Kawasan Wisata Ciwidey masih belum termanfaatkan dengan baik karena setelah pembangunan tidak dipelihara secara berkelanjutan namun jika di setiap objek wisata sudah baik hanya butuh terobosan baru mengenai kiosnya agar lebih menarik dan 16 objek wisata yang ada masih belum sesuai dengan standar kelayakan fasilitas. Penelitian ini bertujuan menyusun strategi pengembangan berdasarkan potensi dan permasalahan dari teori permintaan dan penawaran wisata yang ada di Kawasan Ciwidey. Permintaan dan Penawaran dari Kawasan Wisata Ciwidey yaitu atraksi wisata, aksesibilitas, amenitas (fasilitas), ancillary (kelembagaan), permintaan (demand) wisatawan dan kebijakan untuk menciptakan wisata yang baik dan ideal. Metode yang digunakan adalah diskriptif kuantitatif dan kualitatif dengan melakukan survey observasi lapangan, kuisioner, wawancara dan studi literatur untuk mendapatkan data yang optimal. Hasil penelitian menunjukkan posisi strategi yang tepat berada di kuadran 1, yang artinya situasi yang sangat baik karena ada kekuatan yang dimanfaatkan serta mengatasi kelemahan untuk meraih peluang yang menguntungkan. Maka Strategi Pengembangan yang dilakukan dengan memperhatikan atraksi wisata, aksesibilitas, amenitas (fasilitas), dan ancillary (kelembagaan).

**Kata kunci :** Pengembangan, Permintaan, Penawaran, Wisata

## A. Pendahuluan

Pengembangan pariwisata adalah segala kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan semua prasarana dan sarana, barang dan jasa fasilitas yang diperlukan, guna melayani wisatawan. Kegiatan dan pengembangan pariwisata mencakup segi-segi kehidupan dalam masyarakat, mulai dari kegiatan angkutan, akomodasi, atraksi wisata, makanan dan minuman, cinderamata, pelayanan, dan lain-lain. Usaha ini untuk mendorong dan meningkatkan arus kunjungan wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara, sehingga memungkinkan perekonomian dalam negeri semakin maju dan berkembang (Yoeti, 2002:53).

Dalam Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah Kabupaten Bandung bahwa Kawasan Wisata Ciwidey dikembangkan menjadi salah satu Kawasan Strategis Pariwisata Nasional. Kawasan Wisata Ciwidey mencakup tiga kecamatan yaitu Kecamatan Pasirjambu, Kecamatan Ciwidey, dan Kecamatan Rancabali. Kawasan Wisata Ciwidey ini memiliki 16 objek wisata yaitu: Kawah Putih, Situ Patengang, Kawah Rengganis, Curug Cipanji, Curug Tilu, Perkebunan Teh, Rancaupas, Punceling, Cimanggu, Ciwalini, Ciwidey Valley, Green Hill Park, Glamping, Barusen Hills, Happy Farm dan Petik Strawberry.

Permasalahan yang dialami ke Kawasan Wisata Ciwidey yaitu daya tarik wisata yang ada masih harus dioptimalkan agar tidak menciptakan kondisi wisata yang monoton ditambah pengembangan wisata yang ada belum menunjang budaya lokal atau kesenian menarik. Selain itu permasalahan mengenai jalur yang sempit menanjak serta kendaraan besar yang melintas akan menyebabkan laju kendaraan

menjadi lambat jika berpapasan (Lantas Polres Bandung, Iptu Kiki Hartaki dalam wawancara tribun), kondisi jalan menuju ke 16 objek wisata dan di area objek wisata yang ada juga masih didominasi jalan rusak dan berlubang, menyebabkan pengendara harus hati-hati, namun sudah ada kendaraan lokal seperti angkutan ciwidey-patengang menuju ke Kawasan Wisata Ciwidey yang kondisinya kurang terawat, tetapi 16 objek wisata belum memiliki penghubung yang optimal karena masih mengandalkan jalan utama menyebabkan terjadinya kemacetan. Fasilitas yang ada di Kawasan Wisata Ciwidey belum memenuhi standar kelayakan fasilitas. Sedangkan mengenai kelembagaan pengelola wisata (Perhutani, PT. Perkebunan Nusantara VIII, Pihak ke tiga, Pengurus Desa, Perseorangan, Koprasi Masyarakat) belum berkomunikasi dan bersinergi dengan baik, sehingga terjadinya GAP antar pembangunan yang dilakukan oleh masing-masing.

Berdasarkan potensi dan permasalahan yang ada, maka rumusan masalah pada studi ini adalah ***Bagaimana cara mengembangkan Kawasan Wisata Ciwidey melihat dari 16 objek wisata dan dapat bersaing di masa yang akan datang?*** Sehingga tujuan dari penelitian ini untuk menyusun ***Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Ciwidey Kabupaten Bandung.***

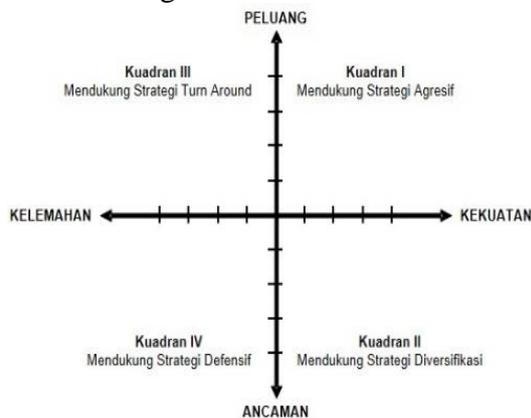
## B. Landasan Teori

Teori yang berkaitan dengan penelitian ini adalah komponen pengembangan dan metode analisis, sebagai berikut:

1. Komponen pengembangan dalam penelitian ini berasal dari komponen supply and demand tourism yang terdiri dari atraksi wisata: keindahan alam, variasi

wisata, dan wisata sosial budaya; aksesibilitas: transportasi lokal, sarana transportasi, dan kondisi jalan; amenitas (fasilitas): informasi masyarakat, akomodasi, fasilitas umum, dan penginapan/ hotel; ancillary (kelembagaan): manajemen pemasaran dan kelembagaan; permintaan (demand) wisatawan: informasi wisatawan, pelayanan dan harga; dan kebijakan.

2. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis supply and demand (analisis atraksi wisata, analisis aksesibilitas, analisis amenitas/ fasilitas, analisis ancillary/kelembagaan, analisis berdasarkan permintaan/demand wisatawan) serta analisis SWOT ini dibagi menjadi 4 kuadran dilihat dari variabel setiap komponen. Pembagian kuadran analisis SWOT dapat dilihat sebagai berikut:



Sumber: Freddy Rangkuti, 2005

**Gambar 1.** Penentuan Strategi Analisis SWOT

**Kuadran 1:** merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan

pertumbuhan yang agresif

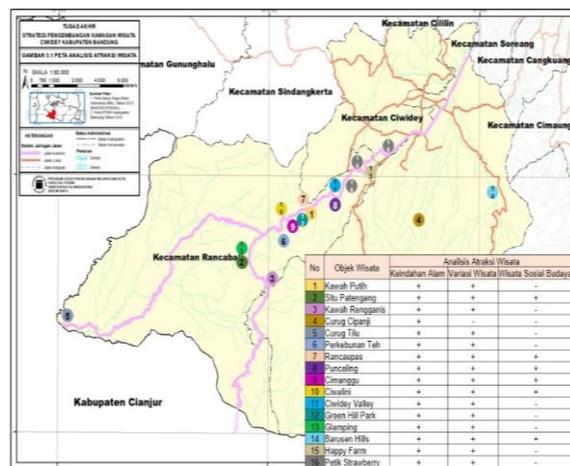
**Kuadran 2:** meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

**Kuadran 3:** perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelamahan internal. Focus strategi perusahaan adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang baik.

**Kuadran 4:** ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

### C. Hasil Penelitian

#### Analisis Atraksi Wisata



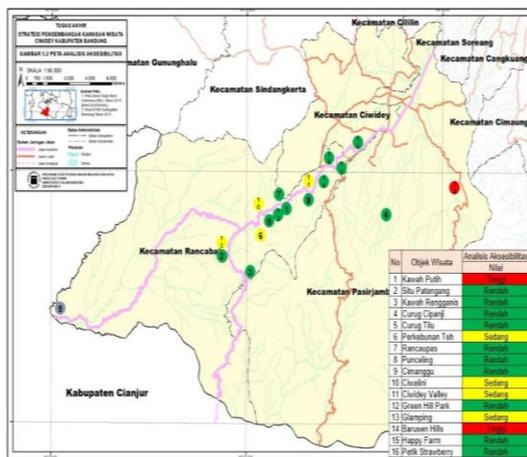
Sumber: Hasil analisis, 2018

**Gambar 2.** Analisis Atraksi Wisata

Hasil dari analisis atraksi wisata di 16 objek yang ada, yaitu Kawasan Wisata Ciwidey sudah menawarkan keindahan alam, seperti pemandangan pegunungan, perkebunan teh atau

wisata yang berkembang berdasarkan potensi alam yang ada seperti kawah, danau. Sedangkan 93,75% responden menilai objek wisata yang ada sudah memiliki variasi wisata disetiap objeknya, seperti berkuda, memancing, berenang, outbound dan masih banyak lagi dan bervariasi disetiap objeknya kecuali curug cipanji karena daya tarik wisata yang ada hanya bergantung pada curug cipanji. Sedangkan untuk wisata budaya, 37,5 objek wisata sudah ada kesenian modern seperti dangdut, sedangkan objek wisata lainnya belum mengembangkan kebudayaan lokal atau kesenian yang menarik.

**Analisis Aksesibilitas**



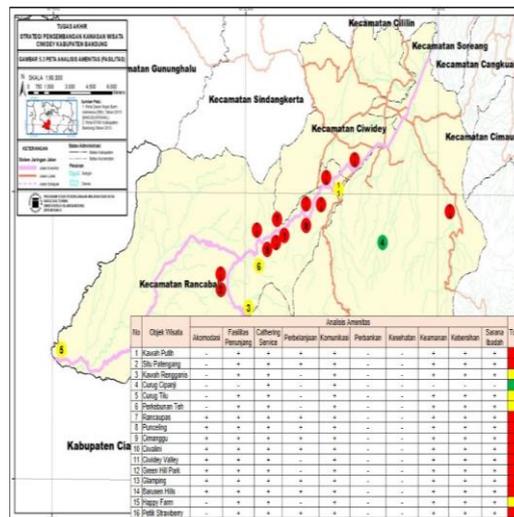
Sumber: Hasil analisis, 2018

**Gambar 3.** Analisis Aksesibilitas

Hasil dari analisis aksesibilitas di 16 objek wisata yang ada didapat dari perhitungan  $Aij = (Jumlah\ Wisatawan \times Jumlah\ Penduduk) / (Jarak^{Kondisi\ Jalan})$ . Objek wisata yang memiliki nilai tertinggi karena objek wisata yang banyak diminati dengan lebar jalan 5 meter, dan kondisi jalan yang kurang baik karena perkerasannya aspal namun berlubang dan perkerasannya menggunakan beton namun kondisinya bergelombang. Sedangkan objek wisata dengan nilai sedang karena lebar jalan sekitar 4 meter dengan jarak tempuh yang terasa jauh dan kondisi jalan yang

perkerasannya sudah aspal namun masih terdapat lubang atau tambalan yang tidak rata. Namun untuk objek wisata yang memiliki nilai rendah karena jarak yang tempuhnya cukup jauh dengan lebar jalan 4 meter dan kondisi jalan yang berlubang, adanya genangan air, bahkan krikil yang akan membahayakan wisatawan. Maka nilai akses yang didominasi rendah, hal tersebut dipengaruhi oleh kondisi jalan yang masih belum baik tidak sebanding dengan jumlah wisatawan yang datang.

**Analisis Amenitas (fasilitas)**



Sumber: Hasil analisis, 2018

**Gambar 4.** Analisis Amenitas (fasilitas)

Dari hasil analisis komparasi antara eksisting dan kriteria tersebut, maka pada umumnya kawasan wisata ciwidey adalah 68,75% fasilitas yang ada di objek wisata perlu peningkatan fungsi dari setiap fasilitas dan sisanya perlu pengembangan-pengembangan fasilitas baru yang belum ada agar sesuai dengan kriteria sehingga dapat dikatakan layak sebagai kawasan wisata dengan fasilitas yang baik.

**Analisis Ancillary (kelembagaan)**

Analisis ancillary (kelembagaan) merupakan analisis

yang berkaitan erat dengan kelembagaan untuk mendukung kegiatan di kawasan wisata ciwidey.

F

**Tabel 1.** Analisis Ancillary/ Kelembagaan

Komponen Wisata	Komponen Wisata dalam Kelembagaan
<b>Atraksi Wisata</b>	
1. Keindahan alam 2. Variasi Wisata 3. Wisata Sosial Budaya	<b>1. Dinas Pariwisata Kabupaten Bandung</b>
	▪ Melakukan koordinasi dengan pihak terkait mengenai pengembangan kualitas dan atraksi serta fasilitas di Kawasan Wisata
	▪ Berkordinasi dengan dinas terkait mengenai pengembangan Kawasan Wisata Ciwidey
	▪ Melakukan penyusunan atraksi baru dari data potensi kepariwisataan dan pengoptimalan atraksi yang sudah ada
	<b>2. Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kabupaten Bandung</b>
	▪ Melakukan penelitian peningkatan kualitas lingkungan Kawasan Wisata Ciwidey
	<b>3. Pengelola Wisata</b>
▪ Melaksanakan dan menjalankan keberlangsungan kegiatan wisata	
▪ Mengawasi dan mengevaluasi kegiatan wisata	
<b>Aksesibilitas</b>	
1. Transportasi Lokal 2. Sarana Transportasi 3. Kondisi Jalan	<b>1. Dinas Bina Marga Kabupaten Bandung</b>
	▪ Melakukan pembangunan di kondisi jalan yang rusak berat.
	▪ Menyusun pedoman oprasional penyelenggaraan jalan didalam objek wisata
	▪ Pemberian izin pemanfaatan jalan alternatif yang sudah ada.
	▪ Pembangunan dan pemeliharaan jalan umum
	<b>2. Dinas Perhubungan Kabupaten Bandung</b>
	▪ Penyusunan jaringan trayek dan penetapan kebutuhan kendaraan untuk angkutan dalam trayek dan angkutan perintis
	▪ Pengembangan trayek angkutan perdesaan yang wilayah pelayanannya dalam satu wilayah kabupaten
	▪ Pengembangan usaha angkutan pariwisata dan angkutan barang
	<b>3. Pengelola Wisata</b>
▪ Melaksanakan dan menjalankan keberlangsungan kegiatan wisata	
▪ Mengawasi dan mengevaluasi kegiatan wisata	
<b>Amenitas (fasilitas)</b>	
1. Informasi Masyarakat 2. Akomodasi 3. Fasilitas Umum 4. Tempat Makan	<b>1. Dinas Pariwisata Kabupaten Bandung</b>
	▪ Melaksanakan pelayanan dari setiap sarana dan mengawasi keberlangsungan kegiatan wisata agar berjalan dengan baik.
	▪ Berkoordinasi dengan dinas terkait mengenai fasilitas yang ada di Kawasan Wisata Ciwidey.
	<b>2. Dinas Koperasi, UKM, dan Perindag</b>
	▪ Pembinaan kepada pelaku UKM di wisata kuliner kawasan wisata ciwidey
	▪ Menentukan penentuan dan penataan lokasi produksi, pengolahan, dan pemasaran
	▪ Memberikan rekomendasi produk-produk makanan yang dipasarkan
	<b>3. Dinas PU Kabupaten Bandung</b>
	▪ Memberikan pembangunan atm ataupun bank, sarana tempat makan dengan saung, pembangunan sarana kesehatan yang berada di setiap objek wisata
	<b>4. Pengelola Wisata</b>
▪ Melaksanakan dan menjalankan keberlangsungan fasilitas dalam kegiatan wisata	
▪ Mengawasi dan mengevaluasi fasilitas yang ada.	

Komponen Wisata	Komponen Wisata dalam Kelembagaan	
<b>Ancillary (Kelembagaan)</b>		
1. Managemen Pemasaran 2. Kelembagaan/Organisasi	1. Dinas Pariwisata Kabupaten Bandung	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Melaksanakan dan menjalankan promosi dan informasi wisata yang ada di Kawasan Wisata Ciwidey</li> <li>▪ Melaksanakan koordinasi dengan organisasi terkait untuk pengembangan wisata.</li> <li>▪ Pengembangan dan perlengkapan data dan informasi objek wisata yang lebih rinci.</li> </ul>	
	2. Pengelola Wisata	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Melaksanakan dan menjalankan pelayanan dari keberlangsungan dalam kegiatan wisata</li> <li>▪ Mengawasi perkembangan kegiatan wisata disetiap objek</li> </ul>	
	<b>Permintaan (demand) Wisatawan</b>	
	1. Informasi Wisatawan 2. Pelayanan 3. Harga	1. Dinas Pariwisata Kabupaten Bandung
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengelola kegiatan wisata mengenai tiket masuk hingga pelayanan wisata</li> <li>▪ Melaksanakan pelayanan dari setiap sarana dan mengawasi keberlangsungan kegiatan wisata agar berjalan dengan baik.</li> </ul>		
2. Dinas Koperasi, UKM, dan Perindag		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pembinaan kepada masyarakat mengenai pelayanan yang baik untuk seluruh objek wisata</li> <li>▪ Menentukan penentuan dan penataan lokasi produksi, pengolahan, dan pemasaran</li> </ul>		
3. Pengelola Wisata		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Melaksanakan dan menjalankan pelayanan dari keberlangsungan dalam kegiatan wisata</li> <li>▪ Mengawasi perkembangan kegiatan wisata disetiap objek</li> </ul>		

Sumber : hasil analisis, 2018 Analisis

Kawasan Ciwidey, yaitu: Perhutani, PT. Perkebunan Nusantara VIII, Pihak ke tiga, Aparat Desa, Perseorangan. Namun belum terjalinnya hubungan dan komunikasi yang baik dalam pengelola tersebut untuk menciptakan seluruh objek wisata yang baik dan bersinergi. Yang mana dijelaskan pada Tabel 1.

Kelembagaan di atas merupakan sebuah pengoptimalan dari fungsi-fungsi kelembagaan agar Kawasan Wisata Ciwidey dapat berlangsung dikembangkan dengan baik, setiap kompone atau setiap variabel yang terdapat didalamnya tentu saja tidak akan luput dari peran serta kelembagan-kelembagaan yang berkaitan. Dengan pengoptimalan fungsi kelembagaan tersebut, maka diharapkan baik secara visual, fungsi, maupun peran dari

Kawasan Wisata Ciwidey ini dapat membawa dampak positif, baik dampak positif terhadap perekonomian masyarakat, dampak positif terhadap keseimbangan lingkungan, serta dampak positif kepada wisatawan yang berkunjung sehingga mendapatkan pengalaman berwisata yang baik.

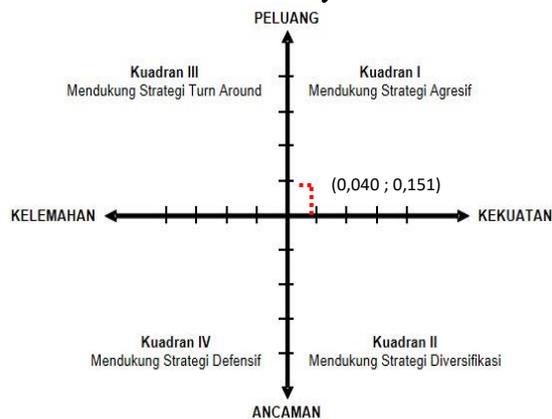
#### **Analisis berdasarkan Permintaan (demand) Wisatawan**

Hasil analisis berdasarkan permintaan (demand) wisatawan, yaitu 90,00% wisatawan mendapatkan informasi mengenai 16 objek wisata yang ada dari teman dekat atau sosial media dan biasanya mengajak sodara/teman dekat, sehingga perlu adanya pengembangan mengenai asal dan kendaraan yang digunakan persetiap objek wisata. Namun

mengenai harga yang ditawarkan tiket masuk mulai dari gratis – Rp 40.000, tetapi sebagian besar objek wisata tiket masuk yang dibayar belum termasuk spot-spot wisata yang ada di dalamnya, sehingga perlu adanya evaluasi dan pengembangan untuk harga yang bisa dijangkau oleh wisatawan.

### Analisis SWOT

Jumlah skor akhir dari setiap potensi, masalah, peluang, dan ancaman di Kawasan Wisata Ciwidey. Setiap bobot masing-masing akan diklasifikasikan kedalam empat jenis kuadran yang dapat menentukan posisi Kawasan Wisata Ciwidey.



Sumber: Freddy Rangkuti, 2005

### Gambar 5. Kuadran Analisis SWOT

Berdasarkan hasil pengklasifikasian kuadran diatas dapat diketahui posisi Kawasan Wisata Ciwidey berada pada Kuadran I (Agresif Strategy) yang berarti Kawasan Wisata Ciwidey memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Maka strategi yang tepat adalah melakukan perbaikan internal dan secara aktif mengembangkan peluang yang ada sehingga dapat menciptakan kondisi yang lebih baik

### D. Kesimpulan

Dari hasil analisis yang sudah dilakukan, maka didapat rumusan strategi pengembangan kawasan wisata ciwidey, yaitu:

1. Strategi pengembangan atraksi wisata, terdiri dari pengembangan sektor pariwisata yang terintegrasi dengan kehutanan dan perkebunan, pengembangan event kebudayaan dan kesenian tradisional yang terintegrasi dengan objek wisata, pengembangan nilai dan pelestarian budaya lokal, pengembangan objek wisata lainnya agar memiliki daya tarik yang sama dengan yang unggulan, pengembangan peran sektor perkebunan mendukung wisata yang diunggulkan.
2. Strategi pengembangan aksesibilitas, terdiri dari peningkatan jaringan jalan yang menghubungkan dengan objek wisata, pengembangan kondisi jalan yang terintegrasi antar objek wisata, peningkatan jumlah dan kualitas transportasi lokal menuju ke objek wisata, pengembangan transportasi khusus area objek wisata.
3. Strategi pengembangan amenities (fasilitas), terdiri dari peningkatan dan pengembangan sarana penunjang wisata, seperti atm, agen bank, klinik kesehatan, pengembangan penginapan dengan konsep back to nature, penataan warung makan untuk keindahan visual, pengembangan ciri khas menu dari potensi agro.
4. Strategi pengembangan ancillary (kelembagaan), terdiri dari peningkatan ketersediaan informasi promosi dan paket wisata di sosial media,

peningkatan proses komunikasi antar stakeholder terkait dengan cara FGD, peningkatan pertumbuhan objek wisata di Kawasan Objek Wisata.

5. Strategi pengembangan berdasarkan permintaan (demand) wisatawan, terdiri dari pengembangan informasi wisatawan, penetapan harga terjangkau semua kalangan wisatawan.

### Daftar Pustaka

- Anonim. 2016. *Tourism Demand and Supply*.  
<https://repository.up.ac.za/bitstream/handle/2263/24684/02chapters3-4.pdf?sequence=3>. diunduh pada tanggal 23 Agustus 2018
- Anonim. 2018. *Permasalahan Kemacetan Jalan Menuju Rancabali*.  
<http://jabar.tribunnews.com/2017/12/25/kemacetan-wisata-ciwidey-disebabkan-2-masalah-polisi-berlakukan-buka-tutup>. diunduh pada tanggal 01 Agustus 2018.
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia
- Yoeti, Oka. A. 2002. *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: PT. Perca.