

Valuasi Ekonomi Kegiatan Wisata di Waduk Gajah Mungkur selama Covid-19

Economic Valuation of Tourism Activities in Gajah Mungkur Reservoir during Covid-19

Resika Meilawati Putri^{1*}, Frida Purwanti¹, Diah Ayuningrum¹

¹Program Studi Manajemen Sumber Daya Perairan

Departemen Sumber Daya Akuatik, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Jacub Rais, Tembalang, Semarang, Jawa Tengah-50275

Corresponding authors: resikameilawatiputri@gmail.com

Diserahkan: 16 Juni 2025; Direvisi: 05 November 2025; Diterima: 06 November 2025.

ABSTRAK

Waduk Gajah Mungkur Wonogiri atau sering dikenal juga dengan sebutan Bendungan Serbaguna Wonogiri yang dibangun dengan fungsi utama sebagai pengendali banjir (*Flood Control*) Sungai Bengawan Solo. Selain itu, Waduk Gajah Mungkur dijadikan sebagai objek wisata di Wonogiri yang keberadaannya dapat membantu memulihkan perekonomian masyarakat lokal di era pandemi Covid-19. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui karakteristik wisatawan dan valuasi ekonomi berdasarkan pendekatan biaya perjalanan. Penelitian berlangsung pada November 2022 (Covid-19) menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Penentuan 100 responden wisatawan berdasarkan accidental sampling, sedangkan jumlahnya berdasarkan metode Slovin. Analisis data menggunakan *Travel Cost Method* (TCM). Karakteristik wisatawan di Waduk Gajah Mungkur didominasi wisatawan dengan jenis kelamin perempuan 62%, berpendidikan SMA/ sederajat 46%, bekerja sebagai karyawan 37%, dan 46% berasal dari Kabupaten Wonogiri. Nilai ekonomi objek wisata Waduk Gajah Mungkur berdasarkan *Travel Cost Method* didapatkan hasil sebesar Rp 28.351.240.470,00 dengan jumlah wisatawan selama tahun 2022 sejumlah 205.191 individu dengan rata-rata biaya perjalanan Rp138.170,00.

Kata Kunci: Covid-19, Travel Cost Method, Waduk Gajah Mungkur

ABSTRACT

Gajah Mungkur Reservoir Wonogiri or often known as the Wonogiri Multipurpose Dam was built with the main function as a flood control for the Bengawan Solo River. In addition, Gajah Mungkur Reservoir is used as a tourist attraction in Wonogiri, whose existence can help restore the economy of the local community in the era of the Covid-19 pandemic. The purpose of this study is to identify the characteristics of tourists and estimate the economic value of the site using the Travel Cost Method (TCM). The research was conducted in November 2022 during the Covid-19 period using a quantitative descriptive method. Determination of 100 tourist respondents based on accidental sampling, while the number is based on the Slovin method. Data were analyzed using the Travel Cost Method. The characteristics of tourists at Gajah Mungkur Reservoir are dominated by tourists with female gender 62%, high school/ equivalent education 46%, working as employees 37%, and 46% come from Wonogiri Regency. The economic value of the Gajah Mungkur Reservoir tourist attraction based on the Travel Cost Method obtained a result of IDR 28,351,240,470.00 with the number of tourists during 2021 totaling 205,191 individuals with an average travel cost of IDR 138,170.00.

Keywords: Covid-19, Travel Cost Method, Gajah Mungkur Reservoir

PENDAHULUAN

Wisata alam merupakan aktivitas perjalanan yang dilaksanakan seorang individu ataupun sekumpulan orang dengan mengunjungi tempat-tempat tertentu untuk berekreasi, pengembangan pribadi, maupun mempelajari daya Tarik alam dengan memanfaatkan potensi sumber daya alamnya, baik itu alami maupun buatan (Oktaviani dan Fatchiya, 2019). Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, menjelaskan jika pariwisata merupakan bermacam aktivitas wisata dan ditunjang oleh berbagai sarana dan prasarana serta dibuat oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Berdasarkan keputusan pemerintah dengan otonomi daerah maka pengembangan pariwisata daerah pun sepenuhnya menjadi tanggung jawab Pemerintah Daerah.

Akhir tahun 2019 dunia digemparkan adanya virus Covid-19, yang pertama kali ditemukan di Wuhan, China. Penularan penyakit ini dengan cepat menyebar luas ke seluruh belahan dunia. Maret 2020, pandemi Covid-19 telah masuk ke Indonesia. Sejumlah negara memutuskan kebijakan memberlakukan *lockdown* selaku upaya pencegahan penyebaran virus (Sadikin, dan Hamidah 2020). Indonesia sendiri memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pemberlakuan PSBB tersebut membuat seluruh aktivitas yang dilaksanakan di luar rumah ditiadakan.

Kabupaten Wonogiri mempunyai objek wisata yang sangat beragam, mulai wisata alam, wisata sejarah, hingga wisata religi. Data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Wonogiri, terdapat beberapa objek wisata yang berada dalam pengelolaan Dinas Pariwisata, dan belum termasuk wisata yang dikelola oleh masyarakat secara individu/ atau kelompok. Salah satu objek wisata unggulan yang berada di Kabupaten Wonogiri adalah Kawasan Pariwisata Bendungan Gajah Mungkur Wonogiri. Waduk Gajah Mungkur Wonogiri atau sering dikenal juga dengan sebutan Bendungan Serbaguna Wonogiri ini merupakan sebuah ikon yang sangat terkenal di Kabupaten Wonogiri. Bendungan ini dibangun dengan fungsi utama sebagai pengendali banjir (*Flood Control*) Sungai Bengawan Solo. Perairan bendungan ini berasal dari sungai Bengawan Solo. Luasnya sekitar 8800 ha bisa mengairi sawah seluas 23.600 ha di daerah Sukoharjo, Klaten, Karanganyar dan Sragen. Waduk Gajah Mungkur dibangun dari tahun 1976 sampai dengan tahun 1981 berlokasi 7 Km arah selatan Kota Wonogiri tepat dibagian hilir pertemuan kali Keduang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik wisatawan dan nilai ekonomi di Waduk Gajah Mungkur.

MATERI DAN METODE

Materi Penelitian

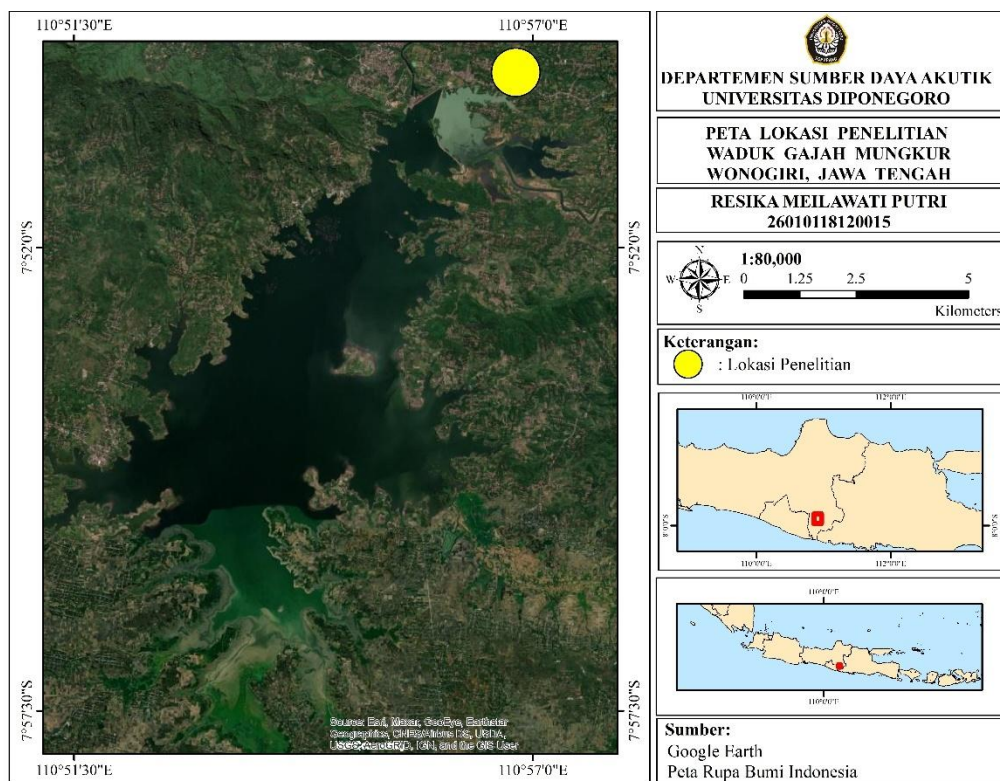
Materi yang digunakan dalam penelitian yaitu karakteristik wisatawan, pemanfaatan wisata meliputi nilai ekonomi objek wisata selama masa pandemi Covid-19 di Kawasan Wisata Waduk Gajah Mungkur Jawa Tengah.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono, (2019), metode deskriptif kuantitatif bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena dengan menggunakan angka yang menggambarkan karakteristik subjek yang diteliti.

Pengumpulan Data

Pengambilan data dilakukan dengan melakukan wawancara kepada responden sebagai informasi untuk menentukan nilai ekonomi dari penelitian yang akan dilakukan. Metode penentuan responden wisatawan pada penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Menurut Hariputra (2022), *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel secara kebetulan/insidental yang ditemukan dapat digunakan sebagai sampel. Lokasi *sampling* penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Peta Lokasi Penelitian

Berdasarkan data kunjungan wisata di Kawasan Wisata Waduk Gajah Mungkur, jumlah wisatawan pada tahun 2022 adalah 205.191 orang. Pengambilan jumlah sampel responden untuk kategori wisatawan dengan menggunakan Rumus Slovin. Margin error yang digunakan pada penelitian ini adalah 10% (Moeljadi, 2019):

$$n = \frac{N}{N(e)^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel yang dibutuhkan

N = Ukuran populasinya

e = Margin error

Pengolahan Data

Nilai ekonomi wisata Kawasan Wisata Waduk Gajah Mungkur diestimasi berdasarkan perhitungan dari setiap pemanfaatan wisata; untuk wisata dianalisis menggunakan biaya perjalanan (*Travel Cost Method*). Biaya perjalanan (TCM) adalah jumlah total biaya yang dikeluarkan wisatawan selama melakukan kegiatan rekreasi. Penilaian ekonomi untuk biaya perjalanan wisatawan selama berwisata di Kawasan Wisata Waduk Gajah Mungkur Jawa Tengah, dihitung berdasarkan biaya transportasi dari tempat tinggal wisatawan ke lokasi wisata dan pengeluaran lainnya selama dalam perjalanan dan di lokasi wisata seperti biaya konsumsi, tiket masuk, wahana dan lain-lain. Menurut (Mandziuk *et al.*, 2020), biaya perjalanan dapat dihitung dengan rumus:

$$BPT = BT + BK + BTK + BW + BL \text{ (BL1, BL2)}$$

Keterangan:

BPT	=	Biaya Perjalanan Total (Rp /Orang)
BT	=	Biaya Transportasi (Rp / Orang)
BK	=	Biaya Konsumsi (Rp / Orang)
BTK	=	Biaya Tiket (Rp / Orang)
BW	=	Biaya Wahana (Rp / Orang)
BL	=	Biaya Lain – lain (Rp / Orang)
BL1	=	Biaya Penginapan (Rp / Orang)
BL2	=	Biaya Souvenir (Rp / Orang)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Waduk Gajah Mungkur merupakan salah satu objek wisata bagi rakyat Wonogiri maupun rakyat diluar Kabupaten Wonogiri. Setiap Hari Raya Idul Fitri, diadakan event pariwisata Gebyar Gajah Mungkur selama dua minggu di Objek Wisata /Taman Rekreasi Waduk Gajah Mungkur. Event tersebut diisi dengan pentas kesenian selama dua minggu. Pentas yang disajikan berupa pentas orkes melayu, campur sari dan lain sebagainya. Tujuannya untuk menghibur masyarakat yang berkunjung ke Objek Wisata Waduk Gajah Mungkur. Event pariwisata ini dikunjungi tidak kurang oleh 100.000 pengunjung. Gebyar Gajah Mungkur ditutup dengan atraksi budaya Sedekah Bumi yaitu berupa upacara ritual yang dilaksanakan oleh Bupati Wonogiri dengan menyebar ketupat kepada pengunjung, setelah penyebaran ketupat dilanjutkan dengan atraksi tari-tarian tradisional di Objek Wisata Sendang Asri. Event pariwisata Gelar wisata budaya juga dilaksanakan di Objek Wisata Sendang Asri Waduk Gajah Mungkur, pada bulan Sura setiap tahun. (www.wisatajateng.com, diakses tanggal 07 Mei 2022). Selain itu juga terdapat berbagai wahana hiburan yang tersedia di objek wisata Waduk Gajah Mungkur Kabupaten Wonogiri, seperti: taman wisata, *water boom*, arena taman bermain anak-anak, perahu wisata dan sepedah air, taman tombo galau, memancing, *banana boat*, gantole / layang gantung, dan omah jungkir.

Analisis deskriptif responden yang berjumlah 100 berdasarkan metode Slovin, menjelaskan karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, kota asal, dan pendidikan terakhir. Data karakteristik responden disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden Wisata Waduk Gajah Mungkur, November 2022

Indikator	Jumlah	Presentase (%)
1. Jenis Kelamin		
Laki-laki	38	38
Perempuan	62	62
2. Pekerjaan		
Pelajar/ Mahasiswa	14	14
Karyawan	37	37
Ibu Rumah Tangga	15	15
ASN	16	16
Wirausaha	13	13
Lainnya	5	5
3. Pendidikan Terakhir		
SD	6	6
SMP	17	17
SMA	46	46
Diploma	7	7
Sarjana	24	24
4. Kota Asal		
Wonogiri	46	46
Sukoharjo	17	17
Karangayar	4	4
Klaten	3	3

Indikator	Jumlah	Presentase (%)
Surakarta	8	8
Sragen	3	3
Boyolali	7	7
Yogyakarta	5	5
Lainnya	7	7

Adapun rekapitulasi biaya perjalanan yang dikeluarkan wisatawan (100 responden) berdasarkan rata-rata biaya perjalanan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rata-Rata Biaya Perjalanan Wisatawan Waduk Gajah Mungkur, November 2022

Variabel	Total (Rp)	Presentase (%)
Transportasi	5.781.000	42
Tiket masuk	1.000.000	7
Wahana	2.132.000	15
Konsumsi	3.595.000	26
Penginapan	0	0
Souvenir	830.000	6
Lain-lain	479.000	3
Total	13.817.000	100
Rata-rata biaya wisatawan	138.170	

Valuasi ekonomi kegiatan wisata di Waduk Gajah Mungkur di era Covid-19 tepatnya pada tahun 2022 sebesar Rp 28.351.240.470,00 (Tabel 3).

Tabel 3. Valuasi Ekonomi berdasarkan *Travel Cost Method* Wisatawan Waduk Gajah Mungkur, November 2022

Variabel	Total
Rata-rata biaya wisatawan (Rp)	138.170
Jumlah wisatawan (2022) (Individu)	205.191
Valuasi ekonomi wisatawan (Rp)	28.351.240.470

Pembahasan

Kondisi Waduk Gajah Mungkur

Pandemi telah memberikan dampak yang signifikan pada pariwisata di Waduk Gajah Mungkur. Sejak merebaknya Covid-19, jumlah pengunjung ke wisata air terkenal ini mengalami penurunan drastis. Terhitung pada tahun 2019 kunjungan mencapai 325.868 wisatawan dan mengalami penurunan 5 kali lipat menjadi 57.985 wisatawan. Hal tersebut mengakibatkan berkurangnya pendapatan yang biasanya mendukung operasional sehari-hari. Selain penurunan jumlah pengunjung, pembatasan sosial dan penutupan sementara objek wisata ini juga memperparah kondisi. Untuk memulihkan sektor pariwisata ini, berbagai upaya dilakukan oleh pemerintah dan pengelola, seperti promosi berbasis digital dan penerapan protokol kesehatan yang ketat guna memastikan keamanan pengunjung (Syahdiyah Sugiartia, 2023). Meskipun demikian, proses pemulihan ini tidaklah mudah dan membutuhkan waktu, mengingat dampak pandemi tidak hanya dirasakan pada sektor pariwisata saja, tetapi juga pada ekonomi lokal yang bergantung pada aktivitas wisata di Waduk Gajah Mungkur. Dengan kolaborasi dan upaya berkelanjutan, diharapkan pariwisata di wilayah ini dapat kembali pulih dan mendukung kesejahteraan masyarakat sekitar.

Pemerintah daerah bersama pengelola Waduk Gajah Mungkur juga menjalin kerjasama dengan platform digital untuk promosi juga semakin gencar dilakukan. Penggunaan media sosial, situs web pariwisata, dan kerjasama dengan influencer menjadi bagian dari strategi pemasaran yang diyakini dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Edukasi kepada masyarakat setempat juga dilakukan agar wisatawan siap menerima wisatawan dengan penerapan protokol kesehatan yang ketat, demi memastikan bahwa kunjungan ke Waduk Gajah Mungkur aman dan menyenangkan (Asih *et al.*, 2022).

Karakteristik Wisatawan Waduk Gajah Mungkur

Wisatawan di Waduk Gajah Mungkur Kabupaten Wonogiri, menunjukkan bahwa jumlah responden perempuan (62%) lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki (38%). Perbedaan cara berwisata antara laki-laki dan perempuan bisa mencerminkan preferensi aktivitas yang berbeda, seperti olahraga air yang mungkin lebih diminati oleh laki-laki, atau kegiatan bersantai yang lebih banyak diikuti oleh perempuan. Analisis lebih lanjut mengenai perbedaan pengeluaran antara laki-laki dan perempuan juga menunjukkan bahwa gender dapat mempengaruhi frekuensi dan cara seseorang berkunjung serta menikmati fasilitas wisata yang ada (Suta Tanaya *et al.*, 2022). Perempuan lebih tertarik pada fasilitas yang menawarkan kenyamanan dan keamanan yang lebih baik, sementara laki-laki mungkin lebih tertarik pada tantangan dan petualangan. Temuan ini sangat relevan untuk pengembangan wisata di Wonogiri karena dapat membantu pengelola wisata memahami kebutuhan serta preferensi pengunjung lebih baik, sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan kenyamanan tempat wisata tersebut bagi berbagai kalangan pengunjung. Jenis pekerjaan responden di Waduk Gajah Mungkur didominasi oleh karyawan (37%). Karyawan merupakan pekerjaan yang memiliki rutinitas dan waktu liburan yang dapat diprediksi, sehingga data yang diperoleh lebih konsisten dan relevan. Intensitas karyawan berkunjung dan banyaknya biaya perjalanan tersebut mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berwisata ke tempat ini. Menurut Pujiastuti *et al.*

(2023), pola perjalanan dan preferensi pengunjung dapat memberikan rekomendasi kepada pengelola untuk menentukan promosi dan pengelolaan sumber daya alam yang sesuai.

Wisatawan yang berasal dari Kabupaten Wonogiri merupakan responden dominan (46%) di Waduk Gajah Mungkur, Kabupaten Wonogiri. Pilihan para wisatawan ini untuk mengunjungi Waduk Gajah Mungkur bukan hanya didorong oleh keindahan alam dan fasilitas yang tersedia, tetapi juga dipengaruhi oleh biaya perjalanan yang relatif terjangkau. Menurut Merciu *et al.* (2021), fasilitas yang tersedia di Waduk Gajah Mungkur diantaranya rekreasi air seperti berperahu, memancing, dan berenang. Wisatawan dengan pendidikan terakhir SMA/ sederajat (46%) menjadi responden dominan dalam penelitian ini. Wisatawan ini, yang sebagian besar masih berusia muda dan penuh semangat, menunjukkan kecenderungan untuk melakukan perjalanan dengan cara yang ekonomis, memanfaatkan berbagai moda transportasi yang terjangkau, serta mengelola pengeluaran wisatawan dengan bijak selama berwisata (Flores-Condori *et al.*, 2021).

Valuasi Ekonomi Wisatawan Waduk Gajah Mungkur

Valuasi ekonomi pada penelitian ini menggunakan metode *Travel Cost Method* (TCM), yaitu suatu pendekatan dalam bidang ekonomi yang digunakan untuk mengestimasi nilai ekonomis dari suatu lokasi atau kegiatan rekreasi berdasarkan biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh pengunjung (Mao-tao *et al.*, 2020). Metode ini menganalisis berbagai variabel seperti biaya transportasi, biaya akomodasi, serta waktu dan usaha yang diinvestasikan oleh para pengunjung untuk sampai ke lokasi tujuan. Sebelum pandemi, TCM sering digunakan untuk menghitung nilai ekonomi dari tempat-tempat wisata dengan mempertimbangkan berbagai biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan, seperti transportasi, akomodasi, dan waktu yang digunakan untuk berkunjung. Menurut Kusumaningtyas *et al.* (2022), metode ini juga membantu dalam pembuatan kebijakan pengelolaan tempat wisata dengan lebih efektif, berdasarkan nilai kontribusi ekonomi yang diperoleh dari wisatawan.

Berdasarkan hasil TCM kegiatan wisata di Waduk Gajah Mungkur di era Covid-19, sebesar Rp 28.351.240.470,00. Nilai tersebut terhitung menurun dibandingkan kegiatan wisata di Waduk Gajah Mungkur sebelum adanya pandemi Covid-19. Hal itu, terlihat pada jumlah wisatawan tahun 2019 yang lebih tinggi dibandingkan pada tahun 2022. Setelah berakhirnya Covid-19 dimungkinkan bahwa akan terjadi peningkatan jumlah wisatawan, mengingat tidak berlakunya lagi pembatasan perjalanan. Pandemi Covid-19 memberikan dampak signifikan terhadap nilai ekonomi yang diperoleh melalui TCM. Pembatasan perjalanan yang ketat dan ketidakpastian global menyebabkan penurunan jumlah wisatawan, serta perubahan pola perilaku masyarakat seperti meningkatnya ketertarikan pada wisata lokal dan kegiatan rekreasi bernuansa alam terbuka. Menurut Setiawan *et al.* (2024), biaya tambahan seperti protokol kesehatan dan keselamatan, serta penyesuaian fasilitas wisata untuk menjaga jarak sosial, turut mempengaruhi total pengeluaran pengunjung dan pada akhirnya nilai ekonomi yang diestimasi dengan metode TCM.

KESIMPULAN

Karakteristik responden pada penelitian ini didominasi oleh responden berjenis kelamin perempuan, berpendidikan SMA/ Sederajat, bekerja sebagai karyawan dan berasal dari Kabupaten Wonogiri. Valuasi ekonomi objek wisata Waduk Gajah Mungkur menggunakan pendekatan *Travel Cost Method* didapatkan hasil sebesar Rp 28.351.240.470,00 pada tahun 2022.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu, memberikan semangat, kritik, saran dan perbaikan dalam proses penyusunan artikel dan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Asih, S., U. Umiyati dan Wulandari, S. 2022. Analisis Promotion, Product, Price, Dan Place Pada Destinasi Wisata Telaga Claket Wonogiri. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 13(2):148–154. <https://doi.org/10.31294/khi.v13i2.12712>
- Flores-Condori, E., E. L. Flores-Quispe, J. Quiñonez-Choquecota dan M. Y. Flores-Quispe. 2021. Determination Of Consumer Surplus Using Poisson Models Through The Travel Cost Method. Case: Lizas-Ilo Well Beaches. *Journal of Computer and Mathematics Education*. 12(7): 1006–1011.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Menggunakan SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kusumaningtyas, K., R. Situmorang dan A. Ramadhani. 2022. Pengembangan Kawasan Pariwisata Kota Lama Tegal dengan Pendekatan Travel Cost Method. *Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah Lembaga Penelitian Universitas Trisakti*. 7(1): 24–36. DOI: <https://doi.org/10.25105/pdk.v7i1.10392>
- Mandziuk, A., S. Parzych dan M. Studnicki. 2020. Benefits of recreation in the “nad tanwia” nature reserve determined by the travel cost method. *Baltic Forestry*. 26(2): 1–9. DOI: <https://doi.org/10.46490/BF407>
- Mao-tao, D., S. Min, Y. Zhi-juan, Y. Miao, Y. Zheng-xing dan H. Si-miao. 2020. Improvement and application of the multi-destination travel cost sharing model in recreation value evaluation of Zoige county. *Journal of Natural Resources*. 35(5): 1090. DOI: <https://doi.org/10.31497/zrzyxb.20200506>
- Merciu, F. C., A. I. Petrișor dan G. L. Merciu. 2021. Economic valuation of cultural heritage using the travel cost method: The historical centre of the municipality of bucharest as a case study. *Heritage*. 4(3):2356–2376. DOI: <https://doi.org/10.3390/heritage4030133>

- Moeljadi. 2019. Manajemen Keuangan Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif Jilid 1.
- Oktaviani W. F. dan A. Fatchiya. 2019. Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*. 17(1): 13–27.
- Pujiastuti, E. E., D. Indarwanta dan E. Wardani. 2023. Pengaruh Memorable Tourist Experience terhadap Storytelling Behavior melalui Perceived Value Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1): 54–66. DOI: <https://doi.org/10.14710/jab.v12i1.51050>
- Sadikin, A. and A. Hamidah. 2020. Pembelajaran Daring Di Tengah Wabah Covid-19. *Biodik*. 6(2).
- Setiawan, B. D. P., H. Kaskoyo, A. Setiawan, S. Bakri, C. Wulandari, R. Safe'I dan I. G. Febryano. 2024. Perception and Economic Valuation of Way Belerang Tourism in the Way Pisang Forest Management Unit (Kph) Using the Travel Cost Method. *Jurnal Belantara*. 7(1): 01–16. DOI: <https://doi.org/10.29303/jbl.v7i1.1018>
- Sugiarti, W. S., S. A. Pujangkorob dan M. T. Sembiring 2023. Analisis Soar (Strength, Opportunity, Aspiration & Result) Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Melalui Digital Market. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*. 2(2): 25–34. DOI: <https://doi.org/10.55606/jimak.v2i2.1431>
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Kedelapan. CV Alfabeta (p. 207). Bandung: CV Alfabeta.
- Suta Tanaya, I. W., L. Yulendra dan N. L. Kartini. 2022. Strategi Pengembangan Kawasan Pariwisata Home Industri Tahu Tempe Di Kekalik - Kota Mataram. *Journal Of Responsible Tourism*. 2(2): 281–294. DOI: <https://doi.org/10.47492/jrt.v2i2.2161>