

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA YANG  
BERKELANJUTAN DI DAERAH KABUPATEN PEMALANG**

Ari  
Ari Subowo  
20/3-2025

**Tria Ayu Meirina, Ari Subowo**  
**Departemen Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
Jl. Prof. H. Soedarto, SH., Tembalang, Kota Semarang, Kode Pos 1269  
Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405  
Laman: <https://www.fisip.undip.ac.id> Email: [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)

**ABSTRACT**

*Analysis of Sustainable Tourism Object Development Strategy in Pemalang Regency is a qualitative descriptive study. This study uses strategic planning to explain strategic issues in tourism development as a whole. The focus of this study is the tourism development strategy in research that uses SWOT analysis as the main tool to analyze and measure the environment to produce a strategy used for the preparation of the tourism development process. The informants in this study were from the Tourism, Youth and Sports Office of Pemalang Regency, KA Tourism Object Management Unit, UMKM in Pemalang Regency, Tourist Object Visitors, Pemalang Regency Travel Bureau. The research process begins with the analysis of tourism conditions, identification of external and internal environments that produce weaknesses, strengths, opportunities and threats. Furthermore, analyzing the factors that influence tourism development, researchers use the Tourist Area Life Cycle (TALC) model which includes the stages of Exploration, Involvement, Consolidation, Stabilization, and Decline developed by Butler (1978) to analyze the policy implementation process that can be applied in the implementation of tourism object development in Pemalang Regency.*

**Keywords:** *Tourism Development, SWOT Analysis, Tourist Attractions*

**PENDAHULUAN**

Pengembangan pariwisata adalah proses yang mencakup berbagai upaya untuk meningkatkan daya tarik dan kualitas destinasi wisata agar dapat mendatangkan manfaat ekonomi, sosial, dan budaya yang berkelanjutan. Proses ini melibatkan perencanaan, pembangunan, dan pengelolaan berbagai sumber daya yang terkait dengan sektor pariwisata seperti alam, budaya, infrastruktur dan sumber daya manusia. Tujuannya adalah menciptakan destinasi wisata yang tidak

hanya menarik bagi pengunjung tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat lokal dan menjaga kelestarian lingkungan (Handayani et al., 2021).

Pariwisata dapat didefinisikan sebagai aktivitas manusia yang melibatkan perjalanan di luar wilayahnya sendiri untuk tujuan rekreasi atau pendidikan, tetapi tidak untuk tujuan pindah secara permanen. Pariwisata didefinisikan sebagai keseluruhan gejala atau fenomena serta hubungan yang dihasilkan dari perjalanan

dan melihat orang-orang yang tidak tinggal disana.

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pembangunan sektor pariwisata diperlukan untuk mendorong pemerataan peluang usaha, memberikan manfaat ekonomi, serta meningkatkan kemampuan dalam menghadapi dinamika kehidupan lokal, nasional, dan global (Kementerian Komunikasi dan Informasi, 2009).

Kabupaten Pemalang merupakan salah satu wilayah pengembangan pariwisata di Jawa Tengah bagian barat. Wisata Kabupaten Pemalang mempunyai potensi alam yang beragam, baik wisata alam pesisir pantai di bagian utara maupun wisata alam pegunungan di bagian selatan. Beberapa potensi wisata ada yang tidak dimanfaatkan secara maksimal, bahkan cenderung terbengkalai dan hanya beberapa orang yang berkunjung sehingga dibutuhkan strategi pengembangan yang baik (Rencana Induk Pembangunan Pariwisata, 2016).

Manajemen strategis merupakan serangkaian langkah sistematis yang digunakan untuk menetapkan arah jangka panjang suatu organisasi serta menentukan langkah-langkah yang diperlukan guna mencapai tujuan. Proses manajemen strategis mencakup beberapa tahapan penting meliputi penentuan visi, misi, dan nilai; analisis lingkungan eksternal dan

internal; formulasi strategi; implementasi strategi; serta evaluasi dan pengendalian.

Strategi pengembangan pariwisata di wilayah Kabupaten Pemalang dapat mengidentifikasi dan mengoptimalkan potensi wisata yang belum dilakukan secara maksimal. Selain itu strategi ini juga membantu dalam mengidentifikasi berbagai kendala dan tantangan yang menghambat optimalisasi sektor pariwisata.

Kabupaten Pemalang memiliki topografi bervariasi. Bagian utara merupakan daerah pantai dengan ketinggian berkisar antara 1-5 meter di atas permukaan laut. Bagian tengah merupakan dataran rendah yang subur dengan ketinggian 6-15 m di atas permukaan laut dan bagian selatan merupakan dataran tinggi dan pegunungan yang subur serta berhawa sejuk dengan ketinggian 16-925 m di atas permukaan laut. Wilayah Kabupaten Pemalang ini dilintasi dua buah sungai besar yaitu Sungai Waluh dan Sungai Comal yang menjadikan sebagian besar wilayahnya merupakan daerah aliran sungai yang subur (Pemerintah Kabupaten Pemalang, 2024).

Berdasarkan Rencana Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang tahun 2016-2021 permasalahan sektor pariwisata antara lain:

1. Cara meningkatkan pendapatan daerah melalui penggalan sumber pendapatan

daerah secara optimal dari beberapa objek wisata.

2. Sumber daya aparatur dinas pariwisata pemuda dan olahraga masih kurang.
3. Kurangnya penggalan dan pembangunan objek wisata unggulan.
4. Kesadaran masyarakat dalam memelihara objek wisata masih kurang.
5. Kurangnya pemeliharaan sarana dan prasarana pariwisata mengingat banyak diantaranya yang sudah mengalami kerusakan.

Pengembangan strategi kawasan wisata di Kabupaten Pemalang perlu di kelola dan di perhatikan lebih baik lagi dengan memaksimalkan kebutuhan akan perkembangan yang dialami wisatawan dan fasilitas sarana dan prasarana yang sesuai. Mekanisme pasar akan menentukan bagaimana kualitas produk dan pelayanan publik yang diberikan oleh pemerintah kepada para wisatawan. Peran pemerintah dituntut untuk memuaskan wisatawan, selain itu pemasaran destinasi wisata sangat penting agar informasi setiap kegiatan kepariwisataan di Kabupaten Pemalang dapat di ketahui oleh wisatawan baik itu wisatawan lokal sendiri ataupun dari luar Kabupaten Pemalang.

Analisis SWOT merupakan evaluasi menyeluruh terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu perusahaan atau metode untuk mengamati

lingkungan pemasaran eksternal dan internal. Analisis SWOT dapat dilakukan untuk menganalisis pengembangan objek wisata berkelanjutan di daerah Kabupaten Pemalang yang berfokus pada aspek perencanaan yang melibatkan pemangku kepentingan, evaluasi lingkungan internal dan eksternal serta nilai publik. (Bryson, 2007)

Peluang dari luar Kabupaten Pemalang dapat dimanfaatkan untuk mendukung pengembangan wisata di daerah Kabupaten Pemalang secara lebih efektif. Di sisi lain Kabupaten Pemalang juga perlu mempersiapkan diri dalam menghadapi berbagai ancaman yang dapat muncul sewaktu-waktu dalam sektor pariwisata. (Rahman, Dwimawanti and Suryaningsih, 2015)

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai hal-hal yang berhubungan dengan pengembangan objek wisata melalui analisis rencana strategi pengembangan objek wisata yang berkelanjutan di daerah Kabupaten Pemalang.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Metode ini digunakan dengan tujuan untuk memberikan gambaran serta untuk menganalisis

pengembangan Objek Wisata di daerah Kabupaten Pemalang. Selain itu, penjelasan yang kompherensif terkait fenomena yang terjadi dalam pengembangan Wisata di daerah Kabupaten Pemalang juga dapat diidentifikasi.

Pengambilan data dilakukan melalui wawancara kepada informan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pemalang, Pengelola objek wisata di Kabupaten Pemalang, UMKM di Kabupaten Pemalang, Biro Perjalanan Pariwisata, Pengunjung objek wisata.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Faktor - Faktor Penghambat dari Ancaman dan Kelemahan**

Faktor penghambat pada strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Pemalang terdiri dari berbagai ancaman yang ada dilingkungan eksternal dan kelemahan yang ada dilingkungan internal. Faktor- faktor penghambat strategi pengembangan objek wisata di identifikasikan adalah sebagai berikut:

1. Adanya perubahan tren wisata
2. Adanya perubahan sosial budaya
3. Kurangnya sumber daya manusia
4. Persaingan objek wisata di Kabupaten Pemalang
5. Permasalahan objek wisata di Kabupaten Pemalang yang belum diselesaikan

6. Keluhan oleh wisatawan
7. Objek wisata yang mengalami penurunan pengunjung
8. Promosi yang masih kurang efektif

### **2. Faktor Pendukung dari Peluang dan Ancaman**

Faktor-faktor pendukung bagi strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Pemalang yaitu berupa peluang berdasarkan lingkungan eksternal dan kekuatan yang terdapat pada lingkungan internal. Faktor-faktor pendukung tersebut diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kerjasama antara antar pemangku kepentingan dalam pengembangan objek wisata sudah berjalan dengan baik.
2. Memastikan prospek wisata yang lebih baik dimasa mendatang.
3. Mengembangkan promosi wisata yang lebih efektif.
4. Kolaborasi antar pihak sudah dilakukan dengan baik.

### **3. Hasil Analisis SWOT**

Berdasarkan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman menghasilkan isu strategi berupa SO, ST, WO, WT. Isu-isu tersebut yaitu:

#### **1. Strategi (SO)**

Optimalisasi kekuatan utama pada objek wisata di kabupaten pemalang seperti fasilitas yang tersedia dapat meningkatkan

jumlah kunjungan wisatawan. Menetapkan alokasi anggaran secara efektif dan memanfaatkan prospek objek wisata di masa mendatang dapat meningkatkan infrastruktur, pengembangan objek wisata yang berkelanjutan. Pengembangan olahan produk makanan khas Kabupaten Pemalang dan kerjasama antar pemangku kepentingan juga dapat dilakukan dengan memfokuskan pada pengembangan wisata kuliner, peningkatan promosi bersama, serta aksesibilitas yang mendukung objek wisata.

## **2. Strategi (ST)**

Kolaborasi antara pemangku kepentingan dan pengelolaan lingkungan yang lebih baik terhadap objek wisata di Kabupaten Pemalang dapat dilakukan untuk mengatasi ancaman persaingan, ketergantungan pada musim tertentu, dan dampak negatif dari jumlah pengunjung yang terlalu banyak, menjadikannya destinasi yang lebih menarik dan berkelanjutan.

Persaingan objek wisata dapat dilakukan dengan mengoptimalkan alokasi anggaran untuk pengembangan infrastruktur dan pengalaman wisata yang unik, serta

kampanye pemasaran kreatif yang menonjolkan keunikan objek wisata Pemalang.

Pemanfaatan olahan produk makanan khas Kabupaten Pemalang dilakukan dengan mengintegrasikan kuliner lokal sebagai bagian dari daya tarik wisata. Hal ini dapat dilakukan dengan mengembangkan festival kuliner, menciptakan paket wisata kuliner serta dapat mengatasi permasalahan objek wisata di Kabupaten Pemalang.

## **3. Strategi (WO)**

Mengatasi keluhan wisatawan dan upaya meningkatkan kunjungan wisata dapat dilakukan dengan memanfaatkan peluang yang ada, seperti dukung pemerintah dan tren wisata ramah lingkungan.

Respon objek wisata dalam menghadapi penurunan wisatawan dan prospek objek wisata pada masa mendatang dapat ditanggapi dengan fokus pada cara mengatasi kelemahan yang ada serta memanfaatkan peluang yang tersedia untuk meningkatkan kunjungan wisata di masa depan.

Pengembangan promosi objek wisata yang masih kurang efektif dan kerja sama antar pemangku kepentingan dalam pengembangan objek wisata di Kabupaten

Pemalang perlu difokuskan pada mengatasi kelemahan yang ada dalam promosi dengan memanfaatkan peluang yang tersedia melalui kolaborasi antar pemangku kepentingan.

#### 4. Strategi (WT)

Mengatasi keluhan wisatawan dan ancaman dalam pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan meningkatkan fasilitas dan kualitas layanan seperti memperbaiki fasilitas dasar dan memberikan pelatihan untuk staf guna mengatasi keluhan wisatawan.

Penurunan wisatawan dan persaingan objek wisata di Kabupaten Pemalang dilakukan dengan melibatkan inovasi dalam atraksi wisata, peningkatan promosi dan pemasaran, serta perbaikan kualitas pelayanan dan fasilitas untuk meningkatkan pengalaman wisatawan.

Promosi yang kurang efektif dan permasalahan objek wisata yang belum diselesaikan dapat dilakukan dengan memperbaiki fasilitas dasar dan infrastruktur, serta mengoptimalkan promosi digital yang lebih kreatif dan efektif.

#### 5. Evaluasi dan Klarifikasi Isu-Isu Strategis

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis SWOT yang menunjukkan tentang peluang dan strategi pengembangan wisata di Kabupaten Pemalang sebagai destinasi wisata tujuan di Kabupaten Pemalang yaitu dengan pemanfaatan potensi yang dimiliki oleh objek wisata di Kabupaten Pemalang. Strategi yang harus dilakukan dalam jangka pendek adalah strategi W-T (*Weaknesses-Threats*) adalah strategi yang lebih fokus pada tindakan jangka pendek, karena lebih bersifat defensif dan berorientasi pada penanggulangan masalah yang mendesak serta perbaikan yang cepat dalam mengatasi kelemahan yang ada dan ancaman yang dihadapi oleh objek wisata di Kabupaten Pemalang.

Strategi ini lebih mengutamakan peningkatan kapasitas internal dan penyesuaian cepat terhadap kondisi yang ada, seperti mengatasi masalah fasilitas dan promosi yang tidak efektif, yang dapat langsung berdampak pada pengalaman wisatawan dan meningkatkan daya tarik objek wisata dalam jangka pendek.

Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*) adalah strategi yang lebih digunakan dalam jangka panjang, karena fokus pada pengembangan berkelanjutan dan pengoptimalan kekuatan yang ada untuk memanfaatkan peluang yang tersedia.

Secara keseluruhan, strategi S-O berfokus pada pemanfaatan kekuatan yang ada untuk menciptakan peluang dan pengembangan berkelanjutan yang membutuhkan perencanaan jangka panjang, seperti membangun citra Pemalang sebagai destinasi wisata yang berkelanjutan dan terus berkembang.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Strategi pengembangan wisata di Kabupaten Pemalang melibatkan pemanfaatan potensi wisata yang dimiliki. Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*) lebih bersifat jangka pendek dengan fokus pada perbaikan fasilitas dan promosi yang tidak efektif untuk mengatasi kelemahan dan ancaman, serta meningkatkan daya tarik wisatawan. Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*) digunakan untuk jangka panjang dengan fokus pada pengembangan berkelanjutan, memanfaatkan kekuatan yang ada dan membangun citra Pemalang sebagai destinasi wisata yang terus berkembang.

## **Saran**

Pengembangan objek wisata di daerah Kabupaten Pemalang dapat ditingkatkan dengan strategi sebagai berikut:

- a. Memprioritaskan strategi W-T dalam jangka pendek, dengan fokus pada perbaikan fasilitas dan promosi yang lebih efektif guna mengatasi kelemahan dan ancaman yang ada.
- b. Strategi S-O perlu dioptimalkan untuk strategi jangka panjang dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki pantai serta peluang yang ada untuk mendukung pengembangan berkelanjutan dan membangun citra Pemalang sebagai destinasi wisata yang semakin dikenal dan berkembang.
- c. Kolaborasi yang efektif dari berbagai pihak dan pemangku kebijakan untuk mendukung pengembangan objek wisata di Kabupaten Pemalang menjadi lebih baik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agnes Arianne (2023) Manajemen Strategi: Pengertian, Fungsi, Tujuan dan Langkah-Langkahnya.
- Anugrah, F.F., Salahudin, S. and Nurjaman, A. (2021) 'Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Pariwisata Lokal: Sebuah Kajian Pustaka Terstruktur', *Briliant: Jurnal Riset dan Konseptual*, 6(4), p. 775.

- Bambang Supriadi dan Nanny Roedjinandari (2017) 'Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Wisata', in Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata, pp. 1–294.
- Bryson (2007) *Step Strategic Planning* John M. Bryson, 2016.
- Devy, H.A. (2017) 'Pengembangan Obyek Dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kabupaten Karanganyar', *Jurnal Sosiologi DILEMA*, 32(1), pp. 34–44.
- Dr. Harbani Pasolong (2010) *Teori Administrasi Publik*.
- Dr. Hj. Retina Sri Sedjati, Apt., M. (2014) *Dasar-Dasar Manajemen Fungsi Penggerak (Actuiring)*.
- Dwi Andri Yatmo (2023) 'Sejarah dan Latar Belakang Pantai Widuri'
- Dwight Waldo (2020) 'Comparative Public Administration 1', Dwight Waldo, pp. 171–185
- Firdausijah, R.T. (2023) *Konsep Dasar Manajemen Publik, Manajemen Sektor Publik*.
- Ginting, A.H., Wardana, D. and Zainal, Z. (2020) 'Strategi Pemerintah Dalam Pengembangan Objek Wisata Alam Teluk Jering Kabupaten Kampar', *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja*, 10(1), pp. 211–219.
- Handayani, M. et al. (2021) 'Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Bahari dan Sumber Daya Wisata Pantai Kejawan Kelurahan Pegambiran, Kecamatan Lemahwungkuk di Kota Cirebon Provinsi Jawa Barat', *Jurnal Kemaritiman: Indonesian Journal of Maritime*, 2(2), pp. 94–117.
- Kementerian Komunikasi dan Informasi (2009). UU NO 10 2009.
- Khila Rahma (2021) 'Cerita Rakyat Pemalang Jawa Tengah, Asal Usul Pantai Widuri'.
- Lesmono, B. and Siregar, S. (2021) 'Studi Literatur Tentang Agency Theory', *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), pp. 203–210.
- Moleong, 2017:330. 'Prosedur analisis pada penelitian', Universitas Multimedia Nusantara.
- Nabila Nurul Alia (2024) *Curug Bengkawah, Air Terjun Kembar di Kabupaten Pemalang*.
- Nicolas Henry (1975) 'Paradigma Administrasi'.
- Octanisa, D.S., Palestho, A.B. and Pratiwi, Y. (2024) 'Tourism Development Strategies in Menganti Beach, Kebumen', *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(1), pp. 321–328.
- Octaviyanty, K. (2013) 'Analisis Faktor Internal Dan Eksternal Yang Mempengaruhi Kinerja Bank Umum Di Indonesia Periode 2008-2011', *DiE: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 9(1).
- Pemerintah Kabupaten Pemalang (2024) 2021, 2021.
- Primadany, S.R. and Mardiyono, R. (2023) 'Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk) Sefira', *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(4), pp. 135–143.
- Prof. Wihana Kirana Jaya (2012) *Mengenal Lebih Dekat Teori Ekonomi Kelembagaan Baru (New Institutional Economic)*.
- Puteri, J. et al. (2023) 'Tourism Management Through Community-Based Ecotourism Development Strategy at Lombang Beach,



- Sumenep Regency', *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(3), pp. 983–990.
- Putra, M.B. (2018) 'Teori Pilihan Publik dalam Kebijakan Publik', *Academia.Edu*.
- Rahma, A.A. (2020) 'Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata Di Indonesia', *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1),
- Rahman, R.F., Dwimawanti, I.H. and Suryaningsih, M. (2015) 'Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Pemalang', *Jurnal of Public Policy and Management Review*, 4(3), pp. 1–16.
- Rangkuti, M. (2023) *Dampak Pariwisata Pada Perekonomian*.
- Redaksi (2020) *Aneka Olahan Nanas Madu*.
- Redaksi (2022) *Pantai Widuri*.
- Rencana Induk Pembangunan Pariwisata (2016) UU No 11 Tahun 2016.
- Riko, Kurniawan and Gustomi Andi (2021) 'Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Punai Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah ( Pad ) Kabupaten Belitung Timur, 3, pp. 30–45.
- Rinaldi, A., Citra, I.P.A. and Christiawan, P.I. (2020) 'The Strategy of Developing Coastal Areas in Seririt District Buleleng Regency', *LA Geografia*, 19(1), pp. 71–87.
- Robert C. Bogdan (2007) *Qualitative Research for Education*
- Setiawan, A. (2022) 'Keanekaragaman Hayati Indonesia: Masalah dan Upaya Konservasinya', *Indonesian Journal of Conservation*, 11(1), pp. 13–21.
- Soeswoyo, D.M. (2021) 'Potensi Pariwisata Dan Strategi Pengembangan Desa Wisata Sukajadi di Kabupaten Bogor', *Masyarakat Pariwisata : Journal of Community Services in Tourism*, 2(1), pp. 13–26.
- Syam, A. and Arif, M. (2017) 'Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Sumedang Di Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan', *Jurnal Kepemimpinan Dan Pengurusan Sekolah*, vol 2(2), pp. 191–200.
- Tri Sulistiowati (2021) *Dasar-Dasar Manajemen dan Layanan Bisnis*.
- Wahyuningsasi, E.W., Marwiyah, S. and Mubaroq, H. (2022) 'Analisis Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Bohay Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo', *Jurnal Sosial Politik ...*, 2(4), pp. 242–252.
- Wahyuningsih, S., Rasulog, I. And Nuhung M. (2019) 'Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Tujuan Wisata di Bulukumba', *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), pp. 141–157.
- Yakup, A. and Haryanto, T. (2021) 'Pengaruh Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia', *Bina Ekonomi*, 23, pp. 39–47.
- Yakup, A.P. and Haryanto, T. (2021) 'Pengaruh Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia', *Bina Ekonomi*, 23(2), pp. 39–47.

**Buku:**

- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and Practice* (4th ed.). Pearson Education.
- Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradnya Paramita.
- Inskip, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. Van Nostrand Reinhold.
- Gunn, C. A., & Var, T. (2002). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases* (4th ed.). Routledge.
- Middleton, V. T. C., & Clarke, J. (2012). *Marketing in Travel and Tourism* (4th ed.). Routledge.
- Pendit, N. S. (2006). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Pradnya Paramita.