

## Perwilayahan Pariwisata Di Kabupaten Semarang Dengan Model Titik Pusat

T. Ariyati<sup>1</sup>, H. Wahyono<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Diponegoro, Indonesia

### Article Info:

Received: 28 April 2016

Accepted: 28 April 2016

Available Online: 20 October 2017

### Keywords:

regionalization, tourism, tourist attraction

### Corresponding Author:

Titi Ariyati

Diponegoro University,

Semarang, Indonesia

Email:

[titi.ariyati16@pwk.undip.ac.id](mailto:titi.ariyati16@pwk.undip.ac.id)

**Abstract:** *Tourism uniqueness and diversity in a region affect tourism development of that region. One of the suitable developing strategy for a region which has a lot of tourist attractions is a tourism regionalization. Tourism regionalization means dividing tourism regions which has potential, and then make it into a tourism destination. Tourist attraction in Semarang Regency can be classified into 8 types which is nature, cultural, historical, man made, pilgrim, industrial, sports, and culinary. This research aims to describe tourism potential of Semarang Regency and arrange tourism regions with Mean Centre Model as one of developing strategy in Semarang Regency. Tourism regionalization expected to improve all of the tourism potential in order to make them developing together. The research question is how the tourism potential in Semarang Regency and how to develop them based on tourism regionalization which is suitable for tourism in Semarang Regency to make it develop optimally?. Regionalization can be done by reviewing types and potential level of tourist attraction, deciding tourist attraction hierarchy, and arrange tourism regionalization with Mean Centre Model. Methods in this research are Delphi method and Mean Centre method. Delphi method used to decide types, potential level, and hierarchy of tourist attraction. Mean Centre method used to determine mean centre as a reference of tourism regionalization. Tourism regionalization arrangement in Semarang Regency aims to give input about developing tourism strategy in Semarang Regency in order to make it developed optimally.*

Copyright © 2016 TPWK-UNDIP

This open access article is distributed under a

Creative Commons Attribution (CC-BY-NC-SA) 4.0 International license.

Ariyati, T., & Wahyono, H. (2016). Peta perwilayahan pariwisata berdasarkan sub titik pusat di Kabupaten Semarang dapat dilihat pada gambar 5. *Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)*, 5(2), 127–139.

## 1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sebuah industri dan sebuah respon terhadap kebutuhan sosial. Produknya adalah semua unsur yang membentuk pengalaman wisatawan dan hadir untuk melayani kebutuhan dan memenuhi harapan wisatawan (Smith, 1989). Pariwisata merupakan salah satu kegiatan dengan potensi terbesar di dunia (Estêvão, 2009). Semakin tingginya kebutuhan konsumen akan pariwisata menimbulkan kebutuhan untuk pengembangan pariwisata. Pengembangan pariwisata dibutuhkan untuk meningkatkan potensi daya tarik wisata sebagai upaya untuk meningkatkan minat wisatawan untuk datang. Pariwisata dapat menggunakan suatu benda, ruang, maupun fasilitas yang tidak menarik untuk kegiatan lain untuk dikembangkan menjadi suatu daya tarik wisata (Angelkova, Koteski, Jakovlev, & Mitrevska, 2012). Banyaknya potensi pariwisata di suatu daerah merupakan sebuah potensi yang besar untuk dikembangkan karena dapat memberikan berbagai dampak positif bagi daerah maupun masyarakat, khususnya dalam aspek ekonomi. Namun banyaknya daya tarik wisata juga merupakan tantangan, karena setiap daya tarik wisata memiliki karakteristik dan potensi yang berbeda. Dibutuhkan strategi yang tepat dalam pengembangannya agar semua daya tarik wisata yang ada dapat berkembang dengan baik sehingga dapat memberikan manfaat bagi daerah maupun masyarakat di sekitarnya.

Pendit (2006) mengemukakan bahwa terdapat 15 (lima belas) jenis wisata yaitu budaya, kesehatan, olahraga, komersial, industri, politik, konvensi, sosial, pertanian, maritim, cagar alam, buru, pilgrim, bulan madu, dan petualangan. Sedangkan menurut pendapat Mariotti dalam Yoeti (1985) jenis daya tarik wisata dapat diklasifikasikan menjadi 3 yaitu benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta, ciptaan manusia, dan tata cara hidup masyarakat. Berikut rumusan jenis wisata yang digunakan dalam penelitian:

**Tabel 1.** Rumusan Jenis Wisata (Hasil Analisis, 2016)

No	Jenis	Keterangan
1	Alam	Wisata alam merupakan wisata yang memiliki daya tarik berupa benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta. Termasuk kelompok ini adalah iklim, bentuk tanah dan pemandangan, hutan, flora dan fauna, dan pusat-pusat kesehatan (Yoeti, 1985).
2	Budaya	Wisata budaya merupakan suatu bentuk perjalanan ke tempat lain untuk mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan, dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka. Seringnya perjalanan serupa ini disatukan dengan kesempatan-kesempatan mengambil bagian dalam kegiatan-kegiatan budaya atau kegiatan yang bermotif kesejarahan, dan sebagainya (Pendit, 2006).
3	Pilgrim/ Religi	Wisata pilgrim/ religi merupakan jenis wisata yang seringkali dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat, dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Wisata pilgrim banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, dan sebagainya (Pendit, 2006).
4	Industri	Wisata industri merupakan suatu bentuk perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian dimana terdapat pabrik-pabrik (Pendit, 2006).
5	Olahraga	Wisata olahraga merupakan suatu bentuk perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olah raga di suatu tempat atau negara. Macam cabang olah raga yang termasuk dalam jenis wisata olah raga yang bukan tergolong dalam pesta olah raga atau <i>games</i> , misalnya berburu, memancing, berenang, dan berbagai cabang olah raga dalam air atau di atas pegunungan (Pendit, 2006).
6	Lainnya (hasil survei)	Sejarah : suatu bentuk perjalanan wisata dengan tujuan melihat tempat-tempat yang memiliki nilai sejarah Buatan : suatu bentuk perjalanan ke tempat yang merupakan hasil ciptaan manusia yang difungsikan sebagai tempat wisata karena memiliki suatu potensi tertentu Kuliner : suatu bentuk perjalanan wisata untuk menikmati kuliner atau makanan khas yang ada di suatu daerah

Keterbatasan waktu dan biaya menyebabkan wisatawan menetapkan prioritas untuk setiap daya tarik wisata yang berbeda di daerah tujuan wisata. Salah satu ukuran yang menentukan adalah ukuran dan skala daya tarik wisata, yang dapat diklasifikasikan menjadi 2 yaitu daya tarik wisata primer dan daya tarik wisata sekunder. Daya tarik wisata primer adalah daya tarik wisata yang paling menarik dan populer yang menjadi prioritas kunjungan wisatawan, terkadang daya tarik wisata primer menjadi motivator utama bagi wisatawan untuk memilih daerah tujuan wisata (Ho, Ap, & Tony, 2009). Daya tarik wisata primer adalah tempat dimana wisatawan menghabiskan sebagian besar waktu mereka dalam berwisata. Peran daya tarik wisata primer antara lain merupakan alasan utama dalam melakukan perjalanan; menunjukkan keaslian dan keunikan daerah tujuan wisata; dan pembentuk citra daerah tujuan wisata (Ivanovic, 2008).

Menurut Ivanovic (2008) Daya tarik wisata sekunder dapat disebut juga dengan daya tarik wisata pendukung. Daya tarik wisata sekunder tidak memiliki kekuatan untuk menarik wisatawan ke daerah tujuan wisata, tetapi dapat memberikan pilihan di daerah tujuan wisata. Daya tarik wisata sekunder dapat dilihat sebagai atraksi tambahan dan dapat meningkatkan pengalaman wisata dengan mendukung daya tarik wisata utama. Karakteristik daya tarik wisata sekunder antara lain daya tarik wisata sekunder tidak memiliki kekuatan untuk menarik wisatawan berkunjung ke daerah tujuan wisata; Daya tarik wisata sekunder memberikan tambahan pilihan wisata untuk meningkatkan pengeluaran dan lama tinggal wisatawan di

daerah tujuan wisata; dan daya tarik wisata sekunder merupakan daya tarik wisata yang paling banyak dikunjungi di daerah tujuan wisata. Daya tarik wisata sekunder merupakan tempat yang lebih kecil yang menjadi kunjungan wisatawan dalam perjalanannya menuju ke daya tarik wisata, sehingga biasanya wisatawan menghabiskan waktu yang lebih pendek di daya tarik wisata sekunder (Ho et al., 2009).

Karakteristik penentuan tingkat potensi daya tarik wisata menurut keempat ahli yaitu Lew (1987), Suwanto (2004), Pendit (2006), dan Yoeti (1985) dirumuskan sebagai indikator penentuan tingkat potensi daya tarik wisata yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut

**Tabel 2.** Rumusan Indikator Tingkat Potensi Daya Tarik Wisata (Hasil Analisis, 2016)

No	Indikator	Keterangan
1	Keunikan	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ciri khusus atau spesifikasi yang bersifat langka (Suwanto, 2004).</li> <li>▪ Aspek <i>Ideographic</i>: mendeskripsikan keunikan dari suatu lokasi, yang umumnya berasosiasi dengan wilayah yang kecil (Pitana &amp; Gayatri, 2005).</li> <li>▪ Memiliki atraksi atau obyek menarik (Pendit, 2006).</li> </ul>
2	Sarana	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Adanya sarana/prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir (Suwanto, 2004).</li> <li>▪ Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata ialah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restoran dan rumah makan, dan sarana pendukung lainnya (Suwanto, 2004).</li> <li>▪ Aspek <i>cognitive</i>: unsur informasi dan pelayanan, yang membuat seorang wisatawan benar-benar merasa sebagai wisatawan (Pitana &amp; Gayatri, 2005).</li> <li>▪ Mudah dicapai dengan alat-alat kendaraan dan menyediakan tempat untuk tinggal sementara (Pendit, 2006).</li> </ul>
3	Prasarana	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan, dan sebagainya (Suwanto, 2004).</li> <li>▪ Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya (Suwanto, 2004).</li> <li>▪ Adanya sarana/prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir (Suwanto, 2004).</li> </ul>
4	<i>Something to see</i>	Di tempat itu harus mempunyai daya tarik khusus, di samping itu ia harus mempunyai pula atraksi wisata yang dapat dijadikan sebagai " <i>entertainments</i> " bila orang datang ke sana (Yoeti, 1985).
5	<i>Something to do</i>	Di tempat tersebut selain banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus pula disediakan fasilitas rekreasi atau <i>amusements</i> yang dapat membuat mereka betah tinggal lebih lama di tempat itu (Yoeti, 1985).
6	<i>Something to buy</i>	Di tempat tersebut harus tersedia fasilitas untuk berbelanja, terutama barang-barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal masing-masing (Yoeti, 1985).

Perwilayahan adalah suatu bentuk pengklasifikasian area (Smith, 1989). Perwilayahan mendefinisikan satu atau lebih area di permukaan bumi dengan tujuan untuk mengidentifikasikannya sebagai kesatuan yang terpisah. Proses pendefinisian melibatkan "integrasi" dan "diferensiasi". Integrasi di sini mengacu pada identifikasi dari sebuah integritas internal (kehomogenan) dalam wilayah berdasarkan karakteristik tertentu, sedangkan diferensiasi mengacu pada proses membedakan antar wilayah berdasarkan karakteristik tertentu. Apabila karakteristik yang terpilih untuk mendefinisikan suatu wilayah berhubungan dengan aspek pengembangan pariwisata, maka daerah tersebut dikatakan sebagai wilayah pariwisata. Gunn (1976) berpendapat bahwa wilayah yang dapat dipertimbangkan sebagai wilayah pariwisata yang sebenarnya, antara lain terletak pada jarak yang cukup jauh dari wisatawan yang potensial; dilihat sebagai daerah tujuan yang potensial; memiliki aksesibilitas yang layak terhadap pasar potensial; memiliki standar minimal infrastruktur ekonomi dan sosial yang dapat mendukung pengembangan pariwisata; dan cukup besar untuk menampung lebih dari satu komunitas.

Wilayah pariwisata tidak ada dengan sendirinya, akan tetapi dibuat untuk tujuan yang lebih besar. Wilayah dibedakan menjadi 3 jenis, antara lain (Smith, 1989): (a) *A priori*, area di atas permukaan bumi yang merupakan area dimana seseorang dengan sewenang-wenang membatasi dan memberi nama. Banyak wilayah pariwisata diklasifikasikan berdasarkan wilayah pemerintahan atau berdasarkan industri pariwisata, hal tersebut merupakan hasil dari perwilayahan *a priori*; (b) *Homogeneous* (Homogen), area yang didefinisikan melalui sebuah kesamaan internal. Area ini terbentuk atas dasar kesamaan karakteristik yang ada di dalamnya. Perwilayahan homogen dilihat dari adanya pemilihan karakteristik tertentu yang relevan dan tingkat kesamaan dari suatu spesifikasi tertentu yang menyebabkan lokal dimasukkan ke dalam suatu wilayah tertentu. Perwilayahan pariwisata tidak didasarkan pada batas administrasi, namun disusun berdasarkan ketersediaan potensi dan daya tarik wisata yang memungkinkan pengembangan berbagai bentuk pariwisata (Šušić dan Dejan: 2011); dan (c) *Functional* (Fungsional), area yang memiliki tingkat interaksi internal yang tinggi.

Permasalahan utama dalam analisis pariwisata adalah bagaimana menyederhanakan distribusi spasial dari fasilitas, sumber daya, maupun wisatawan. Salah satu metode yang sederhana dalam menyelesaikan hasil tersebut adalah melalui model titik pusat. Model titik pusat ditunjukkan dengan suatu koordinat yang paling mendekati atau representasi yang paling sesuai dari distribusi titik-titik yang merepresentasikan fenomena pariwisata. Model titik pusat merupakan suatu gambaran dari fasilitas yang sesungguhnya atau suatu hal ke dalam poin yang berdimensi. Titik pusat dapat ditentukan dari satu set data tertentu atau dapat ditentukan dari beberapa set data yang berbeda dan kemudian dibandingkan. Model titik pusat digunakan untuk memetakan suatu fasilitas tertentu, kemudian dari informasi tersebut dapat diketahui efek dari tiap-tiap lokasi fasilitas tersebut.

Untuk menyederhanakan wilayah pariwisata ke dalam wilayah yang lebih kecil dapat digunakan metode *median centre* (sub titik pusat). *Median centre* didefinisikan sebagai persimpangan dari dua garis tegak lurus yang membagi pola titik menjadi dua bagian (Cole dan King, 1968 dalam Smith, 1989). Beberapa ahli geografi menentukan *median centre* sebagai titik perjalanan minimum agregat. Sehingga dengan adanya *median centre* diharapkan dapat mengurangi jangkauan dari titik pusat ke daya tarik wisata yang ada. *Median centre* digunakan untuk mengoptimalkan perwilayahan pariwisata yaitu dengan menentukan sub titik pusat pariwisata yang lebih dekat dengan daya tarik wisata yang ada. Dalam penelitian ini, penentuan *median centre* mempertimbangkan ketersediaan sarana akomodasi pariwisata berupa hotel/penginapan eksisting di Kabupaten Semarang. Lokasi yang dipilih sebagai sub titik pusat adalah lokasi yang terdapat hotel/penginapan. Penentuan sub titik pusat juga mempertimbangkan sebaran daya tarik wisata yang ada, sehingga diharapkan setiap sub titik pusat dapat menjangkau daya tarik wisata di sekitarnya dan tersebar pada setiap bagian wilayah Kabupaten Semarang.

Kabupaten Semarang memiliki wilayah yang luas yaitu 950.021 Ha dengan topografi yang beranekaragam dan kondisi serta karakteristik wilayah yang beragam pula, mulai dari kawasan perkotaan hingga daerah pegunungan. Luas wilayah Kabupaten Semarang yang besar dan kondisi wilayah yang beragam menyebabkan adanya potensi yang besar dalam bidang pariwisata. Kabupaten Semarang memiliki potensi pariwisata yang banyak dan beragam. Besarnya potensi pariwisata tersebut ditunjukkan dengan banyaknya jumlah daya tarik wisata yang beragam jenisnya. Permasalahan yang timbul dari besarnya potensi pariwisata yang banyak dan beragam adalah adanya perbedaan perkembangan setiap daya tarik wisata. Perbedaan perkembangan tersebut disebabkan oleh berbagai hal diantaranya perbedaan tingkat potensi daya tarik wisata, perbedaan pengelolaan daya tarik wisata, dan perbedaan kondisi dan ketersediaan sarana serta prasarana pendukung pariwisata pada setiap daya tarik wisata.

Salah satu cara yang sesuai dalam pembangunan wisata dan pengembangan wisata baru di suatu daerah terletak pada interkoneksi dari beberapa daya tarik wisata di daerah tujuan wisata dalam tingkat hirarki yang berbeda (Šušić & Dejan, 2011). Hal ini mengindikasikan bahwa perlu adanya suatu upaya interkoneksi dari beberapa daya tarik wisata dalam tingkat hirarki yang berbeda sebagai salah satu strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Semarang. Wilayah Kabupaten Semarang yang luas yaitu sebesar 95.020 Ha membutuhkan adanya suatu pengklasifikasian area dalam menyusun interkoneksi daya tarik wisata yang dimilikinya sehingga dapat mengoptimalkan koneksi setiap daya tarik wisata yang ada. Salah satu strategi pengklasifikasian area adalah melalui perwilayahan. Perwilayahan berfungsi untuk mendefinisikan satu atau lebih area di permukaan bumi dengan tujuan untuk mengidentifikasinya sebagai kesatuan yang terpisah (Smith, 1989). Perwilayahan yang didasarkan pada karakteristik tertentu

dalam aspek kepariwisataan disebut sebagai perwilayahan pariwisata, dengan demikian daerah yang terbentuk dikatakan sebagai wilayah pariwisata (Smith, 1989).

Daya tarik wisata di Kabupaten Semarang memiliki lokasi yang menyebar sehingga dalam pengembangannya diperlukan strategi untuk menyederhanakan distribusi spasial dari banyaknya daya tarik wisata dengan lokasi yang menyebar tersebut. Salah satu model dalam menyelesaikan permasalahan tersebut adalah *Mean Centre* (Titik Pusat). Model titik pusat merupakan suatu alat yang digunakan untuk membuat distribusi fasilitas, sumber daya, maupun wisatawan yang didasarkan pada titik-titik koordinat lokasi fasilitas, sumber daya, maupun wisatawan (Smith, 1989). Dengan demikian, strategi yang sesuai untuk pengembangan wilayah yang memiliki jumlah daya tarik wisata yang banyak dan beragam dengan lokasi menyebar adalah melalui perwilayahan pariwisata dengan model titik pusat. Pengklasifikasian wilayah didasarkan pada titik pusat pariwisata dengan mempertimbangkan interkoneksi dari beberapa daya tarik wisata di daerah tujuan wisata dalam tingkat hirarki yang berbeda pada setiap wilayah pariwisata. Perwilayahan pariwisata di Kabupaten Semarang dengan model titik pusat diharapkan dapat mensinergikan daya tarik wisata yang memiliki potensi rendah dengan daya tarik wisata yang memiliki potensi tinggi serta telah berkembang menjadi satu wilayah pariwisata. Sehingga perwilayahan pariwisata di Kabupaten Semarang dengan model titik pusat dapat mendorong seluruh daya tarik wisata yang ada untuk bersinergi dan berkembang bersama sehingga pariwisata di Kabupaten Semarang dapat berkembang secara optimal.

Pertanyaan penelitian ini adalah “seperti apa potensi pariwisata dan bagaimana pengembangan pariwisata berdasarkan pendekatan perwilayahan pariwisata dengan model titik pusat yang sesuai agar perkembangan pariwisata di Kabupaten Semarang dapat optimal?”. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan potensi pariwisata di Kabupaten Semarang dan menyusun perwilayahan pariwisata dengan model titik pusat sebagai salah satu strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Semarang. Penyusunan perwilayahan pariwisata di Kabupaten Semarang perlu memperhatikan jenis dan potensi serta hirarki daya tarik wisata yang ada. Perwilayahan pariwisata dapat mensinergikan daya tarik wisata belum berkembang dengan daya tarik wisata yang telah berkembang dalam satu wilayah pariwisata. Perwilayahan pariwisata dapat mendorong seluruh daya tarik wisata dapat berkembang bersama dan saling mendukung satu dengan yang lainnya sehingga pariwisata di Kabupaten Semarang dapat berkembang secara optimal.

Ruang lingkup wilayah penelitian perwilayahan pariwisata di Kabupaten Semarang dengan Model titik pusat yaitu Kabupaten Semarang. Berikut peta administrasi Kabupaten Semarang

**Gambar 1.** Peta Administrasi Kabupaten Semarang (Bappeda Kabupaten Semarang, 2011)



Manfaat dilakukannya penelitian perwilayahan pariwisata di Kabupaten Semarang dengan *Model* titik pusat antara lain: (1) Penelitian perwilayahan pariwisata dilakukan agar dapat mengembangkan perwilayahan pariwisata berdasarkan ragam daya tarik wisata sehingga dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi kunjungan daya tarik wisata bagi wisatawan. Perwilayahan juga dapat meningkatkan kuantitas dan kualitas pengalaman kunjungan wisatawan ke daya tarik wisata sehingga dapat meningkatkan lama tinggal wisatawan melalui pengoptimalan kunjungan ke daya tarik wisata, (2) Penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai daya tarik wisata mana di Kabupaten Semarang baik yang memiliki potensi rendah maupun tinggi sehingga dapat disinergikan agar dapat berkembang bersama, (3) Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi bidang ilmu perencanaan wilayah dan kota khususnya mengenai pengembangan pariwisata melalui perwilayahan pariwisata, dan (4) Penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pemerintah daerah dalam penyusunan strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Semarang melalui perwilayahan pariwisata.

## 2. DATA DAN METODE

### 2.1 Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah melalui Metode Delphi. Metode Delphi merupakan metode yang digunakan untuk meminta pendapat dari pakar/ahli mengenai suatu hal. Pada prinsipnya, metode Delphi merupakan suatu proses untuk mencapai konsensus yang paling reliabel dari suatu kelompok ahli. Metode Delphi merupakan metode yang menyalurkan proses komunikasi suatu grup sehingga dicapai proses yang efektif dalam mendapatkan solusi masalah yang kompleks (Marimin, 2004). Dalam hal ini, peneliti bertindak sebagai fasilitator yang mengkoordinir kelompok ahli yang menjadi responden. Dalam penelitian ini dipilih strategi Delphi karena dalam prosesnya membutuhkan para ahli dan masyarakat yang mengerti benar mengenai kondisi kepariwisataan Kabupaten Semarang secara luas.

### 2.2 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling bertujuan (*purposive sampling*). *Purposive sampling* adalah termasuk ke dalam *non-probability sampling* yang paling efektif yang dapat digunakan untuk tujuan mengetahui suatu hal tertentu dari ahli yang memiliki pengetahuan yang mendalam. *Purposive sampling* dapat digunakan dalam penelitian kualitatif maupun kuantitatif (Tongco, 2007). Dalam penelitian ini dilakukan kuesioner terhadap *stakeholder* yang memahami pariwisata di Kabupaten Semarang, sehingga karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: (1) Ahli pariwisata yang memahami mengenai kondisi kepariwisataan Kabupaten Semarang; dan (2) Masyarakat yang memahami mengenai kepariwisataan Kabupaten Semarang.

Berdasarkan karakteristik tersebut jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu 7 sampel yang terdiri dari 4 ahli pariwisata yang memahami mengenai kondisi kepariwisataan Kabupaten Semarang dan 3 masyarakat yang memahami kondisi mengenai kepariwisataan Kabupaten Semarang.

### 2.3 Teknik Analisis Data

#### a. Metode Skoring

Metode skoring merupakan metode pemberian skor atau penilaian terhadap indikator penentuan tingkat potensi daya tarik wisata untuk mengetahui tingkat potensi daya tarik wisata. Penilaian dilakukan dengan memberikan skor dari 1 hingga 5 untuk menunjukkan kondisi daya tarik wisata berdasarkan indikator tingkat potensi daya tarik wisata. Skor 1 untuk kondisi yang sangat buruk sedangkan 5 untuk sangat baik. Pengelompokan daya tarik wisata di Kabupaten Semarang dilakukan setelah diketahui tingkat potensi daya tarik wisata. Hasil tersebut digunakan untuk melakukan analisis pengelompokan daya tarik wisata kedalam beberapa hirarki sesuai total skor dari hasil kuesioner penentuan tingkat potensi daya tarik wisata di Kabupaten Semarang. Perhitungan skor tingkat potensi daya tarik wisata dilakukan dengan menjumlahkan skor yang diberikan seluruh sampel responden pada setiap indikator penentuan tingkat potensi daya tarik wisata di Kabupaten Semarang. Pengklasifikasian daya tarik wisata ke dalam 5 hirarki ditentukan berdasarkan hasil skoring tingkat potensi daya tarik wisata sebagai berikut:

- Hirarki I : Total Skor  $\geq 167$
- Hirarki II : Total Skor 127 - 168
- Hirarki III : Total Skor 85 - 126

- Hirarki IV : Total Skor 43 - 84
- Hirarki V : Total Skor  $\leq$  42

b. Metode Penyepakatan Hirarki dan Penentuan Perwilayahan Pariwisata

Metode penyepakatan hirarki merupakan kuesioner tahap kedua setelah mengetahui total skor setiap daya tarik wisata yang telah diklasifikasikan ke dalam 5 (lima) hirarki. Pada tahap ini, responden dapat mengubah hirarki daya tarik wisata yang telah diklasifikasikan tingkat potensi daya tarik wisata dari total skor seluruh responden. Pada tahap ini, responden dapat mengubah hirarki daya tarik wisata berdasarkan indikator yang telah ditentukan.

c. Metode Titik Pusat

Metode titik pusat menggunakan teknik matematik dengan memperhitungkan koordinat dari titik-titik sebaran daya tarik wisata yang ada sebagai dasar untuk menentukan titik pusat dari daya tarik wisata dalam suatu wilayah. Langkah-langkah yang dilakukan dalam metode titik pusat adalah sebagai berikut (Smith, 1989): (1) Mempersiapkan peta daerah wisata beserta titik-titik lokasi sebaran daya tarik wisata; (2) Membuat grid-grid sistem koordinat; (3) Menentukan koordinat-koordinat (x,y) untuk tiap daya tarik wisata; dan melakukan perhitungan untuk menentukan koordinat x dan y dari titik pusat wisata dengan menjumlahkan koordinat seluruh daya tarik wisata yang ada. Rumus yang dipergunakan dalam menentukan titik pusat pariwisata adalah sebagai berikut (Smith, 1989):

$$\text{Untuk koordinat X : } X = \frac{\sum X_i}{n} \quad \text{Untuk koordinat Y : } Y = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan:

- X : koordinat X dari titik pusat
- Y : koordinat Y dari titik pusat
- $X_i$  : koordinat horizontal dari point atau daya tarik wisata yang ke i
- $Y_i$  : koordinat vertikal dari point atau daya tarik wisata yang ke i
- n : jumlah titik daya tarik wisata

d. Metode *Cartographic Regionalization* (Pemetaan Perwilayahan)

Pemetaan perwilayahan merupakan sebuah metode untuk menentukan daerah melalui rancangan dan kemudian melakukan superimpose rangkaian peta yang menunjukkan distribusi spasial dari area dengan karakteristik tertentu (Smith, 1989). Hal ini digunakan untuk membagi wilayah yang besar ke dalam wilayah yang lebih kecil atau untuk membatasi suatu wilayah yang terletak pada kawasan yang lebih luas. Berikut langkah-langkah penerapan metode *cartographic regionalization* dalam penelitian yang diadaptasi dari Smith (1989): (1) Menentukan wilayah studi. Dalam penelitian ini wilayah yang digunakan adalah Kabupaten Semarang; (2) Mengidentifikasi dan menentukan karakteristik wilayah. Karakteristik yang digunakan dalam menentukan wilayah pariwisata di Kabupaten Semarang yaitu jenis daya tarik wisata, hirarki daya tarik wisata, ketersediaan jaringan jalan, dan lokasi titik pusat pariwisata; (3) Menentukan ukuran setiap karakteristik. Penentuan hirarki setiap daya tarik wisata dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada ahli pariwisata dan masyarakat yang memahami pariwisata Kabupaten Semarang untuk menilai potensi setiap daya tarik wisata dan kemudian dilakukan skoring yang dibagi ke dalam 5 (lima) hirarki daya tarik wisata; (4) Mengumpulkan data bagi setiap karakteristik dan melakukan pemetaan secara terpisah bagi setiap karakteristik. Melakukan pemetaan titik pusat pariwisata, jenis daya tarik wisata, dan hirarki daya tarik wisata. Titik pusat pariwisata didapatkan dari hasil perhitungan dengan rumus titik pusat, sedangkan jenis dan hirarki didapatkan dari hasil kuesioner; (5) Menggabungkan peta-peta yang telah dibuat dengan melakukan superimpose; dan (6) Menentukan daerah berdasarkan kombinasi pola pada peta. Melakukan analisis perwilayahan berdasarkan superimpose rangkaian peta dengan mendigitasi area yang dibantu dengan GIS.

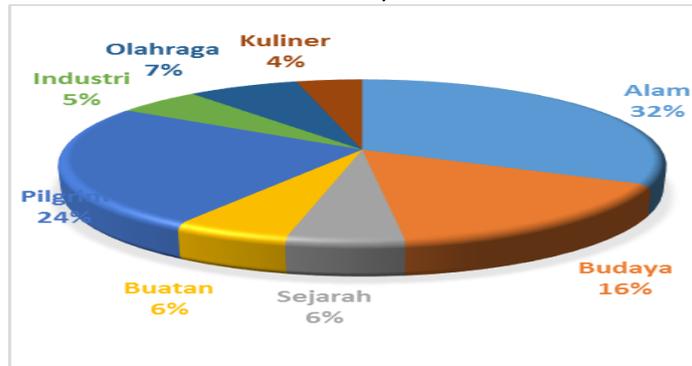
### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Jenis Daya Tarik Wisata

Jenis daya tarik wisata di Kabupaten Semarang yang paling banyak di Kabupaten Semarang adalah daya tarik wisata alam 79 daya tarik wisata atau 32% dari total daya tarik wisata di Kabupaten Semarang. Sedangkan yang paling sedikit adalah daya tarik wisata kuliner dengan 10 daya tarik wisata atau 4% dari

total daya tarik wisata di Kabupaten Semarang. Persentase daya tarik wisata di Kabupaten Semarang berdasarkan jenisnya dapat dilihat pada gambar 2.

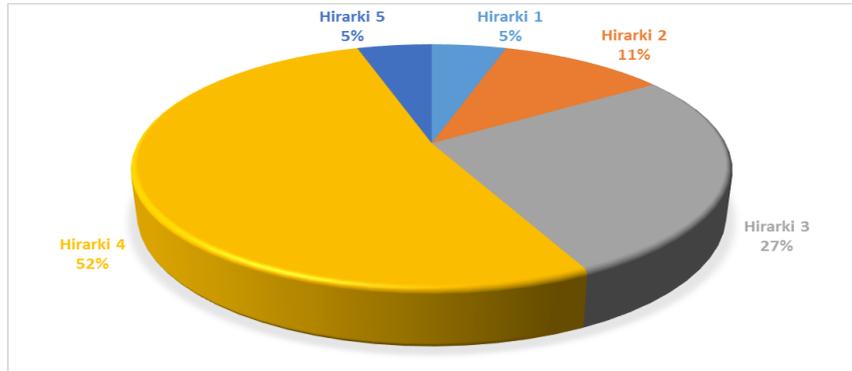
**Gambar 2.** Persentase Daya Tarik Wisata di Kabupaten Semarang Berdasarkan Jenisnya (Hasil Analisis, 2016)



### 3.2 Hirarki Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata di Kabupaten Semarang yang paling banyak termasuk ke dalam hirarki 4 yaitu sebanyak 130 daya tarik wisata atau 52% dari total daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Semarang. Sedangkan yang paling sedikit adalah daya tarik wisata hirarki 1 yaitu 12 daya tarik wisata atau sebesar 5% dari total daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Semarang. Sedangkan sebagian besar daya tarik wisata di Kabupaten Semarang Hal ini menunjukkan bahwa kondisi mayoritas daya tarik wisata di Kabupaten Semarang tergolong buruk dan memiliki tingkat potensi yang rendah. Persentase Daya Tarik Wisata di Kabupaten Semarang Berdasarkan Hirarkinya dapat dilihat pada gambar 3.

**Gambar 3.** Persentase Daya Tarik Wisata di Kabupaten Semarang Berdasarkan Hirarkinya (Hasil Analisis, 2016)



### 3.3 Perwilayahan Pariwisata

Perwilayahan pariwisata di Kabupaten Semarang didasarkan pada hirarki daya tarik wisata, lokasi (ketersediaan prasarana jalan), serta diperhitungkan berdasarkan titik pusat. Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa titik pusat kawasan pariwisata di Kabupaten Semarang berada pada titik X 25,57 dan titik Y 32,04. Titik tersebut pada peta berada di Kecamatan Ambarawa. Peta perwilayahan pariwisata berdasarkan titik pusat di Kabupaten Semarang dapat dilihat pada gambar 4 dan Peta perwilayahan pariwisata berdasarkan sub titik pusat di Kabupaten Semarang dapat dilihat pada gambar 5.

Perwilayahan pariwisata di Kabupaten Semarang juga memperhatikan kondisi eksisting lokasi sarana akomodasi berupa ketersediaan penginapan/ hotel yang ada di Kabupaten Semarang yang dalam hal ini disebut sebagai *sub mean centre* (sub titik pusat). Berdasarkan hasil kuesioner, sub titik pusat Kabupaten Semarang berada pada 6 titik wilayah yang di dalamnya terdapat akomodasi berupa penginapan/ hotel. Penentuan sub titik pusat selain berdasarkan ketersediaan sarana akomodasi juga sebaran lokasi tersebut yang dapat menjangkau titik daya tarik wisata yang tersebar di seluruh kawasan di

Kabupaten Semarang. Lokasi Sub titik pusat kawasan pariwisata Kabupaten Semarang adalah sebagai berikut:

- a. Ungaran : Desa Genuk, Kecamatan Ungaran Barat
- b. Bandungan : Desa Bandungan, Kecamatan Bandungan
- c. Ambarawa : Desa Tambak Boyo, Kecamatan Ambarawa
- d. Tuntang : Desa Delik, Kecamatan Tuntang
- e. Getasan : Desa Kopeng, Kecamatan Getasan
- f. Tengaran : Desa Sruwen, Kecamatan Tengaran

**Tabel 3.** Jumlah Hotel Dan Kamar Hotel Di Kabupaten Semarang Dirindi Per Kecamatan Tahun 2014 (BPS Kabupaten Semarang, 2015)

Kecamatan	Hotel	Kamar Hotel
Getasan	95	819
Tengaran	1	30
Tuntang	1	44
Ambarawa	9	191
Bandungan	106	2933
Ungaran Barat	9	226

### 3.4 Diskusi Temuan

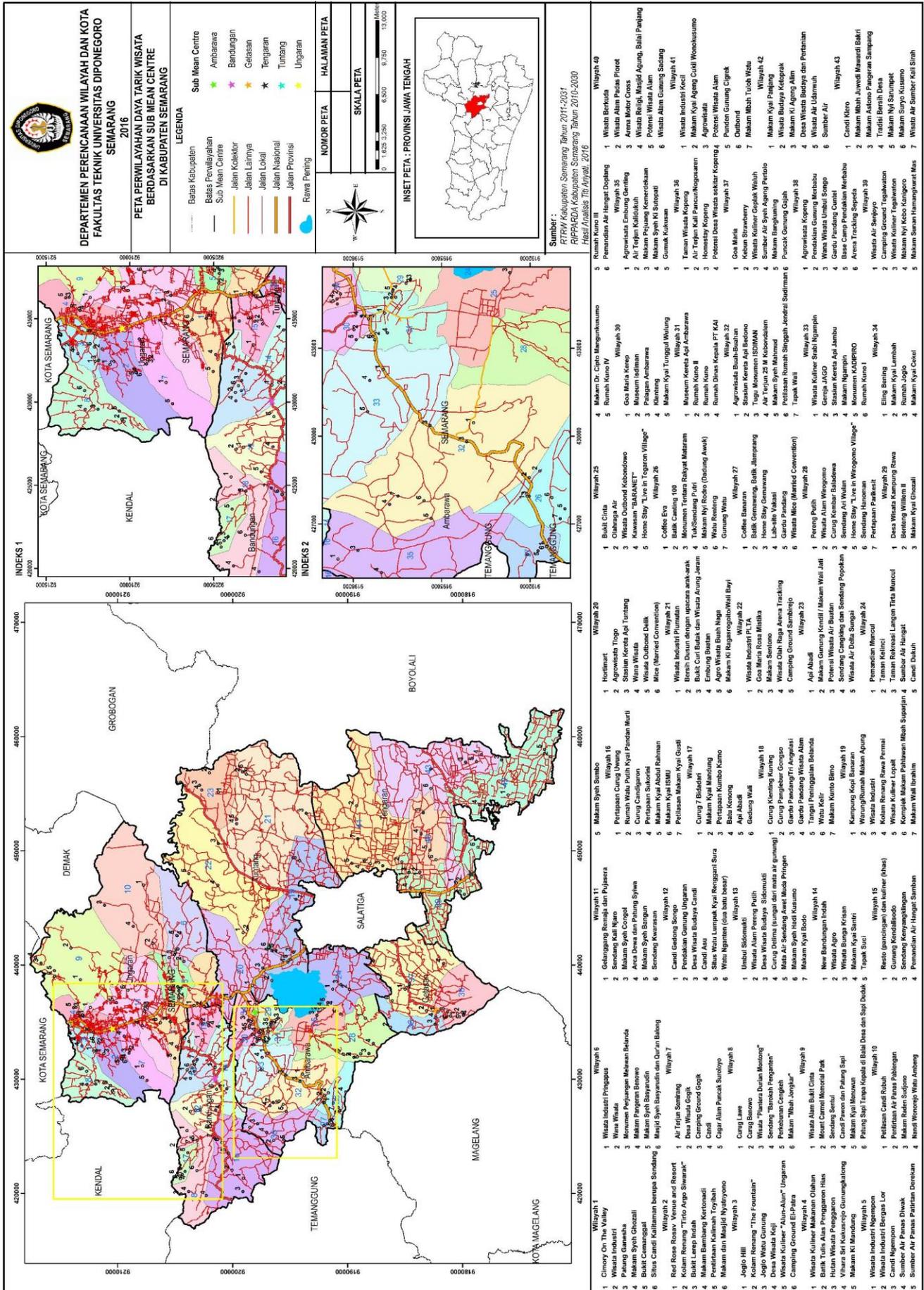
Dalam penelitian mengenai Perwilayahan Pariwisata di Kabupaten Semarang dengan Model Titik Pusat, penulis menemukan berbagai temuan yaitu antara lain diketahui bahwa jumlah daya tarik wisata di Kabupaten Semarang pada tahun 2016 sebesar 248 daya tarik wisata. Diketahui bahwa sebaran lokasi daya tarik wisata di Kabupaten Semarang tidak merata dan cenderung mengelompok di bagian barat Kabupaten Semarang yaitu di Ungaran Barat, Bandungan, Sumowono, Ambarawa, Jambu, Banyubiru, dan Getasan. Daya tarik wisata di Kabupaten Semarang dapat diklasifikasikan menjadi 8 (delapan) jenis, yaitu alam, budaya, sejarah, buatan, pilgrim, industri, olahraga, dan kuliner. Dengan jumlah daya tarik wisata alam sebesar 79 daya tarik wisata, budaya 40 daya tarik wisata, sejarah 14 daya tarik wisata, buatan 14 daya tarik wisata, pilgrim 61 daya tarik wisata, industri 13 daya tarik wisata, olahraga 17 daya tarik wisata, dan kuliner 10 daya tarik wisata. Jenis daya tarik wisata di Kabupaten Semarang paling banyak adalah daya tarik wisata alam sebesar 79 daya tarik wisata atau sebesar 32% dari total daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Semarang dan yang paling sedikit adalah daya tarik wisata kuliner sebesar 10 daya tarik wisata atau sebesar 4% dari total daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Semarang.

Berdasarkan hasil kuesioner dapat diketahui bahwa daya tarik wisata di Kabupaten Semarang yang memiliki potensi tertinggi adalah Candi Gedong Songo yang berada di Desa Candi, Kecamatan Bandungan. Candi gedong songo mendapatkan skor tertinggi yaitu sebesar 184 poin. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa sebagian besar daya tarik wisata di Kabupaten Semarang termasuk ke dalam hirarki 4 yaitu sebesar 130 daya tarik wisata atau 52% dari total daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi mayoritas daya tarik wisata di Kabupaten Semarang tergolong buruk dan memiliki tingkat potensi yang rendah.

Berdasarkan hasil perhitungan koordinat sebaran daya tarik wisata di Kabupaten Semarang dapat diketahui bahwa titik pusat pariwisata di Kabupaten Semarang berada di wilayah Kecamatan Ambarawa. Titik tersebut didapatkan dari hasil perhitungan koordinat sebaran daya tarik wisata di Kabupaten Semarang dengan menggunakan rumus Titik Pusat. Sedangkan, sub titik pusat pariwisata di Kabupaten Semarang berada pada 6 (enam) titik yang berada di Desa Genuk, Kecamatan Ungaran Barat; Desa Bandungan, Kecamatan Bandungan; Desa Tambak Boyo, Kecamatan Ambarawa; Desa Delik, Kecamatan Tuntang; Desa Kopeng, Kecamatan Getasan; dan Desa Sruwen, Kecamatan Tengaran. Keenam titik tersebut ditentukan sebagai titik sub titik pusat karena pada lokasi tersebut terdapat sarana akomodasi penunjang pariwisata berupa penginapan/ hotel. Selain itu, titik-titik tersebut juga menyebar di berbagai wilayah di Kabupaten Semarang sehingga dapat dijangkau oleh daya tarik wisata di sekitarnya.



Gambar 5. Peta Perwilayahan Pariwisata berdasarkan Sub Titik Pusat di Kabupaten Semarang (Hasil Analisis, 2016)



#### 4. KESIMPULAN

Kabupaten Semarang memiliki daya tarik wisata yang banyak dan beragam serta berada pada lokasi yang menyebar. Daya tarik wisata di Kabupaten Semarang berjumlah 248 daya tarik wisata dan dapat diklasifikasikan menjadi 8 (delapan) jenis yaitu alam, budaya, sejarah, buatan, pilgrim, industri, olahraga, dan kuliner. Berdasarkan hasil kuesioner dapat diketahui bahwa daya tarik wisata di Kabupaten Semarang paling banyak berjenis alam yaitu sebesar 79 daya tarik wisata atau 32% dari total daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Semarang, sedangkan yang terendah adalah daya tarik wisata berjenis kuliner yaitu hanya 10 daya tarik wisata atau 4% dari total daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi dan kondisi wilayah berpengaruh terhadap potensi pariwisata di wilayah tersebut. Keberadaan 3 (tiga) gunung yang termasuk ke dalam wilayah administrasi Kabupaten Semarang yaitu Gunung Ungaran, Gunung Merbabu, dan Gunung Telomoyo mempengaruhi banyaknya potensi wisata alam di Kabupaten Semarang.

Berdasarkan hasil kuesioner mengenai tingkat potensi daya tarik wisata di Kabupaten Semarang, dapat diketahui bahwa daya tarik wisata unggulan yang memiliki tingkat potensi paling besar adalah Candi Gedong Songo dengan total skor sebesar 184. Sedangkan yang paling rendah adalah Pertapaan Parikesit dengan total skor sebesar 40. Berdasarkan hasil skoring tingkat potensi daya tarik wisata di Kabupaten Semarang, daya tarik wisata yang ada diklasifikasikan ke dalam 5 (lima) hirarki. Daya tarik wisata yang termasuk ke dalam hirarki 1 dan hirarki 2 merupakan daya tarik wisata unggulan atau daya tarik wisata primer. Daya tarik wisata unggulan merupakan daya tarik wisata yang unik, memiliki *something to see* atau sesuatu yang dapat dilihat di daya tarik wisata yang beragam, memiliki *something to do* atau sesuatu yang dapat dilakukan di daya tarik wisata yang beragam, memiliki *something to buy* atau sesuatu yang dapat dibeli di daya tarik wisata yang khas, serta dilengkapi dengan sarana dan prasarana pendukung yang memiliki kondisi baik dan lengkap sehingga siap untuk dijual dan dapat menarik wisatawan.

Sedangkan daya tarik wisata yang termasuk ke dalam hirarki 3, hirarki 4, dan hirarki 5 merupakan daya tarik wisata sekunder. Daya tarik wisata tersebut tidak unik, tidak memiliki sesuatu yang dapat dilihat dan dilakukan di daya tarik wisata yang beragam, tidak memiliki sesuatu yang dapat dibeli yang khas, serta sarana dan prasarana pendukungnya masih terbatas dan kondisinya buruk. Berdasarkan hasil kuesioner dapat diketahui bahwa mayoritas daya tarik wisata di Kabupaten Semarang yaitu sebesar 130 daya tarik wisata atau sebesar 52% dari total daya tarik wisata di Kabupaten Semarang termasuk ke dalam hirarki 4, yang menunjukkan bahwa kondisi mayoritas daya tarik wisata di Kabupaten Semarang tergolong buruk dan memiliki tingkat potensi yang rendah.

Berdasarkan hasil perhitungan titik pusat kawasan pariwisata di Kabupaten Semarang dapat diketahui bahwa titik pusat kawasan pariwisata Kabupaten Semarang berada di Kecamatan Ambarawa. Dari titik pusat tersebut, wisatawan dapat menjangkau seluruh daya tarik wisata yang tersebar di seluruh wilayah Kabupaten Semarang dengan jarak yang efektif. Sehingga pada lokasi tersebut cocok dikembangkan sarana akomodasi pendukung pariwisata karena merupakan lokasi yang paling efektif untuk digunakan sebagai *home base* dimana wisatawan dapat memulai perjalanan wisata. Dengan adanya titik pusat diharapkan dapat menyederhanakan distribusi spasial dari daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Semarang sehingga dapat pemeratakan perkembangan seluruh daya tarik wisata di Kabupaten Semarang.

Sub titik pusat merupakan titik pusat dengan jangkauan wilayah yang lebih kecil. Dalam penelitian ini, sub titik pusat ditentukan berdasarkan ketersediaan sarana akomodasi berupa penginapan/ hotel eksisting. Sub titik pusat bertujuan untuk memberikan pilihan bagi wisatawan untuk memilih bagian wilayah tertentu dalam berwisata. Perwilayahan ini cocok diterapkan pada perjalanan wisata dengan waktu yang singkat karena jangkauan wilayahnya yang lebih kecil dibanding dengan perwilayahan pariwisata berdasarkan titik pusat. Berdasarkan hasil analisis dengan mempertimbangkan lokasi dan ketersediaan penginapan/ hotel dapat ditentukan bahwa Kabupaten Semarang memerlukan 6 (enam) titik sub titik pusat yang tersebar di berbagai bagian wilayah Kabupaten Semarang antara lain di Desa Genuk, Kecamatan Ungaran Barat; Desa Bandungan, Kecamatan Bandungan; Desa Tambak Boyo, Kecamatan Ambarawa; Desa Delik, Kecamatan Tuntang; Desa Kopeng, Kecamatan Getasan; dan Desa Sruwen, Kecamatan Tengaran.

Perwilayahan pariwisata di Kabupaten Semarang disusun berdasarkan pada 4 (empat) hal, antara lain sebagai berikut:

1. Perwilayahan pariwisata berdasarkan hirarki daya tarik wisata

Tujuan utama perwilayahan pariwisata di Kabupaten Semarang adalah untuk mensinergikan seluruh daya tarik wisata yang ada agar berkembang bersama sebagai upaya untuk mengembangkan pariwisata

di Kabupaten Semarang. Upaya yang dilakukan untuk mewujudkannya adalah dengan mengkombinasikan daya tarik wisata yang memiliki potensi rendah dengan daya tarik wisata yang memiliki potensi tinggi untuk dapat bersinergi dan berkembang bersama dalam suatu wilayah pariwisata.

2. Perwilayahan pariwisata berdasarkan *titik pusat* dan/atau sub titik pusat  
Banyaknya jumlah daya tarik wisata di Kabupaten Semarang dengan lokasi yang menyebar membutuhkan adanya suatu strategi untuk dapat menyederhanakan distribusi spasial dari daya tarik wisata yang ada. Dengan demikian perlu ditentukan titik pusat dalam menyusun perwilayahan pariwisata di Kabupaten Semarang yang berfungsi sebagai *home base* dalam melakukan perjalanan wisata. Dari titik ini, wisatawan dapat menjangkau seluruh daya tarik wisata yang ada pada berbagai wilayah pariwisata dengan efektif dan efisien.
3. Perwilayahan pariwisata berdasarkan pada aksesibilitas berupa ketersediaan prasarana jalan  
Jalan merupakan prasarana utama yang dibutuhkan untuk menjangkau setiap lokasi atau menghubungkan satu lokasi dengan lokasi lainnya. Perwilayahan pariwisata merupakan kombinasi antara beberapa daya tarik wisata yang berada pada beberapa lokasi, sehingga untuk menghubungkannya perlu adanya jalan. Tanpa adanya jalan, strategi perwilayahan pariwisata tidak dapat diimplementasikan secara optimal.
4. Perwilayahan pariwisata didasarkan pada homogenitas daya tarik wisata  
Pengklasifikasian suatu ruang ke dalam suatu wilayah membutuhkan suatu dasar, salah satunya melalui karakteristik tertentu dari ruang untuk membentuk suatu wilayah. Pembentukan suatu wilayah dapat dibuat dengan mengklasifikasikan ruang-ruang yang memiliki kesamaan karakteristik internal tertentu. Dalam hal ini, perwilayahan pariwisata yang dibuat merupakan kombinasi antara beberapa daya tarik wisata yang dihubungkan dengan jalan satu sama lainnya. Sehingga perwilayahan pariwisata ini juga mempertimbangkan kesamaan karakteristik dari daya tarik wisata yang ada yaitu kesamaan jenis daya tarik wisata.

## 5. REFERENSI

- Angelkova, T., Koteski, C., Jakovlev, Z., & Mitrevska, E. (2012). SUSTAINABILITY AND COMPETITIVENESS OF, 44, 221–227. <http://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.05.023>
- Ariyati, T., & Wahyono, H. (2016). Peta perwilayahan pariwisata berdasarkan sub titik pusat di Kabupaten Semarang dapat dilihat pada gambar 5. *Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)*, 5(2), 128–140. BPS Kabupaten Semarang. (2015). *Kabupaten Semarang Dalam Angka 2015*. Kabupaten Semarang.
- Estêvão, C. M. S. and F. J. J. (2009). THE TOURISM CLUSTERS ROLE IN REGIONAL DEVELOPMENT : PRESENTING A COMPETITIVENESS CONCEPTUAL MODEL, (2003), 127–139.
- Ho, P., Ap, J., & Tony, T. (2009). *Manual on Elective II - Theme Parks and Attractions*. Hong Kong: The Hong Kong Polytechnic University.
- Ivanovic, M. (2008). *Cultural Tourism*. (K. McGillivray, Ed.). Cape Town: JUTA.
- Marimin. (2004). *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Jakarta: Grasindo.
- Pendit, N. S. (2006). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana* (8th ed.). Jakarta: Pradnya Paramita.
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Smith, S. (1989). *Tourism Analysis* (1st ed.). London: Longman Scientific and Technical.
- Šušić, V., & Dejan, Đ. (2011). THE PLACE AND ROLE OF EVENTS IN THE TOURIST DEVELOPMENT OF THE SOUTHWEST SERBIA CLUSTER, 8, 69–81.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar - Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tongco, M. D. C. (2007). Purposive sampling as a tool for informant selection. *Ethnobotany Research and Applications*, 5, 147–158.
- Yoeti, O. A. (1985). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Penerbit Angkasa.