

Edukasi Pemasaran dan Pengelolaan Manajemen Usaha Pariwisata di Kabupaten Majene

DOI: <https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v5i2.2050>

Nur Fitriayu Mandasari^{1*}, Muhammad Shaleh Z²

Fakultas Ekonomi Universitas Sulawesi Barat
Jl. Prof. Dr. Baharuddin Lopa, S.H, Talumung, Majene, Sulawesi Barat 91412

*Email Korespondensi: ayumandasari@unsulbar.ac.id

Abstract - Tourism development activities essentially involve the roles of all existing and related stakeholders. The community is one of the important elements of stakeholders to work together with the Government and the business/private sector to synergize to implement and support tourism development. In an effort to develop tourism potential in Majene Regency, it faces several obstacles, including not yet properly applied the concepts and strategies of marketing and management (management) of various tourism and tourism-related businesses/businesses in Majene Regency in order to achieve a more professional tourism district. The Community education conducted by using Advocacy, Cautionary and Adaptancy Approaches to the partner in order to provide education to tourism business actors in Majene Regency, especially related to business/product management and marketing. The Education conducted provides knowledge to tourism business actors, especially in Majene Regency about business management and marketing of tourism business products/services in order to increase their income.

Keywords: Education, Tourisme, Marketing, Business Management

Abstrak - Kegiatan pembangunan kepariwisataan pada hakikatnya melibatkan peran dari seluruh pemangku kepentingan yang ada dan terkait. Masyarakat yang merupakan salah satu unsur penting pemangku kepentingan untuk bersama-sama dengan Perguruan Tinggi, Pemerintah dan kalangan usaha/swasta bersinergi melaksanakan dan mendukung pembangunan kepariwisataan. Dalam upaya pengembangan potensi pariwisata di Kabupaten Majene menghadapi beberapa kendala diantaranya belum teraplikasikan dengan baik konsep dan strategi pemasaran dan pengelolaan (manajemen) berbagai usaha/bisnis yang pariwisata dan terkait pariwisata di Kabupaten Majene dalam rangka mencapai Kabupaten pariwisata yang lebih profesional. Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan menggunakan metode ceramah dan diskusi dengan pendekatan *Advocacy*, *Cautionary* dan *Adaptancy* kepada para mitra dengan tujuan untuk memberikan edukasi kepada para pelaku usaha pariwisata di Kabupaten Majene, khususnya terkait manajemen dan pemasaran usaha/produk. Edukasi yang dilakukan memberikan pengetahuan kepada pelaku usaha pariwisata khususnya di Kabupaten Majene tentang manajemen usaha dan pemasaran produk/jasa usaha pariwisata dalam rangka meningkatkan penghasilannya.

Kata Kunci: Edukasi, Pariwisata, Pemasaran, Manajemen Usaha

I. PENDAHULUAN

Destinasi Pariwisata kabupaten Majene meliputi kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif kabupaten Majene yang di dalamnya terdapat Daya Tarik Wisata, Fasilitas Umum, Fasilitas Pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya Kepariwisataan. Terdapat beberapa terminologi yang perlu diketahui dalam konsep kepariwisataan yaitu wisata, pariwisata, dan kepariwisataan.

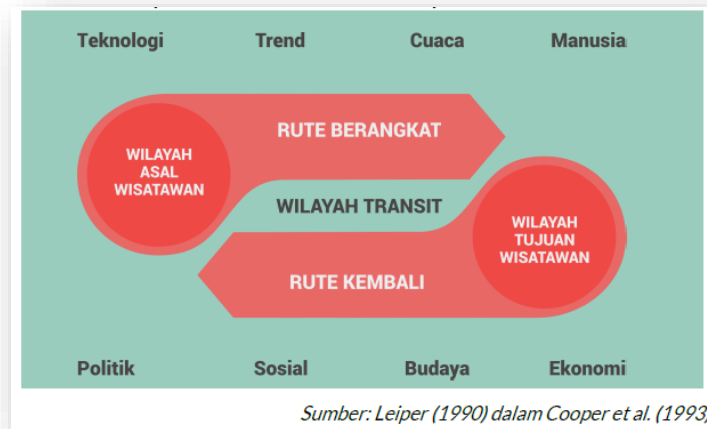
Menurut Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pengertian wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Selain itu, sebagai padanan kata pariwisata diartikan sebagai perjalanan sementara yang dilakukan seseorang di luar tempat di mana ia biasa tinggal dan bekerja, untuk maksud di luar mencari nafkah tetap. Termasuk dalam pengertian ini adalah kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan tersebut dan berbagai fasilitas yang digunakan untuk mengakomodasikan kebutuhannya. Sedangkan menurut UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata diartikan sebagai berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

Pariwisata adalah keseluruhan rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan gerakan manusia yang melakukan perjalanan atau persinggahan sementara dari tempat tinggalnya, ke suatu atau beberapa tempat tujuan di luar lingkungan tempat tinggal yang didorong oleh beberapa keperluan tanpa bermaksud mencari nafkah (Gunn,2020). Pariwisata merupakan salah satu sektor penggerak perekonomian yang perlu diberi perhatian lebih agar dapat berkembang dengan baik.

Di samping itu, kepariwisataan digunakan sebagai padanan kata *tourism* dalam konteks kesisteman yang luas, mencakup keterkaitan antara pasar wisatawan, daerah tujuan wisata, dan upaya-upaya untuk menghubungkan antara wisatawan dengan destinasi, misalnya transportasi dan peran pemasaran dan promosi. Mc. Intosh, Goeldner dan Richie (1995) menyatakan bahwa kepariwisataan adalah “Akumulasi dari fenomena dan hubungan yang tumbuh dari interaksi wisatawan, pelaku bisnis, penyedia barang dan jasa, pemerintah dan masyarakat setempat dalam proses menarik dan menjadi tuan rumah bagi sejumlah wisatawan dan pengunjung lainnya”. Hal tersebut juga sejalan dengan apa yang tertera pada UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, di mana kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi dan multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha.

Kegiatan pembangunan kepariwisataan, sebagaimana halnya pembangunan di sektor lainnya, pada hakikatnya melibatkan peran dari seluruh pemangku kepentingan yang ada dan terkait. Masyarakat adalah salah satu unsur penting pemangku kepentingan untuk bersama-sama dengan Pemerintah dan kalangan usaha/swasta bersinergi melaksanakan dan mendukung pembangunan kepariwisataan. Oleh karena itu pembangunan kepariwisataan harus memperhatikan posisi, potensi dan peran masyarakat baik sebagai subjek atau pelaku maupun penerima manfaat pengembangan, karena dukungan masyarakat turut menentukan keberhasilan jangka panjang pengembangan kepariwisataan (Rahim,2012). Pembangunan kepariwisataan yang menempatkan masyarakat dan pemerintah desa menjadi tulang punggung pembangunan, sangat diperlukan terlebih kepada desa-desa yang memiliki potensi untuk mandiri menjadi desa wisata.

Setiap *stakeholder* pembangunan harus memiliki kesadaran yang sama yaitu ikut berpartisipasi dalam pembangunan. Begitu pula perguruan tinggi, sebagai menara air maka ilmu yang berkembang harus dapat bermanfaat bagi masyarakatnya. Melalui program pemberdayaan kepada masyarakat diharapkan perguruan tinggi mampu memberikan solusi terbaik terhadap permasalahan yang terjadi di masyarakat. Menurut Widjaja (2003) pemberdayaan masyarakat adalah upaya meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki masyarakat, sehingga masyarakat dapat mewujudkan jati diri, harkat dan martabatnya secara maksimal untuk bertahan dan mengembangkan diri secara mandiri baik di bidang ekonomi, sosial, agama dan budaya.



Gambar 1. *Leiper's Model*: Elemen-elemen Kepariwisata

Dari gambar di atas dijelaskan bahwa pariwisata sebagai suatu sistem sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti politik, sosial, ekonomi, budaya, teknologi, tren global, cuaca dan iklim, manusia, dan lain sebagainya. Faktor-faktor eksternal tersebut seringkali menjadi faktor di luar kendali pariwisata.

Daya Tarik Wisata (DTW) adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Daya tarik wisata di Kabupaten Majene antara lain wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan.

Dari sekian banyak objek, lokasi maupun potensi pariwisata di Kabupaten Majene, permasalahan mendasar adalah kurangnya atmosfer pariwisata dalam industri pariwisata. Hal ini terlihat dari kurangnya kunjungan wisata terutama dari wisatawan di luar Kabupaten Majene, kurangnya promosi berbagai objek wisata baik melalui jalur pemasaran tradisional maupun kontemporer, serta masih kurangnya profesionalisme para pelaku usaha pariwisata dalam mengelola berbagai usaha pariwisatanya. Tujuan dilaksanakannya kegiatan edukasi ini adalah untuk memberikan pengetahuan kepada pelaku usaha pariwisata khususnya di Kabupaten Majene tentang manajemen usaha dan pemasaran produk/jasa usaha pariwisata dalam rangka meningkatkan penghasilannya.

II. METODE PELAKSANAAN

Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan dua metode sebagai berikut.

1. Ceramah

Metode ini dilakukan dengan menyampaikan teori yang ditampilkan secara sederhana dan komunikatif tentang pemasaran pariwisata dan manajemen usaha pariwisata dengan menghadirkan narasumber yang menguasai bidang-bidang tersebut. Materi yang disampaikan meliputi pemasaran pariwisata dan manajemen usaha pariwisata, khususnya manajemen produksi, manajemen keuangan dan kewirausahaan (bisnis). Untuk Materi Manajemen Usaha, peserta memperoleh pengetahuan dasar tentang Fungsi-fungsi Manajemen Perencanaan (*Planning*), Pengorganisasian (*Organizing*), Pengendalian (*Controlling*) dan Evaluasi (*Evaluating*) yang sesuai konteks usaha pariwisata. Sementara untuk Materi Manajemen Produk Jasa Pariwisata meliputi Dimensi produk jasa umum yang perlu diperhatikan seperti *Intangibility*, *Perishability*, dan *Inseparability* serta Bauran Pemasaran Jasa Pariwisata (*Price, Product, Promotion, Place, People, Process*, dan

Physical Evidence). Sedangkan untuk Manajemen Keuangan Usaha Pariwisata mencakup materi tentang Manajemen Biaya dan Manajemen Kas.

2. Diskusi

Metode diskusi ini digunakan setelah anggota kelompok mitra diberikan materi singkat sebagai pendahuluan tentang pemasaran pariwisata serta manajemen usaha pariwisata khususnya manajemen produksi, manajemen keuangan dan kewirausahaan. Diskusi ini justru menjadi inti dari kegiatan edukasi karena rupanya para anggota kelompok binaan bisa menyampaikan berbagai pendapat, keluhan, ide maupun kendala yang mereka hadapi di lapangan. Tidak hanya tentang bagaimana mengelola kelompoknya tetapi juga tentang bagaimana kendala dalam mendapatkan dukungan pemerintah dalam pengembangan kelompok usaha mereka. Dalam diskusi ini tim edukasi berusaha memberikan masukan dan bahkan konsep-konsep dan membuka jaringan bagi kelompok mitra untuk bisa lebih mengembangkan usaha mereka.

Tahapan pelaksanaan kegiatan terdiri atas :

1. Persiapan Kegiatan yang terdiri atas permohonan izin pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat kepada Pemerintah Daerah setempat (Kecamatan Pamboang), pengurusan administrasi yang diperlukan, survey lokasi pengabdian yaitu di Aula Dapur Mandar, Kecamatan Pamboang, Kabupaten Majene, dan persiapan alat/bahan, transportasi serta akomodasi.
2. Pelaksanaan Kegiatan, berupa penyampaian materi yang terdiri atas pembukaan dan informasi pendahuluan kepada para peserta, penyampaian materi, diskusi/tanya jawab, penyusunan rencana aksi sederhana bagi peserta.
3. Penutupan kegiatan, terdiri atas pemaparan rencana aksi setiap peserta, sepatah kata penutup dari panitia, foto bersama dan pembuatan laporan kegiatan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagaimana diuraikan, tujuan program pengabdian ini hendak memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh kelompok binaan, yaitu dalam hal pemasaran dan manajemen usaha pariwisata, yang dimulai dari penyiapan SDM, pengendalian kualitas dalam pengolahan berbagai atribut baik *tangible* maupun *intangible*, dan hal-hal yang terkait dengan *Service Quality* dalam pariwisata, serta yang terpenting adalah pemasaran yang meliputi memperkenalkan potensi pariwisata di berbagai media pemasaran baik konvensional maupun media *online*. Berikut laporan pelaksanaan kegiatan:

a. Persiapan Konsep Kegiatan

Persiapan awal dimulainya kegiatan penyuluhan bisnis ini dilaksanakan dengan menetapkan Tim Pengabdian kepada Masyarakat dari unsur dosen Universitas Sulawesi Barat dan melakukan survey dan seleksi terhadap beberapa kelompok usaha di daerah-daerah yang dituju dan layak menjadi subyek penyuluhan. Penetapan tim penyuluhan bisnis ini didasarkan pada kompetensi, kredibilitas, dan kesesuaian bidang ilmu masing-masing.

Penyusunan konsep kegiatan dimulai dari Bulan Mei hingga Juli 2021 yang dimulai dengan melakukan serangkaian tahap restruktur. Penyusunan konsep ini dilakukan oleh tim dengan pertimbangan Kewirausahaan dan menuju kemandirian subyek kelompok binaan.

Tahap pertama, tim melakukan identifikasi masalah terhadap kelompok/mitra binaan, kemudian disandingkan dengan berbagai potensi pariwisata yang dimiliki Kabupaten. Proses ini berlangsung pada Bulan Mei – Juli 2021. Tahap kedua adalah melakukan

analisis kebutuhan yaitu dengan cara mengkaji hal-hal apa yang dibutuhkan oleh kelompok binaan untuk dapat menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang terkait usaha dan kewirausahaan yang terjadi di desa dan kelompoknya masing-masing. Tim melakukan analisis berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan dan menetapkan kebutuhan prioritas yang harus dimiliki oleh kelompok binaan yaitu memberikan penyuluhan bisnis, manajemen dan kewirausahaan. Berdasarkan hasil diskusi dengan pihak kelompok binaan maka disepakati bahwa penyuluhan pemasaran pariwisata dan manajemen usaha pariwisata yang memang sangat dibutuhkan mengingat adanya keinginan dan potensi untuk berkembang, walaupun terbatas dengan akses pengetahuan untuk mengelola potensi alam dan SDM yang mereka miliki.

b. Persiapan Kegiatan

Persiapan kegiatan dilakukan dengan diadakannya rapat minimal sebulan sekali, yang kemudian diadakan rapat kondisional secara daring (*Online*) mengingat persiapan dan pelaksanaan memasuki masa pandemi Covid 19. Rapat-rapat dilakukan untuk membahas persiapan dan perkembangan kerja yang sudah dilakukan. Persiapan kegiatan adalah selama Bulan Juli – September 2021.

Selain rapat, persiapan kegiatan ini juga dilakukan dengan menghubungi pemateri serta menyediakan bahan-bahan pelatihan seperti materi manajemen keuangan, manajemen produksi dan kewirausahaan. Tidak lupa pula dicakupkan materi tentang motivasi, rencana bisnis, aspek manajemen dalam bisnis, tips dan trik menggali ide bisnis, dan materi pengemasan yang disesuaikan dengan kondisi kelompok binaan.

1. Upaya Pemasaran Pemerintah Kabupaten Majene

Pembangunan Pemasaran Pariwisata adalah upaya terpaduan sistematis dalam rangka menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan produk wisata dan mengelola relasi dengan wisatawan untuk mengembangkan kepariwisataan dan seluruh pemangku kepentingannya.

a. Pengembangan Pasar Wisatawan

Strategi untuk pemantapan segmen pasar wisatawan massal dan pengembangan pasar wisata sebagaimana dimaksud meliputi:

- Meningkatkan pemasaran dan promosi untuk mendukung penciptaan destinasi pariwisata yang diprioritaskan;
- Mengembangkan promosi berbasis tema tertentu;
- Meningkatkan akselerasi pergerakan wisatawan di seluruh destinasi pariwisata; dan
- Meningkatkan intensifikasi pemasaran wisata konvensional, insentif, dan pameran (MICE) yang diselenggarakan oleh sektor lain.

b. Pengembangan Citra Pariwisata

Arah kebijakan pengembangan citra pariwisata sebagaimana dimaksud meliputi:

- Pengembangan dan pemantapan citra pariwisata Kabupaten Majene sebagai destinasi pariwisata; dan
- Pengembangan citra pariwisata Kabupaten Majene sebagai Destinasi Pariwisata yang aman, nyaman, dan berdaya saing.

Strategi untuk peningkatan dan pemantapan citra pariwisata Kabupaten Majene sebagaimana dimaksud meliputi :

- Meningkatkan dan memantapkan pemosisian citra Kabupaten Majene di antara para pesaing; dan
- Meningkatkan kehadiran media dalam rangka meningkatkan citra positif pariwisata Kabupaten Majene.

Peningkatan dan pemantapan pemasaran citra pariwisata Kabupaten Majene di antara para pesaing terletak pada kekuatan-kekuatan utama yang meliputi:

- Pertumbuhan ekonomi daerah yang semakin meningkat;
- Adanya dukungan dan komitmen dari Pemerintah Daerah dalam pembangunan kepariwisataan;
- Kaya akan potensi wisata sejarah, budaya, bahari, dan keunggulan komperatif;
- Infrastruktur dan aksesibilitas yang memadai; dan
- Pengembangan Kemitraan Pemasaran Pariwisata.

Arah kebijakan pengembangan kemitraan pemasaran pariwisata sebagai berikut:

- Pengembangan kemitraan pemasaran yang terpadu sinergis, berkesinambungan dan berkelanjutan; dan
- Peningkatan peran media komunikasi dalam memasarkan dan mempromosikan wisata.

Strategi untuk pengembangan kemitraan pemasaran terpadu, sinergis, berkesinambungan dan berkelanjutan adalah:

- Meningkatkan keterpaduan sinergis promosi antar pemangku kepentingan pariwisata; dan
- Mengembangkan strategi pemasaran berbasis pada pemasaran yang bertanggung jawab, yang menekankan tanggung jawab terhadap masyarakat, sumberdaya lingkungan dan wisatawan.

Strategi untuk Peningkatan peran media komunikasi dalam memasarkan dan mempromosikan wisata adalah sebagai berikut:

- Mengoptimalkan pemanfaatan media komunikasi pemasaran, baik media cetak maupun media elektronik; dan
- Mengembangkan *E-Marketing*.

2. Daya Tarik dan Sumber Daya Wisata Kabupaten Majene

Daya Tarik Wisata (DTW) adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Daya tarik wisata di Kabupaten Majene, yaitu:

1. Wisata Alam

Wisata alam di Kabupaten Majene yang memiliki daya tarik wisata antara lain:



Gambar 2. Pantai Munu



Gambar 3. Puncak Salabose



Gambar 3. Pantai Palipi



Gambar 4. Pantai Dato

2. Wisata Budaya



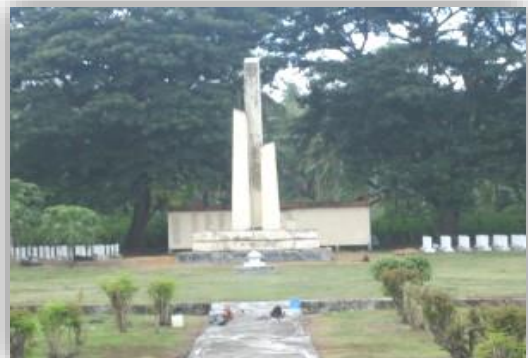
Gambar 5. Makam Raja-raja Banggae & Hadat



Gambar 6. Makam Syeh Abdul Mannan



Gambar 7. Masjid Salabose



Gambar 8. Monumen Galung Lombok



Gambar 9. Museum Mandar

3. Wisata Buatan



Gambar 10. Kolam Renang Tirta

3. **Bahan Ajar/Modul Pelatihan**

Bahan ajar/Modul yang digunakan oleh peserta adalah berbentuk buku pegangan yang disusun oleh tim pelaksana. Modul ini disusun secara terstruktur dilengkapi gambar yang memudahkan peserta mengikuti sesuai dengan perintah atau langkah-langkah secara *step by step*.

4. **Penyusunan Laporan Pelaksanaan Kegiatan**

Setelah kegiatan ini dilaksanakan, maka akan disusun laporan kegiatannya sebagai bukti bahwa kegiatan ini telah terlaksana.

5. **Waktu Penyuluhan**

Pelaksanaan kegiatan ini meliputi beberapa tahap di antaranya waktu diadakanya penyuluhan, tahap persiapan, tahap monitoring dan pendampingan yang berlangsung kurang lebih selama 3 (tiga) bulan. Penyuluhan sendiri berlangsung selama 1 (satu) hari, dan terbagi menjadi 2 (dua) sesi yaitu yang pertama adalah penyuluhan tentang dasar-dasar pemasaran pariwisata dan manajemen usaha pariwisata pada Hari Minggu tanggal 27 Oktober 2021 dimulai pada pukul 09.00 pagi sampai pukul 17.00 WITA bertempat di Dapur Mandar.

Sedangkan penyuluhan sesi yang kedua adalah penyuluhan kewirausahaan dan manajemen produksi.

6. **Hasil Kegiatan**

Penyuluhan tentang manajemen produksi, manajemen keuangan dan kewirausahaan dihadiri oleh sekitar 25 orang para pelaku dunia usaha pariwisata. Pada saat pelaksanaan kegiatan terlihat antusiasme peserta dengan berbagai pertanyaan yang dilontarkan oleh peserta. Pemahaman dan penerapan secara langsung yang disesuaikan dengan kondisi lapangan merupakan hasil dari penyuluhan yang diberikan.

7. **Kendala-kendala**

- a. Kegiatan yang melibatkan peserta dengan karakteristik berbeda-beda. Ada yang mengikuti kegiatan sesuai dengan alur yang ditetapkan oleh panitia, namun ada juga yang tidak sesuai dengan peraturan panitia.
- b. Ada beberapa peserta yang sudah diundang tidak hadir dalam kegiatan tersebut dikarenakan ada kegiatan lain yang lebih penting dilakukan.

IV. SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan dalam bentuk edukasi ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan wawasan kepada masyarakat mitra tentang manajemen usaha dan pemasaran usaha pariwisata yang baik dan optimal. Kegiatan ini dilaksanakan secara sederhana, para peserta semangat untuk datang dan mengajukan berbagai pertanyaan terkait bagaimana mengembangkan usaha pariwisata mereka agar lebih maju. Edukasi yang menjadi kegiatan utama menghasilkan luaran berupa peningkatan pengetahuan dan wawasan masyarakat mitra tentang bagaimana mengelola dan memasarkan usaha pariwisata. Umpan balik dari peserta memperlihatkan sudah tersusun rencana-rencana tindak lanjut untuk peningkatan manajemen usaha dan pemasaran usaha pariwisata berdasarkan materi yang telah didapatkan.

Ucapan Terima Kasih

Sebagai Tim pelaksana pengabdian kami mengucapkan banyak terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Lembaga Penelitian & Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Sulawesi Barat; serta kelompok mitra yang terdiri atas para pelaku bisnis pariwisata di Kabupaten Majene; serta semua pihak yang telah mendukung dan mensukseskan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Daftar Pustaka

- Baker, D.A. and Crompton, J.L., 2000. *Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions*. Annals of Tourism Research.
- Bologlu, S. 2000. *A path analytic model of visitation intention involving information sources, a socio-psychological motivation, and destination image*. Journal of travel & tourism marketing.
- Bonn. Mark. A., Joseph. Sacha. M., and Dai. Mo, (2005), *International versus domestic visitors: An examination of destination image perceptions*, Journal of travel research.
- Chen, C.-F. and Tsai, D., 2007. *How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions*. Tourism Management.
- Cole, S.T., Crompton, S.J. and Willson, V.L., 2002. *An Empirical Investigation of the Relationships Between Service Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions Among Visitors to a Wildlife Refuge*. Journal of Leisure Research.
- Gunn, C. A., Var, T. 2020. *Tourism planning: Basics, concepts, cases*. London: Routledge.
- McIntosh. Ribert W., Charles R. Goeldner, dan J.R. Brent Ritcjie. 1995. *Tourism: Principle, Prcatices, Philosophies*. (Seventh Edition) New. York: John Wiley dan Sons., Inc.
- Rahim, Firmansyah. 2012. *Pedoman Kelompok Sadar Wisata*. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2009. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4966. Jakarta.
- Widjaja, HAW. 2003. *Otonomi Desa Merupakan Otonomi Asli Bulat dan Utuh*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.