

Strategi Pengembangan Wisata Kolam Renang Alam Tilanga' di Kelurahan Sarira Kecamatan Makale Utara Kabupaten Tana Toraja

Efrain Owen Taruk¹, Abedneigo Carter Rambulangi², Mince Batara³

^{1,2,3}Universitas Kristen Indonesia Toraja

E-mail: efrainowen7@gmail.com¹, abedneigocaterrambulangi134@gmail.com², icehebatara@gmail.com³

Article History:

Received: 05 Juli 2024

Revised: 21 Juli 2024

Accepted: 24 Juli 2024

Keywords: Strategy, Development, Tourist Attraction

Abstract: "Strategy for developing the Tilanga' Natural Swimming Pool tourist attraction in Sarira sub-district, North Makale District, Tana Toraja Regency." The aim of this research is to analyze the strategy for developing the Tilanga' Natural Swimming Pool tourist attraction. This research method uses qualitative descriptive analysis and SWOT analysis. Data were collected by means of observation, interviews, library studies, documentation with managers and visitors to the Tilanga' Natural Swimming Pool tourist attraction. The results obtained are that the Tilanga' Natural Swimming Pool tourist attraction has very effective strengths so that the strengths of the Tilanga' Natural Swimming Pool tourist attraction can be used as a guide or motivation and take advantage of opportunities that will be faced and also avoid existing weaknesses and threats to increase interest. and visitor trust in tourist attractions.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki keindahan alam dan tempat wisata yang dapat mendukung perkembangan pariwisata. Kondisi geografis Indonesia yang memiliki banyak pesona keindahan dan sumber daya alam memberikan peluang bagi pemerintah untuk menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan yang dapat berpengaruh dalam peningkatan pendapatan nasional. Keanekaragaman budaya juga menjadi salah satu daya tarik wisata kultural yang mampu mendorong keinginan wisatawan mancanegara untuk berwisata ke Indonesia. Potensi pariwisata yang ada di Indonesia diharapkan dapat membantu negara dalam memajukan perekonomian, sektor pariwisata saat ini telah menjadi aspek penting dalam kemajuan ekonomi suatu negara dan menjadi pilihan utama dalam pengembangan wilayah.

Perkembangan pariwisata telah mengalami banyak perubahan baik perubahan pola, bentuk, dan sifat kegiatan perjalanan destinasi wisata. Pembangunan suatu daerah dapat membuka daya tarik wisata baru bagi para wisatawan lokal maupun asing. Potensi pariwisata di Indonesia yang amat sangat melimpah dapat meningkatkan ekonomi negara, apabila setiap objeknya dikelola dengan baik oleh pemerintah maupun pihak-pihak lain yang ada sekitar objek wisata tersebut. Pengembangan atau pengelolaan objek wisata yang baik akan meningkatkan minat kunjungan wisata. Peningkatan kunjungan wisata juga akan berdampak pada peningkatan devisa negara.

Kontribusi kegiatan pariwisata terhadap peningkatan devisa negara dapat terlihat pada data dari Kementerian Pariwisata dan ekonomi kreatif (Kemenparekraf 2023) yang menunjukkan bahwa 3,83 % produk domestik bruto (PDB) Indonesia bersumber dari sektor pariwisata. Disisi lain, pariwisata juga berperan dalam perkembangan sekto-sektor perdagangan, jasa transportasi, kuliner, dan lain sebagainya. Pengaruh-pengaruh sektor pariwisata tersebut dapat menciptakan atau mendorong peningkatan ekonomi, sehingga semakin bertumbuhnya jenis-jenis usaha yang bergerak pada bidang pariwisata. Peningkata minat usaha pada sektor pariwisata akan berdampak pada peningkatan daya saing yang kompetitif antar pelaku usaha yang bergerak dibisnis pariwisata.

Tana Toraja merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Sulawesi Selatan, yang kaya akan adat dan budaya yang masih kental serta mempunya kearifan lokal yang khas, kekayaan alam serta kekayaan budaya dan adat istiadat yang unik. Sehingga potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Tana Toraja tersebut menjadi faktor pendukung pengembangan pariwisata. Pendukung pariwisata di Kabupaten Tana Toraja tersebut makan menjadikan Tana Toraja sebagai salah satu primadona destinasi wisata yang ada di Indonesia. Selain itu kabupaten Tana Toraja sejak tahun 2018 telah dinyatakan sebagai Kawasan Strategi Pariwisata Nasional.

Salah satu objek wisata yang berpotensi sebagai destinasi kunjungan wisata adalah objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga', dimana objek wisata ini terletak di Kelurahan Sarira, Kecamatan Makale Utara Kabupaten Tana Toraja ini merupakan jenis wisata alam. Objek ini merupakan salah satu kolam purba yang memiliki keunikan tersendiri dimana objek wisata tersebut selain berfungsi sebagai kolam renang juga berfungsi sebagai tempat hidup makluk hewan purba yang langka dan unik. Menurut Undang-undang No. 10 pasal 1 tentang keparawisataan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sarana atau tujuan kunjungan wisatawan. Sedangkan menurut Spillane (2014) dalam Taskia dan Hayati (2018), indicator-indikator daya tarik wisata dalam industri pariwisata yang sangat penting, yaitu: keunikan cendramata serta keindahan pada objek wisata tersebut.

Jika mengacu pada teori diatas maka seharusnya Kolam Renang Alam Tilanga' harus menjadi salah satu destinasi favorit di Kabupaten Tana Toraja bagi para wisatawan. Namun kunjungan wisata ke Kabupaten Tana Toraja menunjukkan bahwa Kolam Renang Alam Tilanga' tidak menjadi daftar favorit dalam daftar kunjungan setiap wisatawan yang telah datang bahkan yang adakan datang berwisata ke Kabupaten Tana Toraja

Oleh karena itu pengembangan pada objek wisata ini secara khusus dibidang pemesanan perlu dilakukan agar dapat menarik wisatawan dan memberikan kontribusi bagi objek wisata tersebut maupun dapat memeberikan pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar. Berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Wisata Kolam Renang Alam Tilanga' di Kelurahan Sarira Kecamatan Makale Utara Kabupaten Tana Toraja.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Deskriptif kualitatif adalah salah satu metode yang digunakan dalam penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan pendekatan pemecahan masalah yang lebih menekankan analisis atau deskriptif terhadap fenomena dan memerlukan insting yang tajam dari penelitian.

HASIL	Kelemahan			DAN
1.	Keterbatasan anggaran dana untuk biaya sarana dan prasarana	0.11	3	0.33
2.	Penataan Kawasan objek wisata yang belum maksimal	0.15	1	0.15
3.	Promosi kurang maksimal	0.12	3	0.36
4.	Fasilitas yang masih kurang memadai	0.10	2	0.20
	Sub Total	0.48		1.04
	Total	1		3,02

PEMBAHASAN

Tabel 1. Analisis SWOT

<p>Strength (kekuatan)</p> <ol style="list-style-type: none"> Harga tiket masuk yang terjangkau Keunikan dan keindahan tilanga' yang sangat asri Akses ke objek wisata yang terjangkau Adanya fasilitas umum dan pendukung pariwisata 	<p>Weakness (Kelemahan)</p> <ol style="list-style-type: none"> Keterbatasan anggaran dana untuk biaya sarana dan prasarana Program pengembangan objek wisata tilanga' yang masih sederhana Promosi kurang maksimal Fasilitas yang masih kurang memadai
<p>Opportunity (Peluang)</p> <ol style="list-style-type: none"> Keberadaan objek wisata tilanga' berdampak pada usaha yang di kelolah masyarakat sekitar Potensi wisata yang perlu di kelolah mulai saat ini Adanya dukungan dari dinas pariwisata Keinginan untuk berwisata dan berekreasi 	<p>Threats (Ancaman)</p> <ol style="list-style-type: none"> Adanya tempat wisata yang lebih menarik Promosi dari wisata lain yang lebih maksimal Kerusakan lingkungan dan cagar alam Daya dukung masyarakat yang kurang

Sumber: Data diolah (2024)

1. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Setelah dilakukan analisis strategi internal, selanjutnya digunakan matriks IFAS untuk mengetahui kondisi internal pada objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga'.

Tabel 2. Matriks IFAS objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga'

Faktor Strategis	Bobot	Reting	Skor
Strength (Kekuatan)			
1. Harga tiket masuk yang terjangkau	0.15	4	0.60
2. Keunikan dan keindahan tilanga' yang sangat asri	0.16	4	0.64
3. Akses ke objek wisata yang terjangkau	0.11	4	0.44
4. Adanya fasilitas umum dan pendukung pariwisata	0.10	3	0.30
Sub Total	0.52		1.98

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan pada tabel 2 IFAS, menunjukkan faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3,02. Karena total skor diatas 2.50 berarti faktor internal berada pada posisi yang kuat.

2. Matriks EFAS

Tabel 3. Matriks EFAS objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga'

	Faktor Strategis	Bobot	Reting	Skor
Opportunity (peluang)				
1.	Keberadaan objek wisata tilanga berdampak pada usaha yang dikelola masyarakat sekitar	0.12	2	0.24
2.	Kemudahan mengakses media promosi digital	0.13	3	0.39
3.	Adanya dukungan dari dinas pariwisata	0.15	4	0.60
4.	Keinginan untuk berwisata dan berekreasi	0.14	3	0.42
	Sub Total	0.54		1.65
Threats (Ancaman)				
1.	Adanya tempat wisata yang lebih menarik	0.14	4	0.56
2.	Promosi dari wisata lain yang lebih menarik	0.11	2	0.22
3.	Kerusakan cagar budaya dan lingkungan	0,12	3	0.36
4.	Daya dukung masyarakat yang kurang	0,09	3	0.27
	Sub Total	0.46		1.41
	Total	1		3.06

Sumber: Data diolah (2024)

Dari hasil analisis matriks EFAS, faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3.06 karena total skor mendekati 4.0 berarti objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga' berada pada posisi eksternal yang baik dan merespon kuat peluang dan menghindari ancaman-ancaman yang ada.

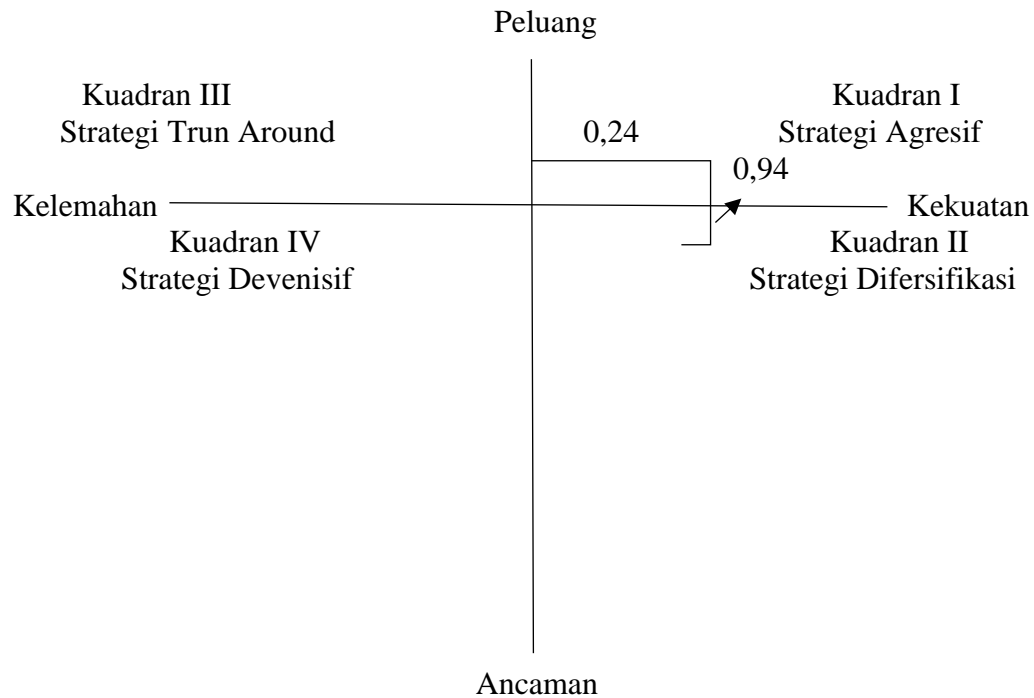
3. Kuadran SWOT

Analisis SWOT terbagi terbagi menjadi empat kuadran yang memiliki strategi yang berbeda untuk setiap kuadrannya, untuk mengetahui kuadran pada objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga' maka akan ditentukan nilai sumbu X dan Y yang digunakan untuk menyusun diagram kuadran SWOT, cara menentukan sumbu X dan Y adalah, nilai X dicari dengan cara melakukan pengurangan antara jumlah total faktor S dengan total faktor W dan nilai Y dicari dengan cara mengurangkan nilai total faktor O dengan nilai total faktor T, hasil dari perhitungan tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

a. Sumbu X (internal) = $1,98 - 1,04 = 0,94$

b. Sumbu Y (eksternal) = $1,65 - 1,41 = 0,24$

Hasil perhitungan diatas didapatkan nilai X, adalah 0,94 dan nilai Y adalah 0,24 dari hasil tersebut menunjukkan keduanya bernilai positif hal ini menandakan objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga' berada pada kuadran I, diagram kuadrat SWOT dapat terlihat pada berikut ini:



Berdasarkan hasil dari analisis diagram SWOT diatas menunjukkan titik kordinat pada posisis kuadran I, kuadran I merupakan situasi yang menguntungkan dimana objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga' memiliki memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan. Strategi yang digunakan pada kuadran I yaitu strategi SO (*Strength Opportunitoes*) dan didukung strategi agresif

4. Matriks SWOT

Tabel 4. Matriks SWOT

IFAS	KEKUATAN	KELEMAHAN
EFAS	1. Harga tiket masuk yang terjangkau 2. Keunikan dan keindahan tilanga' yang sangat asri 3. Akses ke objek wisata terjangkau 4. Adanya fasilitas umum dan pendukung pariwisata	1. Keterbatasan anggaran dan untuk biaya sarana dan prasarana 2. Penataan Kawasan objek wisata yang kurang maksimal 3. Promosi yang kurang masimal 4. Fasilitas yang masih kurang memadai

<p style="text-align: center;">PELUANG</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keberadaan objek wisata tilanga' berdampak pada usaha yang di kelolah masyarakat sekitar 2. Kemudahan mengakses media promosi 3. Adanya dukungan dari dinas pariwisata 4. Keinginan untuk berwisata dan berekreasi 	<p style="text-align: center;">Strategi (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan citra produk objek wisata agar dapat bersaing dengan objek wisata yang lain 2. Melakukan kerja sama yang baik dengan masyarakat dan pemerintah. 3. Menjaga dan memelihara kelestarian objek wisata 	<p style="text-align: center;">Strategi (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperbaiki manajemen dalam objek wista 2. Meningkatkan jumlah fasilitas dan pelayanan 3. Meningkatkan kegiatan promosi kepada pengunjung
<p style="text-align: center;">ANCAMAN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya tempat wisata yang lebih menarik 2. Promosi dari wisata lain yang lebih maksimal 3. Kerusakan lingkungan dan cagar budaya 4. Daya dukung masyarakat yang kurang 	<p style="text-align: center;">Strategi (ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan dan Pembangunan objek wisata yang rama lingkungan 2. Meningkatkan keahlian bagi karyawan sebagai upaya objek wisata di dalam mengantisipasi perubahan yang dituju 3. Menggunakan potensi dan keunikan objek wisata yang ada untuk lebih berkembang lagi 	<p style="text-align: center;">Strategi (WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kegiatan promosi yang efektif untuk merubah pendapat atau pandangan negatif masyarakat atau pengunjung terhadap objek wisata. 2. Melakukan pengawasan dan pemeliharaan yang ketat terhadap fasilitas-fasilitas yang telah dialokasikan objek wisat 3. Mengikuti perkembangan zaman dengan selalu mencari informasi baru

Sumber: data diolah (2024)

Dari hasil matriks SWOT diatas di dapatkan alternatif strategi pada strategi pengembangan objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga' sebagai berikut:

1. Strategi SO (kekuatan dan peluang)

Strategi ini dibuat berdasarkan pemikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga' memanfaatkan keuntungan dari inovasi yang di lakukan antara lain:

a. Meningkatkan citra produk objek wisata agar dapat bersaing dengan objek wisata yang lain.

Setiap objek wisata yang dikunjungi wisatawan tentu mereka menginginkan objek wisata yang menarik dan memberikan kenyamanan untuk dikunjungi, bukan saja dilihat dari segi antraksi tapi juga pada sarana dan prasarana serta pelayanan yang baik pada objek wisata.

Jika wisatawan mersa kebutuhanya selama berada diobjek wisata tersebut terpenuhi, tentu akan menjadi kesan tersendiri bagi pengunjung dan memungkinkan untuk mengunjungi objek wisata tersebut.

b. Melakukan kerja sama yang baik dengan masyarakat.

Menjalin hubungan yang saling menguntungkan antar penelolah objek wisata dan masyarakat setempat seperti, melibatkan masyarakat dalam perencanaan pegelolaan objek wisata karena masyarakat lokal dapat berperan aktif dapat menyediakan layana seperti pemandu wisata, akomodasi, kuliner

lokal, dan dalam mempromosikan objek wisata. Hal ini dapat memberikan peluang ekonomi bagi masyarakat dan berdampak positif bagi pengembangan objek wisata.

- c. Menjaga dan memelihara kelestarian objek wisata.

Melakukan berbagai tindakan untuk memastikan bahwa objek wisata tersebut dalam kondisi baik dan dapat dinikmati serta memberikan kenyamanan bagi wisatawan yang datang pada objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga'.

2. Strategi ST (kekuatan dan ancaman)

Strategi ST merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman, alternative strategi ST pada pengembangan objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga' yaitu:

- a. Pengembangan dan pembagunan objek wisata yang rama lingkungan.

Strategi ini dilaksanakan dengan melakukan kontrol yang tegas terhadap pelaksanaan unsur-unsur pelaku wisata yang tidak sesuai dengan sikap dan tindakan yang mengancam kerusakan objek wisata.

- b. Meningkatkan keahlian bagi karyawan sebagai upaya objek wisata dalam mengantisipasi perubahan yang dituju.

Meningkatkan keahlian bagi karyawan yaitu memberikan pelatihan dan pengembangan yang relevan agar mereka dapat lebih efektif dan efisien dalam menjalankan tugas mereka dan untuk mengantisipasi perubahan yang dituju, terutama dalam menghadapi ancaman dan memanfaatkan peluang.

- c. Menggunakan potensi dan keunikan objek wisata yang ada untuk lebih berkembang lagi.

Menggunakan potensi alam dan keunikan objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga' dengan mempertahankan dan pemeliharaan objek wisata secara berkesinambungan untuk menghadapi pesaing antar wisata.

3. Strategi WO (kelemahan dan peluang)

Strategi WO merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang yang ada, alternatif strategi WO pada objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga' yaitu:

- a. Memperbaiki manajemen dalam objek wisata.

Memperbaiki manajemen yaitu meningkatkan efisiensi, efektifitas, dan kualitas pengelolaan objek wisata seperti, mengembangkan rencana jangka pendek dan jangka panjang yang jelas dan terukur, menyusun struktur organisasi yang efektif dengan pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas, dan meningkatkan kinerja dan keterampilan keterampilan karyawan melalui pelatihan dan manajemen kerja. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.

- b. Meningkatkan jumlah fasilitas dan pelayanan.

Strategi ini perlu dilakukan oleh pengelola objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga' untuk mendukung kelanjutan pengembangan. Hal ini dapat dilakukan dengan penambahan atau peningkatan berbagai infrastruktur dan layanan yang tersedia di objek wisata untuk meningkatkan pengalaman pengunjung seperti, menambah atau memperbaharui fasilitas fisik seperti kamar mandi, area parkir, tempat makan, pusat informasi, dan meningkatkan layanan seperti layanan pelanggan, panduan wisata, keamanan, dan kebersihan.

- c. Meningkatkan kegiatan promosi pada pengunjung.
Melakukan upaya untuk lebih efektif dalam memperkenalkan dan memasarkan objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga' Kepada calon pengunjung.
4. Strategi WT (Kelemahan dan ancaman)
Strategi WT merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman, strategi WT pada pengembangan objek wisata Kolam Renag Alam Tilanga' yaitu:
- a. Meningkatkan kegiatan promosi yang efektif untuk merubah pendapat atau pandangan negatif masyarakat atau pengunjung terhadap objek wisata.
- b. Melakukan pengawasan dan pemeliharaan yang ketat terhadap fasilitas-fasilitas yang telah dialokasikan objek wisata.
Untuk menjaga agar fasilitas pada objek wisata tetap dalam kondisi yang baik dan aman makan perlu pengelolah objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga' untuk melakukan pengawasan dan pemeliharaan fasilitas-fasilitas yang ada.
- c. Mengikuti perkembangan zaman dengan selalu mencari informasi yang baru.
Memastikan bahwa objek wisata tetap relevan dan menarik bagi pengunjung dengan mengadopsi teknilogi terbaru, trent wisata, dan praktik manajemen modern seperti, memodernisasi fasilitas yang ada untuk memenuhi harapan pengunjung masa kini seperti, penyediaan wifi gratis, stasiun pengisian daya, dan fasilitas rama lingkungan.
Dari hasil ke empat alternatif strategi yang di peroleh, strategi yang paling tepat di gunakan objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga', adalah meningkatakan penerimaan, perumusan SO yaitu dengan menggunakan *Strength* untuk memanfaatkan *opportunities* yang dimiliki objek wisata yaitu:
- 1) Meningkatkan citra produk objek wisata agar dapat bersaing dengan objek wisata yang lain.
 - 2) Terus melakukan kerja sama yang baik dengan masyarakat dalam pengembangan serta peningkatkan promosi.
 - 3) Menjaga dan memelihara kelestarian objek wisata agar terlihat bersi dan indah dan juga menarik pengunjung.
- Berdasarkan hasil SWOT dari objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga' objek wisata tersebut memiliki kekuatan yang sangat efektif sehingga kekuatan dari objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga' dapat digunakan sebagai pedoman atau motivasi dan memanfaatkan peluang yang akan di hadapi dan juga menghindari kelemahan dan ancaman yang ada untuk meningkatkan minat dan kepercayaan pengunjung terhadap objek wisata.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis IFAS dan EFAS menunjukkan kondisi internal pada objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga' pada posisi yang kuat.
2. Hasil analisis pada diagram SWOT menunjukkan objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga' berada pada kuadrat I, yang artinya objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga'

memiliki kekuatan dan peluang. Strategi yang digunakan pada kuadran I yaitu strategi SO (Strength Opportunities), dan mendukung kebijakan pertumbuhan agrasif dengan memanfaatkan peluang serta kekuatan internal yang dimiliki objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga'.

3. Berdasarkan hasil analisis pada Matriks SWOT, strategi SO pada pengembangan objek wisata Kolam Renang Alam Tilanga' antaralain, meningkatkan citra produk objek wisata agar dapat bersaing dengan objek wisata yang lain, melakukan kerja sama yang baik dengan masyarakat, dan menjaga dan memelihara kelestarian objek wisata.

DAFTAR REFERENSI

- Ade, I. (2021). Strategi Pengembangan Parawisata Dalam Upaya Peningkatan Kunjungan Wisata (Studi Pada Objek Wisata Mantar) (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Mataram).
- Asriandy, I. (2016). Strategi pengembangan Objek Wisata Air Terjun Bissapu Di Kabupaten Bantaeng. Makassar: Unhas.
- Cahyani, A. D. (2021). Analisis SWOT dalam Proses Pengembangan Objek Wisata Pantai Lombang di Kabupaten Sumenep. *Jurnal Pendidikan Geografo*.
- Choirunnisa, I. C., & Karmilah, M. (2022). Strategi pengembangan parawisata budaya. *Jurnal kajian ruangan*, 2(1), 89-109.
- Dalimunthe, M. L. (2016). Strategi pengembangan sektor parawisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di kabupaten simalungun.
- Delita, F., Yenti, E., & Sidauruk, T. (2017). Analisis Swot Untuk Strategi Pengembangan Objek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang
- Endarwita, E. (2021) Strategi Pengembangan objek Wisata Linjuang Melalui Pendekatan Analisis SWOT. *Jurnal ilmiah Edunomika*, 5(1), 460679
- Fatimah, F. N. A. D. (2020). Teknik Analisis Swot. *Anak Hebat Indonesia*
- Fahmi I. (2015) Manajemen Strategi Teori dan Aplikasi. Bandung: CV Alfabeta
- Hunda, I. M. (2022) Pengembangan Komponen Daya Tarik Wisata Guna Meningkatkan Minat Kunjung Wisatawan di Semarang Zoo. 18(1), 26-32.
- Indonesia, P. R. UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 10 TAHUN 2009 TENTANG KEPARIWISATAAN., 2 Undang-Undang (2009).
- Itamar, H. (2014). Strategi Pengembangan Parawisata di Kabupaten Tana Toraj. 7, 91-108.
- Jumantoro, E., Hamid, A., & Wasah, H. (2018). Strategi pengembangan destinasi parawisata Kawasan pecinan di kota Tangerang (*Doctoral dissertation*, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).
- Klau, W. W., Fanggidae, A. H., Salean, D. Y., & Fanggidae, R. P. (2023). Strategi pengembangan objek wisata dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan: Studi pada objek wisata fulan fehan. *Jurnal studi perhotelan dan parawisata*, 1(2), 53-61.
- Kutuwa, S. A., Walewangko, E. N. & Masloman, I. (2023). Strategi Pengembangan Objek wisata Danau Poso Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD). *Jurnal Berkalah Ilmiah Efisiensi*, 23(2), 109-120
- Maksudin (2014). Strategi Pengembangan Potensi dan Program Desa Binaan/Mitra.
- Permen Kemenparekraf. (2021). *Pedoman Destinasi Parawisata Berkelanjutan*. Kemenparekraf.
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2019) Sosiologi Parawisata. Andi Publisher
- Rangkuti, Freddy, (2014). Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisi Swot Cara Perhitungan Bobot,

- Rating, Dan Ocai. Penerbit Pt. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.
- Saputra, M. R., & Rodiyah. (2016). Strategi Pengembangan Wisata di Kawasan Gunung Andong Magelang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 571-586.
- Setyosari, P. (2016). Metodologi Penelitian Pendidikan & Pengembangan. *Jurnal Al-Hikmah*, 1(1),340.
- Spillane, J.J. (2014). Parawisata Indonesia. Yogyakarta: Kanisius.
- Suarto, E. (2017). Pengembangan Objek Wisata Berbasis Analisis Swot. *Jurnal Spasial*. Penelitian Terapan Ilmu Geografi, Dan Pendidikan Geografi, 3(1).
- Umar, Husein. (2018). Desain Penelitian Manajemen Strategik. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Yanti, D. (2018). Perencanaan Prototipesistem Informasi Parawisata Berbasis Web di Kabupaten Dairi Sumatra Utara. *Khasanah Ilmu-Jurnal Parawisata dan Budaya*, 9(2). S