

Event MICE Sebagai Daya Tarik Pengunjung : Studi Kasus Bandung Investment, Agriculture, Tourism and Trade EXPO 2021

Pusphanjali ^{1,@}, Ramon Hurdawaty ^{2,@}

¹ Politeknik Sahid

² Politeknik Sahid

ARTICLE INFO

Keywords:

Tourist Attraction;

MICE Industry;

Tourism Event;

Tourist Visit

ABSTRACT

Tourism events are planning and marketing activities that are used as communication media to introduce regional potentials such as tourist destinations and their culture with the aim of attracting tourists. Such as the event held in Bandung with the theme "Bandung Investment, Agriculture, Tourism & Trade Expo (BITTRA 2021)" by PT Visi Sinergi Antarnusa. Where this event can expand marketing networks and improve the quality of regional products in Indonesia. Indonesia sees anticipating free trade, especially in the fields of investment, tourism and trade. This research aims to determine the attractiveness, perceptions of tourists, and the role of the event. The researchers used a descriptive research method with a qualitative approach. The sampling technique used purposive sampling. Collecting data through interviews with resource persons, direct observation of the event, and documentation. The results of this study state that the MICE industry can be a tourist attraction and can help the regional economy.

1. Pendahuluan

Pariwisata berkembang sangat pesat hampir di seluruh Negara. Dengan adanya pengembangan daya tarik wisata pada suatu daerah, akan membantu perekonomian masyarakat.

Daya tarik dan objek wisata dibutuhkan dalam pengembangan potensi pariwisata. Pengembangan potensi pariwisata juga mempunyai makna upaya agar lebih meningkatkan sumber daya yang dimiliki oleh objek wisata.

Pariwisata di Kota Bandung juga memiliki beranekaragam daya tarik wisata baik secara objek, lingkungan, maupun budayanya. Dengan potensi pariwisata yang sangat menjanjikan, sudah seharusnya Kota Bandung dapat menjadi pilihan destinasi wisata unggulan bagi wisatawan luar negeri maupun domestik dan juga tidak mustahil jika Kota Bandung dapat lebih dikenal oleh wisatawan baik mancanegara maupun domestik.

@ pusphanjali07@gmail.com

@ ramon.hurdawaty@polteksahid.ac.id

Dalam usaha menarik minat pengunjung diperlukan penanganan yang profesional atas sektor pariwisata terutama mengenai produk wisata yang berhubungan dengan kepuasan pengunjung.

Event pariwisata merupakan kegiatan pemasaran dengan memperkenalkan potensi daerah seperti destinasi wisata dan budayanya dengan tujuan untuk menarik minat kunjungan wisatawan, seperti yang dikemukakan oleh [Higgins \(2018\)](#) “*event tourism is ‘the systematic planning, development and marketing of planned events as tourist attractions, and for their benefits to place marketing, image-making, and development’*”.

Seperti *event* yang dilaksanakan di Bandung dengan tema “Bandung *Investment, Agriculture, Tourism & Trade Expo* (BITTRA 2021)” oleh PT Visi Sinergi Antarnusa pada tanggal 08 - 11 April 2021. Dimana *event* ini dapat meningkatkan mutu produk hasil daerah di Indonesia, dapat memperluas jaringan pemasaran serta mengantisipasi adanya perdagangan bebas, khususnya dalam bidang Investasi, Pariwisata dan Perdagangan.

Event berskala nasional, BITTRA 2021 yang diadakan oleh PT Visi Sinergi Antarnusa mendapatkan dukungan dari Kementerian Pariwisata, Kementerian Koperasi & UKM, Kementerian Perdagangan serta Kementerian Perindustrian ini diselenggarakan dengan maksud menjadi sarana bertemunya produsen dengan konsumen dimana produk yang ditawarkan adalah produk-produk inovasi dan unggulan dari daerah-daerah di Indonesia.

Event ini diadakan di beberapa kota besar seperti Bandung, Batam, Bali, Balikpapan dan Banjarmasin. Bandung merupakan kota besar dengan beragam potensi dalam bidang investasi, agrobisnis, pariwisata, dan perdagangan, sehingga terpilih menjadi lokasi pameran.

Event yang diselenggarakan di Bandung ini diikuti oleh 21 partisipan dari dinas dan instansi dengan beragam daerah, namun dalam misi yang sama yaitu agar dapat mengenalkan keunggulan, ciri khas produk, dan budaya dari daerah masing-masing. Dari *event* yang diselenggarakan 4 hari ini pun dapat mendatangkan pengunjung dengan jumlah 317 dalam sehari dan total 627 dalam 4 hari.

Dalam membangun perekonomian daerah, dibutuhkan investasi ke daerah. Untuk itu penting untuk mempromosikan potensi-potensi yang ada di suatu daerah baik dari segi investasi, agrobisnis, pariwisata, dan perdagangan. Selain itu perlu untuk mempromosikan produk ekspor secara terus menerus sehingga dapat memperlancar perdagangan barang dan jasa daerah.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti ingin mengetahui : (1) daya tarik dalam *event*; (2) persepsi pengunjung terhadap *event*; dan (3) peran dari *event* Bandung *Investment, Agriculture, Tourism & Trade Expo* (BITTRA 2021)

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, untuk memaparkan gambaran secara langsung fakta yang didapat dari narasumber dan pengalman empiris penulis selama berkunjung ke *event* “Bandung *Investment, Agriculture, Tourism & Trade Expo* (BITTRA 2021)”.

Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling. Kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini untuk dijadikan sampel yaitu pengunjung *event* BITTRA 2021 dan masyarakat Kota Bandung. Narasumber kunci dan narasumber pendukung dengan jumlah 10 orang, yang dipilih dalam penelitian ini memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Narasumber Kunci
 - a) Ada di lokasi *event* berlangsung
 - b) Sudah mengisi daftar tamu sebagai pengunjung *event*
 - c) Menyaksikan keberlangsungan *event*
2. Narasumber Pendukung
 - a) Masyarakat asli kota Bandung

- b) Mengetahui mengenai keberlangsungan *event*
- c) Bertempat tinggal disekitar lokasi *event*

Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dengan narasumber, observasi langsung ke *event* tersebut, dan dokumentasi. Metode analisis data dalam penelitian ini terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

3. Hasil dan Pembahasan Daya Tarik *Event*

Daya tarik wisata yang dimiliki oleh *event* Bandung *Investment, Agriculture, Tourism & Trade Expo 2021* yaitu dapat dilihat dari seni budaya yang ditampilkan dan berbagai produk khas dari masing-masing daerah. Selain untuk mendatangkan banyak wisatawan, masyarakat Kota Bandung akan dapat lebih mengenal budaya dan produk dari daerah lain yang bahkan tidak diketahui sebelumnya.

Hasil dari wawancara dengan Narasumber Kunci dan Narasumber Pendukung mengenai daya tarik wisata dalam *event* Bandung *Investment, Agriculture, Tourism & Trade Expo 2021*. Menurut narasumber, daya tarik dalam *event* BITTRA 2021 yang dipersiapkan oleh pengelola *event* sudah sangat maksimal dan mampu menarik lebih banyak lagi pengunjung. Seperti pagelaran seni budaya tari daerah, lalu pengenalan produk hasil dari daerah lain akan menjadi *point plus* dari *event* ini, karena dengan begitu masyarakat Bandung dapat melihat dan lebih mengetahui indahnya budaya dan olahan produk dari daerah lain. *Event* BITTRA 2021 dapat lebih mendatangkan banyak pengunjung terlebih jika tidak ada *covid-19*. Agar lebih banyak lagi masyarakat yang mengenal budaya dan produk luar daerah lain .

Menurut narasumber, dimasa pandemi ini jarang sekali menemukan *event* yang menampilkan pertunjukan seni tari seperti ini, karena di saat pandemi banyak *event* yang terpaksa dibatalkan. Lalu, pengelola *event* sangat pintar dalam memikirkan daya tarik yang harus mereka suguhkan agar mendatangkan banyak pengunjung. Dan dengan adanya pertunjukan seperti ini masyarakat daerah maupun luar daerah dapat lebih mengenal budaya lain terlebih budaya di luar pulau Jawa.

Menurut narasumber, *event* yang digelar sudah sangat mampu menjadi daya tarik bagi pengunjung, karena pertunjukan yang ditampilkan, dipersiapkan dengan sebaik mungkin oleh pengelola *event*, seperti halnya saat pertunjukan seni tari, dimana pengunjung maupun masyarakat baru mengenal bahwa setiap tariannya memiliki arti yang berbeda-beda sehingga semua masyarakat penasaran dan ingin tahu lebih dalam maksud dan tujuan dari *event* ini.

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa *event* Bandung *Investment, Agriculture, Tourism & Trade Expo 2021* yang digelar di Kota Bandung menjadi daya tarik seluruh masyarakat maupun wisatawan yang berkunjung. Oleh karena itu *event* Bandung *Investment, Agriculture, Tourism & Trade Expo 2021* merupakan kegiatan rutin Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Mengingat bahwa saat ini sedang pandemi yang mengharuskan beberapa *event* yang diselenggarakan terpaksa dibatalkan, dan hal ini juga yang membuat *event* atau industri *MICE* di Indonesia semakin menurun. Tetapi tidak dengan *event* Bandung *Investment, Agriculture, Tourism & Trade Expo 2021*, dimana *event* ini tetap digelar dengan tujuan agar *event* maupun industri *MICE* tidak mati, dan dapat meningkatkan perekonomian daerah. Selain itu agar UKM dapat tetap menjual produk-produk unggulan daerah mereka, dan membantu bisnis UKM agar semakin dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Adapun penyelenggaraan *event* ini telah menerapkan protokol kesehatan yang ketat sesuai standar CHSE (*Cleanliness, Health, Safety and Environmental Sustainability*) untuk penyelenggara, partisipan yang terlibat dan pengunjung

Gambar 1 Tari Gending Sriwijaya dari Sumatera Selatan



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2021

Dapat dilihat dari gambar di atas, Tari Gending Sriwijaya ditampilkan sebagai tari pembuka pada *event* BITTRA 2021, tarian yang berasal dari Palembang ini sebagai bentuk menerima tamu yang diagungkan dan dipersembahkan sebagai ungkapan rasa bahagia.

Gambar 2 Tari Lilin Siwa dari Sumatera Selatan



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2021

Gambar 3 Tari Panen Padi dari Sulawesi Tengah



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2021

Dari gambar di atas dapat dilihat terdapat Tari Lilin Siwa dan Tari Panen Padi, tari-tarian tersebut ditampilkan selama acara berlangsung, agar wisatawan terhibur dan lebih dapat menikmati acara.

Gambar 4 Anyaman Produk Olahan UKM Kab. Tangerang



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2021

Gambar 5 Cermin Mozaik Produk Olahan UKM Provinsi Jawa Barat



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2021

Dari gambar di atas dapat dilihat masing-masing Booth dan keunikan produk partisipan yang berasal dari Kota dan Provinsi yang berbeda dan saling berlomba dalam mengenalkan produk andalan dari daerahnya masing-masing agar lebih dikenal oleh masyarakat.

Persepsi Pengunjung

Persepsi pengunjung pada *event* Bandung *Investment, Agriculture, Tourism & Trade Expo* 2021 cukup mendapatkan banyak respon positif karena pertunjukan yang diselenggarakan berhasil memikat minat untuk berkunjung.

Hasil dari wawancara dengan Narasumber Kunci Pengunjung *Event* Bandung *Investment, Agriculture, Tourism & Trade Expo* 2021 mengenai Persepsi Pengunjung dalam *event* yang diselenggarakan oleh PT Visi Sinergi Antarnusa dapat dijelaskan berikut ini. Menurut narasumber, memang seharusnya seperti ini yang disiapkan pengelola *event*, dapat saling menguntungkan bagi pihak pengelola *event* dengan partisipan dan juga wisatawan yang berkunjung. Untuk daya tarik wisatanya sangat unik karena mengenalkan budaya dan berbagai

produk dari masing-masing daerah. Hanya saja untuk pemilihan lokasi di BTC Mall dirasa kurang tepat karena minimnya pengunjung yang datang, lebih baik jika diselenggarakan di pusat kota seperti Pasteur Mall yang sudah pasti masyarakat Kota Bandung bahkan pengunjung dari luar daerah mengetahui tempat tersebut. Karena *event* ini diselenggarakan di masa pandemi sehingga pengunjung yang datang tidak terlalu banyak.

Menurut narasumber, masyarakat menyukai konsep yang diusung oleh *event* BITTRA 2021. Karena dapat menikmati dan cuci mata melihat produk-produk unggulan daerah yang bagus, unik, dan menarik. Karena terdapat masyarakat yang sudah sampai lebih dari sekali mengikuti *event* ini, dapat diartikan bahwa masyarakat tertarik, dan oleh karena itu dapat dijadikan sebagai bukti bahwa pihak pengelola *event* berhasil membuat *event* ini menjadi daya tarik pengunjung.

Menurut narasumber, karena *event* terlihat sangat baru bagi pengunjung dan antusias pengunjung yang ramai sehingga membuat pengunjung lain merasa penasaran dan ingin ikut bergabung menikmati *event*. Dan yang berhasil mencuri perhatian pengunjung adalah pada saat sesi Talk Show pada *event* tersebut. Selain itu, dapat disimpulkan bahwa yang menarik dari *event* ini yaitu mulai dari tersusun rapinya pagelaran *event*, lalu produk olahan dari daerah-daerah, dan pertunjukan seni tarinya.

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi pengunjung terhadap *Event* Bandung *Investment, Agriculture, Tourism & Trade Expo* 2021 diketahui bahwa pengunjung merasa cukup puas dengan keunikan daya tarik yang disajikan oleh pengelola *event*. Hanya saja karena di masa pandemi saat ini masih belum bisa mendatangkan banyak pengunjung seperti tahun-tahun sebelumnya dan karena hal itu pemilihan lokasi yang sebelumnya digelar di gedung ataupun pusat kota jadi ter alihkan pada tempat yang kurang pengunjung karena sulitnya mendapat izin pagelaran di masa COVID-19.

Menurut hasil jawaban narasumber pertama penelitian yakni pengunjung *event* Bandung *Investment, Agriculture, Tourism and Trade Expo* 2021, keberadaan atau pagelaran *event* dimasa pandemi ini cukup bagus, bahkan mengalami kemajuan. Informasi kegiatan ini dapat diketahui dari berbagai media internet, dimana pengunjung dapat melihat produk-produk menarik yang dipertunjukkan dalam *event* ini serta informasi terkait lainnya. Pertunjukan dan fasilitas yang diberikan oleh pengelola *event* juga cukup menarik pengunjung. Dengan melihat beberapa pertunjukan yang diselenggarakan *event* menjadikan ketertarikan tersendiri.

Menurut narasumber, pengunjung dapat menikmati keunikan produk unggulan dari daerah lain. Selain produk terdapat juga makanan-makanan khas daerah yang dijual yang hanya bisa dinikmati jika berkunjung ke *event* ini. Strategi yang paling baik dalam mengembangkan *event* maupun industri *MICE* adalah dengan menambah kota-kota besar di Indonesia sebagai tujuan berikutnya untuk penyelenggaraan *event* agar kota lainnya dapat mengenal produk dari daerah lain dan para UKM berkesempatan mengenalkan produk mereka lebih jauh lagi.

Narasumber sudah cukup puas terhadap fasilitas yang disediakan oleh pihak pengelola *event*. Seperti fasilitas standar yakni lokasi mall yang terbilang strategis dan berada di pusat kota Bandung. Dan pertunjukan *event* semua tersusun dengan baik dan tepat waktu. Pelayanan yang dilakukan sangat baik, seperti yang dilakukan dalam bentuk spanduk dan poster-poster ketika menuju ke lokasi *event*. Hal ini merupakan salah satu media promosi kepada masyarakat atau pengunjung yang belum pernah melihat dan mengetahui pagelaran dari *event* ini.

Harapan narasumber untuk *event* Bandung *Investment, Agriculture, Tourism and Trade Expo* 2021 adalah agar dapat lebih mengembangkan produk dan *event* yang lebih menarik dan lebih baik lagi agar pengunjung maupun masyarakat merasa nyaman.

Menurut narasumber, untuk kesan pertama mengunjungi *event*, sudah cukup memberikan kesan seru dan nyaman. Agar *event* dapat berkembang lebih menarik lagi, maka lebih banyak mengadakan booth yang menjual makanan-makanan khas daerah. Kuliner merupakan bentuk promosi yang paling baik. Narasumber berharap penyelenggara dapat lebih memodifikasi

pertunjukkan *event* seperti *event-event* berskala nasional dan internasional dengan tujuan meningkatkan ekonomi dan sumber daya lokal masyarakat.

Mengenai upaya dan cara yang dilakukan untuk meningkatkan daya tarik pengunjung adalah lebih fokus dalam meningkatkan fasilitas dan keamanan seperti Mall yang lebih luas lagi ataupun gedung-gedung exhibition lainnya. Tindakan yang diambil sejauh ini untuk meningkatkan daya tarik pengunjung sangat baik. Kehadiran media sosial yang terus-menerus memposting perkembangan dapat membantu meningkatkan promosi.

Menurut narasumber, pengelola dalam meningkatkan sarana dan prasarana sudah berjalan baik. Begitu juga dari tingkat kenyamanan pengunjung dan partisipan *event* sangat baik dan aman

Peran Event

Event Bandung Investment, Agriculture, Tourism & Trade Expo 2021 mempunyai peran besar dalam meningkatkan industri MICE khususnya di Kota Bandung, tidak hanya itu saja tetapi *event* ini juga memiliki peran dalam meningkatkan kembali perekonomian dan pariwisata di Kota Bandung di era *new normal* ini. Kota Bandung sendiri memiliki potensi besar untuk meningkatkan industri MICE dengan tersedianya fasilitas, sarana dan prasarana yang memadai untuk kegiatan MICE.

Hasil dari wawancara dengan Narasumber Kunci mengenai peran *event* Bandung *Investment, Agriculture, Tourism & Trade Expo 2021*. Menurut narasumber, keinginan untuk berkesinambungan dan bersinergi dengan pemerintah dan diundang dalam acara ini. Mereka berharap dalam acara ini akan mendapatkan timbal baliknya untuk Usaha Kecil Menengah dan dinas dan bisa merangkul semua UKM, terlebih UKM-UKM yang naik kelas dan yang benar-benar produk unggulan agar para UKM ini dapat disediakan pasar dan dibantu permodalan, karena SDM dan modal menjadi faktor kelemahan para UKM.

Menurut narasumber, *event* ini sangat berperan penting dalam membantu peningkatan perekonomian, terlebih dimasa pandemi seperti saat ini. Tidak hanya itu, dengan digelarnya *event* ini tentu sangat membantu penjualan produk UKM yang mungkin dimasa ini sangat susah dalam mengenalkan dan menjual produk-produk daerah terhadap masyarakat sekitar maupun masyarakat luar daerah dan berharap bahwa *event* ini dapat diterima baik dan didukung penuh oleh masyarakat dan pengunjung agar ke depannya *event* ini masih dapat tetap berlanjut membantu UKM untuk mengenalkan produk daerah mereka.

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa peran *event* Bandung *Investment, Agriculture, Tourism & Trade Expo 2021* ini memberi peluang dan menyediakan tempat sebagai media promosi agar dinas daerah dan para pebisnis UKM dapat mengenalkan produk-produk unggulan yang mereka miliki ke masyarakat luas. Dengan begitu, semakin banyaknya masyarakat yang mengetahui produk mereka sehingga membantu penjualan. *Event* yang diselenggarakan di Indonesia berdampak positif terhadap destinasi penyelenggara *event*, baik dari segi ekonomi, sosial dan budaya. Namun belum banyak penelitian yang fokus meneliti dampak dari terselenggaranya *event* di Indonesia.

4. Kesimpulan

Daya Tarik Wisata *Event* Bandung *Investment, Agriculture, Tourism & Trade Expo 2021* keunikan dari *event* yang berada di Kota Bandung adalah dengan digelarnya seni budaya tarian daerah dan keunikan produk olahan luar daerah yang membuat seluruh pengunjung maupun masyarakat yang berada di lokasi *event* ini berlangsung dapat ikut mengenal, menikmati, dan ikut serta dalam penyelenggaraan *event* Bandung *Investment, Agriculture, Tourism & Trade Expo 2021* sehingga *event* ini memiliki keunikan daya tarik tersendiri dengan *event* MICE yang lainnya sehingga *event* ini dapat terus digelar tahunan untuk membantu UKM mengenalkan dan menjual produk dari daerahnya.

Persepsi Pengunjung selama *event* berlangsung memberikan respon yang positif bagi pengelola maupun partisipan dalam *event* ini, karena pertunjukan yang diselenggarakan mampu menarik para wisatawan berkunjung. Selain itu, tidak sedikit pengunjung yang mengharapkan agar *event* ini terus berlanjut dan dapat lebih mengenalkan banyak budaya dan produk dari daerah lain dan sehingga lebih dapat meningkatkan perekonomian daerah.

Peran *Event* dalam *event* Bandung *Investment, Agriculture, Tourism & Trade Expo 2021* ini mempunyai peran besar dalam meningkatkan industri *MICE* khususnya di Kota Bandung, tidak hanya itu saja tetapi *event* ini juga memiliki peran dalam meningkatkan kembali perekonomian dan pariwisata di Kota Bandung di era *new normal* ini. Selain itu, tentunya *event* ini juga berperan penting dalam memberi peluang dan menyediakan tempat sebagai media promosi agar dinas daerah dan para pebisnis UKM dapat mengenalkan produk-produk unggulan yang mereka miliki ke masyarakat luas.

Daftar Pustaka :

Article :

- Hartono, N. A., Dida, S., & Hafiar, H. (2016). Pelaksanaan Kegiatan *Special Event* Jakarta Goes Pink Oleh *Lovepink* Indonesia. *Jurnal Komunikasi*. 2 (X), 161-172.
- Kusuma, C. S. (2019). *MICE - Masa Depan Bisnis Pariwisata Indonesia*. *Jurnal Efisiensi - Kajian Ilmu Administrasi*, XVI, 56-62.
- Titus, I. (2015). Potensi Industri *MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition)*. *Jurnal Ilmiah WIDYA*, (3), 80-87.

Book :

- Arjana, I. G. (2015). *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta : PT Raja Grafindo.
- Fitrah & Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
- Getz, D. (2007). *Event Studies : Theory, Research, and Policy for Planned Events*. Britania: Butterworth - Heinemann.
- Getz, D. (2008). *Event Tourism : Definition, Evaluation, and Research*. (Vol. 29). Britania: Butterworth - Heinemann.
- Higgins, F. (2018, August). *Event Tourism and Event Imposition: A Critical Case Study From Kangaroo Island, South Australia*. *Tourism Management*, 29, 73.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT Grasindo.
- Kesrul, M. (2004). *Meeting, Incentive Trive, Conference, Exhibition*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Noor, A. (2009). *Management Event*. Bandung: Alfabeta.
- Paturusi, S. A. (2008). *Perencanaan Kawasan Pariwisata*. Denpasar: Press UNUD.
- Pendit, N. S. (1999). *Ilmu pariwisata sebuah pengantar perdana*. Jakarta : Akademi Pariwisata Trisakti.
- Robbins, Stephen P. 2003. *Perilaku Organisasi Jilid 1*. Edisi 9. Penerjemah Tim Indeks. Jakarta : PT. Indeks, Gramedia Grup.
- Sabri, Alisuf. (1993). *Pengantar Psikologi Umum & Perkembangan*, Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif*. Bandung: ALFABETA.
- Sumarsono, D. (2019). *Winning Competition : Wawasan Baru, Market Baru, Cara Baru & Strategi Baru Menciptakan Capital Gain Yang Tinggi, Profit Optimal, dan Berkelanjutan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Zaenuri, M. (2012). *Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah : Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: e-Gov.