

## **Strategi Pengembangan Obyek Pariwisata Alam Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus di Obyek Wisata Baturraden Kabupaten Banyumas)**

**Tita Sobariah**

Mahasiswa Program Studi Magister Administrasi Publik, FISIP, Universitas Jenderal Soedirman  
Email: titaskoswara@gmail.com

### **Abstrak**

Pengembangan pariwisata merupakan hal yang penting, seperti halnya obyek wisata Baturraden yang memiliki tingkat kunjungan paling tinggi di Kabupaten Banyumas dan pesatnya peningkatan kunjungan wisatawan setiap tahunnya. Sektor pariwisata merupakan sektor potensial di Kabupaten Banyumas, tetapi pengembangan obyek wisata Baturraden belum maksimal, seperti masih kurangnya lahan parkir dan jalan raya yang sempit serta kurangnya atraksi wisata yang disuguhkan, sehingga perlu adanya strategi yang tepat dalam pengembangannya. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis strategi pengembangan pariwisata obyek wisata Baturraden. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi, dokumentasi dan *Focus Group Discussion* (FGD). Metode analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT. Lokasi penelitian di obyek wisata Baturraden. Hasil penelitian memperoleh analisis strategi agresif atau gabungan S-O (*strenght-opportunities*), yang terdiri dari beberapa strategi yang pertama adalah strategi promosi yaitu meningkatkan promosi pariwisata yang belum maksimal dalam memanfaatkan teknologi informasi yang dapat dijangkau luas. Yang kedua strategi pengembangan melalui peningkatan kualitas produk wisata, terutama dalam mengemas budaya dan atraksi wisata secara rutin untuk menambah daya tarik wisata. Dan yang ketiga adalah strategi mempertahankan kearifan lokal yaitu keramahan masyarakat agar dapat menciptakan pengalaman baik bagi wisatawan.

**Kata Kunci: Kunjungan, Pariwisata, Pengembangan, Strategi, Analisis SWOT**

### **Abstract**

The development of the tourism is very important, especially for Baturraden tourism objects which have the highest level of visits in Banyumas Regency and the rapid increase in tourist visits each year. The tourism sector is a potential sector in Banyumas Regency, but the development of baturraden tourism objects has not been maximized, such as the lack of parking lots, narrow and steep highways and the lack of tourist attractions that are served, so that tourism development effort needs to be done with and appropriate strategy. The purpose of this study was to analyze the development strategy of Baturraden tourism. The research method used in this study is a qualitative method. Data collection is collecting by in-depth interviews, observation, documentation and Focus Group Discussion (FGD). Data analysis method used SWOT analysis. The location of this research was conducted in Baturraden tourism object. The results of this study using aggressive strategies or using a combination of S-O strategy (*strength-opportunities*), which consists of several strategies, the first is a promotion strategy that is increasing tourism promotion that has not been maximized in utilizing digital information technology that can be reached both nationally and internationally. The second is a development strategy that is improving the quality of tourism products especially in packaging culture and tourism attractions Banyumas Regency routinely continuously to add to the visitor's experience and attractiveness. And the third is a strategy of maintaining local wisdom that can be used make a good experience in order.

**Keywords: Visit, Tourism, Development, Strategy, SWOT Analysis**

## PENDAHULUAN

Pariwisata dapat dianggap sebagai suatu industri yang menyerap banyak devisa bagi suatu negara. Pariwisata adalah suatu industri yang menyerap banyak tenaga kerja, mendorong pemerataan pembangunan nasional, serta dapat meningkatkan perekonomian bagi suatu wilayah akibat dari *mulltiplier effect* yang ditimbulkan dari kedatangan wisatawan ke suatu daerah sehingga dapat meningkatkan perekonomian dan meningkatkan kesejahteraan. Tomic dan Bozic (2015:15) mengemukakan bahwa dalam beberapa dekade terakhir, pariwisata telah memberikan peluang bagi banyak kota untuk memperbaiki ekonomi mereka yang menurun.

Harcombe (2001: 1) menyampaikan bahwa dampak ekonomi pariwisata menguntungkan terutama untuk devisa, penciptaan pekerjaan baru dan kesempatan kerja, stimultan perdagangan, pendapatan dan kewirausahaan terutama di sektor jasa dan usaha kecil, penyediaan infrastruktur baru yang tersedia untuk penggunaan non-pariwisata, peningkatan pembangunan daerah khususnya di daerah-daerah terpencil, pendapatan pajak yang lebih besar yang memungkinkan pengeluaran pemerintah yang lebih besar atau pengurangan pajak atas kegiatan-kegiatan lain dan adanya efek pengganda (*multiplier effect*).

Banyak sekali sektor pariwisata di Indonesia yang dapat digali. Salahsatunya adalah Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah yang memiliki potensi pariwisata yang cukup banyak. Kabupaten Banyumas memiliki banyak potensi wisata baik itu wisata Alam, Wisata Seni, Wisata Sejarah dan Wisata Religi. Sektor pariwisata di Kabupaten Banyumas merupakan sektor potensial di Kabupaten banyumas dan dapat menyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Banyumas. Berikut disajikan tabel kontribusi sektor pariwisata di Kabupaten Banyumas terhadap PAD :

Tabel 1. Rekapitulasi Pendapatan Obyek Wisata Kabupaten Banyumas

Tahun	Rekapitulasi Pendapatan Obyek Wisata Kabupaten Banyumas
2014	5,514,376,581
2015	9,113,917,212
2016	9,558,451,400
2017	10,765,252,862
2018	11,270,522,965

Sumber : Dinporabudpar Kabupaten Banyumas, 2018

Obyek wisata alam di Kabupaten Banyumas salahsatunya adalah obyek wisata Baturraden yang merupakan salahsatu obyek wisata unggulan di Kabupaten Banyumas dengan tingkat kunjungan tertinggi. Dibawah ini terangkum rekapitulasitingkat kunjungan wisatawan ke obyek wisata Baturraden dari Tahun 2014-2018.

Tabel 2. Rekapitulasi Tingkat Kunjungan Obyek Wisata Baturraden

Tahun	Tingkat Kunjungan Obyek Wisata Baturraden
2014	384.012
2015	461.450
2016	537.984
2017	633.420
2018	715.663
Total	2.732529

Sumber : Dinporabudpar Kabupaten Banyumas, 2018

Dari tabel di atas, dari Tahun 2014 sampai dengan 2018 mampu menarik wisatawan setiap tahunnya, dan rata-rata peningkatannya kurang lebih sekitar 100.000 orang setiap tahun, yang pada tahun 2018 mencapai 715.663 orang pengunjung, hal ini menjadi data pendukung bahwa obyek wisata Baturraden merupakan obyek wisata unggulan di Kabupaten Banyumas.

Permasalahan yang terjadi di lapangan sesuai observasi peneliti menunjukkan sarana dan prasarana kurang memadai seperti jalan raya yang sempit, kurangnya lahan parkir, kurangnya promosi wisata yang dilakukan oleh Dinporabudpar yang ditunjukkan dengan tidakkurang dikelolanya website Dinporabudpar, kurangnya pengemasan inovasi produk wisata dan atraksi wisata yang disuguhkan kepada para wisatawan dan adanya ancaman seperti dibukanya obyek wisata baru milik swasta di Kabupaten Banyumas. Maka dari itu, perlu adanya strategi pengembangan agar obyek wisata Baturraden tetap menjadi obyek wisata pilihan masyarakat.

Dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gilani dan Monsef (2017) membahas mengenai strategi pengembangan halal di Provinsi Gilan, dan menghasilkan defensif strategi dengan berani mengembangkan pariwisata halal. Penelitian lain dilakukan oleh Formica dan Kothari (2008) membahas mengenai pendekatan baru untuk mencari kekuatan pariwisata di masa depan agar dapat bertahan di industri pariwisata yang akan banyak pesaing yang dilakukan di tristate Pennsylvania, New Jersey dan hasil penelitian menghasilkan strategi proaktif bagi kawasan wisata tersebut. Adapun penelitian Proda (2017) yang membahas mengenai strategi pengembangan sektor pariwisata yang disiapkan pemerintah Albania dalam pembangunan ekonomi dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan yang berkelanjutan dan pengembangan strategi pariwisata membuat jumlah wisatawan Internasional meningkat pesat. Penelitian Nowacki (2018) membahas pula mengenai strategi pengembangan pariwisata di Polandia dalam konteks perencanaan strategis, partisipasi *stakeholder*, dan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan dan hasil penelitian ini membahas bahwa domain dengan nilai tertinggi dari strategi pengembangan wisata adalah indikator perencanaan strategis dan implementasi, pemantauan dan evaluasi. Penelitian lain

dilakukan oleh Angeloni (2013) membahas rencana strategis baru untuk perkembangan ekonomi dan budaya Italia dalam rangka meningkatkan daya saing pariwisata dan hasil yang diperoleh mengungkapkan bahwa Italia belum mampu memanfaatkan kekayaan secara ekonomi dan gagal memenuhi tantangan globalisasi. Shilibekova (2016) meneliti hal yang sama yaitu mengenai perencanaan strategis dan metodologi pemasaran yang dilakukan di Kazakhstan yang memperoleh hasil bahwa pengembangan strategi pemasaran dapat dicapai menggunakan informasi dan teknologi komputer dan pemodelan matematika. Penelitian lain dilakukan oleh Racasan (2016) yang membahas mengenai strategi pengembangan pariwisata di wilayah Utara-Timur Rumania, hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi pengembangan kesehatan dapat ditonjolkan untuk pengembangan pariwisata di wilayah Utara-Timur Rumania.

Bizan (2011) dalam penelitiannya membahas pengembangan model perencanaan pemasaran pariwisata dengan menggunakan tahapan pencarian strategi *market leader*, *market follower*, *market challenger* dan *niche marketer* dan hasil dari penelitian ini ditemukan pendekatan strategi baru di Libya harus komprehensif dan terintegrasi dalam kebijakan sosio-ekonomi dan politik negara serta lingkungan alam dan sosio-budaya. Penelitian Nair dan Amresh (2016) membahas mengenai analisis SWOT yang dilakukan di hotel-hotel di India, dan hasil yang diperoleh adalah kurangnya pemegang saham untuk industri hotel di India dan rancangan yang disusun dalam penelitian ini dirancang untuk manajemen staf dan pengembangan Industri. Penelitian lain dilakukan oleh Tarasionak (2014) membahas mengenai perencanaan strategis bagi 17 tujuan wisata yang telah berkontribusi pada sistem organisasi pariwisata di Belarus, penelitian ini memperoleh hasil bahwa aktivasi proses organisasi industri pariwisata dapat dicapai di beberapa daerah berdasarkan prinsip-prinsip kerjasama bisnis pariwisata, organisasi ekowisata berkelanjutan dan dorongan pertumbuhan kompetensi di sektor pariwisata.

Sementara tulisan ini akan membahas mengenai pengembangan obyek wisata Baturraden dengan membahas lingkungan internal dan eksternal dari obyek wisata Baturraden untuk mencari strategi alternatif bagi obyek wisata Baturraden. Untuk melakukan pengembangan pariwisata di obyek wisata Baturraden diperlukan strategi dan analisis agar sesuai dengan kebutuhan. Sudah seharusnya semua pihak terlibat seperti bidang pariwisata, bidang kebudayaan dan sumber daya Dinporabudpar Kabupaten Banyumas juga UPT obyek wisata Baturraden dalam penyusunan program dan strategi pengembangan pariwisata khususnya untuk obyek wisata Baturraden yang merupakan destinasi wisata unggulan di Kabupaten Banyumas.

## TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka yang akan di bahas dalam tulisan ini mengenai definisi strategi pengembangan pariwisata dan model strategi pengembangan pariwisata yang digunakan dalam penelitian.

### **Model Strategi Pengembangan Pariwisata**

Menurut Rangkuti (2005:3) mengatakan bahwa strategi adalah alat untuk mencapai tujuan. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa strategi salahsatu hal dibutuhkan untuk menciptakan atau mengembangkan sesuatu agar diketahui lebih dalam mengenai keunggulan bersaing suatu produk, jasa ataupun tempat wisata agar dapat bersaing di masyarakat dan menciptakan daya tarik .Seperti yang dikemukakan oleh Rangkuti (2005:3) bahwa strategi dilakukan untuk mengatasi ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada.

Pengembangan pariwisata dikemukakan oleh Afrodita (2016: 332) bahwa upaya dalam pengembangan pariwisata dapat mengarah pada perbaikan infrastruktur dan menyediakan fasilitas yang berguna bagi masyarakat setempat maupun untuk wisatawan. Maka dari itu, strategi pengembangan pariwisata merupakan suatu alat yang mencakup suatu cara dan proses untuk memajukan pariwisata yang didalamnya terlibat hubungan dari interaksi wisatawan, bisnis dan pemerintah serta masyarakat untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam melaksanakan fungsi dan peranannya dalam strategi pengembangan pariwisata daerah, pemerintah daerah harus melakukan analisis terhadap faktor ancaman eksternal dan peluang yang ada untuk memaksimalkan potensi obyek wisata dan mencapai tujuan yang diharapkan.

Alasan penggunaan analisis SWOT di dalam penelitian ini adalah dapat dilakukannya analisis mendalam mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman serta keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh obyek wisata Baturraden yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi internal, serta analisa mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi eksternal perusahaan. Analisis SWOT terdiri dari 4 komponen yaitu Strength (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunity (peluang) dan Treath (Ancaman). Terdapat beberapa tahap untuk menentukan strategi, menurut Rangkuti (2005:21) tahap-tahap tersebut sebagai berikut (1) Tahap pengumpulan data, yang terdiri dari evaluasi faktor eksternal, evaluasi faktor internal dan matrik profil kompetitif. (2) Tahap analisis, yang terdiri dari beberapa pilihan, yaitu Matrik TOWS, Matrik BCG, Matrik Internal Eksternal, Matrik Space, Matrik Grand Strategy dan (3) Tahap pengambilan keputusan yaitu matrik perencanaan strategi. Dari tahapan penentuan strategi tersebut, dapat diketahui bahwa analisis SWOT harus dilakukan secara bertahap untuk menemukan secara mendalam strategi yang tepat diterapkan bagi sebuah perusahaan atau obyek pariwisata. Diawali dengan mengkaji lebih dalam kekuatan internal, kelemahan internal, peluang eksternal dan ancaman eksternal.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Adapun fokus penelitiannya yaitu menganalisis strategi pengembangan obyek wisata Baturraden dengan menganalisis faktor internal dan faktor eksternal obyek wisata baturraden. Lokasi penelitian adalah di kawasan obyek wisata Baturraden. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Adapun sumber data diperoleh dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi dan FGD (Focus Group Dsicussion). Sasaran penelitian ini adalah Kepala Dinporabudpar Kabupaten Banyumas, Kepala Seksi Bidang Pariwisata Dinporabudpar Kabupaten Banyumas, Kepala Sub Bagian TU UPT obyek wisata Baturraden, Ketua Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Kabupaten Banyumas, pengunjung dan pedagang di sekitar kawasan wisata obyek wisata Baturraden dan pihak-pihak yang menunjang dalam penelitian ini. Berdasarkan data yang berhasil ditemukan dan dikumpulkan di lapangan, selanjutnya peneliti melakukan analisis data menggunakan analisis SWOT dengan mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal obyek wisata Baturraden.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dari penelitian ini adalah beberapa strategi yang direkomendasikan bagi obyek wisata Baturraden dengan menganalisis lingkungan internal dan eksternalnya dan di analisis melalui matrik SWOT.

### **Faktor Internal dan Eksternal Obyek Wisata Baturraden**

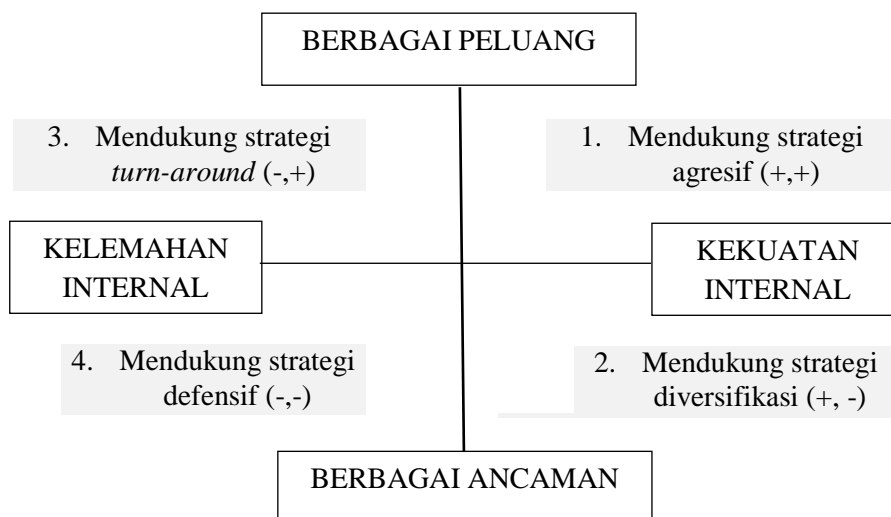
Faktor internal adalah faktor-faktor yang merupakan daya tarik wisata yang meliputi kekuatan dan kelemahan dalam menarik wisatawan di obyek wisata Baturraden. Faktor internal berasal dari lingkungan obyek wisata Baturraden yang terdiri dari kualitas sumber daya manusia, promosi kepariwisataan, otonomi organisasi, sarana dan prasana, dan budaya organisasi. Faktor internal obyek wisata Baturraden terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang ditemukan di lapangan. Faktor eksternal adalah faktor-faktor yang merupakan daya tarik wisata yang meliputi peluang an ancaman dalam menarik wisatawan di obyek wisata Baturraden. Faktor eksternal berasal dari luar lingkungan obyek wisata Baturraden yang terdiri dari sosial-ekonomi masyarakat, sumber daya alam, budaya dan atraksi isata dan kebijakan pemerintah.

### **Strategi Pengembangan Obyek Wisata Baturraden**

Berbagai alternatif strategi pengembangan dapat dirumuskan berdasarkan model analisis Matrik SWOT. Strategi pengembangan tersebut didasarkan pada kombinasi antara strength (kekuatan), weakness (kelemahan), opportunity (peluang) dan threats (ancaman). Adapun Matrik SWOT untuk pengembangan obyek wisata Baturraden adalah seperti yang disajikan dalam tabel Matrik SWOT. Dari perhitungan Matrik SWOT dapat diperoleh hasil

bahwa Total skor IFAS positif lebih cenderung terhadap kekuatan yang ada, yang didapat dari hasil penjumlahan antara kekuatan dengan kelemahan yang terjadi di obyek wisata Baturraden, yaitu  $IFAS = (2,06 + (-0,86)) = 1,20$  (Positif), sementara untuk total skor antara peluang dan ancaman, dihasilkan total skor yang lebih cenderung kepada peluang yang ada di obyek wisata Baturraden yaitu  $EFAS = (1,96 + (-0,62)) = 1,34$  (Positif). Dari hasil perhitungan bobot dan rating Internal Factor Analysis Strategy (IFAS) dan Eksternal Factor Analysis Strategy (EFAS), dapat disimpulkan bahwa angka IFAS lebih cenderung ke kekuatan yaitu positif, dan EFAS lebih cenderung ke peluang yaitu positif. Jadi posisi akhir total skor total IFAS dan EFAS, berada pada posisi kuadran I, strategi ini dikenal dengan strategi agresif yang menggunakan kombinasi kekuatan dan peluang yang ada. Adapun model yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

Gambar 1. Model Analisis SWOT



Sumber: Rangkuti (2005: 19)

Dari teknik analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Total skor IFAS positif lebih cenderung terhadap kekuatan yang ada, yang didapat dari hasil penjumlahan antara kekuatan dengan kelemahan yang terjadi di obyek wisata Baturraden, yaitu  $IFAS = (2,06 + (-0,86)) = 1,20$  (Positif), sementara untuk total skor antara peluang dan ancaman, dihasilkan total skor yang lebih cenderung kepada peluang yang ada di obyek wisata Baturraden yaitu  $EFAS = (1,96 + (-0,62)) = 1,34$  (Positif). Dari hasil perhitungan tersebut angka IFAS lebih cenderung ke kekuatan yaitu positif, dan EFAS lebih cenderung ke peluang yaitu positif. Jadi posisi akhir total skor total IFAS dan EFAS, berada pada posisi kuadran I, strategi ini dikenal dengan strategi agresif yang menggunakan kombinasi kekuatan dan peluang yang ada. Maka, strategi yang digunakan adalah strategi agresif dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada atau menggunakan strategi S-O (strength-opportunities).

Berdasarkan kombinasi alternatif di atas, maka strategi pengembangan obyek wisata Baturraden adalah strategi agresif yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi pengembangan dan peningkatan kualitas produk wisata seperti pengemasan secara menarik atraksi wisata dan kebudayaan khas Kabupaten Banyumas seperti kentongan, ebeg, wayang dan tari lengger yang di sajikan secara berkelanjutan dengan jadwal tertentu dan diketahui oleh wisatawan agar menambah daya tarik wisata dan lama berkunjung di Kabupaten Banyumas, seperti contohnya di GWK Bali yang menyuguhkan tari kecak, barong dan lain sebagainya dengan jadwal tetap yang bisa dinikmati oleh wisatawan setiap harinya. Strategi mempertahankan kearifan lokal yaitu keramahan masyarakat sekitar sebagai suatu kekuatan agar wisatawan nyaman dan senang ketika berkunjung ke obyek wisata Baturraden.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengembangan pariwisata di obyek wisata Baturraden, diperoleh kesimpulan dari analisis matrik SWOT yang telah dilakukan, strategi yang didapatkan dalam penelitian ini adalah strategi agresif yang dapat menggunakan kekuatan dengan peluang yang ada atau menggunakan strategi S-O (strenght-opportunities). Terdapat beberapa strategi S-O (strenght-opportunities). yang dapat di implementasikan untuk pengembangan pariwisata di obyek wisata Baturraden, diantaranya (1) strategi promosi, yaitu meningkatkan promosi pariwisata, dalam promosi Dinporabudpar Kabupaten Banyumas belum maksimal dalam hal melakukan promosi pariwisata, khususnya dalam memanfaatkan teknologi informasi yang saat ini telah berkembang, yang tentunya akan mendapatkan hasil maksimal berkat sebaran informasi yang luas secara digital baik taraf Nasional maupun Internasional. (2) Strategi pengembangan yang mencakup peningkatan kualitas produk wisata dari obyek wisata Baturraden, terutama dalam menonjolkan budaya dan atraksi wisata Kabupaten Banyumas, yang dapat dikemas secara rutin terus menerus untuk menambah pengalaman wisata bagi wisatawan dan sebagai daya tarik wisata dan (3) Strategi mempertahankan kearifan lokal dengan mempertahankan keramahan masyarakat sekitar yang dapat dijadikan kekuatan bagi obyek wisata Baturraden agar dapat menciptakan kenyamanan bagi setiap pengunjung yang datang dan membuat pengalaman baik agar dapat memenuhi unsur sapta pesona pariwisata yang terdiri dari aman, nyaman, bersih, sejuk, indah, ramah tamah dan kenangan.

## **Saran**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang diberikan dalam rangka upaya mengatasi masalah dan pelaksanaan strategi adalah sebagai berikut (1) Meningkatkan strategi promosi dengan cara memanfaatkan teknologi informasi yang telah berkembang,



seperti menggunakan youtube untuk promosi video wisata, memaksimalkan penggunaan Website Dinporabudpar untuk update informasi wisata di Kabupaten Banyumas, menggunakan Facebook dan Instagram yang mudah di akses oleh masyarakat dalam melakukan promosi dan memperbaharui informasi wisata di Kabupaten Banyumas dan (2) Mengaplikasikan strategi pengembangan dan peningkatan kualitas produk wisata dengan melakukan kerjasama dengan masyarakat dalam penyelenggaraan event yang lebih inovatif, dan membuat jadwal pertunjukkan harian atau mingguan atraksi wisata khas Kabupaten Banyumas yang dapat diselenggarakan bagi pengunjung di obyek wisata Baturraden untuk menambah daya tarik wisata.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afrodita, Borma. 2016. Tourism-As a Development Strategy. *Journal of Economic Literature*: 332-336.
- Bizan, Haitam. 2011. A New Strategic Approach For Tourism Planning And Marketing In Libya. *Journal of Strategic Management*: 1-9
- Brock, M David. 2003. Autonomy of Individuals and Organizations: Towards a Strategy Research Agenda. *International Journal of Business and Economics*: Vol 2, No. 1: 57-73
- Formica, S and Tanvi, Kothari. 2008. Strategic Destination Planning: Analyzing the Future of Tourism. *Journal of Travel Research*: 355-367.
- Gilani, Maryam and Seyed, Monsef. 2017. Strategic Planning for Halal Tourism Development in Gilan Province. *Iranian Journal of Optimization*, Vol. 9 (1): 49-55.
- Harcombe, David. 2001. The Economic Impacts of Tourism. *Journal of Public Administration*: 10-22.
- Nair, C Kiritharan dan P, Amresh. 2016. Development of Strategic Plan for Hotel Industries through Swot Analysis. *International Journal of Mechanical Engineering*. Vol 3 (3): 1-10
- Needle, David. 2004. *Business in Context: An Introduction to Business and Its Environment*.
- Nowacki, Marek. et.al. 2018. Strategic planning for sustainable tourism development in Poland. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*: 745-2627.
- Proda, Olta. 2017. Tourism Development Strategy and Its Impact in Number of Tourists and Albania Economy. *International Journal of Economic and Business Administration*. Vol. 3 (5): 38-44
- Racasan, Bianca. 2016. The Tourism Development Strategy Of The North-East Region Of Romania. Myth Or Reality?. *Romanian Review of regional Studies*. Vol. 12 (1): 121-134.
- Rangkuti, F.2005. Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Shilibekova, Balzhan. 2016. Ways to Improve Strategic Planning within the Tourist Industry (in the Case Study of the Republic of Kazakhstan). *International Journal of Environmental & Science education*. Vol. 11 (11): 4205-4217.

Tarasionak, A. 2014. Strategic Planning Of Tourist Destinations: New Approach Towards Territorial Organization Of Tourism In Belarus: 25-36.

Tomic, Nemanja and Sanja, Bozic. 2015. Factors Afecting City Destinantion Choice Among Young People In Serbia. *Journal Of Tourism- Strudies and Research in Tourism*, Vol. 1(19): 15-22