

Peran Pemerintah Dalam Pengembangan Wisata Alam Melalui *Destination Management Organization* di Kawasan Wisata Sirah Kencong Kabupaten Blitar Jawa Timur

Fitria Earlike Anwar Sani^{1)*}, Alwin Lasarudin²⁾

¹⁾Dosen Program Diploma Kepariwisataaan Unmer Malang, ²⁾Dosen Program Diploma
Kepariwisataaan Unmer Malang

*earlike.sani2000@gmail.com (Correpondence Author)

CHRONICLE

Abstract

Keywords:
Wisata Alam, *Destination*
Management Organization,
Sirah Kencong

This research was conducted to determine the role of local governments to develop of natural tourism in Sirah Kencong Tourism, Blitar East Java. District of Blitar. The method used in this study is a quantitative method using Binomial analysis. This study uses six Destination Management Organization role variables, which were given to the managers of the Sirah Kencong Tourism Area consisting of thirty respondents. The results in this study indicate that product development and public relations are considered to be still not good so the development of this region has not been successful. It takes the role of the private sector, the community and academics in managing this nature tourism area in a professional manner by carrying out all the roles of the Destination Management Organization to make tourism products so it make the Sirah Kencong Tourism Area as the superior natural tourism in Indonesia.

PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi salah satu entitas untuk mengenalkan suatu negara ke dunia internasional. Pariwisata juga dapat menjadi salah satu pintu masuk untuk menambah sumber devisa sebuah negara, diantaranya negara Thailand, Filipina, Singapura, Korea Selatan, Hawaii, Galapagos, Kepulauan Karibia dan salah satunya Indonesia. Selain itu, melalui bisnis kepariwisataan juga dapat memperluas kesempatan usaha dan memberikan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat sekitar kawasan wisata.

Pada negara-negara maju, industri pariwisata juga merupakan bagian dari kebutuhan hidup, sehingga mereka melakukan perjalanan wisata untuk mencari relaksasi, kesehatan fisik dan psikis, rasa ingin tahu, mengunjungi sahabat atau keluarga, mencari pengalaman dan hiburan. Dengan demikian, aktivitas pariwisata dapat membantu untuk melepaskan segala kelelahan dan rasa bosan akibat dari rutinitas harian mereka.

Kabupaten Blitar merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur, Indonesia yang terletak di lereng Gunung Kelud dan berbatasan langsung dengan Samudra Hindia sehingga membuat daerah ini memiliki potensi dasar sebagai destinasi wisata alam yang dapat diandalkan. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, Kabupaten Blitar masuk dalam Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN) dan Program Nasional Pengembangan Wisata Alam. Oleh sebab itulah Kabupaten Blitar fokus dalam pengembangan wisata alam. Secara umum, Kawasan Wisata Sirah Kencong mempunyai berbagai macam jenis daya tarik wisata yang terdapat dalam satu kawasan, sehingga disukai wisatawan. Berdasarkan pengamatan di lapangan, destinasi wisata alam tersebut banyak dikunjungi wisatawan dari berbagai kalangan umur dan profesi. Bahkan, Kawasan Wisata Sirah Kencong Blitar merupakan sepuluh destinasi wisata alam terbaik di Provinsi Jawa Timur (Jatimtimes.com, 2019).

Dalam pengembangan suatu daerah atau kawasan menjadi sebuah destinasi pariwisata tentu harus didukung dengan sumber daya manusia yang memadai baik secara kualitas maupun kuantitas. Sumber daya manusia diakui sebagai salah satu komponen yang sangat penting dalam pembangunan pariwisata (Pitana dan Diarta, 2007: 72). Selain itu peran pemerintah, bagaimana memotivasi atau mendorong Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) serta masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam mengembangkan kepariwisataan di lokasi tersebut.

Sasaran pembangunan pariwisata pada dasarnya adalah untuk meningkatkan status pariwisata dari sub sektor pembangunan menjadi sektor pembangunan andalan yang mampu menggiatkan perekonomian dan sektor-sektor lain yang terkait. Sebagai suatu industri jasa, pariwisata diharapkan dapat berfungsi sebagai agen dalam pembangunan (Yoeti, 2008:35).

Weaver dan Opperman (dalam Pitana, 2005: 44), mengemukakan bahwa perencanaan pengembangan dan pemasaran suatu destinasi wisata memerlukan kerjasama dan koordinasi berbagai pihak pejabat pemerintah, perencanaan fisik, arsitek, analisis financial, investor, pakar ekonomi, sosiolog, arkeolog dan elemen yang terkait di dalamnya.

Kawasan Wisata Sirah Kencong memiliki banyak potensi dalam satu kawasan diantaranya terdapat beberapa air terjun, perbukitan, perkebunan teh dan kopi, serta

peternakan sapi perah. Banyaknya potensi membuat kawasan wisata alam ini menjadi primadona dan sebagai prioritas untuk dikembangkan. Walaupun kawasan wisata alam ini memiliki banyak potensi namun kawasan wisata alam ini sulit untuk berkembang karena pemerintah daerah belum mengelola secara tepat (jatim.com, 2017).

Pengembangan Kawasan Wisata Sirah Kencong memerlukan strategi yang terencana dari pemerintah daerah dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan untuk mengelola secara profesional (jatim.com, 2017). Melalui pertimbangan potensi dan kendala pengembangan Kawasan Wisata Sirah Kencong, maka perlu dilakukan penelitian ini untuk memberikan masukan pada pemerintah daerah dalam pengembangan wisata alam dengan menerapkan pengelolaan yang profesional melalui *Destination Management Organization* guna meningkatkan daya tarik wisata.

KAJIAN LITERATUR

Wisata alam merupakan salah satu jenis wisata yang menjadi tren saat ini karena memiliki manfaat kesehatan dan memiliki kontribusi langsung ke fungsi sistem saraf sehingga dapat melepaskan stres. Selain itu, atraksi wisata alam dapat mengarah pada pemenuhan kebutuhan hirarkis yang lebih tinggi dalam spiritualitas, kesejahteraan spiritual dan masalah spiritual (Heintzman, 2000).

Salah satu jenis wisata alam adalah wisata pegunungan. Wisata alam pegunungan memiliki modal daya tarik yang sangat kuat bagi arus wisatawan internasional dan mewakili sekitar 20 persen dari pendapatan pariwisata global tahunan. Meskipun menawarkan berbagai macam kegiatan di destinasi wisata alam pegunungan, namun sejak beberapa dekade mengalami stagnansi. Tren negatif ini mempengaruhi pendapatan di destinasi wisata alam pegunungan. Menurut Klimek (2017) pengembangan produk dengan membuat paket wisata untuk wisatawan dengan menonjolkan keunikan dan berinteraksi langsung dengan masyarakat sekitar kawasan membuat wisatawan mendapatkan pengalaman baru yang menarik.

Menurut UNWTO dalam pengembangan wisata dibutuhkan suatu manajemen dan pemasaran yang profesional serta bertanggung jawab. *Destination Management Organization* merupakan struktur tata kelola yang bertanggung jawab dalam hal manajemen dan pemasaran destinasi wisata. *Destination Management Organization* merupakan fenomena baru dalam pengembangan sebuah destinasi wisata di Indonesia yang dianggap sebagai salah satu entitas yang lebih penting dan berhubungan dengan kebijakan pariwisata. Hal ini menyangkut berbagai tingkat pemerintahan atau administrasi lokal. Kegiatan *Destination Management Organization* (DMO) mencakup dua kelompok, yaitu *External Destination Marketing* (EDM) dan *Internal Destination Development* (IDD). EDM meliputi setiap kegiatan yang ditujukan untuk menarik wisatawan ke destinasi wisata melalui pemasaran dan IDD kegiatannya ditujukan untuk pengembangan sumber daya manusia (Smith, 2013).

Morisson (2013) *Destination Management Organization* di China memainkan peran kepemimpinan dalam pariwisata dan tampaknya mampu mengkoordinasikan pariwisata dengan cukup efektif. Namun tidak menjalankan semua peran tujuan

manajemen pada tingkat yang sama atau dengan efektivitas yang sama dengan *Destination Management Organization* sehingga dapat dikatakan belum berhasil dalam pengembangan wisata. Peran *Destination Management Organization* yang dinilai masih buruk adalah dalam menjalankan perencanaan dan penelitian.

Menurut Rosita dkk. (2016) pemerintah daerah belum menjalankan peran *Destination Management Organization* dengan baik sehingga belum ada program dan strategi mengenai pengembangan wisatanya dan yang menjadi penghambat kesuksesan pariwisata di Kabupaten Tana Toraja salah satunya adalah akses yang ada masih belum memadai dan belum adanya paket-paket wisata yang terintegrasi. Menurut Tobing dkk. (2013) *Destination Management Organization* di Raja Ampat dapat dikatakan belum berhasil karena pemerintah belum menjalankan perannya dengan baik. Dibutuhkan promosi, pembuatan paket wisata dan kesepakatan antara pemerintah dengan masyarakat untuk membangun pariwisata Raja Ampat.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Binomial. Prosedur uji Binomial berfungsi untuk membandingkan suatu proposi observasi kasus dan proporsi harapan yang berdistribusi binomial dengan suatu parameter probabilitas tertentu. Proporsi observasi ditentukan oleh jumlah kasus suatu variabel atau jumlah kasus yang dibatasi oleh cut point pada variabel skala. Ciri dari binomial adalah data berupa dua macam unsur, yaitu gagal atau sukses yang diulang sebanyak n kali. Peneliti bebas untuk mendefinisikan apa yang dimaksud sukses atau keberhasilan dan apa yang dikategorikan kegagalan (Sugiyono, 2011). Dalam menentukan jumlah sampel dipergunakan Rumus Hair dkk. (2010) bahwa jumlah sampel minimal 5 kali dari jumlah indikator. Terdapat 6 indikator sehingga jumlah sampel yaitu $6 \times 5 = 30$ sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Morrison (2013) terdapat 6 peran *Destination Management Organization* yaitu kepemimpinan dan koordinasi, perencanaan, pengembangan produk, pemasaran dan promosi, kemitraan, hubungan masyarakat. Peran *Destination Management Organization* yang pertama adalah sebagai koordinator dan kepemimpinan. *Destination Management Organization* memiliki peran kepemimpinan dalam kepariwisataan dalam sebuah destinasi, dalam fungsi ini *Destination Management Organization* memberikan arahan terkait pariwisata di masa yang akan datang dan terlibat dalam kepariwisataan di destinasi tersebut. *Destination Management Organization* bertindak sebagai koordinator dari segala upaya dari setiap komponen. Kuesioner diberikan kepada 30 pengelola di Kawasan Wisata Sirih Kencong untuk analisis peran pemerintah daerah dalam menjalankan perannya sebagai koordinator dan kepemimpinan dan hasilnya ada pada tabel 1.

Tabel 1.
Peran Pemerintah Daerah dalam Koordinasi dan Kepemimpinan

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	3,00	4	13,3	13,3	13,3
	4,00	24	80,0	80,0	93,3
	5,00	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

(Sumber: Data Primer Diolah, 2019)

Dari tabel 1 dapat diketahui tentang persepsi pengelola Kawasan Wisata Sirah Kencong terhadap peran pemerintah dalam menjalankan *Destination Management Organization* berdasarkan kriteria koordinasi dan kepemimpinan sangat setuju 2 responden atau 6,7%, setuju sebanyak 24 responden atau 80%, dan netral ada 4 responden atau 13,3%. Dari tabel diatas dapat diketahui dari 30 responden mayoritas jawabannya adalah setuju. Hal ini berarti bahwa pemerintah daerah telah melakukan koordinasi dan kepemimpinan dengan baik dalam pengembangan wisata alam melalui *Destination Management Organization* di Kawasan Wisata Sirah Kencong.

Peran pemerintah daerah dalam menjalankan peran *Destination Management Organization* yang kedua adalah perencanaan dan penelitian. *Destination Management Organization* memiliki peran kunci dalam mempersiapkan kebijakan pariwisata, rencana dan strategi untuk suatu destinasi. Hal tersebut dilakukan untuk penelitian tentang target pasar yang ada dan potensi untuk panduan pemasaran untuk menentukan pengembangan produk di masa depan. *Destination Management Organization* dapat melacak program utama pesaingnya dan berusaha untuk terus belajar dari studi kasus untuk meningkatkan produk pengembangan dan pemasaran. Peran pemerintah daerah dalam perencanaan dan penelitian terdapat pada tabel 2.

Tabel 2
Peran Pemerintah Daerah dalam Perencanaan dan Penelitian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	4	13,3	13,3	13,3
	4,00	21	70,0	70,0	83,3
	5,00	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

(Sumber: Data Primer Diolah, 2019)

Dari tabel 2 dapat diketahui bahwa persepsi pengelola Kawasan Wisata Sirah Kencong terhadap pemerintah daerah dalam menjalankan peran *Destination Management Organization* berdasarkan kriteria perencanaan dan penelitian adalah sangat setuju ada 5 responden atau 16,7%, setuju sebanyak 21 responden atau 70%, dan yang menjawab netral ada 4 responden atau 13,3%. Hal ini berarti bahwa pemerintah daerah telah melakukan perencanaan dan penelitian dengan baik dalam pengembangan wisata alam melalui *Destination Management Organization* di Kawasan Wisata Sirah Kencong Kabupaten Blitar.

Peran *Destination Management Organization* yang ketiga adalah pengembangan produk yang memiliki tanggung jawab keseluruhan untuk pengembangan berkelanjutan dalam hal produk wisata termasuk produk fisik, masyarakat, paket, dan program. Dibutuhkan inventarisasi untuk penawaran destinasi saat ini dan penawaran-penawaran itu membantu perbaikan kualitas produk. Selain itu juga mengidentifikasi produk wisata baru sebagai peluang pengembangan dan memberikan bantuan dalam mewujudkan proyek-proyek dan program. Hasil analisis peran pemerintah daerah dalam pengembangan produk terdapat pada tabel 3.

Tabel 3
Peran Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Produk

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	3,3	3,3
	2,00	21	70,0	73,3
	3,00	2	6,7	80,0
	4,00	4	13,3	93,3
	5,00	2	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0

(Sumber: Data Primer Diolah, 2019)

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa peran pemerintah dalam pengembangan produk wisata, sangat setuju ada 2 responden atau 6,7%, setuju sebanyak 4 responden atau 13,3%, yang menjawab netral ada 2 responden atau 6,7%, yang menjawab tidak setuju ada 21 responden atau 70%, dan yang menjawab sangat tidak setuju ada 1 responden atau 3,3%. Dapat disimpulkan mayoritas jawaban adalah tidak setuju yang berarti bahwa pemerintah daerah belum membuat pengembangan produk wisata di Kawasan Wisata Sirah Kencong.

Peran *Destination Management Organization* selanjutnya adalah sebagai tim pemasaran dan promosi. *Destination Management Organization* mengembangkan strategi pemasaran secara keseluruhan dan mempersiapkan jangka panjang serta rencana pemasaran jangka pendek untuk pariwisata. Hal tersebut dilakukan untuk mengidentifikasi sasaran pasar prioritas dan memilih gambar yang paling efektif untuk mencapai tujuan pada pelaksanaan pendekatan merek yang efektif. *Destination Management Organization* menggunakan metode pemasaran komunikasi untuk menggabungkan secara *online* dan *offline* untuk menginformasikan dan membujuk wisatawan untuk datang ke tempat tujuan. Hasil analisis peran pemerintah dalam pemasaran dan promosi ada pada tabel 4.

Tabel 4
Peran Pemerintah Daerah dalam Pemasaran dan Promosi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	3,3	3,3
	2,00	8	26,7	30,0
	3,00	6	20,0	50,0
	4,00	12	40,0	90,0
	5,00	3	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0

(Sumber: Data Primer Diolah, 2019)

Berdasarkan tabel 4 diketahui bahwa peran pemerintah daerah dalam pemasaran adalah sangat setuju 3 responden atau 10%, setuju sebanyak 12 responden atau 40%, dan netral ada 6 responden atau 20%, tidak setuju ada 8 responden atau 26,7%, dan yang menjawab sangat tidak setuju ada 1 responden atau 3,3%. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas jawaban responden adalah setuju yang berarti pemerintah daerah telah melakukan pemasaran dengan baik dalam pengembangan wisata alam di Kawasan Wisata Sirah Kencong.

Peran *Destination Management Organization* selanjutnya dalam hal kemitraan dan penguatan tim. *Destination Management Organization* menempatkan bersama tim tujuan yang efektif dan membangun kemitraan untuk mencapai tujuan pengembangan produk dan pemasaran destinasi. Beberapa dari kemitraan ditetapkan dalam tujuan, sementara yang lain dengan pihak eksternal termasuk agen

perjalanan, operator *tour*, penyedia transportasi, perencana MICE, dan lain-lain. Hasil analisis peran pemerintah daerah dalam kemitraan terdapat pada tabel 5.

Tabel 5
Peran Pemerintah Daerah dalam Kemitraan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	3,3	3,3	3,3
	3,00	3	10,0	10,0	13,3
	4,00	21	70,0	70,0	83,3
	5,00	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

(Sumber: Data Primer Diolah, 2019)

Berdasarkan tabel 5 diketahui peran pemerintah daerah dalam kemitraan adalah sangat setuju ada 5 responden atau 16,7%, setuju sebanyak 21 responden atau 70%, dan netral ada 3 responden atau 10%, dan tidak setuju ada 1 atau 3,3%. Dapat disimpulkan bahwa dari 30 responden mayoritas jawaban responden adalah setuju yang berarti pemerintah daerah telah menjalin kemitraan dengan baik dalam melakukan pengembangan wisata alam melalui *Destination Management Organization*.

Peran *Destination Management Organization* yang terakhir adalah hubungan dengan masyarakat. *Destination Management Organization* bertindak sebagai pemeran utama dan pendukung pariwisata dengan meningkatkan kesadaran dan profil pariwisata lokal untuk mendukung pencapaian tujuan pengembangan produk dan pemasaran. Selain itu, *Destination Management Organization* juga berkonsultasi dengan warga masyarakat ketika membuat keputusan penting yang akan mempengaruhi mereka tentang gaya hidup dan standar hidup. Hasil analisis peran pemerintah daerah dalam melibatkan masyarakat terdapat pada tabel 6.

Tabel 6.
Peran Pemerintah dalam Melibatkan Masyarakat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	3,3	3,3	3,3
	2,00	11	36,7	36,7	40,0
	3,00	9	30,0	30,0	70,0
	4,00	5	16,7	16,7	86,7
	5,00	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

(Sumber: Data Primer Diolah, 2019)

Berdasarkan tabel 6 diketahui bahwa peran pemerintah daerah dalam melibatkan masyarakat sekitar kawasan adalah sangat setuju ada 4 responden atau 13,3%, setuju ada 5 responden atau 16,7%, dan netral ada 9 responden atau 30%, yang menjawab tidak setuju ada 11 responden atau 36,7%, dan yang menjawab sangat tidak setuju ada 1 responden atau 3,3%. Dapat diketahui bahwa dari 30 responden mayoritas jawaban responden adalah tidak setuju yang berarti pemerintah belum melibatkan penduduk lokal atau masyarakat sekitar kawasan dalam pengembangan wisata alam melalui *Destination Management Organization* di Kawasan Wisata Sirah Kencong.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa peran pemerintah daerah dalam menjalankan perannya melalui *Destination Management Organization* yang terdiri dari enam indikator yaitu kepemimpinan dan koordinasi, perencanaan dan penelitian, pengembangan produk, pemasaran dan promosi, kemitraan, dan

hubungan masyarakat dapat dikatakan belum berjalan dengan baik. Hasil analisis secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7
 Hasil Analisis Binominal Test

		Category	N	Observed Prop.	Test Prop.	Exact Sig. (2-tailed)
Pemer	Group 1	<= 3,5	17	0,57	0,50	0,585
	Group 2	> 3,5	13	0,43		
	Total		30	1,00		

(Sumber: Data Primer Diolah, 2019)

Berdasarkan tabel 7 diketahui bahwa angka Exact Sig 0.585 lebih besar dari 0.05 maka dapat dimaknai bahwa peran pemerintah daerah dalam menjalankan pengembangan wisata alam melalui *Destination Management Organization* di Kawasan Wisata Sirah Kencong dinilai masih kurang sehingga dapat dikatakan belum sesuai dengan yang diharapkan sehingga membuat pengembangan kawasan wisata alam di Kawasan Sirah Kencong belum dapat maksimal. Dalam pengembangan Kawasan Wisata Sirah Kencong perlu dikelola secara profesional sehingga semua peran *Destination Management Organization* dapat dijalankan dengan baik. Dalam hal dapat disimpulkan bahwa manajemen menjadi hal yang esensial dibutuhkan dalam setiap kerjasama karena manajemen mampu mengoptimasi dan mengintegrasikan setiap usaha-usaha untuk mencapai tujuan bersama dalam menjalankan peran *Destination Management Organization* di Kawasan Wisata Sirah Kencong.

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian peran pemerintah dalam pengembangan wisata alam melalui *Destination Management Organization* di Kawasan Wisata Sirah Kencong Kabupaten Blitar, Jawa Timur melalui analisis Binomial diketahui bahwa pemerintah daerah dalam menjalankan *Destination Management Organization* yang terdiri dari 6 peran yaitu (i) kepemimpinan dan koordinasi (ii) perencanaan dan penelitian (iii) pengembangan produk (iv) pemasaran dan promosi (v) kemitraan (vi) hubungan masyarakat. Pengembangan produk dan hubungan masyarakat merupakan peran *Destination Management Organization* yang dinilai belum dijalankan dengan baik oleh pemerintah daerah sehingga jika diakumulasi peran *Destination Management Organization* belum berjalan dengan baik. Dibutuhkan pengembangan produk dengan pembuatan aktivitas wisata yang memiliki keunikan dan melibatkan masyarakat dalam pengembangan wisata untuk meningkatkan daya tarik wisata di Kawasan Wisata Sirah Kencong Kabupaten Blitar Provinsi Jawa Timur.

REFERENSI

Borzyszkowski, Jacek., Miroslaw Marczak. (2015). "Education Sector as a Stakeholder of Destination Management Organisations: Cooperation of Local DMOs with Educational Institutions". *European Review*, Vol. 23, No. 4, 527–539.

Chen, Joseph. (2017). *Nature Tourism*. Routledge.

- Hair et al. 2010. *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. Pearson Prentice Hall
- Heintzman, P. 2000. *Leisure and spiritual well-being relationships: a qualitative study*. *Society and Leisure*. Vol. 23, pp. 41-69.
- Klimek, Catarina. (2017). The Role Of Destination Management Organizations (Dmos) In Commercialization Of Summer Tourism Products: New Challenges For Mountain Destinations In An Integr Ated And Global E-Market Place”. *Economic Problems of Tourism* pp. 19-28.
- Morrison, Alastair M. 2013. *Marketing and Managing Tourism Destinations*. Routledge.
- Morrison, Alastair. 2013. *Destination Management and Destination Marketing: The Platform for Excellence in Tourism Destination*.
- Pitana, I Gde dan Diarta, I Ketut Surya. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Rosita., Musrita Karim, dan Nuruh Haq. 2016. *Strategi Pemerintah dalam Peningkatan DMO Pariwisata Tana Toraja*. *Jurnal Administrasi Publik*. Vol. 2 No. 2.
- Smith, S.L.J. 2003. *Vision for the Canadian Tourism Industry*. Tourism
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tobing, Anggiyama dan Irfan Ridwan. 2013. *Implementasi Strategi Pengembangan Pariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif DMO Raja Ampat*
- Yoeti, Oka A. 2008. *Perencanaan dan Pengembangan*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Jatim.com (2017). “Strategi Pengembangan Wisata Blitar”, sumber: <http://jatim.com/strategi-pembangan-wisata-blitar>. Diakses tanggal 20 Juni 2020
- Jatimtimes. (2019). “Perkebunan The Sirah Kencong Blitar Sensasi Wisata Alam ala Eropa”, sumber: <https://www.jatimtimes.com/baca/187650/20190207/171300/perkebunan-teh-sirah-kencong-blitar-sensasi-wisata-alam-ala-eropa>. Diakses tanggal 20 Juni 2020