

Strategi Pemasaran Pariwisata di Kabupaten Barito Kuala

Alfiannor^{1)*}

¹Dosen Proqram Studi S-1 Manajemen, STIMI Banjarmasin

*alfiannor.net@gmail.com

Abstrak

Pariwisata merupakan sebuah industri jasa yang digunakan sebagai salah satu pendorong perekonomian dunia. Pariwisata merupakan industri dengan pertumbuhan yang cepat di dunia. Di Indonesia, pariwisata merupakan penghasil devisa negara nomor tiga setelah minyak dan tekstil. Kabupaten Barito Kuala mempunyai potensi yang sampai saat ini belum dioptimalkan, yaitu potensi pariwisata. Kabupaten Barito Kuala merupakan salah satu daerah yang mempunyai beberapa obyek wisata dan menjadi salah satu destinasi wisata di Kabupaten Barito Kuala yang berbatasan langsung antara Provinsi Kalimantan Selatan dan Kalimantan Tengah dengan menjadikan kabupaten ini mempunyai pesona alam pantai yang indah. Berkaitan dengan hal tersebut maka perlu diketahui strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Barito Kuala dalam upayanya mengembangkan sektor kepariwisataan daerah dan mengetahui hambatan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Barito Kuala dalam meningkatkan sektor kepariwisataan. Metode penelitian ini adalah studi deskriptif dengan desain kualitatif. Penelitian ini menguraikan tentang strategi pemasaran pariwisata di Kabupaten Barito Kuala. Banyaknya obyek wisata yang ada memerlukan strategi pemasaran dari semua pihak yaitu pemerintah, swasta dan andil dari masyarakat sekitar. Hasil penelitian menemukan bahwa Kabupaten Barito Kuala memiliki banyak keunggulan di bidang pariwisata dengan ditemukannya banyak obyek wisata yang dapat dikunjungi meliputi wisata alam, wisata wisata sejarah, wisata religi, dan wisata budaya. Strategi pemasaran yang dilakukan meliputi keunggulan yang ada, dampak terhadap perekonomian masyarakat, kerjasama pemerintah dengan swasta serta melaksanakan festival tahunan di lokasi wisata sebagai ajang promosi. Hambatan yang ditemukan dalam pemasaran pariwisata meliputi terbatasnya sarana dan prasarana penunjang serta kurangnya ajang promosi yang dapat mendorong pariwisata di Kabupaten Barito Kuala. Berdasarkan hasil di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran pariwisata di Kabupaten Barito Kuala meliputi kerja sama dengan semua pihak baik pemerintah, masyarakat, dan swasta untuk mempromosikan pariwisata yang ada di Kabupaten Barito Kuala.

Keywords : Strategi Pemasaran, Pariwisata

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sebuah industri jasa yang digunakan sebagai salah satu pendorong perekonomian dunia. Pariwisata merupakan industri dengan pertumbuhan yang cepat di dunia. Karena itu banyak Negara berlomba-lomba menjadikan negerinya sebagai obyek yang kaya daya tarik kepariwisataan. Pariwisata juga merupakan sektor yang sangat kompleks karena pariwisata bersifat multidimensi, baik fisik, social budaya, ekonomi dan politik. Selain itu kegiatan pariwisata sebagai kegiatan mata rantai yang akan melibatkan berbagai sektor dan lembaga yang terkait. Berkembangnya sektor pariwisata di suatu Negara akan menarik sektor lain untuk berkembang pula karena produkproduknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata, seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan rakyat, peningkatan kesempatan kerja dan sebagainya (Alvianna et al., 2022).

Pembangunan daerah merupakan salah satu bagian dari pembangunan nasional yang tidak dapat dilepaskan dari prinsip otonomi daerah. Untuk mendukung penyelenggaraan otonomi daerah tersebut dibutuhkan kewenangan yang luas, nyata, dan bertanggung jawab di tiap-tiap daerah tersebut. Sebagai tindak lanjut penyelenggaraan otonomi daerah dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan daerah yang merupakan kebijakan yang lahir dalam rangka menjawab dan memenuhi tuntutan reformasi dan semangat pembaharuan tentang demokratisasi antara

hubungan pusat dan daerah serta upaya pemberdayaan daerah. Negara Indonesia seperti yang kita ketahui merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki berbagai macam potensi pariwisata, baik wisata alam maupun wisata budaya karena Indonesia memiliki bermacam-macam suku, adatistiadat, dan kebudayaan serta karena letak geografis negara Indonesia sebagai negara tropis yang menghasilkan keindahan alam dan satwa. Indonesia memiliki wilayah yang sangat luas dengan didukung sumber daya alam yang beraneka ragam yang berpotensi untuk diolah dan dimanfaatkan. Selain itu negara Indonesia juga kaya akan seni budaya daerah, adat istiadat, peninggalan sejarah terdahulu dan yang tidak kalah menarik adalah keindahan panorama alamnya yang cukup potensial untuk dikembangkan dengan baik. Ternyata pariwisata dapat diandalkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan nasional (Yoeti, 2008). Banyak juga objek wisata yang ada di Indonesia yang telah terkenal tidak hanya di dalam negeri maupun ke luar negeri. Oleh sebab itu pengembangan pariwisata di Indonesia dilakukan oleh seluruh wilayah di Indonesia maka dibentuklah Departemen Kebudayaan dan Pariwisata di tingkat nasional yang sekarang menjadi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah di tingkat daerah. Pembangunan pariwisata mempunyai peranan penting dalam meningkatkan penyerapan tenaga kerja, membuka lapangan usaha, penyerapan tenaga kerja, meningkatkan pendapatan daerah dan pemasukan devisa, serta menumbuhkembangkan semangat cinta tanah air.

Kabupaten Barito Kuala sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari Provinsi Kalimantan Selatan, yang menempati geografis strategis dan menyimpan potensi cukup besar untuk mendukung upaya pembangunan di daerah. Yang menjadi masalah pokok adalah bagaimana dengan kondisi dan potensi yang dimiliki Kabupaten Barito Kuala menjadi daerah yang terunggul dan berdaya saing tinggi dalam Pembangunan di Kalimantan Selatan. Untuk itu perlu suatu komitmen dan perencanaan secara matang, terkoordinasi dan sinkron dalam Sistem Perencanaan Daerah sebagai bagian dari Pembangunan Nasional. Di Kabupaten Barito Kuala terdapat beberapa tempat wisata yang sering dikunjungi wisatawan antara lain Pulau Kembang di Tengah Sungai, Barito, Pulau Kaget, Pulau Bakut, Pasar Apung Kuin, Jembatan Barito, Jembatan Rumpiang, Siring Marabahan, Wisata Religi Makam Datuk Syekh Abdussamad, Agropolitan Tarantang, dan Agropolitan Sungai Kambat

Salah satu yang banyak dikenal masyarakat yaitu Daerah Taman Wisata Alam Pulau Kembang Taman Wisata Alam (TWA) Pulau Kembang ialah pulau dengan ekosistem mangrove seluas 60 hektar berada di tengah sungai Barito, Kecamatan Alalak, Kabupaten Barito Kuala, Provinsi Kalimantan Selatan. keberadaan Pulau Kembang sebagai tujuan pariwisata masih belum diketahui banyak orang, keberadaan kawasan ini sendiri cuma diketahui oleh masyarakat setempat Kalimantan Selatan. Padahal kawasan ini menyimpan banyak potensi wisata yang unik seperti wisata hutan mangrove, wisata sungai, serta keberadaan kera-kera dari berbagai spesies yang jinak dan dapat diajak untuk berinteraksi yang membuat kawasan ini sendiri dapat dijadikan alternatif tujuan wisata bagi wisatawan yang menginginkan liburan dan wisata yang unik. Namun potensi-potensi pariwisata yang unik ini masih belum terekspos ke masyarakat luas, dikarenakan masih belum ada suatu bentuk promosi untuk memperkenalkan keberadaan pulau ini sebagai tujuan pariwisata sehingga potensipotensi ini pun terlewatkan dan tidak diketahui oleh orang dan berimbas pada sedikitnya pengunjung yang datang kekawasan ini.

Kawasan Taman Wisata Alam Pulau Kembang merupakan salah destinasi wisata yang wajib didatangi apabila sedang berada di Kalimantan Selatan, pulau kembang memiliki keunikan tersendiri yang mana pada pulau kembang di huni sekumpulan monyet liar yang menganggap pulau tersebut menjadi rumah mereka, tidak hanya sebagai destinasi wisata namun juga pulau kembang tidak jarang di datangi wisatawan untuk keagaaman. Di pulau kembang ini berada di tengah Sungai Barito jika ingin menuju ketempat tersebut harus menggunakan perahu kapal/ klotok yang bisa disewa dan tersedia, sesampai disana wisatawan/ pengunjung dapat menikmati keasrian wisata dan dapat melepas penat, jika ingin makan atau minum dapat membeli dipedagang yang tersedia disana, namun kawasan ini masih minim perhatian dari pemerintah dan masih kurangnya sarana dan prasana yang tersedia, dan masih kurangnya promosi untuk pariwisata Pulau Kembang prasana bagi pengunjung dan tidak sedikit masyarakat yang tidak mengetahui lokasi dan wisata pulau kembang. Berdasarkan uraian latar belakang yang dipaparkan diperlukan strategi dalam pemasaran pariwisata yang ada di Kabupaten Barito Kuala dalam menarik wisatawan baik daerah, luar daerah atau luar negeri untuk meningkatkan pendapatan daerah serta meningkatkan perekonomian di kabupaten Barito Kuala.

KAJIAN LITERATUR

1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran memiliki peran penting di dalamnya terdapat segmenting, targeting, dan positioning yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya dalam bidang pemasaran. Berikut definisi strategi pemasaran menurut para ahli yaitu sebagai berikut:

- a. Strategi pemasaran adalah logika pemasaran yang digunakan oleh perusahaan dengan harapan agar unit bisnis dapat mencapai tujuan perusahaan (Kotler, 2010: 76).
- b. Strategi pemasaran yaitu serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan, acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah (Assauri, 2013) (Rachmawati et al., 2018)

Berdasarkan definisi menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran merupakan alat dari seluruh rangkaian kegiatan yang ada dalam bauran pemasaran, strategi pemasaran memberikan arah bagi perusahaan untuk mengendalikan semua aspek agar dapat mencapai tujuan yang ditetapkan perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

2. Pariwisata

Pengertian pariwisata menurut A.J Burkat dalam Damanik (2006), pariwisata adalah perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan diluar tempat dimana mereka biasa hidup dan bekerja dan juga kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di suatu tempat tujuan. Menurut Mathieson & Wall dalam Pitana dan Gyatri (2005), bahwa pariwisata adalah kegiatan perpindahan orang untuk sementara waktu ke destinasi diluar tempat tinggal dan tempat bekerjanya dan melaksanakan kegiatan selama di destinasi dan juga penyiapan-penyiapan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan mereka. Menurut pendapat yang dikemukakan oleh Youti, (2008:103). Pariwisata berasal dari dua kata yaitu Pari dan Wisata. Pari dapat

diartikan sebagai banyak, berkali-kali, berputar-putar atau lengkap. Sedangkan Wisata dapat diartikan sebagai perjalanan atau bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata “*reave*l” dalam bahasa Inggris. Atas dasar itu maka kata “pariwisata” dapat juga diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ketempat yang lain yang dalam bahasa Inggris disebut juga dengan istilah “Tour”.

Sedangkan berdasarkan undang-undang No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, bahwa keadaan alam, flora, dan fauna sebagai karunia tuhan yang maha esa, serta peninggalan sejarah, seni, dan juga budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat sebagaimana terkandung dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Definisi pariwisata memang tidak pernah persis diantara para ahli. Pada dasarnya pariwisata merupakan perjalanan dengan tujuan untuk menghibur yang dilakukan diluar kegiatan sehari-hari yang dilakukan guna untuk memberikan keuntungan yang bersifat permanen ataupun sementara. Tetapi apabila dilihat dari segi konteks pariwisata bertujuan untuk menghibur dan juga mendidik.

3. Pemasaran Pariwisata

Produk wisata adalah suatu produk yang kompleks, yang terdiri atas tiga komponen, yaitu angkutan wisata, akomodasi wisata dan tempat wisata. Produk pariwisata yang lengkap berupa angkutan wisata, akomodasi wisata dan tempat wisata. Penggabungan dari ketiga komponen tersebut biasanya dilakukan oleh sebuah perusahaan produsen yang usahanya ialah menyusun paket wisata. Badan itu dikenal dengan nama tour operator atau menurut Undang-Undang di Indonesia adalah biro perjalanan umum. Tour Operator adalah pedagang perantara dari produk-produk yang dihasilkan oleh produsen angkutan, akomodasi, dan tempat wisata. Tour Operator mengontrak sekian tempat duduk di pesawat terbang atau sarana angkutan lain atau menyewa kendaraan, memesan sekian kamar di hotel tertentu mengunjungi beberapa tempat wisata dan sebagainya. Itu semua digabungkan menjadi bermacam-macam paket perjalanan. Perjalanan sekian hari ke tempat A, menginap di hotel B dan mengunjungi tempat wisata C, D, E. Ini adalah produk dari tour operator. Produk itu dapat disalurkan sendiri melalui cabang atau diserahkan kepada agen perjalanan yang kemudian disampaikan kepada pelanggan. Paket perjalanan itu disampaikan dalam bentuk citra wisata (Soekadijo, 2012).

Produk wisata yang terdiri atas tiga komponen (Soekadijo, 2012):

- a. Angkutan Wisata Angkutan wisata pada hakikatnya adalah jasa untuk memindahkan wisatawan dari tempat yang satu (tempat keberangkatan) ke tempat tujuan. Mendistribusikan angkutan berarti menghadirkan angkutan yang berupa bus, pesawat udara, kereta dan sebagainya. Syarat-syarat yang harus dipenuhi angkutan yaitu kenyamanan, waktu dan biaya. Kenyamanan sarana angkutan itu dilihat dari segi fasilitas, pelayanan dan keramahtamahan (Hidayatullah et al., 2020).
- b. Akomodasi Wisata Akomodasi hanya dapat didistribusikan dalam bentuk citra (*image*), baik secara lisan maupun tertulis atau berupa gambar-gambar atau dalam bentuk kombinasi gambar dan tulisan. Siapa saja yang memerlukan jasa akomodasi (hotel) dapat langsung memesan kepada produsen atau melalui agen

perjalanan (*travel agent*) (Septiandari et al., 2021) (Alvianna & Alviandra, 2020).

- c. Tempat Wisata Tempat wisata adalah sebuah tempat rekreasi atau tempat berwisata. Obyek wisata dapat berupa obyek wisata alam seperti gunung, danau, sungai, pantai, laut atau dapat berupa objek wisata bangunan seperti museum, situs peninggalan sejarah dan lain-lain.

Tempat obyek wisata sebenarnya tempat kegiatan pemasaran pariwisata. Wisatawan merupakan saluran promosi yang murah, maksudnya adalah wisatawan yang merasa puas, apalagi jika mereka itu dilengkapi dengan sarana promosi seperti gambar-gambar atau brosur pariwisata, serta pulang dengan membawa cendera mata, sehingga diharapkan dapat meneruskan informasi kepada lingkungannya. Promosi yang demikian itu tidak diragukan kejujurannya. Ini disebut promosi intern dan merupakan promosi yang biasanya paling efektif (Soekadijo, 2012) (Syntiadewi et al., 2022) (Aso et al., 2021).

4. Kabupaten Barito Kuala

Kabupaten Barito Kuala adalah salah satu pemerintah kabupaten yang berada di provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia. Ibu kota kabupaten ini terletak di Marabahan. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 2.996,46 km² dan berpenduduk sebanyak 318.044 jiwa (hasil Sensus Penduduk Indonesia 2020). Sebagian wilayah Barito Kuala termasuk dalam calon Wilayah Metropolitan Banjar Bakula. Kabupaten Barito Kuala berbatasan dengan provinsi Kalimantan Tengah, tepatnya di kabupaten Kapuas, dan lokasinya berada di tepi laut. Kabupaten Barito Kuala yang ber-ibu kota Marabahan terletak paling barat dari Provinsi Kalimantan Selatan dengan batas-batas: sebelah utara Kabupaten Hulu Sungai Utara dan Kabupaten Tapin, sebelah selatan Laut Jawa, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Banjar dan Kota Banjarmasin, sedangkan sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Kapuas Provinsi Kalimantan Tengah. Dengan letak astronomis berada pada 2°29'50" - 3°30'18" Lintang Selatan dan 114°2.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian pendekatan kualitatif. Di sini bermaksud akan menggambarkan tentang pariwisata daerah di Kabupaten Barito Kuala beserta faktor penghambatnya dalam pariwisata di daerahnya, berupaya untuk meningkatkan strategi pemasaran pariwisata baik dalam pengelolaannya serta pemasarannya. Penggunaan lebih dari satu pendekatan Pengumpulan data, Perizinan serta wawancara kepada masyarakat sebagai informan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pemasaran yang utama dalam promosi. Mempromosikan juga menjadi salah satu rencana pemerintah daerah Kabupaten Barito Kuala beserta Kota Banjarmasin dalam pengembangan pariwisata Pulau kembang. Promosi ialah suatu kegiatan memperlihatkan produk atau jasa yang akan ditawarkan kepada calon pembeli pada kasus ini wisatawan menjadikan target pasar. Pada pengembangan pariwisata promosi sangat berpengaruh yaitu untuk memperkenalkan objek wisata, yang mana tanpa adanya promosi yang efektif maka objek wisata tidak akan dikenal sehingga tingkat wisatawan yang berkunjung akan sangat rendah. Promosi pariwisata adalah salah satu kunci yang penting dalam upaya meningkatkan angka kunjungan wisatawan ke suatu tempat wisata.

Dengan adanya promosi yang optimal, potensi wisata yang akan ditawarkan dapat diketahui masyarakat luas dan dapat menggenjot pembangunan sektor pariwisata pada daerah dan juga harus difasilitasi kebersihan yang memadai, pelayanan yang baik dan tranfortasi untuk menuju ketempat pariwisata tersebut.

Strategi pemasaran pada upaya pemerintah kabupaten Barito Kuala melalui penataanulang obyek-obyek wisata. Penyediaan fasilitas pendukung serta infrastruktur lainnya, seperti pelebaran jalan, aksesabilitas moda transportasi ke tempat wisata. Memperluas area pemasaran, seperti memasang spanduk/baliho berisikan tentang informasi obyek wisata. Tantangan pengembangan Periwisata di kabupaten Barito Kuala yang dihadapi disamping letak geografis juga finansial yang kurang mendukung, tidak kalah pentingnya adalah kesiapan sumber daya manusia. Dimana SDM adalah salah satu faktor penentu juga dalam keberhasilan menjawab tantangan pengembangan pariwisata di kabupaten Barito Kuala. Dibawah ini merupakan salah wisata yang ada di kabupaten Barito Kuala yaitu Pulau Kembang.



Gambar 1. Wisata Pulau Kembang
Sumber: <https://www.celebes.co/borneo/pulau-kembang>

Terkait hal ini diperlukan pemasaran pada objek wisata tersebut dengan berbagai media untuk memperluas informasi pada objek wisata tersebut sehingga memperluas informasi dan kenal oleh masyarakat. Pemerintah kabupaten juga harus menyiapkan sumber daya manusia yang mumpuni baik dalam upaya menjawab tantangan pengembangan pariwisata maupun dalam menggaet investor serta pelaksanaan pemasaran wisata yaitu dengan berbagai strategi yang harus dilakukan Kedepan sangatlah diperlukan terobosan-terobosan inovatif untuk menjawab tantangan pengembangan pariwisata di kabupaten Barito Kuala.

Hambatan yang lain terletak pada sarana dan prasarana pendukung yang masih kurang. Sarana dan prasarana pendukung ini berupa kemudahan-kemudahan untuk mengunjungi tempat wisata dengan mudah karena untuk menuju ke tempat wisata tersebut harus melalui jalur sungai sehingga tidak bisa di hari-hari biasa akan tetapi bias tersedia pada akhir pekan. Hambatan juga ditemukan pada sarana promosi, dimana selama ini promosi hanya berupa baliho yang ada di daerah dekat tempat tersebut saja serta pengalaman pengunjung yang ditularkan kepada temannya. Sebaiknya Pemerintah Daerah setempat memperbanyak sarana promosi baik berupa baliho ataupun yang lain baik di pusat kota ataupun daerah lain serta menjalin kerjasama dengan Pemerintah Daerah untuk melakukan promosi tempat wisata tersebut. Dalam hal ini sebenarnya tidak ada kata terlambat untuk memulai dan membenahi sesuatu menuju kemajuan dan kebaikan. Tantangan pengembangan pariwisata di kabupaten Barito Kuala dengan segenap potensi yang ada ini sudah seharusnya ditangkap sebagai peluang bisnis sekaligus pendongkrak pendapatan daerah kabupaten Barito Kuala. Kuncinya hanya satu, semua pihak terkait mulai dari pemerintah kabupaten, dinas terkait dan seluruh masyarakat maupun investor harus bekerja keras dan saling bersinergi, berkolaborasi dan berpartisipasi mewujudkan pariwisata kabupaten Barito Kuala menjadi lebih luas dikenal banyak orang sebagaimana keberadaan objek wisata yang potensi di daerah tersebut. Dilain pihak pemerintah kabupaten dengan dana APBD yang ada juga harus terus menerus mengembangkan semaksimal mungkin sarana dan prasarana pariwisata maupun transportasi yang ada, guna mendukung peningkatan dan pengembangan dunia pariwisata di daerah Barito Kuala. Dimana pada dasarnya keberhasilan menjawab tantangan pengembangan pariwisata di kabupaten Barito Kuala tidak hanya untuk peningkatan pendapatan Asli daerah saja, akan tetapi juga meningkatkan kesejahteraan segenap pelaku dunia usaha pariwisata maupun masyarakat kabupaten Barito Kuala pada umumnya.

KESIMPULAN

Strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan sektor pariwisata ini meliputi perbaikan sarana dan prasarana dan lebih luas lagi melakukan promosi objek wisata yang ada di kabupaten Barito. Hambatan dan solusi yang ditemukan untuk meningkatkan sektor pariwisata di Kabupaten Barito Kuala adalah berkaitan dengan sumber daya manusia, sarana dan prasarana dan kurangnya promosi untuk memperkenalkan pariwisata di Kabupaten Bartio Kuala. Solusi yang diberikan adalah berkaitan dengan sumber daya manusia dilakukan peningkatan kemampuan sumber daya manusia di sektor pariwisata untuk pengelolaannya, peningkatan sarana dan prasarana termasuk menambah fasilitas di lokasi obyek wisata serta melakukan promosi.

REFERENSI

- Alvianna, S., Astuti, W., Hidayatullah, S., & Krisnanda, R. (2022). Pengantar Ilmu Pariwisata Pariwisata. UWAIS Publisher, September, 1–344. A.J Burkat dalam Damanik. 2006. Perencanaan Ekowisata
- Alvianna, S., & Alviandra, R. (2020). Pengaruh Destinasi Wisata dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Kampung Wisata Topeng Malang Pengaruh Destinasi Wisata dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Kampung Wisata Topeng Malang. December.

Aso, M. T., Hidayatullah, S., & Alvianna, S. (2021). Destinasi Wisata Dan Harga Pengaruhnya Pada Minat Berkunjung Wistawan Di Kampung Adat Tutubhada Kabupaten Nagekeo Flores. Seminar Nasional Kepariwisata #2, October, 152–161. https://www.researchgate.net/profile/Syarif-Hidayatullah-5/publication/355796709_Destinasi_Wisata_Dan_Harga_Pengaruhnya_Pada_Minat_Berkunjung_Wistawan_Di_Kampung_Adat_Tutubhada_Kabupaten_Nagekeo_Flores/links/617f13cfeef53e51e1128ea8/Destinasi-Wisata-Dan-H

Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers

https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Barito_Kuala

<https://www.celebes.co/borneo/pulau-kembang>

Kotler, Philip. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga

Rachmawati, I. K., Handoko, Y., & Rachman, A. (2018). Strategy for Improving the Competitiveness of Smes Towards Kotalama Becoming the Center of Malang Fried. September, 171–182.

Soekadijo, R.G. 2012. Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai Systematic Linkage. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Septiandari, W., Hidayatullah, S., Alvianna, S., Rachmadian, A., & Sutanto, D. H. (2021). PENGARUH CITRA DESTINASI WISATA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI PANTAI TIGA WARNA. 15(Ootober), 134–148.

Hidayatullah, S., Setyorini, Windhyastiti, I., & Rachmawati, I. K. (2020). Pieces analysis: Means to analyze the satisfaction of transport users in the city of Malang. International Journal of Scientific and Technology Research.

Syntiadewi, F., Natsir, M., Hidayatullah, S., & ... (2022). The Effect of Gastronomy Involvement, Local Food Consumption Value, Food Knowledge Toward Intention to Recommend Local Traditional Food Semanggi International Journal ..., 5(2), 63–69. <http://www.journals.resaim.com/ijresm/article/view/1746%0Ahttp://www.journals.resaim.co>

UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata

UU No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah

Yoeti, Oka A, 2008. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Pradnya Paramita: Jakarta