



**WELFARE**

JURNAL ILMU EKONOMI

VOLUME 1 NOMOR 2 (NOVEMBER 2020)

<http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/welfare>

ISSN 2723-2212 (MEDIA ONLINE)

ISSN 2723-2220 (MEDIA CETAK)

## **INDEKS KEPUASAN PUBLIK BIDANG PARIWISATA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DI WILAYAH PRIANGAN TIMUR**

**Muhamad Ferdy Firmansyah<sup>a\*</sup>, Fatimah Zahra Nasution<sup>b</sup>**

<sup>a,b</sup> Universitas Siliwangi, Tasikmalaya, Jawa Barat, Indonesia

\*[mfirmansyah@student.unsil.ac.id](mailto:mfirmansyah@student.unsil.ac.id)

*Diterima: September 2020. Disetujui: Oktober 2020. Dipublikasikan: November 2020.*

---

### **ABSTRACT**

*Tourism development is inseparable from supporting public policies where the quality of public management is one of the supporting factors for tourism development in a certain area. Meanwhile, tourism activities contribute and support revenues for local and central governments through taxes and the economic benefits they generate. This study aims to evaluate the effectiveness of public management in tourism by raising a case study in the East Priangan region, West Java Province, namely the City of Tasikmalaya, Tasikmalaya District and Ciamis District. This research uses quantitative methods with a tourism consumer survey approach and a survey of renewable concepts to be applied by public policy stakeholders in tourism development in the East Priangan region. The result, survey A got a score of 27.56988 or at grade "D" (unsatisfactory) and survey B got a score of 83.4125 or at grade "A" (very satisfying). Thus, this study recommends a renewable approach in seeing the potential for regional development to formulate various public policies that support regional economic growth.*

**Keywords:** *Tourism, Public Management, Policy, Development.*

### **ABSTRAK**

Pembangunan pariwisata tidak terlepas dari kebijakan publik yang mendukungnya dimana kualitas manajemen publik menjadi salah satu faktor pendukung pembangunan pariwisata dalam suatu wilayah tertentu. Sementara itu, kegiatan pariwisata memberikan kontribusi dan dukungan pemasukan bagi pemerintah daerah dan pusat melalui pajak dan manfaat ekonomi yang dihasilkannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas manajemen publik bidang pariwisata dengan mengangkat studi kasus pada Wilayah Priangan Timur, Provinsi Jawa Barat yakni Kota Tasikmalaya, Kabupaten Tasikmalaya dan Kabupaten Ciamis. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei konsumen pariwisata dan survei konsep terbaru untuk diterapkan oleh pemangku kebijakan publik dalam pembangunan pariwisata di Wilayah Priangan Timur. Hasilnya, survei A mendapatkan skor 27,56988 atau pada *grade* "D" (tidak memuaskan) dan survei B mendapatkan skor 83,4125 atau pada *grade* "A" (sangat memuaskan). Dengan demikian, penelitian ini merekomendasikan sebuah pendekatan terbaru dalam melihat potensi pembangunan daerah untuk merumuskan berbagai kebijakan publik yang mendukung pertumbuhan ekonomi daerah.

**Kata Kunci:** Pariwisata, Manajemen Publik, Kebijakan, Pembangunan.

## I. PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi merupakan suatu kegiatan penting yang dilakukan pemerintah dalam suatu negara. Berbagai faktor pendukung dalam upaya ini saling berkaitan satu sama lain. Harmonisasi hubungan antar pemerintah pusat dan daerah, efektivitas dan kontribusi berbagai sektor ekonomi, dukungan kebijakan dan peraturan serta perencanaan wilayah yang berwawasan lingkungan yang berkelanjutan adalah beberapa hal penting dalam kegiatan pembangunan. Manfaat kegiatan pembangunan ekonomi diharapkan dapat dirasakan oleh seluruh masyarakat yang dicerminkan dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Namun demikian, perencanaan wilayah dan ekonomi memiliki banyak hambatan dan dipengaruhi oleh faktor internal dan karakteristik wilayah pada regional tertentu. Di samping itu, pemerintah berupaya meningkatkan pembangunan daerah melalui otonomi daerah dengan menerapkan Undang-Undang Nomor 32 tahun 2004 dan Undang-Undang Nomor 33 tahun 2004. Pemerintah melalui Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional menyatakan bahwa perencanaan pembangunan nasional maupun regional merupakan kegiatan yang berlangsung terus-menerus dan berkesinambungan mengikuti pola tertentu berdasarkan hasil telaah yang cermat terhadap situasi dan kondisi yang bagus.

Salah satu bentuk pembangunan dan perencanaan wilayah mencakup penataan sektor pariwisata. Sektor ini menjadi salah satu bentuk daya jual “yang bendanya tidak akan dibawa pergi”, yang berarti bahwa produk pariwisata akan tetap menjadi bagian regional, menjadi aset dan dapat dikembangkan secara bebas sesuai peluang pasar. Pada umumnya, pariwisata hanya diperlakukan sebagai sebuah ‘industri’, namun pada hakikatnya pengembangan pariwisata menekankan pembelajaran *technical know-how*, *know-what* dan *know-why* sebagaimana menurut Smith and

Eadington dalam Pitana (2009) sebagai berikut:

*“Tourism can be studied; it has a history and a literature; it has an internal structure with operating principals; it waxes and wanes and is highly sensitive to external influences including natural and cultural events; and it can be analyzed in terms of economic and social transactions. In short, tourism is a suitable topic for scholarly inquiry.”* (Valene L. Smith and William R. Eadington 1992: xviii dalam Pitana 2009)

Dalam melakukan perencanaan pariwisata secara regional maka dalil-dalil analisis pembangunan wilayah dan ruang (pembangunan spasial) dapat digunakan dalam hal menentukan lokasi dan ruang yang tepat secara berkelanjutan. Lokasi menggambarkan posisi pada ruang tersebut. Namun dalam studi ruang, yang menjadi perhatian bukanlah kemampuan kita untuk membuat daftar tentang posisi berbagai benda/kegiatan yang ada dalam satu ruang wilayah melainkan analisis atas dampak/keterkaitan antara kegiatan di suatu lokasi dengan berbagai kegiatan lain pada lokasi lain.

Perencanaan pariwisata tidak hanya untuk memenuhi agenda pemerintah dan program daerah semata, namun jauh didalamnya bertujuan untuk menciptakan manfaat ekonomi bagi masyarakat. Manfaat ini berhubungan dengan sejumlah distribusi pengeluaran wisatawan yang dikeluarkan selama melaksanakan perjalanan wisata.

Dalam hal ini, salah satu acuan yang digunakan sampai tahun survei 2016 adalah distribusi pengeluaran yang menunjukkan sejumlah sektor utama yang dinikmati oleh wisatawan mancanegara ketika datang dan berlibur di Indonesia. Adapun untuk distribusi pengeluaran terbesar sejak tahun observasi 2013 yaitu pengeluaran akomodasi, disusul pengeluaran terhadap makanan/minuman serta cendera mata. Secara terperinci distribusi pengeluaran wisatawan mancanegara selama periode tahun 2013-2016 ditampilkan pada tabel 1.

**Tabel 1. Distribusi Pengeluaran Wisatawan Mancanegara Periode 2013-2016 (Dalam Persen)**

Jenis Pengeluaran	2013	2014	2015	2016
Akomodasi/ <i>Accommodation</i>	48,91	45,72	44,64	43,83
Makanan dan Minuman/ <i>Food and Beverage</i>	17,67	18,43	20,39	19,85
Cendera mata/ <i>Souvenir</i>	7,87	7,15	6,60	6,61
Belanja/ <i>Shopping</i>	6,24	7,58	6,81	7,43
Transport Lokal/ <i>Local Transport</i>	6,77	7,28	7,91	9,22
Paket Tur Lokal/ <i>Local Package Tour</i>	2,28	1,87	2,08	2,05
Penerbangan Domestik/ <i>Domestic Flight</i>	1,97	2,05	2,67	1,70
Pesiar/ <i>Sightseeing</i>	2,05	1,88	1,80	2,49
Hiburan/ <i>Entertainment</i>	2,85	3,11	3,61	3,14
Kesehatan dan Kecantikan/ <i>Health and Beauty</i>	2,03	2,43	1,97	2,42
Pemandu Wisata/ <i>Guide Service</i>	0,38	0,38	0,49	0,35
Pendidikan/ <i>Education</i>	0,17	0,22	0,28	0,22
Lainnya/ <i>Others</i>	0,81	1,90	0,75	0,69

Sumber: *Passenger Exit Survey*, Kementerian Pariwisata

Fennel dalam Pitana (2009) menyebutkan "*Tourism is defined as the interrelated system that includes tourists and the associated services that are provided and utilized (facilities, attractions, transportation, and accommodation) to aid in their movement.*". Selanjutnya Mathieson dan Wall dalam Pitana (2009) mengatakan bahwa pariwisata mencakup tiga elemen utama, yaitu (1) *a dynamic element*, yaitu *travel* ke suatu destinasi wisata, (2) *a static element*, yaitu singgah di daerah tujuan dan (3) *a consequential element*, yaitu akibat dari dua hal di atas (khususnya terhadap masyarakat lokal), yang meliputi dampak ekonomi, sosial dan fisik dari adanya kontak dengan wisatawan. Disisi lain menurut World Trade Organization dalam Richardson & Flicker dikutip pada Pitana (2009) menyebutkan inti dari pariwisata adalah "*The activities of persons travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes.*"

Selain definisi, konsep dasar dari pariwisata mencakup mengenai permintaan (*demand tourism*) dan penawaran pariwisata (*supply tourism*). Menurut Coccossins dan Constantoglou dalam Judisseno (2017) disebutkan bahwa karakteristik permintaan pariwisata adalah "*focuses on the motives and the characteristic of the travel made by the tourist and it includes criteria like psychological, economic, social etc. factors*". Wujud nyata dalam makna permintaan pariwisata adalah meliputi kebutuhan dalam (1) memanfaatkan waktu luang (*leisure*)

untuk liburan atau rekreasi, (2) mengunjungi teman dan keluarga, (3) menghadiri kegiatan MICE (*meeting, incentive, conference, exhibition*), (4) menonton acara olahraga, (5) mengikuti kegiatan *pilgrimages*, (6) mengikuti wisata kecantikan dan kesehatan, (7) mengikuti program pelatihan keterampilan dan program pendidikan lainnya.

Penawaran pariwisata (*supply tourism*) ditawarkan oleh pemangku kepentingan dan pemangku kebijakan pada bidang pariwisata (dalam hal ini pemerintah).

Manajemen publik bidang pariwisata mengacu Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional yang merupakan wujud dari amanat Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Dalam aspek perencanaan dikeluarkan Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2011 diantara secara fisik mencakup tiga hal yaitu (1) Perwilayahan Pembangunan Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) dan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KPSN). Di Indonesia seluruhnya ada 50 DPN tersebar di 33 provinsi dan 88 KPSN yang tersebar di 50 DPN (data sampai tahun 2017 dalam Judisseno (2017), (2) Pembangunan Daya Tarik Pariwisata (alam, budaya dan buatan), (3) Pembangunan aksesibilitas pariwisata (sarana, prasarana, sistem transportasi) dan (4) Pembangunan prasarana umum, fasilitas umum dan fasilitas pariwisata yang menjadi domain pemerintah.

*Sustainable development on landscape tourism* (atau dalam literatur lain *sustainable tourism development*) merupakan pembangunan berkelanjutan pada pariwisata

dengan mengedepankan pemanfaatan objek wisata alam dan kearifan lokal sebagai daya tarik (Mulyana, 2019). Hal ini dimaksudkan agar kegiatan pariwisata dapat memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat namun juga tetap menjaga kelestarian budaya, alam dan lingkungan.

Pembangunan pariwisata daerah memiliki kompleksitas kajian dalam hal bahwa mengkaji aspek sosial, ekonomi, psikologi dan pendapatan pengunjung. Nandi (2008) menelaah bahwa keamanan wisatawan adalah satu kunci pengembangan pariwisata. Dalam perspektif lokal, Rahmi (2016) menemukan bahwa aspek sosial budaya serta sarana prasarana merupakan aspek penunjang dasar, hal ini pun dikuatkan oleh Nanda Rahmi (2017), Octastefani & Kusuma (2015) dan Batilmurik & Lao (2016). Ghani (2017) menemukan bahwa gabungan sarana prasarana dengan kearifan lokal mampu untuk menambah daya tarik dan meningkatkan kunjungan wisata. Dalam penelitian Priambodo (2015) didapatkan bahwa suatu wilayah yang mempertahankan aktifitas asli lokal (agraris) dan keramahan masyarakat lokal kunci kunjungan. Dengan menjadikan pariwisata menjadi sektor utama pengembangan desa maka dapat terjadi peningkatan kesejahteraan melalui pariwisata di desa (Irtifah & Ghufro, 2019)

Selain itu, pariwisata yang berbasis kearifan lokal dan ekowisata serta memunculkan konsep syariah dapat menjadi bagian dari strategi pariwisata di Wilayah Priangan Timur. Dalam penelitian Rahman dan Nugroho (2015) ditemukan bahwa daya dukung keadaan geografis suatu wilayah yaitu dalam bentang pegunungan, hutan, persawahan atau perairan merupakan atraksi wisata bagi daerah yang hendak membuat perencanaan pariwisata berbasis ekowisata. Hal ini sering disebut dengan istilah *landscape tourism*, *nature tourism* atau *local wisdom tourism*. Dalam Nugraha dkk (2017) dinyatakan bahwa model komunikasi pariwisata yang berbasis kearifan lokal dengan skema *local branding* akan mampu membentuk strategi multistep yang efektif dalam meningkatkan kunjungan ke wilayah pengujian. Konsep komunitas dalam

kunjungan diteliti oleh Mustapa (2019) yang menemukan bahwa strategi pariwisata yang berbasis presisi konsumen (komunitas) mesti didukung oleh kejelasan kepemilikan aset, kerja sama investor dan pemerintah, kerja sama publik serta kepedulian masyarakat.

Dalam Widagdyo (2015), Fitrianto (2019) dan Saputram dkk. (2019) menjelaskan bahwa wisata halal bagi wilayah yang memiliki komunitas muslim yang besar akan sangat siap bertransformasi pada pariwisata halal. Kearifan lokal, ekowisata, wisata halal dan kerja sama menjadi poin penting dalam membangun pariwisata, utamanya dalam mempersiapkan atraksi wisata. Dari sejumlah penelitian ini akan dibentuk skala pengukuran dan variabel ukur dalam data primer untuk menunjukkan karakteristik pariwisata wilayah Kabupaten Tasikmalaya, Kota Tasikmalaya dan Kabupaten Ciamis.

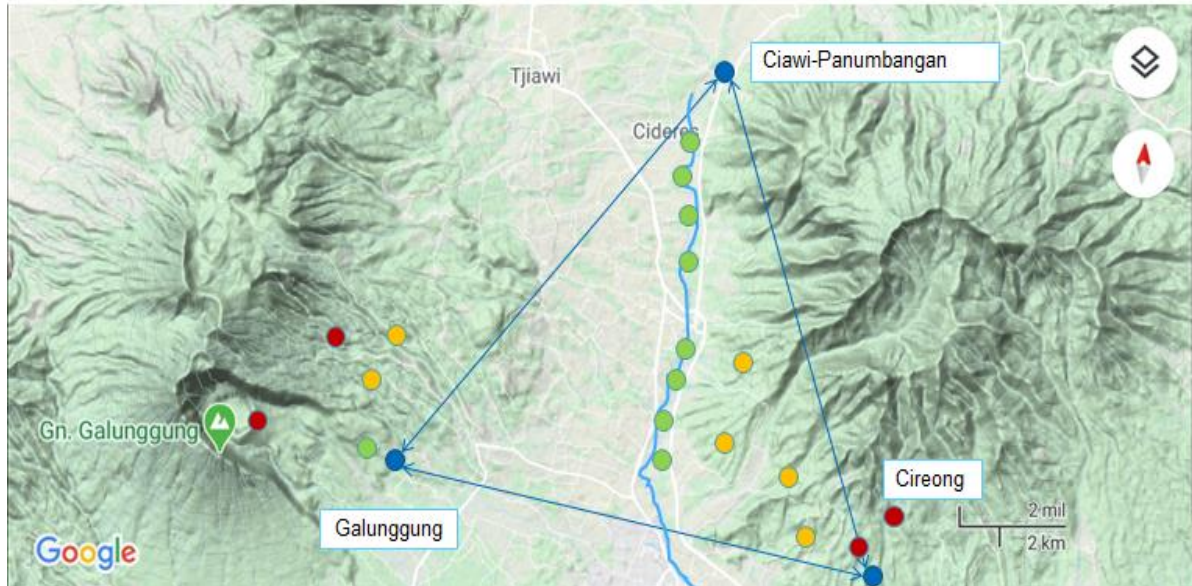
Penelitian ini dilakukan di Wilayah Priangan Timur pada suatu kawasan yang dinamakan sebagai *triangle tourism* (istilah penulis untuk perencanaan terpadu pada wilayah Ciawi - Panumbangan, Galunggung dan Cireong). Ketiga wilayah ini telah menjadi *master plan* pariwisata di sekitar Kabupaten/Kota Tasikmalaya dan Kabupaten Ciamis. Objek pariwisata pada wilayah ini mencakup wisata kesenian Sunda (Ciawi-Panumbangan), objek wisata Gunung Galunggung (wilayah Galunggung) dan Taman Wisata Karang Resik (wilayah Cireong, Kota Tasikmalaya).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mencari nilai indeks kepuasan publik untuk manajemen publik bidang pariwisata dengan mengangkat studi kasus pada lokasi Kota Tasikmalaya, Kabupaten Tasikmalaya (Kecamatan Ciawi) dan Kabupaten Ciamis (Kecamatan Panumbangan) yang berada pada lokasi jalur mudik di Provinsi Jawa Barat. Selain mengukur indeks kepuasan publik untuk manajemen publik bidang pariwisata, penulis melakukan penelitian tambahan dengan mengambil timbal balik konsep yang sesuai menurut responden yang sama pada survei pertama dalam pembangunan pariwisata di lokasi penelitian.

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah menentukan berapakah nilai Indeks

Kepuasan Publik (IKP) bidang manajemen publik pariwisata di Kota Tasikmalaya, Kabupaten Tasikmalaya dan Kabupaten Ciamis serta bagaimana pilihan konsep pariwisata yang sesuai untuk wilayah Kota Tasikmalaya, Kabupaten Tasikmalaya dan Kabupaten Ciamis. Sehingga pada bagian

akhir, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis mengajukan beberapa saran dan rekomendasi yang dapat ditindaklanjuti oleh pemerintah daerah di lokasi penelitian yang bertujuan untuk meningkatkan manajemen publik dalam bidang pariwisata.



Gambar 1. Peta Pembagian Potensi Pengembangan Kawasan Pariwisata *Triangle Tourism* di Kabupaten/Kota Tasikmalaya dan Kabupaten Ciamis

Sumber: Dokumentasi Digital Google Maps

## II. METODE PENELITIAN

### A. Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui pengumpulan data secara daring dari sejumlah 261 responden dengan kriteria memiliki intensitas kunjungan wisata di lokasi penelitian minimal 4 kali dalam 3 bulan terakhir sebelum survei dilakukan. Selain itu kriteria responden yang bermukim di wilayah Kota Tasikmalaya, Kabupaten Tasikmalaya (Kecamatan Ciawi), dan Kabupaten Ciamis (Kecamatan Panumbangan dan Kecamatan Cihaurbeuti) yang merupakan wilayah akses pada jalur mudik nasional. Sebanyak 261 responden yang dikumpulkan diberikan dua kuesioner yang diberikan pada rentang waktu yang berbeda sesuai masing-masing survei. Sistem pengambilan sampel bersifat acak dengan penentuan responden berusia 17-40 tahun.

Adapun sejumlah pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner terdiri dari 8

pertanyaan untuk mengukur survei indeks kepuasan publik dan 8 pertanyaan untuk mengukur pilihan konsep dan perencanaan pariwisata.

Strategi pengambilan data primer adalah *pre-holiday* dan *pasca-holiday*. Untuk presisi konsumen pertama mengukur manajemen publik bidang pariwisata *pre-holiday* dan *holiday* dengan mengumpulkan perspektif responden pada kebijakan pariwisata sepanjang tahun 2019 (survei dilakukan November-Desember 2019), dan presisi konsumen kedua mengukur *pasca-holiday* dengan memberikan sejumlah pilihan konsep pariwisata untuk menjadi dasar perencanaan selanjutnya (survei dilakukan Januari - Februari 2020).

Pengambilan data yang memiliki rentang berbeda ini dikarenakan mengambil situasi liburan, sehingga pengukuran survei presisi konsumen pertama untuk mengukur sedang dan setelah kunjungan wisata dilakukan dengan konsumen dimintai penilaian atas manajemen publik bidang pariwisata melalui

kunjungannya. Adapun pengukuran survei presisi konsumen kedua dilakukan setelah masa liburan berakhir sehingga responden dapat memberikan penilaian pilihan konsep yang diberikan penulis untuk dinilai konsep yang sesuai untuk dikembangkan di wilayah lokasi penelitian.

## B. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penggunaan media daring *google form* yang digunakan pada rentang survei pertama untuk mendapatkan nilai presisi konsumen pada tanggal November-Desember 2019 dan survei kedua untuk mendapatkan nilai presisi konsumen pada rentang Januari-Februari 2020. Setelah data terkumpul, maka selanjutnya dilakukan

perhitungan dengan menggunakan revisi Indeks Kepuasan Publik Dwiyanto. Hasilnya untuk survei pertama didapatkan nilai indeks kepuasan publik dan survei kedua didapatkan konsep pariwisata yang dianggap sesuai dikembangkan dari sisi konsumen.

## C. Variabel Penilaian Presisi Konsumen

Dalam mengukur penilaian presisi konsumen digunakan struktur aplikatif yang membagi pertanyaan menjadi beberapa tipe soal untuk menjelaskan secara keseluruhan presisi konsumen yang akan dihitung. Pada tabel 2 dan tabel 3 terdapat 8 variabel yang diukur. Dalam menentukan variabel penilaian, dilakukan dengan cara mengidentifikasi fenomena yang akan diukur di lapangan yang sesuai dengan dukungan pendekatan Indeks Kepuasan Publik.

Tabel 2. Variabel Pengukuran Survei Indeks Kepuasan Publik Bidang Pariwisata

No.	Variabel	Item	Unsur yang Diukur
1	<i>Performance Expectancy</i>	1	Performa Pelayanan
2	<i>Effort Expectancy</i>	1	Ekspektasi Usaha
3	<i>Social Influence</i>	1	Sosialisasi Antar Pengunjung
4	<i>Facilitating Condition</i>	1	Fasilitas
5	<i>Hedonic Motivation</i>	1	Motivasi Liburan
6	<i>Price Value</i>	1	Biaya kunjungan
7	<i>Habit</i>	1	Budaya kunjungan
8	<i>Behavioral Intention</i>	1	Kepekaan sosial responden

Sumber: Dokumen Penulis

Tabel 3. Variabel Pengukuran Pilihan Konsep Pariwisata  
(Diberikan Pemaparan Konsep *Sustainable Development on Landscape Tourism*)

No.	Variabel	Item	Unsur yang Diukur
1	<i>Perceived usefulness</i>	1	Kegunaan/tujuan kunjungan
2	<i>Perceived playfulness</i>	1	Eksperimen program
3	<i>Perceived price</i>	1	Biaya kunjungan
4	<i>Perceived ease of use</i>	1	Kegunaan kunjungan
5	<i>Perceived risk</i>	1	Risiko kunjungan
6	<i>Social habit</i>	1	Budaya sosial kunjungan
7	<i>Razionalitasion</i>	1	Rasionalitas pilihan kunjungan
8	<i>Communication intention</i>	1	Intensitas komunikasi pengunjung

Sumber: Dokumen Penulis

## D. Skala Penilaian (*Rating Scale*)

Dalam Martono (2015) skala penilaian (*rating scale*) merupakan skala yang digunakan untuk mengetahui pendapat atau sikap seseorang mengenai suatu objek yang sedang diteliti. Skala ini berupaya mengubah data kuantitatif yang dikualitatifkan dengan menggunakan item: “senang/tidak senang”; “pernah/tidak pernah”; yang merupakan data kualitatif. Dalam penggunaannya, skala

penilaian ini lebih fleksibel, tidak terbatas untuk pengukuran sikap saja, namun dapat juga untuk mengukur persepsi responden terhadap fenomena lainnya seperti untuk mengukur status sosial ekonomi dan pengetahuan kelembagaan. Dalam penulisan ini menggunakan Skala Likert (1-4) untuk survei data primer presisi konsumen A dan skala 1-10 untuk survei data primer presisi konsumen B.

**E. Indeks Kepuasan Publik**

Teknik analisa data (pengolahan data) merupakan ukuran yang digunakan dalam menentukan perspektif responden atas kepuasannya dalam suatu hal dapat menggunakan nilai Indeks Kepuasan Publik atau yang dikenal dengan istilah IKP (Indiahono, 2009). Indeks Kepuasan Publik memiliki banyak padanan istilah lain seperti indeks kepuasan masyarakat atau indeks

kepuasan pengunjung (Bagian Organisasi Sekretariat Daerah Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta, 2013; Bagian Organisasi Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Surakarta, 2018). Indeks Kepuasan Publik akan dihitung dengan menggunakan nilai rata-rata tertimbang masing-masing unsur pelayanan. Indeks Kepuasan Publik atas fasilitas pelayanan publik akan diperoleh dengan menggunakan pendekatan nilai rata-rata tertimbang dengan rumus sebagai berikut:

$$IKP = \frac{\text{Total dari Nilai Persepsi Per Unsur}}{\text{Total unsur yang terisi}} \times \text{Nilai Penimbang} \quad (\text{persamaan 1})$$

Untuk memudahkan interpretasi terhadap penilaian Indeks Kepuasan Publik atas Fasilitas Pelayanan Publik dalam objek

penelitian dikonversikan dengan nilai dasar 25, menggunakan rumus sebagai berikut:

$$NRR \text{ Tertimbang} = NRR \times \left( \frac{1}{\text{jumlah pertanyaan}} \right) \quad (\text{persamaan 2})$$

$$IKP = \left( \left( \frac{\text{Jumlah Nilai}}{\text{Kuesioner Terisi}} \right) \times 0,125 \right) \times 25 \quad (\text{persamaan 3})$$

$$IKP = \left( \left( \frac{\text{Jumlah Nilai}}{\text{Kuesioner Terisi}} \right) \times 0,125 \right) \times 10 \quad (\text{persamaan 4})$$

Dengan menggunakan analisis kuantitatif berskala, terdapat dua interval nilai yaitu 1-4 dan 1-10. Untuk jumlah pertanyaan adalah 8 pertanyaan maka nilai NRR untuk nilai interval 1,00-4,00 adalah 0,125. Sedangkan untuk jumlah pertanyaan kurang atau lebih dari 8 maka mengikuti persamaan 2.

Adapun untuk survei menggunakan skala likert (1-4) maka nilai interval konversi adalah  $100/4 = 25$  sehingga mengikuti persamaan 3. Sedangkan untuk survei menggunakan skala 1-10 maka nilai interval

konversi adalah  $100/10 = 10$  sehingga mengikuti persamaan 4.

Dalam menganalisis keberhasilan manajemen publik bidang pariwisata pada penelitian ini digunakan dua kali survei yaitu survei pertama untuk mengukur Survei Indeks Kepuasan Publik dan survei kedua untuk mengukur kepuasan pilihan konsumen pada konsep *sustainable development on landscape tourism* dalam *triangle tourism* di Kota Tasikmalaya, Kabupaten Tasikmalaya dan Kabupaten Ciamis.

**Tabel 4. Nilai Persepsi, Interval IKP, Interval Konversi IKP, Mutu Pelayanan dan Kinerja Fasilitas Objek Penelitian Publik**

Nilai Persepsi IKP	Nilai Interval IKP	Nilai Interval Konversi	Mutu Pelayanan	Kinerja Fasilitas Publik
1	1,00-1,75	25-43,75	D	Tidak Memuaskan
2	1,76-2,50	43,76-62,50	C	Kurang Memuaskan
3	2,51-3,25	62,51-81,25	B	Memuaskan
4	3,26-4,00	81,26-100,00	A	Sangat Memuaskan

Sumber: Kebijakan Publik berbasis *Dynamic Policy Analysis*, Dwiyanto Indiahono (untuk skala nilai interval 4 dan nilai interval konversi 100)

Dalam pengukuran Indeks Kepuasan Publik ini akan diperbaharui sejumlah

pendekatan matematis yang lebih relevan dan sistematis dengan studi kasus yang dianalisis

dalam penelitian ini yaitu dengan merevisi prosedur pengumpulan data menjadi dibagi atas sejumlah pertanyaan (yaitu dalam penggunaan penelitian ini menggunakan 16 jenis pendekatan pembentukan pertanyaan). Selanjutnya dengan menjumlahkan hasil semua penilaian melalui rentang nilai tertentu (dalam penggunaan penelitian ini survei indeks kepuasan publik bidang pariwisata menggunakan skala likert yaitu 1 sampai 4 dan survei konsep pilihan konsumen menggunakan skala 1 sampai 10. Perbedaan penilaian skala ini tidak menjadi halangan atau kendala dalam menentukan nilai IKP yang tertimbang.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Menghitung Indeks Kepuasan Publik

Survei presisi dilakukan dua kali, yaitu pada November-Desember 2019 untuk mengukur Indeks Kepuasan Publik bidang Pariwisata dan pada Januari-Februari 2020 untuk mengukur kepuasan pilihan konsumen

pada konsep *Sustainable development on landscape tourism*. Survei pertama mengukur kepekaan wisatawan pada saat tengah terjadi liburan akhir tahun. Sedangkan survei kedua mengukur kepekaan wisatawan pasca melakukan liburan akhir tahun. Dalam mengukur Indeks Kepuasan Publik Dwiyanto, digunakan kriteria sebagai berikut:

1. Asumsi Tidak Memuaskan (konversi rata-rata nilai di angka 1,00-1,75/25-43,75) dan Kurang Memuaskan (konversi rata-rata nilai di angka 1,76-2,50/43,76-62,50) dikategorikan mesti melakukan upaya 'perubahan' (*change*).
2. Asumsi Memuaskan (konversi rata-rata nilai di angka 2,51-3,25/62,51-81,25) dan Sangat Memuaskan (konversi rata-rata nilai di angka 3,26-4,00/81,26-100,00) dikategorikan mesti melakukan upaya 'pertumbuhan' (*growth*). Perlakuan kebijakan yang dibedakan ini karena diperlukannya perencanaan berganda untuk menyikapi dua hal input kepuasan.

Tabel 5. Hasil Survei Indeks Kepuasan Publik Bidang Pariwisata

No.	Indikator Penilaian	Jumlah	NRR	NRR-T
1	<i>Performance Expectancy</i>	520	0,40373	4,03727
2	<i>Effort Expectancy</i>	414	0,32143	3,21429
3	<i>Social Influence</i>	392	0,30435	3,04348
4	<i>Facilitating Condition</i>	427	0,33152	3,31522
5	<i>Hedonic Motivation</i>	448	0,34783	3,47826
6	<i>Price Value</i>	439	0,34084	3,40839
7	<i>Habit</i>	368	0,28571	2,85714
8	<i>Behavioral Intention</i>	543	0,42158	4,21584
<b>Nilai Keseluruhan</b>				27,56988

Sumber: Olahan Penulis

Didapat hasil survei pertama dengan skor sebesar 27,56988 maka strategi yang dilakukan dalam pembangunan wilayah yaitu 'perubahan', hal ini menandakan belum maksimalnya pengembangan pariwisata. Skor nilai terendah pada indikator penilaian *habit* yang sebagian besar masyarakat berpendapat bahwa daya tarik kunjungan wisata di lokasi penelitian tidak menarik. Skor terendah kedua disusul oleh *social influence* dengan tanggapan sebagian besar berpendapat bahwa lokasi pariwisata di lokasi penelitian terlalu memberikan ruang wisata individual, sehingga tidak cukup mendukung wisata keluarga dan kelompok. Posisi ketiga yaitu *effort expectancy* dengan indikasi bahwa tidak

adanya keamanan investasi dalam usaha bidang pariwisata.

Dalam indikator *facilitating condition* responden memberikan nilai rendah, sehingga terdapat pendapat bahwa fasilitas pendukung pariwisata di lokasi penelitian belum memadai dan perlu dilakukan perbaikan. Perbaikan ini berkaitan dengan fasilitas ramah anak, gazebo, kamar mandi, pengelolaan sampah dan penataan tempat wisata. Selanjutnya *price value*, dengan nilai rendah dibawah poin 500, responden memberikan nilai bahwa masih tidak rasionanya tiket masuk dan fasilitas yang diberikan. Adapun terakhir yakni poin di bawah 500 berupa indikator *hedonic motivation*, memberikan



gambaran bahwa dengan kondisi penawaran pariwisata yang ada memang tidak menumbuhkan semangat kunjungan pariwisata, hal ini menyebabkan hubungan kausalitas dengan penawaran dimana permintaan pariwisata tidak tetap dan cenderung menurun sejalan dengan penurunan kualitas penawaran pariwisata. Untuk poin di atas 500 dapat diambil kesimpulan dalam kondisi “sedang” responden puas atas kinerja pariwisata tersebut.

Masyarakat cenderung menilai bahwa pembangunan pariwisata di wilayah Kota Tasikmalaya, Kabupaten Tasikmalaya dan Kabupaten Ciamis belum maksimal. dapat dilakukan melalui rekonstruksi kebijakan yang telah ada (seperti perbaikan kebijakan dan perbaikan konsep perencanaan). Hasil Ini menggambarkan bahwa perencanaan dan konsep pariwisata yang ada dan dibangun di Wilayah Priangan Timur masih kurang baik dan perlu dilakukan perbaikan. Kebijakan publik mesti menyasar pada aspek-aspek pendukung pembangunan pariwisata, tidak hanya dalam kaitannya untuk pemenuhan alokasi dana pembangunan semata, namun perlu memperhatikan kepuasan masyarakat sebagai penerima manfaat pembangunan.

## B. Survei Pilihan Konsep Pariwisata Berbasis *Sustainable Development on Landscape Tourism*

Setelah dilakukan survei pertama untuk mendapatkan nilai Indeks Kepuasan Publik (IKP), maka penelitian ini dilanjutkan dengan melakukan pada rentang waktu kedua untuk mendapatkan pilihan konsep pariwisata yg diinginkan wisatawan. Adapun survei kedua ini menitikberatkan pada pemberian tanggapan responden bila diterapkan pembangunan pariwisata di Wilayah Priangan Timur berwawasan *sustainable development on landscape tourism* (pariwisata lanskap/geowisata).

Dalam survei kedua ini kriteria yang digunakan adalah apabila konversi rata-rata nilai di angka 1,00 - 1,75/ 25 - 43,75 dan konversi rata-rata nilai di angka 1,76 - 2,50/ 43,76 - 62,50 proyek tidak dianjurkan oleh responden untuk dikembangkan dan apabila konversi rata-rata nilai di angka 2,51 - 3,25/ 62,51 - 81,25 dan konversi rata-rata nilai pada angka 3,26 - 4,00/ 81,26 - 100,00) dikategorikan bahwa responden mendukung penuh perencanaan pembangunan pariwisata dengan konsep *Sustainable Development on Landscape Tourism* untuk diterapkan di lokasi penelitian.

Tabel 6. Hasil Survei Pilihan Konsep Pariwisata

No.	Indikator Penilaian	Jumlah	NRR	NRR-T
1	<i>Perceived usefulness</i>	868	1,085	10,85
2	<i>Perceived playfulness</i>	801	1,00125	10,0125
3	<i>Perceived price</i>	847	1,05875	10,5875
4	<i>Perceived ease of use</i>	736	0,92	9,2
5	<i>Perceived risk</i>	866	1,0825	10,825
6	<i>Social habit</i>	855	1,06875	10,6875
7	<i>Rationalization</i>	823	1,02875	10,2875
8	<i>Piracy intention</i>	877	1,09625	10,9625
<b>Nilai Keseluruhan</b>				83,4125

Sumber: Olahan Penulis

Survei dilakukan pada responden yang sama dengan menitikberatkan pendapat kelayakan apabila *sustainable development on landscape tourism* pada perspektif konsumen yang menikmati hadirnya objek wisata berwawasan bentang alam dan kearifan lokal. Hasilnya adalah 83,4125 dengan skala nilai maksimum 100, dikategorikan presisi konsumen B untuk pilihan konsep dan

perencanaan pada grade “A” atau “Sangat Memuaskan”. Ini menggambarkan bahwa konsep yaitu *sustainable development on landscape tourism* merupakan pilihan terbaik untuk diterapkan di lokasi penelitian.

Melalui survei tersebut, didapatkan bahwa dalam menyusun perencanaan pariwisata dengan konsep *sustainable development on landscape tourism* setidaknya diperlukan tiga

komponen utama yaitu (1) Analisis geologi, (2) Analisis investasi dan (3) Analisis pemasaran pariwisata.

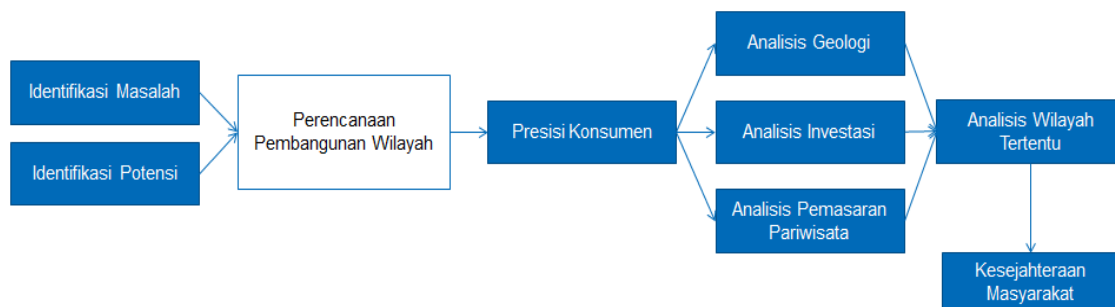
Pertama, analisis geologi memberikan gambaran bagi lanskap, struktur relief objek wisata maupun struktur tanah dan batuan yang mampu mendukung tumbuhnya objek wisata alam (berbedanya membentuk objek wisata pohon pinus dengan membentuk objek wisata kebun teh), selain itu erat kaitannya dalam perencanaan tata letak dan jarak ekonomi objek wisata (dekat pusat kota atau dekat jalur utama transportasi).

Kedua, analisis investasi, hal ini menjadi dasar utama dan paling mendasar bagi urusan keuangan dalam menyusun pengadaan keuangan, distribusi, alokasi dan pemantauan serapan anggaran dari sejumlah alokasi dana tersebut. Adapun analisis ketiga yaitu analisis pemasaran pariwisata, yang mana menjadi tonggak kesuksesan pembuatan objek pariwisata yaitu aspek pemasaran yang didukung oleh *positioning*, *segmenting* maupun iklan untuk memberikan gambaran pada konsumen mengenai objek wisata yang ada.

Temuan yang cukup mendukung keberlangsungan penelitian mengenai indeks kepuasan publik dan pariwisata adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan Indeks Kepuasan Publik dalam mengukur kepuasan birokrasi manajemen publik tidak hanya untuk evaluasi internal pemerintah saja, namun data dan hasil perhitungan dapat digunakan bagi peneliti dan perencana lain dalam melihat tanggapan publik atas kebijakan publik yang telah dilaksanakan.

2. Pendekatan Indeks Kepuasan Publik dapat dikembangkan kembali dengan mengedepankan *behavioral research* yaitu dengan mengukur perilaku masyarakat terhadap kinerja pemerintah secara intensif. Hal ini dapat dilakukan melalui menggunakan kategorisasi data penilaian terhadap sejumlah variabel ukur yang secara inovatif memprioritaskan kuesioner.
3. Pembangunan pariwisata tidak lepas dari kebijakan untuk mengembangkan iklim investasi, iklim geografi kawasan dan iklim pengembangan pariwisata. Ketiganya menjadi kunci pembaharuan perspektif kebijakan publik dalam manajemen publik bidang pariwisata.
4. Dalam Indeks Kepuasan Publik (IKP) memperhatikan nilai tertimbang adalah dengan memperhatikan jumlah pertanyaan yang akan diajukan lalu dibagi 1. Ini merupakan salah satu pendekatan yang akurat untuk melihat optimalitas data dalam kerangka data primer, dan juga dengan pembentukan pembandingan data survei dan data nilai maksimum dapat menjadi perbandingan *gap* antara data survei dan data nilai maksimum.
5. Dalam menentukan nilai interval, dengan penggunaan skala 100 dapat secara optimal memprediksi nilai IKP, namun perlu dikembangkan bila IKP digunakan bagi peneliti dan perencana diluar pemerintah (yang umumnya mengukur kinerja melalui IKP) maka perlunya bauran nilai interval yang sesuai dengan pendekatan *behavioral research*.



Gambar 2. Alur Diagram Pembaharuan Manajemen Publik Bidang Pariwisata Berbasis *Sustainable Development on Landscape Tourism*  
 Sumber: Dokumen Penulis

### C. Struktur Manajemen Publik Baru dalam Pengelolaan Pariwisata

Setelah melakukan evaluasi terhadap persepsi dari hasil analisis Indeks Kepuasan Publik (IKP) dan pendalaman deskriptif-analitis mengenai konsep perbandingan manajemen publik dalam pengelolaan pariwisata, maka diperlukan upaya dalam inovasi manajemen publik baru bidang pengelolaan pariwisata yang terstruktur, dan lebih baik di wilayah Priangan Timur khususnya dan umumnya di wilayah Jawa Barat.

Melihat hasil dari pengambilan data primer, maka setidaknya alur perencanaan manajemen publik baru dalam pengelolaan pariwisata harus memenuhi empat komponen analisis yaitu (1) Presisi konsumen, (2) Analisis geologi/geografi atau studi kawasan, (3) Analisis investasi, dan (4) Analisis pemasaran pariwisata. Sehingga akhirnya akan terbentuk analisis wilayah tertentu untuk pembangunan pariwisata.

### IV. KESIMPULAN

Untuk mewujudkan pertumbuhan yang berkualitas dan pembangunan ekonomi kreatif Priangan Timur, maka diperlukan program dan kebijakan yang partisipatoris. Kebijakan yang mampu memberikan banyak peningkatan kemampuan dan perkembangan pada masyarakat. Dalam pembentukan kebijakan publik (*public policy*) kiranya perlu memperhatikan aspek moral dan etika pada diri manusia, agar manusia bukan hanya dipandang sebagai faktor produksi dari pergerakan perekonomian. Dalam membangun ekonomi perlu memahami perspektif masyarakat apakah pembangunan bermanfaat atau malah merugikan masyarakat.

Permasalahan yang dihadapi adalah sifat 'masing-masing' setiap daerah di Indonesia untuk melakukan pengembangan pariwisatanya, maka diperlukan program yang terstruktur dari mulai legalitas sampai dengan dukungan dari masyarakat untuk pemerataan tingkat kunjungan dan menumbuhkan potensi objek wisata baru. Konsep pariwisata *sustainable development on landscape tourism* mesti digalakkan

terutama dalam perencanaan pariwisata di Wilayah Priangan Timur. Dengan membentuk sistem pariwisata dan program yang terhubung antar daerah dari segi peraturan sampai kerja sama investasi maka pariwisata akan berkembang jauh lebih pesat. Hal ini memungkinkan *double visitors* terhadap objek wisata berkonsep lanskap alam maupun lanskap perkotaan.

Untuk mewujudkan pembangunan destinasi wisata yang mendukung ekonomi kreatif maka perlu sinergitas para akademisi dan pemerintah dalam pengembangan sektor pariwisata. Pariwisata dapat menjadi sektor yang memiliki daya jual dan pendorong perekonomian yang mumpuni di tengah ketidakpastian perekonomian di Indonesia. Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, pengembangan pariwisata terutama dengan konsep pariwisata terintegrasi dirasa mampu dan diperlukan sedini mungkin. Diharapkan pemikiran pariwisata terintegrasi ini tidak hanya ada ada tulisan saja namun juga dapat diimplementasikan lebih jauh oleh pemangku kebijakan dan perguruan tinggi. Utamanya oleh perguruan tinggi dikembangkan untuk memenuhi salah satu tridharma perguruan tinggi yaitu pengabdian pada masyarakat.

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan dalam hal pencarian responden dan pendekatan kuantitatif yang perlu terus diperbaiki dalam memperkirakan bauran kebijakan publik yang lebih efektif terukur dengan nilai dan penelitian yang handal. Maka diperlukan pemutakhiran konsep pendekatan kepada responden dengan menambahkan kreativitas dalam penentuan pertanyaan survei dan unsur inovatif dalam pembentukan alat kuantitatif yang lebih fleksibel dan dapat lebih merepresentasikan mengenai kenyataan di kehidupan sehari-hari.

### V. SARAN/REKOMENDASI

Pembangunan pariwisata terintegrasi antar wilayah yang melibatkan lebih dari satu pemerintah daerah memang merupakan salah satu tantangan besar dalam kerja sama pembangunan daerah. Namun di sisi lain ini merupakan keharusan bagi setiap daerah untuk mau lebih aktif dalam kerja sama antar

daerah dan menyamakan kinerja dan aparatur di lini perencanaan pembangunan daerah.

Adapun rekomendasi yang disarankan berdasarkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membentuk sinergi antar pemerintah daerah untuk perencanaan pariwisata yang lebih konkret dan berwawasan lingkungan.
2. Menjadikan *sustainable development on landscape tourism* dalam bidang wisata alam, perhotelan, budaya dan kuliner menjadi bagian utama dalam pengembangan wisata di wilayah Kota/Kab. Tasikmalaya dan Kabupaten Ciamis.
3. Membentuk tim khusus pariwisata terintegrasi yang menghimpun kabupaten dan kota di Wilayah Priangan Timur untuk memperluas jaringan, objek wisata, dukungan investasi dan keuntungan sosial ekonomi pariwisata untuk kesejahteraan masyarakat Priangan Timur.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis berterima kasih kepada sejumlah pihak termasuk rekan sivitas akademika di Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi yang telah membantu dan mendukung pelaksanaan penelitian ini.

#### REFERENSI

- Adisasmita, Rahardjo. (2008). *Pembangunan Wilayah: Konsep dan Teori*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Altman, G., & Aleksanyan, G. (2016). Sustainability in Tourism: Problems and Some Basic Directions of Sustainable Tourism Management. *Геология и география (Geology and Geography)*, 59-67.
- Amaliawaiati, L., & Murni, A. (2019). *Ekonomika Mikro*. Bandung: Refika Aditama.
- Andiani, N. D. (2014). *Pengelolaan Wisata Konvensi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bagian Organisasi Sekretariat Daerah Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta. (2013). *Laporan Hasil Survei "Indeks Kepuasan Masyarakat" Pada Unit Pelayanan Publik di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Kulon Progo*. Kulon Progo, Yogyakarta: Sekretariat Daerah Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta.
- Bagian Organisasi Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Surakarta. (2018). *Laporan Indeks Kepuasan Masyarakat Pemerintah Kota Surakarta Tahun 2018*. Surakarta: Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Surakarta.
- Batilmurik, R. W., & Lao, H. A. (2016). Pengembangan Model Ekonomi Kreatif bagi Masyarakat di Daerah Objek Wisata Bahari Kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 1-10.
- Bintari, W. D., & Yuniningsih, T. (2017). Analisis Tentang Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Semarang. *Journal Of Public Policy And Management Review*, 1-14.
- Creswell, J. W. (2017). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dayanti. (2013). Kontribusi Objek Wisata dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Kabupaten Kuantan Singingi Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Hukum Islam*, 170-176.
- Dinas Pariwisata Pemerintah Kabupaten Buleleng. (2019). *Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Dinas Perhubungan Kabupaten Buleleng*. Buleleng: Dinas Pariwisata Pemerintah Kabupaten Buleleng.
- Djunaedi, A. (2015). *Pengantar Perencanaan Wilayah dan Kota*. Yogyakarta: Gadjah Mada Press.
- Fitriani. (2018). Pengaruh Sektor Pariwisata, Sektor Industri, dan Sektor Keuangan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kota Pare Pare. *Economos: Jurnal EkonoI dan Bisnis*, 44-56.
- Fitrianto. (2019). Pengembangan Ekonomi Indonesia Berbasis Wisata Halal. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 69-80.
- Ghani, Y. A. (2017). Pengembangan Sarana Prasarana Destinasi Pariwisata Berbasis

- Budaya di Jawa Barat. *Jurnal Pariwisata*, 22-31.
- Hanafi, M. M. (2004). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE.
- Haynes, E. D. (2016). *Paranormal Tourism Study of Economics and Public Policy*. Manhattan, Kansas, USA: Department of Landscape Architecture and Regional & Community Planning.
- Hidayat, M. (2011). Strategi Perencanaan dan Pengembangan Objek Wisata (Studi Kasus Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat). *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, 33-44.
- Indiahono, D. (2009). *Kebijakan Publik Berbasis Dynamic Policy Analisis*. Yogyakarta: Gava Media.
- Irtifah, & Ghufon, M. (2019). Peningkatan Ekonomi Desa Melalui Wisata Alam (Studi Kasus Desa Wonosari Kecamatan Grugugan Kabupaten Bondowoso). *Media Mahardhika*, 244-253.
- Kartikaningdyah, E. (2012). Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik pada BP2T Kota Tanjungpinang. *Jurnal Integrasi*, 136-147.
- Kozak, M., & Kozak, N. (2015). *Tourism Economics: A Practical Perspective*. Newcastle, UK: Cambridge Scholars Publishing.
- Kuncoro, M. (2010). *Ekonomika Pembangunan: Masalah, Kebijakan, dan Politik*. Jakarta: Erlangga.
- Mankiw, G. (2013). *Pengantar Ekonomi Makro: Principles of Economics, An Asian Edition-Volume 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mankiw, N. G., Quah, E., & Wilson, P. (2014). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mankiw, N. G., Quah, E., & Wilson, P. (2014). *Principles of Economics, An Asian Edition-Volume 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Martono, N. (2015). *Metode Penelitian Sosial: Konsep-Konsep Kunci*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mudrikah, A., Sartika, D., Ismanto, & Satia, A. (2014). Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap GDP Indonesia Tahun 2004-2009. *Economics Development Analysis Journal*, 362-371.
- Mulyana, E. (2019). Upaya Pemberdayaan Ekonomi, Sosial dan Budaya pada Masyarakat Melalui Pengembangan Bisnis Ekowisata. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 38-43.
- Mustapa, H. (2019). Political Regional Tourism in Civil Society Perspective (Profile of Development Strategy of Situ Bagendit Tourism Object, Banyuwangi District, Garut Regency, West Java Province). *Politicon*, 24-50.
- Nandi. (2008). Pariwisata dan Pengembangan Sumberdaya Manusia. *Geo: Jurnal Pendidikan Geografi*, 33-42.
- Nugraha, A. R., Perbawasari, S., & Zubair, F. (2017). Model Komunikasi Pariwisata yang Berbasis Kearifan Lokal (Studi Deskriptif Kualitatif di Wilayah Lembang Kabupaten Bandung Barat). *Jurnal The Messenger*, 231-240.
- Octastefani, T., & Kusuma, B. (2015). Peran Pemerintah Kabupaten Malang dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Daerah Melalui Sektor Pariwisata. *JKMP*, 1-16.
- Ompusunggu, V. M., & Munthe, R. (2020). Analisis Dampak Perkembangan Pariwisata Terhadap Perekonomian Masyarakat (Studi Kasus Desa. *Regionomic*, 45-52.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 - 2025. (t.thn.).
- Priambodo, M. P. (2015). Implementasi Kebijakan Ekonomi Pariwisata dan Perwujudan Pemberdayaan Masyarakat di Kota Batu. *Jurnal Ekonomi Studi Pembangunan*, 27-34.
- Puniawan, I. M., & Sentosa, I. P. (2018). Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan yang Berkunjung ke Desa Wisata Blimbingsari Jembrana, Bali. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 120-158.

- Rahman, Y., & Nugroho, P. (2015). Perubahan Perilaku Ekonomi Masyarakat Sebagai Dampak Pengembangan Pariwisata Alam Pedesaan: Studi Kasus Pembantu Wisata Air Terjun Nyarai Kecamatan Lubuh Alung, Provinsi Sumatera Barat. *Journal of Science and Applicative Technology*, 7-18.
- Rahmi, N. (2017). Kajian Ekonomi Pariwisata Syariah Kota Banda Aceh. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 577-589.
- Rahmi, S. A. (2016). Pembangunan Pariwisata dalam Perspektif Kearifan Lokal. *Reformasi*, 76-84.
- Saputram, N. H., Kholisiah, L., & Nuraini, E. (2019). Potensi dan Prospek Wisata Syariah dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Kota Bandung). *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship*, 93-103.
- Sharpley, R. (2009). *Tourism Development and The Environment: Beyond Sustainability*. London, UK: Earthscan.
- Siegel, S. (2011). *Statistika Nonparametrik Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Gramedia.
- Sinclair, M. T., & Stabler, M. (1997). *The Economics of Tourism*. New York, USA: Routledge.
- Somantri, A., & Muhidin, S. A. (2014). *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Statistics Division, Department of Economic and Social Affairs. (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics*. New York, USA: Department of Economic and Social Affairs, United Nations.
- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujai, M. (2016). Strategi Pemerintah Indonesia dalam Menarik Kunjungan Turis Mancanegara. *Kajian Ekonomi dan Keuangan*, 61-75.
- Sukirno, S. (2014). *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sulastri, S., & Pariyanti, E. (2019). Pengaruh Pendapatan Sektor Pariwisata Terhadap Kesejahteraan Masyarakat dan Pertumbuhan Ekonomi Lampung Timur. *Jurnal Fidusia*, 13-27.
- Tangkere, E. G. (2017). Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Kualitas Pelayanan Daerah Wisata Puncak Temboan Tomohon. *Agri-SosioEkonomi*, 35-46.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2003). *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*. Jakarta: Erlangga.
- Tribe, J. (2004). *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism*. Burlington, MA: Elsevier.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional.
- Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah.
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah.
- Widagdyo, K. G. (2015). Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia. *The Journal of Tauhidinomics*, 73-80.