

**ANALISIS PENGEMBANGAN DALAM MENENTUKAN STRATEGI
SEKTOR PARIWISATA KABUPATEN SUKABUMI**

SKRIPSI

MARGARETA KONDA KUDU

20190080002



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
SUKABUMI
DESEMBER 2023**

**ANALISIS PENGEMBANGAN DALAM MENENTUKAN STRATEGI
SEKTOR PARIWISATA KABUPATEN SUKABUMI**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh
Gelar Sarjana Manajemen*



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
SUKABUMI
DESEMBER 2023**

PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : ANALISIS PENGEMBANGAN DALAM MENENTUKAN STRATEGI SEKTOR PARIWISATA KABUPATEN SUKABUMI
NAMA : MARGARETA KONDA KUDU
NIM : 20190080002

“Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti- bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Manajemen saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.

Sukabumi: 09 Desember 2023



MARGARETA KONDA KUDU

Penulis

PENGESAHAN SKRIPSI

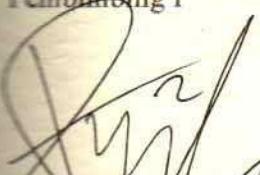
JUDUL : ANALISIS PENGEMBANGAN DALAM MENENTUKAN STRATEGI
SEKTOR PARIWISATA KABUPATEN SUKABUMI
NAMA : MARGARETA KONDA KUDU
NIM : 20190080002

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Pengaji pada Sidang Skripsi tanggal 08 Desember Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana

Manajemen

Sukabumi, 08 Desember 2023

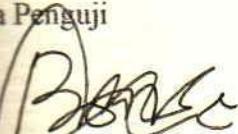
Pembimbing I


Riyadi Mirdan Faris, S.E,M.Si
NIDN. 0419069402

Pembimbing II


Mulus Wijaya Kusuma, S. E., MEc..Dev.MA., Ph. D
NIDN. 8992810021

Ketua Pengaji


Bonse Aris Mandala Putra Simangunsong, M.M
NIDN. 0405119301

Ketua Program Studi Manajemen


Aria Yuliana Jasuni, M.M
NIDN. 0414079101

Dekan Fakultas Bisnis,Hukum dan Pendidikan

Prof. DR. Muhibbinsyah, S.Pd.,M.Ed
NIDN.8906160022

Skripsi ini kutujukan kepada Ayahanda dan Ibunda tercinta, Kakak dan Adikku tersayang

.....



ABSTRACT

This research is motivated by problems related to the development of the tourism industry in Sukabumi Regency, that internal and external factors from Sukabumi Regency tourism influence the development of the Sukabumi Regency tourism industry. Strategy formulation is carried out through a strategic management approach with two tools, including the SWOT matrix and IE matrix. The method used is a mixed method using sequential exploratory design. Sampling was carried out using a purposive sampling method with a total of 3 sources. To determine the results of the input stage analysis, namely the IFE matrix, EFE matrix and CPM of. For the results of the matching stage analysis on the IE matrix and to determine the competitive position and quadrants on the grand strategy matrix. For the results of the decision stage analysis, alternative strategies for Sukabumi Regency tourism were used using QSPM analysis.

*Keyword:*Management Strategy, QSPM, IFE, EFE

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan terkait perkembangan industri pariwisata di Kabupaten Sukabumi, bahwa faktor internal dan eksternal dari pariwisata Kabupaten Sukabumi berpengaruh terhadap perkembangan industri pariwisata Kabupaten Sukabumi. Perumusan strategi dilakukan melalui pendekatan manajemen strategi dengan dua buah alat bantu, antara lain matriks SWOT dan matriks IE. Metode yang digunakan adalah *mixed method* dengan menggunakan *sequential exploratory design*. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan jumlah narasumber sebanyak 3 orang. Untuk menentukan hasil analisis *input stage* yaitu pada matriks IFE, matriks EFE dan CPM sebesar. Untuk hasil analisis *matching stage* pada matriks IE dan untuk menentukan posisi persaingan dan kuadran pada matriks *grand strategy*. Untuk hasil analisis *decision stage* digunakan alternatif strategi untuk pariwisata Kabupaten Sukabumi menggunakan analisis QSPM.

Kata kunci: Manajemen Strategi, QSPM, IFE, EFE.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan rahmat-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Analisis pengembangan dalam menentukan strategi Sektor pariwisata kabupaten sukabumi” Penyusun menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan berkat motivasi, bantuan, bimbingan, arahan dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang setulusnya kepada:

Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus yang telah memberikan kesehatan, nikat serta karunia-Nya hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
2. Bapak Dr. Kurniawan,S.T.M.SI.,M.M selaku Rektor Universitas Nusa Putra.
3. Bapak Anggy J, S.pd., M.T., selaku Wakil Rektor 1 Bidang Akademik Universitas Nusa Putra
4. Bapak Agung Maulana M.A., selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra
5. Bapak Riyand Mirdan Faris, M.Si, selaku dosen Pembimbing 1 Universitas Nusa Putra Sukabumi. Terimakasih untuk saran, masukan dan kritik yang membangun sehingga bermamfaat bagi penulis serta dapat menyelesaikan skripsi ini
6. Bapak Mulus Wijaya Kusuma, Ph.D. selaku dosen Pembimbing 11 Universitas Nusa Putra Sukabumi. Terimakasih untuk saran, masukan dan kritik yang membangun sehingga bermamfaat bagi penulis serta dapat menyelesaikan skripsi ini
7. Terbesar rasa terima kasih ini penulis ucapkan kepada orang tua penulis yang telah memberikan cinta, kasih, dukungan dari segi apapun, do'a dan restu yang di berikan kepada penulis dari mulai perjalanan awal kuliah sampai dengan pengusungan skripsi hingga selesai
8. Teman – Teman terdekat, terutama Teh Siti, Almy, Mely, Sary, Silvi, terimakasih telah sama-sama berproses dalam menemani dari awal hingga sampai saat ini selama berkuliah di Universitas Nusa Putra, bukan hanya sekedar kebutuhan akademis namun menjadi tempat berbagi cerita, canda, tawa, dan suka dan duka juga saling memberikan dukungan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
9. EXO My support system, terutama Byun Baekhyun, Kim Minseok, Kim Junmyeon, Zhang Yixing, Kim Jongdae, Park Chanyeol, Do Kyungsoo, Kim Jongin, Oh Sehun terimakasih sudah menjadi penyemangat lewat lagu - lagu kalian, motivasi, cinta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
10. Teman – teman MN19C yang telah sama – sama berjuang meraih gelar sarjana Manajemen
11. Tidak Lupa untuk diri sendiri, terimakasih telah berjuang dan bertahan dalam menikmati proses Panjang ini .kedepannya, menjadi apapun dan siapapun “kamu” setelah ini you are cool and you are still extraordinary, always do the best for yourself and for others
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat kami harapkan demi perbaikan. Amin

Sukabumi, **JANGAN LUPA DIISI TANGGAL** Desember 2023

Penulis



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Margareta Konda Kudu
NIM : 20190080002
Program Studi : Manajemen
Jenis karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Analisis Pengembangan Dalam Menentukan Strategi Sektor Pariwisata Kabupaten Sukabumi beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi
Pada tanggal : 08 Desember 2023

Yang menyatakan



(Margareta Konda Kudu)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN PENULIS	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iiiv
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Teori dalam Ruang Lingkup Pariwisata	5
2.1.1 Teori Pemasaran Pariwisata.....	5
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen dalam Pariwisata.....	6
2.1.3 Teori Ekonomi Pariwisata.....	7
2.1.4 Teori Pembangunan Pariwisata.....	8
2.1.5 Transportasi Pariwisata.....	9
2.1.6 Pengelolaan Destinasi Pariwisata.....	10
2.1.7 Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.....	12
2.2 Matriks SWOT.....	13

2.3	Matriks IFAS (Internal Factor Assesment Strategy) dan EFAS (Eksternal Factor Assesment Strategy)	13
2.4	Matriks IE (Internal=Eksternal).....	14
2.5	Penelitian Terdahulu.....	14
BAB III METODE PENELITIAN		17
3.1	Jenis Penelitian	17
3.2	Teknik Pengumpulan Data	17
3.3	Analisis SWOT	17
3.3.1	Faktor Analisis SWOT.....	17
3.3.2	IFAS dan EFAS	18
3.3.3	Analisis <i>Strenght, Weakness, Opportunities, Threats</i> (SWOT).....	19
3.3.4	Analisa Internal Eksternal (IE) Matrix.....	19
3.4	Pengelolaan dan Analisis Data	19
3.5	Tahapan Masukan (<i>Input Stage</i>).....	20
3.6	Analisis SWOT	22
3.7	Tahapan Pengambilan Keputusan (<i>Decision Stage</i>).....	22
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		24
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	24
4.2	Analisis Lingkungan Eksternal.....	25
4.3	Analisis Lingkungan Internal	27
4.4	Matriks Internal Eksternal	30
4.5	Matriks SWOT.....	30
4.6	<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>	32
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		34
5.1	Simpulan	34
5.2	Saran	34
DAFTAR PUSTAKA		35

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Matriks EFE Pariwisata Sukabumi	26
Tabel 4.2 Matriks IFE Pariwisata Sukabumi	29
Tabel 4.3 Matriks SWOT	31



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Kunjungan Wisatawan Objek Wisata Kabupaten Sukabumi	2
Gambar 2.1 Kerangka Alur Pemikiran.....	16
Gambar 4.1 Peta Kab. Sukabumi	24
Gambar 4.2 Matriks Internal Eksternal Pariwisata Sukabumi	30



BAB I **PENDAHULUAN**

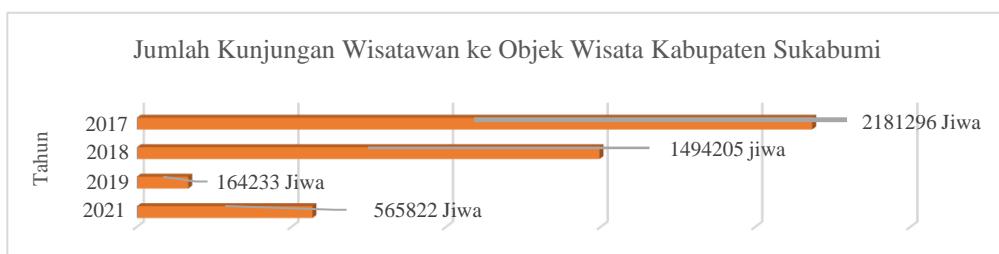
1.1 Latar Belakang Penelitian

Salah satu aspek pertumbuhan nasional yang tidak dapat dilepaskan dari gagasan otonomi daerah adalah pembangunan daerah. Setiap daerah harus mempunyai kekuasaan yang luas, sah, dan akuntabel guna memperlancar pelaksanaan otonomi daerah. Menanggapi seruan reformasi dan semangat pembaharuan mengenai demokratisasi hubungan pusat dan daerah serta inisiatif pemberdayaan daerah, maka diterbitkanlah Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang menandai dimulainya pelaksanaan otonomi daerah. Seperti yang diketahui, Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki beragam potensi wisata, termasuk wisata alam dan budaya, karena keragaman suku, adat istiadat, dan budayanya, serta letaknya yang tropis sehingga kaya akan satwa liar dan keindahan alam. Indonesia merupakan negara yang cukup besar dengan beragam sumber daya alam yang dapat dieksplorasi dan diolah. Selain itu, Indonesia memiliki warisan sejarah yang kaya, seni dan budaya daerah, serta tradisi yang beragam. Pemandangan alamnya yang menakjubkan dan berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut juga tak kalah mempesona. Pertumbuhan nasional dan kesejahteraan masyarakat ternyata dapat ditingkatkan melalui pariwisata. Apalagi Indonesia mempunyai banyak sekali destinasi wisata terkenal baik di dalam negeri maupun internasional. Hasilnya, seluruh wilayah Indonesia terlibat dalam pengembangan pariwisata negara sebagai hasilnya, Departemen Kebudayaan dan Pariwisata dibentuk di tingkat federal dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah di tingkat regional (Primadani, 2013).

Kontribusi Sektor pariwisata dalam perekonomian di Indonesia sudah dapat dibuktikan cukup signifikan. Hal ini dibuktikan dari jumlah keseluruhan kontribusi berbagai sektor perekonomian di Indonesia pariwisata menyumbang sebesar 4,3 %. Hal ini menjadi tantangan dan peluang dalam hal pengembangan sektor pariwisata yang sudah terbukti sumbangsinya terhadap perekonomian di Indonesia (Ratu & Adikampana, 2016). Dapat dipastikan sektor pariwisata merupakan salah satu pendorong sektor-sektor yang lainnya dalam menyumbang ekonomi keberlanjutan di sebuah daerah, hal ini dikarenakan sektor pariwisata membutuhkan sarana dan prasarana juga produk-produk umkm yang nantinya akan ikut meningkatkan perekonomian sebuah daerah (Sudiarta & Suardana, 2016).

Salah satu daerah yang memiliki potensi pariwisata yang tinggi yaitu Kabupaten Sukabumi. Kondisi geografis yang dimiliki oleh kabupaten Sukabumi menjadi keunggulan,

dimana secara astronomis wilayah Kabupaten Sukabumi terletak antara $6^{\circ}57'$ - $7^{\circ}25'$ Lintang Selatan dan $106^{\circ}49'$ - 107° Bujur Timur. Kabupaten Sukabumi berbatasan dengan Kabupaten Lebak di sisi barat, Kabupaten Cianjur di sisi timur, Kabupaten Bogor sisi utara dan sisi selatan yaitu samudera hindia. Kondisi geografis yang menguntungkan ini didukung dengan jenis wisata yang beragam di daerah Kabupaten Sukabumi. Terdapat wisata dataran tinggi yaitu wisata kaki Gunung Gede dan Pangrango serta gunung salak dan Wisata dataran rendah yaitu wisata pantai dan bahari seperti pantai selatan Jawa Barat dan pantai ujung genteng.



Gambar 1.1 Kunjungan Wisatawan Objek Wisata Kabupaten Sukabumi

Letak Kabupaten Sukabumi yang strategis menjadi daya Tarik tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung. Terdapat fenomena yang terjadi akibat wabah Covid-19 yang mempengaruhi jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Sukabumi (Volgger et al., 2021)(Waramontri et al., 2022). Terhitung pada tahun 2017 sebelum terjadi fenomena wabah Covid-19 kunjungan wisatawan lokal dan mancanegara sangat tinggi yaitu sebanyak 2181296 Jiwa. Klimaks penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung ke kabupaten sukabumi yaitu pada tahun 2019 yaitu berjumlah 164233 Jiwa hal ini dikarenakan awal mulanya wabah Covid-19 (Volgger et al., 2021). Pada tahun 2021 kunjungan pariwisata mulai kembali naik karena kebijakan pemerintah yang memberlakukan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat).

Sementara itu, Deputi Bidang Pengembangan Destinasi dan Infrastruktur Kemenparekraf di laman travel.detik.com memaparkan bahwa jumlah wisatawan lokal menurun sebesar 61 persen apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Penurunan jumlah wisatawan yang signifikan tersebut sangat berpengaruh pada kondisi perekonomian karena pariwisata berperan penting dalam meningkatkan pendapatan negara, devisa, dan lapangan pekerjaan. Pandemi mengancam 13 juta pekerja di sektor pariwisata dan 32,5 juta pekerja yang secara tidak langsung terkait sektor pariwisata. (BPS, 2020).

Kabupaten Sukabumi memiliki potensi pariwisata yang sangat menarik yang pertama yaitu aspek keindahan alam Kabupaten Sukabumi dikelilingi oleh pegunungan, hutan, dan pantai yang menawarkan pemandangan yang spektakuler. Gunung Gede Pangrango adalah

daya tarik utama untuk pendaki dan pecinta alam. Curug Cikaso, Curug Awang, dan Curug Sawer juga menawarkan air terjun yang indah untuk dinikmati. Kedua yaitu pantai dan wisata air dimana Kabupaten Sukabumi memiliki pantai yang menakjubkan seperti Pantai Pangumbahan, Pantai Pelabuhan Ratu,Tempat-tempat ini menawarkan kegiatan seperti berselancar, snorkeling, menyelam, atau hanya bersantai di pantai. Selanjutnya yang ketiga yaitu wisata budaya di Kabupaten Sukabumi juga memiliki kekayaan budaya yang menarik. Selain itu, ada juga berbagai festival dan upacara adat yang diadakan secara rutin di berbagai desa di Kabupaten Sukabumi. Keempat yaitu sektor Agrowisata dimana dalam beberapa tahun terakhir, agrowisata semakin populer di Kabupaten Sukabumi. Wisatawan dapat mengunjungi dan menikmati wisata buah-buahan di kebun jeruk Sukabumi, atau melihat proses pembuatan kopi di perkebunan kopi lokal. Dalam mengembangkan pariwisata di Kabupaten Sukabumi, penting untuk memperhatikan upaya pelestarian alam dan budaya setempat serta mempromosikan pembangunan yang berkelanjutan salah satu caranya yaitu dengan merumuskan strategi jangka panjang (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia, 2020).

Dengan perumusan strategi jangka panjang dalam pengembangan pariwisata, strategi menggunakan analisis SWOT dan QSPM diharapkan dapat membantu sektor pariwisata yang selama ini mengalami masa yang sulit akibat fenomena wabah Covid-19(Dwivedi et al., 2023). Ada beberapa tahapan dalam pelaksanaan perumusan strategi dalam ketentuan QSPM (Sigalat-Signes et al., 2020). Tahapan tersebut yaitu *Input*, *Matching* dan *Decision*, masing-masing tahapan akan dilakukan analisis pendekatan yang berbasis pengembangan pariwisata (Tribe & Paddison, 2023).

1.2 Rumusan Masalah

Terdapat beberapa hal yang dapat dijawab dalam pelaksanaan perumusan pengembangan strategi menggunakan QSPM ini. Diantaranya yaitu pertama: *Internal Factor Evaluation* apa yang menjadi kekuatan terbaik dari pariwisata Kabupaten Sukabumi?. Yang Kedua: *Eksternal Factor Evaluation* apa yang menjadi peluang terbaik dari pariwisata Kabupaten Sukabumi?. Yang ke tiga yaitu: Bagaimana strategi pengembangan yang optimal untuk pariwisata di Kabupaten Sukabumi

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Bagaimana kekuatan,kelemahan strategi pemasaran daya tarik wisata

2. Bagaimana peluang dan ancaman strategi pemasaran daya tarik wisata
3. Merumuskan alternatif strategi melalaui Analisis SWOT



BAB V **SIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian dan pengolahan data yang dilakukan, maka diketahui Pariwisata Sukabumi memiliki enam faktor internal dan enam faktor eksternal. Strategi pengembangan yang dapat dilakukan adalah diversifikasi produk pelatihan kebudayaan serta pengembangan produk atau jasa dengan alternatif strategi yaitu membuat pelatihan kebudayaan untuk masyarakat, instansi pemerintahan/instansi pendidikan serta komunitas yang memiliki minat di bidang kebudayaan khususnya budaya sunda. Kemudian melakukan pengembangan materi yaitu materi wisata edukasi disesuaikan dengan jenjang dan kurikulum sekolah, merubah konsep menjadi wisata edukasi kebudayaan serta pelatihan kebudayaan, serta pengembangan layanan jasa agar pengunjung yang sudah pernah datang tidak merasakan kejemuhan.

Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki beragam potensi wisata, termasuk wisata alam dan budaya, karena keragaman suku, adat istiadat, dan budayanya, serta letaknya yang tropis sehingga kaya akan satwa liar dan keindahan alam. Indonesia merupakan negara yang cukup besar dengan beragam sumber daya alam yang dapat dieksplorasi dan diolah. Pertumbuhan nasional dan kesejahteraan masyarakat ternyata dapat ditingkatkan melalui pariwisata. Apalagi Indonesia mempunyai banyak sekali destinasi wisata terkenal baik di dalam negeri maupun internasional. Pengembangan bisnis untuk Pariwisata Sukabumi adalah menawarkan proposisi nilai yaitu wisata edukasi kebudayaan, pelatihan kebudayaan, serta pengembangan pelayanan. Pelatihan kebudayaan ditawarkan untuk masyarakat yang memiliki ketertarikan dengan budaya.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Pariwisata Sukabumi perlu membuat paguyuban atau kelompok sebagai wadah diskusi dan kolaborasi dalam pelatihan dan pengembangan budaya.
2. Pariwisata Sukabumi perlu menjalin komunikasi secara intensif yang berkelanjutan dengan pihak Pemerintah Kab. sukabumi melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata agar terciptanya visi dan tujuan yang selaras dan program pengembangan yang tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bærenholdt, J. O., & Meged, J. W. (2023). Navigating urban tourism planning in a late-pandemic world: The Copenhagen case. *Cities*, 136(February). <https://doi.org/10.1016/j.cities.2023.104236>
- [2] Cazorla-Artiles, J. M., & Eugenio-Martin, J. L. (2023). Optimal targeting of latent tourism demand segments. *Tourism Management*, 95(November 2022). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104685>
- [3] Dai, T., Hein, C., & Zhang, T. (2019). Understanding how Amsterdam City tourism marketing addresses cruise tourists' motivations regarding culture. *Tourism Management Perspectives*, 29(December 2018), 157–165. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.12.001>
- [4] Dwivedi, Y. K., Akhter Shareef, M., Shakaib Akram, M., Tegwen Malik, F., Kumar, V., & Giannakis, M. (2023). An attitude-behavioral model to understand people's behavior towards tourism during COVID-19 pandemic. *Journal of Business Research*, 161(March), 113839. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113839>
- [5] Gato, M., Dias, Á., Pereira, L., da Costa, R. L., & Gonçalves, R. (2022). Marketing Communication and Creative Tourism: An Analysis of the Local Destination Management Organization. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(1). <https://doi.org/10.3390/joitmc8010040>
- [6] Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia. (2020). *Statistik Pariwisata Nusa Putra*
- [7] Klarin, A., Park, E., Xiao, Q., & Kim, S. (2023). Time to transform the way we travel?: A conceptual framework for slow tourism and travel research. *Tourism Management Perspectives*, 46(March), 101100. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101100>
- [8] Koseoglu, M. A., Mehraliyev, F., & Xiao, H. (2019). Intellectual connections in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 79(December 2018), 102760. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102760>
- [9] Lim, W. M., Yap, S. F., & Makkar, M. (2021). Home sharing in marketing and tourism at a tipping point: What do we know, how do we know, and where should we be heading? *Journal of Business Research*, 122(March 2020), 534–566. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.051>
- [10] Page, S. J., & Duignan, M. (2023). Progress in Tourism Management: Is urban tourism a paradoxical research domain? Progress since 2011 and prospects for the future. *Tourism Management*, 98(June 2022), 104737. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104737>
- [11] Primadany, S. R. (2013). *Analisis strategi pengembangan pariwisata daerah (studi pada dinas kebudayaan dan pariwisata daerah kabupaten nganjuk)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- [12] Ratu, C., & Adikampana, I. M. (2016). Strategi Pemasaran Desa Wisata Blimbingsari Kabupaten Jembrana. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 4(1), 60. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2016.v04.i01.p10>
- [13] Sigalat-Signes, E., Calvo-Palomares, R., Roig-Merino, B., & García-Adán, I. (2020). Transition towards a tourist innovation model: The smart tourism destination: Reality or territorial marketing? *Journal of Innovation and Knowledge*, 5(2), 96–104. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2019.06.002>
- [14] Su, L., Yang, X., & Huang, Y. (2022). How do tourism goal disclosure motivations drive Chinese tourists' goal-directed behaviors? The influences of feedback valence, affective rumination, and emotional engagement. *Tourism Management*, 90(June 2021), 104483.

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104483>

- [15] Sudiarta, I. N., & Suardana, I. W. (2016). Tourism Destination Planning Strategy: Analysis and Implementation of Marketing City Tour in Bali. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 227, 664–670. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.06.130>
- [16] Susanto, P. C. (2022). Initiation of a Rural Edutourism Destination in Bali Indonesia based on SWOT Analysis. *International Journal of Social Science and Education Research Studies*, 2(2), 50–60.
- [17] Tourism Department, dinas pariwisata kabupaten sukabumi. (n.d.). *Jumlah Wisatawan Yang Berkunjung Ke Obyek Wisata di Kabupaten Sukabumi*.
- [18] Tribe, J., & Paddison, B. (2023). Critical tourism strategy. *Annals of Tourism Research*, 98, 103511. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103511>
- [19] Volgger, M., Taplin, R., & Aebli, A. (2021). Recovery of domestic tourism during the COVID-19 pandemic: An experimental comparison of interventions. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48(July), 428–440. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.07.015>
- [20] Waramontri, R., Charoenit, K., & Guzikova, L. (2022). Tourism Strategy responses to Covid-19 Pandemic: Case Study in Air Transport. *Transportation Research Procedia*, 63, 2500–2505. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2022.06.287>
- [21] Wei, W. (2012). Research on the Cross-cultural Marketing Strategy of China's Tourism Enterprises. *Procedia Environmental Sciences*, 12(Icese 2011), 1110–1115. <https://doi.org/10.1016/j.proenv.2012.01.395>

