

PENGEMBANGAN PARIWISATA MINAT KHUSUS “SILVERCRAFT CLASS” BERBASIS MASYARAKAT DI DESA CELUK KECAMATAN SUKAWATI

NI NYOMAN SRI WISUDAWATI

sriwisuda@gmail.com

A.A.A ISTRI MAHESWARI

aries_julie@yahoo.com

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pendidikan Nasional Denpasar

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan silvercraft class sebagai salah satu atraksi wisata minat khusus melalui pelibatan masyarakat pengrajin perak guna dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat pengrajin serta menghargai hasil kreatifitas desain para pengrajin melalui proses pembuatan yang cukup rumit dan panjang. Selain itu agar ciri khas motif kerajinan perak yang menjadi warisan budaya masyarakat Celuk tidak hilang, maka diperlukan suatu strategi pengembangan yang dikemas dengan berpedoman pada sosial budaya masyarakat setempat. Sehingga pengembangan yang diterapkan dapat berlandaskan pariwisata berbasis kemasyarakatan. Strategi pengembangan pada penelitian dibantu dengan menggunakan analisis situasi internal dan eksternal dan analisis SWOT sehingga nanti dapat diberikan suatu rekomendasi dan penetapan kebijakan terkait pengembangan kegiatan wisata silvercraft class ini. Data yang digunakan adalah data kualitatif yang merupakan hasil observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Penentuan informan berdasarkan metode purposive sampling yang terdiri dari Kepala Desa Celuk, pengrajin emas & perak, dan pemilik artshop emas & perak.

Kata kunci: *Pariwisata minat khusus, Silvercraft Class, berbasis masyarakat, kerajinan tangan emas & perak*

ABSTRACT

This study aims to determine the development strategy of silvercraft class as one of the special interest tourism attraction through the involvement of silver craftsmen community in order to improve the living standard of the craftsmen community and to appreciate the creativity of the craftsmen's design through the complicated and long making process. In addition, to characterize silver handicraft motifs that become cultural heritage Celuk community is not lost, it needs a development strategy that is packed with guided by the social culture of the local community. So that the applied development can be based on community-based tourism. Development strategy in research is assisted by using internal and external

situation analysis and SWOT analysis so that later can be given a recommendation and policy determination related to development of this silvercraft class tourism activity. The data used are qualitative data which is the result of observation participant, in-depth interview, and documentation. Determination of informants based on purposive sampling method consisting of Celuk Head Village, Silver Craftsmen, and some owner of gold and silver artshop at Celuk village.

Key words: *Special interest tourism, Silvercraft Class, community based tourism, Gold & silver handmade*

PENDAHULUAN

Kabupaten Gianyar merupakan salah satu daerah tujuan wisata yang memiliki berbagai macam destinasi wisata serta daya tarik wisata yang erat kaitannya dengan seni budaya dan pusat kerajinan. Salah satu daerah tujuan wisata yang sering dilalui dan dikunjungi wisatawan apabila ke Kabupaten Gianyar tepatnya di Kecamatan Sukawati adalah Desa Celuk. Desa Celuk merupakan setra/pusat industri kerajinan perak dan emas. Sentra kerajinan perak di Desa Celuk saat ini sedang mengalami masa krisis, yang disebabkan oleh harga bahan baku emas dan perak mengalami kenaikan sehingga harga souvenir kerajinan perak yang ditawarkan menjadi naik sehingga konsumen kerajinan perak mengalami penurunan. Dengan menurunnya minat beli wisatawan terhadap kerajinan perak *artshop-artshop* disepanjang jalan mulai berubah dari menjual kerajinan emas dan perak menjadi oleh-oleh khas Bali seperti makanan dan pakaian.

Kebudayaan dan kehidupan sosial di Desa Celuk memang telah mengalami perubahan, akan tetapi belum berdampak secara signifikan. Dalam penerapan pariwisata keberlanjutan diperlukan suatu kreatifitas dalam mengemas potensi wisata sebagai suatu destinasi pariwisata yang unik dan menarik. Kualitas produk suatu destinasi pariwisata yang berkualitas dapat berupa pencitraan atau produk wisata yang inovatif dan kreatif yang memiliki ciri khas atau berbeda dari destinasi

wisata lain. Ekonomi kreatif dan sektor pariwisata saling berpengaruh dan dapat bersinergi dengan baik apabila dikelola dengan tepat. Desa Celuk sebagai sentra industri kerajinan perak pada perkembangannya wisatawan hanya dapat membeli kerajinan emas dan perak sebagai souvenir.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan paradigma wisatawan yang berkunjung dari yang hanya sekedar melihat dan membeli hasil kerajinan perak, saat ini mulai ingin merasakan pengalaman baru dengan ikut terlibat merasakan pembuatan proses kerajinan perak (wisata minat khusus). Beberapa pengrajin diminta untuk memberikan semacam kursus kepada wisatawan yang tertarik untuk belajar membuat kerajinan perak. Dari potensi yang telah dimiliki perlu dikembangkan produk wisata berupa program wisata yang kreatif tidak hanya berupa souvenir untuk dibeli (*something to buy*) tetapi juga merambah ke sesuatu yang dapat dilihat (*something to see*) dan dilakukan (*something to do*) yang dapat menambah pengalaman dan pengetahuan wisatawan melalui paket wisata yang menawarkan pengalaman langsung dan interaksi dengan kebudayaan lokal masyarakat setempat. Selain itu bagaimana potensi tersebut dapat dikelola dan dikembangkan langsung oleh masyarakat sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Desa Celuk telah memiliki potensi wisata yang unik dapat dikembangkan, apalagi dengan adanya

trend wisata minat khusus dimana wisatawan sudah mengetahui fokus kegiatan wisata yang diinginkan. Sehingga kegiatan Silvercraft Class di Desa Celuk dapat dikembangkan dengan segmentasi pasar wisatawan tertentu, akan tetapi Kendal saat ini adalah bagaimana strategi pengembangan tersebut dapat dilaksanakan dengan adanya potensi yang sudah ada. Oleh karena itu mengacu pada latar belakang tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan produk wisata *silvercraft class* berbasis masyarakat yang tepat dan dapat diterapkan di Desa Celuk Kecamatan Sukawati.

KAJIAN PUSTAKA

Pariwisata Minat Khusus

Industri pariwisata saat ini telah berkembang dan mengarah ke wisata yang ramah lingkungan dan budaya. Sebagian besar wisatawan datang pada suatu destinasi wisata tidak hanya sekedar melihat (*side seeing*) akan tetapi ikut terlibat atau berpartisipasi di dalamnya yang melalui kegiatan wisata. Tujuan wisatawan lebih mengarah pada kepuasan tertentu dengan melakukan kegiatan wisata pada suatu daerah yang belum pernah dikunjungi. Salah satu penyebab terjadinya segmentasi atau spesialisasi pasar pariwisata adalah dengan adanya kecenderungan wisatawan dengan minat khusus baik dalam jumlah wisatawan maupun area minatnya (Pitana, 2009:76).

Untuk kedepannya wisata minat khusus ini akan menjadi sebuah trend karena wisatawan sudah menginginkan jenis wisata yang focus dan mampu memenuhi kebutuhan spesifik wisatawan guna memperoleh kepuasan tersendiri setelah melakukan perjalanan wisata. Menurut Richardson dan Fulker (dalam Pitana, 2009: 76) Jenis-jenis wisata dapat diklasifikasikan seperti :*Active adventure* (petualangan aktif), *Nature and*

wildlife, Affinity, Romance, Family, Soft adventure, History/culture, Hobby, Spiritual dan Sport.

Pariwisata Berbasis Masyarakat

Dalam kegiatan pariwisata saat ini mengarah pada masyarakat lokal disekitar destinasi wisata, masyarakat lokal merupakan tuan rumah sekaligus subjek yang berperan dalam pengembangan daerahnya guna sekaligus meningkatkan taraf perekonomiannya. Dalam pariwisata berbasis masyarakat atau lebih dikenal dengan Community Based Tourism (CBT) masyarakat berperan dan terlibat aktif dalam pelaksanaan kegiatan wisata. Peran masyarakat dalam Community Based Tourism (CBT) mulai dari ide, perencanaan, pengelolaan, pengembangan, evaluasi sampai pada keberlanjutan suatu destinasi wisata di daerahnya disamping peran pemerintah sebagai fasilitator, pembina dan pembuat kebijakan. Melalui peran masyarakat dalam pariwisata ini diharapkan keberlanjutan suatu destinasi terjamin baik dari segi budaya dan lingkungannya karena dengan melibatkan masyarakat dapat meningkatkan rasa kepedulian dan memiliki destinasi wisata tersebut karena berada pada kawasan wilayahnya.

Menurut Bambang Sunaryo (2013:219) berdasarkan pada konsep pemberdayaan masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan, maka pada hakekatnya harus diarahkan pada beberapa hal sebagai berikut:

1. Meningkatnya kapasitas, peran dan inisiatif masyarakat sebagai subyek/ pelaku penting dalam pengembangan kepariwisataan
2. Meningkatnya posisi dan kualitas keterlibatan/partisipasi masyarakat dalam pengembangan kepariwisataan
3. Meningkatnya nilai manfaat positif pembangunan kepariwisataan bagi kesejahteraan ekonomi masyarakat

4. Meningkatnya kemampuan masyarakat dalam melakukan perjalanan wisata.

METODE

Penelitian ini berlokasi di Desa Celuk selama enam bulan mulai dari bulan April-September 2017. Lokasi ini dipilih karena Desa Celuk merupakan pusat kerajinan perak di Gianyar dan sedang mengalami krisis kreatifitas dalam produk yang menyebabkan menurunnya minat wisatawan terhadap kerajinan emas dan perak sehingga memerlukan alternatif dalam program pengembangan produk pariwisata. Pada penelitian ini masalah dikaji menggunakan teori dilanjutkan dengan penyusunan kerangka penelitian dan instrumen penelitian. Selanjutnya di lokasi penelitian melakukan pengumpulan data yang diperlukan, kemudian dianalisis dalam pembahasan dan dikaitkan dengan teori/kajian pustaka yang digunakan. Terakhir menarik kesimpulan berdasarkan hasil pembahasan dan memberikan rekomendasi yang berguna dan tepat.

Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif dan interpretatif yaitu pendeskripsian secara interpretatif dengan acuan teori dan kerangka berfikir untuk mendapatkan pemahaman terhadap data yang sesuai dengan tujuan penelitian dengan memakai analisis situasi internal dan eksternal dan analisis SWOT. Melalui matriks SWOT dapat ditetapkan strategi pengembangan yang tepat, untuk lebih jelas strategi alternatif melalui analisis SWOT sebagai berikut.

Matriks SWOT

| | Kekuatan (<i>Strenghts-S</i>) | Kelemahan (<i>Weaknesses-W</i>) |
|---------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|
| Peluang (<i>Opportunities-O</i>) | Strategi S-O | Strategi W-O |
| Ancaman (<i>Threats-T</i>) | Strategi S-T | Strategi W-T |

Sumber: Rai Utama, 2012

Penentuan sampel dalam penelitian ini melalui *purposive sampling* dengan memilih/ menentukan informan sesuai dengan tujuan penelitian melalui teknik pengumpulan data berupa observasi partisipatif, dokumentasi dan wawancara mendalam. Kehadiran peneliti sebatas sebagai pengamat penuh terhadap kegiatan yang dilakukan oleh subyek penelitian serta melaksanakan wawancara untuk memperjelas dan memahami kegiatan yang dilaksanakan oleh subjek penelitian melalui wawancara mendalam dan dokumentasi kegiatan sebagai data pendukung. Dalam penelitian ini wawancara mendalam dilakukan pada beberapa informan yang telah ditentukan sesuai dengan tujuan dan informasi yang ingin diperoleh antara lain Kepala Desa Celuk, Pengrajin perak & emas, pemilik artshop (pengusaha perak).

Validitas dan kesahihan penelitian melalui triangulasi data. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau pembandingan terhadap data yang sudah diperoleh. Menurut Denzim (dalam Burhan Bungin, 2003) ada empat kategori triangulasi yakni ; (1) Triangulasi sumber data, (2) Triangulasi penyidik, (3) triangulasi teori dan (4) Triangulasi metodologi. Sedangkan dalam penelitian ini untuk validitas/kesahihan penelitian menggunakan triangulasi sumber yaitu dengan cara membandingkan informasi yang diperoleh dari subyek penelitian dengan informasi yang diperoleh dari informan dengan tujuan informasi/data yang diperoleh agar dapat dipercaya karena informasi tidak hanya berasal dari satu sumber saja akan tetapi diperoleh dari beberapa sumber lain sebagai penguat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Desa Celuk merupakan sentra/pusat kerajinan perak dan emas yang sudah dikenal oleh masyarakat luas bahkan sampai pada tingkat wisatawan mancanegara. Kerajinan perak dan emas yang berasal dari Desa Celuk memiliki desain yang unik dan dengan motif khas yang sudah menjadi ciri khas dan telah diwariskan dari leluhur sehingga tidak dapat ditemui di daerah lain. Selain itu proses pembuatan kerajinan perak di Desa Celuk masih menggunakan tangan dan melalui proses yang panjang serta unik. Dari segi keunikan proses pembuatan ini berpotensi untuk dikembangkan menjadi sebuah wisata minat khusus yang memberikan kepuasan tersendiri bagi wisatawan dalam menghasilkan aksesoris kerajinan perak secara tradisional atau melalui *handmade*. Dari pemaparan potensi tersebut dapat dianalisis faktor internal dan faktor eksternal sebagai berikut.

Faktor Internal

Kekuatan (*Strengths*) antara lain: 1) Memiliki potensi Sumber daya manusia yang menunjang program kegiatan wisata ini yaitu para pengrajin dan pengusaha perak. 2) Warisan budaya setempat berupa motif khas desa Celuk seperti liman paya, jawan, dll yang telah berkembang secara turun temurun dalam produk kerajinan perak desa Celuk. 3) Memiliki kelompok pengrajin perak dan sadar wisata. 4) Lokasi desa Celuk yang strategis yang dilewati oleh wisatawan menuju objek wisata Ubud dan pasar seni sukawati. 5) Hampir 90% penduduk desa Celuk sebagai pengusaha dan pengrajin kerajinan perak

Kelemahan (*Weakness*) : 1) Desain produk yang hampir sama antara setiap pengrajin. 2) Pengrajin perak hanya membuat barang kerajinan sesuai dengan permintaan dan desain dari konsumen. 3) Kurangnya minat generasi

muda sebagai pengusaha dan pengrajin perak. 4) Masyarakat desa Celuk kurang paham terhadap fasilitas penunjang pendukung kegiatan *silvercraft class* seperti konsep pengelolaan homestay yang akan dikelola oleh masyarakat.

Faktor Eksternal

Peluang (*Opportunities*) : 1) Produk kerajinan perak sebagai sumber usaha dan pendapatan masyarakat setempat. 2) Keahlian para pengrajin dalam membuat kerajinan perak dengan motif khas Bali yang dapat menarik minat wisatawan. 3) Berkembangnya industri kerajinan perak cetak (perak *casting*) yang dapat memproduksi kerajinan perak dengan kuantitas yang banyak dalam kurun waktu yang singkat. 4) Terdapat dua proses dalam pembuatan kerajinan perak melalui proses cetak (*casting*) yang dapat dipilih sebagai wisata edukasi atau proses pembuatan dengan cara manual/tradisional (*handmade*) yang dapat melibatkan wisatawan langsung dalam proses pembuatannya.

Ancaman (*Threats*) : 1) Degradasi budaya lokal dengan adanya interaksi dengan wisatawan asing. 2) Munculnya Negara pesaing dengan motif produksi kerajinan perak yang hampir sama seperti Hongkong, Cina dan Thailand dengan harga yang relatif lebih murah. 3) Kompetensi bisnis yang tidak sehat. 4) Desain yang monoton dan hanya mengikuti selera konsumen. 5) Harga bahan baku perak dan emas terus meningkat

Strategi pengembangan wisata minat khusus “silvercraft class” melalui analisis SWOT

Berdasarkan pemaparan identifikasi faktor kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) dapat dirumuskan strategi pengembangan produk wisata *silvercraft class* di desa Celuk yaitu:

Strategi S-O

Penyesuaian desain dan bahan sesuai dengan target pasar serta kalangan dengan tetap bercirikan kerajinan khas Celuk. Trend wisata minat khusus terutama wisatawan dari Negara: Jepang, Canada, Eropa merupakan peluang bagi pengrajin di Desa Celuk dalam mengembangkan atraksi wisata *silvercraft class* yang dipadu dengan kehidupan sehari-hari sosial budaya masyarakat pengrajin. Kegiatan wisata minat khusus dapat melibatkan wisatawan langsung atau hanya penyampaian informasi mengenai proses kerajinan perak yang ada di Desa Celuk melalui wisata edukasi (pengenalan proses pembuatan kerajinan perak secara tradisional atau modern melalui teknik kerajinan perak cetak/casting)

Strategi W-O

Inovasi desain dan pengembangan kreatifitas dengan mengadakan lomba desain kerajinan perak bagi generasi muda. Mengadakan pelatihan dan sosialisasi berkaitan dengan teknik dalam pembuatan motif khas Bali bagi generasi muda dan tata cara pengoperasian mesin dan peralatan dalam proses kerajinan perak cetak (*casting*). Pembinaan dan memberi kesadaran terhadap generasi muda/penerus kerajinan perak desa Celuk dalam kewajibannya menjaga dan melestarikan warisan seni kerajinan perak dan emas dari para leluhur di Desa Celuk.

Strategi S-T

Memegang teguh budaya daerah ciri khas Bali dalam mengaplikasikannya ke desain kerajinan perak. Pengembangan kreatifitas seni dan ide-ide dalam kelompok pengrajin didukung kelompok sadar wisata dalam pengembangan pariwisatanya. Desain motif khas Celuk yang dipatenkan atau didaftarkan HAKI. Menghasilkan kerajinan perak dengan desain yang baru, berkualitas dan tidak sama

Strategi W-T

Memberikan pembekalan kepada masyarakat pengrajin tentang pengelolaan homestay sekaligus sebagai tempat *silvercraft class* dilaksanakan. Kesepakatan dan pengaturan kebijakan dalam kelompok pengusaha dan pengrajin kerajinan perak dalam hal produksi, desain motif kerajinan perak, serta bahan baku (emas dan perak) agar tersentral. Pendaftaran terhadap HAKI (Hak atas Kekayaan Intelektual) ke Kementerian Hukum dan HAM guna perlindungan terhadap hasil khas kerajinan masyarakat pengrajin perak Celuk. Hak paten tersebut guna mengantisipasi adanya plagiat produk oleh orang lain yang tidak bertanggung jawab baik di dalam negeri maupun Negara lain. Alternatif bahan baku lain yang lebih murah yang masih dapat mengembangkan kreatifitas pengrajin seperti tembaga dan alpaka.

Keterlibatan Masyarakat

Dari analisis SWOT dan strategi S-O (*Strengths - Opportunities*), S-T (*Strengths - Threats*), W-O (*Weakness - Opportunities*) dan W-T (*Weakness - Threats*) dalam merumuskan strategi pengembangan pariwisata minat khusus *silvercraft class*, adapun penerapan pelibatan masyarakat yang dapat dilaksanakan antara lain: 1) Dalam program *silvercraft class* yang dilaksanakan langsung di rumah pengrajin perak dengan metode tradisional (*handmade*) memberikan kesempatan bagi masyarakat pengrajin perak untuk mengontrol dan terlibat dalam manajemen kegiatan program yang dilaksanakan. Pengrajin perak yang akan memberikan kursus singkat (*short course*) tentang proses pembuatan kerajinan perak dapat pula menawarkan fasilitas penginapan di rumah dengan pelayanan dan makanan sesuai dengan keseharian pengrajin (konsep Tri Hita Karana) yang dapat menjadikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Konsep Tri

Hita Karana yang diterapkan dalam keseharian masyarakat Bali pada umumnya yaitu dengan keselarasan hubungan antara manusia dengan Tuhan, manusia dengan manusia dan manusia dengan lingkungan. Berikut gambar kegiatan *silvercraft class* yang dilaksanakan di salah satu rumah pengrajin perak di desa Celuk. 2) Bagi pengusaha perak (pemilik artshop) dan pemilik usaha perak cetak (proses *casting*) selain menjual produk hasil kerajinan perak dan emas berupa aksesoris/cenderamata, dapat dikembangkan wisata edukasi dengan pengembangan wisata tentang *sight seeing* bagaimana proses pembuatan kerajinan/cenderamata dengan menggunakan peralatan yang modern atau tradisional serta motif dan model apa saja yang dapat dihasilkan dari proses cetak/*casting* ini. Sehingga para wisatawan mengetahui perbedaan dan kualitas antara kerajinan perak yang dihasilkan melalui proses tradisional (*handmade*) dengan motif khas perak Celuk dengan hasil kerajinan perak dengan proses yang lebih modern yaitu dengan proses cetak (*casting*). Berikut gambar kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan pada saat membeli souvenir di salah satu artshop di desa Celuk.

PENUTUP

Simpulan

Adapun kesimpulan dari pemaparan diatas adalah sebagai berikut: 1) Pengrajin perak yang akan memberikan kursus singkat (*short course*) tentang proses pembuatan kerajinan perak dapat pula menawarkan fasilitas penginapan di rumah dengan pelayanan dan makanan sesuai dengan keseharian pengrajin (konsep Tri Hita Karana) yang dapat menjadikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan. 2) Bagi pengusaha perak (pemilik artshop) dan pemilik usaha perak cetak (proses *casting*) selain menjual produk hasil kerajinan perak dan emas berupa aksesoris/cenderamata, dapat dikembangkan

wisata edukasi dengan pengembangan wisata tentang *sight seeing* bagaimana proses pembuatan kerajinan/cenderamata dengan menggunakan peralatan yang modern atau tradisional serta motif dan model apa saja yang dapat dihasilkan dari proses cetak/*casting* dan proses tradisional.

Saran

Rekomendasi serta saran yang dapat diberikan antara lain: 1) Perlu adanya keseragaman, kesepahaman dan informasi tentang program *silvercraft class* sehingga para pengrajin paham dan mengetahui konsep *silvercraft class* sebagai salah satu daya tarik wisata di Desa Celuk. 2) Peran antara pemerintah dan masyarakat di Desa Celuk dalam pengembangan *silvercraft class* di Desa Celuk agar jelas dan sesuai dengan porsinya masing-masing. Mulai dari peran pemerintah sebagai pengawas dan pengarah dalam kegiatan wisata *silvercraft class* sedangkan mulai dari perencanaan dan pengelolaan sepenuhnya dikelola oleh masyarakat. 3) Perlu ditetapkannya standar program kegiatan *silvercraft class* dan standar harga agar seragam dan tidak terjadi persaingan yang tidak sehat. 4) Perlu adanya kerjasama dan sosialisasi dengan agen perjalanan wisata untuk memperkenalkan paket wisata *silvercraft class* ini untuk mengenalkan kepada wisatawan dengan jangkauan target pasar yang lebih luas selain Jepang dan Eropa.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiff, Faisal. 2012. Pilar-Pilar Ekonomi Kreatif. Artikel. Universitas Bina Nusantara: Jakarta
- Burhan, Bungin. 2003. Analisis Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologis kearah Penguasaan Model Aplikasi. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

- Darma Putra dan Campbell. 2015. *Recent Developments In Bali Tourism (Culture, Heritage and Landscape in an open Fortress)*. Denpasar: Udayana University Press
- Darma Putra, dkk. 2015. *Pariwisata Berbasis Masyarakat Model Bali*. Denpasar : Program Studi Magister Kajian Pariwisata Universitas Udayana
- Freddy, Rangkuti. 2014. *Analisis SWOT Teknik Pembeda Kasus Bisnis*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama
- Martono, Nanang. 2011. *Sosiologi dan Perubahan Sosial*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Moelong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Pitana & Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Rai Utama, I Gusti Bagus. 2012. *Metodologi Penelitian Pariwisata & Perhotelan*. Yogyakarta: Andi
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta : Gava Media.
- Suparwoko. 2014. *Pengembangan Ekonomi Kreatif sebagai Penggerak Industri Pariwisata* <http://www.mediapustakacom/2014/11/makalah-pengembangan-ekonomi-kreatif.html>
-