

Gema Ekonomi (Jurnal Fakultas Ekonomi)
e-ISSN: 2621-0444
Vol. 12 No. 4 April 2023

**DAMPAK EKONOMI PENGEMBANGAN PARIWISATA BAGI PELAKU
USAHA LOKAL: TAMAN WISATA ALAM GUNUNG TANGKUBAN
PERAHU**

Laela Susanto

Politeknik Bisnis Mayasari, Tasikmalaya, Jawa Barat, Indonesia

Email : laelasusanto@polbim.ac.id

ABSTRACT

The tourism industry plays an important role as a source of state income that contributes to national economic growth, especially in providing jobs and increasing state productivity. Tourism development is carried out to increase community income which is expected to help improve community welfare. Tourism development also helps accelerate the economic growth of a region. Tourism is inseparable from consumer demand in terms of consumption and investment, which ultimately leads to the procurement of goods and services. This study examines the economic impact of tourism development on local businesses in TWA Gunung Tangkuban Perahu using time series data from 2018-2023. This study used a qualitative descriptive approach model. The data studied was obtained from primary data through survey results and questionnaires on visitors and traders in the Tangkuban Perahu Mountain Nature Park environment. The results show that the TWA development strategy of Gunung Tangkuban Perahu contributes to the fulfilment of the 5A principle (Attraction, Accommodation, Accessibility, Amenity, and Activity) in tourism according to tourists. Tourism development positively affects the economic growth of the surrounding community. Tourism can provide employment, stimulate the growth of other industries and trigger local economic growth through various forms, including community income and attracting investment.

Keywords: Tourism Impact, Tourism Development, Local Business

ABSTRAK

Industri pariwisata berperan penting sebagai sumber pendapatan negara yang memberikan kontribusi bagi pertumbuhan perekonomian nasional, terutama dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan produktivitas negara. Pembangunan pariwisata dijalankan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat

yang diharapkan dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pengembangan pariwisata juga ikut mempercepat pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Pariwisata tidak terlepas dari adanya permintaan konsumen, baik dari segi konsumsi ataupun investasi, yang pada akhirnya mengarah pada pengadaan barang dan jasa. Studi ini mengkaji dampak ekonomi pengembangan pariwisata terhadap pelaku usaha lokal di TWA Gunung Tangkuban Perahu dengan menggunakan data time series dari tahun 2018-2023. Penelitian ini menggunakan model pendekatan deskriptif kualitatif. Data yang diteliti diperoleh dari data primer yang berupa hasil survey dan kuesioner terhadap pengunjung dan pedagang di lingkungan Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu. Hasil menunjukkan bahwa strategi pengembangan TWA Gunung Tangkuban Perahu berkontribusi dalam pemenuhan prinsip 5A (Attraction, Accommodation, Accessibility, Amenity, dan Activity) dalam pariwisata menurut wisatawan. Pengembangan pariwisata berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar. Pariwisata dapat menyediakan lapangan kerja, merangsang pertumbuhan industri lainnya dan dapat memicu pertumbuhan ekonomi lokal melalui berbagai bentuk termasuk pendapatan masyarakat serta menarik investasi.

Kata Kunci: Dampak Pariwisata, Pengembangan Pariwisata, Usaha Lokal

PENDAHULUAN

Pariwisata alam merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata alam termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik serta usaha yang terkait dengan wisata alam (Republik Indonesia, 2010). Pariwisata tentunya tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya persinggungan atau pertemuan dengan bidang-bidang lainnya. Istilah kepariwisataan dapat digambarkan sebagai keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah dan pengusaha (Republik Indonesia, 2009). Dalam satu daya tarik wisata selain keberadaan wisatawan, adanya berbagai macam *stakeholders* yang turut serta muncul dan berkembang berdampingan dengan kegiatan wisata, menyebabkan daya tarik wisata menjadi wilayah yang lebih kompleks. *Stakeholders* merupakan individu, kelompok, atau organisasi yang memiliki kepentingan, terlibat, atau dipengaruhi oleh kegiatan atau program pembangunan (Redyanto, Salahudin, & Salviana, 2018). Terdapat 3 stakeholders yang saling terkait dalam kepariwisataan yaitu pemerintah, swasta dan masyarakat.

Wisata alam dapat dipahami sebagai kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati gejala keunikan dan keindahan alam di kawasan suaka margasatwa, taman nasional, taman hutan raya, dan taman wisata alam. Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu merupakan salah satu pengusahaan pariwisata alam yang terdapat di provinsi Jawa Barat. Taman Wisata Alam (TWA) Gunung Tangkuban Perahu memiliki banyak sekali daya tarik wisata yang sangat menarik

untuk mendatangkan wisatawan, baik dari wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Tingkat kunjungan wisatawan di TWA Gunung Tangkuban Perahu, terbagi menjadi wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara. Jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung mengalami peningkatan dari tahun 2009 hingga 2016. Sementara itu, jumlah wisatawan mancanegara yang berwisata ke TWA Gunung Tangkuban Perahu terus mengalami peningkatan dari tahun 2009 hingga 2013 dan mengalami penurunan dari tahun 2014 sampai 2016. Penurunan jumlah wisatawan disebabkan oleh diberlakukannya PP nomor 12 tahun 2014 yang mengharuskan pengelola meningkatkan harga tiket masuk ke TWA Gunung Tangkuban Perahu. Meskipun begitu, tren ini tidak sama dengan wisatawan nusantara, dimana pergerakannya meningkat dengan stabil dan menurun saat terjadi aktivitas alamiah di kawasan kawah Gunung Tangkuban Perahu serta terjadinya Pandemi Covid-19 (Susanto & Permata Karismatika, 2022).

Dalam konsep keberlanjutan perlu diperhatikan tiga aspek yang harus dijaga keseimbangannya yaitu, aspek lingkungan, ekonomi, dan sosial budaya untuk mewujudkan pengembangan pariwisata (Irfan, Ullah, Razzaq, Cai, & Adebayo, 2023). Oleh karena itu, pariwisata berkelanjutan harus memperhatikan secara rinci beberapa hal, diantaranya (1) Memanfaatkan sumber daya lingkungan secara optimal yang merupakan elemen penting dalam pengembangan pariwisata, menjaga proses ekologis yang esensial dan membantu melestarikan warisan alam dan keanekaragaman hayati. (2) Menghargai ciri khas sosial budaya dari komunitas lokal, melestarikan warisan budaya dan nilai-nilai tradisional yang terdapat di dalam komunitas tersebut, dan berkontribusi dalam pemahaman dan toleransi antar budaya. (3) Memastikan kegiatan ekonomi jangka panjang, memberikan manfaat sosial ekonomi yang didistribusikan secara merata kepada setiap stakeholders, termasuk kestabilan lapangan kerja dan kesempatan kerja yang produktif, serta layanan sosial bagi komunitas lokal yang berkontribusi pada pengentasan kemiskinan (Widiati & Permatasari, 2022).

Kawasan wisata gunung Tangkuban Perahu memberikan banyak peluang usaha sehingga memunculkan stakeholders lain yang bersaing karena masing-masing memiliki kepentingan yang berbeda-beda. Isu ini dapat dikaitkan dengan *multiplier effect* yang harus diperhatikan guna menjaga keberlanjutan pengembangan pariwisata. *multiplier effect* menunjukkan besarnya ukuran kebijakan ekonomi makro tertentu. Dengan kata lain, multiplier mencoba untuk mengukur efek tambahan dari suatu kebijakan di luar yang dapat diukur secara langsung” (Edgell, 2018). Selain itu “nilai ekonomi pariwisata dapat didefinisikan sebagai hasil dari semua dampak ekonomi yang ditimbulkan oleh pariwisata. Dampak ini bersifat langsung, tidak langsung dan terinduksi melalui total pengeluaran pariwisata, penciptaan lapangan kerja, eksternalitas positif dan negatif, pendapatan dari pajak, dan pungutan publik lainnya, perolehan devisa dan pengganda terkait” (UNWTO) *Multiplier effect* secara singkat dapat dipahami sebagai keuntungan ekonomi yang berlangsung terus menerus dan berlanjut.

Usaha pariwisata paling banyak dilakukan oleh masyarakat yang tinggal disekitar objek wisata, sehingga mampu menompang ekonomi masyarakat menjadi lebih baik lagi. Perusahaan atau pengusaha yang beraktivitas pada jasa pariwisata dapat berbentuk usaha kecil, usaha menengah, maupun usaha besar yang membentuk dan mendukung industri pariwisata. Dilihat dari aspek produk, pengelola usaha-usaha itu dapat digolongkan menjadi pengelola usaha jasa, pengelola usaha sarana, dan pengelola usaha jasa daya tarik.

Perkembangan pariwisata tentunya akan memberikan dampak terhadap sekitar pariwisata baik berupa dampak positif maupun negatif. Masyarakat dalam lingkungan Daya Tarik Wisata tentunya memiliki peranan penting karena mereka memiliki kultur yang dapat menjadi daya tarik wisatawan, dan dukungan masyarakat terhadap pengembangan wisata berupa sarana kebutuhan pokok untuk tempat obyek wisata dan menjadi tenaga kerja di daerah wisata (Liu, Kim, & Song, 2022).

Pengembangan merupakan usaha atau cara untuk memajukan serta mengembang sesuatu yang sudah ada. Pengembangan pariwisata pada daerah tujuan wisata akan selalu di perhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat yang ada disekitarnya (Pitana & Diarta, 2009; Yoeti, 1991). Pengembangan pariwisata menjadi pilihan penting bagi suatu negara atau daerah karena multiefek yang ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata, pertumbuhan ekonomi merupakan dampak utama yang dicirikan oleh terbentuknya lapangan pekerjaan, stimulasi investasi sehingga berkembang produk wisata baik barang maupun jasa sehingga terus berkembang. Pengembangan pariwisata tidak terlepas dari adanya daya tarik sampai adanya jenis pengembangan yang ditunjukan oleh adanya penyediaan fasilitas dan aksesibilitas (Ali, Yaseen, Anwar, Makhdom, & Khan, 2021; Gonzáles-Mantilla, Gallagher, León, & Vianna, 2022). Objek daya tarik wisata sangat erat hubungannya dengan travel motivation dan travel fashion. Pariwisata menjadi salah satu sektor yang diperhatikan oleh pemerintah karena dampaknya terhadap perekonomian nasional, secara umum daerah pariwisata yang menarik akan mengundang wisatawan baik dalam negeri maupun mancanegara untuk berkunjung. Sektor pariwisata dianggap paling prospektif dalam mendukung pertumbuhan ekonomi negara selain dengan meningkatnya jumlah devisa negara, sektor ini dapat mengurangi jumlah kemiskinan yang ada.

Dari segi ekonomi makro pariwisata dapat memberikan dampak positif diantaranya (1) Dapat menciptakan kesempatan usaha, dengan adanya wisatawan maka dibutuhkan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan (need), keinginan (want) ataupun ekspektasi wisatawan tersebut. 2) Meningkatkan kesempatan kerja, dengan adanya destinasi wisata maka diperlukan tenaga sumber daya manusia (SDM) dalam proses pengelolaannya, selain itu pembangunan fasilitas pendukung pariwisata seperti perhotelan, biro perjalanan dan lain sebagainya juga membutuhkan tenaga kerja atau karyawan. 3) Dapat meningkatkan pendapatan dan meratakan pendapatan masyarakat 4) Mendorong peningkatan jumlah investasi disektor pariwisata maupun sektor ekonomi lainnya, seperti pembangunan penginapan 5)

Meningkatkan pendapatan nasional dari pajak pemerintah dan badan usaha milik pemerintah (Scarlett, 2021).

Banyak literatur yang menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata pada suatu daerah mampu memberikan dampak-dampak yang dinilai positif terhadap sektor ekonomi, selain dampak terhadap sektor ekonomi pengembangan pariwisata juga berdampak terhadap lingkungan hidup, sosial dan budaya pada masyarakat. Dan dampak pengembangan budaya dapat berupa dampak positif dan juga dampak negatif.

Pengembangan TWA Gunung Tangkuban Perahu tentunya mempunyai maksud dan tujuan, selain fokus terhadap konservasi dan pemeliharaan kelestarian alam beserta biodiversitinya, pengelola juga memberikan kontribusi langsung maupun tidak langsung kepada masyarakat sekitar serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi di luar wilayah TWA Gunung Tangkuban Perahu. Selain itu, pengelola juga memiliki target pengembangan terhadap jumlah wisatawan, seperti menarik wisatawan sebanyak mungkin, mengusahakan wisatawan untuk tinggal lebih lama saat berwisata, mengusahakan agar wisatawan banyak berbelanja, serta mempertahankan wisatawan untuk ingin kembali berwisata ke TWA Gunung Tangkuban Perahu. Untuk mencapai hal-hal tersebut pengelola TWA Gunung Tangkuban Perahu, pengelola mulai menerapkan strategi-strategi pengembangan baik terhadap wisatawan maupun terhadap lingkungan sekitar dan berdampak pada pertumbuhan ekonomi di wilayah TWA Gunung Tangkuban Perahu.

Berdasarkan hal tersebut penelitian ini memfokuskan mengenai Dampak Ekonomi Pengembangan Pariwisata Bagi Pelaku Usaha Lokal: Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu. Penyebaran kuesioner dan interview terhadap variabel-variabel yang akan diteliti dimaksudkan untuk mendapatkan data primer dalam menganalisis strategi pengembangan pariwisata dan implementasinya terhadap wisatawan dan pedagang di TWA Gunung Tangkuban Perahu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*), dengan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Data yang diteliti diperoleh dari data primer yang berupa hasil *survey* dan kuesioner terhadap pengunjung dan pedagang di lingkungan Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu. Data lainnya berupa data sekunder yaitu, data yang diberikan dari perusahaan yang akan diteliti (Soegiyono, 2011).

Objek penelitian dalam penulisan ini adalah wisatawan dan pedagang di wilayah Gunung Tangkuban Perahu. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang dikumpulkan pada tahun 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan berikut merupakan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data dari wisatawan serta pedagang di dalam TWA

Gunung Tangkuban Perahu. Berdasarkan hasil wawancara, kekuatan pengelola mengacu pada prinsip 5A dalam pariwisata. Ada pun hasil analisis kuesioner berikut ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yang telah disebutkan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui kontribusi strategi pengembangan tersebut terhadap pemenuhan komponen 5A dalam pariwisata menurut wisatawan, kemudian untuk mengetahui tingkat pendapatan pedagang, serta pertumbuhan ekonomi di luar kawasan yang dianalisis dari perkembangan fasilitas penunjang wisata di luar sekitar Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu.

Analisis Wisatawan

Berdasarkan hasil pengambilan data di lapangan, diperoleh berbagai informasi dari pengunjung sebanyak 100 orang yang kemudian diklasifikasi dan diuraikan sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Pengunjung TWA Gunung Tangkuban Perahu

No	Parameter	Kriteria	Pengunjung		total	%
			aktual	potensial		
1	Jenis Kelamin	a. Laki - laki	5	37	42	42,40
		b. Perempuan	6	52	58	57,60
2	Umur	a. < 25 Tahun	6	48	54	54,50
		b. 25 - 35 Tahun	4	33	37	37,90
		c. 35 - 45 Tahun		3	3	2,80
		d. 45 - 55 Tahun		3	3	3,04
		e. 55 - 65 Tahun		2	2	1,51
		f. > 65 Tahun		1	1	0,25
3	Pendidikan	a. SMP		2	2	3,16
		b. SMA / SMK	3	20	23	22,70
		c. DIPLOMA / SARJANA	7	64	71	71,20
		d. MAGISTER		3	3	2,82
		e. DOKTOR		1	1	0,12
5	Rata - Rata Pendapatan	a. <1.000.000	1	10	11	11,10
		b. 1.000.000 - 3.000.000	4	37	41	41,30
		c. 3.000.000 - 5.000.000	2	21	23	22,60
		d. 5.000.000 - 7.000.000	1	5	6	6,00
		e. 7.000.000 - 10.000.000	1	8	9	9,00
		f. >10.000.000	1	9	10	10,00
6	Asal (Tempat Tinggal)	a. Kota Bandung/ Kab. Bandung	4	30	34	34,10
		b. dalam Provinsi Jawa Barat	2	20	22	21,60
		c. DKI Jakarta dan sekitarnya	3	29	32	32,30
		d. luar Pulau Jawa		9	9	9,00
		e. Pulau Jawa		3	3	3,00
7	Jumlah Kelompok Kunjungan	a. Sendiri		1	1	1,20
		b. Keluarga	5	48	53	53,00
		c. Teman / Pasangan	4	34	38	37,90
		d. Rombongan Tour		8	8	7,90
8	Frekuensi Berkunjung	a. Baru pertama kali	4	32	37	36,90
		b. 2 - 3 kali	4	39	43	43,10
		c. 4 - 5 kali	1	10	11	10,80
		d. > 5 kali		9	9	9,20

Sumber: Hasil Analisis, 2023

Motivasi pengunjung dapat dilihat dari tujuan dan alasan mengunjungi TWA Gunung Tangkuban Perahu yang beberapa diantaranya yaitu; untuk rekreasi dan

pemandangan alam sebagai daya tarik utamanya. Sumber informasi yang didapat oleh pengunjung dapat diketahui bahwa 42% pengunjung telah mengetahui TWA Gunung Tangkuban Perahu itu secara sendirinya dan 23% dari informasi mulut ke mulut. Tipe kendaraan yang digunakan pengunjung untuk mencapai TWA Gunung Tangkuban Perahu sebanyak 76% menggunakan kendaraan pribadi, hal tersebut didukung dengan data tipe kunjungan pada bagian karakteristik wisatawan yang mengunjungi bersama keluarga, sertaditunjang dengan kemudahan aksesibilitas untuk menuju ke TWA Gunung Tangkuban Perahu itu sendiri.

Jumlah pengunjung naik di hari libur sebanyak 38 %, dari banyaknya objek yang ada di TWA Gunung Tangkuban Perahu. Wisatawan sebagian besar mengunjungi Kawah Ratu, seperti yang di gambarkan pada diagram kunjungan wisatawan ke objek wisata TWA Gunung Tangkuban Perahu, menunjukan sebanyak 54 %. Pada saat rekreasi, wisatawan lebih banyak melakukan aktifitas mengambil gambar sebanyak 43 % serta diikuti dengan kegiatan lainnyaseperti, hiking, dan sebagainya. Dalam diagram aktifitas wisatawan disebutkan sebanyak 11 % berbelanja dan rata –rata biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 50.000 s/d Rp. 250.000s per orang dengan barang yang dibeli wisatawan adalah makanan dan minuman sebesar 49% dan 27% membeli suvenir. Perubahan cuaca sangat mempengaruhi minat kunjungan wisatawan ke objek wisata ini dan dalam ilustrasi terakhir digambarkan aktivitas wisatawan dalam penggunaan akomodasi dalam berkegiatan wisata ke TWA Gunung Tangkuban Perahu, lebih memilih di daerah Kota Bandung dikarenakan alasan kelengkapan penunjang lainnya.

Persepsi pengunjung dalam kemudahan menjangkau fasilitas yang ada di TWA Gunung Tangkuban Perahu sebagian besar mudah di jangkau namun dirasa kondisi fasilitas yang ada kurang terpelihara sehingga pihak pengelola harus meningkatkan pemeliharaan guna menciptakan kenyamanan kepada pengunjung. Dalam tingkat kepuasan pengunjung dalam segi harga tiket masuk, jam operasional, fasilitas umum dalam tingkat cukup puas. Namun dalam segi fasilitas penunjang lainnya seperti warung makan, toilet, parkir, penyediaan tempat sampah, pengunjung menunjukan pada tingkat tidak puas.

Pengunjung mengharapkan kegiatan pariwisata harus tetap melestarikan alam dengan menjaga kelestarian flora dan fauna yang ada di Taman Wisata Alam (TWA) Gunung Tangkuban Perahu. Wisatawan juga mengharapkan pengelola TWA Gunung Tangkuban Perahu untuk menjaga kelestarian lingkungan dengan menjaga kebersihan, memberikan pemahaman sistem pembuangan sampah untuk wisatawan, menyediakan tempat sampah di berbagai titik konsentrasi pengunjung, dan meningkatkan keamanan serta kenyamanan. Pengunjung mengharapkan sarana dan prasarana diperbaiki dan dipelihara dengan baik, Pengelolaan terhadap fasilitas-fasilitas yang ada ditingkatkan dan ditambah sesuai dengan kebutuhan wisatawan terutama bagi penyandang disabilitas, namun harus direncanakan dan diatur sedemikian rupa agar tetap tidak merusak fungsinya sebagai wisata alam. Pada dasarnya TWA Gunung Tangkuban Perahu sudah dikenal luas oleh masyarakat,

namun pemasaran masih tetap diperlukan mengingat banyaknya objek wisata lain yang mampu bersaing namun belum dikenal baik oleh wisatawan. Pemasaran tersebut juga berfungsi untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan. Pemasaran harus lebih kreatif melalui publikasi dan promosi pada media massa dan media lainnya, sehingga mampu menjadi salah satu *icon* wisata yang terus diminati dan berkembang di Jawa Barat.

Analisis Pedagang

Berdasarkan hasil pengambilan data di lapangan, diperoleh berbagai informasi dari pedagang sebanyak 100 orang yang kemudian akan dibahas dalam beberapa bagian mengenai identitas para pedagang di dalam kawasan, inovasi berwirausaha, dan tingkat pendapatan pedagang.

Tabel 2. Identitas Pedagang dan UMKM di dalam TWA Gunung Tangkuban Perahu

No	Parameter	Kriteria	Pedagang		Total	%
			Aktual	Potensial		
1	Jenis Pedagang	a. Kios	4	38	42	42
		b. Asong	5	45	50	50
		c. Jasa		8	8	8
2	Umur	a. 17 - 25 Tahun		8	8	8
		b. 26 - 35 Tahun	3	25	28	28
		c. 36 - 45 Tahun	3	27	33	33
		d. 46 - 55 Tahun	2	18	20	20
		e. 56 - 65 Tahun		7	7	7
		f. > 65 Tahun		4	4	4
3	Jenis Kelamin	a. Laki - laki	6	57	63	63
		b. Perempuan	4	33	37	37
4	Pendidikan	a. SD	4	33	37	37
		b. SMP	2	18	20	20
		c. SMA/SMK	2	22	24	24
		d. Kuliah		1	1	1
		e. Tidak Sekolah	2	16	18	18
5	Asal (Tempat Tinggal)	a. Kecamatan Lembang	10	84	94	94
		b. Luar Kecamatan Lembang		6	6	6
6	Status Kepemilikan Rumah	a. Milik Pribadi	6	57	63	63
		b. Milik Orang Tua	1	9	10	10
		c. Kontrak		9	9	9
		d. Tidak Terisi	2	16	18	18
7	Kepemilikan Kendaraan	a. Mobil		4	4	4
		b. Motor	7	59	66	66
		c. Mobil dan Motor	1	10	11	11
		d. Tidak Memiliki Kendaraan	2	17	19	19

Sumber: Hasil Analisis, 2023

Identitas Pedagang dan UMKM

Terdapat tiga kategori pedagang di dalam kawasan yaitu pedagang kios, asong, dan jasa. Pedagang kios adalah pedagang yang memiliki bangunan permanen atau semi permanen untuk berjualan seperti bilik-bilik yang berjajar di sepanjang area perdagangan. Umumnya, pedagang kios menjual barang-barang seperti baju, sweater, makanan baik ringan ataupun berat, oleh-oleh, aksesoris, dan lain sebagainya. Berdasarkan hasil analisis, terdapat sekitar 50% pedagang asong, 42%

pedagang kios, dan 8% pedagang jasa. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pedagang di TWA Gunung Tangkuban Perahu adalah pedagang asong. Diketahui bahwa rata-rata usia pedagang di Kawasan TWA GunungTangkuban Perahu berada pada usia produktif. Mayoritas pedagang berada di rentang usia 36-45 tahun dan 26-35 tahun yaitu sekitar 30 pedagang pada masing-masing kelompok, sedangkan pada rentang usia 46-55 tahun terdapat sebanyak 20 pedagang. Tidak terdapat anak dibawah umur yang bekerja sebagai pedagang di TWA Gunung Tangkuban Perahu. Disisi lain, terdapat kurang dari 5 pedagang berusia lanjut yang masih bekerja sebagai pedagang. Apabila dilihat dari persentase jenis kelamin, proporsi jumlah pedagang laki-laki lebih besar dua kali lipat dibandingkan dengan pedagang perempuan. Terdapat pedagang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 63% dan 37% sisanya adalah pedagang perempuan di TWA Gunung Tangkuban Perahu. Dilihat dari tingkat pendidikan terakhir pedagang, diketahui bahwa mayoritasnya hanya mengenyam pendidikan hingga tingkat sekolah dasar (SD) yaitu sekitar 37%. Pedagang lainnya rata-rata merupakan lulusan SMP dan SMA/SMK, sedangkan 1% pedagang memiliki tingkat pendidikan terakhir di bangku kuliah. Di samping itu, terdapat hampir 20% pedagang yang tidak pernah bersekolah.

Hampir keseluruhan pedagang di TWA Gunung Tangkuban Perahu berasal dari Kecamatan Lembang,yaitu sebesar 94%. Pedagang yang berasal dari luar Kecamatan Lembang hanya sekitar 6% dari jumlah total responden. Berdasarkan hasil analisis, lebih dari 50% pedagang di TWA Gunung Tangkuban Perahu kepemilikan rumahnya telah berstatus milik pribadi. Sementara itu, sebanyak 10% pedagang tinggal di rumah milik orang tuanya dan 9% lainnya berstatus rumah kontrak. Dilihat dari segi kepemilikan kendaraan, mayoritas pedagang yaitu sebanyak 66% hanya memiliki motor saja, sedangkan 11% pedagang memiliki mobil dan motor dan 4% pedagang memiliki mobil saja. Sementara itu, sebanyak 19% pedagang diketahui tidak memiliki kendaraan.

Dampak terhadap Pemanfaatan Sumber Daya Alam Lokal

1. Jenis Produk Ditawarkan

Jenis barang dan jasa yang dijual digolongkan menjadi 8 bagian, berdasarkan hasil analisis, sekitar 35% pedagang menjual makanan dan minuman olahan, makanan dan minuman olahan tersebut berupa usaha warung nasi, jagung bakar, sosis bakar, gorengan, dan sebagainya. Sementara itu, lebih dari 25% pedagang menjual souvenir berupa gelang, hasil rajut, dan kerajinan lainnya. Terdapat 11 % pedagang menjual pakaian seperti kaos, jaket, dan sebagainya, sedangkan sebanyak 9% menjual jasa seperti halnya jasa foto, pemanduan, dan menunggang kuda.

2. Asal Produk

Asal produk merupakan lokasi dimana barang yang akan dijual diproduksi, lokasi tersebut berasal dari berbagai lokasi yang tersebar di Jawa Barat. Menurut hasil analisis, sebanyak 44% pedagang memilih suplier dari Kabupaten Bandung Barat,

sedangkan sekitar 16% pedagang menyebutkan produknya dipasok dari Kota Bandung. Sementara itu, hanya 1% pedagang yang memilih pasokan barang dagangannya berasal dari Kabupaten Bandung dan Kabupaten Subang. Sejumlah 11% pedagang menyatakan bahwa asal produk dagangannya merupakan produksi sendiri dan merupakan produk jasa, sedangkan sekitar 27% pedagang tidak menyebutkan asal daerah produk barangnya dipasok.

3. Inovasi berwirausaha

Dari hasil sampel yang didapatkan, diketahui bahwa 33% alasan pedagang melakukan usaha tersebut karena melihat peluang wisata di TWA Gunung Tangkuban Perahu. Sementara itu, 24% pedagang menyatakan bahwa alasannya ikut orangtua atau bisnis turun temurun dari orangtua, sedangkan 20% alasan pedagang karena dekat dengan tempat tinggal dan 16% lainnya karena tidak ada pekerjaan lain.

4. Alasan Pedagang Menjual Produk

Hasil analisis menunjukkan hampir 40% alasan utama pedagang di TWA Gunung Tangkuban Perahu menjual produknya karena diminati oleh wisatawan. Selanjutnya, sekitar 32% pedagang menyatakan alasan karena kecukupan modal yang ada, dan 16% pedagang dikarenakan hanya barang tersebut yang tersedia di supplier.

5. Target Konsumen

Hasil analisis menunjukkan bahwa lebih dari 60% pedagang memilih wisatawan nusantara sebagai target konsumennya. Sementara itu, wisatawan mancanegara dijadikan target konsumen oleh 28% pedagang dan 6% lainnya menjadikan pedagang disekitarnya sebagai target konsumen.

6. Adanya Inovasi untuk Memenuhi Permintaan Wisatawan

Diketahui bahwa sekitar 80% pedagang menyatakan adanya inovasi penjualan produk untuk memenuhi permintaan wisatawan, sementara itu, sebanyak 20% pedagang tidak memiliki inovasi untuk mengembangkan dagangannya.

Tingkat Pendapatan Pedagang

1. Pekerjaan Utama Pedagang di TWA Gunung Tangkuban Perahu

Sebesar 80% pedagang menyatakan bahwa berdagang di TWA Gunung Tangkuban Perahu merupakan pekerjaan utamanya, sedangkan kurang dari 10% pedagang menjawab bahwa berdagang di Tangkuban Perahu bukan pekerjaan utama mereka. Sementara itu, lebih dari 10 % pedagang memilih untuk tidak memberikan jawaban.

2. Pendapatan Bersih per Bulan

Mayoritas pedagang sebanyak 55% menyatakan bahwa pendapatan bersihnya berada pada kisaran Rp.1.000.000-3.000.000. Sementara itu, sekitar 28% pedagang menyatakan bahwa pendapatannya berada pada kisaran Rp.3.000.000-5.000.000 dan sebesar 12% pedagang menjawab berpenghasilan dibawah

Rp.1.000.000. Kurang dari 5% pedagang mengungkapkan berpenghasilan antara Rp.5.000.000-7.000.000 dan hanya 1% pedagang yang memiliki pendapatan diatas Rp.10.000.000.

3. Pekerjaan Sebelumnya

Berdasarkan pekerjaan pedagang sebelum mulai berdagang di TWA Gunung Tangkuban Perahu, mayoritas pedagang sebanyak 43% berprofesi sebagai karyawan. Sementara itu, sekitar 20% pedagang sebelumnya bekerja sebagai buruh dan 17% pedagang bekerja sebagai petani. Kurang dari 10% pedagang sebelumnya pernah berprofesi sebagai pebisnis, 3% sebagai penjahit, dan 3% perawat.

4. Pendapatan Bersih Sebelumnya

Pendapatan bersih dari profesi sebelum menjadi pedagang di TWA Gunung Tangkuban Perahu, mayoritas sebesar 65% pedagang pendapatannya berada dibawah Rp.1.000.000,. Sementara itu, lebih dari 20% pedagang berpendapatan pada kisaran Rp.1.000.000,- – 3.000.000,- dan sekitar 12% pedagang berpenghasilan 3.000.000,- – 5.000.000,-.

Analisis Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) Wisatawan dan Pedagang

Analisis SWOT dilakukan untuk menentukan strategi pengembangan yang tepat bagi PENGELOLAselaku pengelola TWA Gunung Tangkuban Perahu. Analisis terbagi kedalam dua bagian yaitu SWOT wisatawan yang didapatkan berdasarkan data kuisioner wisatawan, serta SWOT pedagang yang didapatkan berdasarkan data kuisioner pedagang di TWA Gunung Tangkuban Perahu.

Analisis kontribusi strategi pengembangan pengelola terhadap pemenuhan komponen 5A dalam pariwisata di TWA Gunung Tangkuban Perahu menurut wisatawan.

Tabel 1. Analisis SWOT komponen 5A TWA Gunung Tangkuban Perahu

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
• Wisatawan didominasi oleh wisatawan perempuan. • Usia wisatawan didominasi pada rentang >25 tahun hingga 25-30 tahun. • Tingkat pendidikan wisatawan rata-rata yaitu sarjana atau diploma. • TWA Gunung Tangkuban Perahu sudah sangat dikenal oleh wisatawan.	• Fasilitas wisata yang sulit ditemukan wisatawan yaitu <i>shelter</i> berteduh, ruang laktasi, dan <i>Tourist Information Center</i>. • Kondisi fasilitas yang ada di TWA Gunung Tangkuban Perahu masih belum baik, terutama <i>shelter</i> berteduh, dan ruang laktasi.

	• Pemandangan Alam TWA Gunung Tangkuban Perahu sebagai alasan utama wisatawan berkunjung. • Kawah Ratu menjadi tujuan utama wisatawan • Fasilitas wisata yang mudah ditemukan wisatawan yaitu toilet, mushola, dan tempat sampah. • Kawah ratu dan kawah domas merupakan atraksi yang sudah dikenal baik oleh wisatawan. • Kawah ratu merupakan atraksi wisata yang kondisinya paling baik dan terawat.	• Atraksi/ daya tarik wisata seperti air keramat Cikahuripan, Orchid Garden, dan Outbond masih belum banyak diketahui wisatawan. • Air keramat Cikahuripan kondisinya masih belum baik dan terawat. • Ketidak puasan wisatawan terhadap pelayanan pada fasilitas toilet, harga parkir, dan <i>Tourist Information Center</i>.
Opportunity	Strategi S-O	Strategi W-O
• Wisatawan memiliki pendapatan 1-3 juta hingga 3-5 juta. • Wisatawan dominan berasal dari Jawa Barat dan DKI Jakarta. • Wisatawan berkunjung bersama keluarga. • Wisatawan berkunjung 2-3 kali ke TWA Gunung Tangkuban Perahu. • Akses jalan menuju TWA Gunung Tangkuban Perahu mudah dilalui. • Tujuan wisatawan berkunjung ke	• Memberikan alternatif kepada wisatawan mengenai tempat menarik lainnya kepada wisatawan selain Kawah Ratu. • Membuat atau memberitahukan wisatawan spot-spot foto terbaik di kawasan TWA Gunung Tangkuban Perahu. • Memberikan kebebasan bagi wisatawan untuk berfoto di kawasan TWA Gunung Tangkuban Perahu dengan menggunakan <i>warning signage</i>.	• Memberi <i>signage</i>/tanda <i>Tourist Information Center</i>, Ruang Laktasi, dan Shelter berteduh yang dikatakan sulit ditemukan wisatawan. • Memperbaiki dan melakukan <i>maintenance</i> rutin terhadap fasilitas yang sudah ada. • Membangun Shelter berteduh dan ruang Laktasi untuk menunjang kenyamanan wisatawan yang didominasi

TWA Gunung Tangkuban Perahu yaitu rekreasi dan mencari suasana lain dari keseharian wisatawan. • <i>Weekend</i> dan <i>holiday</i> merupakan waktu kunjungan terbanyak wisatawan. • Berfoto merupakan aktifitas yang utama dilakukan wisatawan di TWA Gunung Tangkuban Perahu. • Wisatawan melakukan pengeluaran 50-250 ribu saat di TWA Tangkuban Perahu. • Makanan dan minuman merupakan komoditas utama yang dibeli oleh wisatawan. • Kawah domas, Orchid Garden, dan Outbond kondisinya baik dan terawat. • Wisatawan merasa cukup puas dengan semua fasilitas yang ada di TWA Gunung Tangkuban Perahu. • Kepuasan terbesar wisatawan yaitu pada harga tiket wisatawan nusantara dan jam operasional	• Wisatawan yang terpusat di Kawah Ratu dapat dijadikan sebagai titik kumpul event (apabila akan diadakan event). • Meningkatkan sarana-sarana rekreasi yang berbasis alam dan pemandangan TWA Gunung Tangkuban Perahu. • Membangun restoran dengan konsep <i>green viewing area</i> sebagai fasilitas pendukung lainnya. • Melakukan promosi ke daya tarik wisata TWA Gunung Tangkuban lainnya seperti Kawah Domas, Orchid Garden, dan Outbond yang dinilai sudah bagus menurut wisatawan. • Acara-acara atau daya tarik buatan lainnya lebih baik dilaksanakan pada hari libur atau weekend. • Melakukan pemeliharaan dan perawatan terhadap kawasan TWA Gunung Tangkuban Perahu.	perempuan dan keluarga. • Memberikan informasi tambahan (misalnya dengan memberikan poster pada titik-titik daya tarik) kepada wisatawan mengenai daya tarik wisata lain yang ada di TWA Gunung Tangkuban Perahu seperti Air Keramat Cikahuripan, Orchid Garden, dan Outbond. • Memperbaiki dan memperbaiki akses menuju Air Keramat Cikahuripan, agar wisatawan yang tertarik untuk berkunjung ke daya tarik tersebut. • Meningkatkan pengamanan agar tidak terjadi pungutan liar terhadap wisatawan yang membawa kendaraan pribadi di tempat-tempat parkir yang tersedia. • Memberikan perhatian lebih terhadap kebersihan toilet, khususnya pada weekend dan hari libur, misalkan dengan mengadakan petugas kebersihan yang menjaga kebersihan toilet.
---	--	---

kawasan TWA
Gunung Tangkuban
Perahu.

<i>Threat</i>	Strategi S-T	Strategi W-T
• Perubahan cuaca mempengaruhi minat wisatawan berkunjung ke TWA Gunung Tangkuban Perahu. • Wisatawan berkunjung ke TWA Gunung Tangkuban Perahu menggunakan kendaraan pribadi. • Bencana alam yang terkait dengan TWA Gunung Tangkuban Perahu mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung.	• Menyediakan tempat-tempat dimana wisatawan masih bisa menikmati suasana TWA Gunung Tangkuban Perahu saat terjadi perubahan cuaca. • Memberikan gambaran serta menunjukkan kepada wisatawan bahwa TWA Gunung Tangkuban Perahu memiliki keindahan tersendiri saat terjadi perubahan cuaca, seperti saat hujan. • Memberikan informasi-informasi atau pengetahuan kepada wisatawan terhadap potensi bencana alam di TWA Gunung Tangkuban Perahu. • Mempersiapkan skenario mitigasi bencana terhadap potensi bencana alam yang ada di TWA Gunung Tangkuban Perahu, demi kenyamanan dan keamanan. • Mengatur area parkir dan arus keluar masuk kendaraan dengan baik agar terhindar dari hal yang tidak diinginkan.	• Membangun <i>shelter</i> berteduh untuk melindungi wisatawan dari perubahan cuaca. • Melakukan <i>maintenance</i> dan memperbaiki akses keluar masuk daya tarik/objek wisata untuk dapat mengevakuasi wisatawan jika terjadi bencana alam. • Membuat dan menentukan titik kumpul untuk memusatkan wisatawan saat terjadi bencana.

Analisis kontribusi strategi pengembangan pariwisata Pengelola terhadap tingkat pendapatan pedagang di dalam wilayah TWA Gunung Tangkuban Perahu.

Tabel 2. Analisis SWOT Tingkat Pendapatan Pedagang di TWA Gunung Tangkuban Perahu

	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
	• Tangkuban Perahu mampu menyerap tenaga kerja lokal khususnya di Desa Cikole Kec. Lembang. • Pedagang menjual barang-barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan wisatawan. • Sebagian pedagang sudah turut berkontribusi dalam menjaga kebersihan. • Pedagang sudah mematuhi ketentuan mendaftar kartu <i>pass</i> tiap tahunnya. • Pedagang mengaku terbantu dengan <i>shelter</i>/kios yang disediakan pengelola.	• Pedagang tidak melakukan inovasi untuk memperbarui produknya agar lebih menarik. • Pendapatan pedagang tergolong rendah. • Produk dagangan belum diminati wisatawan mancanegara.
<i>Opportunity</i>	Strategi S-O	Strategi W-O
• Suplier berasal dari Kab. Bandung Barat • Berdagang di Tangkuban Perahu adalah pekerjaan utama sebagian besar pedagang. • Sebanyak 63% pedagang sudah memiliki rumah pribadi. • Pedagang memiliki kendaraan, minimal motor 66%.	• Pedagang yang bekerja di TWA Gunung Tangkuban Perahu memberikan dampak multiplier di tempat-tempat supplier nya. • Kebijakan pengelola dalam memprioritaskan penduduk setempat bekerja di TWA Gunung Tangkuban Perahu meningkatkan kesejahteraan	• Mendorong pedagang untuk lebih berinovasi dalam produk yang dijual untuk dapat meningkatkan kepuasan wisatawan yang berkunjung ke TWA Gunung Tangkuban Perahu. • Promosi yang dilakukan oleh pengelola TWA Gunung Tangkuban Perahu dalam

	penduduk secara tidak langsung. • Mengadakan penyuluhan berkesinambungan mengenai kebersihan lingkungan oleh pedagang. • Pedagang dan pihak pengelola saling menjaga hubungan kerjasama yang baik melalui meneruskan pendataan pedagang melalui kartu <i>pass</i> yang dibayarkan pedagang setiap tahunnya.	meningkatkan wisatawan yang datang (terutama pada hari libur dan <i>weekend</i>) akan menambah potensi meningkatnya pendapatan pedagang. • Baik pedagang maupun pengelola TWA Gunung Tangkuban Perahu dapat melakukan <i>survey</i> mengenai komoditas apa yang diinginkan atau diminati wisatawan mancanegara.
<i>Threat</i>	Strategi S-T	Strategi W-T
• Pedagang memiliki tingkat pendidikan yang rendah. • Pedagang sudah menikah dan berkeluarga. • 47% belum mandiri dalam pemenuhan kebutuhan rumah.	• Mendorong atau membuka kelas khusus untuk memberikan pedagang <i>skill</i> berbahasa Inggris standar dalam melayani wisatawan (terutama wisatawan asing).	• Pelatihan bagi pedagang untuk meningkatkan <i>skill</i> dan inovasi dalam berwirausaha.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan TWA Gunung Tangkuban Perahu berkontribusi dalam pemenuhan prinsip 5A (*Attraction, Accommodation, Accessibility, Amenity, dan Activity*) dalam pariwisata menurut wisatawan. Selain itu, kondisi ekonomi di dalam TWA Gunung Tangkuban Perahu yang berfokus kepada pedagang menunjukkan bahwa, dibandingkan dengan pekerjaan sebelumnya, tingkat pendapatan para pedagang di kawasan TWA Gunung Tangkuban Perahu yang dikelola oleh Pihak Swasta mengalami peningkatan. Pedagang yang merupakan penduduk di sekitar wilayah TWA Gunung Tangkuban Perahu dengan bekerja di TWA Gunung Tangkuban Perahu memiliki tingkat kesejahteraan yang lebih baik dari segi ekonomi, seperti pemenuhan kebutuhan pokok keluarga, hingga membantu dalam proses kepemilikan rumah serta fasilitas penunjang aktivitas sehari-hari lainnya seperti kendaraan bermotor. Pertumbuhan

ekonomi di luar wilayah TWA Gunung Tangkuban Perahu mencakup dua wilayah administrasi yaitu Kabupaten Subang dan Kecamatan Lembang. Pertumbuhan ekonomi di kedua wilayah administratif tersebut dapat dikatakan meningkat dengan adanya pembangunan dan pertumbuhan fasilitas di luar kawasan TWA Gunung Tangkuban Perahu, seperti pertumbuhan dan pembangunan akomodasi (hotel dan penginapan) dan restoran/rumah makan yang terus meningkat jumlahnya berdasarkan hasil analisis data dengan rentang waktu 2018 hingga 2023.

Saran Pengembangan

Analisis SWOT yang dilakukan pada hasil penelitian terhadap wisatawan dan pedagang, menghasilkan saran yang dapat dijadikan sebagai dasar pengembangan TWA Gunung Tangkuban Perahu ke depannya. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas pengelolaan TWA Gunung Tangkuban Perahu sebagai daya tarik wisata sangatlah penting mengingat banyak daya tarik wisata baru mulai bermunculan. Skenario mitigasi bencana diperlukan karena adanya potensi bencana alam seperti erupsi gunung, sehingga dengan adanya skenario dapat memberikan rasa aman dan nyaman bagi wisatawan saat berwisata di TWA Gunung Tangkuban Perahu, selain itu Pengelola TWA Gunung Tangkuban Perahu dan pedagang saling menjalin hubungan baik dengan ikut serta dalam menjaga keasrian lingkungan tempat usaha, serta terus melakukan pemberian informasi kepada pedagang mengenai pentingnya kebersihan untuk kenyamanan wisatawan.

BIBLIOGRAFI

- Ali, Qamar, Yaseen, Muhammad Rizwan, Anwar, Sofia, Makhdom, Muhammad Sohail Amjad, & Khan, Muhammad Tariq Iqbal. (2021). The impact of tourism, renewable energy, and economic growth on ecological footprint and natural resources: A panel data analysis. *Resources Policy*, 74, 102365. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2021.102365>
- Edgell, Sr. (2018). *Tourism Policy and Planning: Yesterday, Today, and Tomorrow*. <https://doi.org/10.4324/9781351033541>
- González-Mantilla, Pedro G., Gallagher, Austin J., León, Carmelo J., & Vianna, Gabriel M. S. (2022). Economic impact and conservation potential of shark-diving tourism in the Azores Islands. *Marine Policy*, 135. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2021.104869>
- Irfan, Muhammad, Ullah, Sami, Razzaq, Asif, Cai, Jinyang, & Adebayo, Tomiwa Sunday. (2023). Unleashing the dynamic impact of tourism industry on energy consumption, economic output, and environmental quality in China: A way forward towards environmental sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 387, 135778. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.135778>
- Liu, Anyu, Kim, Yoo Ri, & Song, Haiyan. (2022). Toward an accurate assessment of tourism economic impact: A systematic literature review. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 3(2), 100054. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2022.100054>
- Pitana, I. Gede, & Diarta, I. Ketut Surya. (2009). PENGANTAR_ILMU_PARIWISATA.pdf. *Andi*, pp. 1–221.

- Redyanto, Fandri, Salahudin, Salahudin, & Salviana, Vina. (2018). Model Kerjasama Antar Stakeholders Dalam Pengembangan Wisata Budaya Dusun Sejo Kabupaten Pasuruan. *LOGOS (Journal of Local Government Issues)*, 1–24.
- Republik Indonesia. *Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata*. , (2009).
- Republik Indonesia. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 36 Tahun 2010*. , (2010).
- Scarlett, Hubert G. (2021). Tourism recovery and the economic impact: A panel assessment. *Research in Globalization*, 3(January), 100044. <https://doi.org/10.1016/j.resglo.2021.100044>
- Soegiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Susanto, Laela, & Permata Karismatika, Anggi. (2022). Implementasi Prinsip 5a Pada Strategi Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan Pasca Pandemic Coronavirus Disease (Covid-19): Studi Kasus Di Twa. Gunung Tangkuban Perahu. *ACITYA: Jurnal Vokasi Bisnis Digital, Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah Dan Usaha Perjalanan Wisata*, 1(1), 44–58.
- Widiati, Ida Ayu Putu, & Permatasari, Indah. (2022). Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan (Sustainable Tourism Development) Berbasis Lingkungan Pada Fasilitas Penunjang Pariwisata di Kabupaten Badung. *Kertha Wicaksana*, 16(1), 35–44. <https://doi.org/10.22225/kw.16.1.2022.35-44>
- Yoeti, A. Oka. (1991). *Pengantar Ilmu Pariwisata* (2nd ed.). Bandung: Angkasa.

Copyright holders:

Laela Susanto (2023)

First publication right:

Gema Ekonomi (Jurnal Fakultas Ekonomi)

This article is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International

