

POTENSI WISATA KULINER PEMPEK DI ERA DIGITAL DALAM MEMBANGUN IKON KOTA PALEMBANG

¹Dyaloka Puspita Ningrum, ²Lely Arrianie

^{1,2}Universitas Widya Mataram, Yogyakarta

Jalan Dalem Mangkubumen, Kadipaten, Kecamatan Kraton, Yogyakarta

¹dyalokapuspita@yahoo.co.id, ²lely.arrianie@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan pariwisata menjadi tombak dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di suatu daerah. Wisata kuliner pempek Palembang dijadikan sebagai bisnis kreatif yang turut berkontribusi dalam membangun identitas daerah. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi pempek sebagai wisata kuliner unggulan di industri 4.0 berdasarkan analisis SWOT yang dianggap dapat melihat berbagai macam fenomena yang ada dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Jenis data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh langsung dari penjual pempek Palembang dan para wisatawan. Sedangkan data sekunder didapatkan melalui media online seperti facebook, instagram dan shopee id. Kuliner pempek sebagai produk lokal menjadi kebutuhan pangan wisatawan yang datang ke kota Palembang karena didukung juga dengan sarana prasarana daerah yang sangat baik. Di era digital saat ini, wisata kuliner pempek makin terus eksis dan mampu memperkenalkan Kota Palembang bahkan ditingkat global. Meningkatnya pemasaran produk pempek diharapkan dapat memberikan kemudahan kepada khalayak dimanapun mereka berada untuk terus menikmati makanan tradisional tersebut ditengah tantangan budaya asing yang masuk di negeri ini.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Era Digital, Kota Palembang, Pempek, Wisata kuliner

ABSTRACT

Tourism activities spearhead in increasing the income of people in an area. Pempek Palembang culinary tourism is used as a creative business that contributes to building regional identity. This study aims to determine the potential of pempek as identification tourism in industry 4.0 based on word analysis that is considered to be able to see a variety of phenomena that exist using descriptive qualitative methods. The type of data used is primary data obtained directly from Palembang pempek sellers and tourists. While secondary data is obtained through online media such as facebook, instgaram and shopee id. Pempek culinary as a local product becomes the food need of tourist who come to the city of Palembang because it is also supportrd by good regional infrastructure. In the current digital era pempek culinary tourism continues to exist and is able to introduce the city of Palembang even at the global level. The increase in marketing of pempek products is expected to make it easier for audiences wherever they are to continue to enjoy these traditional foods in the midst of foreign cultural challenges that enter this country.

Keywords: Culinary Tour, Digital Era, Palembang City, Pempek, SWOT Analysis

PENDAHULUAN

Di era modern saat ini, kegiatan pariwisata menjadi sektor utama yang sangat menjanjikan. Setiap daerah yang ada di Indonesia memiliki potensi wisata yang mampu menunjang kehidupan masyarakat di

dalamnya, baik itu wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, wisata religi, wisata belanja ataupun wisata kuliner.

Pesatnya arus informasi dan komunikasi pada media digital, secara tidak langsung berhasil memfasilitasi kegiatan

pemasaran pariwisata khususnya sebagai topik yang banyak digandurengi oleh semua kalangan dimanapun mereka berada, hal ini tentu saja diharapkan dapat mengiring opini dan sikap khalayak dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan disuatu daerah berdasarkan informasi yang ada di media *mainstream* tersebut.

Kegiatan pariwisata menjadi investasi besar karena memiliki daya tarik dengan segala aspek yang saling berkontribusi antara satu dengan yang lain. Keanekaragaman pariwisata yang dinamis hadir sebagai industri pilihan yang dapat dieksplorasi dan dikembangkan secara maksimal oleh sumber daya manusianya untuk mencapai keuntungan ditengah dinamika ekonomi sosial berdasarkan kebutuhan dari para pelaku wisata.

Kota Palembang merupakan salah satu kota besar yang ada di pulau Sumatera. Terdapat banyak jenis destinasi wisata yang bisa di kunjungi dengan latar belakang dan keunikannya masing-masing, seperti: Pulau Kemaro sebagai objek wisata berbasis bahari, Jembatan Ampera yang memiliki pesona di atas aliran Sungai Musi dan menjadi tujuan awal kedatangan wisatawan dari luar kota untuk mengabadikan setiap momennya dengan cara berfoto-ria.

Selain itu, terdapat Benteng Kuto Besak (BKB) yang merupakan bangunan Keraton tua peninggalan Kesultanan Palembang yang terletak tepat di tengah kota dan sangat strategis sehingga mudah dijangkau oleh semua orang. Ataupun wisata

kuliner pempek yang dapat ditemui pada setiap sudut kota Palembang.

Wisata kuliner sudah menjadi *trend* di kalangan masyarakat Indonesia. Hampir setiap orang berlomba-lomba memperkenalkan jenis-jenis kuliner tradisional maupun modern yang mampu mencuri perhatian dengan citarasanya.

Pempek merupakan produk makanan unggulan dari kota Palembang dan sudah sangat familiar di kalangan masyarakat bahkan sampai ke pelosok negeri. Sejauh ini, wisata kuliner sudah menjadi *trend*, yang meningkat secara terus-menerus karena dianggap sebagai bisnis kreatif yang gencar dicari oleh semua orang.

Pempek Palembang menjadi identitas lokal "*wong kito galo*" sebagai warisan makanan daerah yang turun dari satu generasi ke generasi berikutnya dengan berbagai macam varian cita rasa yang telah memiliki tempat dihati para penikmatnya.

Implementasi teknologi sangat berperan dalam proses interaksi antar-manusia. Kegiatan wisata kuliner telah melalui tahap transformasi yang begitu kompleks dengan tujuan dapat menjangkau pasar secara lebih luas, khususnya dengan bantuan media *mainstream*.

Kegiatan digitalisasi yang begitu canggih menuntut pergerakan inovasi secara terus-menerus terhadap perkembangan wisata kuliner dikanca nasional maupun global. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi potensi wisata kuliner pempek

Palembang di industri 4.0 yang turut bersinergi dalam upaya membangun ikon kota Palembang berdasarkan analisis SWOT dengan masing-masing indikatornya (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*). Era digital memainkan peranan penting dari fenomena tersebut dalam membranding suatu produk wisata kuliner unggulan di kota Palembang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif dan analisis SWOT. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi (Moleong, 2010).

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang meliputi kegiatan observasi partisipan secara langsung, wawancara kepada penjual pempek Palembang dan wisatawan yang datang serta studi dokumentasi. Sedangkan data sekunder di dapatkan dari beberapa media online sebagai sarana digital pemasaran kuliner pempek saat ini, seperti facebook, instagram, shopee id dan beberapa literatur ilmiah yang berkaitan dengan wisata kuliner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menjadi tuan rumah dalam rangkaian Asean Games tahun 2018, Kota Palembang berhasil menjadi sorotan dunia Internasional. Persiapan yang matang telah dilakukan oleh semua pihak dalam mensukseskan agenda

negara yang dilaksanakan dalam kurun waktu 4 tahun sekali, salah satunya di negeri ini.

Ramainya media massa yang berlomba-lomba meliput, mampu mencuri perhatian masyarakat banyak untuk datang dan menyaksikan pesta olahraga di ibukota Provinsi Sumatera Selatan yang sukses berpartisipasi secara konsisten dan terkonsep dalam menyelenggarakan acara tersebut.

Pemerintah daerah setempat terus berupaya meningkatkan sarana dan infrastruktur pendukung sebaik mungkin agar dapat menciptakan kesan dan pengalaman menyenangkan para wisatawan yang datang sehingga dapat membawa dampak positif dan berkelanjutan dalam kegiatan wisata pribadi seseorang khususnya di Kota Palembang.

Pembangunan lintas rel terpadu (LRT) maupun peningkatan kapasitas di Stadion Gelora Sriwijaya sebagai lokasi pelaksanaan Asean Games tahun 2018 telah membawa pengaruh pesat secara finansial untuk para pelaku bisnis dalam memasarkan produk-produk lokal yang ada, salah satunya dalam penjualan kuliner pempek sebagai tujuan destinasi wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi.

Berdasarkan data observasi lapangan yang dilakukan oleh peneliti pada bulan Juni tahun 2019, selain dalam rangka berpartisipasi ditengah-tengah kemegahan wisata olahraganya, wisatawan yang berkunjung ke kota Palembang selalu menyempatkan diri untuk menjelajahi lapak-lapak kuliner yang ada.

Terdapat banyak jenis minuman dan makanan daerah di kota tersebut yang dapat dikategorikan sebagai paket dari produk wisata kuliner andalan, seperti: pempek, lenggang, model, tekwan, celimpungan, burgo, laksan, mie celor, rujak mie, sambal tempoyak, pindang ikan, Kue Maksuba, es kacang merah maupun kemplang dan kopi asli Palembang.

Kuliner pempek menjadi pilihan utama yang banyak digemari oleh semua kalangan karena memiliki rasa yang enak dan khas dengan kisaran harga Rp 3000 – 20.000 per-satuannya, sehingga membuat banyak orang mencari makanan ini ketika berkunjung ke kota Palembang dengan berbagai macam kepentingannya, seperti acara kenegaraan, urusan pekerjaan, mengunjungi keluarga, berlibur dan lain sebagainya (*hasil penelitian, tahun 2019*).

Pempek merupakan adonan yang terbuat dari tepung sagu serta ikan giling, dan disajikan dengan tambahan saus khusus berwarna hitam yang biasanya disebut dengan nama “cuka”. Pempek sendiri terdiri dari berbagai macam jenis nama, bentuk dan campuran isi di dalamnya, yaitu: pempek kapal selam, pempek lenjer, pempek adaan, pempek telur, pempek dos, pempek keriting, pempek kulit, pempek pastel, pempek panggang ataupun pempek udang.

Pempek seringkali menjadi gerbang pembicaraan khalayak dimanapun mereka berada baik dalam situasi santai ataupun formal. Para wisatawan yang datang tidak

merasa kesulitan untuk mencari lokasi penjualan makanan tersebut. Hal ini didukung dengan sangat mudahnya menemukan para penjual pempek di kota Palembang, seperti di restaurant, di pasar, di bandara, di mall, di pinggir jalan atau bahkan dijual keliling dengan cara dipikul oleh para pedagang dengan berjalan kaki yang bisa dinikmati dari pukul 09.00 – 22.00 WIB setiap harinya.

Namun, beberapa outlet besar pempek Palembang dapat juga dicari secara informatif di dalam dunia maya dengan bantuan *smartphone* seperti pada aplikasi shoope id, bukalapak atau sosial media facebook dan instgram yang bertujuan membantu para khalayak dimanapun mereka berada untuk dapat menikmati makanan khas bumi sriwijaya tersebut dengan sangat mudah disela-sela kesibukannya.

Beralihnya bisnis kuliner pempek dari penjualan konvensional ke online tentu saja merupakan hasil dari implementasi media digital yang sudah mewarnai kehidupan masyarakat Indonesia.

Para penjual pempek Palembang mengatakan bahwa bisnis yang dijalankan menjadi sektor unggulan yang dapat memberikan kesejahteraan pada masyarakat lokal, tidak hanya para penjualnya termasuk para pedagang ikan yang menjadi salah satu bagian penting dari pencari bahan baku makanan tersebut.

Tidak hanya makanan pempek, jenis kuliner lainnya di kota Palembang memiliki

juga keunikan, sehingga seringkali dijadikan pilihan sebagai buah tangan oleh para wisatawan yang datang.

Seiring perkembangan zaman, media terus-menerus mempengaruhi aspek penjualan

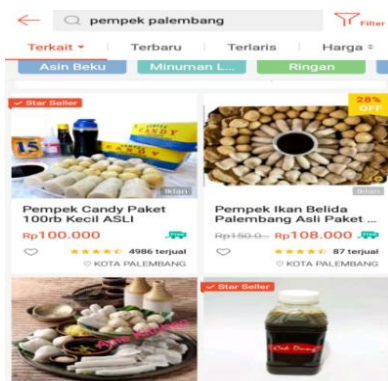
pempek. Maraknya industri 4.0 di tengah-tengah masyarakat Indonesia mampu memberikan inovasi yang semakin efektif, seperti kehadiran online shop, *food enthusiast*, selebgram, blogger, maupun youtuber.



Gambar 1. Aneka Pempek Palembang
Sumber: Instagram @plgfoodies, diakses pada 8 Juli 2019

Saat ini berdasarkan data yang didapatkan di media online, penjual pempek Palembang tidak hanya berasal dari kota “sungai” itu saja, melainkan setiap daerah bahkan kota yang ada di Indonesia sudah menekuni bisnis kreatif tersebut dengan kombinasi dan varian rasa.

Para wisatawan yang datang ke kota Palembang pun menyatakan bahwa keberadaan internet saat ini sangat memberikan sumbangsi yang besar, karena dapat menjadi solusi atas informasi kuliner pempek yang mereka cari (*hasil penelitian, tahun 2019*).



Gambar 2. Aneka Pempek Palembang
Sumber: Shoope id, diakses pada 8 Juli 2019

Kekuatan teknologi menunjukkan potensi pempek sebagai kuliner yang paling populer, sehingga mendorong kesadaran khalayak dalam membentuk ikon daerah yang semakin baik lagi dengan kegiatan kepariwisataan dengan kata kunci “*pempek*

Palembang” melalui *share* dan *search* oleh para pelaku digital sebagai bagian dari strategi bisnis pendukung di bidang visual karena, dianggap sebagai media pendukung utama yang sudah banyak digunakan oleh semua kalangan masyarakat sekarang ini.



Gambar 3. Aneka Pempek Palembang
Sumber: Facebook, diakses pada 8 Juli 2019

Viralnya selebgram lokal di Instagram, membantu upaya promosi pempek yang dapat menjadi komoditas: baik untuk pelaku medianya maupun pelaku bisnis dari produk tersebut. Hal ini juga didukung oleh *review* dan keaktifan kolom komentar yang menambah keyakinan para warganet di dalam dunia maya.

Keterbatasan ruang dan issue sosial bagi para penikmat kuliner pempek dimanapun mereka berada menjadi bagian dari dinamika eksistensi makanan tersebut yang dapat menurunkan omset penjualan bahkan ketenaran Kota Palembang itu sendiri. Kestabilan ekonomi di negeri ini sangat mempengaruhi perkembangan produk pempek

yang dapat dicari secara langsung maupun melalui media online (*hasil penelitian, tahun 2019*).

Analisis SWOT terhadap Potensi Wisata Kuliner Pempek di Era Digital dalam Membangun Ikon Kota Palembang

Kehadiran media digital dapat memudahkan para penikmat kuliner online dimanapun mereka berada secara lebih efektif dan efisien. Pempek Palembang merupakan bagian dari makanan tradisional yang sudah banyak ditemui, hampir di setiap kota besar bahkan daerah pelosok yang ada di Indonesia, namun keadaan ini tetap menunjukkan bahwa makanan pempek adalah identik dengan

Palembang, sekalipun yang menikmatinya berada di luar kota bahkan di luar negeri.

Kemunculnya tokoh-tokoh digital saat ini menjadi agen yang produktif dan membawa pengaruh di dalam aktivitas wisata kuliner yang terus meningkat berdasarkan kebutuhan banyak orang.

Animo khalayak terhadap wisata kuliner pempek di kota Palembang menjanjikan potensi besar kepada masyarakat lokal dengan prospek yang sangat baik. Hal ini berdasarkan analisis SWOT dengan masing-masing indikatornya yang dapat di korelasikan antara satu dengan yang lain terutama dengan *massive*-nya arus informasi di era digital saat ini.

Pada industri 4.0, media meleburkan berbagai jenis informasi sehingga memudahkan masyarakat untuk mengakses segala sesuatu berdasarkan apa yang mereka butuhkan. Keunikan wisata kuliner pempek yang dipadupadankan dengan kuah cuka yang dipasarkan pada setiap sudut kota Palembang tersebut, menjadi magnet dalam kegiatan promosi wisata dengan hadirnya beberapa kawasan khusus wisata kuliner dengan keotentikannya masing-masing.

Sama halnya dengan daerah lain, makanan tradisional pempek di kota Palembang hadir dengan keberagamannya sebagai sajian hidangan sehari-hari yang tak luput dari kebutuhan pangan khalayak. Produk kuliner pempek dapat membawa pengaruh besar terhadap perkembangan fisik kota Palembang dari waktu ke waktu.

Hal tersebut tentu saja berkorelasi keunggulan produk makanan tersebut dengan indikator kekuatan (*strength*) berdasarkan analisis SWOT. Adapun kekuatan yang dimiliki produk pempek dalam kegiatan wisata kuliner, yaitu: (a)Memberikan kualitas rasa yang lezat sehingga tidak dapat diragukan lagi di lidah penikmatnya, (b)Adanya pelayanan terbaik terhadap pelanggan yang menjadi standar penjualan produk pempek, (c)Pilihan harga standar yang ditawarkan, (d)Outlet penjualan pempek dapat ditemukan dengan mudah.

Namun ditengah tantangan global saat ini, sudah banyak budaya asing yang melekat di masyarakat Indonesia. Pengaruh budaya asing tersebut membawa perubahan pada selera makanan, yang perlahan beralih dari makanan tradisional menuju kepada kuliner asing yang cenderung dikenal sebagai makanan cepat saji.

Kuliner asing menjadi sangat populer dan dianggap lebih bergensi karena, dapat ditemukan hampir disetiap pusat perbelanjaan dan dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat. Akan tetapi fenomena tersebut, tentu saja memiliki pengaruh negatif yang beresiko pada kesehatan seseorang.

Keadaan tersebut harus tetap diseimbangi dengan cara pelestarian kuliner tradisional, khususnya pempek sebagai makanan bergizi yang dapat ditemui di kota Palembang sebagai pusat dari daerah yang memproduksinya.

Fenomena munculnya budaya asing di negeri ini menjadi salah satu permasalahan yang cukup kompleks dalam menghadapi berbagai macam kelemahan lainnya (*Weakness*) yang dilihat dari perspektif analisis SWOT. Ada beberapa jenis kelemahan makanan pempek yang perlu mendapatkan perhatian khusus dalam menjaga eksistensi dan kepopuleran produk kuliner itu sendiri, seperti: (a) Terbuat dari bahan baku yang tidak dapat disimpan dengan jangka waktu yang lama, sehingga membutuhkan tempat penyimpanan khusus seperti *freezer*, (b) Resiko kenaikan harga bahan baku yang dapat menyebabkan berkurangnya kualitas pempek.

Sensasi kuliner pempek Palembang yang dapat dinikmati dengan berbagai macam tirisan penyajian, baik goreng ataupun rebus, memberikan kemudahan untuk para pecinta pempek dimanapun mereka berada dalam meminimalisir tingkat kekhawatiran karena terbatas oleh jarak dan waktu.

Meningkatnya interaksi khalayak di dalam dunia maya, dapat memberikan kredibilitas produk pempek Palembang dalam mendongkrak omset penjualan yang mampu memperluas jaringan bisnis berdasarkan platform internet yang ada pada saat ini.

Pemanfaatan elemen audio visual melalui *online shop* ataupun aplikasi pendukung lainnya di *gadget* secara kreatif mendatangkan peluang besar sebagai pondasi dalam mengembangkan ikon wisata yang diproduksi oleh bangsa sendiri.

Dengan tetap menjaga citarasa yang khas, kuliner pempek Palembang dari waktu ke waktu dapat bersaing dengan segala jenis kuliner lainnya. Tampilan dan inovasi terbaru, terus diciptakan sebagai peluang (*opportunity*) dari produk wisata lokal ditengah maraknya kuliner modern. yang semakin meramba ke dunia *franchise*.

Revolusi industri 4.0 hadir sebagai keterampilan dalam mengasah kemampuan pada proses pertumbuhan di berbagai aspek kehidupan. Wisata kuliner makanan maupun minuman khas daerah di kota Palembang terus gencar menjadi pilihan alternatif kebutuhan para wisatawan yang didukung oleh akses, sarana dan prasarana kota yang sangat memadai.

Keidentikan pempek dengan kota Palembang sudah menjadi histori yang terukir sejak dulu kala dan terus menerus ditingkatkan menuju citra kota wisata. Potensi pasar yang menjanjikan, tentu saja mengakibatkan munculnya berbagai macam Ancaman (*Threat*) dari para kompetitor dan produk makanan lainnya, sehingga dalam mempertahankan ikon daerah diperlukan peran masyarakat dan sosialisasi pemerintah daerah terhadap industri kreatif tersebut.

Keunikan dan keanekaragaman makanan dan minuman yang hadir di tengah-tengah masyarakat Indonesia khususnya dengan bantuan media digital, membuat keberadaan pempek menjadi suatu hal yang dapat tergeserkan karena semakin familiarnya produk-produk kuliner baru yang bervariasi.

Strategi kekuatan kuliner pempek secara konsisten membantu mengoptimalkan peluang-peluang yang ada (S-O) dengan tetap mempertahankan kualitas terbaik dari produk itu sendiri. Sehingga, kelemahan ataupun ancaman yang muncul dalam kegiatan wisata kuliner di kota Palembang dapat dikendalikan dengan bantuan media digital sebagai central dalam kegiatan promosi kreatif yang terfokus menonjolkan identitas daerah asalnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan wisata kuliner menjadi daya tarik tersendiri bagi para pelaku wisata. Peluang besar yang dimiliki kota Palembang dalam memproduksi dan memasarkan kuliner pempek sebagai makanan tradisional unggulan mampu menembus pasar lokal maupun global khususnya dengan bantuan media digital di era industri 4.0 dengan segala tantangannya, sehingga hal tersebut dapat mempertahankan potensi wisata daerah dan peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal melalui kuliner pempek sebagai ikon di kota Palembang.

Peran pemerintah daerah menjadi salah satu aspek penting yang mengatur strategi pemasaran produk makanan unggulan di bumi sriwijaya. Kualitas rasa pempek yang terus ditingkatkan oleh para penjual menjadi keunggulan (*strength*) makanan tersebut agar tidak tergeserkan oleh kehadiran budaya asing di negeri ini. Terlepas dari gejolak ekonomi, pempek perlu mendapat perhatian khusus karena secara teknis menjadi

kelemahan (*weakness*) produk makanan itu sendiri.

Pesatnya arus informasi dan digitalisasi saat ini, membawa inovasi dalam meningkatkan penjualan pempek agar terciptanya peluang (*opportunity*) bisnis jangka panjang yang saling menguntungkan satu sama lain bagi masyarakat lokal dan daerah itu sendiri dengan berbagai macam inovasi pemasaran. Ancaman (*threat*) juga turut mewarnai wisata kuliner pempek sebagai ikon daerah, sehingga kekuatan media online pada industri 4.0 saat ini, terus digalakkan untuk mempertahankan eksistensi dan citra produk itu sendiri.

Dalam mengidentifikasi potensi wisata pempek di era digital saat ini, kebijakan pemerintah Indonesia di bidang ekonomi khususnya diharapkan dapat disesuaikan dengan penghasilan masyarakat karena berkaitan dengan bahan baku dari kuliner tersebut. Terciptanya kreativitas dan inovasi untuk tampilan maupun isi produk pempek dimasa yang akan datang menjadi sesuatu yang diharapkan juga ditengah-tengah implementasi industri 4.0.

DAFTAR PUSTAKA

Adam Nugraha Wiradhana H. (2012). *Analisis SWOT Sebagai Alat Formulasi Strategi Pemasaran*. Diakses dari [http://tulisan-adam.blogspot.com/2012/01/analisis - swot-sebagai-alat-formulasi.html](http://tulisan-adam.blogspot.com/2012/01/analisis-swt-swot-sebagai-alat-formulasi.html).

- Ferrel, O.C and D, Harline. (2005). *Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corporation.
- Kurniawan, Wawan. (2015). "Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Pariwisata Umbul Sidomukti Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang." *Skripsi Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang*.
- Moleong, Lexy, J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pendit, Nyoman D. (2003). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT. Pradnya Paramitha.
- Pitana, I Gede. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit ANDY.
- Rangkuti, Freddy. (2005). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT.Gramedia
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Winarno, Bondan. (2008). *Rumah Iklan: Upaya menjadikan Periklanan Indonesia Tuan Rumah di Negeri Sendiri*. Jakarta: Kompas.
- Yoeti, A. Oka. (1985). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.