

Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Kabupaten Jember

Achmad Yanu Alif Fianto¹, Rudi Santoso²

^{1), 2)} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dinamika

Koresponden Penulis: Email: achmadyanu@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the strategy for developing the potential of tourism places in Jember Regency, East Java. This study focuses on activities to analyze strategies that can be used by the Jember Regency Government so that it can focus on the main strategy, namely tourism development in Jember Regency, East Java. The survey subjects were all tourists and residents around tourism sites in Jember Regency who participated in the development of tourism sites in Jember Regency, and the survey sample was obtained from directly. Data collection uses previous research review techniques and theoretical concepts that underlie tourism strategies, surveys, and in-depth interviews. This study uses data analysis techniques in the form of qualitative descriptive analysis. The results and findings in this study show that tourism places in Jember Regency have the potential of a very worthy area to get more attention in terms of sustainable tourism development.

Keywords: *Tourist; Jember; Sustainable Tourism Development*

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melakukan analisa strategi pengembangan potensi tempat pariwisata di Kabupaten Jember, Jawa Timur. Penelitian ini menitik beratkan pada kegiatan untuk menganalisis strategi yang dapat digunakan oleh Pemerintah Kabupaten Jember sehingga dapat fokus pada strategi utama yaitu pengembangan pariwisata di Kabupaten Jember, Jawa Timur. Subjek survei adalah seluruh wisatawan serta warga sekitar tempat Pariwisata di Kabupaten Jember yang mengikuti kegiatan pembangunan tempat pariwisata di Kabupaten Jember, dan sampel survei diperoleh dari secara langsung. Pengumpulan data menggunakan teknik kajian penelitian terdahulu dan konsep teori yang mendasari strategi pariwisata, survey, serta wawancara mendalam. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dalam bentuk analisa deskriptif kualitatif. Hasil dan temuan dalam penelitian ini memperlihatkan jika tempat pariwisata di Kabupaten Jember memiliki potensi wilayah yang sangat layak untuk mendapatkan perhatian lebih dalam hal pengembangan pariwisata secara berkelanjutan.

Kata Kunci : *Pariwisata; Jember; Sustainable Tourism Development*

PENDAHULUAN

Wilayah Republik Indonesia terbentuk dari daerah pulau-pulau dan memiliki potensi wilayah yang sangat unggul. Letak negara Indonesia yang di daerah khatulistiwa menjadikan wilayah Republik Indonesia menjadi wilayah yang memiliki keindahan dan kekayaan alam serta berpotensi dalam pengembangan tempat pariwisata. Kekayaan Indonesia yang beragam mampu menciptakan daya tarik dalam pariwisata baik secara nasional ataupun dalam skala global. Dengan keindahan alam yang dipandang sangat indah dan warisan budaya yang beraneka ragam membuat Indonesia memiliki keunggulan kompetitif ataupun komparatif dalam bidang pariwisata dibanding dengan negara lain. Setiap tahun, Indonesia mengalami kenaikan angka kunjungan wisatawan asing dan domestik.

Berbagai potensi kekayaan alam yang dimiliki Indonesia tersebut, pada akhirnya pemerintah mendorong adanya pengembangan daerah pariwisata di Indonesia. Pemerintah berusaha untuk mengupayakan pengembangan sektor ini dalam pembangunan sarana dan prasarana pariwisata yang sudah ada serta pengembangan obyek wisata baru. Pengembangan potensi wisata pada setiap daerah harus ditingkatkan agar mampu menarik lebih banyak kunjungan wisatawan. Pariwisata dalam hal ini bisa juga menjadi sumber penghasilan untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Selain itu, industri pariwisata memberikan kontribusi khusus untuk segmen lain melalui upaya untuk pembangunan atau pemeliharaan jalan, pelabuhan, terminal pesawat, program pembersihan, yang semuanya dapat

memberikan manfaat baik bagi masyarakat sekitar maupun wisatawan (Rudi Santoso et al., 2019). Pariwisata merangsang dan mendorong pelaksanaan proyek-proyek infrastruktur di berbagai negara. Dengan hal inilah yang mendorong pemerintah untuk meningkatkan strategi dalam mengembangkan potensi pariwisata yang salah satunya terdapat di kabupaten Jember, Jawa Timur (Rudi; Santoso & Fianto, 2019).

Kabupaten Jember terletak di Jawa Timur yang berdampingan dengan wilayah kabupaten lainnya seperti Banyuwangi, Bondowoso, hingga Lumajang. Dalam wilayah Kabupaten Jember terdapat beberapa tempat wisata yang dapat dikunjungi oleh wisatawan mulai daerah pesisir pantai hingga kafe. Tempat pariwisata tersebut antara lain Pantai Papuma, Watu Ulo, Payangan hingga Kafe Gunitir. Di Kabupaten Jember sendiri terdapat beberapa penginapan yang dapat digunakan para wisatawan untuk tempat peristirahatan.

Penelitian ini dilaksanakan dalam upaya untuk melakukan analisa strategi untuk mengembangkan potensi tempat pariwisata yang berada di Kabupaten Jember, Jawa Timur. Meskipun banyak penelitian yang membahas tentang strategi pengembangan pariwisata, namun penelitian ini menitik beratkan pada upaya untuk menganalisis strategi yang tepat yang dapat digunakan oleh Pemerintah Kabupaten Jember sehingga dapat fokus pada strategi utama yaitu pengembangan pariwisata di Kabupaten Jember, Jawa Timur.

Tinjauan Tentang Pariwisata

Pariwisata merupakan sebuah kegiatan yang ditunjang oleh beberapa sarana dan prasarana yang difasilitasi oleh pengelola maupun pemerintah daerah. Penelitian (Johana et al., 2020) mendefinisikan, pariwisata dapat berupa kunjungan dari destinasi satu ke destinasi berikutnya walaupun itu perjalanan individu atau perjalanan kelompok, mencari keseimbangan atau harmoni dengan lingkungan dan kebahagiaan dari perspektif masyarakat, budaya, alam, dan ilmu pengetahuan. Sementara itu (Setyowardhani et al., 2019) mengungkapkan bahwa desa wisata dapat dilakukan melalui empat kategori yang meliputi ruang, industri/komersial, akademik dan sosial budaya.

Kajian (Paco & Martinho, 2017) menggarisbawahi bahwa pariwisata adalah suatu sistem besar yang mencakup rangkaian kegiatan yang kompleks yang terdiri dari berbagai komponen seperti ekonomi, politik, sosial, budaya, ekologi dan lain-lain. Hal yang sedikit berbeda dingkapkan oleh (Lahap et al., 2016) bahwa analisis pariwisata tidak dapat dipisahkan dari sistem lain seperti politik, ekonomi, sosial dan budaya ketika pariwisata dipandang sebagai suatu sistem. Hal ini dikarenakan sistem-sistem tersebut memiliki hubungan yang saling bergantung, saling mempengaruhi dan saling terkait. Keadaan ini menunjukkan bahwa jika terjadi perubahan pada salah satu sistem maka akan menyebabkan perubahan pada sistem yang lain hingga tercipta suatu harmoni yang baru (Harper, 2020).

Berdasarkan pendapat tersebut dapat dipahami bahwa pengembangan pariwisata perlu melibatkan ketiga komponen tersebut. Pembangunan daerah berbasis pengembangan pariwisata tidak bisa hanya mengandalkan usaha dari perusahaan swasta. Tanpa dukungan pemerintah dan masyarakat, kegiatan usaha pariwisata perusahaan swasta tidak dapat berjalan dengan baik. Demikian pula pemekaran dan pengembangan pariwisata yang hanya dilakukan oleh pemerintah tanpa melibatkan komponen masyarakat dan perusahaan swasta juga gagal mencapai kinerja yang baik.

Sementara itu, (Hadi Nata et al., 2020) memberikan pandangan bahwa pariwisata sebagai suatu sistem menjelaskan bahwa banyak pihak yang harus dilibatkan karena dapat berperan dalam menggerakkan sistem pariwisata dan mengembangkan perekonomian daerah. Pihak-pihak yang terdiri dari individu atau kelompok ini disebut juga sebagai penggerak pariwisata di berbagai sektor yang terkait dengan sektor pariwisata. Secara umum, penggerak pariwisata dibagi menjadi tiga komponen utama yaitu pemerintah, swasta dan masyarakat.

Komponen masyarakat meliputi masyarakat umum yang tinggal di daerah tujuan atau lokasi wisata menurut (Arifin & ., 2018), sebagai pemilik sah dari berbagai sumber daya yang menjadi modal pariwisata, seperti budaya dan kearifan lokal. Komponen ini juga mencakup tokoh masyarakat setempat, intelektual, lembaga swadaya masyarakat, media massa dan aspek masyarakat lainnya. Komponen selanjutnya adalah unsur perusahaan

swasta, yaitu asosiasi usaha pariwisata dan para pelaku usaha yang secara langsung maupun tidak langsung berkaitan dengan pariwisata. Kemudian komponen terakhir adalah pemerintah yang memiliki kewenangan dalam berbagai domain administrasi mulai dari tingkat lokal, kabupaten, kota, provinsi, negara bagian atau pusat.

Pemerintah tanpa dukungan komponen lain tentu dapat mengalami kesulitan dalam meningkatkan investasi dan permodalan dalam pengembangan pariwisata di daerah-daerah tertentu (WIJAYA et al., 2020). Namun di sisi lain, pelibatan komponen masyarakat dalam pengembangan kegiatan pariwisata seringkali tidak mendapat perhatian yang serius sehingga masyarakat khususnya yang berdomisili di daerah tujuan wisata tidak mendapatkan manfaat dari kegiatan usaha pariwisata di lokasinya. Kalaupun ada keterlibatan dari masyarakat, hanya bersifat pelengkap dan bukan pemain utama sehingga tidak berdampak signifikan terhadap peningkatan perekonomian daerah dan kesejahteraan masyarakat setempat (Rudi Santoso, 2020).

Pendekatan Pengembangan Pariwisata

Pembangunan pariwisata dan infrastruktur meliputi transportasi, akomodasi, objek wisata, tempat atau pertokoan, dan sarana belajar. Aspek-aspek pengembangan pariwisata tersebut dapat menitik beratkan pada pengembangan sarana dan infrastruktur pariwisata yang harus tersedia sebelum mempromosikan suatu destinasi pariwisata. Infrastruktur merupakan segala bentuk fasilitas untuk memfasilitasi mode

ekonomi atau mode pariwisata dengan cara tersebut. Dalam rangka pembangunan pariwisata di daerah, pejabat daerah dapat mengupayakan untuk mengembangkan pariwisata sekaligus infrastruktur yang mendukung kinerja pariwisata (Siagian & Cahyono, 2021).

Dalam berbagai situasi, banyak masyarakat lokal yang tinggal di kawasan wisata tertentu hanya menjadi penonton dalam kegiatan pariwisata tanpa menerima manfaat ekonomi yang nyata (Yanu et al., 2021). Komunitas-komunitas ini juga mengalami berbagai dampak negatif dari pariwisata seperti kerusakan lingkungan, dan kesenjangan sosial dan ekonomi. Situasi ini memunculkan opini tentang urgensi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (Wit & Pylak, 2020). Pembahasan dalam berbagai kajian tentang pengembangan masyarakat menjadi topik penting yang berkembang dalam kajian pembangunan ekonomi. Berbagai teori telah disampaikan oleh para ahli dan peneliti untuk mendeskripsikan dan memahami perkembangan komunitas ini mulai dari definisi, perkembangan, konsep, hingga model skema community development.

Penelitian ini mengacu pada teori Durkheim yang menggambarkan fakta sosial sebagai cara bertindak, berpikir, dan mampu memanfaatkan paksaan eksternal pada individu. Tujuan Durkheim adalah untuk menentukan bagaimana mempengaruhi perilaku sosial seseorang. Esensi teori Durkheim dalam penelitian (Kvon et al., 2018) berkenaan dengan perilaku manusia yang tidak dapat dipahami dari sudut pandang individu semata, kita harus mempelajari kekuatan-

kekuatan sosial yang mempengaruhi kehidupan manusia. Hal ini tentunya relevan dengan prinsip community development dalam kegiatan wisata bahari yang menekankan pada pemanfaatan kekuatan masyarakat sebagai dasar kontribusi penuh masyarakat terhadap kegiatan pengelolaan wisata.

Pembangunan masyarakat dapat lebih ditekankan pada pembangunan kesejahteraan melalui peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat setempat, pembangunan fisik dan prasarana dan sarana, peningkatan kualitas pelayanan kesehatan dan perbaikan kondisi sosial (Waller et al., 2019; Wu & Tsai, 2016). Dengan demikian, sektor pariwisata harus dimasukkan dalam fokus kajian pengembangan masyarakat dengan pemahaman bahwa sektor pariwisata merupakan suatu sistem yang mencakup berbagai subsistem seperti subsistem ekonomi. Pandangan tentang pengembangan masyarakat, dengan empat perspektif tentang pengembangan masyarakat.

Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity and Threat*) merupakan proses mengidentifikasi faktor-faktor strategi industri yang dengan jelas menggambarkan peluang maupun ancaman serta keunggulan dari perusahaan yang bisa ditonjolkan berdasarkan analisa kelebihan serta kekurangan. Analisis SWOT juga dapat dipandang sebagai analisis strategi yang direncanakan. Pendapat lain (Rudi Santoso & Mujayana, 2021) juga menyebutkan bahwa analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi berbagai faktor dalam mengembangkan

strategi secara sistematis yang memaksimalkan peluang serta meminimalkan kesenjangan dan ancaman.

METODE PENELITIAN

Pelaksanaan penelitian ini dimulai dengan mengidentifikasi elemen-elemen strategis untuk pengembangan tempat pariwisata di Kabupaten Jember. Tahap tersebut dilanjutkan dengan menganalisis profil dan menganalisis akses kontrol masyarakat sekitar terhadap potensi yang dilakukan masyarakat setempat. Observasi dalam penelitian ini dilaksanakan melalui proses penelitian deskriptif kualitatif. Metode analisis dilakukan dengan cara meneliti kondisi subjek penelitian secara deskriptif, yaitu melalui penjelasan, pemahaman atau penjelasan kondisi lokasi yang diamati. Proses pengumpulan data dilangsungkan melalui sistem pengumpulan data observasi dan wawancara melalui koresponden terpilih sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Proses pengumpulan data didasarkan pada berbagai kajian penelitian terdahulu yang relevan untuk menjelaskan indikator strategi pengembangan tempat pariwisata di kabupaten Jember, Jawa Timur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam membuat suatu teknik untuk mengembangkan potensi pengembangan tempat pariwisata di Kabupaten Jember, Jawa Timur maka perlu ditetapkan metodologi pengembangan strategi pariwisata. Berdasarkan pertimbangan terdiri dari elemen internal serta elemen eksternal. Elemen internal mencakup kekuatan yang dimiliki serta kelemahan yang ada. Sedangkan faktor eksternal dapat mencakup peluang serta ancaman. Dengan demikian, dari analisis SWOT

dapat ditemukan suatu karakteristik potensi pengembangan tempat pariwisata pengembangan untuk mewujudkan di Kabupaten Jember, Jawa Timur.

Tabel 1 Analisis SWOT Strategi Pengembangan Tempat Pariwisata Di Kabupaten Jember, Jawa Timur

Faktor Eksternal/ Faktor Internal	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
	1. Terdapat 65 tempat pariwisata di Kabupaten Jember yang menawarkan berbagai macam atraksi wisata. 2. Transportasi ke tujuan wisata sangat nyaman. Wisatawan bisa memilih angkutan umum dan angkutan pribadi sehingga aksesibilitas terjangkau. 3. Tiket masuk bagi wisatawan dengan harga yang cukup terjangkau sehingga bisa menjaga daya beli wisatawan.	1. Ada tempat pariwisata yang belum termasuk dalam daftar pengelolaan BUMDes. 2. Sarana serta prasarana pariwisata lebih terkonsentrasi pada pusat kota.
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Strategi S&O	Strategi W&O
1. Penggunaan media sosial dan internet guna sarana promosi. 2. Kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat memposisikan pariwisata sebagai sarana pemenuhan kebutuhan tersebut. 3. Letak Kabupaten Jember yang sangat strategis karena dekat dengan landasan udara, stasiun, dan terminal.	1. Merekrut tenaga ahli dalam mempromosikan wisata di Kabupaten Jember melalui media sosial dan website. 2. Menawarkan paket liburan dengan memanfaatkan transportasi secara gratis serta paket tiket pariwisata.	1. Menambah banyaknya tempat pariwisata dengan konsep yang baru. 2. Mengembangkan sarana dan ifrastruktur pendukung.
Ancaman(<i>Threat</i>)	Strategi S&T	Strategi W&T
1. Bencana yang ditimbulkan dari alam dapat merusak obyek pariwisata. 2. Kurangnya pelaku budaya. 3. Daerah lain yang memperbaiki tempat pariwisata guna menarik minat wisatawan.	1. Mengembangkan tempat pariwisata di Kabupaten Jember yang berlandaskan kesenian daerah. 2. Melakukan kerjasama dengan sektor lainnya.	1. Mengedukasi serta memberi wawasan atau papan penyelamatan saat terjadi bencana alam. 2. Penguatan dalam membimbing warga sekitar tempat pariwisata.

Sumber: Data Olah Hasil Analisis

Bentuk Uraian Peningkatan Pariwisata Yang Berada Di Kabupaten Jember Berdasarkan pengujian SWOT pada Tabel 1, dapat disusun suatu metodologi kemajuan pariwisata di Kabupaten Jember. Adapun model strategi yang dapat diuraikan dari pengembangan strategi pada Tabel 1 yaitu:

- a. Strategi S&O, merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan yang ada guna mencapai peluang yang dimiliki pada faktor lingkungan luar. Pendekatan yang digunakan dengan menerapkan Strategi S-O untuk

pengembangan tempat pariwisata di Kabupaten Jember yaitu dengan merekrut tenaga ahli dalam mempromosikan wisata di Kabupaten Jember melalui media sosial dan website, Memberikan paket liburan dengan memanfaatkan transportasi secara gratis serta paket tiket pariwisata.

- b. Strategi S & T, pendekatan ini merupakan strategi yang digunakan untuk menjadikan kekuatan dalam menghadapi ancaman yang ada. Strategi yang digunakan dengan

menerapkan Strategi S-T untuk pengembangan tempat pariwisata di Kabupaten Jember adalah menumbuhkan tempat pariwisata di Kabupaten Jember yang berlandaskan kesenian daerah, melakukan kerjasama dengan sektor lainnya.

- c. Strategi W&O, pendekatan ini digunakan dalam meminimalisir kelemahan yang ada dengan menggunakan peluang yang dimiliki. Metode yang diterapkan dengan menerapkan Strategi W-O untuk pengembangan tempat pariwisata di Kabupaten Jember adalah menambah banyaknya tempat pariwisata dengan konsep yang baru, mengembangkan sarana dan infrastruktur pendukung.
- d. Strategi W&T, pendekatan ini digunakan untuk meminimalisir kelemahan dengan menghindari ancaman. Strategi yang digunakan dengan menerapkan Strategi W-T untuk pengembangan tempat pariwisata di Kabupaten Jember adalah mengedukasi serta memberi wawasan atau papan penyelamatan saat terjadi bencana alam, penguatan dalam membimbing warga sekitar tempat pariwisata.

KESIMPULAN

Strategi pengembangan tempat pariwisata di Kabupaten Jember dimulai dari membina masyarakat sekitar destinasi wisata dengan membentuk BUMDes yang mengelola destinasi wisata tersebut sebagai tema dan objek wisata. Selanjutnya, untuk meningkatkan kualitas produk pariwisata seperti oleh-oleh sebagai ciri khas daerah yang diproduksi oleh masyarakat sekitar pariwisata melalui program swadana. Selanjutnya, menyelenggarakan kegiatan pariwisata yang terintegrasi dengan sektor lain seperti

transportasi, UKM, perdagangan dan jasa, serta kesehatan.

Penelitian ini mempunyai keterbatasan pada skop atau cakupan wilayah penelitian. Penelitian ini dapat dikembangkan menjadi penelitian lain dengan cakupan yang lebih luas yaitu wilayah Jawa Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M., & . A. (2018). Desa Penghasil Kopi Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Di Desa Damarwulan Kecamatan Keling Kabupaten Jepara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 3(1), 19–31.
<https://doi.org/10.26905/abdimas.v3i1.2247>
- Hadi Nata, J., Emma Suriani, N., & Riza Darmawan, M. (2020). TIJAB (The International Journal of Applied Business) Differences in Marketing Communication Activities at Sheraton Surabaya Hotel & Towers in the middle of COVID-19 Pandemic. *The International Journal of Applied Business*, 4(2), 125–138.
- Harper, G. (2020). Creative Industries Beyond COVID-19. *Creative Industries Journal*, 13(2), 93–94.
<https://doi.org/10.1080/17510694.2020.1795592>
- Johana, K., Setiadarma, D., & Wijaya, K. D. P. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran 10 Destinasi Pariwisata Prioritas “Bali Baru” Di Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Sistem Informasi*, 1(6), 631–648.
<https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Kvon, G. M., Vaks, V. B., Masalimova, A. R., Kryukova, N. I., Rod, Y. S.,
Page | 103

-
- Shagieva, R. V., & Khudzhatov, M. B. (2018). Risk in implementing new electronic management systems at universities. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 14(3), 891–902.
<https://doi.org/10.12973/ejmste/81060>
- Lahap, J., Ramli, N. S., Said, N. M., Radzi, S. M., & Zain, R. A. (2016). A Study of Brand Image towards Customer's Satisfaction in the Malaysian Hotel Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224, 149–157.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.430>
- Paco, A., & Martinho, M. (2017). Market segmentation: An application to the schist village tourism destinations. *Market-Trziste*, 29(2), 205–218.
<https://doi.org/10.22598/mt/2017.29.2.205>
- Santoso, Rudi;, & Fianto, A. Y. A. (2019). Composing Marketing Mix for Better Destination Brand In Jawa Timur, Indonesia. *Majalah Ekonomi*, 1411, 158–167.
<https://doi.org/https://doi.org/10.36456/majeko.vol24.no2.a2062>
- Santoso, Rudi. (2020). Review of Digital Marketing & Business Sustainability of E-Commerce During Pandemic Covid19 In Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 5(2), 36–48.
- Santoso, Rudi, & Mujayana, M. (2021). Penerapan Manajemen Risiko UMKM Madu di Kecamatan Badas Kabupaten Kediri di Tengah Pandemi COVID19. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 6(1), 74–85.
- <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/nusamba.v6i1.15643>
- Santoso, Rudi, Shinta, R., & Fianto, A. Y. A. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Bahari Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 1–14.
- Setyowardhani, H., Susanti, H., & Riyanto. (2019). Optimalisasi Media Sosial sebagai Alat Promosi untuk Desa Wisata Lebakmuncang. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 19–26.
<https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i2.2848>
- Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 206–217.
<https://doi.org/10.47233/jitekxis.v3i1.212>
- Waller, R. E., Lemoine, P. A., Mense, E. G., Garretson, C. J., & Richardson, M. D. (2019). Global Higher Education in a VUCA World: Concerns and Projections. *Journal of Education and Development*, 3(2), 73.
<https://doi.org/10.20849/jed.v3i2.613>
- WIJAYA, L. S., VANEL, Z., HUWAE, G. N., & KRISTIANTO, B. (2020). Socialization as Integrated Marketing Communication Strategy in Increasing Brand Awareness (Case study “Solo Destination” Application of Solo City Government). *Petra International Journal of Business Studies*, 3(1), 54–63.

- <https://doi.org/10.9744/ijbs.3.1.54-63>
- Wit, B., & Pylak, K. (2020). Implementation of triple bottom line to a business model canvas in reverse logistics. *Electronic Markets*, 30(4), 679–697. <https://doi.org/10.1007/s12525-020-00422-7>
- Wu, C. C., & Tsai, H. M. (2016). Capacity building for tourism development in a nested social-ecological system-case study of the South Penghu Archipelago Marine National Park, Taiwan. *Ocean and Coastal Management*, 123, 66–73. <https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2016.02.001>
- Yanu, A., Fianto, A., Erstiawan, M. S., Santoso, R., Dinamika, U., Dinamika, U., & Dinamika, U. (2021). *Strategi Pengembangan Wisata Paralayang Di Kota Batu*. 26(1), 71–78.