

MANEJERIAL SWADAYA MASYARAKAT PERKEBUNAN DALAM MENGELOLA EKO WISATA STUDI KASUS OBJEK WISATA BUKIT BELEUNDUNG SUKABUMI

Euis Balillah, Rafdi, Lisda Lestari
Akademi Pariwisata Citra Buana Indonesia
hedriafieuis@gmail.com
akpar@cbi.ac.id
lestarielisda@gmail.com

Abstract - *The problem in this research is managerial or plantation community empowerment strategies in managing tourism objects in their environment. The case used for research is Bukit Belendung ecotourism, a tourist attraction located in the Goalpara tea plantation, Sukabumi district, precisely PTP VIII. Tourism destinations that are included in ecotourism are a manifestation of the PTP VIII Program which not only manages tea plantation products, but also uses the land around tea plantations for Agro Tourism. From the results and discussion of the research, it shows that the pattern of empowerment of the Avdelling II community with limited potential for human resources, finance and land but is able to manage tourism objects with managerial principles as evidenced by Participatory planning, potential empowerment, conception and selling power strategies, start-up strategies, and visitor circulation. The implications include the addition of economic value, unproductive land use, the occurrence of mobility interactions with outside communities, comparison materials and pilot projects for other plantation communities. The research design applied is descriptive design, The method of take to data by observation and direct dialogue. Respondance on research are leader of avdelling II Goalpara and and the pioneers who initiated the establishment of the Beleundung hill tourist attraction. The effect of studying on this survey can be followed up to a discussion on a wider scope, both territorially and conceptually and theoretically. This can be a benefit or contribution both to a more accurate theoretical framework and of greater practical value.*

Keywords : *Management, Empowerment, Resource Potential, Beleundung Hill.*

Abstrak - Permasalahan dalam penelitian ini adalah Manajerial atau strategi pemberdayaan masyarakat perkebunan dalam mengelola objek wisata di lingkungannya. Kasus yang dijadikan penelitian adalah ekowisata Bukit Belendung, merupakan objek wisata yang berada di perkebunan teh Goalpara kabupaten Sukabumi tepatnya PTP VIII. Destinasi wisata yang termasuk dalam eko wisata merupakan manifestasi dari Program PTP VIII yang bukan hanya mengelola produk hasil perkebunan teh, tetapi juga pemanfaatan lahannya di sekitar perkebunan teh untuk Agro Wisata. Dari hasil dan pembahasan penelitian menunjukkan bahwa pola pemberdayaan masyarakat avdelling II dengan keterbatasan potensi SDM, financial dan lahan namun mampu mengelola objek wisata dengan kaidah – kaidah manajerial yang dibuktikan melalui Participatory planning, pemberdayaan potensi, konsepsi dan strategi daya jual , strategi star up, dan sirkulasi pengunjung. Implikasinya meliputi penambahan nilai ekonomi, pemanfaatan lahan yang tidak produktif, terjadinya mobilitas interaksi dengan masyarakat luar, bahan perbandingan dan pilot project bagi masyarakat perkebunan lainnya. Desain penelitian yang diterapkan adalah Desain Deskriptif ,teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Respondence dalam penelitian ini adalah kepala avdelling II Goalpara dan Pioner pencetus berdirinya objek wisata bukit Beleundung. Hasil pembahasan dari penelitian ini sekiranya bisa di tindaklanjuti ke pembahasan pada cakupan yang lebih luas, baik secara teritorial maupun konsepsi dan teoritisnya. Hal ini bisa menjadi manfaat atau sumbangsih baik untuk kerangka teoritis yang lebih akurat maupun nilai praktis yang lebih besar.

Kata Kunci : Manajerial, Empowerment, Potensi Sumberdaya, Bukit Beleundung.

I. PENDAHULUAN

Sektor yang paling mempunyai dampak besar bagi perekonomian, pembangunan, export, perdamaian dunia, kelestarian lingkungan serta sektor lapangan kerja yang menjanjikan adalah merupakan dampak dari sektor Pariwisata (UNWTO 2018,p3). Setidaknya ada tiga hal penting yang paling berdampak dari Sektor pariwisata yakni sektor Ekonomi terciptanya 1) direct Seperti Gros Domestic Product (GDP) merupakan hasil dari sektor pariwisata yang berhubungan langsung yakni dari hotel, travel biro, airlines, restoran serta kegiatan yang bertujuan untuk memfasilitasi akomodasi dan transportasi wisatawan. 2) Indirect (secara tidak langsung) dibagi menjadi tiga hal, yakni: a. Besarnya sirkulasi keuangan untuk modal yang ditanamkan di sektor Pariwisata berdampak signifikan, baik itu yang terkait langsung dengan destinasinya maupun terhadap keterkaitan lainnya yang tercakup pada konteks amenities b. Sektor keuangan pemerintah cukup besar dibutuhkan terhadap sektor pariwisata yang mencakup berbagai pelayanan dan manajerialnya c. Sektor pariwisata juga mempunyai andil yang besar mengkonsumsi barang dan jasa nasional sehingga berdampak kepada kemajuan perusahaan nasional.

3) Kontribusi lainnya dari sektor pariwisata punya peranan besar terhadap daya serap tenaga kerja (Lemma, 2014, p. 2).

Kontribusi sektor pariwisata terhadap daya serap tenaga kerja yang dibuktikan dengan bertambahnya lapangan kerja baru berdasarkan data ketanagakerjaan tahun 2018, adanya kenaikan daya serap tenaga kerja sebesar 10% dari total kenaikan jumlah daya serap secara nasional. Pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 2,9%.

Menurut perkiraan bahwa pada tahun 2029 kontribusi sektor pariwisata dalam

menyerap tenaga kerja sebesar 11,7% dari total sektor pekerjaan. Bila dilihat melalui komperatif data berdasarkan dari tahun 2019 ke 2029 adanya peningkatan sebesar 2,5% per tahun. Termasuk didalamnya sektor – sektor pekerjaan yang dihasilkan oleh sektor perhotelan, travelling; perjalanan wisata melalui jasa transportasi darat, udara dan laut.

Tidak kalah penting peranan sumberdaya manusia merupakan kunci penggerak pertumbuhan dalam sektor pariwisata, hal ini dapat dibuktikan dengan cepatnya pertumbuhan ekonomi melalui perluasan serta penyerapan tenaga kerja dalam bidang hospitality tourism.

Strategi merupakan suatu seni yang menggunakan kapabilitas dari sumberdaya organisasi melalui metode pendekatan secara keseluruhan serta mempunyai keterkaitan melalui gagasan yang akan dilaksanakan, penyusunan, dan penyelesaian sebuah aktivitas dalam rentang waktu. Pariwisata juga merupakan salahsatu sektor yang memerlukan suatu strategi dengan desain pengembangan kepariwisataan yang teratur serta tersusun menjadikan potensi atau bahan dasar yang dimiliki menjadi semakin berkembang. Strategi yang baik akan terwujud dengan adanya saling koordinasi antara semua tim . strategi juga merupakan desain awal dari target yang direncanakan, penyebaran sumberdaya serta adanya interaksi organisasi dengan pasar, pesaing serta faktor lingkungan(Jhon A Bryne).

Terwujudnya koordinasi tim yang baik serta solid, mengusung judul serta tema yang jelas, juga ditunjang kemampuan mengidentifikasi faktor penunjang yang sesuai merupakan cerminan dari strategi yang baik. Selain itu juga adanya efesiensi pendanaan menjadi salahsatu faktor penunjang pula.

Implementasi strategi dapat diwujudkan dalam sektor pemasaran pariwisata yakni terwujudnya sistem serta mampu berkoordinasi dari kebijakan yang diberikan oleh pemerintah maupun pihak swasta dalam ruang lingkup lokal, regional, nasional ataupun internasional agar wisatawan mendapatkan kepuasan memperoleh keuntungan yang wajar. Adanya beberapa faktor dalam pemasaran diantaranya banyaknya pesaing, teknologi yang selalu berkembang dan banyaknya edukasi tentang pemasaran mendorong untuk meningkatkan kreativitas di bidang marketing dalam memasarkan produknya Zikmund dkk (2009).

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan bagi Indonesia dalam mengelola pariwisata, salah satunya infrastruktur yang sangat menunjang yaitu tersedianya akomodasi, perluasan lahan, kebijakan pemerintah serta harus adanya konektivitas antar destinasi wisata satu dengan yang lainnya. Adanya kekhasan destinasi yang dimiliki oleh bukit Beleunding adalah udara yang sejuk serta hamparan kebun teh yang hijau merupakan daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang datang. Sistem manajerial yang melibatkan swadaya masyarakat merupakan strategi yang dilakukan oleh destinasi eko wisata bukit Beleunding Goalpara Sukabumi. Mempertgunakan potensi yang ada dalam pengembangan destinasi wisata khususnya potensi ekowisata bukit Beulending merupakan perjalanan yang cukup panjang bagi destinasi pariwisata Bukit Beleunding Goalpara Sukabumi.

2. METODE PENELITIAN

Instrumen penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif yakni suatu metode penelitian yang menjelaskan secara terperinci dan spesifik peristiwa alam dan sosial yang terjadi di masyarakat. (Punaji 2020). Metode ini juga menjelaskan bahwa

mempertgunakan proses analisis, menyajikan dan menginterpretasikan data dalam menjawab setiap permasalahan (Narbuko dan Ahmadi, 2015)

1. Desain Penelitian

Penelitian yang dipertgunakan adalah penelitian survey. Yakni merupakan suatu kegiatan penelitian yang mengumpulkan data pada saat tertentu dengan tiga tujuan penting yakni dengan mendeskripsikan keadaan secara alami pada saat itu, mengidentifikasi secara terukur keadaan srkarang untuk dibandingkan serta menentukan keterkaitan diantara kejadian yang terjadi secara spesifik. Subyek penelitian ini adalah Eko wisata Bukit Beleunding Goalpara kabupaten Sukabumi

2. Teknik Pengumpulan Data

Sebagai dasar pengumpulan data, teknik yang dipertgunakan adalah

a. Observasi

Dengan terjun langsung mengamati dengan disertai pencatatan data – data yang diperoleh dari sasaran yang dituju. Sasaran tersebut adalah kepala Avdelling II yang diwakili oleh bapak Asep serta Pioneer yang menjelaskan latar belakang serta struktur organisasi yang ada pada objek wisata bukit Beleunding Goalpara Sukabumi

b. Wawancara

Dalam proses pengumpulan data pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara terstruktur. Yakni menjawab pertanyaan dengan pola persiapannya dilakukan oleh pewawancara secara lengkap serta terperinci. Hal demikian ini dilakukan dengan mewawancarai secara langsung Pioneer dari objek wisata bukit Beleunding yang mempunyai kesamaan nama dengan Avdelling yaitu bapak asep. Beliau berperan memberi penjelasan mengenai struktur organisasi serta cikal bakal terbentuknya Eko wisata Bukit Beleunding Goalpara kabupaten Sukabumi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Keberadaan Eko Wisata Bukit Belendung Goalpara Sukabumi merupakan aktualisasi program PTP VIII yang bukan hanya mengelola produk hasil perkebunan teh, tetapi juga pemanfaatan lahannya di sekitar perkebunan teh untuk Agro Wisata. Potensi keindahan perkebunan salah satu asset yang menjadi daya dorong untuk itu. Secara implementasi bahwa sesungguhnya yang namanya perkebunan mengarah ke pada usaha produk hasil bumi namun atas kebijakan pusat PTP Perkebunan yang sudah sejak lama memunculkan ide kreatifitas bahwa sesungguhnya keindahan alam perkebunan berkelayakan sebagai objek wisata.

Pusat PTP VIII berada di Bandung namun pusat usaha Agro Wisatanya berada di Gunung Mas Puncak di Cianjur. Hal hal yang menarik terhadap konsep pengembangan Agro Wisata bahwa visi dan metode pengembangan berbasis empowerment stakeholder internal dan eksternal. Start up nya memberi kebebasan ke pada masing masing avdelling untuk menyusun pola participatory planning.

Hal ini dikarenakan participatory planning selain dibutuhkan partisipasi pemerintah juga dibutuhkan partisipasi masyarakat (Survey Primer, 2015). Dalam konteks participatory planning pada Avdelling II belum melibatkan pemerintah, masih murni swasta.

Avdelling adalah sub di bawah PTP IV yang membawahi lokasi perkebunan di wilayah tertentu berdasarkan ukuran hektare. Jadi bukan berpatok ke pada geografis. Geogtaxis hanyalah unsur penanda saja. Eko Wisata Bukit Belendung Goalpara berada di posisi Avdelling II.

Pola dan strategi empowerment mulai berdiri hingga beroperasinya Eko Wisata Bukit Belendung merupakan nilai nilai

unikum yang sekiranya mampu menjadi Case Study untuk dianalisis melalui komperatif. Nilai unikum ini bukan hanya untuk konsumsi akademis semata, tetapi yang lebih penting adalah bernilai praktis. Nilai praktis itu bisa menjadi pilot project bagi kecurian perkebunan yang sama bagi BUMN/BUMD maupun bagi masyarakat swasta, semisal bagi masyarakat pedesaan tertentu.

Langkah langkah empowerment masyarakat setempat berawal dari konsepsi participatory planning. Participatory planning dalam Arthur W Lewis (2005) *defined the development planning as a collection of policies and development programs aimed to stimulate people and the private sector to use more productive resources* mempunyai tujuan agar masyarakat serta pihak swasta setempat terangsang untuk mempergunakan sumberdaya yang lebih produktif.

Unsur unsur yang terlibat pada participatory planning masih murni lingkup kepegawaian Avdelling II . Secara konseptual dikategorikan sebagai stakeholder internal. Stakeholder internal merupakan pemangku kebijakan yang secara langsung terlibat pada aktivitas usaha secara langsung. Merupakan mereka yang dikategorikan sebagai pemilik, berbagai investor, tenaga kerja, yang memiliki implikasi terhadap usaha yang dijalankan (Jason Fernando, 2021). Selain itu Stakeholder internal juga merupakan public yang berada dalam ruang lingkup perusahaan. Keberadaan stakeholder internal dalam perusahaan kita relatif mudah dikendalikan, namun demikian pekerjaan untuk komunikasi intern diserahkan kepada bagian lain yaitu bagian kepegawaian ataupun rangkap langsung oleh eksekutif puncak. Adapun stakeholder eksternal merupakan pihak yang terkait secara tidak langsung dengan perusahaan. Pihak – pihak ini sangat besar

pengaruhnya terhadap maju mundurnya perusahaan seperti penyedia bahan baku, distributor, pengecer, konsultan perusahaan, pemerintah, dan lain – lain. Maju mundurnya sebuah perusahaan sangat tergantung kepada bagaimana pengaturan dan manajerial hubungan antara stakeholder internal dengan eksternal. Stakeholder internal harus mampu memanfaatkan dan menjaga hubungan baik dengan stakeholder eksternal, demikianpun sebaliknya.

Penelaahan tentang konsepsi Rempowerment merupakan pendayagunaan, pemanfaatan, memposisikan orang-orang yang berkepentingan terhadap pencapaian tujuan yang akan dicapai sesuai menurut porsi dan kompetensinya masing-masing. Dalam hal empowerment membutuhkan dengan apa yang disebut sebagai analisis potensi. Analisis potensi SDM merupakan penentu produk dan pelayanan dari hasil kerja. Adalah merupakan strategi dalam berkompetisi sehingga improvement SDM untuk meraih kualitas yang tinggi, penyesuaian dengan standar kerja dan kompetensi sehingga kemudian menghasilkan tenaga kerja yang kompetitif (Kusworo & Damanik, p109,2002). Menurut Sonny Sumarsono (2013) sumber daya manusia berkaitan dengan manusia yang bisa bekerja untuk memberikan jasa atau usaha kerja. Mampu bekerja bisa diartikan mampu melakukan segala kegiatan yang memiliki kegiatan ekonomi. Orang yang mampu melakukan kegiatan ekonomi adalah manusia yang masuk dalam kelompok penduduk dan tenaga kerja.

Teknik manajerial Eko Wisata Bukit Belendung mulai dari Acountable berbasis regulasi internal berupa haluan pengembangan Agro Wisata PTP VIII sampai pada beroperasi dan wujud operasional setelah beroperasi merupakan kerangka kompleksitas

menejerial secara sistem dan sistemik. Manejerial dapat diartikan sebagai wujud dan pola sebagai tindakan pengaturan SDM yang terencana, sistematis, dan terarah.

Analisis Metode empowerment Eko Wisata Bukit Belendung yang berwujud sistem dan sistemik secara integral bisa dirumuskan melalui metode dan rancangan di bawah ini. Tahapan tahapan ini mengalir dan mengalir dari hulu sampai ke hilir. Hilir yang merupakan ending berupa beroperasinya objek Wisata Bukit Belendung.

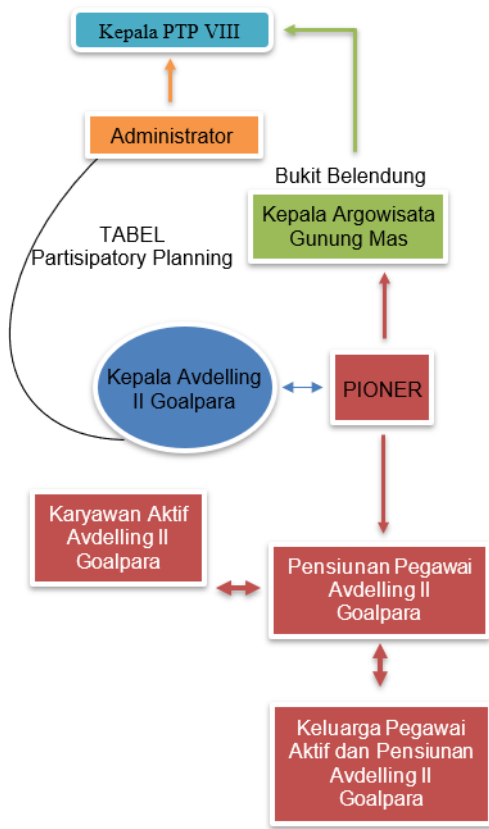
1. Tahap Partisipatory Planning

Hasil wawancara menunjukkan bahwa berdirinya Objek Wisata Bukit Belendung merupakan inisiatif internal keluarga besar Avdelling IV. Bersama Kepala Avdelling VIII sebagai pemeran kebijakan atas adanya ide seorang fasilitator sekaligus pioner.

Pioner tersebut adalah seorang yang berkemampuan human relations serta berpendidikan formal sarjana. Beliau selama ini berprofesi menjadi guru namun berhenti disebabkan adanya ide dan action untuk pengembangan eko wisata setempat.

Posisi Kepala Avdelling VIII dalam ini tidak terkait secara struktural tetapi lebih ke pada fungsional. Artinya ada pemisahan antara objek perkebunan untuk menghasilkan daun teh dengan objek perkebunan yang dimanfaatkan sebagai lahan Eko Wisata. Pertanggungjawaban kinerja kepala avdelling ke Administrator dan Administror bertanggung jawab ke Kepala PTP VIII. Sedangkan semua Eko Wisata yang di bawah PTP VIII bertanggung jawab langsung ke Agro Wisata PTP VIII yang berpusat di Gunung Mas Puncak Cianjur.

Tabel 1. Tahap Partisipatory Planning



Dari tabel di atas menunjukkan bahwa keseluruhan unsur partisipatory planning merupakan keluarga besar Avdelling VIII. Pada tabel posisi pioner digambarkan sebagai struktural, namun sesungguhnya lebih ke pada gambaran fungsinya sebagai pioner atau motor. Tabel ini sekaligus memberi petunjuk keterlibatan unsur SDM awal berdirinya Bukit Belendung.

2. Pemberdayaan Potensi

Berdasarkan potensi yang dimiliki secara swadaya yang masih sangat terbatas. Artinya kelemahan dan keterbatasan financial para pengurus sehingga kemudian pembukaan lahan Bukit Belendung merupakan kerja fisik bersama. Demikianpun berbagai fasilitas yang masih sangat sederhana lebih identik dengan memberdayakan potensi alam. Artinya berbagai fasilitas

alamiah yang mayoritas pakai bambu. Beberapa asset fasilitas adalah jembatan bambu dan segala macam artistiknya, saung /pondok sederhana, mck sederhana, merek icon sederhana, dan juga jajanan para pedagang makanan ringan yang rata rata dagangannya para pengurus.

3. Konsepsi dan Strategi Daya Jual

Konsepsi yang dikembangkan berupa sajian kesan artistik nan alami yang terfokus berbentuk semacam lingkaran dikelilingi jembatan bambu di atas pohon teh. Kemudian adapula rekayasa sarang burung dari bambu untuk tempat berfoto atau selfi. Bagian sebelah lainnya yang mengelilingi lingkaran berupa saung/pondok bambu yang berjejer untuk tempat istirahat pengunjung.

Konsepsi ini mengarah ke pada strategi bahwa bukit Belendung lebih memberi kesan Objek Wisata art of backround ketimbang objek wisata untuk stay untuk waktu relatif lama. Hal ini sangat menyolok pada saat para pengurus menyediakan SDM untuk tenaga memfoto via HP pengunjung.

4. Strategi Star Up

Makna Star Up Sesungguhnya sebagai sesuatu teknik melangkah pada langkah pertama untuk kajian kesan pada kunjungan berikutnya. Metode untuk ini digunakan dengan salah satunya tidak memungut biaya masuk serta walaupun menyewa saung maka harganya sangat murah hanya Rp.25.000 rupiah per hari. Pengunjung akan merasa terbekali dengan kesan kesan selfi di sebuah tempat yang indah dan hampir tidak ada biaya. Kesan kesan itu dimuat pada medsos pengunjung. Strategi Star Up yang ke dua adalah dengan cara mengkondisikan supaya kendaraan tidak masuk lokasi yang bertujuan supaya mengandung semacam short adventure dengan jarak sekitar satu kilometer. Identik sebagai olahraga wisata.

5. Sirkulasi Pengunjung

Walaupun mengandalkan Week End, namun pengunjung di luar week end juga cukup menjanjikan. Hal ini cukup menggembirakan untuk yang tergolong sebagai objek wisata baru. Apalagi lokasinya tidak begitu luas hanya sekita lebih kurang satu hektar. Rata rata pengunjung harian sekitar 50 orang , namun pada Sabtu minggu antara 200 sampai 300 orang.

6. Pertambahan pendapatan

Selaku nilai ekonomi bagi Avdelling II benar benar terasa secara langsung. Implikasi ini mengisyaratkan bahwa masih ada berbagai solusi peningkatan pendapatan yang bisa diwujudkan secara kolloboratif sungguhpun itu berada pada tempat terpencil.

7. Implikasi lain

Berupa terjadinya mobilitas interaksi baru antara masyarakat Avdelling II dengan masyarakat luar. Sudah lumrah selama ini bahwa masyarakat perkebunan teh sulit berkontak secara intensif dengan masyarakat luar. Namun dengan adanya Bukit Belendung masyarakat perkebunan teh menjadi hampir setiap hari kontak berkenalan dan bercemgkrama dengan pengunjung .Dapat dikatakan bahwa setiap hari bisa punya kenalan baru. Lebih jauh lagi bisa sebahagian di antaranya menjadi teman baru. Kemaknaan yang mengandung unikum pada penelitian ini merupakan fokus kajian utama. Adalah sekelompok masyarakat dari satu Avdelling yang dengan keterbatasan SDM dan Financial mampu menghidupkan lahan semak semak dan belukar di tengah kebun teh menjadi objek wisata. Kelemahan potensi SDM selaku masyarakat perkebunan bisa diamati secara empirik. Bahwa lokasi yang terisolir, kemampuan keuangan yang masih sangat terbatas, rata rata tingkat pendidikan yang masih belum berpendidikan tinggi, kontak

human relation dengan masyarakat luar sangat terbatas pula.Namun dengan hanya satu hektare lahan oleh mereka sebagai pengelola yang dari berbagai sisi minim potensi itu, telah mampu menciptakan semacam dunia baru di lingkungannya sendiri. Suatu perform wisata artistik, alami, dan kesan bersahabat dengan sesama dan bersahabat pula dengan alam.

4. KESIMPULAN

A. Pemberdayaan masyarakat perkebunan teh Avdelling II Goalpara untuk mengelola lahan di sekitarnya menjadi Lokasi Eko Wisata dengan nama Bukit Belendung merupakan analisis manejerial yang terstruktur sesuai kaedah kaedah manajemen pemberdayaan SDM. Sungguhpun mereka memiliki keterbatasan potensi SDM,financial, dan keterbatasan lahan. Kemaknaan ini lebih jelas terlihat hanya dengan memanfaatkan lahan yang sebelumnya semak belukar menjadi objek wisata artistik. Segala sesuatu tampilan fasilitasnya lebih ke pada suguhan pemanfaatan sumber daya alam tanpa teknologi. Kesan pengunjung tergiring ke pada suatu konsepsi bahwa objek wisata Bukit Belendung diposisikan sebagai short take a rest lalu di muat di medsos masing masing pribadi pengunjung.

B. Implikasinya merupakan nilai nilai atas beberapa hal yaitu memberdayakan lahan tidur, penambahan nilai ekonomi, mobilitas interaksi sosial antara masyarakat perkebunan teh dengan masyarakat luar. Implikasi praktis lainnya adalah bisa dicontoh pula oleh masyarakat perkebunan lain yang bukan hanya masyarakat perkebunan teh.

C. Implikasi Akademis berupa kajian teoritis berbasis komperatif tentang kausalitas kemanfaatan antara alam sekitar yang indah dengan masyarakatnya. Artinya bagaimana

menggabungkan antara ke dua hal itu secara integral menjadi rumusan konsep konsep sehingga bermanfaat sebagai inventarisasi kajian lebih lanjut. Konsepsi manejerial pemberdayaan masyarakat swadaya tanpa tergantung ke pada pemerintah namun bisa maju menjadi hawa baru dalam konsepsi empowerment.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, R. (2019, Februari 1). Meleset, Kunjungan Wisman ke Indonesia Hanya 15,8 Juta di Tahun 2018. Retrieved from sindonews: <https://ekbis.sindonews.com/read/1375357/34/meleset-kunjungan-wisman-ke-indonesia-hanya-158-juta-di-tahun-2018-1549007622>
- Bastian, Indra. 2007. Akuntansi Sektor Publik Suatu Pengantar. Jakarta : Erlangga
- Complianceprime.com. (2019). *Role of Stakeholders in Business Organization*. <https://www.complianceprime.com/blog/2019/10/17/role-of-stakeholders-in-business-organization/> [Daring] (Diakses 15 November 2021)
- Corporatefinanceinstitute.com. (2020). *Stakeholder*. <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/finance/stakeholder/> [Daring] (Diakses 15 November 2021)
- Elvinaro Ardianto, public relation: pendekatan praktis untuk menjadi komunikator, orator, presenter dan juru kampanye yang handal, (Bandung, Widya Padjajaran, 2008), 124
- Fajar, A. (2018, Januari 9). Kunjungan Turis Asing ke Indonesia Tahun 2017 Meleset dari Target. Retrieved from Tribunnews: [https://www.tribunnews.com/bisnis/2018/01/09/kunjungan-turis-asing-ke-indonesia-tahun-2017-meleset-](https://www.tribunnews.com/bisnis/2018/01/09/kunjungan-turis-asing-ke-indonesia-tahun-2017-meleset-dari-target)
- [https://www.tribunnews.com/bisnis/2018/01/09/kunjungan-turis-asing-ke-indonesia-tahun-2017-meleset-](https://www.tribunnews.com/bisnis/2018/01/09/kunjungan-turis-asing-ke-indonesia-tahun-2017-meleset-dari-target)
- dari-target
- Fernando, Jason. (2021). *Stakeholder*. <https://www.investopedia.com/terms/s/stakeholder.asp> [Daring] (Diakses 15 November 2021)
- Gulo, Metodologi Penelitian (Jakarta: Grasindo, cet.1, 2002), hlm.116
- Kusworo, H. A., & Damanik, J. (2002). Pengembangan SDM Pariwisata Daerah: Agenda Kebijakan untuk Pembuat Kebijakan . *Turnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, Vol. 6, No.1, Juli 2002, 105-119.
- Kemenpar RI. (2019, Agustus 19). Siaran Pers : Devisa Sektor Pariwisata Meningkatkan Mencapai 19,29 Miliar Dolar AS. Retrieved from Kementerian Pariwisata Republik Indonesia: <http://www.kemenpar.go.id/post/siaran-pers-devisa-sektor-pariwisata-meningkat-mencapai-1929-miliar-dolar-as>.
- Kusnandar, V. B. (2019, Agustus 19). Di ASEAN, Kunjungan Wisatawan Mancanegara Indonesia Urutan ke-4. Retrieved from Katadata: <https://databoks.katadata.co.id/data-publish/2019/08/19/di-asean-kunjungan-wisatawan-mancanegara-indonesia-urutan-ke-4>
- Lewis, W.A. (2005). *Development Planning*. Routledge the Taylor & Francis Grup. ISBN 0-415-31299-X (Print Edition)
- Lemma, A. F. (2014). *Tourism Impacts: Evidence of Impacts on Employment, Gender, Income*. United Kingdom: Economics and Private Sector Professional Evidence and Applied Knowledge Services.
- Musniasih Yuniati & Ihsan. (2017) Universitas Nahdatul Wathan Mataram, ANALISIS POTENSI SUMBER DAYA MANUSIA DI PROVINSI

- NUSA TENGGARA BARAT
Menilai Dengan Rubrik, Jenis Jenis
Rubrik, Google, 2018.
- Minning, Lauren. (2021). *The 10 Types of Stakeholders That You Meet in Business*. <https://www.activecampaign.com/blog/types-of-stakeholders?> [Daring] (Diakses 15 November 2021)
- M. Riadhussyah & Alwafi Ridho Subarkah. (2020) Jurnal MSDA (Manajemen Sumber Daya Aparatur) Vol 8, No. 1, 2020, pp. 1-13
Webiste :
<http://ejournal.ipdn.ac.id/JMSDA/>
DOI 10.33701/jmsda.v8i1.1164
- Nugraha, D. (2018, September 30). Transformasi Sistem Revolusi Industri 4.0. Retrieved from Puspiptek Ristekdikti:
https://puspiptek.ristekdikti.go.id/wp-content/uploads/2018/10/revolusi-industri-4.0_PIF-2018_2018-1.pdf
- Singarimbun Masri dan Efendi Sofran, Metode Penelitian Survey (Jakarta:LP3ES,1995), hlm. 46.
- Sutrisno Hadi, Metodologi Reserch (Yogyakarta:Andi Ofset,Edisi Refisi,2002), hlm.136.