

Strategi Pengembangan Objek Wisata Bukit Matang Kaladan Desa Tiwingan Lama Kab. Banjar Provinsi Kalimantan Selatan di Era New Normal

Alfiyanor*, Noor Rahmini*

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin

*Alfiyanor42@gmail.com

Abstract

This study aims :(1) to determine the potential advantages of the hill Matangkaladan tourist attraction in the new average era. (2) To analyze the strategies that must be carried out to increase the number of tourist visits to the hill Matang Kaladan tourist attraction in the new average era. In this study, six respondents were considered to have an influence and role in developing the Matangkaladan Hill tourist attraction. The results of this study indicate that the potential advantages of the tourist attraction of Matang Kaladan are its beautiful natural scenery and complete facilities. The strategy that was produced in this study was the S-O. (1) strategy continues to maintain the unique and attractive natural beauty and hold attractions to increase tourist visits with easy-to-reach locations of the CHSE program to improve the safety and comfort of visitors during the COVID-19 period 19. (2) Increasing the achievement of leading tourism is capital to compete with other leading tourism throughout Indonesia through extensive social media and implementing the CHSE program to ebecome a leading tourist in the Covid-19 period.

Keywords : *Development stategy, Matang Kaladan Hill toursm object, Tourism in the new normal era, SWOT metode.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan: (1) untuk mengetahui potensi yang menjadi keunggulan objek wisata Bukit Matangkaladan di era new normal.(2) Menganalisis strategi yang harus di lakukan agar dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata Bukit Matangkaladan di era new normal. Responden dalam penelitian ini ada 6 responden yang di anggap memiliki pengaruh dan peran terhadap perkembangan objek wisata bukit Matangkaladan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potensi keunggulan obyek wisata matangkaladan terletak pada pemandangan alamnya yang sangat indah dan juga fasilitas yang di miliki sangat lengkap. Startegi yang di hasil dalam penelitian ini dengan strategi S-O (1)Terus menjaga keindahan alam yang unik dan menarik serta mengadakan sebuah atraksi agar meningkatkan kunjungan wisatawan dengan lokasi yang mudah di jangkau dan juga strategis serta pelaksanaan program CHSE agar meningkatkan ke amanan dan kenyamanan pengunjung di masa covid 19.(2) Dengan peningkatan Prestasi wisata unggulan merupakan modal untuk bersaing dengan wisata unggulan lainnya di seluruh Indonesia melalui pemanfaatan media sosial yang luas dan melaksanakan program CHSE agar menjadi wisata unggulan di masa covid 19.

Kata kunci : Strategi pengembangan,Objek wisata Bukit Matangkaladan, Pariwisata di era new normal, metode SWOT.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sebuah kegiatan wisata dan di dukung dengan berbagai fasilitas yang di sediakan masyarakat, pengusaha, kelompok sadar wisata, dan pemerintah. Pariwisata adalah salah satu sektor yang sangat berpotensi sebagai sumber pendapatan suatu daerah, sehingga sektor ini sangat penting untuk di kembangkan kerja sama antara pemerintah dan juga masyarakat sangat penting dalam proses hal ini.

Kabupaten Banjar memiliki beragam objek wisata yang dapat di eksplorasi seperti wisata pasar terapung lok baintan bahkan menjadi salah satu objek wisata terkenal yang ada di Kalimantan Selatan, objek wisata ini sudah ada sejak jaman dulu bahkan sangat eksis di eranya dulu. Kabupaten Banjar juga memiliki objek wisata religius yang sangat banyak di kunjungi masyarakat, bukan hanya warga Kalimantan Selatan namun juga masyarakat luar daerah hingga turis mancanegara yang mana tujuannya untuk ziarah dan ada juga yang ingin mempelajari sejarah tempat tersebut, objek wisata tersebut adalah makam KH. Muhammad Zaini bin Abdul Gani atau sering di kenal dengan Guru Sekumpul yang letaknya di Martapura. Pariwisata Kabupaten Banjar bisa dibilang memiliki paket lengkap karena di Kabupaten Banjar terdapat berbagai wisata seperti wisata alam, budaya, kuliner, sejarah, religi, belanja, buatan, dan lain-lain.

Saat ini wisata alam yang cukup ramai di kunjungi di kab. Banjar adalah wisata Bukit Matangkaladan dimana bukit ini memiliki ke indahan yang sungguh dapat memanjakan mata dari puncak bukit matangkaladan ini kita akan di suguhkan pemandangan alam yang sangat luar biasa dimana terdapat jajaran pulau-pulau kecil yang berada di tengah waduk riam kanan sehingga tempat ini di juluki sebagai miniatur raja ampat atau orang juga sering menyebutnya raja ampatnya pulau kalimantan wisata ini mulai di buka dan ramai di kunjungi sejak tahun 2016. Sungguh pemandangan alam yang sungguh luar biasa, di atas puncak bukit kita juga bisa melakukan camping pada hari sabtu dan minggu untuk menikmati suasana malam dan juga sunset yang indah.

Pemerintah Desa Tiwingan lama juga ikut serta melakukan pengembangan wisata ini dengan melakukan pembenahan lokasi dan fasilitas pendukung puncak Matangkaladan dengan memanfaatkan dana desa. Mulai dari pembangunan pagar keliling untuk menjaga keselamatan pengunjung, di buatkannya jalan untuk jalur sepeda motor yang biasa di gunakan oleh ojek matangkaladan untuk mengantarkan wisatawan ke puncak bukit matangkaladan, ada juga spot-spot foto dengan berbagai bentuk, seperti prahu, bulan, kicir angin sampai rumah terbalik pun ada. Matangkaladan adalah salah satu tempat wisata yang memiliki fasilitas yang sangat lengkap mulai dari musholla, warung, gazebo, tempat menginap, wc dan kamar mandi, listrik, tempat sampah dan lokasi tempat parkir yang luas.

Pengunjung yang biasanya berkunjung adalah anak-anak sekolah, mahasiswa dan ada juga yang datang bersama-sama dengan keluarga, biasanya pada waktu libur seperti sabtu dan minggu serta tanggal merah maka peningkatan pengunjung akan meningkat, namun setelah adanya pandemi covid 19 penurunan pengunjung turut terjadi hal ini sangat di rasakan oleh para ojek yang mengaku bahkan kadang-kadang mereka ada yang tidak mendapatkan penumpang satu pun dalam sehari yang dulunya mereka bisa dapat ratusan rb sehari kini dapat penumpang satu pun sdh syukur.

Dengan adanya pandemi ini maka di butuhkan strategi baru untuk meningkatkan kunjungan wisatawan agar berkunjung ke bukit Matangkaladan. Peran pemerintah dan juga stake holder sangat di butuhkan dalam upaya ini.

PENELITIAN TERDAHULU

Pariwisata memiliki hubungan yang erat dengan perjalanan wisata, di mana sebagai perubahan sebuah tempat tinggal seseorang yang sedang berlibur jauh dari tempat mereka tinggal sekedar untuk menghilangkan penat ataupun pekerjaan, sehingga dengan itu pariwisata dapat di katkan merupakan perjalanan yang di lukan satu orang atau lebih bertyuan memenuhi hasrat mereka, tetapi bisa juga untuk memenuhi keperluan kesehatan, konvensi ataupun lainnya (Gamal, 2004). Prasarana objek wisata ialah berasal dari alam maupun buatan manusia yang pasti dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya ke daerah tujuan wisata seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan dan lainnya sebagainya dan itu masuk kedalam prasarana umum.

New Normal dalam Pariwisata adalah tentang bagaimana membuah konsep pengelolaan yang mampu mengkombinasikan aspek pelayanan prima dengan standar protokol kesehatan. Hal ini di picu dengan adanya Covid-19 yaitu penyakit baru yang ada di dunia. Bahkan penghentian dan pengobatannya belum dapat di pastikan sampai ini. Hal ini menimbulkan sebuah ambiguitas yang luar biasa di kalangan umat manusia sehingga menciptakan kekhawatiran berlibur. Berdasarkan Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor.5/UM.209/MPPT-89 tentang Pedoman Penyelenggaraan Sapta Pesona. Sapta Pesona didefinisikan sebagai kondisi yang harus diwujudkan dalam rangka menarik minat wisatawan untuk berkunjung kesuatu daerah atau wilayah di negara Indonesia. Sapta Pesona terdiri dari tujuh unsur yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan.

METODE

Penelitian terletak di Desa Tliwingan Lama, Kecamatan Aranio, Kabupaten Banjar, tepatnya wisata Bukit Matang Kaladan. Analisis yang di teliti adalah kondisi perkembangan objek Wisata Bukit Matang Kaladan di Desa Tiwingan Lama, Kecamatan Aranio, Kabupaten Banjar,. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menganalisis adalah metode analisis deskriptif untuk mengetahui potensi unggulan yang di miliki obyek wisata bukit Matangkaladan di era new normal sedangkan untuk menjawab strategi pengembangan Objek Wisata Bukit Matang Kaladan di Kabupaten Banjar menggunakan analisis SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

wisata Bukit Matang Kaladan adalah salah satu objek wisata yang ada di Kabupaten Banjar dengan bentuk sebuah bukit territorial terletak di Desa Tiwingan Lama, Kecamatan Aranio, Kabupaten Banjar, Wisata ini mulai di kenal dan ramai di kunjungi oleh para pelancong sejak tahun 2015 setelah banyak foto viral di media sosial. Jarak, tempuh dari ibukota Kabupaten Banjar yaitu Martapura menempuh jarak kurang lebih 29 Km, dan dari ibukota Provinsi Kalimantan Selatan Kota Banjarmasin berjarak kurang lebih 60 Km.

Hasil Penelitian

Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini menunjukkan yang di jadikan prioritas untuk mengembangkan obyek wisata Matangkaladan adalah strategi S-O yaitu : (1). Terus menjaga keindahan alam yang unik dan menarik serta mengadakan sebuah atraksi agar meningkatkan kunjungan wisatawan dengan lokasi yang mudah di jangkau dan juga strategis serta pelaksanaan program CHSE agar meningkatkan ke amanan dan kenyamanan pengunjung di masa covid 19.(2).Dengan peningkatan prestasi wisata unggulan merupakan modal untuk bersaing dengan wisata unggulan lainnya dari seluruh Indonesia melalui pemanfaatan media sosial yang luas dan melaksanakan program CHSE agar menjadi wisata unggul di masa Covid 19. Menggunakan metode Analisis SWOT yang penilaiannya di isi oleh para ahli atau *stakeholders* sehingga strategi paling tepat sesuai keadaan adalah strategi S-O yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang sehingga bisa membuat kebijakan pengembangan yang tepat sasaran.

Implikasi Praktis

Menentukan Strategi yang tepat dalam pengembangan Objek Wisata Bukit Matang Kaladan ini dapat di jadikan referensi oleh pemerintah kab. Banjar khususnya sebagai prioritas pengembangan di objek Wisata Bukit Matang Kaladan agar Objek wisata ini dapat terus berkembang sehingga menjadi objek wisata terkemuka yang di kenal oleh seluruh Indonesia hingga luar negeri.

Tabel 1
 Matriks SWOT

<p style="text-align: center;">SWOT</p>	<p>Strength (Kekuatan)</p> <ol style="list-style-type: none"> Memiliki keindahan pemandangan alam yang menarik dan juga unik. Telah menjadi wisata unggulan dan masuk dalam jajaran sepuluh besar Desa wisata Tingkat nasional tahun 2019 	<p>Weaknesses (Kelemahan)</p> <ol style="list-style-type: none"> Kurangnya pelaksanaan protokol Kesehatan. Kurangnya lampu penerangan jalan
<p>Opportunities (Peluang)</p> <ol style="list-style-type: none"> Lokasi Objek wisata mudah di jangkau wisatawan dan posisinya sangat strategis.. Pelaksanaan strategi marketing yang bagus dan menarik untuk menyebarluaskan informasi tentang obyek wisata melalui internet atau media social 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> Terus menjaga keindahan alam yang unik dan menarik serta mengadakan sebuah atraksi agar meningkatkan kunjungan wisatawan dengan lokasi yang mudah di jangkau dan juga strategis serta pelaksanaan program CHSE agar meningkatkan keamanan dan kenyamanan pengunjung di masa covid 19. Pembuatan sistem informasi yang update di media sosial yang memudahkan pengunjung untuk mengetahui tentang wisata ini. Terus melakukan inovasi dan kreasi serta menjaga lingkungan dengan keamanan dan kenyamanan yang lebih terjamin. Dengan peningkatan prestasi wisata unggulan merupakan modal untuk bersaing dengan wisata unggulan lainya dari seluruh Indonesia melalui pemanfaatan media sosial yang luas. 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> Melakukan pengadaan alat kelengkapan protokol Kesehatan yang lengkap agar dapat mengurangi penyebaran virus Covid-19. Melakukan kampanye pentingnya menjaga kesehatan dengan menjalankan protokol kesehatan. Memperbanyak lampu penerangan agar makin memudahkan pengunjung yang ingin berkunjung atau menginap di malam hari. Mebuat lampu hias yang unik dan menarik sehingga menimbulkan keindahan tersendiri di malam hari.
<p>Threats (Ancaman)</p> <ol style="list-style-type: none"> Adanya pandemi Covid-19 Akses jalan menuju obyek wisata berpotensi longsor. 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan peran POKDARWIS dan masyarakat untuk melakukan protokol kesehatan serta 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan protokol Kesehatan dan membagikan alat protokol Kesehatan serta melakukan himbuan dan

	<p>mengawasi pengunjung agar menjalankan protokol Kesehatan agar terus aman.</p> <p>2. Memperbaiki jalan yang longsor dan membuat pengamanan agar tidak mudah longsor lagi</p> <p>3. Menerapkan program CHSE</p> <p>4. Melakukan peninjauan dan perbaikan serta perawatan terhadap area jalan menuju lokasi wisata dan juga melakukan larangan untuk menebang pohon agar dapat mencegah terjadinya longsor.</p>	<p>juga peringatan bagi masyarakat dan juga pengunjung untuk menaati protokol Kesehatan dan pelaksanaan program CHSE.</p> <p>2. Pengunjung di himbau untuk menggunakan alat perlengkapan keselamatan dan kesehatan</p> <p>3. Pengelola menyediakan atau menyewakan alat penerangan dan alat perlengkapan kesehatan.</p> <p>4. Menyediakan fasilitas penerangan jalan dan Meningkatkan Himbauan serta peringatan terhadap bahaya longsor dan larangan untuk melakukan hal yang berpotensi menyebabkan bencana.</p>
--	---	---

Sumber: Primer (di olah)

Berdasarkan Faktor Internal dan faktor eksternal Objek Wisata Bukit Matang Kaladan terpilih dalam pengembangan adalah :

1. Strategi S-O

1. Terus menjaga keindahan alam yang unik dan menarik serta mengadakan sebuah atraksi agar meningkatkan kunjungan wisatawan dengan lokasi yang mudah di jangkau dan juga strategis serta pelaksanaan program CHSE agar meningkatkan ke amanan dan kenyamanan pengunjung di masa covid 19.
2. Pembuatan sistem informasi yang update di media sosial yang memudahkan pengunjung untuk mengetahui tentang wisata ini.
3. Terus melakukan inovasi dan kreasi serta menjaga lingkungan dengan keamanan dan kenyamanan yang lebih terjamin.
4. Dengan peningkatan prestasi wisata unggulan merupakan modal untuk bersaing dengan wisata unggulan lainnya dari seluruh Indonesia melalui pemanfaatan media sosial yang luas.

2. Strategi S-T

1. Meningkatkan peran POKDARWIS dan masyarakat untuk melakukan protokol kesehatan serta mengawasi pengunjung agar menjalankan protokol Kesehatan agar terus aman.
2. Memperbaiki jalan yang longsor dan membuat pengamanan agar tidak mudah longsor lagi
3. Menerapkan program CHSE
4. Melakukan peninjauan dan perbaikan serta perawatan terhadap area jalan menuju lokasi wisata dan juga melakukan larangan untuk menebang pohon agar dapat mencegah terjadinya longsor.

3. Strategi W- O

1. Melakukan pengadaan alat kelengkapan protokol Kesehatan yang lengkap agar dapat mengurangi penyebaran virus Covid-19.
2. Melakukan kampanye pentingnya menjaga kesehatan dengan menjalankan protokol kesehatan.
3. Memperbanyak lampu penerangan agar makin memudahkan pengunjung yang ingin berkunjung atau menginap di malam hari.

4. Membuat lampu hias yang unik dan menarik sehingga menimbulkan keindahan tersendiri di malam hari

4. Strategi W-T

1. Meningkatkan protokol Kesehatan dan membagikan alat protokol Kesehatan serta melakukan himbauan dan juga peringatan bagi masyarakat dan juga pengunjung untuk menaati protokol Kesehatan dan pelaksanaan program CHSE.
2. Pengunjung di himbau untuk menggunakan alat perlengkapan keselamatan dan kesehatan
3. Pengelola menyediakan atau menyewakan alat penerangan dan alat perlengkapan kesehatan.

Menyediakan fasilitas penerangan jalan dan Meningkatkan Himbauan serta peringatan terhadap bahaya longsor dan larangan untuk melakukan hal yang berpotensi menyebabkan bencana.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari sebuah hasil penelitian mengenai Analisis Strategi Pengembangan Objek Wisata Bukit Matang Kaladan di Kabupaten Banjar, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Wisata Bukit Matang Kaladan memiliki keunggulan pemandangan yang begitu indah dan unik dimana dikelilingi oleh berbagai pegunungan kecil di tengah waduk riam kanan sehingga terlihat seperti pulau-pulau kecil, objek wisata ini juga memiliki fasilitas sarana dan prasarana yang sangat lengkap mulai dari toilet dan kamar mandi, tempat sampah, warung, listrik dengan lampu penerangannya, gazebo, spot foto yang unik dan menarik bahkan mushala dengan tempat wudhu beserta alat kelengkapan lainnya juga tersedia hal ini tergolong sangat hebat karena posisi objek wisata alam ini di atas bukit. Wisata Bukit Matang Kaladan adalah salah satu objek wisata yang sangat mudah untuk dikunjungi selain tempatnya strategis juga disediakan ojek yang siap mengantarkan pengunjung yang tidak ingin cape naik jalan kaki hanya dengan membayar 20 rb per orang maka kita akan di antarkan ke puncak bukit, wisata Bukit Matang Kaladan menjadi alternatif tempat wisata yang aman untuk dikunjungi di masa pandemi dimana tempatnya terbuka dan cukup luas sehingga dapat mengurangi penyebaran covid 19 selain itu tentu juga sangat penting untuk pengunjung menaati protokol kesehatan dengan baik agar dapat tetap aman. (2) strategi yang harus dilakukan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke objek wisata bukit Matang Kaladan yaitu dengan S-O :

1. Terus menjaga keindahan alam yang unik dan menarik serta mengadakan sebuah atraksi agar meningkatkan kunjungan wisatawan dengan lokasi yang mudah dijangkau dan juga strategis serta pelaksanaan program CHSE agar meningkatkan keamanan dan kenyamanan pengunjung di masa Covid-19.
2. Pembuatan sistem informasi yang update di media sosial yang memudahkan pengunjung untuk mengetahui tentang wisata ini.
3. Terus melakukan inovasi dan kreasi serta menjaga lingkungan dengan keamanan dan kenyamanan yang lebih terjamin.
4. Dengan peningkatan prestasi wisata unggulan merupakan modal untuk bersaing dengan wisata unggulan lainnya dari seluruh Indonesia melalui pemanfaatan media sosial yang luas.

Saran

Adapun beberapa saran yang dapat diajukan berdasarkan hasil penelitian, sebagai berikut Meningkatkan pengelolaan sumber daya manusia agar menjadi lebih kreatif dan inovatif sehingga dapat mengembangkan potensi Wisata Bukit Matang Kaladan secara terus-menerus. Membuat spanduk dan atribut lain untuk himbauan menjaga protokol kesehatan agar terhindar dari Covid-19. Meningkatkan Pemanfaatan Teknologi untuk mempermudah pengembangan Objek Wisata Bukit Matang Kaladan. Hendaknya masyarakat lebih aktif ikut serta dalam

pengembangan objek wisata matangkaladan dan melakukan senergi yang kuat baik pemerintah dan pihak pengelola. Menyediakan tim siap tanggap untuk mengatasi jika terjadi kecelakaan atau pun ada yang sakit mendadak di area Bukit Matang Kaladan. Melakukan pengecekan kesehatan waktu memasuki kawasan Bukit Matang Kaladan. Hendaknya melakukan pemeliharaan burung-burung unik atau pun hewan lain yang ramah dengan manusia sehingga di waktu perjalanan pemandangan alamnya akan lebih menarik. Hendaknya pemerintah melakukan peninjauan atau kunjungan secara rutin dan terus membantu dalam pengembangan Objek Wisata Bukit Matang Kaladan. Hendaknya pihak pengelola terus mempromosikan Bukit Matang Kaladan dan mencari investor serta melakukan inovasi terus menerus yang memberikan pembaharuan yang unik dan juga menarik agar wisatawan mau berkunjung ke sana. Mengembangkan konsep pariwisata yang lebih menarik dan unik sehingga menjadi daya tarik baru lagi. Membuat wisata aman dan nyaman di masa pandemi yaitu dengan penerapan program CHSE dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelia, Tisa, and Eddy Imam Santoso. 2019. "Strategi Pengembangan Obyek Wisata Religi Bukit Surowiti Di Kecamatan Panceng, Gresik." *Jurnal Planoearth* 4(2):102. doi: 10.31764/jpe.v4i2.1118.
- Asriandy, Ian. 2016. "Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu Di Kabupaten Bantaeng." *Universitas Hasanudin* 1–80.
- Bappeda Kabupaten Banjar. 2019. "Profil Kabupaten Banjar." *Penyusunan Rencana Terpadu Dan Program Investasi Infrastruktur Jangka Menengah* 1–31.
- dr. Achmad Yurianto (Direktur Jenderal P2P). 2020. "Pedoman Pencegahan Dan Pengendalian Coronavirus DISEASE (Covid 19)."
- Fajar, Nur'aini dan Dwi Fatimah. 2016. *Teknik Analisis SWOT : Pedoman Menyusun Strategi Yang Efektif & Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman*. Yogyakarta.
- Gamal, Suwanto. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*.
- Giantari, I. G. A. Ketut. 2015. "Kata Kunci :Strategi, Pengembangan, Objek Wisata, Air Panas, Marobo ABSTRACT." 11:773–96.
- J. Salusu. 2000. *Pengambilan Keputusan Stratejik : Untuk Organisasi Publik Dan Organisasi Nonprofit*.
- M Ryan Saputra, Dra. Rodhiyah. Su. 2019. "Strategi Pengembangan Wisata Di Kawasan Gunung Andong Magelang." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.
- Mario, Barreto dan I. G. A. Ketu. Giantari. 2015. "Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas Di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste." *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 11(4):773–96.
- Muhammad Rauhan Fikri*, Noor Rahmini. 2020. "Analisis Willingness To Pay Pada Wisata Bukit Matang Kaladan Desa Tiwingan Lama Kecamatan Aranio Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan." 21(1):1–9.
- Muhyiddin. 2020. "Covid-19, New Normal, Dan Perencanaan Pembangunan Di Indonesia." *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning* 4(2):240–52. doi: 10.36574/jpp.v4i2.118.
- Muttaqin. 2013. "ANALISIS SWOT PADA PELAKU USAHA KERAJINAN KHAS DAERAH DI AREA KOMPLEK CITRA NIAGA SAMARINDA."
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, Dan OCAI*.
- Sidiq, Umar, and Moh. Miftachul Choiri. 2019. *METODE PENELITIAN KUALITATIF DI BIDANG PENDIDIKAN*.
- Subhan Abdilah*, Noor Rahmini. 2020. "Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata

-
- Waduk Riam Kanan Di Kabupaten Banjar.” 21(1):1–9.
- Sugihamretha, I. Dewa Gde. 2020. “Respon Kebijakan: Mitigasi Dampak Wabah Covid-19 Pada Sektor Pariwisata.” *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning* 4(2):191–206. doi: 10.36574/jpp.v4i2.113.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Sylvia, R. 2017. “Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Tumpang Dua Di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan.” *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*.
- UU RI. 2009. “Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.”
- Wicaksono, Ajie. 2020. “New Normal Pariwisata Yogyakarta.” *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah* 14(3):139–50.