



Analisis Karakteristik Wisatawan Lokal Pantai Mliwis, Kabupaten Kebumen

Dheanita Sekarini Octanisa
Universitas Putra Bangsa

Andrea Basworo Palestho
Universitas Putra Bangsa

Korespondensi penulis: dheanitasekarini@gmail.com

Abstract. *This research was conducted at Mliwis Beach, Ambal, Kebumen Regency with 100 respondents local tourists. The purpose of this study is to test the characteristics of local tourists by using 6 characteristic categories namely gender, age, education, occupation, mode of transportation and information sources and then the data is processed using SPSS Version 26. The results of this study are the characteristics of tourists with gender categories dominated by female tourists by 58% with the majority of tourists aged 20-30 years at 47%, having a high school education level of 62%, having a private employee job by 38%, using private vehicles such as two- or four-wheeled vehicles to reach tourist destinations by 73% and getting information from close friends before 50%. The results of the research can contribute to strategy of tourism promotion by knowing the needs of tourists.*

Keywords: *Destination, Characteristic, Tourist.*

Abstrak. Penelitian ini dilakukan di Pantai Mliwis, Ambal Kabupaten Kebumen dengan jumlah responden sebanyak 100 orang wisatawan lokal. Tujuan pada penelitian ini adalah menguji karakteristik wisatawan lokal dengan menggunakan 6 kategori karakteristik yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, moda transportasi dan sumber informasi dan kemudian data diolah dengan menggunakan SPSS Versi 26. Adapun hasil dari penelitian ini adalah karakteristik wisatawan dengan kategori jenis kelamin didominasi oleh wisatawan perempuan sebesar 58% dengan mayoritas usia wisatawan 20 - 30 Tahun sebesar 47%, memiliki jenjang pendidikan SMA sebesar 62%, memiliki pekerjaan karyawan swasta sebesar 38%, menggunakan kendaraan pribadi seperti kendaraan roda dua ataupun empat untuk mencapai tujuan wisata sebesar 73% dan mendapatkan informasi dari teman dekat sebesar 50%. Hasil dari penelitian dapat berkontribusi pada strategi lanjutan promosi wisata dengan mengetahui kebutuhan wisatawan

Kata kunci: Destinasi, Karakteristik, Wisatawan,

LATAR BELAKANG

Pariwisata telah menjadi salah satu mesin penggerak perekonomian dunia yang sudah terbukti dalam memberikan kontribusi pada kemakmuran dari suatu bangsa (Kiswanto et al., 2023). Saat ini banyak sekali Negara di belahan dunia yang menjadikan sektor pariwisata ini sebagai sumber penghasilan utama dari Negara mereka. Hal ini disebabkan oleh sifat manusia yang selalu bergerak dan melakukan perjalanan dari satu tempat ketempat yang lainnya.

Kabupaten Kebumen merupakan salah satu Kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki potensi wisata bahari berupa keindahan pantai - pantai dengan ciri khas pantai pasir gelap, rindang akan pepohonan cemara dan kelapa namun memiliki perairan ombak yang kencang,

Received Juni 30, 2023; Revised Juli 12, 2023; Accepted Agustus 03, 2023

akan tetapi pesona pantai - pantai tersebut tidaklah berkurang. Pantai Mliwis terletak di Kecamatan Ambal merupakan salah satu pantai yang memiliki cukup banyak peminat. Wisata alam pantai memang sangat cocok di kembangkan di Indonesia terbukti banyak wisata pantai di Indonesia yang mampu bersaing dengan destinasi pantai di dunia. Hal inilah yang menjadi pertimbangan bahwa destinasi pantai dapat dikembangkan dan menjadi daya tarik wisatawan lokal maupun mancanegara.

Tercatat pada Tahun 2017 Kabupaten Kebumen mampu mendapatkan 1.790,075 pengunjung objek wisata dan terus meningkat pada dua Tahun berikutnya sebanyak, 2.020.878 hingga 2.927.444 wisatawan, namun di Tahun berikutnya dikarenakan oleh Pandemi Covid -19 pada Tahun 2020 - 2021 mengalami penurunan menjadi 854.315 dan 966.941 akan tetapi pada Tahun 2022 telah mengalami kenaikan yang cukup tinggi hingga 1.623.865 wisatawan (<https://satudata.kebumenkab.go.id> diakses pada 22 Maret 2023). maka dapat diketahui antusiasme wisatawan Kebumen cukup baik pada objek - objek wisata di Kebumen.

Dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisata maka perlu adanya strategi - strategi lanjutan untuk melakukan promosi objek wisata pada Pantai Mliwis dan dengan mengetahui karakteristik wisatawan yang berlibur ke Pantai Mliwis diharapkan dapat mempermudah strategi lanjutan yang sesuai dengan pasar yang telah tersedia.

KAJIAN TEORITIS

Karakteristik Wisatawan

Karakteristik wisatawan pada umumnya dapat berdasarkan karakteristik perjalanan dan karakteristik wisatanya. Pembagian berdasarkan karakteristik ini paling sering dilakukan untuk kepentingan analisis pariwisata dan pemasaran, karena sangat jelas definisi dan relatif mudah pembagiannya (Kotler & Amstrong, 2012). Dalam karakteristik sosio-demografis diantaranya terdapat jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, pekerjaan, status perkawinan, kelas sosial, jumlah anggota keluarga dan lain-lain yang dielaborasi dari karakteristik tersebut. Karakteristik sosio-demografis selalu berkaitan satu dengan yang lain secara tidak langsung Pembagian wisatawan berdasarkan karakteristik sosio-demografis ini paling nyata kaitannya dengan pola berwisata mereka. Jenis kelamin maupun kelompok umur misalnya berkaitan dengan pilihan jenis wisata yang dilakukan (Jönsson & Devonish, 2008; Jang & Feng, 2007; Seaton & Bennet, 1996). Selain karakteristik sosio-demografis, karakteristik lain yang dapat digunakan dalam mengelompokkan wisatawan adalah karakteristik geografis, psikografis dan tingkah laku (Todaro & Smith, 2006), termasuk

kelompok-kelompok berdasarkan kelas sosial, gaya hidup dan karakteristik personal wisatawan dalam kelompok demografis yang sama mungkin memiliki profil psikografis yang sangat berbeda (Smith, 1989).

Karakteristik demografi merupakan ciri yang menggambarkan perbedaan masyarakat berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, agama, suku bangsa, pendapatan, jenis keluarga, status pernikahan, lokasi geografi, dan kelas sosial. Adanya demografi, dapat relatif lebih mudah untuk mengidentifikasi seperti target market, informasi demografi memberikan informasi tentang trend yang sedang terjadi, demografi juga dapat dilihat untuk melihat perubahan permintaan aneka produk dan yang terakhir demografi dapat digunakan untuk mengevaluasi promosi pemasaran. Karakteristik demografi terdiri atas berbagai unsur Mathieson dan Geoffrey (1982) yaitu: (1) Unsur sosial ekonomi yaitu berkaitan dengan usia, jenis kelamin, motivasi berwisata, pendapatan dan etnis. (2) Tingkat penggunaan dan pemanfaatan objek, karakteristik ini dapat di lihat dari jumlah kunjungan wisatawan atau yang berada dalam suatu objek beserta penyebarannya dalam periode tertentu. (3) Lama tinggal wisatawan (*long term movement of people*) yang bertujuan untuk berwisata. Hal ini menyangkut perpindahan, tetapi tidak semua perpindahan dalam pemukiman termasuk pariwisata. (4) Tujuan tinggal, yaitu waktu luang yang tersedia bagi seseorang dalam pekerjaannya yang akan di gunakan untuk tujuan rekreasi dan pengunjung sementara.

Sementara itu karakteristik psikografis membagi wisatawan ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan kelas sosial, gaya hidup (*life-style*) dan karakteristik personal. Wisatawan dalam kelompok demografis yang sama mungkin memiliki profil psikografis yang sangat berbeda. Yang termasuk karakteristik psikografis yaitu wisatawan yang terbagi ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan kelas sosial, gaya hidup dan karakteristik personal wisatawan dalam kelompok demografis yang sama mungkin memiliki profil psikografis yang sangat berbeda (Todaro & Smith, 2006).

Wisatawan Lokal

Wisatawan lokal (*domestik*) adalah wisatawan yang merupakan penduduk asli/warga negara dari suatu negara tersebut yang sedang melakukan kunjungan wisata disuatu tempat. *Domestik* merupakan suatu yang berhubungan dengan atau mengenai permasalahan dalam negeri atau mencakup sesuatu yang masuk dalam lingkup internal dalam negeri (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Istilah lokal bisa diganti dengan domestik yang maksudnya sama-sama menunjukkan sesuatu yang berhubungan dengan dalam negeri atau dalam wilayah tertentu. Seperti wisatawan lokal atau juga disebut wisatawan domestik.

Objek Wisata

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No 24 Tahun 1976 mengatjkan bahwa Obyek Wisata merupakan perwujudan ciptaan dari manusia, tata tertib, sejarah bangsa, seni budaya, Kawasan atau keadaan alam yang memiliki daya tarik kunjungan wisatawan kemudian terdapat pendapat yang lain yang mengatkan bahwa obyek wisata merupakan segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk berkunjung ke daerah tertentu. (A. Yoeti, 1996). Berdasrkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian obyek wisata adalah tempat yang memiliki keindahan alam maupun buatan serta dapat meningkatkan kektertarikan orang untuk berkunjung dan melakukan kegiatan wisata.

Sebuah destinasi wisata harus memiliki daya tarik tersendiri untuk mendatangkan wisatawan (Muljadi, 2012). Adanya objek daya tarik wisata yang kuat maka menjadi magnet untuk menarik para wisatawan. Pengembangan kepariwisataan haruslah memiliki tiga aspek penting produk pariwisata, yaitu: (1) Atraksi, merupakan pusat dari industri pariwisata. Maksudnya atraksi mampu menarik wisatawan yang ingin mengunjunginya. Biasanya mereka tertarik pada suatu lokasi karena ciri- ciri khas tertentu. Ciri-ciri khas yang menarik wisatawan adalah: (a) Keindahan alam (b) Iklim dan cuaca (c) Kebudayaan. (2) Amenitas, merupakan berbagai fasilitas penunjang para wisatawan untuk berwisata ke suatu daerah tujuan wisata dengan kenyamanan dan kepuasan tersendiri. Hal tersebut antara lain lain akomodasi yang nyaman, restoran, bar, layanan informasi, pramuwisata, sikap masyarakat setempat, keamanan dan lain-lain. (3) Aksesibilitas, berhubungan dengan segala jenis transportasi, jarak atau kemudahan pencapaian suatu objek wisata. Serta unsur pendukung lainnya (pelaku industri pariwisata, masyarakat dan institusi pengembangan) yang membentuk sistem yang sinergis dalam menciptakan motivasi kunjungan wisatawan.

METODE PENELITIAN

Sub metode pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang mengukur frekuensi dan persentasi karakteristik dari wisatawan lokal destinasi wisata Pantai Mliwis, Ambal Kabupaten Kebumen. Sampel dipilih menggunakan metode *Accidental sampling* yaitu dengan teknik yang menentukan sampel berdasarkan kebetulan (*insidental*) dimana yang bertemu dan dipandang cocok untuk sumber data untuk diteliti. Responden dari penelitian ini adalah wisatawan lokal yang melakukan perjalanan wisata ke Pantai Mliwis, Kebumen dalam kurun waktu 2 hari, 18 Februari 2023 hingga 19 Februari 2023 sebanyak 100 orang responden. Data penelitian ini diperoleh secara langsung dari objek wisata dengan

menggunakan instrumen penelitian kuesioner kemudian data di olah menggunakan perangkat lunak SPSS Versi. 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada 100 orang wisatawan lokal yang melakukan perjalanan wisata ke Panatai Mliwis didapatkan informasi mengenai karakteristik wisatawan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, moda transportasi dan sumber informasi. Adapun hasil pengelolaan data adalah sebagai berikut.

Tabel 3.1 Jenis Kelamin Responden

Site	Frequency	Percent (%)	Valid Percent (%)	Cumulative Percent
Laki - Laki	42	42.0	42.0	42.0
Perempuan	58	58.0	58.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer 2023

Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin pada Tabel 3.1, responden dengan jenis kelamin laki - laki adalah sebanyak 42 orang atau sama dengan 42% sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan adalah sebanyak 58 orang atau sama dengan 58% sehingga dapat disimpulkan bahwa objek wisata Panatai Mliwis lebih banyak diminati oleh karakteristik wisatawan dengan jenis kelamin perempuan.

Tabel 3.2 Usia Responden

Site	Frequency	Percent (%)	Valid Percent (%)	Cumulative Percent
< 20 Tahun	22	22.0	22.0	22.0
20 - 30 Tahun	47	47.0	47.0	69.0
31 - 40 Tahun	14	14.0	14.0	83.0
41 - 50 Tahun	14	14.0	14.0	97.0
> 50 Tahun	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer 2023

Distribusi responden berdasarkan usia menunjukkan terdapat lima kategori usia dari responden, dengan responden terkecil yaitu sebanyak 3 orang berusia diatas 50 Tahun dengan presentase sebesar 3%, kemudian responden dengan usia 41 - 50 Tahun dan responden usia 31 - 40 Tahun berjumlah masing - masing 14 responden dengan presentasi 14% untuk masing - masing kategori, kemudian responden dengan usia dibawah 20 Tahun sebanyak 22 orang

dengan presentase 22% dan terakhir kategori usia dengan jumlah responden tertinggi adalah usia 20-30 Tahun sebanyak 47 orang atau sama dengan 47% dari total 100 responden. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui wisatawan dengan usia diantara 20 - 30 Tahun merupakan wisatawan lokal yang memiliki minat tertinggi untuk melakukan perjalanan wisata ke Pantai Mliwis, Kebumen.

Tabel 3.3 Pendidikan Responden

Site	Frequency	Percent (%)	Valid Percent (%)	Cumulative Percent
SD	11	11.0	11.0	11.0
SMP	7	7.0	7.0	18.0
SMA	62	62.0	62.0	80.0
Sarjana	19	19.0	19.0	99.0
Pasca Sarjana	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer 2023

Distribusi responden berdasarkan pendidikan responden pada Tabel 3.3 dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden sebanyak 1 orang responden memiliki pendidikan pasca sarjana, 7 orang responden memiliki pendidikan SMP atau sama dengan 7%, 11 orang memiliki pendidikan SD atau sama dengan 11%, 19 orang memiliki pendidikan sarjana atau sama dengan 19% dan yang tertinggi adalah pendidikan SMA yang dimiliki oleh 62 responden atau sama dengan 62%, maka dapat disimpulkan bahwa berdasarkan karakteristik wisatawan lokal yang laing banyak datang ke Pantai Mliwis pada periode tersebut adalah wisatawan dengan pendidikan SMA sederajat.

Tabel 3.4 Pekerjaan Responden

Site	Frequency	Percent (%)	Valid Percent (%)	Cumulative Percent
Karyawan Swasta	38	38.0	38.0	38.0
Wiraswasta	23	23.0	23.0	61.0
PNS/TNI/Polri	5	5.0	5.0	66.0
Ibu Rumah Tangga	12	12.0	12.0	78.0
Pensiunan	3	3.0	3.0	81.0
Pelajar	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer 2023

Distribusi responden berdasarkan pekerjaan ada 6 kategori, dimulai dengan kategori yang memiliki jumlah responden terendah yaitu pensiunan dengan jumlah responden sebanyak 3 orang atau sama dengan 3%, kemudian PNS/TNI/Polri sebanyak 5 orang atau sama dengan 5%, kemudian pekerjaan ibu rumah tangga yaitu sebanyak 12 orang atau 12%, kemudian pelajar sebanyak 19 orang atau 19%, kemudian wisaswasta dengan jumlah responden sebanyak 23 orang atau 23% dan kategori pekerjaan yang paling tinggi adalah karyawan swasta sebesar 38 orang atau 38%, dengan demikian dapat diketahui bahwa karyawan swasta merupakan kategori pekerjaan dari wisatawan lokal yang melakukan perjalanan wisata ke Pantai Mliwis tertinggi.

Tabel 3.5 Moda Transportasi Responden

Site	Frequency	Percent (%)	Valid Percent (%)	Cumulative Percent
Kendaraan Umum	21	21.0	21.0	21.0
Kendaraan Sewa	6	6.0	6.0	27.0
Kendaraan Pribadi	73	73.0	73.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer 2023

Distribusi responden berdasarkan penggunaan moda transportasi tertinggi adalah kategori penggunaan kendaraan pribadi dengan jumlah 73 orang atau 73% responden menggunakan kendaraan pribadi baik berupa kendaraan roda dua ataupun roda empat, kemudian penggunaan kendaraan umum seperti bus antar kota, becak, dan odong - odong digunakan oleh 21 orang atau sebanyak 21%, kemudian kendaraan sewa seperti mobil sewaan digunakan oleh 6 orang atau 6%. Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui penggunaan transportasi pribadi merupakan kategori tertinggi.

Tabel 3.6 Sumber Informasi Responden

Site	Frequency	Percent (%)	Valid Percent (%)	Cumulative Percent
Mengetahui Sendiri	32	32.0	32.0	32.0
Keluarga	7	7.0	7.0	39.0
Teman Dekat	50	50.0	50.0	89.0
Internet/Sosial Media	8	8.0	8.0	97.0
Lainnya	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer 2023

Distribusi responden berdasarkan sumber informasi responden terdapat lima kategori dengan kategori terendah adalah sumber informasi dari lainnya berupa brosur atau pamflet sebesar 3 orang atau 3%, kemudian dari keluarga sebesar 7 orang atau 7%, kemudian internet atau sosial media sebesar 8 orang atau 8%, kemudian mengetahui sendiri sebesar 32 orang atau 32% dan yang tertinggi adalah sumber informasi dari teman dekat sebesar 50 orang atau 50%. Hal ini dipicu karena wisatawan lokal merupakan warga lokal sekitar yang memiliki kemungkinan untuk mengetahui sumber informasi tercepat dan terpercaya berasal dari teman atau orang terdekat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian dilakukan di Pantai Mliwis Kabupaten Kebumen Jawa Tengah dengan jumlah total 100 responden. Penelitian menghasilkan data informasi yang valid berupa karakteristik wisatawan lokal yang berwisata ke Pantai Mliwis. Adapun jenis kategori karakteristik tersebut adalah jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, moda transportasi dan sumber informasi.

Berdasarkan penelitian dan pembahasan didapatkan kesimpulan bahwa karakteristik wisatawan dengan kategori jenis kelamin didominasi oleh wisatawan perempuan sebesar 58% dengan mayoritas usia wisatawan 20 - 30 Tahun sebesar 47%, memiliki jenjang pendidikan SMA sebesar 62%, memiliki pekerjaan karyawan swasta sebesar 38%, menggunakan kendaraan pribadi seperti kendaraan roda dua ataupun empat untuk mencapai tujuan wisata sebesar 73% dan mendapatkan informasi dari teman dekat sebesar 50%.

Saran pada penelitian ini adalah mengembangkan informasi seperti menambahkan jenis karakteristik yang beda ataupun perluasan penelitian untuk menentukan strategi pengembangan destinasi berdasarkan karakteristik wisatawan.

DAFTAR REFERENSI

- Alister Mathieson & Geoffrey Wall. (1982). *Tourism : economic, physical, and social impacts. Responsibility*. Imprint: London; New York: Longman.
- Cooper, et.al. 2015. *Tourism Principle and Practise*. Prentice Hall, Newyork Dahuri, R., David, Fred.2009. *Starategic Manajemen : Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta : Salemba Empat.
- <https://satudata.kebumenkab.go.id> diakses pada 22 Maret 2023
- Jang, S.S.& Feng, R.. (2007). *Temporal destination revisit intention: The effects of novelty seeking and satisfaction*. *Tour. Manag*, 28, 580–590.
- Jönsson, C., & Devonish, D. (2008). *Does nationality, gender, and age affect travel motivation? A case of visitors to the Caribbean island of Barbados*. *J. Travel Tour. Mark.*, 25, 398–408
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). *Priciples of Marketing Global. 14 th edition*. New Jersey: Prentice
- Kristina, Elizabeth Jayadi, Ni Putu Eka Mahadewi1, I GPB. Sasrawan Mananda. (2017). *Karakteristik Dan Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Pantai Green Bowl, Ungasan, Kuta Selatan, Bali*. *Jurnal Analisis Pariwisata*. 17(2), 69-77
- Lertwannawit,A. and Gulid, N. (2014) *A structural relationship between domestic tourist satisfaction, trust, switching barriers and retention, International Business & Economics Research Journal*, 13(6), 1375- 1382.
- McGibbon, J. (2006). *Teppich-swingers and skibums: Differential experiences of ski tourism in the Tirolean Alps*. In K. Meethan, A. Anderson & S. Miles (Eds.), *Tourism consumption and representation: Narratives of place and self*. Wallingford, UK: CAB International.
- Meethan, A. Anderson & S. Miles (Eds.), *Tourism consumption and representation: Narratives of place and self*. Wallingford, UK: CAB International.
- Meethan, K. (2006). *Introduction: Narratives of place and self*. In K. Meethan, A. Anderson & S. Miles (Eds.), *Tourism consumption and representation: Narratives of place and self*. Wallingford, UK: CAB International.
- Meethan, K., Anderson, A., & Miles, S. (Eds.). (2006). *Tourism, consumption and representation: Narratives of place and self*. Wallingford, UK: CAB International.
- Mulyadi, A.J. (2012). *Kepariwisata dan Perjalanan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Oka A. Yoeti. 1996. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta : PT Pradnya
- Paramita Rangkuti, F. 2008. "Analisis, SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis". *PT. Gramedia Pustaka Utama*. Jakarta
- Papen, U. (2005). *Exclusive, ethno and eco: Representations of culture and nature in tourism discourses in Namibia*. In A. Jaworski & A. Pritchard (Eds.), *Discourse, communication and tourism*. Clevedon, United Kingdom: Channel View Publications.
- Pocock, C. (2006). *Sensing place, consuming space: Changing visitor experiences of the Great Barrier Reef*. In K.

- Rais, J., Ginting S. P., Sitepu M. J. 2004. Pengelolaan Sumberdaya Wilayah Pesisir dan Lautan Secara Terpadu. Ed rev. Pradnya Paramita. Jakarta
- Relph, E. (2004). *Temporality and the rhythms of sustainable landscapes*. In T. Mels (Ed.), *Reanimating places: A geography of rhythms*. Burlington, VT: Ashgate Publishing.
- Ritchie, J., & Crouch, G. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Cambridge, UK: CABI Publishing.
- Seaton, A.V & Bennet M. (1996). *The Marketing Tourism Products: Concepts, Issues and Cases*.
- Siagian, Sondang P. 2011. Manajemen Strategik. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Simonds, J. O. (1978). *Landscape Architecture (Fourth : A Manual Land Planning and*
- Spillane, James. (1987). *Pariwisata Indonesia: Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Suherlan, Ade. (2014). Analisis Karakteristik, Perilaku dan Motivasi Perjalanan Wisatawan Asal Sulawesi Utara Ke Jakarta. *ESENSI Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 4(3), 16-36
- Suswanto, Gamal. 2007. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta. Andi Offset
- Todaro, Michael P. & Stephen C. Smith. (2006). *Pembangunan Ekonomi* (edisi kesembilan, jilid I). Jakarta: Erlangga
- Undang Undang No. 10/2009, pasal 1 Ayat 3
- World Tourism Organization, 2021