

PAPER NAME

JEBI, TITI.pdf

WORD COUNT

3082 Words

CHARACTER COUNT

19911 Characters

PAGE COUNT

10 Pages

FILE SIZE

1.1MB

SUBMISSION DATE

Jan 25, 2024 9:16 AM GMT+7

REPORT DATE

Jan 25, 2024 9:17 AM GMT+7

● 19% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- Crossref database
- Crossref Posted Content database

● Excluded from Similarity Report

- Internet database
- Bibliographic material
- Cited material
- Publications database
- Quoted material
- Small Matches (Less than 10 words)

Jurnal Ekonomi dan Bisnis

www.jurnal.unikal.ac.id/index.php/jebi

SINERGITAS PERAN PENTA HELIX DALAM PERUMUSAN STRATEGI PENGEMBANGAN UNIT USAHA WISATA

Titi Rahayu Praseti^{1*} Mahirun² Andi Kushermanto³ Tsamara⁴ Arya Ajhie⁵
^{1,3,5} Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pekalongan
^{2,4} Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pekalongan
*Email: titiunikal@gmail.com¹

15

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 14 August 2023

Received in revised form:

7 September 2023

Accepted: 17 September 2023

Keywords:

Penta Helix, Swimming Pools,
Sumjomblangbogo village, Tours

ABSTRACT

Pekalongan Regency as an autonomous region has superior potentials in various sectors, one of which is in the tourism sector. Tourism is one of the strategic development sectors that has a multiplier effect, both directly and indirectly, so that it has an impact on the social, cultural, educational and economic sectors of the country. Natural tourism potential owned by Pekalongan Regency is natural resources; mountains and sea. This research was done in Sumurjomblangbogo Village, which has the potential for a Tourism Business Unit from BUMDes Tirta Arum. The purpose of this study was to determine the function and role of each Penta Helix party in developing tourism business, as well as formulating a strategy for developing resource-based tourism superior potential (Resource Based View). The results of the study show that the synergy between Academicians, Business, Government, Community and Media in this village has conceptually been realized. Business actors play a role as the main actor in achieving sustainable profit. The government acts as a regulator and dynamicator to drive the local economy. While the media as a means of publication in promoting swimming pool attractions and building a brand image.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara dari berbagai negara di dunia yang menganut sistem otonomi daerah dalam penyelenggaraan pemerintahannya. Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014, Otonomi Daerah adalah hak, wewenang dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri Urusan Pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia. Otonomi Daerah membawa konsekuensi kemandirian daerah dalam pendapatan, belanja dan pembiayaan daerah. Untuk merealisasikan adanya otonomi daerah ini, khususnya di kabupaten maupun di kota-kota tentu tidak lepas dari aspek sumber pendapatan.

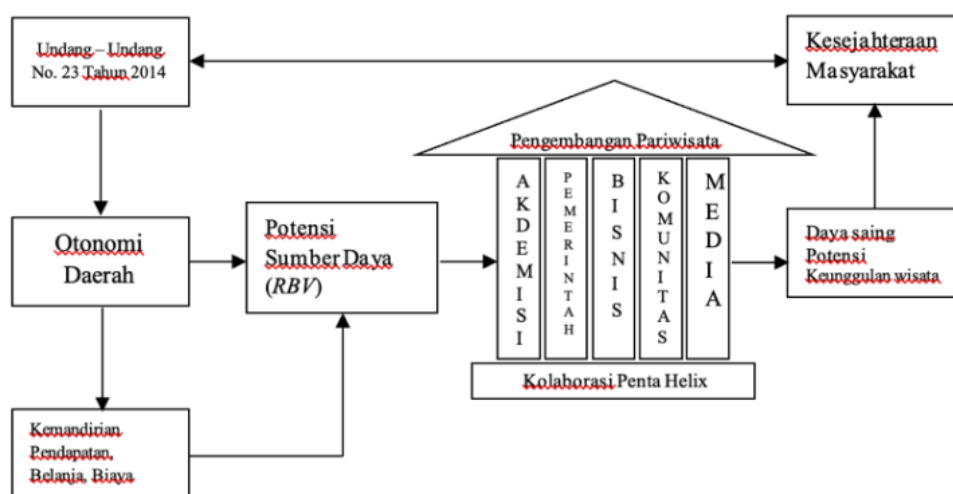
Sumber pendapatan daerah salah satunya berasal dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang meliputi: pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, pendapatan asli daerah yang sah. Kebijakan keuangan daerah diarahkan untuk meningkatkan pendapatan asli daerah sebagai sumber utama yang dipergunakan dalam menjalankan pemerintahan dan pembangunan sesuai dengan kebutuhannya guna memperkecil ketergantungan dalam mendapatkan dana dari Pemerintah Pusat. Oleh karena

itu, peningkatan pendapatan tersebut merupakan hal yang dikehendaki setiap daerah dengan cara menggali potensi sumber daya yang dimiliki. Potensi sumber daya yang dimiliki masing-masing daerah berbeda-beda, baik itu sumber daya alam, sumber daya manusai, maupun sumber daya finansial sesuai dengan kondisi internal daerahnya.

Kabupaten Pekalongan sebagai sebuah daerah otonom memiliki potensi-potensi unggulan di berbagai sektor, salah satunya di sektor pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang sangat strategis dan menimbulkan dampak berganda (*multiplier effect*), baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga berdampak memberikan keuntungan terhadap sektor sosial, budaya, pendidikan dan ekonomi negara (Pitana, 2005; Desbiolles, 2006). Potensi pariwisata yang dimiliki oleh Kabupaten Pekalongan yaitu sumber daya alam, baik berupa pegunungan maupun laut sebagai daerah tujuan wisata alam. Berikut adalah data mengenai jumlah daya tarik wisata, tenaga kerja, desa wisata, wisatawan, dan jumlah pendapatan dari sektor pariwisata di Kabupaten Pekalongan.

Adanya sektor pariwisata sangatlah mendukung pembukaan lapangan usaha lain yang menjadi penggerak pemasukan pendapatan asli daerah. Disamping itu, Kabupaten Pekalongan juga memiliki sumber daya manusia terampil dalam industri batik dan industri aneka olahan pangan yang sebagian besar berskala UMKM serta kekayaan budaya dan kesenian. Sumber daya inilah yang harus diidentifikasi, dikembangkan untuk mengoptimalkan potensi unggulannya sehingga memiliki daya tarik wisata dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Pekalongan.

Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2010 tentang Pariwisata ditegaskan bahwa Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Potensi pariwisata yang bagus, akan mampu berdaya guna dan memiliki daya tarik apabila dikelola dan dikembangkan dengan baik. Sehingga tugas ini tidak dapat dibebankan pada satu pihak saja, melainkan diperlukan sinergitas dari semua pemangku kepentingan sebagai penggerak agar program ini dapat berjalan dengan baik dan tercipta suatu strategi kolaborasi dalam pengembangan potensi unggulan wisata yang ada di Kabupaten Pekalongan. Pemangku kepentingan dalam hal ini adalah : 1) Pemerintah Daerah, 2) Dunia Pendidikan atau Akademisi, 3) Pelaku Bisnis dan Industri, 4) Komunitas, dan 5) Media yang kemudian disebut sebagai sistem *Penta Helix*.



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

Masalah pada penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana sinergitas peran dari masing-masing pihak (*Penta Helix*) dalam perumusan strategi pengembangan potensi unggulan wisata di Desa Sumurjomblangbogo, Kecamatan Bojong, Kabupaten Pekalongan dengan pendekatan berbasis sumber daya (*Resource Based View*). Sebagai institusi pemerintah, Pemerintah Daerah Kabupaten Pekalongan melalui Dinas-Dinas terkait berperan untuk memasarkan dan mengembangkan potensi wisata yang ada di Kabupaten Pekalongan. Kegiatan di sektor ini membutuhkan kerjasama yang baik antara pihak pemerintah dan pelaku bisnis. Pihak akademisi diharapkan mampu menghasilkan konsep pengembangan pariwisata berdasarkan hasil penelitian.

Pada sisi lain, komunitas masyarakat pendukung pariwisata seperti komunitas bisnis perhotelan dan pariwisata, komunitas budaya, serta komunitas industri kreatif diharapkan mampu saling bersinergi untuk mendukung pengembangan sektor ini. Pihak mediapun, melalui liputan yang menarik dan komprehensif memegang peran penting dalam mempromosikan pesona keindahan wisata serta keunikan dan keragaman budaya mengingat mereka sangat proaktif dalam mendatangi tempat wisata dan mengabarkannya. Paling tidak menunjukkan bahwa pengembangan potensi pariwisata ini bukan hanya tanggung jawab pemerintah saja, tetapi diperlukan kolaborasi dari berbagai pihak meskipun komitmen Pemerintah Daerah tetap memegang peranan penting.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peran pemangku kepentingan pembangunan sektor pariwisata yang melibatkan pihak pemerintah, pebisnis, akademisi, komunitas dan media (*Penta Helix*). Menganalisis sinergitas para pemangku kepentingan tersebut dengan berbasis sumber daya yang dimiliki (*Resource Based View*).

MATERI DAN METODE PENELITIAN

LANDASAN TEORI

Pariwisata, Wisata, Kawasan Wisata, dan Objek Wisata

Istilah “pariwisata” konon untuk pertama kalinya digunakan oleh Presiden Soekarno dalam suatu percakapan padanan dari istilah asing *tourism*. Menurut Soekadijo (1997), pariwisata adalah segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan. Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sektor prospektif yang di pandang mempunyai peranan penting dalam pembangunan nasional, sehingga tidak mengherankan apabila pemerintah menaruh perhatian khusus kepada sektor ini. Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia No. 5 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Perjalanan Wisata Pengenalan, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara.

Kawasan wisata merupakan bentangan permukaan yang dikunjungi atau didatangi oleh orang banyak (wisatawan) karena kawasan tersebut memiliki obyek wisata yang menarik (Adisasmita:2006). Suwanto (1997) menjelaskan bahwa obyek wisata terdiri dari keindahan, iklim, pemandangan, flora dan fauna, hutan, serta sumber kesehatan seperti sumber air panas belerang, dan lain-lain. Daya tarik wisata yang juga disebut obyek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata.

Pengembangan Pariwisata

Pada hakekatnya ada empat bidang pokok yang dipengaruhi oleh usaha pengembangan pariwisata, yaitu ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan hidup. Menurut Joyosuharto (2000), pengembangan pariwisata memiliki tiga fungsi, yaitu: 1) menggalakkan ekonomi, 2) memelihara kepribadian bangsa dan kelestarian fungsi dan mutu lingkungan hidup, 3) memupuk rasa cinta tanah air dan bangsa. Untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, pengelola perlu memperbaiki atraksi yang ada serta promosi. Pengelola menggunakan media social seperti Instagram, Facebook, Blogger, dan melalui media elektronik seperti televisi, serta melalui media cetak seperti brosur (Talib dan Sunarti, 2020).

Penta Helix

Penta Helix (Lindmark, Stureson & Roos, 2009:24) merupakan perluasan dari strategi Triple Helix (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000; Etzkowitz et al 2007). Teori ini menekankan pentingnya penciptaan sinergi tiga kutub yaitu akademisi, bisnis dan pemerintah. (*Academic, Business & Government*) atau sering dikenal dengan istilah ABG. Tujuan dari teori ini adalah pembangunan ekonomi berkelanjutan berbasis ilmu pengetahuan. Dari sinergi ini diharapkan terjadi sirkulasi ilmu pengetahuan berujung pada inovasi yang memiliki potensi ekonomi atau kapitalisasi ilmu pengetahuan (*knowledge capital*) dengan melibatkan berbagai unsur masyarakat maupun Lembaga-lembaga non-profit dalam rangka mewujudkan inovasi.



Gambar 2. Strategi Kolaborasi Penta Helix

Lebih lanjut Purnomo dkk (2021) menyimpulkan bahwa Penta-helix harus dilakukan secara maksimal untuk menjaga sektor pariwisata. Tujuannya agar sektor pariwisata dapat bertahan di masa depan, rentan terhadap gangguan eksternal. Oleh karena itu, perlu dipertahankan dan ditingkatkan kolaborasi, dalam hal ini Penta-helix, untuk menciptakan inovasi agar sektor pariwisata dapat terus bertahan meski dalam keadaan krisis

Resource Based View (RBV)

Pada artikel Barney (2007) yang berjudul 'Firm Resource and Sustained Competitive Advantage', teori RBV menyatakan bahwa perusahaan memiliki sumber daya yang dapat menjadikan perusahaan memiliki keunggulan bersaing dan mampu mengarahkan perusahaan untuk memiliki kinerja jangka panjang yang baik. Penelitian ini menggunakan teori *Resource Based Value* (RBV), yaitu suatu pandangan berbasis sumber daya untuk menganalisis lingkungan internal, sebagai jawaban atas rumusan masalah. Kemampuan internal sebagai penentu untuk mengidentifikasi, menerapkan dan mengembangkan keunggulan kompetitif yang dimiliki, sehingga menjadi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

POPULASI DAN SAMPEL

Penelitian ini dilakukan di Unit Usaha Wisata BUMDes Tirta Arum, berupa kolam renang yang terletak di Desa Sumurjomblangbogo, Kecamatan Bojong, Kabupaten Pekalongan.

Populasinya adalah pengunjung kolam renang yang sangat bervariasi dari usia. Sampel diambil sebanyak 97 orang dengan pendekatan *purposive sampling*. Pertimbangan yang digunakan adalah pengunjung yang berusia antara 15-55 tahun.

METODE PENGUMPULAN DATA

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini diperoleh dengan pengamatan langsung (*survey*), wawancara (*interview*), dan penyebaran kuesioner. Sedangkan data sekunder berupa literatur, artikel, jurnal, data statistik yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan. Data dikumpulkan melalui teknik wawancara (*interview*), teknik pengamatan langsung (*survey*), *Focus Group Discussion* (FGD), dan teknik kuesioner.

TEKNIK ANALISIS DATA

Penelitian ini dilakukan menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif, yakni menggambarkan suatu fenomena yang terjadi secara jelas berdasarkan data yang terkait. Penelitian deskriptif dilakukan bertujuan untuk merumuskan fungsi dan peran dari masing-masing pemangku kepentingan dalam model *Penta Helix* (*Academic, Business, Government, Community & Media*) secara sinergi dalam usaha menyusun strategi pengembangan potensi unggulan pariwisata di Kabupaten Pekalongan dengan pendekatan berbasis sumber daya atau *Resource Based View* (RBV).

Hasil dari penyebaran kuesioner dilakukan tabulasi sehingga akan diperoleh peran dan kondisi setiap pemangku kepentingan. Atas dasar ini maka dianalisis sumber daya sektor pariwisata yang dimiliki dan menentukan potensi unggulannya sebagai daya tarik wisata (*Resource Based View*). Tahap selanjutnya adalah melakukan wawancara dengan pihak-pihak terkait (*Penta Helix*). Berikutnya membuat Matrik Analisis VRIO (*Value, Rare, Inimitable, Organized to Capture Value*) dan menganalisis fungsi dan peran dari setiap pihak *Penta Helix* dengan metode deskriptif kualitatif.

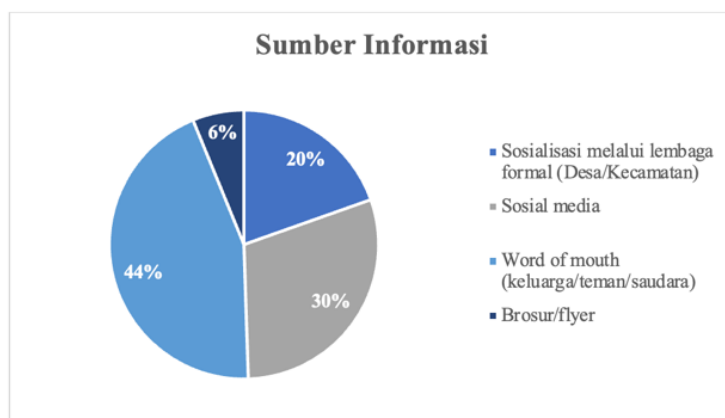
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Tabulasi Hasil Kuesioner Responden

Dilakukan penyebaran kuisoner untuk menganalisa profil, karakter dan perilaku pengunjung wisata air (kolam renang) Tirta Arum Sumurjomblangbogo. Hasil pengolahan kueisioner dari 97 responden dapat dijelaskan secara singkat menurut butir pertanyaan sebagai berikut:

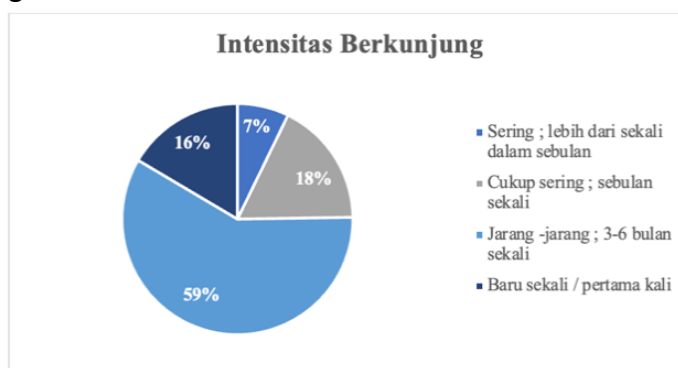
- Sumber informasi tentang wisata air (kolam renang) Tirta Arum Sumurjomblangbogo



Gambar 3. Sumber Informasi Kolam Renang Tirta Arum

Sebanyak 44% responden mengetahui tentang objek wisata kolam renang Tirta Arum dari informasi mulut ke mulut (*Word of Mouth*). Sumber informannya terdiri dari sosial media (30%) dan adanya sosialisasi Lembaga formal (20%). Sedangkan sumber informasi melalui brosur / flyer masih sangat rendah, yakni hanya 6%.

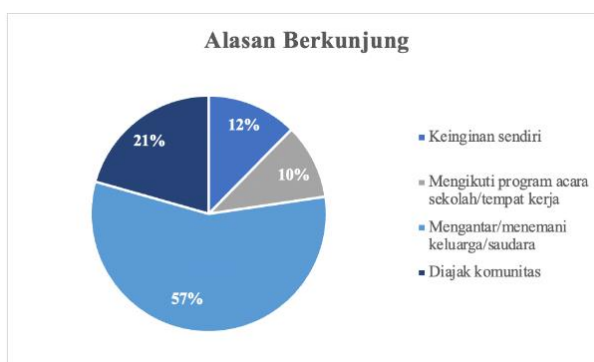
b. Intensitas berkunjung



Gambar 4. Intensitas Berkunjung

Intensitas berkunjung ke kolam renang Tirta Arum bisa dikatakan masih jarang-jarang yaitu 3-6 bulan sekali. Terbukti dengan jawaban terbanyak dari responden yaitu sebesar 59%. Sementara 18% responden menyatakan cukup sering berkunjung ke kolam renang Tirta Arum (sebulan sekali), 7% menyatakan sering berkunjung yaitu lebih dari sekali dalam sebulan dan 16% responden menyatakan baru pertama kali berkunjung ke kolam renang Tirta Arum.

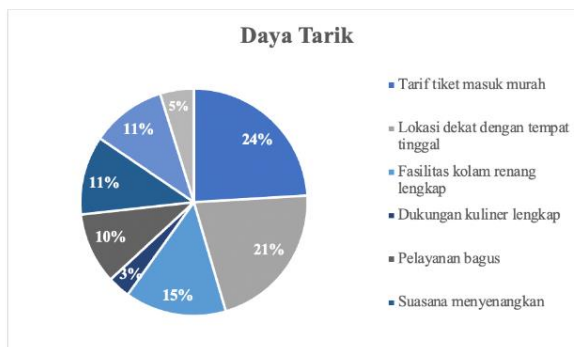
c. Alasan berkunjung



Gambar 5. Alasan Berkunjung

Sebagian besar responden yaitu sebanyak 57% menyatakan alasan berkunjung ke kolam renang Tirta Arum adalah mengantar/menemani keluarga/saudara, 21% responden berkunjung bersama komunitasnya, sementara hanya 12% yang menyatakan alasan berkunjung karena keinginan sendiri untuk mencari hiburan, dan paling rendah karena alasan mengikuti program dari sekolah/tempat kerja yaitu sebanyak 10%.

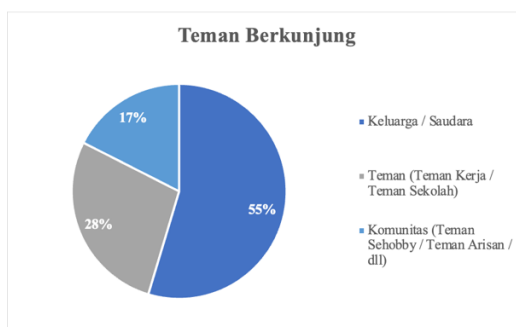
d. Daya tarik wisata air (kolam renang) Tirta Arum



Gambar 6. Daya Tarik Objek Wisata

Tiket masuk yang murah dan lokasi yang dekat dengan tempat tinggal masih menjadi daya tarik utama bagi pengunjung, terbukti dari 24% dan 21% jawaban responden. Sementara yang cukup menjadi daya tarik (10%-15% yang menjawab) adalah: pelayanan, suasana, fasilitas dan kondisi air kolam renang yang bersih. Untuk tempat parkir dan dukungan kuliner masih dianggap rendah sebagai daya tarik yaitu sebesar 3% dan 5% yang menjawab.

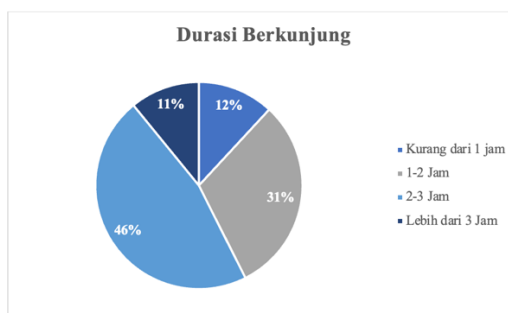
e. Teman berkunjung



Gambar 7. Teman Berkunjung

Sebagian besar responden penelitian ini berkunjung ke kolam renang Tirta Arum bersama dengan keluarga/saudara, yaitu sebanyak 55%, sementara yang berkunjung bersama teman, baik teman kerja maupun teman sekolah sebesar 28% dan 17% responden mengunjungi kolam renang bersama komunitas mereka.

f. Durasi berkunjung



Gambar 8. Durasi Berkunjung

Sebagian besar responden yaitu sebanyak 46% menghabiskan waktu di kolam renang selama 2-3 jam. 31% selama 1-2 jam, sementara yang hanya kurang dari 1 jam pengunjung yang menghabiskan waktunya di kolam renang sebanyak 12% dan 11% yang paling lama yaitu hingga lebih dari 3 berada di kolam renang Tirta Arum.

PEMBAHASAN

Identifikasi Sumber Daya Kolam Renang BUMDes Tirta Arum Sumurjomblangbogo

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, maka sumber daya yang dimiliki oleh kolam renang Tirta Arum secara terperinci pada table berikut ini :

Tabel 3. Identifikasi Sumber Daya

No	Sumber Daya
1	Letak geografis
2	Fasilitas inti (air kolam, kolam renang, papan seluncur, pancuran)
3	Fasilitas pendukung (toilet, kantin, tempat parkir, taman)
4	Sumber Daya Manusia (pengelola dan petugas teknis)
5	Budaya kerja
6	Pengelolaan kolam renang
7	Sistem perencanaan program kerja
8	Kualitas layanan
9	Adopsi Teknologi
10	Promosi (web, FB, IG dll)



Gambar 9. Suasana Kolam Renang Tirta Arum

Analisis VRIO pada Sumber Daya

Kerangka kerja VRIO adalah alat yang digunakan untuk menganalisis sumber daya internal perusahaan dan kemampuan untuk mengetahui apakah sumber daya dan kemampuan tersebut dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Antonio & Cardael:2012). Analisis VRIO mewakili empat pertanyaan yang menanyakan apakah sebuah sumber daya yang dimiliki itu : berharga (*Valuable*)?, langka (*Rare*)? mahal untuk ditiru (*Inimitable*)? dan terorganisir untuk menangkap nilai (*Organized to Captured Value*)?

Berdasarkan pada analisis sumber daya yang dimiliki kolam renang Tirta Arum, maka dapat diidentifikasi hasil uji VRIO secara rinci pada table berikut ini :

Tabel 4. Matrik VRIO Sumber Daya

No	Sumber Daya	V	R	I	O
1	Letak geografis	V	X	X	X
2	Fasilitas inti (air kolam, kolam renang, papan seluncur, pancuran)	V	X	X	V
3	Fasilitas pendukung (toilet, kantin, tempat parkir, taman)	V	X	X	V
4	Sumber Daya Manusia (pengelola dan petugas teknis)	V	X	X	V
5	Budaya kerja	V	V	V	V
6	Pengelolaan kolam renang	V	X	X	V
7	Sistem perencanaan program kerja	V	X	X	V
8	Kualitas layanan	V	X	X	V
9	Adopsi Teknologi	V	X	X	V
10	Promosi (Web, FB, IG dll)	V	V	V	V

Sinergitas Peran

Academician (Akademisi) berperan sebagai pusat kajian dalam inspirator ide, gagasan produk, inovasi produk dan pemasaran dalam pengembangan bisnis BUMDes kolam renang Tirta Arum agar memiliki keunggulan bersaing. **Business (Pelaku Bisnis)** memainkan peran sebagai pelaku utama. Dalam praktek bisnis saat ini, hal yang harus dicapai adalah keuntungan yang berkelanjutan (*sustainable profit*) dengan mengembangkan potensi wisata kolam renang Tirta Arum. **Government (Pemerintah)** berperan sebagai regulator dan dinamisator untuk menggerakkan ekonomi lokal dengan membuka peluang penyerapan lapangan kerja sehingga akan mengurangi angka pengangguran di daerah. **Community (Komunitas)** berperan sebagai akselerator pengembangan bisnis baik melalui bantuan promosi maupun partisipasi aktif dalam kegiatan di lokasi. Sedangkan **Media (Media)** berperan sebagai sarana publikasi dalam mempromosikan objek wisata kolam renang dan membangun *brand image*

SIMPULAN

Pengembangan objek wisata air kolam renang Tirta Arum dari BUMDes Sumurjomblangbogo telah melibatkan semua pihak pemangku kepentingan (*stakeholder*). Fungsi dan peran dari masing-masing *Penta Helix* dalam pengembangan wisata air kolam renang Tirta Arum BUMDesa Sumurjomblangbogo, dalam hal ini sinergi antara *Academician* (Akademisi) *Business* (Pelaku Bisnis), *Government* (Pemerintah), *Community* (Komunitas) dan *Media* secara konseptual telah terwujud. Dengan demikian, strategi pengembangan yang telah dirumuskan perlu dijabarkan dalam program aksi / aplikasi nyata secara detail. Mengingat lingkungan bisnis yang sangat dinamis, maka strategi pengembangan perlu ditinjau secara periodik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, Rahardjo. (2006). *Pembangunan Kelautan dan Kewilayahan*. Yogyakarta: Graha Ilmu Yogyakarta.
- Barney, J. B., dan Clark, D. N. (2007). *Resource-Based Theory: Creating and Sustaining Competitive Advantage*. New York: Oxford University Press.
- Cardeal, Nuno and Antonio, Nelson. (2012). Valuable, Rare, Inimitable Resources, and Organization (VRIO) Resources or Valuable, Rare, Inimitable Resources (VRI) Capabilities: What Leads to Competitive Advantage. *Journal of Business Management*. Vol. 6, No. 37, September 2012, pp. 10159 – 10170.
- Etzkowitz, H, Leydesdorff, L. (2000) The Dynamics of Innovation: From National System and 'Mode 2' to a Triple Helix of University-Industry-Goverment relations'. *Research Policy*, 29(2), 109
- Indonesia (2014). *Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia No. 5 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Perjalanan Wisata Pengenalan*. Jakarta: Menteri Pariwisata.
- Indonesia. (2014). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 tentang Otonomi Daerah*. Jakarta: Kementrian RI.
- Joyosuharto, S. (2000). *Aspek Ketersediaan dan Tuntutan Kebutuhan dalam Pariwisata, dalam Dasar – Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Editor: Ch. Fandeli. Yogyakarta: Liberty.
- Lindmark, Sturesson and Roos. (2009). *Difficulties of Collaboration for Innovation*, Master thesis in business administration. Lund University.
- Pitana, I.G. dan Putu, G.G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Purnomo, Eko Priyo., Aqil Teguh Fathani, Deni Setiawan, Mochammad Iqbal Fadhlurrohan, and Dwi Heru Nugroho. (2021). Penta-Helix Model in Sustaining Indonesia's Tourism Industry. *ICADS 2021, AISC 1352*, pp. 477–486, 2021
- Soekadijo. (1997). *Anotomi Pariwisata*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Suwantoro, G. (1997). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Talib, Desrika dan Sri Sunarti. (2021). Strategi Pelestarian Budaya Lokal sebagai Upaya Pengembangan Pariwisata Budaya. *Tulisan Ilmiah Pariwisata*. Vol. 4, No. 1 Juni 2021

● **19% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

- Crossref database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Titi Rahayu Prasetiani. "PENGUATAN SINERGI ABG (ACADEMIC, BUSIN...	6%
	Crossref	
2	Arif Triwinarso, Susianti Susianti, Maria Giovani Putri Leda. "Pajak hote...	1%
	Crossref	
3	Zhakia Nathasha Siregar, Nur Azlina, Rofika Rofika. "Pengaruh komuni...	1%
	Crossref	
4	Nur Erika Novira Indah, Finna Fourqoniah, M. Fikry Aransyah. "Pengar...	1%
	Crossref	
5	Khairunnisa Khairunnisa, Tridoyo Kusumastanto, Achmad Fahrudin. "P...	1%
	Crossref	
6	Dharma Setyawan, Fina Sundari. "MARKETING DIGITAL WISATA PINUS...	<1%
	Crossref	
7	Arhetta Putri Annisa. "Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Da...	<1%
	Crossref	
8	Novita Febriany. "Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuan...	<1%
	Crossref	
9	Veneranda Rini Hapsari, Usman Usman, Rissa Ayustia. "PENGEMBANG...	<1%
	Crossref	

- 10

Budi Setiawan, M. Rachmad R, Arman Delis. "Analisis penerimaan paja...

Crossref

<1%
- 11

Tryana Ramadhany Batubara, Juliana Nasution. "Analisis Kontribusi P...

Crossref

<1%
- 12

Samas Adimisa Mishbah Habibie, Rida Perwita Sari. "Sinergi Lima Bint...

Crossref

<1%
- 13

Mahfiyah, Ach Faqih Supandi, Muhammad Abdul Basir. "Peluang Dan ...

Crossref

<1%
- 14

Fahri Setia, Cecep Safaatul Barkah. "Usulan Strategi Optimalisasi Akun...

Crossref

<1%
- 15

Marielle de Oliveira. "Modelagem e simulação numérica de turbinas eó...

Crossref posted content

<1%
- 16

Ongky Safari, C.K. Pattinasaranny, Yosevita. Th. Latupapua. "POTENSI ...

Crossref

<1%
- 17

Yuchep Budi Prayogo, Aglis Andhita Hatmawan. "Pengaruh Pembekala...

Crossref

<1%
- 18

Adita Maya Safira, Susie Perbawasari, Anwar Sani. "Proses Seleksi Lok...

Crossref

<1%
- 19

Iwan Riswana, Didi Rukmana, Sitti Bulkis. "STRATEGI PENGEMBANGA...

Crossref

<1%