

Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Alam Puri Mataram sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kabupaten Sleman Yogyakarta

Nina Mistriani

Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia
(STIEPARI) Semarang

***Abstract.** Potential Attraction of Puri Mataram Sleman Yogyakarta Regency is a trending topic for tourists as a tourist destination in Sleman Regency with the cultural concept of Mataram kingdom. Located in Drono. Tridadi village, Sleman, Yogyakarta. The research is to find out the strategy for developing natural tourist attraction. This research is qualitative research, applying facts in the field. Attraction of Puri Mataram get attention of the Indonesian Vice President in managing through BUMDes Tridadi Makmur increasing the construction activities, additions and management of infrastructure facilities that are balanced with increasing quality of services provided, making Puri Mataram a natural tourist attraction as a leading tourist destination in Sleman Regenc. Methods of approaching tourism components 5A (Accessibility, Accommodations, Attraction, Activities Amenities). The conclusion of a quality and balanced development strategy pays attention to 3 main steps, namely short-term focused emphasis, medium term emphasizing consolidation and long-term focus on development.*

***Keywords:** Potential of Local Culture, Tourism Development.*

Abstrak. Potensi Daya Tarik Puri Mataram Kabupaten Sleman Yogyakarta menjadi trending topic bagi wisatawan sebagai tujuan wisata di Kabupaten Sleman dengan konsep budaya kerajaan Mataram. Berlokasi di dusun Drono, Desa Tridadi Sleman Yogyakarta. Tujuan penelitian untuk mengetahui strategi pengembangan daya tarik wisata alam. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, menerapkan fakta dilapangan. Daya Tarik Puri Mataram menarik perhatian Wakil Presiden RI dalam pengelolaan melalui BUMDes Tridadi Makmur meningkatkan kegiatan pembangunan, penambahan, dan pengelolaan fasilitas prasarana yang seimbang dengan meningkatnya kualitas pelayanan yang disediakan, menjadikan daya tarik wisata alam Puri Mataram sebagai daerah tujuan wisata unggulan di Kabupaten Sleman. Metode pendekatan komponen pariwisata 5A (Accessibility, Accommodations, Attraction, Activities Amenities). Kesimpulan strategi pengembangan berkualitas dan seimbang memperhatikan 3 langkah pokok yaitu jangka pendek menitikberatkan optimasi, jangka menengah meitikberatkan konsolidasi dan jangka panjang menitikberatkan pada pengembangan.

Kata kunci: daya tarik wisata, startegi pengembangan pariwisata.

PENDAHULUAN

Industri Pariwisata pada era globalisasi harus di dukung dengan peranan sumber daya manusia yang berkualitas dan professional. Hal ini disebabkan oleh persaingan dalam dunia pariwisata yang semakin ketat. Keadaan inilah yang mendorong para pengelola wisata untuk menyediakan berbagai sarana dan prasarana yang lengkap dan memadai, sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata. Wisatawan akan lebih nyaman menikmati keindahan suatu destinasi wisata jika didukung dengan sarana dan prasarana yang lengkap.

Pariwisata adalah salah satu jenis baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks harus merealisasi industri-industri klasik, seperti kerajinan tangan, cenderamata. Penginapan dan transportasi secara ekonomis dipandang sebagai industri. Pendit ((2006).

Perkembangan pariwisata yang telah dilakukan baik oleh pemerintah maupun swasta telah meningkatkan jumlah wisatawan dari suatu daerah ke daerah lain. Kunjungan wisatawan akan merangsang interaksi sosial dengan penduduk di sekitar tempat wisata dan merangsang tanggapan masyarakat sekitar sesuai dengan kemampuan masyarakat dalam berpartisipasi baik di bidang perekonomian, kemasyarakatan maupun budaya setempat.

Potensi Daya Tarik Puri Mataram Kabupaten Sleman Yogyakarta menjadi *trending topic* bagi wisatawan untuk berkunjung ke daya tarik wisata baru yang mengusung konsep budaya kerajaan Mataram. Berlokasi di dusun Drono, Desa Tridadi Sleman. Lokasinya hanya sekitar satu kilometer dari kompleks perkantoran Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Sleman.

Tanah kas desa seluas 4,5 hektare di Tridadi Sleman ini menjadi daya tarik wisata alam yang sangat menarik untuk dikunjungi. Tempat ini dikelola oleh BUMDes Tridadi Makmur. Perkembangan di daya tarik semakin gencar dalam kegiatan pembangunan, penambahan, dan pengelolaan fasilitas prasarana yang ditunjang dengan meningkatnya kualitas pelayanan yang disediakan daya tarik wisata telah menjadikan daya tarik wisata alam Puri Mataram sebagai daerah tujuan wisata unggulan di Kabupaten Sleman.

KAJIAN TEORI

Pariwisata menurut motivasi atau keinginan dari manusia

Pada hakekatnya, menurut Karyono (1997), pengambilan keputusan wisatawan untuk berangkat berwisata berkaitan dengan 5 hal yaitu:

- a. Keinginan berwisata. Faktor inilah yang berkaitan dengan alasan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata.
- b. Evaluasi terhadap banyaknya informasi yang terkumpul yang mendorong wisatawan untuk menghubungi biro perjalanan atau *travel agent* guna memperoleh dan mempelajari paket-paket wisata yang tersedia tentang daerah tujuan wisata.
- c. Keputusan berwisata. Hal ini menyangkut macam dan jenis perjalanan yang akan digunakan, akomodasi dan aktifitas wisata yang dipilih.
- d. Penelitian terhadap perjalan wisata. Sebelum, selama dan sesudah melakukan perjalanan wisata, wisatawan biasanya melaksanakan penilaian terhadap pengalaman dan kepuasan yang diperoleh selama berwisata. Penilaian terhadap kepuasan ini sangat menentukan keinginan berwisata di waktu mendatang pada tempat yang sama ataupun tempat yang berbeda.

Daya Tarik Wisata

Pengertian Daya Tarik Wisata berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009, tentang kepriwisataan di jelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.

Menurut A. Yoeti dalam bukunya ” *pengantar ilmu pariwisata* “ tahun 1985 menyatakan bahwa daya tarik wisata atau *tourist attraction* “ istilah yang lebih sering digunakan yaitu segala sesuatu yang menjadikan daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu.

Pendit Nyoman S. 1994 berpendapat bahwa daya tarik wisata adalah sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat.

Dari beberapa pengertian di atas maka dapat di tarik kesimpulan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan dan nilai yang tinggi yang menjadi tujuan wisatawan datang ke sesuatu daerah tertentu.

Jenis –jenis daya tarik wisata antara lain:

- a. Daya tarik wisata ciptaan Tuhan, yaitu alam, flora, dan fauna
- b. Daya tarik wisata hasil karya manusia, misalnya museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya dan tempat hiburan

Daya tarik wisata perpaduan buatan manusia dan keindahan alami, misalnya bendungan, pertanian, perkebunan, peternakan dan lainnya.

Wisata Alam

Berdasarkan Undang-undang No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, 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.

Yoeti (1996) Pada umumnya daya tarik wisata suatu destinasi wisata berdasarkan pada :

- a. Adanya sumber daya yang menimbulkan rasa senang, indah, nyaman, dan bersih.
- b. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjungi
- c. Adanya ciri khusus/spesifikasi yang bersifat langka
- d. Adanya sarana/prasarana penunjang untuk melayani wisatawan yang hadir
- e. Destinasi wisata alam mempunyai daya tarik tinggi karena keindahan alam, pegunungan, sungai, pantai, hutan, dan sebagainya
- f. Destinasi budaya mempunyai daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat, nilai leluhur yang terkandung dalam suatu buah karya manusia pada masa lampau.

Komponen Pariwisata

Konsep 5A seringkali dijadikan pertimbangan oleh perusahaan perjalanan wisata dalam menentukan suatu daerah tujuan wisata, yaitu:

a. Accessibility

(Kemudahan untuk dikunjungi dan memiliki jalan yang dapat dilalui oleh kendaraan).

Lokasi wisata yang layak, aman, nyaman dan dapat dijangkau oleh wisatawan secara individu maupun rombongan dan adanya sarana penunjang transportasi, seperti kelayakan dan kenyamanan, serta keamanan jalan menuju lokasi. Kecuali bagi wisatawan *adventure*, yang mampu menelusuri lokasi wisata dengan berjalan kaki,

namun pada jarak tertentu. Transportasi: pesawat udara, kapal laut, kereta api, minibus, sedan, motor, sepeda, becak.

b. Accommodations

(Kemudahan mendapatkan/ada tempat penginapan yang layak bersih dan ramah/menyenangkan).

Terdapat tempat untuk bermalam dan beristirahat yang layak, aman, dan memenuhi persyaratan kesehatan/sanitasi yang sehat. Di antaranya : hotel, resort, hostel, losmen, *guest house*, caravan, sewa tenda, ataupun rumah penduduk (sebagian fasilitasnya) yang memang diperuntukan bagi wisatawan.

c. Attraction

(Kemudahan melihat atraksi yang khas di lokasi wisata).

Adanya atraksi atau objek wisata yang dikelola oleh pemerintah/masyarakat setempat yang layak serta aman untuk dikunjungi wisatawan. Natural:pantai, laut, hutan alam, telaga, gunung. Man-Made: museum, candi, taman, monumen. culture:seni, adat, tempat bersejarah, situs.

d. Activities

(Kemudahan dan adanya sarana fasilitas untuk melakukan kegiatan yang menyenangkan dan aman di daerah tersebut).

Adanya aktifitas yang layak dilakukan wisatawan dengan aman, dan dapat dipantau keselamatannya. Di antaranya: mendaki gunung, menyelam, ski, berenang, berjalan santai, menonton pertunjukan, santai menikmati pemandangan dan kesejukan alam.

e. Amenities

(Fasilitas lain yang menunjang perjalanan wisata, seperti telepon, penukaran uang, toko souvenir, dan lain-lain).

Tersedianya fasilitas-fasilitas yang diperlukan oleh wisatawan seperti:bank, *money charger*, ATM, toko, rumah makan, toilet yang memadai, kantor pos, cenderamata, pasar, jaringan internet, HP, telegram.

Strategi Pengembangan Pariwisata

Strategi pengembangan kepariwisataan menurut Undang-Undang RI no 10 tahun 2009 dilakukan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan, dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata.

Strategi pengembangan kepariwisataan menurut Suwanto (2004) bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang dan bertahap. Strategi pengembangan pariwisata mencakup beberapa aspek langkah pokok yang dapat dilihat dari jangka waktunya. Aspek tersebut antara lain :

1. Jangka Pendek

Dalam jangka pendek strategi pengembangan pariwisata menitikberatkan pada optimasi, terutama untuk :

- a. Mempertajam dan meningkatkan citra pariwisata
- b. Meningkatkan mutu tenaga kerja
- c. Meningkatkan kemampuan pengelolaan
- d. Memanfaatkan produk yang ada
- e. Memperbesar saham dari pasar pariwisata yang telah ada

2. Jangka Menengah

Dalam jangka menengah strategi pengembangan pariwisata menitik beratkan pada konsolidasi, terutama dalam :

- a. Memanfaatkan citra kepariwisataan Indonesia
- b. Mengkonsolidasikan kemampuan pengelolaan
- c. Mengembangkan dan diversifikasi produk
- d. Mengembangkan jumlah dan mutu tenaga kerja

3. Jangka Panjang

Dalam jangka panjang strategi pengembangan pariwisata menitik beratkan pada pengembangan dan penyebaran, terutama dalam :

- a. Pengembangan kemampuan pengelolaan
- b. Pengembangan dan penyebaran produk dan pelayanan
- c. Pengembangan pasar pariwisata baru
- d. Pengembangan mutu dan jumlah tenaga kerja.

HASIL PEMBAHASAN

Daya Tarik Wisata Alam Puri Mataram

1. *Accessibility* (Kemudahan menuju Puri Mataram)

Puri Mataram berlokasi di Dusun Ndrono, Tridada Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. Kabupaten Sleman adalah sebuah kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta. Ibukota Kabupaten ini adalah Sleman. Sleman dikenal sebagai asal buah salak pondoh. Kemudahan akses menuju lokasi Puri Mataram sangat mudah dijangkau oleh berbagai macam transportasi, baik transportasi umum maupun transportasi online. Sekitar 5 Menit dari Terminus Jombor Sleman Yogyakarta. Kondisi jalan utama kota Sleman, sehingga sudah beraspal dan aman dikunjungi oleh wisatawan.

2. *Accomodations* (Kemudahan mendapatkan tempat penginapan di Puri Mataram)

Tempat menginap dilokasi ini belum tersedia dengan baik. Kondisi alam sangat mendukung apabila disediakan *homestay* bentuk joglo atau lainnya yang bertema kepada rumah kerajaan mataram, dengan diberikan konsep pelayanan *waiter/waitress* memakai pakaian khas Jawa. Namun beberapa tempat penginapan hotel dekat Puri Mataram mudah dijangkau seperti: Prims SR Hotel&Convention, Borobudur Hotel Jombor, dll.

3. *Attraction* (Kemudahan melihat atraksi yang khas di lokasi wisata)

Potensi wisata alam Sleman Yogyakarta yaitu Puri Mataram telah menarik perhatian Wakil Presiden RI, Jusuf Kalla ke Puri Mataram. Kunjungan tersebut ditemani oleh Gubernur DIY. Sri Sultan HB X, dan Bupati Sleman, Sri Purnomo untuk berkeliling ke daya tarik wisata tersebut.

Puri Mataram memiliki spot atraksi yang menarik yang dibuka untuk umum di desa seluas 4,5 hektar di area sawah hijau, bangunan joglo, jembatan bamboo, replika tugu, dan taman bunga celosia yang ditawarkan untuk dapat dinikmati oleh wisatawan. Sedangkan wahana yang ditawarkan adalah taman kelinci, Pasar Ndhelik, dan bebek air. Buka pada jam 08.00 pagi sampai dengan 7 malam. Tiket cukup dengan membayar Rp. 10.000,-.



Gambar icon Puri Mataram
Sumber: peneliti

4. *Activities* (Kemudahan dan adanya sarana fasilitas untuk melakukan kegiatan yang menyenangkan dan aman di daerah tersebut).

Aktivitas untuk dapat meningkatkan kunjungan wisatawan, kemudian wisatawan akan lama dilokasi wisata untuk menghabiskan waktunya. Pada akhirnya akan menghabiskan uangnya untuk menikmati aktifitas yang ada di daya tarik wisata.

Kreatifitas yang dilaksanakan oleh pengelola Puri Mataram cukup menarik perhatian wisatawan. Tanah milik BumDes disulap menjadi wisata alam dengan berbagai aktifitas yang dapat dilakukan, seperti wisatawan dapat menikmati pemandangan bunga yang indah, foto selfie miniatur Tugu Jogjakarta yang merupakan icon Jogja, menikmati pemandangan alam pesawahan, menikmati embung untuk bermain air, menangkap ikan, menaiki wahana permainan bebek air, dan wisata edukasi taman kelinci.

Aktifitas kegiatan usaha Puri Mataram dikerjakan oleh masyarakat setempat. Sehingga memberikan keuntungan kepada masyarakat dalam keuntungan ekonomi maupun sosial budaya

5. *Amenitas* (Fasilitas penunjang di Puri Mataram)

Fasilitas sarana dan prasarana di Puri Mataram terjaga dengan baik oleh BumDes yang mayoritas pengelolanya adalah masyarakat setempat.

a. Rumah makan

Wisatawan dapat menikmati aneka menu masakan dan minuman khas “ndeso” dengan harga yang relatif terjangkau, mulai Rp. 4000,- per porsi hingga ratusan ribu paket makan bersama.

b. Pusat Informasi

Sarana informasi untuk wisatawan satu tempat dengan tiket masuk. Saat wisatawan membeli tiket masuk, maka sarana dan prasarana tempat lokasi akan dijelaskan oleh petugas.

Strategi Pengembangan Pariwisata

Strategi digunakan untuk tujuan akhir dalam mencapai sasaran pengembangan pariwisata yang efektif dengan lingkungan dan kondisi pengembangan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang, dan berharap dapat dilihat dari jangka waktunya. Aspek tersebut antara lain :

1. Jangka Pendek

Strategi pengembangan pariwisata di Puri Mataram sebagai daya tarik daerah tujuan wisata di Sleman fokus pada membangun

a. Citra pariwisata

Puri Mataram berhasil mengubah persepsi wisatawan tentang produk daya tarik *icon* Jogjakarta yaitu Tugu Jogjakarta yang hanya dapat diminati di pusat kota dengan pemandangan kota Jogja, kini dapat diminati mengikuti tren jaman digital dengan spot selfie Tugu Jogjakarta berupa miniatur dengan pemandangan bunga yang indah. Suasana Budaya Mataram tumbuh dengan kental suasana jawa, namun dikemas dengan wisata edukasi yang nyaman untuk wisatawan.

Citra *Accessibility* dalam kemudahan akses untuk mencapai lokasi sudah mendukung baik, mungkin titik informasi dipusat kota Sleman dapat ditambahkan sebagai media informasi yang mudah dijangkau. Citra *Accomodations* dan *Amenities* untuk pendukung kegiatan dalam jangka pendek dapat bekerjasama dengan pihak lain, diantaranya *homestay* dan pusat cenderamata. Citra *Attraction* budaya lokal berhasil di tampilkan di Puri Mataram, hanya beberapa kemas yang perlu dibangun yaitu Informasi sejarah Puri Mataram, Pakaian pengelola menggunakan pakaian khas Jawa, dan sebagainya. Citra *Activities* daya tarik wisata Puri Mataram menarik menjadi pilihan tujuan wisatawan untuk berkunjung. Bangunan adat jawa dan sebuah jembatan dari bahan bamboo yang cukup panjang dan disuguhi oleh pesawahan dan dapat bermanja dengan bunga untuk berswafoto. Hal ini menjadi perhatian bagi pengelola adanya batasan pengunjung mengunjungi taman bunga, dikhawatirkan pengrusakan lingkungan disekitar taman bunga.

Citra menjadi penting dalam strategi pengembangan daya tarik wisata untuk menjadi tujuan wisata jangka pendek dan berkelanjutan, oleh karena itu pemerintah dan pengelola dapat bersinergi dalam pengembangan Puri Mataram menjadi lebih baik dan diminati wisatawan .

b. Meningkatkan mutu tenaga kerja dan kemampuan pengelolaan

Meningkatkan mutu kerja bagi pengelola menjadi faktor penting dalam meningkatkan sumber daya manusia (SDM). Hal ini akan menentukan perkembangan suatu daerah. Pengelola Puri Mataram dapat diberikan pelatihan, pembinaan dan uji kompetensi bidang pariwisata. Hal ini untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan dalam daya tarik Puri Mataram dan meningkatkannya mutu tenaga kerja dalam pelayanan kepada wisatawan.

2. Jangka Menengah

Strategi pengembangan yang dilakukan kepada kemampuan pengelolaan dalam mengembangkan daya tarik wisata dan menjaga citra pariwisata Indonesia umumnya dan khususnya Sleman Yogyakarta.

Puri Mataram mendapatkan apresiasi dari sekretaris Jenderal Kementerian Desa, dan Transmigrasi Republik Indonesia telah mengangkat citra pariwisata dimana satu langkah percepatan ekonomi desa melalui Badan Usaha Milik Desa. Prioritas dana desa ini menjadi salah satu dapat menjadi munculnya pemberdayaan masyarakat desa.

3. Jangka Panjang

Strategi pengembangan pariwisata jangka panjang dan berkelanjutan sangat penting, dalam pengembangan kemampuan pengelolaan, penyebaran produk dan jumlah tenaga kerja, dan mutu tenaga kerja.

Mewujudkan daya tarik tujuan wisata Puri Mataram menjadi daya tarik wisata nyaman, menarik, dan mensejahterakan masyarakat, serta dapat mengoptimalkan sumber daya alam yang khas sebagai pendukung terciptanya daya tarik yang berwawasan lingkungan. Pemerintah dan Pengelola siap meningkatkan daya saing pariwisata tingkat nasional dan internasional melalui perencanaan dan pengelolaan pariwisata alam dan budaya yang berkelanjutan dengan meningkatkan pemberdayaan masyarakat. Meningkatkan kemandirian masyarakat dengan bertanggung jawab untuk mendukung tercapainya daya tarik wisata alam Puri Mataram sebagai tujuan wisata di Kabupaten Sleman Yogyakarta.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Daya tarik Puri Mataram merupakan daerah tujuan wisata Kabupaten Sleman Yogyakarta memiliki konsep daya tarik wisata alam dan budaya bernuansa kerajaan Mataram. Strategi pengembangan melalui komponen pariwisata *Accessibility, Accommodations, Attraction, Activities* dan *Amenities* yang dikenal dengan konsep 5A dan tujuan akhirnya untuk mencapai sasaran pengembangan pariwisata yang efektif dengan kondisi pengembangan produk dan pelayanan yang berkualitas sesuai jangka waktunya yaitu jangka pendek, menengah dan panjang.

Saran

- a. Pengelola Puri Mataram
 1. Pembuatan papan Informasi sejarah Puri Mataram
 2. Tersedianya guide lokal menggunakan bahasa Jawa dan lengkap menggunakan pakaian Jawa
 3. Informasi batasan kunjungan wisatawan ke taman bunga Puri Mataram
- b. Pemerintah
 1. Adanya media informasi berada dipusat kota Sleman tentang Puri Mataram
 2. Pembuatan homestay dan pusat cenderamata.
 3. Pelatihan, pembinaan dan uji kompetensi bidang pariwisata untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan daya tarik wisataalam dan meningkatkannya mutu tenaga kerja dalam pelayanan kepada wisatawan.
 4. Pemerintah dan pengelola dapat bersinergi dalam pengembangan Puri Mataram menjadi lebih baik dan diminati wisatawan .
 5. Pemerintah dan Pengelola siap meningkatkan daya saing pariwisata tingkat nasional dan internasional melalui perencanaan dan pengelolaan pariwisata alam dan yang berkelanjutan.
 6. Penelitian ini digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya dalam menggali daya tarik wisata alam Puri Mataram sebagai daerah tujuan wisata di Kabupaten Sleman Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Burhan, Fahmi Ahmad. *Wapres JK Berwisata Ke Puri Mataram Sleman, Ini Kesan Yang Ditulisnya*. 2018. www.harianjogja.com.
- Devy, Helln Angga, dan Soemanto, R.B. *Pengembangan Objek Dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kabupaten Karanganyar*. 2017. *Jurnal Sosiologi*. Volume 32 No 1. ISSN:0215/9635.
- Karyono. *Kepariwisataan*. 1997. Jakarta. PT. Grasindo.
- Paludi, Salman. *Pengertian dan Dimensi Citra Destinasi Pariwisata*. 2017. blogspot.com
- Pendit, S. Nyoman. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. 1994. Jakarta. PT Pradnya Paramita.
- Pendit, S. Nyoman. *Ilmu Pariwisata*. 2006. Jakarta. PT Pradnya Paramita.
- Pertana, Pradito Rida. *Tempat Wisata Instagramable Baru di Yogya:Puri Mataram*. 2018. DetikTravel.
- Suwantori, Gamal. *Dasar-dasar Pariwisata*. 2004. Yogyakarta. Andi Offset.
- Undang-Undang No. 10 Tahun 2009. *Kepariwisataan*.
- Wardhani, UE dkk. *Usaha Perjalanan Pariwisata*. 2008. Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.
- Way, Irma Herlina, Wuisang, E.V Cyntia, dan Suryadi Supardjo. *Analisis Kebutuhan Prasarana dan Sarana Pariwisata Di Danau Uter Kecamatan Aitiymyo Kabupaten Maybat Provinsi Papua Barat*. 2016. <http://ejournal.unsrat.ac.id>.
- Yoeti, Oka A. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. 1996. Angkasa Bandung.