

## STRATEGI REVITALISASI KAWASAN WISATA SANGEH (STUDI KASUS DENGAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT)

I Wayan Edi Arsawan\*)

[wayanediarsawan@pnb.ac.id](mailto:wayanediarsawan@pnb.ac.id)

Ni Made Kariati\*)

I Wayan Wirga\*)

\*) Jurusan Administrasi Niaga PNB

Ni Putu Santi Suryantini \*\*)

\*\*) FEB Universitas Udayana

**Abstract:** *This study investigates and finds the composition strategy of revitalizing Sangeh tourism destination most feasible to examine various factors internal and external to provide alternative management assisted with a touch of modern management and utilization of information technology relevant to stick to local wisdom (local genius) so that the various potentials Sangeh region can be managed with more organized, structured, accountable and secure its sustainability so that their indirect impact is the increased standard of living of the surrounding communities and the sharpening of the various potential areas and human resources.*

*The method used in this research is descriptive method qualitative with direct conduct field observations, interviews with the manager, prajuru (figure) village and visitors Sangeh tourism destination so on get a composition data from two directions managers (stakeholder) and visitors (tourists ) to formulate policies / strategies are most worthy to revitalize Sangeh tourism destination.*

*From the results of SWOT analysis results of the most dominant options strategy is a strategy SO (strength Opportunities); strategies utilize all the power and take advantage of opportunities as possible for that; 1) the maintenance and development of road access 2) an increase in promotion and travel packages with proper media selection, 3) more often hold events / festivals to increase the number of 4) increase of supporting facilities such as accommodation, restaurant and souvenir shop sellers. From interviews and questionnaires to tourists the average respondent to respond positively and constructively while still giving emphasis on improving access to transport, inadequate infrastructure and lack of clean and lack of information about Sangeh in the new location.*

*Keywords; revitalization, swot analysis, tourist areas sangeh*

### PENDAHULUAN

Indonesia memiliki beraneka ragam potensi untuk diolah dan dimanfaatkan. Selain itu negara Indonesia juga kaya akan seni budaya daerah, adat istiadat, peninggalan sejarah terdahulu dan yang tidak kalah menarik adalah keindahan panorama alamnya yang sangat potensial untuk dikembangkan dengan baik. Dalam sekup yang lebih kecil, ternyata pariwisata dapat diandalkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan nasional (Yoeti, 2008). Banyak juga objek wisata yang ada di Indonesia yang telah terkenal tidak hanya di dalam negeri maupun ke luar negeri. Oleh sebab itu pengembangan pariwisata

di Indonesia dilakukan oleh seluruh wilayah di Indonesia maka dibentuklah Departemen Kebudayaan dan Pariwisata di tingkat nasional dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah di tingkat daerah.

Sedangkan dinegara lain, pariwisata dibuat begitu dramatis baik melalui promosi yang luas maupun penyediaan sarana yang berkembang pesat. Hal ini menjadi persaingan yang tajam antar Negara untuk memperlihatkan sekaligus menjual pariwisata dengan berbagai keunikannya. Tidak hanya perlu destinasi yang indah dan unik, tetapi pariwisata merupakan hal yang sangat kompleks dimana melibatkan sarana/prasarana dan infrastruktur yang memadai, sumber daya manusia yang mumpuni, penggunaan teknologi tepat guna serta keterlibatan pemerintah dalam segala aspek penunjang pariwisata itu sendiri.

Provinsi Bali merupakan sebuah pulau kecil yang memiliki potensi pariwisata yang sangat besar dan sudah mendunia. Beberapa tempat seperti kuta, sanur, nusa dua serta Tanah Lot menjadi destinasi wisatawan yang paling digemari. Hal ini menjadi sebuah katalisator bagi daerah lain di Bali yang juga memiliki potensi pariwisata yang layak untuk dikembangkan menjadi daerah tujuan yang unik dan memberikan kesan tersendiri kepada para wisatawan.

Tidak saja menjual tempatnya dengan keindahan tetapi juga bisa dielaborasi dengan budaya dan adat setempat sehingga memberikan suatu nilai baru (value added) bagi wisatawan yang hanya dimiliki oleh tempat itu. Artinya hal tersebut menjadi sebuah tanda bahwa pengelolaan pariwisata melibatkan semua komponen dalam masyarakat sehingga dapat berjalan dengan baik, berkesinambungan serta memiliki perbaikan kualitas yang berkelanjutan (countinouis quality improvement) yang berdampak pada semakin meningkatnya kunjungan wisatawan ke destinasi tersebut yang berkorelasi dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitarnya secara khusus dan pembangunan nasional secara umum.

Permasalahan mulai muncul ketika pengunjung mulai merasakan kurangnya factor-factor pendukung mereka ketika melakukan kunjungan wisata, baik dari factor internal seperti kurang terurusnya hutan dimana berdasarkan observasi kondisi hutan (bagian dalam) tidak terurus dengan baik, kera yang lebih liar yang berpotensi menjadi ancaman dari segi kesehatan (penularan rabies), pembangunan sarana-prasarana yang terkesan lamban dan perhatian pemerintah terkait kurangnya konsentrasi pembangunan di Badung utara. Dari data awal penelitian ini dilaksanakan setiap tahun jumlah total pengunjung relatif mengalami penurunan, baik dari segi jumlah orang maupun jumlah jam kunjungan (kualitas kunjungan untuk menetap di kawasan wisata Sangeh).

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan paparan latar belakang penelitian diatas maka yang menjadi masalah pokok dari penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Revitalisasi kawasan wisata Sangeh dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan dan pemberdayaan masyarakat sekitarnya.

Untuk penyusunan strategi revitalisasi perlu dilakukan analisis factor internal dan eksternal (SWOT) dengan rumusan masalah sebagai berikut;

- a) Bagaimana identifikasi factor internal Kawasan Wisata Sangeh?
- b) Bagaimana identifikasi factor eksternal Kawasan Wisata Sangeh?
- c) Bagaimana Strategi SWOT Kawasan wisata Sangeh?
- d) Bagaimana pola pemberdayaan Masyarakat Kawasan Wisata Sangeh?

### **Tujuan Penelitian**

1. Mengidentifikasi factor internal dan factor eksternal kawasan wisata Sangeh
2. Mengidentifikasi berbagai potensi dan peluang yang mungkin diberdayakan di kawasan wisata Sangeh
3. Menganalisa strategi yang paling layak berdasarkan identifikasi factor-faktor internal dan eksternal
4. Pemberdayaan masyarakat melalui manajemen partisipatif dalam pengelolaan kawasan wisata Sangeh
5. Terbentuknya unit pengelola kawasan wisata yang teratur, terstruktur dan akuntabel guna keberlangsungan kawasan wisata Sangeh

## **METODE PENELITIAN**

### **Lokasi penelitian**

Penelitian dilakukan di kawasan wisata Sangeh dan masyarakat sekitarnya yang terletak di Kabupaten Badung. Pemilihan lokasi berdasarkan *purposive sampling* yakni sebuah metode penentuan lokasi secara sengaja yang didasarkan atas beberapa pertimbangan rasional (Nazir, 1988), yaitu: 1) Kawasan Pariwisata Sangeh merupakan salah satu kawasan pariwisata alam di Bali, dimana ikonnya adalah alam dengan kombinasi fauna (kera), 2) merupakan kawasan daerah hutan tropis di Badung Utara, dan fenomena masyarakat sekitar yang banyak menggantungkan hidup pada kawasan pariwisata Sangeh 3) merupakan kawasan wisata yang mengalami tren penurunan tingkat kunjungan wisata dalam beberapa tahun terakhir.

### **Populasi dan Sample Penelitian**

Untuk mendapatkan hasil yang valid mengenai keberadaan Kawasan Wisata Sangeh maka dilakukan penyebaran kuisioner penelitian dengan menggunakan teknik accidental sampling yakni pemberian kuisioner secara acak kepada para pengunjung Kawasan Wisata Sangeh dengan tujuan di dapatkan hasil jawaban guna di tabulasi dan dijadikan penilaian secara objektif.

Penentuan sampel penelitian dilakukan selama kurun waktu tiga bulan (80 hari) dengan rincian sebagai berikut;

**Tabel 4.5**  
**Distribusi Sampel penelitian**

No	Bulan	Sample
1	April	6
2	Mei	8
3	Juni	12
	<b>Total</b>	<b>26</b>

Sumber; sintesa peneliti, 2015

## HASIL YANG DICAPAI

### Gambaran Deskriptif Hasil Penelitian

Untuk tujuan evaluasi dan penyesuaian internal, selanjutnya parameter pencapaian tujuan Kawasan Wisata Sangeh diringkas menjadi 4 (Empat):

1. Pencapaian dan peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) setiap tahun;
2. Grafik peningkatan kunjungan wisatawan dan keragaman wisatawan baik secara demografis maupun retensi kunjungan.
3. Peningkatan ekonomi masyarakat dan penciptaan usaha dari peluang investasi sekitar Obyek Wisata Sangeh dan masyarakat Sangeh; dan
4. Peran dan dukungan masyarakat sekitar kawasan wisata Sangeh baik secara langsung maupun tidak langsung.

Selanjutnya, berdasarkan keempat parameter tersebut dilakukan pengamatan terhadap sarana--prasarana, operasional, dan wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Wisata Sangeh. Faktor internal diartikan sebagai kekuatan dan kelemahan internal organisasi. Sedangkan faktor eksternal yang dimaksud adalah peluang dan ancaman yang disajikan oleh lingkungan di luar organisasi perusahaan.

Pada akhir kuesioner yang disebarakan kepada para wisatawan yang dijadikan sebagai responden (26 orang), muncul beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk pemasaran dan pengembangan pariwisata di masa yang akan datang. Saran-saran tersebut dapat terangkum sebagai berikut :

- a) Perbaiki pelayanan dari petugas- petugas obyek wisata, terlebih jika diadakan event-event besar;
- b) Sangat kurangnya transportasi lokal dan pelayanan transportasi yang lama serta perbaikan jalan.
- c) Tidak adanya makanan khas dan jenis makanan khas yang kurang variatif;
- d) Kios/warung yang kurang bersih, perlu corner khusus kios sehingga lebih terorganisir;
- e) Kurangnya papan informasi di Kawasan Wisata Sangeh, dan papan informasi yang ada kurang jelas, *eyecatching* dan kurang efektif;
- f) Peningkatan kebersihan baik di kawasan Alas Pala Sangeh, Kawasan Mumbul maupun Tanah wuk
- g) Disamping pengembangan perlu mempertahankan konservasi alam terutama hutan lindung, tidak hanya pembangunan fisik.
- h) Perlu dibuatkan *souvenir shop* (cinderamata khusus Sangeh);
- i) Penambahan area *outbound* dalam menunjang *sport tourism* sebagai kawasan *tracking, hiking dan flying fox*
- j) Penambahan brosur-brosur informasi;
- k) Membuat event pendukung Wisata Sangeh yang lebih berkualitas;
- l) Pengembangan obyek wisata dengan memperbanyak referensi.

### **Analisis SWOT**

Untuk membuat matrix swot harus dilakukan identifikasi mengenai faktor internal dan eksternal kawasan wisata Sangeh. Adapun yang menjadi faktor internal adalah sebagai berikut;

- a) Kekuatan (*strengths*)
  1. Munculnya daerah mumbul yang menyedot perhatian
  2. Udara yang bersih, segar dan sejuk
  3. Aksesabilitas transportasi yang bagus
  4. Berdekatan dengan wisata tanah wuk
  5. Peninggalan bersejarah bernilai tinggi
  6. Menarik untuk diteliti
  7. Lestarinya upacara upacara keagamaan
- b) Kelemahan
  1. Jauh dari pusat kota
  2. Sarana/prasarana masih dalam tahap pembangunan

3. Kunjungan sampe sore aja

### **Identifikasi faktor eksternal**

Adapun identifikasi faktor eksternal kawasan wisata Sangeh adalah sebagai berikut;

- a) Peluang
  1. Merupakan daerah segitiga bedugul dan kintamani
  2. Rest area yang nyaman
  3. Peluang agrowisata dan religi
  4. Akan dibuat kelompok sadar wisata
- b) Ancaman
  1. Persaingan dengan Alas Kedaton dan Ubud *Monkey Forest*
  2. Kurangnya peran serta dari masyarakat

### **Matriks IFAS dan EFAS**

Hasil *Internal Factor Aanalysis Summary* (IFAS) sebagai berikut;

- a. *Strength* (kekuatan)
  1. Memiliki cirri khas alam tersendiri, mulai dari hutan hujan tropis, kawasan religi hingga desa tradisional yang berumur ratusan tahun
  2. Memiliki Aksesibilitas yang memadai
  3. Memiliki dukungan akan unsur budaya dan agama
- b. *Weakness* (kelemahan)
  1. Walaupun merupakan jalur Kabupaten dan jalan yang bagus akan tetapi lokasi yang jauh dari kota memerlukan waktu yang cukup lama
  2. Walaupun sudah ada sarana prasarana tetapi masih dalam tahap pembangunan secara menyeluruh

**Tabel 3.11**

### **IFAS**

Faktor-faktor Strategi Internal				
KEKUATAN				
No	Pernyataan	Bobot	Rating	B x R
1	Memiliki ciri khas	0.15	3	0.45
2	Aksesibilitas transportasi yang memadai	0.15	3	0.45
3	Di dukung oleh budaya dan adat istiadat	0.2	3	0.6
4	Sarana dan Prasarana yang memadai	0.1	3	0.3
<b>Sub Total</b>		<b>0.6</b>		<b>1.8</b>
KELEMAHAN				
No	Pernyataan	Bobot	Rating	B x R
1	Jauh dari pusat kota	0.15	2	0.3
2	Kondisi yang belum bersih di lokasi	0.15	2	0.3
3	Kunjungan sampai sore saja	0.1	1	0.1
<b>Sub Total</b>		<b>0.4</b>		<b>0.7</b>
<b>Total</b>		<b>1</b>		<b>2.5</b>

Sumber; data diolah, 2015

Dari analisis pada tabel di atas (IFAS) faktor kekuatan (S) mempunyai nilai kekuatan 1,80 sedang faktor kelemahan (W) 0,70, hal ini berarti bahwa dalam rangka upaya pemasaran pariwisata di Kawasan Wisata Sangeh masih mempunyai kekuatan lebih baik daripada kelemahan yang ada, seperti halnya pada IFAS, maka pada faktor-faktor strategis eksternal (EFAS) juga dilakukan identifikasi yang hasilnya sebagai berikut :

Analisis lingkungan eksternal:

a) *Opportunities* (peluang)

- 1) Adanya rencana pengembangan akses jalan yang menghubungkan dengan kabupaten lain yang menghubungkan segitiga Bedugul (Kabupaten Tabanan), Sangeh (Kabupaten Badung) dan Kintamani (Kabupaten Bangli)
- 2) Adanya lokasi-lokasi wisata lain yang dapat dijadikan sebagai paket perjalanan wisata
- 3) Mendatangkan artis-artis lokal maupun nasional untuk menarik pengunjung datang ke kawasan wisata
- 4) Penambahan souvenir shop sebagai ciri khas obyek wisata untuk dijadikan oleh-oleh atau kenang-kenangan

b) *Treaths* (ancaman)

- 1) Keberadaan kawasan wisata sejenis seperti Alas Kedaton dan *Monkey Forest* Ubud
- 2) Dukungan masyarakat sekitar kawasan wisata, khususnya dalam hal keamanan masih kurang.

**Tabel 3.12**

**EFAS**

EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)				
Faktor-faktor Strategi Eksternal				
PELUANG				
No	Pernyataan	Bobot	Rating	B x R
1	merupakan daerah segitiga pariwisata bedugul, sangeh dan kintamani	0.15	3	0.45
2	Rest area yang nyaman	0.05	3	0.15
3	Peluang pengembangan agrowisata dan wisata r	0.1	3	0.3
4	Kelompok sadar wisata	0.15	2	0.3
5	Pelaksanaan Event tahunan yang variatif	0.1	3	0.3
6	Souvenir shop khas Sangeh	0.1	1	0.1
	<b>Sub Total</b>	<b>0.65</b>		<b>1.6</b>
ANCAMAN				
No	Pernyataan	Bobot	Rating	B x R
1	Alas kedaton dan monkey forest ubud merupakan kawasan sejenis	0.2	2	0.4
2	Kurangnya peran serta masyarakat	0.15	1	0.15
	<b>Sub Total</b>	<b>0.35</b>		<b>0.55</b>
	<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>2.15</b>

Sumber; data diolah, 2015

Analisis tabel diatas (EFAS) menunjukkan bahwa untuk faktor peluang (O) nilai skornya 1,60 sedang faktor-faktor ancaman (T) 0,55. Ini berarti bahwa dalam rangka upaya pemasaran kawasan Wisata Sangeh masih ada peluang yang potensial untuk digali untuk peningkatan kawasan Sangeh.

Dengan tersusunnya matrik IFAS dan EFAS tersebut dapat menghasilkan nilai skor pada masing-masing faktor internal dan eksternal sebagai berikut:

- Faktor kekuatan (S) = 1,80
- Faktor kelemahan (W) = 0,70
- Faktor peluang (O) = 1,60
- Faktor ancaman (T) = 0,55

Dari nilai faktor-faktor tersebut dapat digambarkan dalam rumusan matrix SWOT sebagai berikut:

**Tabel 3.13**  
**Rumusan Matrix SWOT**

EFAS	<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
	<i>Opportunities</i>	Strategi SO = 1,8 + 1,6 = 3,20



<i>Threats</i>	Strategi ST = 1,8 + 0,55 = 2,35	Strategi WT = 0,7 + 0,55 = 1,25
----------------	---------------------------------------	---------------------------------------

Sumber; Sintesa Peneliti, 2015

Dari Tabel 5.13 diatas dapat dijelaskan bahwa nilai rumusan strategi SO adalah 3,20, nilai strategi Wo adalah 1,3, nilai strategi ST adalah 2,35 dan nilai strategi WT adalah 1,25. Dari Tabel diatas dapat dijelaskan bahwa Kawasan Wisata Sangeh ada dalam SEL A (sel SO) dimana merupakan *competitive advantages* yang merupakan pertemuan dua elemen kekuatan dan peluang sehingga memberikan kemungkinan untuk berkembang lebih bagus lagi.

**Tabel 3.14**  
**Hasil analisis Matrix SWOT**

EFAS	IFAS	<b>STRENGTHS</b> 1. Memiliki ciri kas 2. Aksesibilitas yang memadai 3. Dukungan budaya dan adat 4. Sarana prasarana yang memadai	<b>WEAKNESESS</b> 1. Jauh dari pusat kota 2. Kondisi yang belum bersih 3. Kunjungan sampai sore saja
	<b>OPPORTUNITIES</b> 1. Peluang pengembangan dengan 3 kabupaten terdekat 2. Rest area yang nyaman 3. Peluang agrowisata dan wisata religi 4. Kelompok sadar wisata 5. Event tahunan 6. Souvenir shop khas Sangeh	<b>STRATEGI SO</b> 1. Pemeliharaan dan pengembangan akses jalan dari satu kawasan ke kawasan lain 2. Peningkatan promosi paket wisata melalui pemilihan media yang lebih tepat 3. Lebih sering menggelar event yang menarik wisatawan 4. Sarana pendukung lebih ditingkatkan seperti akomodasi, rumah makan dan souvenir shop	<b>STRATEGI WO</b> 1. Tersedianya moda transportasi umum menuju kawasan wisata 2. Pemasangan tanda-tanda lokasi wisata 3. Penambahan petugas kebersihan di lokasi wisata
	<b>THREATS</b> 1. Kawan pesaing seperti alas kedaton dan ubud 2. Kurangnya peran serta masyarakat	<b>STRATEGI ST</b> 1. Menjadikan kawasan wisata sejalur menjadi sebuah paket kunjungan wisata 2. Penjagaan terhadap kelestarian kawasan lebih	<b>STRATEGI WT</b> 1. Tanda larangan di buat lebih banyak dan lebih jelas 2. Mengadakan penyuluhan tentang kawasan wisata

	ditingkatkan 3. Menindak tegas pengunjung yang tidak membeli karcis masuk	sebagai tempat penciptaan lapangan kerja baru 3. Mengajak masyarakat menjaga kelestarian alam lokasi wisata
--	--	--

Sumber; data strategi diolah, 2015

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan latar belakang masalah, dan analisis yang dilakukan dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan sebagai berikut;

1. Strategi yang diambil atas dasar hasil analisis SWOT yaitu Strategi SO adalah Strategi menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang-peluang eksternal yang sebesar-besarnya yaitu:
  - a) Pemeliharaan dan pengembangan akses jalan dari kawasan wisata satu ke kawasan wisata yang lain Pembangunan infrastruktur jalan sangat penting bagi para wisatawan yang ingin menikmati indahnya alam di lokasi wisata. Meskipun medan jalan menuju obyek wisata agak sulit dijangkau, namun apabila kualitas jalannya bagus akan menjadi tantangan tersendiri bagi wisatawan. Sebaliknya, jika akses jalan menuju obyek wisata banyak yang rusak dan berlubang, pengunjung akan menjadi bosan.
  - b) Ditingkatkannya promosi paket wisata yang ada di Kawasan Wisata Sangeh melalui media yang lebih luas. Pengenalan obyek wisata dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain melalui media cetak dan media elektronika. Semakin luas media promosi yang digunakan, kemungkinan meningkatnya pengunjung juga semakin terbuka lebar. Misalnya melalui televisi yang bertaraf nasional.
  - c) Lebih sering digelar event-event di lokasi wisata untuk menarik pengunjung. Event-event yang dapat mengundang masyarakat untuk hadir di lokasi wisata juga penting untuk dilakukan. Dengan adanya event, biasanya masyarakat lebih tertarik untuk datang. Kedatangan masyarakat ini selain untuk menonton event yang digelar juga sekaligus ingin menikmati obyek wisata yang dijadikan sebagai lokasi event. Setelah pengunjung pernah mengetahui atau melihat obyek wisata tersebut, harapannya di masa yang akan datang kembali lagi berkunjung dengan mengajak teman ataupun keluarganya. Sehingga jumlah kunjungan semakin meningkat.

- d) Peningkatan sarana pendukung wisata, seperti sarana akomodasi, rumah makan, kedai-kedai souvenir untuk wisatawan. Souvenir sebagai oleh-oleh dan kenang-kenangan dari suatu obyek wisata menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Souvenir yang mempunyai ciri khas akan menjadi kebanggaan bagi wisatawan untuk diberikan atau dipamerkan kepada orang-orang terdekatnya.

### **Saran**

Adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut;

- a) Pengelola kawasan Wisata Sangeh agar lebih memperhatikan lini promosinya karena Sangeh ada di kawasan baru. Hal ini menjadi sangat krusial karena berkenaan dengan aksesabilitas dan kemudahan.
- b) Pengelola agar lebih memperhatikan kebersihan dan kenyamanan sarana prasarana dan infrastruktur di sekitar kawasan wisata
- c) Bagi pemerintah kabupaten Badung agar lebih memperhatikan pembangunan kawasan Sangeh dan Badung Utara secara umum sehingga konsentrasi pembangunan kawasan menjadi relative seimbang.
- d) Bagi prebikel dan prajuru desa agar lebih mengedukasi dan mengajak masyarakat untuk terlibat secara fisik dan emosional terhadap masyarakat sekitar kawasan dalam rangka pemberdayaan yang optimal.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Arikunto, Suharsini. (2000) *Prosedur Penelitian*. Jakarta, Rineka Cipta.

Freddy Ranguti, 2001, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Cetakan Ketujuh, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Herry Darwanto, Dikutif dari [www.bappenas.go.id/get-file-server/node/8514](http://www.bappenas.go.id/get-file-server/node/8514)) diakses 28 Mei 2012 Pukul 22.00 wita

Hasan, Iqbal M. (2002) *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta, Rajawali Presss.

Moleong, M, A. (2004) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung, Remaja Rosdakarya.

Miles, M. B dan A. M Huberman. (1992) *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*. Diterjemahkan oleh Tjejep Rohendi Rohidi. Jakarta, Universitas Indonesia.

Milles, Mathew B, and A. Michael Huberman. (1992) *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta, Universitas Indonesia (UI press).

- Musanef (1995) Manajemen Pariwisata di Indonesia. Jakarta, Gunung Harta.
- Pendit, NS. (1994) Ilmu Pariwisata. Jakarta, Pradaya Paramita.
- Perda Daerah Tingkat 1 Bali No.6 tahun 1986
- Santyasa, I Wayan. 2010. "*Penelitian Pengembangan*". Makalah disajikan dalam Pelatihan bagi Para Dosen di Lingkungan Politeknik Negeri Bali, tanggal 11 Maret 2010.
- Sugiono (2008) Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D. Bandung, Alfabeta.
- Sugiono (2009) Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung, Alfabeta.
- Sungkowo Edy Mulyono, 2011. Model Pemberdayaan Masyarakat Miskin Melalui Jalur Pendidikan Non Formal Di Kecamatan Gajahmungkur Kota Semarang
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata dan Kebudayaan (Internet) Available from: <<http://www.bpkp.go.id/unit/hukum/perpres/2005/2007-05.pdf>> (Accessed: 5 Maret 2013)
- Undang-undang Republik Indonesia No. 33 Tahun 2004 tentang *Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah*.
- Wahab, Salah. (1997) Pemasaran Pariwisata. Jakarta, Pradnya Paramita.
- Wahab, Salah. (2003) Manajemen Kepariwisata. Jakarta, Pradnya Paramita.
- Warsana, Nyoman Linggih (2002), *Pemberdayaan Desa Adat Sanur Dalam Penataan Kawasan Pantai Matahari Terbit Dalam Kaitannya Dengan Pariwisata*, Universitas Diponegoro.
- Yoeti, Oka, A. (1996) Anatomi Pariwisata. Bandung, Angkasa.
- Yoeti, Oka, A. (2006) Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung, Angkasa.
- Yoeti, Oka, A. (2008) Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta, Pradaya Pratama.
- (<http://www.pemberdayaan.com/pembangunan/pemberdayaan-masyarakat-dan-pembangunan-berkelanjutan.html> (diakses Sabtu 17 Maret 2012 pukul 13.45 Wita))
- (<http://arcaban.blogspot.com/2011/12/desa-adat-bali.html> diakses 20 Maret 2012 Pukul 22.00 wita)
- (<http://www.pemberdayaan.com/pemberdayaan/pemberdayaan-masyarakat-adat-dan-tantangannya.html>)