

Strategi Pengembangan Wisata Taman Gandrung Terakota Kabupaten Banyuwangi

Risa Amalia Kurniawati*, Natasya Shaherani, Dewi Rahmawati, I Komang Astina
Universitas Negeri Malang

* risa.amalia.1807216@students.um.ac.id

Informasi Artikel

Received: 27 Mei 2021

Accepted: 7 Maret 2022

Published: 31 Maret 2022

Keywords:

Terracotta Gandrung Park,
Culture Tour, SWOT Analysis

Abstract

This study aims to analyze the strengths, weaknesses, opportunities, and threats in the development of the Gandrung Terracotta Park tourism object in the Banyuwangi Regency. This research is qualitative research with quantitative methods using IFAS, EFAS, and SWOT quadrant analysis methods. The results showed that the opportunity factor for developing terracotta park tourism had the greatest weight compared to other external factors. In general, the amount of weight on external factors ranges from 0.23 to 0.29. The results of the calculation of the total weighted value of external factors obtained the results that the total value is 2.16. The garden of gandrung terracotta is in quadrant 1 where this condition is very beneficial for the owner because it has strengths and opportunities if you can use it well. The strategy that must be applied in this condition is to support the growth policy (Growth Oriental Strategy). Although there are several weaknesses and threats that are quite large, these attractions can take advantage of opportunities and strengths so that they can make these attractions develop.

Kata Kunci:

Taman Gandrung Terakota,
Wisata Budaya, Analisis
SWOT

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan objek wisata Taman Gandrung Terakota di Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dikuantitatifkan dengan metode dengan metode analisis IFAS, EFAS dan kuadran SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor peluang dikembangkannya wisata taman gandrung terakota memiliki bobot terbesar dibandingkan dengan faktor eksternal lainnya. Secara umum besaran bobot pada faktor eksternal berkisar 0,23 sampai dengan 0,29. Hasil perhitungan nilai tertimbang total faktor eksternal diperoleh hasil bahwa total nilai sebesar 2.16. Taman gandrung terakota berada pada kuadran 1 dimana kondisi tersebut sangat menguntungkan bagi pemiliknya karena memiliki kekuatan dan peluang, jika dapat memanfaatkannya dengan baik. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan (*Growth Oriental Strategy*). Walaupun terdapat beberapa kelemahan dan ancaman yang lumayan besar, namun objek wisata tersebut dapat memanfaatkan peluang dan kekuatan sehingga bisa membuat objek wisata tersebut berkembang.

PENDAHULUAN

Banyuwangi merupakan sebuah kabupaten terluas di Provinsi Jawa Timur, yang meliputi 24 kecamatan dan berbatasan langsung dengan propinsi tujuan wisata utama Pulau Bali (Suharti, 2012). Banyuwangi terletak pada Koordinat: 7,43°–8,46° LS dan 113,53°–114,38° BT. Kabupaten Banyuwangi berbatasan dengan Kabupaten Bondowoso, terdapat rangkaian Dataran Tinggi Ijen, dengan puncaknya Gunungapi Raung dan Gunungapi Merapi. Kabupaten ini membentang dari dataran tinggi hingga dataran rendah yang mempunyai daya potensi kekayaan sumber daya alam. Selain itu, kabupaten ini mempunyai Objek Daya Tarik Wisata (ODTW) yang sangat beragam (Eston et al, 2016).

Pada perkembangan wisata di Kabupaten Banyuwangi sejak tahun 2003 yang menjadi maskot yaitu penari Gandrung. Akan tetapi, sebelum tahun tersebut yang menjadi maskot yaitu Menak Jinggo (Suharti, 2012). Taman Gandrung Terakota Banyuwangi merupakan ikon baru pariwisata yang cukup instagenik di Banyuwangi (Cahyadi, 2019). Taman Gandrung Terakota ini berada di kawasan Jiwa Jawa Ijen Resort, di mana ada ratusan patung penari Gandrung yang siap menyambut wisatawan ketika berkunjung (Imaniar & Wahyudiono, 2019). Wisata ini diresmikan pada 22 September 2018 dengan kehadiran ratusan penari Gandrung di lahan persawahan terasering di lereng Gunung Ijen. Objek wisata ini istimewa karena menggunakan pendekatan kawasan, di mana patung-patung penari Gandrung terhampar di lahan persawahan yang masih alami, area persawahan masih aktif ditanami padi oleh para petani yang menciptakan kombinasi yang sangat indah (Anwar, 2016). Tari Gandrung berasal dari tradisi masyarakat setempat di masa lalu. Tarian ini menjadi wujud syukur atas melimpahnya hasil pertanian (Dewi et al, 2019).

Adanya latar belakang penciptaan kesenian, patung-patung penari Gandrung di Taman Gandrung Terakota diatur sedemikian rupa. Patung-patung ini disajikan berdampingan dengan aktivitas para petani di sawah. Mulai dari membajak sawah dengan kerbau, menanam, hingga memanen padi. Permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah era globalisasi dan modernisasi yang serba teknologi menyebabkan banyak seni modern bermunculan dan disukai oleh anak muda dan remaja di Tanah Air, bagaimana cara para seniman dan pemerintah Kabupaten Banyuwangi membuat terobosan untuk menarik minat generasi muda dan masyarakat mencintai Tari Gandrung ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan objek wisata Taman Gandrung Terakota di Kabupaten Banyuwangi.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Pengembangan Wisata

Strategi Pengembangan Wisata merupakan suatu upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata dengan mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung akan kelangsungan pengembangan pariwisata Wisata Budaya (Saputra & Rodhiyah, 2016).

Selain itu dapat diartikan sebagai suatu kesatuan rencana yang sifatnya komprehensif dan terpadu dari beberapa unsur seperti pemerintah, swasta, masyarakat, dan akademisi untuk mengkaji kendala, kondisi lingkungan internal dan eksternal obyek wisata. Oleh karena itu dapat menjadi destinasi pariwisata berkelanjutan serta berdaya saing tinggi (Saputra & Rodhiyah, 2016).

Wisata Alam

Wisata alam yaitu jenis pariwisata yang berwawasan lingkungan yaitu melalui aktivitas yang berkaitan

dengan alam, wisatawan diajak melihat alam dari dekat, menikmati keaslian alam dan lingkungannya sehingga membuatnya tergugah untuk mencintai alam (Sutisno & Afendi, 2018). Wisata alam merupakan suatu bentuk rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi sumberdaya alam dan ekosistemnya, baik asli maupun setelah adanya perpaduan dengan daya cipta manusia (Rahawarin et al, 2021).

Analisis SWOT

Analisis *Strength, Weakness, Opportunities, Threats* (SWOT) yaitu mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja ataupun perusahaan ataupun suatu organisasi (Nisak, 2013). Adanya analisis ini akan didapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor netral, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan (Istiqomah & Andriyanto, 2018). Analisis SWOT penting dilakukan pada perusahaan untuk menentukan penyusunan strategi, penjualan produk, maupun ide bisnis baru (Remus, 2015).

Analisis Strategi Internal dan Eksternal (IFAS dan EFAS)

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan (Laksmi et al, 2021; Widodo & Dasiah, 2021). Faktor internal dimasukkan ke dalam matriks yang disebut matriks faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*) (Swantari & Wicaksono, 2020). Faktor eksternal dimasukkan kedalam matriks yang disebut matriks faktor strategi eksternal EFAS (*External Strategic Factor Analysis Summary*) (Millenia et al, 2021).

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan rasionalistik. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini merupakan pendekatan sistematis dan subjektif dalam menjelaskan segala sesuatu yang ada di lapangan (bersifat empiris) serta berorientasi kepada upaya untuk memahami fenomena secara menyeluruh (Delita et al, 2017).

Lokasi penelitian ini yaitu Taman Gandrung Terakota, Desa Tamansari, Kecamatan Licin, Kabupaten Banyuwangi. pengumpulan data dilakukan melalui survey dimana pengumpulan data yang dilakukan secara langsung di lapangan. Adapun survei sekunder melalui survei literatur yang terdiri dari data hasil penelitian (Pranata, 2018) mengenai tipologi *tourism* taman wisata serta kebijakan mengenai rencana penataan sebagai acuan strategi pengembangan.

Metode dan Teknik Analisis Data Perumusan strategi pengembangan Taman Wisata Gandrung Terakota dilakukan melalui analisis SWOT dengan memilah karakteristik taman wisata gandrung terakota dan program revitalisasi ke dalam matriks dengan kategori kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Tahapan siklus hidup yang dituju untuk pengembangan adalah pada tahapan *development* dan *rejuvenation*, hal ini dikarenakan pada tahap ini merupakan tahap dimana jumlah kunjungan meningkat secara signifikan dengan komponen pariwisata yang masih menarik wisatawan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT

Tabel 1. Kekuatan (*Strengths – S*)

No	Kekuatan (<i>Strengths</i>)
1	Atraksi alami lebih diminati daripada atraksi buatan
2	Terdapat sarana rekreasi dan sanitasi
3	Tersedia prasarana listrik, air bersih, dan persampahan serta kondisi sarana yang terawat
4	Dikelola oleh DKRTH dan UPTD taman rekreasi yang masih berperan

Tabel 2. Kelemahan (*Weakness–W*)

No	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
1	Belum terdapat tempat ibadah
2	Media promosi berupa leaflet dan ulasan situs internet

Tabel 3. Peluang (*Opportunities–O*)

No	Peluang (<i>Opportunities</i>)
1	Jumlah kunjungan paling banyak di akhir pekan
2	Jumlah kunjungan paling banyak ketika ada event
3	Tersedia jalan umum beraspal dalam kondisi baik

No	Peluang (<i>Opportunities</i>)
4	Tersedia untuk parkir roda 2 dan 4

Tabel 4. Ancaman (*Threat–T*)

No	Ancaman (<i>Threat</i>)
1	Wisatawan mengalami penurunan
2	Jumlah wisatawan meningkat namun tidak signifikan
3	Promosi tidak terjadwal, sehingga wisatawan tidak mengetahui adanya promosi

Analisis Strategi Internal dan Eksternal (IFAS dan EFAS)

Tabel 5. Analisis IFAS

Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan (<i>Strengths – S</i>)			
Atraksi alami lebih diminati daripada atraksi buatan	0,29	4,00	1,16
Terdapat sarana rekreasi dan sanitasi	0,15	3,00	0,45
Tersedia prasarana listrik, air bersih, dan persampahan serta kondisi sarana yang terawat	0,18	3,75	0,675
Dikelola oleh DKRTH dan UPTD taman rekreasi yang masih berperan	0,20	3,50	0,70
Jumlah Score	0,82		2,985
Kelemahan (<i>Weakness–W</i>)			
Belum terdapat tempat ibadah	0,08	2,25	0,18
Media promosi berupa leaflet dan ulasan situs internet	0,10	2,50	0,25
Jumlah Score	0,18		0,43
JUMLAH	1,00		3,415

Faktor peluang dikembangkannya wisata taman gandrung terakota memiliki bobot terbesar dibandingkan dengan faktor eksternal lainnya. Secara umum besaran bobot pada faktor eksternal

berkisar 0,23 sampai dengan 0,29. Hasil perhitungan nilai tertimbang total faktor eksternal diperoleh hasil bahwa total nilai sebesar 2,16.

Tabel 6. Analisis EFAS

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai
Peluang (<i>Opportunities–O</i>)			
Jumlah kunjungan paling banyak di akhir pekan	0,20	3,25	0,65
Jumlah kunjungan paling banyak ketika ada event	0,22	3,50	0,77
Tersedia jalan umum beraspal dalam kondisi baik	0,16	2,75	0,44
Tersedia untuk parkir roda 2 dan 4	0,13	2,50	0,325
Jumlah Score	0,71		2,185
Ancaman (<i>Threat–T</i>)			
Wisatawan mengalami penurunan	0,10	2,00	0,20
Jumlah wisatawan meningkat namun tidak signifikan	0,11	2,25	0,2475
Promosi tidak terjadwal, sehingga wisatawan tidak mengetahui adanya promosi	0,08	2,00	0,16
Jumlah Score	0,29		0,6075
JUMLAH	1,00		2,7925

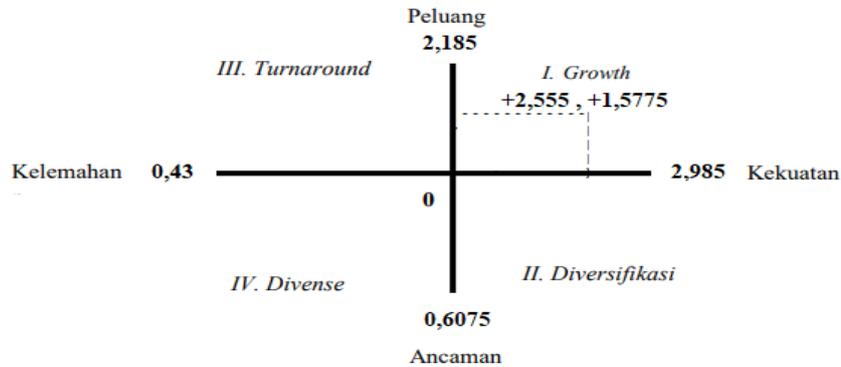
Nilai rata-rata IFE sebesar 3,145 dan rata-rata EFE sebesar 2,7925. nilai rata-rata IFE dan EFE diperoleh dari jumlah

skor pada masing-masing faktor, dimana skor tersebut didapatkan dari perkalian antara rata-rata rating dan rata-rata bobot

pada masing-masing faktor. Nilai tersebut menunjukkan posisi kuadran IV yaitu menunjukkan strategi yang

diperlukan pengelola saat ini adalah *grow and build strategy*.

Kuadran SWOT (Diagram Cartesius)



Gambar 2. Hasil Diagram Cartesius

Berdasarkan pada gambar diagram *cartesius* menunjukkan bahwa wisata taman gandrung terakota berada pada kuadran 1 dimana kondisi tersebut sangat menguntungkan bagi pemiliknya karena memiliki kekuatan dan peluang, jika dapat memanfaatkannya dengan baik. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan (*Growth Oriental Strategy*). Walaupun terdapat beberapa kelemahan dan ancaman yang lumayan besar, namun objek wisata tersebut dapat memanfaatkan peluang dan kekuatan sehingga bisa membuat objek wisata tersebut berkembang.

Analisis Strategi

Tabel 7. Analisis Strategi *Strengths Opportunities*

No	Strategi SO
1	SDM Wisata Taman Gandrung Terakota ditingkatkan
2	Kualitas produk Wisata Taman Gandrung Terakota ditingkatkan
3	Aktivitas wisata alam perlu ditingkatkan

Tabel 8. Analisis Strategi *Strengths Threat*

No	Strategi ST
1	Meningkatkan fasilitas, potensi alam dan aktivitas Wisata Taman Gandrung Terakota
2	Meningkatkan pengawasan kepada wisatawan yang tidak peduli dengan lingkungan

Tabel 9. Analisis Strategi *Weakness Opportunities*

No	Strategi WO
1	Meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk wisata dan kepuasan wisatawan
2	Meningkatkan fasilitas utama dan fasilitas pendukung

Tabel 10. Analisis Strategi *Weakness Threat*

No	Strategi WT
1	Bekerjasama dengan <i>stakeholder</i> eksternal
2	Meningkatkan pemasaran melalui media sosial maupun konvensional

Pembahasan

Strategi pengembangan wisata taman gandrung terakota sangat berpengaruh terhadap peningkatan pengunjung. Objek wisata ini istimewa karena menggunakan pendekatan kawasan. Di mana patung-patung penari Gandrung terhampar di lahan persawahan yang masih alami. Area persawahan masih aktif ditanami padi oleh para petani. Perpaduan itu menciptakan kombinasi yang sangat indah. Diketahui, Tari Gandrung berasal dari tradisi masyarakat setempat di masa lalu. Tarian ini menjadi wujud syukur atas melimpahnya hasil pertanian.

Pemilihan bahan untuk membuat patung ini

mempertimbangkan tingkat kerentanan tanah liat. Hasil karya yang terbuat dari tanah liat memang cenderung lebih mudah pecah. Pembukaan kawasan wisata Taman Gandrung Terakota terinspirasi dari *Terracotta Warrior Land Horses* di Tiongkok yang dibangun pada masa Kaisar Qin Shi Huang (259-210 SM).

Mengenai Kerusakan lingkungan pariwisata di taman gandrung terakota akibat pembuangan sampah sembarangan yang dilakukan oleh pengunjung atau wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Kegiatan tersebut merupakan kebiasaan dari pengunjung untuk membuang sampah sembarang tanpa ada kesadaran akan lingkungan persentase persebaran jenis sampah Taman Gandrung Terakota meliputi sampah organik dan sampah anorganik.

Sebelumnya kerusakan lingkungan akibat persebaran sampah yang terjadi karena tidak adanya pengelolaan lebih lanjut dan sanksi yang tegas terhadap sampah yang mengakibatkan menumpuknya timbunan sampah yang sewaktu-waktu dapat mencemari lingkungan di kawasan Taman Gandrung Terakota.

Secara umum karakteristik yang menunjukkan Taman Gandrung Terakota berada pada tahap *development* di antaranya adalah terbangunnya atraksi dengan sarana dan prasarana terawat, Jumlah kunjungan masih meningkat meski tidak signifikan serta tidak adanya permintaan atraksi baru oleh wisatawan karena masih diminati khususnya atraksi alami masih lebih diminati daripada atraksi buatan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nalayani, et al (2016) dan Mukhsin (2014) menyatakan bahwa strategi pengembangan suatu wilayah berpengaruh terhadap minat pengunjung dalam berwisata.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Strategi pengembangan wisata memiliki peran yang sangat penting dalam kegiatan pariwisata guna meningkatkan jumlah pengunjung agar tertarik dengan wisata tersebut. Setelah menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan objek wisata Taman Gandrung Terakota di Kabupaten Banyuwangi, dapat diketahui bahwa wisata taman gandrung terakota berada pada kuadran I dimana kondisi tersebut sangat menguntungkan bagi pemiliknya karena memiliki kekuatan dan peluang, jika dapat memanfaatkannya dengan baik.

Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan (*Growth Oriental Strategy*). Walaupun terdapat beberapa kelemahan dan ancaman yang lumayan besar, namun objek wisata tersebut dapat memanfaatkan peluang dan kekuatan sehingga bisa membuat objek wisata tersebut berkembang.

Saran

Penelitian ini hanya difokuskan pada strategi pengembangan wisata taman gandrung terakota, Kabupaten Banyuwangi, diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat mengkaji dampak faktor kritis lainnya terhadap strategi pengembangan wisata tersebut dan meneliti dengan objek penelitian yang berbeda dan bisa dilakukan di taman-taman wisata yang ada di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S. (2016). Perancangan Wisata Kebudayaan Di Kabupaten Banyuwangi (Tema: Intangible Methaphors). *Tesis*. Jurusan Teknik Arsitektur Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
- Cahyadi, R. (2019). Kearifan Lokal Festival Sewu Gandrung Banyuwangi Sebagai Penunjang

- Literasi Budaya. *Prosiding Senasbasa (Seminar Nasional Bahasa dan Sastra)*: 59-66.
- Delita, F., Yetti, E., & Sidauruk, T. (2017). Analisis Swot Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun. *Jurnal Geografi*, 9(1): 41-52.
- Dewi, A. T., Sumarjono., & Sugiyanto. (2019). Gandrung Sewu Festival in Banyuwangi From 2012 To 2018. *Jurnal Historica*, 3(1): 90-103.
- Eston, A., Hananto, U. D., & Soemarmi, A. (2016). Pengelolaan Potensi Pariwisata dalam Pembangunan Kepariwisata di Kabupaten Banyuwangi Menurut Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah. *Diponegoro Law Journal*, 5(2): 1-11.
- Imaniar, D., & Wahyudiono, A. (2019). Strategi Pemerintah Kabupaten Banyuwangi Dalam Meningkatkan Industri Pariwisata Melalui UMKM. *Reformasi*, 9(2): 90-95.
- Istiqomah, I., & Andriyanto, I. (2018). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus). *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 5(2): 363-382.
- Laksmi, G. W., Rahmanita, M., Brahtyo, H., & Nurbaeti. (2021). SWOT Analysis Nomadic Tourism as Millennial Friendly Natural Tourist Destination Development Strategy (Case Study: Glamping De Loano, Purworejo). (TRJ) *Tourism Research Journal*, 5(2):18-207.
- Millenia, J., Sulvinio, S., Rahmanita, M., & Osman, I. E. (2021). Strategi Pengembangan Wisata Mangrove Desa Sedari Berbasis Analisis 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary Services). *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3): 284-293.
- Mukhsin, D. (2014). Strategi Pengembangan Kawasan Pariwisata Gunung Galunggung (Studi Kasus Kecamatan Sukaratu Kabupaten Tasikmalaya). *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 14(1): 1-11.
- Nalayani, N. N. A. H. & Ayu, N. N. (2016). Evaluasi dan Strategi Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Badung Bali. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 2(2): 189-198.
- Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 9(2): 468-476.
- Pranata, G. (2018). Strategi Pengembangan Wisata Taman Kota Berdasarkan Siklus Hidup Pariwisata di Sungai Kalimas Surabaya. *IPTEK: Journal of Proceedings Series*, 5: 165-180.
- Rahawarin, Y. Y., Cabuy, R. L., & Sinery, A. S. (2021). Implementasi Strategi Pemerintah Daerah Kabupaten Sorong Dalam Pengembangan Wisata Alam Di Taman Wisata Alam Klamono, Provinsi Papua Barat. *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 8(2): 270-279.
- Remus, S. P. (2015). Penerapan Swot Sebagai Dasar Penentuan Strategi Pemasaran Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, Kabanjahe. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 1(2): 1-17.
- Saputra, M. R., & Rodhiyah, R. (2016). Strategi Pengembangan Wisata di kawasan Gunung Andong Magelang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4): 571-586.
- Suharti, M. (2012). Tari Gandrung Sebagai Obyek Wisata Andalan Banyuwangi. *Harmonia: Journal of Arts Research and Education*, 12(1): 24-31.

- Sutisno, A. N., & Afendi, A.H. (2018). Penerapan Konsep Edu-Ekowisata Sebagai Media Pendidikan Karakter Berbasis Lingkungan. *Ecolab*, 12(1): 1-11.
- Swantari, A., & Wicaksono, H. (2021). Development of Tourism Village in Gempol Village Karangnomo District - Klaten Regency. (*TRJ*) *Tourism Research Journal*, 4(1): 62-74.
- Widodo, B., & Dasiah, A. N. (2021). Analisis Strategi Konsep Smart Tourism Pada Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif DKI Jakarta *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3): 294-305.