

PENGEMBANGAN PRODUK PARIWISATA DI KAMPUNG WISATA PANCURAN, SALATIGA

Dolianus Manao¹, Aldi Lasso^{2*}

¹*Program Studi Destinasi Pariwisata, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Indonesia*

²*Fakultas Interdisiplin, Universitas Kristen Satya Wacana, Indonesia*

*Email Corresponding Author: aldi.lasso@uksw.edu

ABSTRAK

Aspek produk pariwisata memainkan peranan yang penting dalam pengembangan sebuah destinasi pariwisata. Pengembangan produk pariwisata masih banyak yang berfokus pada pembangunan fisik saja. Penelitian ini mengelaborasi potensi produk pariwisata secara holistik baik dari sisi tangible maupun intangible yang dimiliki sebuah kampung wisata Pancuran di Kota Salatiga, Jawa Tengah. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi seluruh komponen produk yang dimiliki dengan melakukan penelitian kualitatif dengan cara observasi di lapangan langsung, melakukan wawancara dan studi pustaka, serta menganalisis secara deskriptif. Data dianalisis lebih mendalam menggunakan analisis SWOT. Hasil temuan menunjukkan bahwa kampung wisata Pancuran memiliki beragam potensi daya tarik wisata namun terdapat kelemahan di sisi amenities dan aksesibilitas. Rekomendasi yang diberikan adalah pengemasan paket wisata yang mengintegrasikan seluruh potensi yang dimiliki.

Kata kunci: Produk; Pariwisata; Kampung; Wisata; Salatiga.

ABSTRACT

The product aspect of tourism plays a pivotal role in the development of tourist destinations. Much of tourism product development still predominantly emphasizes physical infrastructure. This study elaborates on the comprehensive potential of tourism products, encompassing both tangible and intangible aspects, within the context of Pancuran village tourism in Salatiga City, Central Java. The objective of this research is to identify all components of the tourism product through qualitative research methods, including direct field observations, interviews, literature review, and descriptive analysis. Data is further scrutinized using SWOT analysis to provide a more profound understanding. Findings indicate that Pancuran village tourism boasts diverse tourist attractions; however, weaknesses are discerned in terms of amenities and accessibility. Recommendations include the creation of tourism packages that integrate all available potentials.

Keywords: Product; Tourism; Village; Salatiga.

History Article: Submitted 13 May 2024 | Revised 5 June 2024 | Accepted 20 June 2024

1. PENDAHULUAN

Salatiga merupakan salah satu kota kecil yang berada di provinsi Jawa Tengah. Kota Salatiga terkenal akan kehidupan masyarakatnya yang sangat toleran, hal itu dapat dilihat dari tidak adanya aksi demo, isu agama, dan tidak adanya rasisme yang berujung anarkis di setiap peristiwa, sehingga memberikan rasa nyaman bagi setiap orang yang berada di Salatiga. Jika dilihat lebih dalam lagi Kota Salatiga ini memiliki potensi pariwisata yang perlu dikembangkan agar mampu menjadi suatu alasan bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata. Destinasi wisata Salatiga yang dikenal di kalangan umum antara lain taman Kota Salatiga, desa wisata Tingkir Lor, Atlantic Dreamland, Rawa Pening, pohon Pengantin, Agrowisata Salib Putih alun-alun Pancasila Salatiga. Namun, terdapat satu destinasi wisata yang belum begitu dikenal di Salatiga yaitu kampung wisata Pancuran (KWP). Kampung ini sejak ditetapkan menjadi kampung wisata pada 1 November 2018 oleh bapak H. Yulianto, S.E., M.M sebagai Wali kota Salatiga belum ada perkembangan produk pariwisata yang mendukung keberlanjutannya sejak ditetapkan menjadi kampung wisata (Fajar, 2018). Produk wisata merupakan suatu produk yang ditawarkan terhadap wisatawan yang didalamnya terdapat berbagai unsur seperti alam, sosial, budaya, yang dipengaruhi oleh faktor ekonomi (Suwantoro, 2019).

Kampung wisata Pancuran, Salatiga memiliki sejumlah keunikan yang menjadi daya tarik area ini. Diantara daya tarik tersebut lukisan mural dan drumblek. Mural adalah seni lukis yang dibuat diatas media dinding untuk mendukung ruang arsitektur sedangkan drumblek merupakan permainan music dari alat-alat bekas yang dimainkan secara kelompok (Martahayu dkk., 2020). Namun, Kampung wisata Pancuran belum memiliki pengemasan aktivitas wisata. Berdasarkan hal tersebut diatas maka penelitian ini berfokus untuk mengidentifikasi potensi daya tarik KWP dan untuk mengetahui pengemasan aktifitas yang mengelaborasi keseluruhan daya tarik terhadap potensi komponen produk KWP sehingga mampu mendatangkan wisatawan

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kampung wisata merupakan integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung lainnya disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat dimana terdapat sekelompok wisatawan yang berkunjung dan berdekatan dengan lingkungan tradisional tersebut untuk belajar kehidupan masyarakatnya (Rohman, 2019). Daya tarik suatu destinasi terbagi menjadi tiga, yaitu wisata alam, wisata budaya, dan wisata buatan. Lebih jelas yang dimaksud dalam hal ini yakni *Natural attraction*, *Cultural attraction* dan *Special types of attraction*. *Natural attraction* merupakan daya tarik alam yang dimaksudkan yaitu berdasarkan pada bentukan lingkungan alami. Contoh dari daya tarik alam adalah iklim, pemandangan, flora, fauna serta keunikan alam lainnya. *Cultural attraction* daya tarik budaya yang dimaksudkan yaitu berdasarkan pada aktivitas manusia. Contohnya yang mencakup sejarah, arkeologi, religi dan kehidupan tradisional. *Special types of attraction* yaitu aksi ini tidak berhubungan dengan kedua kategori diatas, tetapi merupakan atraksi buatan seperti theme park, sirkus, mall dan lain-lain (Inskeep, 1991).

Dalam konteks desa wisata, daya tarik yang umumnya ditemui di destinasi wisata pedesaan termasuk keunikan budaya lokal, keindahan alam, warisan sejarah, kegiatan budaya dan tradisional, kuliner khas daerah, serta keramahan dan kehidupan sehari-hari penduduk setempat (Gursoy et al., 2002; Inskeep, 1991; Pearce 2012). Oleh karena itu, keterlibatan masyarakat dalam desa wisata menjadi penting, seperti yang terjadi di desa wisata Pagerageung, Tasikmalaya Jawa Barat dimana masyarakat setempat berperan aktif dalam pengembangan desa wisata (Budhi dkk., 2020). Namun demikian, permasalahan umum yang dihadapi dalam keterlibatan masyarakat setempat dalam pengembangan desa wisata adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan masyarakat. Salah satu diantaranya adalah pengetahuan dan keterampilan dalam mengemas sumber daya pariwisata yang dimiliki menjadi sebuah paket wisata yang memberikan pengalaman wisata yang menarik bagi wisatawan.

Paket wisata merupakan sebagai suatu perjalanan wisata dengan satu atau beberapa motif kunjungan yang disusun dari beberapa, fasilitas perjalanan tertentu dalam suatu acara perjalanan yang tetap, serta dijual sebagai harga tunggal yang menyangkut seluruh komponen dari perjalanan

wisata (Nuriata, 2014). Paket wisata di dalam destinasi wisata mengacu pada penawaran yang berfokus pada pengalaman dan kegiatan yang tersedia di dalam destinasi itu sendiri. Ini mencakup berbagai layanan dan kegiatan yang disusun secara terpadu untuk memberikan pengalaman yang kohesif dan berkesan kepada wisatawan yang berkunjung ke destinasi tersebut (Buhalis & Costa, 2006; Goeldner & Ritchie, 2012; Sigala, 2012).

3. METODE

Penelitian ini dilakukan di kampung wisata Pancuran, Kota Salatiga, Jawa Tengah. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif karena dilapangan masih terbatas data yang valid. Teknik pengumpulan atau pendeskripsian data ini diperoleh dengan langsung melakukan observasi di lapangan, melakukan wawancara kepada pengurus dan beberapa warga serta kepada beberapa pengunjung kampung Pancuran yang di dukung dengan bukti foto saat wawancara serta menggunakan kajian pustaka guna menjadi dasar berpikir penulis. Hasil pembahasan dalam penelitian analisis dengan SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats) terhadap Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas dimuat dalam tabel agar lebih mudah di mengerti. Analisis SWOT adalah sebuah instrumen perencanaan pengembangan strategi klasik yang memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik dalam menentukan sebuah strategi (Fatimah, 2020). SWOT adalah proses identifikasi berbagai faktor secara sistematis guna menentukan rumusan yang tepat dan melakukan strategi perusahaan yang terbaik. Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats) (Rangkuti, 2009).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Perkembangan Pariwisata di KWP

Kampung Pancuran merupakan salah satu pemukiman warga yang berada di area perkotaan Salatiga terletak di RW IV, Kelurahan Kutowinangun Lor, Kecamatan Tingkir, kota Salatiga. Kampung Pancuran ditetapkan sebagai salah satu kampung wisata di Salatiga sejak pada 1 November 2018 oleh bapak H. Yulianto, S.E., M.M sebagai Wali kota Salatiga, ibu Anastasia Tirta Budi sebagai Head of Brand & Consumer Marketing PT. ICI Paints Indonesia (AkzoNobel Decorative Paints Indonesia), bapak Budi Sutrisno sebagai ketua RW IV Pancuran saat itu (Almarhum) yang disaksikan oleh warga Pancuran dan beberapa awak media. Sebelumnya KWP ditetapkan sebagai kampung kumuh dengan SK Nomor 658/440/2016 oleh bapak Achmad Rofai sebagai Pj, Walikota Salatiga, (Perumahan dan Kawasan Permukiman, 2021). Puluhan tahun sebelumnya kampung ini sangat dikenal di kota Salatiga secara khusus dengan sebutan kampung preman karena kawasan ini pusat perekonomian kota tentunya menjadi area rawan tindakan kriminal dan kumuh. Kampung wisata Pancuran terbentuk dari berbagai kultur yang sangat beragam yang masih dihidupi sampai saat ini, Penduduk kampung ini biasanya berasal dari kota Klaten, Jatinong dan sekitarnya. Di mulai dari budaya gotong royong akhirnya mendorong warga Pancuran untuk melakukan ide kreatif awal dengan melakukan budaya lingkungan bersih serta mewarnai kampung melalui lukisan mural. Beberapa lukisan mural tersebut merupakan lukisan Salatiga tempo doeloe serta terdapat juga beberapa lukisan kreatif lainnya. Mas Didit yang merupakan pelukis senior Salatiga dan warga asli KWP mengundang beberapa komunitas pelukis dari luar kampung untuk mendukung kegiatan yang sedang dilakukan.

Secara tidak sengaja juga warga lokal pengurus kampung membuat sebuah proposal yang di jembatani melalui ibu Ria yang dikirim hingga ke Belanda dan sebelumnya juga dipresentasikan di Dinas Wali Kota Salatiga untuk mendapatkan dukungan program. Melalui proposal tersebut ternyata disambut baik oleh Dinas Wali Kota Salatiga dan PT. ICI Paints Indonesia dengan memberikan dukungan berupa cat merek Dulux sekitar 3000 liter dengan berbagai jenis warna yang digunakan untuk mewarnai kampung Pancuran melalui lukisan kreatif di setiap lingkungan rumah warga. Untuk kegiatan melukis mural di KWP dilakukan secara suka rela tanpa bayaran. Pengerjaan mural biasanya menyesuaikan waktu longgar para pelukis karena pada kesehariannya

memiliki kesibukan lain untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sehingga biasanya dikerjakan pada malam hari. Kampung wisata Pancuran sudah beberapa kali dikunjungi wisatawan hanya saja tidak memiliki konsep pengelolaan pariwisata yang jelas sampai saat ini. Biasanya kampung ini dikunjungi karena kulinernya itu pun masih usaha pribadi, untuk produk lainnya masih belum dikembangkan secara optimal sedangkan terdapat beberapa produk kreatif lainnya untuk dimanfaatkan menjadi daya dukung wisata.

4.2. Kondisi Eksisting Komponen Produk KWP

4.2.1 Daya Tarik

Menjadi kampung wisata tentunya harus memiliki berbagai daya tarik yang mampu mendukung aktivitas wisatanya terhadap wisatawan sehingga memiliki alasan dasar untuk berkunjung. Kampung wisata Pancuran sendiri jika dilihat berdasarkan perkembangannya, saat ini memiliki daya tarik mulai dari lukisan mural, kuliner, kerajinan tangan, drumblek, rumah historia Salatiga, KRPL (Kawasan Rumah Pangan Lestari) dan makan Nyai Kopek. Lukisan merupakan salah satu karya seni lukis yang menggunakan objek seperti dinding yang diwarnai dengan berbagai gambar kreatif. Lukisan mural di Pancuran merupakan salah satu daya tarik utama yang dapat ditemukan di setiap dinding luar rumah warga yang ada di kawasan kampung. Sejauh ini terdapat lukisan seperti beberapa tokoh pahlawan nasional, lukisan pemandangan alam, lukisan bernuansa budaya, tokoh kartun, gambar hewan seperti singa, gajah, dinosaurus, lukisan isi prasasti plumpungan serta beberapa lukisan yang mengisahkan aktivitas kehidupan masyarakat tempo doeloe di Salatiga, saat ini lukisan mural ini beberapa sudah mulai memudar karena termakan usia dan cuaca, serta beberapa dinding rumah warga pancuran. Untuk kuliner yang ada di kampung Pancuran sejauh ini ada sekitar dua puluh dua tempat, biasanya menjual sop ayam, ayam bakar atau ayam penyet, nasi goreng, ayam geprek, soto, karak, itip beserta makanan pelengkap lainnya seperti tempe bosok goreng, tahu, sate dan lain sebagainya. Sejauh ini yang paling dikenal atau paling laris yaitu warung sop pak Arris, biasanya buka saat sore hari hingga jam dua pagi. Kuliner KWP beberapa di masak dengan cara tradisional diantaranya karak dan intip, sehingga memiliki citra rasa yang khas, Kerupuk karak dan intip ini sudah diproduksi mulai sekitar tahun 1970 sehingga bersifat turun temurun diproduksi oleh beberapa keluarga yang ada di KWP yang menjadi mata pencaharian utama mereka sampai saat ini.

Kerajinan tangan asli warga KWP mulai digarap pada saat merayakan hari kemerdekaan Indonesia setiap tahunnya dengan melakukan perlombaan kreativitas yang memanfaatkan limbah rumah pada tanggal 17 Agustus 2019. Saat itu mas Anton Prihantoro yang merupakan juara satu pada saat itu yang menghasilkan kerajinan dari tulang ayam kampung berupa miniatur *Harley Davidson*, pemain drumblek, miniatur naga dan masih banyak lagi yang lainnya. Mas Anton ini sudah beberapa kali diliput oleh pertelevisian nasional seperti Trans Tv, Trans 7 (acara hitam putih). Bahan dan alat yang digunakan untuk membuat miniatur unik ini adalah sisa tulang ayam yang di peroleh dari penjual soto keliling, kapas, cat *clear* dengan menggunakan alat seperti lem *alteco* gunting, dan. Mas Agit yang merupakan pengrajin miniatur motor klasik meraih juara dua saat itu namun mas Agit sendiri sudah mulai membuat kerajinan tangan ini sebelum tahun 2017, dengan berjalannya waktu kerajinan tangan mas Agit ini sudah mendapatkan pasar pembeli hampir di seluruh Indonesia dan sudah beberapa kali di minati di luar negeri seperti Malaysia, Thailand Kamboja, Filipina. Kerajinan tangan mas Agit ini sudah menjadi mata pencahariannya sehari-hari dengan dibantu oleh istrinya dan sudah beberapa kali juga di liput pertelevisian nasional dan surat kabar seperti SCTV, ANTV, Trans TV.

Multi miniatur berbahan dasar tusuk gigi juga yang di buat oleh bapak Suparno berawal pada lomba hari kemerdekaan Indonesia saat persiapan peresmian kampung wisata Pancuran pada tahun 2018. Miniatur yang dibuat bapak Suparno terdiri dari miniatur mesin jahit, gitar atau biola, dokar, ayunan, gazebo. Rata-rata kerajinan tangan yang ada di KWP berawal dari hobi, saat ini ada yang benar-benar melanjutkannya dan ada juga yang tidak karena di pengaruhi oleh berbagai faktor salah satunya beberapa belum menemukan pasarnya, dan memiliki kesibukan lainnya. Drumblek juga merupakan salah satu daya tarik kebanggaan KWP, Drumblek merupakan salah

satu seni musik yang memanfaatkan barang bekas yang mudah ditemukan di lingkungan masyarakat yang digabungkan menjadi suatu kesatuan kreasi dengan jumlah personel yang cukup banyak yang memiliki peran masing-masing sesuai alat musik yang digunakannya. Drumblek Pancuran mulai ada sejak tahun 1986, untuk pencetusnya sendiri bernama Didit asli warga kampung Pancuran. Drumblek ini sudah pernah menjadi rekor MURI (Museum Rekor Dunia Indonesia) saat penampilan di acara deklarasi hari HAM (Hak Asasi Manusia) ke enam puluh enam tahun di Jakarta dengan total jumlah personel drumblek mencapai tiga ratus orang. Setiap tahunnya juga drumblek KWP mengikuti setiap event karnaval yang diadakan di kota Salatiga dan diluar Salatiga. KWP saat ini juga memiliki komunitas drumblek yang biasa disebut komunitas drumblek GEMPAR (Generasi Muda Pancuran).

Salah satu teknik media tanam yang biasa disebut tanaman hidroponik merupakan salah satu daya tarik KWP, dimana hal tersebut di buktikan dengan adanya studi banding dari Dinas Ketahanan Pangan dan Perikanan Kabupaten Kuningan dan melakukan kerjasama untuk mendukung program kampung mandiri dalam mengembangkan penyangga ekonomi pangan kampung dengan konsep pemanfaatan tanaman hidroponik. Untuk mendukung hidroponik tersebut warga Pancuran memiliki salah satu program yang sudah dimulai sejak empat tahun yang lalu yaitu komunitas KRPL (Kawasan Rumah Pangan Lestari Tirta Pelangi) Ketua yang memonitor KRPL saat ini ialah pak Edi yang merupakan ketua RW Pancuran dan Ibu Asih asli warga Pancuran yang merupakan ketua KWP. Sejauh ini setiap tanaman yang di hasilkan oleh KRPL dijual kepada warga dengan membayar seikhlasnya saja jika lebih terkadang di jual di beberapa warung yang ada di dekat kawasan kampung Pancuran, bahkan di beberapa restoran sekitar Salatiga salah satunya Restoran Lawuh Ndeso KRPL pernah di kunjungi oleh bapak Ganjar Pranowo sebagai Gubernur Jawa Tengah, bapak Edi sebagai Wali Kota Salatiga, mahasiswa IAIN Salatiga. Namun dengan adanya pandemi COVID 19 ini beberapa program yang sedang direncanakan di KWP salah satunya KRPL ini terkendala, kendala lain untuk KRPL ini terbatasnya lahan karena kawasan KWP terbatas.

Wisata sejarah juga merupakan daya tarik KWP yang sudah beberapa kali dikunjungi wisatawan. Wisata sejarah ini ada dua yaitu makam Nyai Kopek dan rumah Historia Salatiga. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi langsung di KWP terkait makam Nyai Kopek, makam ini termasuk kategori wisata religi sebenarnya namun di balik itu terdapat sejarah almarhum Nyai Kopek yang merupakan salah satu tokoh agama yang menyebarkan ajaran agama Islam di Salatiga tempo dulu. Berdasarkan hal tersebut makam Nyai Kopek banyak dikunjungi oleh para penziarah atau hanya sebatas berdoa, dimana ditempat ini juga terdapat satu mushola untuk umum. Pada tahun 2018 dilakukan pemugaran agar lebih nyaman untuk di kunjungi oleh para penziarah, dimana pemugaran tersebut juga merupakan salah satu bentuk penghormatan kepada Nyai Kopek atas jasanya membuat kampung Pancuran Salatiga menjadi lebih baik dimana citra Peletakan batu pertama saat dilakukannya pemugaran makam Nyai Kopek dilakukan oleh bapak Drs Fadholi sebagai salah satu Anggota Komisi IV DPR RI tahun itu beserta dengan beberapa jajaran kepala daerah kota Salatiga kampung preman yang sudah melekat puluhan tahun yang lalu berubah menjadi suatu kekuatan yang sangat baik di kampung Pancuran melalui aktivitas keagamaan.

Rumah Historia Salatiga merupakan salah satu kategori wisata sejarah yang di kelola secara pribadi oleh bapak Edy Supangkat. Berdasarkan hasil wawancara terhadap beliau, awalnya rumah tersebut hanya merupakan tempat tinggal semata secara turun temurun dari keluarganya dimana rumah ini sempat juga dijadikan tempat untuk memperoleh pendapatan tambahan dengan menyewakannya menjadi rumah kos. Pada suatu ketika pak Edy kurang puas jika hanya sebatas rumah kos saja, sehingga sekitar 2 tahun yang lalu terpikirkan oleh pak Edy untuk menjadikan rumah tersebut menjadi rumah sejarah yang di dukung dengan foto-foto Salatiga tempo doeloe, kebetulan beliau memiliki atau mengoleksi foto-foto tersebut sekitar 400 lembar. Namun beliau hanya memajangkan foto-foto tersebut sekitar 100 lembar saja, karena di batasi dengan luas bangunan. Wisatawan mulai berdatangan untuk berkunjung setelah satu bulan di buka untuk umum. Selain menjadi rumah Historia Salatiga rumah ini juga di fungsikan untuk menjadi sarana akomodasi berupa homestay di KWP. Didalam rumah historia untuk prasarananya terdapat dua

toilet yang dapat di gunakan untuk wisatawan, saat ini juga rumah historia Salatiga pernah dikunjungi oleh pak Ganjar Pranowo selaku Gubernur propinsi Jawa Tengah dan pak Yulianto selaku Wali kota Salatiga yang juga meresmikan rumah historia Salatiga sebagai salah satu ikon tempat informasi wisata sejarah Salatiga.

a. Aksesibilitas

Kampung Wisata Pancuran yang terletak di lingkungan urban (perkotaan) Salatiga sangat mudah diakses oleh para wisatawan yang dapat memanfaatkan berbagai jenis kendaraan moda transportasi darat seperti kendaraan umum dan pribadi. Di dalam kampung sendiri sudah tertata rapi jalannya namun lumayan sempit jika di kunjungi wisatawan dalam jumlah yang banyak, terdapat delapan gerbang akses utama jika wisatawan hendak berkunjung, di beberapa titik didalam kampung terdapat papan petunjuk nama jalan bukan papan petunjuk daya tarik yang dimiliki namun masih terbatas, di google maps sendiri sudah dapat ditemukan informasi akses menuju KWP.

b. Amenitas

Amenitas salah satu unsur penting untuk sebuah destinasi agar dapat memenuhi kebutuhan para wisatawan di suatu destinasi. Amenitas adalah fasilitas pelengkap yang berupa sarana dan prasarana penunjang aktivitas pariwisata untuk mendukung jasa dan produk di suatu destinasi. Untuk amenities di KWP masih dalam tahap rencana perbaikan hal itu berdasarkan hasil observasi lapangan. Di KWP dapat ditemukan dua mushola, beberapa warung makan dimana jam bukanya berbeda-beda, area terbuka untuk umum yang biasa disebut *zero point*, satu homestay, dan beberapa tong sampah. Untuk amenities dan lingkungan KWP tergolong bersih meskipun terlihat sempit, papan petunjuk di dalam kampung KWP belum ada, begitu juga dengan gazebo untuk umum belum ada. Toilet di KWP ada sekitar sebelas, namun beberapa saja yang di fungsikan untuk wisatawan.

4.3. Analisis SWOT Komponen Produk KWP

4.3.1. Faktor Internal SW (*Strenght, Weakness*)

Kekuatan internal sangat penting untuk suatu destinasi sehingga di perlukan penjabaran yang dapat membantu untuk mengetahui berbagai faktor internal dan ekseternal yang berhubungan dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman agar memiliki dasar berpikir yang kuat untuk solusi penyelesaiannya. Sebagai berikut

Tabel 1. Daya Tarik KWP

Daya Tarik	
Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weakness)
Daya tarik alam Terdapatnya mata air, letak geografis (kampung ditengah kota dan dekat pasar), lingkungan kampung yang bersih	Alam atau lingkungan Lahan yang terbatas dan sempit, terbatasnya area terbuka, luas jalan di dalam kampung terbilang sempit, tidak ada parkir yang memadai untuk wisatawan, kurangnya penghijauan, berbatasan dengan pasar Blauran dan pasar Raya yang tentunya mengganggu kenyamanan wisatawan karena keramaian nya,
Daya tarik buatan Lukisan mural, makanan tradisional (karak, intip, sop pak Arris yang tergolong murah dan enak, soto, ayam penyet), Zero Point (Area terbuka), kerajinan tangan (Miniatur berbahan tulang ayam, miniatur berbahan tusuk gigi, miniatur motor), makam Nyai Kopek, rumah historia Salatiga, KRPL (Tanaman hidroponik), homestay, karak yang sudah BPOM.	Daya Tarik Buatan Lukisan mural yang mulai memudar, terdapatnya dinding rumah warga kampung yang dulunya mural namun saat ini sudah di cat bukan mural, zero point yang tidak terurus saat ini, terbatasnya luas area untuk makam Nyai Kopek terhadap wisatawan dalam jumlah yang banyak, terbatasnya ruang dan halaman historia Salatiga dalam kunjungan yang banyak, terbatasnya area untuk edukasi dan kunjungan di tempat pengrajin tangan kreatif (Miniatur berbahan tulang ayam, miniatur motor, miniatur berbahan tusuk gigi)
Daya tarik budaya Drumblek, sejarah kampung preman dan sejarah makam Nyai Kopek (Tangible), budaya gotong royong, kesadaran sosial,	Kelemahan daya tarik budaya Tidak ada pertunjukan atraksi budaya lain khas kampung Pancuran
Aktivitas Hunting foto dan video, mendengarkan sejarah dan praktek pembuatan karak dan intip, melihat dan mempraktekkan pembuatan miniatur motor, serta proses pembuatan miniatur berbahan tusuk gigi dan miniatur tulang ayam kampung. Melihat foto koleksi Salatiga	

tempo doeloe dan mendengarkan sejarah rumah historia Salatiga, mendengarkan sejarah dan ziarah di makam Nyai Kopek, edukasi pemanfaatan limbah rumah tangga, memberi makanan ikan nila dan ikan mas, tour kampung, menonton dan terlibat dalam pertunjukan kesenian drumblek, belajar melukis murah Adanya komunitas (KWP, KRPL, GEMPAR) Lingkungan yang bersih	Belum di promosikan secara konsisten setiap produk yang dimiliki kampung Pancuran Tempat sop pak Arris sangat sempit Belum ada di tujuh pintu masuk utama yang mencirikan kampung wisata Belum ada pemandu (guide) wisata Beberapa produk khas Pancuran belum ada standarisasinya Tempat KRPL terbatas Komunitas KWP saat ini pasif karena pandemi COVID 19 Tidak ada SDM lokal terampil terkait pariwisata Belum ada paket wisata kampung
---	--

Sumber: Penulis, 2024

Berdasarkan hasil analisa dari tabel di atas dapat menjelaskan keadaan daya tarik kampung Pancuran saat ini yang tentunya menjadi sebuah catatan untuk menjadi dasar pertimbangan untuk melakukan identifikasi dan pengembangan terkait daya tarik wisata. Kekuatan daya tarik KWP dimulai dari letak geografis yang mudah di akses, adanya daya tarik buatan seperti lukisan mural, kerajinan tangan seperti miniatur motor, miniatur berbahan tulang ayam dan tusuk gigi, makam Nyai Kopek, rumah Historia Salatiga, dan aktivitas wisata lainnya seperti berfoto dan video yang di dukung juga dengan terlibatnya wisatawan untuk belajar membuat kerajinan tangan yang dimiliki oleh KWP serta cerita sejarah yang menjadi suatu rangkaian aktivitas wisata. Untuk sisi kelemahan secara internal sendiri yang berhubungan dengan daya tarik dapat dilihat dari sempitnya kawasan perkampungan pancuran, mulai pudar dan hilangnya lukisan murah sehingga mengurangi nilai seni yang diagungkannya sebelumnya, terbatasnya untuk area edukasi di setiap tempat para pengrajin, tidak adanya standarisasi di setiap daya tariknya, bahkan hal lain yang menjadi kelemahannya pasifnya warga KWP untuk melakukan pengembangan produk. KWP terkenal akan drumbleknya namun di KWP tidak ada sesuatu hal yang dapat dilihat yang mencirikan drumblek serta lemahnya SDM pariwisata terampil sehingga tidak adanya paket wisata kampung yang mampu mengelaborasi keseluruhan daya tarik.

Tabel 2. Aksesibilitas

Aksesibilitas	
Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weakness)
Mudah di akses karena berada di pusat kota Salatiga	Luas jalan KWP sempit
Jalan di dalam kampung sudah rapi	Jalan yang ada di dalam kampung sempit
Terdapat tujuh gerbang utama kampung	Tidak terdapat papan petunjuk di setiap potensi produk yang dimilikinya
Informasi KWP dapat di akses melalui media sosial	Belum ada gerbang yang merupakan jalur utama yang
Terdapat banyak lorong	dikhususkan untuk wisatawan
Tersedia papan petunjuk meskipun hanya beberapa saja	Infrastruktur kurang memadai
Jarak setiap produk berdekatan	
KWP dapat ditemukan di google maps	

Dari tabel hasil analisis yang di jabarkan yang terkait aksesibilitas di KWP kekuatannya sendiri diawali dengan mudahnya di akses KWP karena berada di kawasan yang dikelilingi oleh jalan raya, dimana jalan di dalam kampung juga tertata rapi hingga keseluruhan delapan gerbang utama dapat di akses dengan mudah, setiap produk yang ada di KWP sangat berdekatan sehingga mudah di kunjungi tanpa membutuhkan waktu yang lama. KWP juga sudah memiliki akun sosial media sehingga memudahkan untuk memperoleh suatu informasi dan komunikasi, KWP saat ini juga sudah bisa di akses di google maps. Untuk kelemahannya sendiri tentunya jalannya juga menjadi sempit karena area pemukiman KWP sangat terbatas, selain itu wisatawan dapat memasukinya secara sembarang karena belum tentukan gerbang utama khusus wisatawan, serta infrastrukturnya kurang memadai.

Tabel 3. Amenitas

Amenitas	
Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weakness)
Sudah ada sekitar dua puluh dua warung makan aktif dengan jam buka yang berbeda Terdapat dua mushola, dua masjid dan dua gereja untuk tempat ibadah yang dapat digunakan oleh wisatawan Terdapat satu homestay yang memanfaatkan bangunan rumah historia Salatiga Dapat ditemukan tong sampah di beberapa titik Sudah ada ATM didepan gerbang utama kampung dekat Jl. Buk Suling Terdapat area terbuka untuk wisatawan dan umum yang biasa disebut zero point Sudah ada sebelas toilet untuk umum di beberapa titik yang berbeda Terdapat tempat duduk beton di sepanjang Jl. Sonotirto Terdapat sedikit lahan parkir Adanya balai desa Dapat ditemukan beberapa UMKM seperti penjual pakaian, karak, intip dan kerajinan tangan lainnya. Ada enam belas 17 APAR Lingkungan yang bersih	Hanya terdapat satu homestay Belum ada papan yang strategis petunjuk Belum ada tempat loket masuk pariwisata atau belum ada TIC Mushola nya lumayan sempit tempatnya Lahan parkir nya sangat terbatas Belum ada biro penyedia paket wisata kampung Tidak terdapat gazebo Tempat warung makan sangat terbatas Belum ada tempat spesifik untuk acara seni pertunjukan maupun pusat penjualan cendramata KWP Tidak semua titik strategis terdapat tong sampah untuk umum Tidak terdapat jasa yang menyediakan pelayanan photographer Tidak ada tempat duduk strategis di setiap titik di KWP Tidak tersedia fasilitas wifi gratis

Dari hasil tabel diatas dapat di ketahui terdapat dua puluh dua warung yang buka dengan jam yang berbeda setiap harinya, ada dua mushola dan dua masjid untuk sarana ibadah, satu homestay, balai desa yang multi fungsi, sudah ada toilet ya, selain itu dapat ditemukan UMKM lainnya serta ada sekitar 17 APAR untuk jaga-jaga jika terjadi kebakaran. Kelemahan di KWP di mulai dari adanya satu akomodasi berupa homestay yang menyatu dengan rumah historia Salatiga, belum adanya papan petunjuk di setiap potensi daya tariknya, belum ada tempat untuk loket masuk atau TIC, belum adanya tempat untuk pertunjukan drumblek atau sejenisnya. Dari berbagai kelemahan diatas tentunya hal tersebut sangat mempengaruhi pelayanan dan kenyamanan bagi wisatawan yang hendak berkunjung, sehingga perlu di lengkapi agar mampu mendukung ketersediaan akomodasi.

4.3.2. Analisis Faktor Eksternal OT (Opportunity & Threat)

Dalam hal ini yang di maksud dengan peluang dan ancaman terhadap KWP merupakan salah satu yang dapat mendukung pengembangan produk KWP yang berasal dari luar KWP sendiri. Begitu juga sebaliknya ancaman yang berasal dari luar KWP dapat melemahkan minat kunjungan di KWP yang tentunya akan mempengaruhi produk yang akan di siapkan, sehingga dalam tabel dibawah di kelompokkan faktor-faktor tersebut agar memudahkan untuk melakukan analisis lanjutan yang menghubungkan seluruh komponen yang sebelumnya sudah dijabarkan diatas. Lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel dibawah.

Tabel 4. Faktor Eksternal

Faktor Eksternal	
Peluang	Ancaman
Jumlah destinasi wisata yang terbatas di kota Salatiga memungkinkan KWP menjadi pilihan destinasi untuk para wisatawan Belum ada wisata mural lain di kota Salatiga Adanya rencana membuka akses gerbang jalan tol baru di daerah Kauman Kidul Terdapat event karnaval Tahunan di Salatiga Adanya beberapa kampus di Salatiga Tour agen wisata di kota Salatiga Pernah adanya kunjungan Dinas Ketahanan Pangan dan Perikanan Kabupaten Kuningan di KWP Terdapat tiga pasar di luar KWP	Kota Salatiga tidak begitu dikenal destinasi wisatanya Terdapatnya kompetitor kuliner di luar KWP Destinasi wisata lainnya sudah populer dan memiliki standarisasi SDM, aksesibilitas, daya tarik dan amenities yang lebih baik seperti dusun semilir, saloka theme park Bencana alam pandemi Seperti meletusnya gunung merapi, Covid 19, gempa bumi, longsor, kebakaran Jasa akomodasi diluar KWP lebih baik seperti hotel grand wahid, Laras Asri dan tersedianya penginapan yang murah di sekitar Kopeng

Di angkatnya kota Salatiga menjadi kota gastronomi	Adanya komunitas drumblek lain di luar KWP
Covid 19 mulai mereda	Adanya beberapa aksi demo atau isu politik di Salatiga
Bandara Ahmad Yani Semarang hanya berjarak sekitar 1.45 jam dari Salatiga	Upah UMK Salatiga yang rendah
Adanya dukungan PEMKOT Salatiga untuk pengembangan pariwisata	Tingginya ego sektoral umkm eksternal dan regulasi pemerintah
Sudah beberapa kali diliput oleh pertelevisian nasional	

4.3.3. Strategi Pengembangan berdasarkan (SO+WT)

Strategi pengembangan SO dan WT merupakan salah satu analisis lanjut dari hasil identifikasi di setiap komponen yang sudah di analisis sebelumnya. Dimana dalam hal ini akan memberikan gambaran solusi yang mampu mengurangi resiko kegagalan sehingga saran yang akan disampaikan pada hasil akhir mampu di posisikan sebagai salah satu pilihan untuk memecahkan permasalahan pariwisata KWP menyesuaikan tujuan penelitian. Lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel dibawah.

Tabel 5. Strategi S – O

Faktor Eksternal	Peluang							
	Belum ada wisata mural lain di Salatiga dan destinasi wisatanya terbatas	Meredanya pandemic COID 19	Di angkatnya kota Salatiga menjadi kota gastronomi oleh KEMENPAREKRAF	Adanya dukungan PEMKOT Salatiga untuk pengembangan pariwisata	Business linkage, HPI, PHRI akademisi, Kerjasama dengan Kabupaten Kuningan	Rencana kota Salatiga menjadi kota Gastronomi dunia	Karnaval tahunan Salatiga	Rencana dibukanya akses gerbang jalan tol baru di daerah Kauman Kidul
Faktor Internal		Strategi S-O						
Kekuatan Daya tarik: lukisan mural, makanan tradisional (karak, intip, sop pak Arris, soto, ayam penyet, kerajinan tangan (Miniatur berbahan tulang ayam, miniatur berbahan tusuk gigi, miniatur motor), makam Nyai Kopek, rumah historia dan drumblek, budaya gotong royong, adanya komunitas (KWP, KRPL, GEMPAR) Aktivitas: Hunting foto dan video, mendengarkan sejarah (makam Nyai Kopek, cerita kampung preman, rumah historia) melihat foto Salatiga tempo doeloe, menonton pertunjukan drumblek, edukasi pemanfaatan limbah dan tanaman hidroponik, melihat dan terlibat dalam proses pembuatan kuliner dan kerajinan tangan		• Membuat paket wisata • Melakukan standarisasi CHSE • Kuliner KWP perlu meningkatkan kualitas rasa, pengemasan dan kebersihan • untuk melakukan pelatihan dan pendampingan pemasaran dan packaging produk souvenir dan kuliner. • Memperkuat kolaborasi dengan Pemerintah dan NGO seperti HPI, PHRI, travel agent, akademisi • Mengembangkan KRPL dengan tanaman yang lebih memungkinkan untuk cepat terjual • Di setiap gapura gerbang kampung sebaiknya perlu di buatkan patung pemain drumblek sebagai intetis KWP						

Amenitas Adanya satu homestay, terdapat dua puluh dua warung, dua mushola dan masjid, terdapat tong sampah dan sebelas tong sampah, ATM, <i>Zero Point</i>, UMKM. Balai desa yang multi fungsi, terdapat rumah warga potensial untuk homestay, lingkungan yang bersih Aksesibilitas Mudah diakses, jalan dalam kampung sudah rapi, sudah adanya gerbang, sudah ada di <i>google maps</i>,	• Membangun komunitas KWP dan KRPL yang lebih solid, kritis atau <i>open minded</i> untuk memajukan kampung Pancuran • Memperkuat digital marketing paket wisata menggunakan website, Instagram, TikTok, Facebook page dan memberikan reward • Perlu diadakan pameran atau festival tahunan di KWP dengan mengundang stakeholders lain (festival mural, festival kerajinan tangan, kuliner dan foto tempo doeloe) • Melakukan kerjasama investasi • Menentukan segmentasi pasar paket wisata
--	--

Tabel 6. Strategi WT

Faktor Eksternal	Ancaman							
	Faktor Internal							
	Destinasi wisata Salatiga kurang terkenal	Terdapatnya <i>competitor</i> kuliner di luar KWP	Destinasi sekitar Salatiga lebih populer dan memiliki SDM terampil	Bencana alam dan isu politik	UMK rendah, Regulasi pemerintah kota yang dapat berubah	Terbatasnya amenities seperti lahan parkir, akomodasi, papan petunjuk	Lukisan mural di kota lain	Adanya aksi demo dan isu politik
Kelemahan	Strategi W-T							
• Daya tarik: Belum ada kemasan yang profesional atas semua daya tarik yang dimiliki (Belum ada paket wisata), ikon wisata utama belum ada, lukisan mural mulai memudar, Tidak konsistennya hasil souvenir, kurangnya penghijauan, tidak ada, tidak ada seni pertunjukan budaya, Belum ada entitas KWP di tujuh pintu masuk utama yang mencirikan kampung wisata, • Amenitas: Tidak ada parkir yang memadai, hanya satu homestay, tempat usaha kuliner yang terbatas, tidak ada posko atau loket wisata, tidak ada parkir khusus wisatawan, , papan penunjuk jalan kurang, hidran kebakaran tidak ada, tidak ada tempat penjualan souvenir fasilitas lainnya kurang memadai • Aksesibilitas Jalan sempit, pengelolaan sosial media kampung belum optimal.	• Dibutuhkan pengemasan daya tarik yang mengintegrasikan seluruh daya tarik yang dimiliki melalui paket wisata kampung • Lukisan mural perlu di cat ulang • Membuat mural yang edukatif (sejarah dan pendidikan) • Mengikuti setiap pameran di luar KWP • Perlu dibangunnya saluran hidran dan jalur tanggap darurat • Diperlukan pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan untuk memperkuat SDM yang terverifikasi • Diperlukan paket wisata <i>one day tour</i> dan <i>two days tour</i> yang dikelola komunitas KWP atau POKDARWIS. • Menambah jumlah homestay • Perlu di tambahkan lahan parkir yang memanfaatkan parkir umum di pasar raya Salatiga dan sekitarnya. • Melakukan program penghijauan • Memperkuat media publikasi dengan konten yang menarik dan harus mampu mengikuti perkembangan trend. • Menjaga kebersihan lingkungan KWP • Menerapkan tujuh sapta pesona dan menumbuhkan sadar wisata warga KWP.							

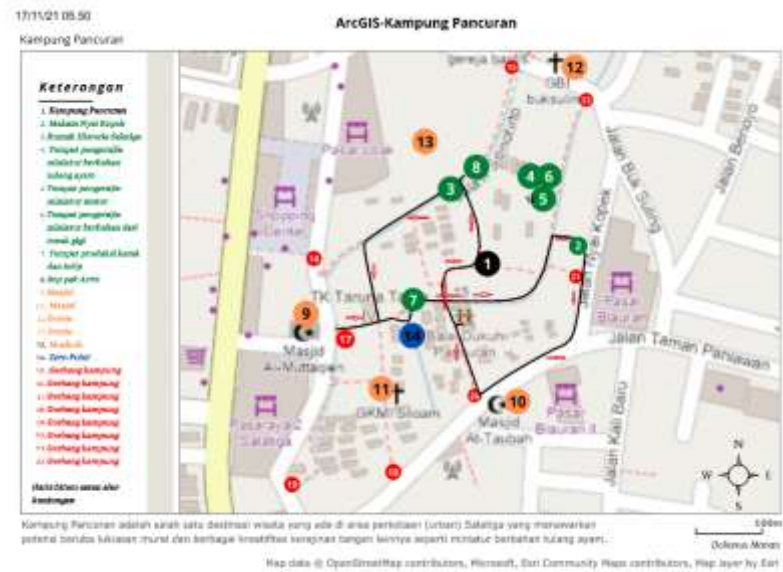
• Tidak semua masyarakat paham akan pariwisata • SDM pariwisata yang terampil • komunitas KWP masih pasif karena pandemic COVID 19	
--	--

Berdasarkan hasil strategi SO dan WT diatas maka untuk mengemas daya tarik yang di miliki dibutuhkan paket wisata kampung yang mampu mengkoordinir seluruh potensi daya tarik KWP sehingga mampu memberi sisi manfaat yang berkelanjutan, dimana seluruh komponen 3A (Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas) juga perlu disiapkan lebih baik lagi. Paket wisata kampung ini bisa di mulai dari paket wisata *one day tour*. Contoh paket wisata yang di rekomendasikan lebih jelasnya sebagai berikut

Tabel 7. Contoh Rekomendasi Paket Wisata One Day Tour

Jam	Nama Kegiatan	Keterangan	Yang Perlu Di Siapkan
09:00 - 09:30	Penjemputan di Parkir ke zero point	Pemandu wisata melakukan penjemputan dan mengarahkan wisatawan ke zero point	Pemandu Wisata 2 orang
09:30 - 10:30	Welcoming drink dan penyambutan	Wisatawan di beri waktu untuk istirahat sambil mencicipi minuman dan makanan ringan yang di sediakan, tour leader melakukan pengenalan diri dan menyampaikan tata tertib wisata di KWP	Makanan, minuman, toa (Pengeras suara) dan melakukan pendataan menggunakan barcode online
10:30 - 11:00	Karak dan intip story	Melakukan kunjungan di tempat produksi karak dan intip, disini wisatawan dapat mencoba untuk membuatnya	Mengatur pembagian jumlah yang masuk ketempat produksi
11:00 - 11:40	Makam Nyai Kopek Story	Melakukan kunjungan di makam Nyai Kopek, disini wisatawan akan di di ceritakan sejarah Nyai Kopek	Menjamin kebersihan dan kerapian
11:40 - 12:00	Berkumpul di balai desa	Mengarahkan ke balai desa untuk persiapan makan siang	Memastikan konsumsi, kursi dan meja sudah tersedia dengan baik
12:00 - 12:30	Lunch time	Wisatawan makan siang.	Menyajikan makanan dan minuman khas KWP
12:30 - 13:30	KWP story & Product	Menceritakan sejarah KWP secara singkat dan memperlihatkan beberapa produk kerajinan tangan yang di miliki KWP	Kerajinan tangan KWP
13:30 - 14:00	Drumbek Show	Menampilkan drumblek di depan jalan balai desa	10 personil pemain drumblek
14:00 - 14:15	Berangkat ke Rumah Historia Salatiga	Mengarahkan ke rumah Historia	Memastikan kebersihan rumah Historia
14:15 - 14:40	Salatiga Historia tour	Melihat dan mendengarkan cerita di setiap foto	Wisatawan di bagi menjadi dua kelompok
14:40 - 14:50	Ketempat pak ketua RW atau ketua KWP	Mengarahkan ke tempat ketua RW untuk penutupan	Toa
14:50 - 15:10	Penutup oleh ketua RW atau ketua KWP	Penutupan dan penyampaian terimakasih yang dibarengi dengan pemberian cenderamata kepada wisatawan	Kerajinan tangan kecil khas KWP
15:10 - 16:10	Acara bebas	Foto, video, dll	-
16:10 - 16:30	Pengantaran ke parkir	Mengarahkan ke parkir dan selesai	-

Untuk mendukung rekomendasi paket wisata diatas maka dibuatkan peta alur kunjungan wisatawan sehingga memudahkan untuk menggambarkan kepada pembaca atau kepada pengurus kampung KWP seperti pada gambar di bawah ini



Gambar 1. Saran alur kunjungan wisatawan di KWP
 Sumber: adaptasi dari ArcGis

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, KWP ini semenjak ditetapkan menjadi kampung wisata belum melakukan pengembangan produk secara maksimal sehingga masih banyak yang belum menjadi daya dukung pariwisata kampung Pancuran padahal terdapat berbagai produk. Hal tersebut dapat di ketahui dari setiap komponen produknya yang masih belum dielaborasi menjadi suatu kesatuan rangkaian aktivitas wisata dan produk wisata yang utuh, dari hasil analisis SWOT di setiap komponen produknya yang terdiri dari atraksi, amenitas dan aksesibilitas jelas terdapat banyak kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sehingga diperlukan strategi yang relevan untuk melakukan pemanfaatan yang berkelanjutan. Paket wisata tersebut merupakan inti rekomendasi dari hasil penelitian sehingga setiap produk yang dimiliki KWP mampu berkesinambungan untuk mendukung keberlangsungan pariwisata kampung Pancuran. Tentunya masih banyak yang menjadi catatan untuk menjadi saran diantaranya

- Selain paket wisata yang direkomendasikan penulis, sebaiknya perlu digali paket wisata yang berbeda agar dapat mengkoordinir seluruh unsur yang ada di KWP
- Untuk paket wisata yang di rekomendasikan sebaiknya harus ditentukan minimal dan maksimal wisatawannya mengingat kawasan KWP terbatas.
- Diperlukan perbaikan disetiap atraksi, amenitas dan aksesibilitas yang masih kurang memadai.
- SDM terampil pariwisata di KWP perlu di siapkan untuk mendukung rekomendasi paket wisata
- Perlu adanya tempat penjualan souvenir KWP untuk memudahkan penjualan produk

Untuk penelitian ini tentunya tidak terlepas dari kekurangan sehingga diperlukan penelitian lain yang mendukung penelitian sebelumnya, sehingga setiap yang di teliti mampu berkesinambungan untuk memecahkan setiap permasalahan yang ada di kampung Pancuran yang berhubungan dengan pariwisata.

6. REFERENSI

- Buhalis, D., & Costa, C. (2006). *Tourism management dynamics: Trends, management, and tools*. Butterworth-Heinemann.
- Fajar. (2018, November 1). *Walikota Resmikan Kampung Wisata Pancuran*. Retrieved from Pemerintah Kota Salatiga: <https://Salatiga.go.id/walikota-resmikan-kampung-wisata-pancuran/>
- Fatimah, F. N. (2020). Teknik Analisis SWOT, Pedoman Menyusun Strategi Yang Efektif & Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman. In F. N. Fatimah, *Pengertian Analisis SWOT* (pp. 7-8). Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. (2012). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. John Wiley & Sons.
- Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. Canada: Jhon Wiley & Sons.
- Kotler, P. (2015). *Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. INDEKS Kelompok Gramedia.
- Nuriata, N. (2014). Paket Wisata Penyusunan Produk dan Perhitungan Harga. *Alfabeta*, 15.
- Pearce, D. G. (2012). Tourist attraction systems. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 1216-1240.
- Perumahan dan Kawasan Permukiman. (2021, Oktober 13). *Profil Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Salatiga*. Retrieved from perkim.id: <https://perkim.id/pofil-pkp/profil-kabupaten-kota/profil-perumahan-dan-kawasan-permukiman-kota-Salatiga/>
- Rangkuti, F. (2009). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. *Gramedia Pustaka Utama*, 18.
- Rohman, F. A. (2019). Drumblek, Kesenian Barang Bekas Dari Salatiga Untuk Dunia. Drumblek, Second Hand Art From Salatiga Into World. *Neliti.com*, 59-65. doi:<https://doi.org/10.36869/wjsb.v10i1.35>
- Sigala, M. (Ed.). (2012). *Trends and issues in global tourism 2012*. Springer Science & Business Media.
- Suwantoro, G. (2019). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.