

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Perkembangan zaman yang begitu cepat membuat semua harus berkomunikasi dengan menggunakan komputer sistem dominan, *android* dan *ios*. Fitur ini mampu membawa informasi jauh lebih cepat dari apa yang dipikirkan sebelumnya.

Berikut adalah beberapa faktor yang mempengaruhi wisatawan di *Bah Koh Samed Island* yang dapat berkontribusi pada pengalaman pengunjung yang positif di destinasi pulau *Bah Koh Samed*:

1. Lokasi yang menarik.

Bah Koh Samed memiliki lokasi yang indah di Teluk Thailand, dengan pasir putih yang memikat dan air laut yang jernih. Kehadiran pantai yang eksotis dan alam yang mempesona dapat menjadi daya tarik utama bagi pengunjung.

2. Pemandangan yang menakjubkan.

Pulau ini menawarkan pemandangan yang menakjubkan, termasuk matahari terbenam yang spektakuler, hutan tropis yang hijau dan pemandangan pantai yang menakjubkan. Keindahan alam yang melimpah membuat pengalaman pengunjung semakin memuaskan.

3. Tempat wisata yang beragam.

Bah Koh Samed menawarkan berbagai jenis kegiatan dan atraksi wisata. Mulai dari snorkeling, menyelam, berjemur di pantai, hingga menjelajahi hutan belantara.

Keragaman ini memungkinkan pengunjung untuk memilih dan menyesuaikan kegiatan mereka sesuai dengan preferensi dan minat masing-masing.

4. Fasilitas yang memadai / Antusias masyarakat setempat.

Terdapat berbagai macam akomodasi, restoran, dan fasilitas pendukung lainnya di pulau ini. Ketersediaan fasilitas yang memadai memberikan kenyamanan bagi pengunjung, sehingga mereka dapat lebih menikmati pengalaman berlibur.

Meskipun faktor internal seperti lokasi, pemandangan, dan lokasi wisata memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman pengunjung yang lebih baik, tidak boleh diabaikan bahwa faktor eksternal seperti layanan pelanggan yang baik, kebersihan lingkungan, keamanan, dan faktor sosial-budaya dapat mempengaruhi pengalaman pengunjung secara keseluruhan. Dengan mempertimbangkan dan menggabungkan faktor internal dan eksternal yang baik, destinasi seperti *Bah Koh Samed* dapat memberikan pengalaman liburan yang luar biasa bagi para pengunjungnya.

- 1) Dengan mempertimbangkan perubahan tren dan kebutuhan wisatawan saat ini, perubahan sistem atau metode dalam industri pariwisata Bah Khh Samed, Thailand, dapat membantu meningkatkan daya saing, mengoptimalkan pemanfaatan teknologi, menjaga kelestarian lingkungan, dan memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi para wisatawan.
- 2) Bagaimana manajemen digitalisasi dapat membantu?

Membangun situs web yang menarik, membuat situs web resmi Pulau Bah Koh Samet yang menampilkan informasi lengkap tentang pulau tersebut. Pastikan

situs web tersebut responsif, mudah di navigasi, dan menampilkan gambar-gambar menarik yang menggambarkan keindahan dan daya tarik pulau.

Pengoptimalan mesin pencari (SEO), memastikan situs *web* dioptimalkan untuk mesin pencari seperti *Google*. Hal ini akan membantu situs *web* muncul di hasil pencarian yang relevan dan meningkatkan visibilitasnya. Konten multimedia, membuat konten multimedia yang menarik seperti foto, video, dan peta interaktif. membagikan konten ini melalui situs web, media sosial, dan *platform* berbagi video seperti *YouTube* untuk menarik pengunjung potensial.

Review dan testimoni ketika meminta pengunjung yang puas untuk memberikan ulasan dan testimoni positif tentang pengalaman mereka di Pulau *Bah Koh Samed*. Konten *blog*, membuat *blog* reguler yang berisi informasi menarik tentang *Bah Koh Samed Island*, seperti panduan perjalanan, tips perjalanan, atau cerita pengalaman pribadi. Konten *blog* yang berkualitas dapat membantu membangun otoritas dan ketertarikan pada pulau ini.

Kampanye pemasaran digital, kampanye pemasaran digital melalui *Google Ads*, iklan media sosial, atau iklan afiliasi. Tentukan target audiens yang tepat dan buat pesan yang menarik untuk menarik pengunjung potensial.

Berkolaborasi dengan influencer, mengundang influencer atau travel blogger populer untuk mengunjungi Pulau Bah Koh Samed dan membagikan pengalaman mereka melalui platform mereka. Hal ini dapat membantu meningkatkan eksposur dan kepercayaan publik terhadap pulau tersebut dan memantau metrik kinerja digital, seperti lalu lintas situs web, tingkat konversi, dan ulasan pengunjung.

Para pengunjung yang melakukan perjalanan pariwisata telah mengkonsumsi jasa di tempat lain di luar tempat biasa mereka. Perubahan yang telah mempengaruhi sektor ini dalam beberapa tahun terakhir sangat banyak. Digital, dengan munculnya *e-commerce*, pemesanan *online*, dan ulasan *online*, secara substansial telah mengubah cara pariwisata dilakukan. Platform baru untuk pemesanan akomodasi hotel dan non-hotel, inovasi dalam mobilitas, layanan pengalaman berdasarkan realitas virtual dan augmented-semua perubahan ini telah (dan terus berdampak) pada cara wisatawan melakukan perjalanan, tetapi juga pada cara operator *tur* memberikan dan mengelola produk dan layanan.

Pada tahap penelitian dapat menanyakan apa makna pariwisata pada tahun 2023 tidak cukup, perlu menyelidiki fasilitas akomodasi, operator tur, dan transportasi, tren yang paling menjanjikan dalam waktu dekat, dan masa depan serta cara berwisata adalah wisatawan digital dengan perjalanan yang berbasis *artificial intelligence* seperti aplikasi *mobile*, *internet*, *smart* turis.

Minat terhadap wisata seni semakin meningkat, karena semakin banyak orang yang menyadari banyak manfaat dari mengunjungi lokasi pariwisata dan galeri. Untuk memfasilitasi jaringan pariwisata seni, penting untuk membentuk forum atau kelompok jaringan yang didedikasikan untuk diskusi dan promosi pariwisata seni. Hal ini akan memungkinkan orang untuk berbagi informasi dan pengalaman, dan untuk menciptakan aliansi dan kemitraan yang selanjutnya dapat meningkatkan jangkauan dan popularitas pariwisata seni.

Meningkatnya penggunaan teknologi digital telah memudahkan orang untuk mengakses informasi dan berkomunikasi satu sama lain. Digitalisasi juga

memungkinkan orang untuk menggunakan informasi secara lebih canggih dan efektif. Membangun koneksi dengan seniman lain, termasuk menunjukkan karya, menghadiri acara seni, dan menghadiri pameran seni; membangun jaringan dengan profesional lain di bidang ini seperti kurator, pemilik galeri, penulis, dan seniman lainnya; bergabung dengan komunitas seni *online* dan forum online lainnya; mengembangkan hubungan dengan kolektor dan sponsor acara seni.

B. Saran

1. Perjalanan Wisata Digital

Bukan hanya Pariwisata yang telah menjadi digital, tetapi juga dan di atas semua wisatawan sendiri. Setelah menguraikan para tokoh kunci market perjalanan dan inovasi utama, mempelajari tentang bagaimana perilaku yang disebut 'wisatawan digital', mulai dari inspirasi hingga pasca-perjalanan. Sejak munculnya pandemi, perjalanan menjadi lebih digital berkat adopsi solusi yang lebih inovatif, baik karena pelaku pasar yang paling berpandangan ke depan ingin memanfaatkan peluang teknologi dan karena permintaan di antara konsumen berubah secara signifikan. Perjalanan wisatawan digital mencakup beberapa saluran *online* dan fisik, tetapi yang paling utama adalah penggunaan *Internet* yang dominan di semua tahap, mulai dari saat terinspirasi hingga kembali ke rumah. Dalam melakukan perjalanan wisata Digital menjadikan jejaring atau kemitraan meningkat berlandaskan hubungan antar lembaga dalam pengelolaan pariwisata, dukungan regulasi dan kerjasama tim akan memberikan dampak positif dalam destinasi wisata model digitalisasi.

Tren pariwisata dewasa ini mulai bergeser ke arah digital. Terlihat dari aktivitas wisatawan yang mulai merencanakan perjalanan, *before and after journey*, hampir semua diakses secara digital. Akses model pariwisata digital tentu memerlukan jaringan kuat antara pihak berwenang demi menghasilkan potensi yang baik. Jaringan internet dan penyediannya dapat mudah diakses. Jika hal ini terjadi maka para pengunjung dapat merasakan kemudahan dalam bepergian dan akan menghasilkan wisatawan *nomad digital*.

Seiring pemulihan pariwisata dan industri kreatif, sektor akomodasi harus mengambil strategi yang tepat untuk bertahan hidup. Salah satunya adalah personalisasi dengan menawarkan fasilitas *WFH (Work From Home)* bagi pekerja profesional yang membutuhkan *refreshing* di kesibukannya bekerja.

Beberapa ide menghasilkan pengalaman wisata digital setelah melakukan penelitian di *Bah Koh Samed Island* ;

- a. Pencarian inspirasi dan informasi - terutama pada media pencarian.
- b. Pemesanan dan pembelian - akomodasi dan layanan transportasi.
- c. Aktivitas dan layanan perjalanan - pengalaman, mobilitas.
- d. Aktivitas yang dilakukan saat kembali - berbagi pengalaman, memaknai objek sekitar dan membeli produk yang terkait dengan lokasi yang dikunjungi.

Bah Koh Samed. Dengan adanya sistem tiket online yang efisien, wisatawan akan merasa lebih nyaman dan tidak terganggu oleh antrian panjang. Digitalisasi dan promosi online akan membantu memperkuat citra Bah Koh Samed sebagai tujuan wisata yang mengangkat budaya dan kearifan lokal. Dengan melibatkan masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan dan memberdayakan mereka

dalam industri pariwisata, mereka akan merasakan manfaat ekonomi secara langsung dan memiliki andil dalam menjaga keberlanjutan destinasi. Pengelolaan lingkungan dan praktik-praktik berkelanjutan juga akan menjadi fokus utama dalam tata kelola pariwisata, sehingga keindahan alam *Bah Koh Samed* dapat dipertahankan dalam jangka panjang. Terakhir, kerja sama dengan pemerintah daerah dan pemangku kepentingan lainnya akan memperkuat langkah-langkah yang diambil dan memastikan keberhasilan implementasi solusi ini.

Dengan tata kelola pariwisata yang baik, *Bah Koh Samed* dapat menawarkan pengalaman wisata yang positif dan otentik kepada para pengunjung. Selain menikmati pantai yang indah, wisatawan juga dapat terlibat dalam kehidupan budaya lokal, mempelajari tradisi dan kearifan lokal, dan mendukung ekonomi lokal melalui pembelian produk lokal dan menggunakan layanan yang ditawarkan oleh mereka. Pada saat yang sama, masyarakat lokal akan merasa dilibatkan dan memiliki peran penting dalam pengelolaan pariwisata, serta mendapatkan manfaat dari pembangunan sektor pariwisata yang berkelanjutan.

Diharapkan, dengan penerapan solusi-solusi tersebut, tata kelola pariwisata di Bah Koh Samed dapat menjadi contoh yang baik bagi destinasi pariwisata lainnya dalam menjaga keunikan budaya lokal, menjaga kelestarian lingkungan, dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat lokal dan wisatawan.

2. Foto dan Dokumentasi

Fotografi dokumentasi merupakan bagian dari fotografi yang diaplikasikan dalam penulisan sebuah penelitian, fleksibilitas, tidak berpaku pada aturan dasar fotografi. Adapun fungsi dari foto dokumentasi yaitu mengabadikan suatu peristiwa

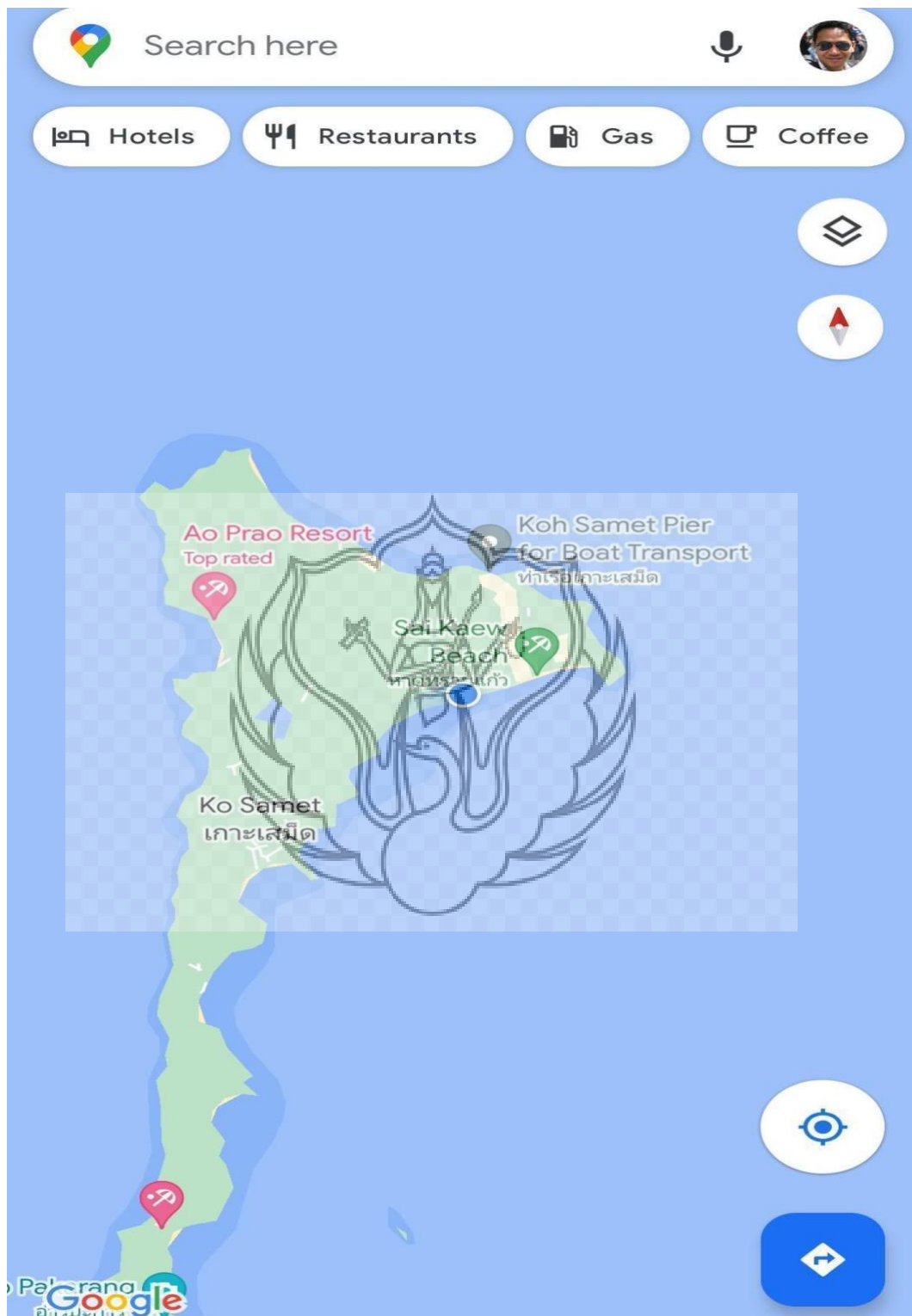
yang terjadi dalam bentuk gambar memiliki sudut pandang makna tersendiri. Selain itu foto dokumentasi memberikan bukti bahwa penelitian telah diadakan dan berdasarkan sumber data didapat dari lapangan.



Gambar 16. Tempat Wisata Lokasi Penelitian



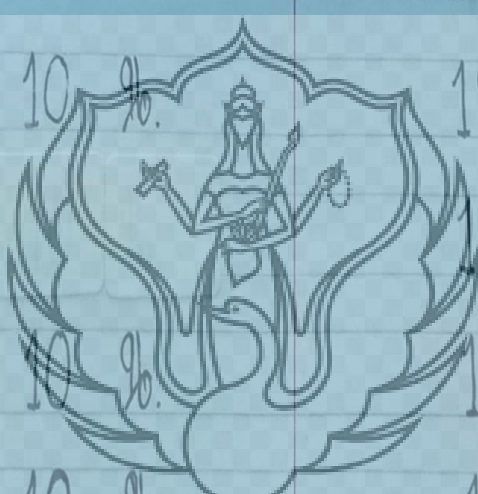
Gambar 17. Lokasi Penelitian



Gambar 18. Peta Lokasi Penelitian




Gambar 19. Tiket Retribusi Wisata



 ๙๙๙๙๙๙๙๙ < TIMETABLES >

๙๙ - GO	๙๙๙ - Return
09 : 10 %	10 : 00 %
11 : 10 %	12 : 00 %
13 : 10 %	14 : 00 %
15 : 10 %	16 : 00 %
16 : 10 %	17 : 00 %
	๙๙๙... 085-3929966

Gambar 20. Jadwal Penyebrangan Wisata

 **ท่าเรือท่องเที่ยวศรีบ้านเพ**
SRIBANPHE PIER เลขที่ **5898**


ตั๋วเรือโดยสารขาไป - ส่งที่ท่าเรือหน้าด่าน (เกาะเสม็ด)
Normal boat go to Na-dan Pier (Koh Samed)

เรือออกทุก 1 ชั่วโมง
Departure every 1 hour
(08:00 a.m. - 05:00 p.m.)
(ใช้เวลาประมาณ 30 นาที / Use time 30 minutes)

60 Baht
ตั๋วไป / Go

Paxs.
NON-REFUNDABLE / ไม่รับคืนตั๋ว

Information : Mobile. 086-1135594, 081-9151962 Tel. 038-651901, 038-651556, 038-651736

 **ท่าเรือท่องเที่ยวศรีบ้านเพ**
SRIBANPHE PIER เลขที่ **0900**


ตั๋วเรือโดยสารขากลับ - รับที่ท่าเรือหน้าด่าน (เกาะเสม็ด)
Normal boat comeback from Na-dan Pier (Koh Samed)
(แสดงตั๋วต่อเจ้าหน้าที่ / Please show ticket to the authority)

เรือออกทุก 1 ชั่วโมง
Departure every 1 hour
(09:00 a.m. - 06:00 p.m.)
(ใช้เวลาประมาณ 30 นาที / Use time 30 minutes)

60 Baht
ตั๋วกลับ / Comeback

Paxs.
NON-REFUNDABLE / ไม่รับคืนตั๋ว

Information : Mobile. 086-1135594, 081-9151962 Tel. 038-651901, 038-651556, 038-651736

 **ท่าเรือท่องเที่ยวศรีบ้านเพ**
SRIBANPHE PIER
No. **1935**

บัตรจอดรถ - Ticket for Parking

ฝากวันที่/Date..... 9 / 07 / 66

ทะเบียนรถ/Car license..... ๒๐๙๘๕

ราคา/Price... 30 บาท/Baht คืน/Night

ฝากชั่วคราว TEMPORARY ฝากค้างคืน STAY OVER NIGHT

กรุณาแสดงบัตรต่อเจ้าหน้าที่/Please show ticket before taken your car.

Gambar 21. Tiket Retribusi Wisata

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto, D.T., & Muhajir, M. 2020. *Strategi Seni Pertunjukan Dengan Segmentasi Pariwisata*.
- Agustiningsih. 2018. *Lifestyle Construction Through Music As A Product Of Popular Culture*, *Journal Of Communication And Business*. Volume Vi No. 2, Pp. 16-22.
- Anggriawan, A. 2019. *Analisis Deskriptif Hasil Belajar Pembelajaran Tatap Muka Dan Pembelajaran Online Menurut Gaya Belajar Mahasiswa*. Matrik: Jurnal Manajemen, Teknik Informatika Dan Rekayasa Komputer, 18(2), 339-346.
- Antonioli, G. 2016. *Arte Pubblica A Torino Dal 1995*. Al 2015.
- Awwabin, S. 2021. *Pengertian Metode Penelitian*. <https://penerbitdepublish.com/pengertian-metode-penelitian/>.
- Betti Alisjahbana. 2020. *Network Building Tips & Benefits*.
- Berita Magelang.Id. 2018. *Magelang Regency Government*. Retrieved From <http://beritamagelang.id/disparpora-kabupaten-magelang-value-lama-kunjung-wisatawan-dikabupaten-magelang-2-3-jam-saja>.
- Cahn, David. 2019. *Chemical Industry Logistics Digitization In A Changing Economy*. *Adhesives & Sealants Industry*. Vol. 26 Issue 7, P17-19. 3p
- Creative Tourism. 2020. Retrieved October 10th, 2016. from <http://www.dasta.or.the> subdistrict administrative organization. (2016). history of rayong city. retrieved
- Creswell, J.W. 2014. *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Designated Areas For Sustainable Tourism Administration. 2012. *Creative Tourism*. Retrieved October 10th, 2016. From <Http://Www.Dastan.Or.Th>.
- Diaz, J. 2016. *Leaping Into The Unknown: Expanding The Boundaries Of A Travel Brand*. *Australia Tourism Summit 2016*. Retrieved November 30th, 2016, from http://www.tourism.australia.com/documents/event/joe_diaz_-_afar_final.pdf
- Freeman, R. E. 2010. *Stakeholder Theory: The State Of The Art*. New York. Cambridge University Press
- Global Sustainable Tourism Council. 2016. *Gstc Destination Criteria*. Retrieved November 30th, 2016, <http://www.gstcouncil.com>
- Gunawan, I. 2021. *Seni Dan Revolusi Industri 4.0*. *Jsrw (Jurnal Seni Rupa Warna)*.
- Gorenssek, T. (2018). Conceptualization Of Digitalization: Opportunities And Challenges For Organizations In The Euro-Mediterranean AREA. https://emuni.si/wp-content/uploads/2020/01/IJEMS-2-2019_93%E2%80%9393115.pdf
- Hubeis Musa. 2021. *Strategi Komunikasi Kepemimpinan Pada Era Digital*. Diversity: Jurnal Ilmiah

- Icomos. 2020. *Sustainable Tourism Definition*. Retrieved October 7th, 2016, <https://www.slideshare.net/mariellameva/icomos-15499968nalikatibhagsangsit>.
- Indiana, J. 2019. *Diversity Of Understanding That Includes Science And Art. Tamumatra*. Journal Of The Arts Of Instruction, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.29408/tmmt.v2i1.1519>
- Iswandi. 2015. *Refleksi Psikologi Musik Dalam Perilaku Masyarakat Sehari-Hari*. 148, 148–162.
- Isya, D. J., Suparman, S. N., Hidayat, T., Yuliaty, E., Farida, A. N., Ramly, A. T., & Hubeis, M. 2021. *Strategi Komunikasi Kepemimpinan Pada Era Digital*. Diversity: Jurnal Ilmiah Pascasarjana, 1(2). <https://doi.org/10.32832/djip-uika.v1i2.4979>
- Junaidi, J., & Malau, E. I. (2022). Analisis Faktor-Faktor Penghambat Transformasi Digital Dan Perkembangan Ekonomi Desa Wisata Berbasis Teknologi Pada Desa Di Kecamatan Ajibata. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (Ek Dan Bi)*, 5(2), 260-264.
- Kemendikbud. 2022. *Digital Tourism Strategy In Attracting Tourists*. <https://www.kemendikbud.go.id/ragam-pariwisata/strategi-digital-tourism-dalam-menggaet-wisatawan>
- Kustanto, A. 2019. Tourism: As One Of The Efforts To Get Foreign Exchange For The Government Of Indonesia. *Qistie*, 12 (1).
- Kuhn, T. 1962. *Research Paradigm*. file:///c:/users/siman/documents/mata course of post bachelor content sm1/3.metopen i/research paradigm. journal.pdf
- Kurfi, U. K. (2023). Application Of Determinant In Multiple Regression Analysis.
- Liborius, P. 2017. *The Impact Of Leaders' Character On Subordinates' Attitudes And Behavior Towards Their Work And Leader*.
- Liu, H., Lafferty, J., & Wasserman, L. (2007, March). Sparse nonparametric density estimation in high dimensions using the rodeo. In *Artificial Intelligence and Statistics* (pp. 283-290). PMLR.
- Maharani, I. A. D. 2018. *Arti Seni & Perkembangan Nilai Seni*. 1–15.
- Moleong, Lj 2016. *Qualitative Research Methodology*. Yogyakarta: Graha Ilmu
October 10th, 2016, from <http://www.phe.go.th/index.php?page=history>
- Muliawati, L., & Susanti, D. (2020). Digitalisasi destinasi sebagai strategi pengembangan promosi pariwisata di Kabupaten Magelang. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 3(02), 135-143.
- Pagliara, F. 2017. *Il Settore Turistico: Sostenibilità E Certificazioni Ambientali A Carattere Volontario*.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The Experience Economy Updated Edition*. Boston: Harvard Business Review Press.
- Postman, N. (2004). *The New Media*. In *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business* (2nd ed., pp. 62-76). New York: Penguin Books.

- Potter, D. J. (2009). *Ecotourism In Thailand? S Andaman Coast: An Assessment Of Modes, Localities And Mediators.*
- Rangkuti, Freddy. 2019. *SWOT Analysis Of Dissecting Business Case Techniques.* Gramedia Main Library, Jakarta
- Rusev, D. 2021. *Exploring The Strategic Planning Approach And Getting Started.* <https://strategium.space/en/lesson/what-is-a-personal-strategy/>
- Riengchantr, A. (2018). *Island Tourism and Sustainable Development in Thailand, Case Study of Koh Pha-Ngan.* Liverpool John Moores University (United Kingdom).
- Royani. 2017. *Penelitian Terdahulu. Penelitian Terdahulu.* <http://repository.upm.ac.id/1357/5/bab%20ii%20rinas%20triono.pdf>
- Sariang, G. N. 2021. *Tesis Program Studi Perencanaan Dan Pengembangan Wilayah / Otonomi Daerah Sekolah Pascasarjana.*
- Abe, S. (2016). *Japan's Society 5.0: A New Age of World-Leading Innovation.* Retrieved from <https://www.mofa.go.jp/files/000253331.pdf>
- Simanullang, P. (2022). *Art Network Strategy, Digitalization for Management Efficiency and Tourists: Bah Koh Samet Island, Chumphon Province, Thailand.* *Media Wisata*, 20(2), 264-270
- Simanullang, P. (2021). *Stigma Music of Human Life in Indonesia Orchestral Music.* *PROMUSIKA*, 9(2), 94-100.
- Singerin Sarlota, 2022. *Manajemen Digitalisasi Sebagai Solusi Menghadapi Era Disrupsi Pada Perguruan Tinggi.* CV. Azka Pustaka. Sumatera Barat
- Solewski, R. 2021. *The Concept Of Stratification Of The Work Of Art In The Aesthetic Thought Of Roman Ingarden And Władysław Stróżewski In Relation To Contemporary Art On The Example Of An Analysis And Interpretation Of An Installation By Arthur Jafa.* *Roman Ingarden And Our Times: Recent Trends In Phenomenology And Contemporary Philosophy*
- Sugianto, C. A., & Hongdiyanto, C. 2017. *Perumusan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Qspm Pada Bisnis Sambal Nusantara.*
- Sugiyono, 2016. *Business Research Methods..* Jakarta: Alpha Bheta First Print.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.* Bandung : Alfabeta, Cv.
- Sungsuwan, T. (2018). *Creative Tourism in Koh Samed: The Answer for Sustainable Tourism?.* *NIDA Case Research Journal*, 10(2).
- Suwarno, L. 2021. *Dunia Digital Dan Banalitas Manusia.*
- Syah, R. F., Fasa, M. I., & Suharto, S. 2021. *Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah Di Indonesia.* *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(3), 396-416.

Tajeddini, K., Ratten, V., & Merkle, T. (Eds.). 2019. *Tourism, Hospitality And Digital Transformation: Strategic Management Aspects*. Routledge.

Tamumatra: *Jurnal Seni Pertunjukan*, 2(1), 1–8.
<https://doi.org/10.29408/tmmt.v2i1.1519>

Tjiptono, Fandy, 2015, *Service Marketing, First Edition*. Malang: Bayumedia

Umar, Husein, 2001, *Strategic Management In Action*. Fifth Printing. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Usman, H., & Akbar, P. S. (2008). *Metodologi Penelitian Sosial (Edisi 2)*. Jakarta. PT. Bumi Aksara.

Wijayati, H. 2019. *Panduan Analisis Swot Untuk Kesuksesan Bisnis*. Yogyakarta: Quadrant.

