**THE ROLE OF BADUNG TOURISM SERVICE IN PROMOTING THE ATTRACTION OF BADUNG TOURISM IN THE ERA OF THE COVID-19 PANDEMIC**

**Ni Luh Gede Novi Wulandari 1, Ni Wayan Purnami Rusadi 2**

1,2 Politeknik Nasional Denpasar

*Correspondence*: Ni Wayan Purnami Rusadi, Politeknik Nasional Denpasar

*Email:* [**niwayanpurnamirusadi@gmail.com**](mailto:niwayanpurnamirusadi@gmail.com)

DOI : <https://doi.org/10.36983/japm.v10i2.313>

ABSTRACT

*This study takes the title of the Role of the Badung Tourism Office in Promoting Badung Tourism Attractiveness in the Covid-19 Era. The purpose of this study was to find out how important the role played by the Tourism Office team in promoting tourist attractions in Badung Regency during the Covid-19 pandemic that still afflicts Bali tourism. The type of research conducted is qualitative. This research takes a case study on the role of the Badung Tourism Office, namely in the field of marketing or tourism promotion in Badung. Sources of data obtained are through primary data sources and secondary data sources. Data collection techniques carried out by researchers using observation, interviews, documentation, and literature studies. The Badung Tourism Office has carried out various ways to promote tourist attractions in Badung in order to attract tourist visits to Badung Bali, one of wich is promoting tourism at home and abroad through social media and increasing human resources by conducting trainings in the tourism sector.*

Keywords : The Role of the Tourism Office, Promoting, Covid-19

**PERAN DINAS PARIWISATA BADUNG DALAM MEMPROMOSIKAN DAYA TARIK WISATA BADUNG DI ERA PANDEMI COVID-19**

ABSTRAK

Penelitian ini mengambil judul tentang Peran Dinas Pariwisata Badung Dalam Mempromosikan Daya Tarik Wisata Badung Di Era Pandemi Covid-19. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa penting peran yang dilakukan oleh tim Dinas Pariwisata dalam mempromosikan daya tarik wisata di Kabupaten Badung selama pandemi Covid-19 yang masih menimpa pariwisata Bali. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kualitatif. Penelitian ini mengambil studi kasus pada peran Dinas Pariwisata Badung yakni di bidang pemasaran atau promosi pariwisata yang ada di Badung. Sumber data yang diperoleh yaitu melalui sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi Pustaka. Dinas Pariwisata Badung telah melakukan berbagai cara untuk mempromosikan daya Tarik wisata di Badung guna menarik kunjungan wisatawan ke Badung Bali salah satu nya melakukan promosi pariwisata di dalam maupun luar negeri melalui sosial media dan meningkatkan SDM dengan melakukan pelatihan-pelatihan di bidang pariwisata.

**Kata Kunci : Peran Dinas Pariwisata, Mempromosikan, Covid-19**

**PENDAHULUAN**

Pariwisata merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya Tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut yang tertera di dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990. Di dalam pariwisata terdiri dari 3(tiga) komponen meliputi wisata, pengusahaan objek dan daya tarik wisata, dan usha-usaha lain di bidang tersebut tetapi masih ada kaitannya pada bidang pariwisata.

Di Indonesia memiliki pulau-pulau yang dimana setiap pulau memiliki keindahan tersendiri dari alam, budaya, dan buatan. Keindahan yang disuguhkan di setiap pulau menjadikan daya tarik wisata sebagai salah satu keinginan bagi banyak orang untuk diketahui. Daya tarik wisata merupakan sebuah aktivitas yang menggunakan sesuatu yang mempunyai keunikan, keindahan dari alam, ataupun budaya yang dimiliki oleh masyarakat yang menjadikan sasaran spesifik bagi kunjungan wisatawan. Bersumber dari Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 terkait daya tarik wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, serta nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Beragam daya tarik wisata yang diberikan alam Indonesia yang salah satu nya paling ingin untuk dikunjungi oleh wisatawan dalam atau pun luar negeri yaitu Pulau Bali.

Bali merupakan salah satu pulau kecil yang berada di kawasan perairan Indonesia yang diyakini memberikan dampak besar bagi dunia pariwisata Indonesia. Bali memiliki daya tarik yang mampu membedakan terhadap daerah lainnya yang berada di Indonesia yaitu keindahan dari segi alam, budaya, wisata, serta aneka ragam seni ukir kerajinan. Disamping itu upaya peningkatan kualitas baik pelayanan maupun fasilitas terus ditingkatkan, maka dari itu Bali tetap menjadi Kawasan favorit untuk berlibur. Terdapat salah satu kabupaten di Bali yang memiliki objek daya tarik wisata dimana telah diketahui dan juga dikunjungi oleh kalangan banyak wisatawan dalam maupun luar negeri salah satu nya adalah Kabupaten Badung. Kabupaten Badung merupakan daerah yang terdapat banyak daerah wisata yang sudah terkenal di Indonesia hingga luar negeri dan mampu memberikan pemasukan atau devisa Negara. Oleh sebab itu, pemerintah perlu dalam hal memperhatikan dan menjaga kelestarian daerah wisata yang ada di Kabupaten Badung melalui instansi-instansi yang telah dibentuk oleh setiap pemerintah kabupaten yang ditugaskan untuk mengurus permasalahan-permasalahan tepatnya pada bidang pariwisata. Kabupaten Badung memiliki 39 daya tarik wisata yang tentunya sudah terdaftar sebagai Kawasan daya tarik wisata di pusat pemerintahan Kabupaten Badung pada Dinas Pariwisata. Pada umumnya, disetiap daya tarik wisata wajib memiliki potensi wisata. Potensi wisata yaitu segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik supaya mereka ingin datang dan bertandang ke tujuan wisata tersebut.

Pembangunan Kawasan wisata yaitu pembangunan kawasan wisata yaitu pilihan yang diinginkan mampu bergerak baik potensi ekonomi atau cara pelestarian. Pembangunan daerah wisata dilaksanakan melalui penanganan Kembali beragam potensi dan kekayaan alam hayati secara terpadu. Jadi, berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan potensi wisata adalah situasi yang bisa membawa rangkaian obyek wisata, bagaikan pemandangan alam yang indah, aksesibilitas, akomodasi, dan atraksi.

Di era Covid-19 yang melanda Indonesia termasuk Bali pada pertengahan bulan maret 2020 hingga saat ini meski dari pemerintah sudah menurunkan PPKM di Bali yang awalnya level 4 menjadi level 2 sehingga membawa dampak terhadap kunjungan wisatawan yang menurun ke objek wisata Badung. Upaya yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata Badung dalam memperkenalkan atau memberikan informasi-informasi terkini terkait daya tarik wisata yang terdapat di Kabupaten Badung di masa pandemi Covid-19 yaitu melalui sosial media milik Dinas Pariwisata Kabupaten Badung dan juga dengan melakukan promosi.

**KERANGKA KONSEP**

Promosi yaitu salah satu factor keberhasilan dalam suatu program atau strategi pemasaran. Dalam pariwisata, promosi dapat dilihat sebagai arus informasi satu arah atau kegiatan dalam membujuk seseorang agar seseorang tersebut tertarik untuk ingin tahu tentang informasi tersebut dan dating untuk berkunjung. Proses ini sangat signifikan karena promosi dapat memberikan informasi yang bisa langsung dipahami bagi seseorang yang ingin melakukan kunjungan/liburan ke suatu tempat yang akan dijadikan pilihannya ketika berlibur ke tempat tersebut.

Menurut Ali Suryadi (2011) mendefinisikan “Promosi merupakan serangkaian kegiatan untuk mengkomunikasikan dan meyakinkan orang akan produk tersebut dan mengikat pikiran dan pasaran nya dalam suatu wujud loyalitas pada produk”. Sedangkan menurut ahli Swastha dan Irawan (2012) menyatakan “Suatu perusahaan dalam menjalan kegiatan promosi ada baiknya mengetahui apa yang menjadi tujuan diadakan promosi tersebut”. Salah satu ahli yakni Kotler dan Keller (2014) menyatakan pendapat “Bauran komunikasi pemasaran *(Marketing Mix)* terdiri dari delapan model komunikasi utama, yaitu: melalui iklan *(Advertising),* promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat dan publitas, pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut ke mulut *(Word of Mouth),* pemasaran individu. Kegiatan promosi biasanya dilakukan dengan tahapan-tahapan agar mencapai hasil seperti yang diinginkan. Adapun tahapan dalam melakukan promosi diantaranya yakni memastikan sasaran pasar, memastikan besarnya insentif dan syarat partisipasi, merencanakan pesan, memilih media promosi yang efektif, memastikan waktu pemasaran, mengukur efektif atau tidaknya promosi, dan memastikan taksiran pemasaran.

**METODOLOGI**

Bentuk dalam penelitian yang dipakai pada penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya Tindakan, motivasi, dan lain-lain secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kosa kata bahasa dan kalimat yang benar, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Menurut Sugiono “penelitian kualitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat pospositivisme, adalah sebagai instrument kunci. Teknik pengumpulan data dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif dan kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi”.

Aktivitas dalam analisis meliputi pembahasan, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi sehingga peneliti mengumpulkan data dengan menuliskan, mengedit, mengklarifikasi, mereduksi, menyajikan dan mendeskripsikan mengenai peran dari Dinas Pariwisata Badung terhadap daya atrik wisata yang ada di Kabupaten Badung selama pandemi Covid-19 yang melanda Bali.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**S**tudi identifikasi potensi daya tarik wisata yaitu salah satu Langkah terpenting terkait pengembangan kepariwisataan. Ini merupakan hal penting karena perjalanan wisata ke suatu daerah dipengaruhi pada dasarnya oleh wisatawan yang memiliki ketertarikan pada sesuatu yang disebut daya tarik wisata maupun atraksi wisata. Istilah daya tarik wisata di Indonesia memiliki persamaan pengertian yakni dengan objek wisata yang mengarah pada istilah *tourist attraction.* Terkait daya atrik wisata, dari jumlah definisi yang bisa dimengerti bahwa pada dasarnya daya tarik wisata berupa seluruh kegiatan yang dapat memikat ketertarikan akan minat dari wisatawan agar ingin berkunjung.

Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia penjabaran tentang jenis-jenis daya tarik wisata pada Nomor 50 tentang Rencana Pembangunan Induk Kepariwisataan Nasional tahun 2010-2025, sebagai berikut:

1. Daya Tarik Wisata Alam

Pada dasarnya jenis-jenis daya tarik wisata alam bisa dibedakan menjadi 2(dua) yakni daya tarik wisata alam yang memiliki keanekaragaman serta keunikan alam nya di wilayah perairan laut dan yang memiliki potensi akan keanekaragaman serta keunikan alam nya di wilayah daratan. Daya tarik wisata alam yang memiliki potensi di wilayah perairan laut seperti: Pantai Kuta dan Pantai Melasti. Daya tarik wisata alam yang memiliki potensi di wilayah daratan yaitu seperti Alas Pala Sangeh. Perairan sungai dan tukad seperti Tukad Celuk. Perkebunan seperti Bagus Agro Plaga. Pertanian, seperti area persawahan Petang, serta dari bentang alam khusus seperti gua, padang pasir, dan yang lainnya.

1. Daya Tarik Wisata Budaya

Daya tarik wista budaya merupakan daya tarik wisata yang berwujud cipta, olah karsa, dan rasa dari manusia menjadi mahluk budaya. Dalam penjabarannya daya tarik wisata budaya dibedakan menjadi 2(dua) yaitu daya tarik yang bersifat berwujud*(tangible)* yang meliputi cagar budaya berupa buatan manusia, benda yang bisa bergerak atau tidak. Dan tidak bergerak *(intangible)* seperti tardisi yang dilakukan oleh masyarakat yang memiliki ciri khas di suatu daerah yang dijadikan sebuah tradisi budaya seperti: perang tipat, mekotekan, ngaben, dan lainnya. Serta kesenian budaya seperti ukiran, tarian kecak, serta lainnya.

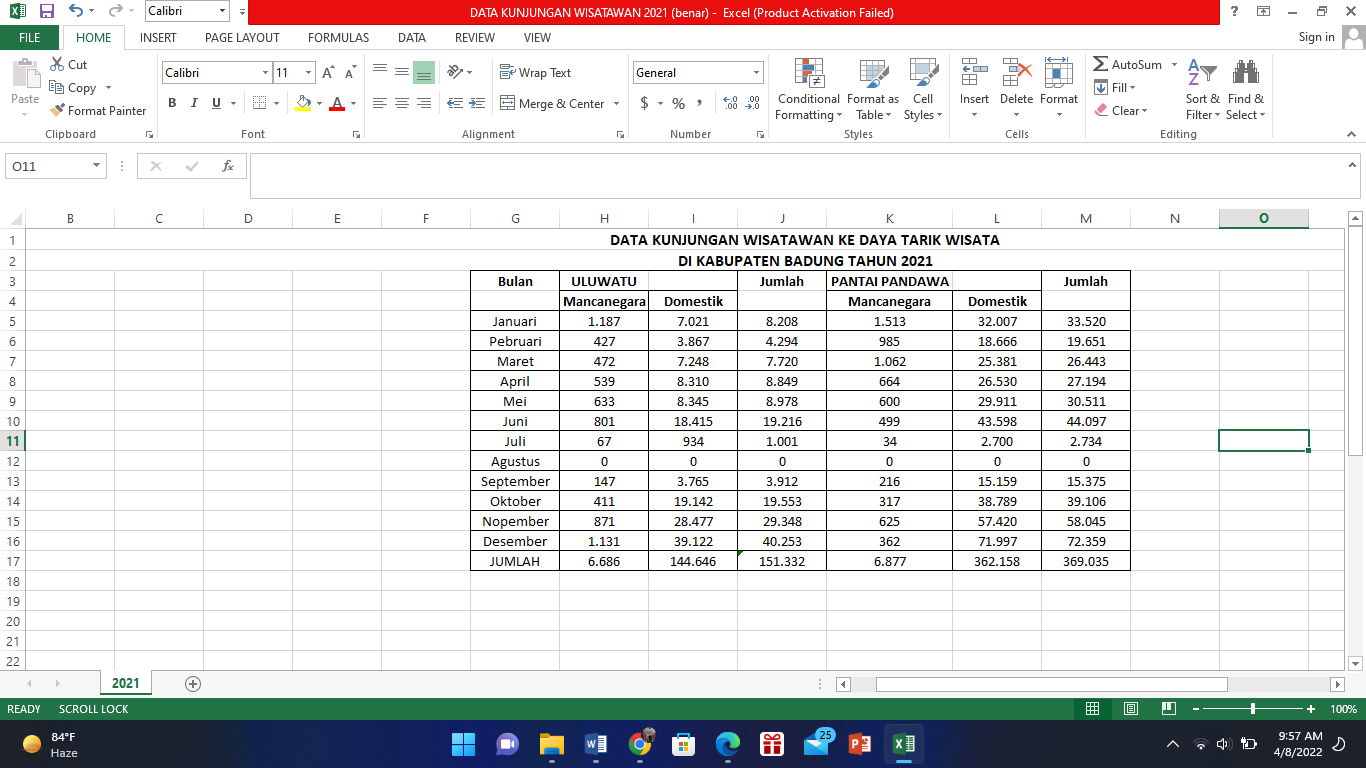
1. Daya Tarik Wisata Buatan Manusia

Daya tarik wisata buatan manusia bisa digolongkan sebagai sebuah daya tarik yang berupa hasil kreasi artifisial serta kegiatan-kegiatan manusia lainnya di luar golongan wisata alam dan wisata budaya. Dalam penjabarannya wisata buatan manusia meliputi:

1. Fasilitas rekreasi dan hiburan. Fasilitas ini berkaitan dengan motivasi untuk berekreasi dalam keinginan sebagai hiburan seperti taman bertema yang ada di Taman Mumbul Sangeh, Taman Ayun.
2. Fasilitas peristirahatan atau akomodasi. Kawasan untuk beristirahat tentunya dengan adanya komponen pendukung sehingga terbentuk menjadi Kawasan terpadu seperti daerah Kawasan ITDC Nusa Dua, dan lainnya.
3. Fasilitas rekreasi dan olahraga. Kawasan yang memiliki komponen dalam kreasi olahraga seperti Kawasan Pandawa Golf yang berada di Desa Kutuh, serta Pecatu Graha, serta area sirkuit lainnya.

Dari jenis-jenis daya tarik wisata tersebut bisa dikembangkan lebih lanjut di berbagai kategori kegiatan wisata maupun sub jenis diantara lain seperti: wisata petualangan, wisata agro, wisata kuliner, wisata budaya, wisata memorial, wista sejarah, wisata Pendidikan, dan wisata desa.

Dalam suatu pengembangan daya tarik disamping bertumbu dengan potensi daya atrik wisata dari segi alam,budaya, serta buatan manusia yang dijadikan sebagai komponen utama, serta ada hal-hal yang perlu diperhatikan seperti:

1. Memiliki daya tarik untuk dikunjungi, dipelajari, serta dilihat.
2. Memiliki ciri khas yang berbeda dari daya tarik wisata lain.
3. Terdapat akses yang layak untuk menuju daya atrik wisata.
4. Memiliki fasilitas yang diperlukan dalam pariwisata seperti akomodasi, restoran, serta lain sebagainya.
5. Melengkapi atau memenuhi 3(tiga persyaratan antara lain: ***Something to see*** yaitu di dalam suatu daya tarik wisata wajib memiliki yang bisa dipandang dan mampu menjadikan minat atau keinginan lagi bagi wisatawan yang telah berkunjung ke daya tarik wisata itu. ***Something to do*** yaitu hal dalam kegiatan yang bisa dilakukan di daya tarik wisata tersebut yang selain banyak pemandangan yang bisa disaksikan, juga wajib adanya fasilitas berupa rekreasi yang bisa dilakukan oleh wisatawan hingga adanya keinginan untuk tinggal lebih lama di Kawasan tersebut. ***Something to buy*** yaitu segala sesuatu yang memiliki ciri khas tersendiri berupa benda hasil olah karya manusia baik itu *souvenir* atau kerajinan khas yang bisa dibeli untuk dijadikan buah tangan oleh wisatawan.

Mempromosikan daya tarik wisata selain memberi manfaat yang positif terhadap perekonomian, serta bisa menimbulkan ancaman untuk kelestarian pada lingkungan, dan juga kebudayaan tuan rumah. Oleh karena itu rencana mempromosikan daya atrik wisata sepatutnya tidak di artikan untuk jadi upaya dalam menggali komoditas serta mengembangkan potensi budaya sebagai komoditas pariwisata sementara, akan tetapi juga wajib dilihat sebagai upaya revitalisasi kebudayaan dan konserevasi lingkungan daerah secara berkelanjutan.

**PERAN DINAS PARIWISATA BADUNG DALAM MEMPROMOSIKAN DAYA TARIK WISATA BADUNG DI ERA PANDEMI COVID-19**

Tabel Data Kunjungan ODTW Uluwatu dan Pantai Pandawa

Dapat diketahui, selama pandemi Covid-19 menimpa Bali terutama bidang pariwisata di Kabupaten Badung pada awal tahun 2020 menjadikan kunjungan wisatawan dalam maupun luar negeri menurun drastic sehingga banyaknya kalangan masyarakat yang bekerja di pariwisata menjadi pengangguran. Namun demikian, pihak pemerintah terutama dinas pariwisata daerah Kabupaten Badung mulai melakukan upaya-upaya guna meningkatkan Kembali kunjungan para wisatawan ke Bali diantaranya sebagai berikut:

1. Mengundang Anak Milenial

Dalam peran membangkitkan pariwisata Bali terutama Badung, Dinas Pariwisata melakukan cara promosi dengan melibatkan anak milenial seperti selebgram, youtuber, tiktokers melalui akun sosial media pribadi nya yang dimana dapat memberikan informasi-informasi terkini terkait daya tarik wisata Kabupaten Badung.

1. Promosi Melalui Media Online

Promosi melalui media online disaat pandemi Covid-19 yang masih menghantui seluruh masyarakat di Indonesia maupun luar negeri merupakan cara yang strategis untuk memberikan informasi terkini terkait pariwisata yang sudah dibuka secara bertahap tetap dengan mematuhi serta menerapkan protocol Kesehatan di era pandemi Covid-19. Dinas Pariwisata di Kabupaten Badung mulai gencar melakukan promosi melalui media online yakni berupa (a) Sistem Informasi Pariwisata (SITA). Di Kabupaten Badung memiliki system informasi terkait pariwisata yang ada di Kabupaten Badung dimana baik dari masyarakat Bali, masyarakat Indonesia, maupun para wisatawan dari luar negeri yang ingin mengetahui apa saja informasi-informasi terkini terkait pariwisata maupun berita kegiatan di Badung yang telah dilakukan selama pandemi Covid-19. Adapun situs website resmi yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Badung dalam menunjukan kegiatan maupun memberikan informasi-informasi terkini terkait obyek daya tarik wisata Badung yang telah dilakukan selama pandemi Covid-19 yaitu [*https://dispar.badungkab.go.id*](https://dispar.badungkab.go.id)*.* Di website resmi Dinas Pariwisata Badung, wisatawan dalam maupun luar negeri dapat mengetahui *events* yang sudah dilaksanakan, ada berita terkait kegiatan-kegiatan yang sudah dilaksanakan selama pandemi Covid-19, wisatawan juga bisa mengetahui adanya desa wisata, daya tarik wisata dari segi alam, budaya, serta buatan manusia, dan industri pariwisata yang terdapat di Kabupaten Badung dimana bisa dikunjungi selama liburan di Bali. Selain itu, ada cuplikan foto maupun terkait destinasi wisata yang ada di Badung. b) Sosial Media. Di perkembangan era modern akan penggunaan *digital* yang pesat ini, tentunya masyarakat tidak asing akan yang namanya sosial media atau singkatnya sosmed. Hingga saat ini berbagai hal termasuk dalam mempromosikan pariwisata yakni daya tarik wisata salah satunya menggunakan sosial media. Dilansir oleh Kementrian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo), jumlah pengguna internet di Indonesia yakni sekitar 63 juta jiwa. Kemudian 95% dari data tersebut mengakses internet untuk bermain jejaring sosial. Dari data tersebut dapat dilihat bagaimana potensi yang dihasilkan dari promosi melalui sosial media. Semakin banyak orang mengakses sosial media, maka semakin besar pula peluang akan promosi yang dilakukan terhadap jasa atau barang yang ditawarkan menjadi daya tarik bagi mereka yang melihat. Sebenarnya penggunaan media sosial untuk pemasaran/promosi sudah lama digunakan oleh pelaku bisnis. Akan tetapi minimnya pelaku usaha yang ingin memaksmalkan dalam mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan melalui sosial media.

1. Mengundang Media Massa

Dengan mengundang media massa untuk meliput setiap kegiatan yang dilakukan, merupakan cara dalam wujud pemasaran/promosi yang diterapkan dari pihak Dinas Pariwisata Badung. Banyak kegiatan yang sudah dilakukan selama pandemi Covid-19 guna mempromosikan Kembali pariwisata salah satu nya daya tarik wisata yang ada di Badung dengan mengadakan kegiatan Fam Trip Explore Badung pada akhir tahun di tahun 2020. Plt.Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Badung menyatakan bahwa tujuan dari diadakan program ini adalah demi memperkenalkan destinasi yang Badung miliki dengan tujuan bahwa peserta dapat menginformasikan akan keindahan daya tarik wisata Badung sekaligus protocol Kesehatan yang diterapkan tentunya berbasis CHSE. Kemudian Adapun tujuan lainnya yaitu untuk memberikan ransangan dan menarik minat wisatawan lain pada saat berlibur di Bali mereka tertarik untuk berkunjung ke destinasi di Kabupaten Badung.

1. Mengundnag Mahasiswa dan Masyarakat Lokal

Dinas Pariwisata Kabupaten Badung dalam melakukan setiap kegiatan juga mengajak para mahasiswa dan juga masyarakat local untuk ikut dalam mempromosikan daya tarik wisata guna meningkatkan minat pelaku pariwisata bertandang dan membagikan informasi terkait protocol Kesehatan yang perlu diterapkan Ketika berkunjung ke daya tarik wisata yang terdapat di Kabupaten Badung di era pandemi Covid-19.

**PENUTUP**

**Kesimpulan**

Potensi kepariwisataan yaitu segala sesuatu yang memiliki keindahan, keunikan, serta nilai keanekaragaman baik segi dari alamnya, budaya, maupun buatan manusia yang menjadi sasaran kunjungan dari wisatawan luar maupun dalam negeri. Di Kabupaten Badung terdapat daya tarik wisata yang memenuhi fasilitas keperluan bagi wisatawan ketika berkunjung yaitu antara lain seperti *something to see, something to do, dan something to buy*. Di masa pandemi Covid-19 yang melanda pariwisata di Bali salah satunya pariwisata yang ada di Kabupaten Badung, kunjungan wisatawan sepi. Terkait peran yang dilakukan dari Dinas Pariwisata dalam mempromosikan daya tarik wisata Badung yaitu sebagai media informasi yang memberikan segala informasi terkini terkait daya tarik wisata Badung yang sudah menerapkan protocol Kesehatan berbasis CHSE melalui sosial media sehingga besar kemungkinan menjadi ketertarikan wisatawan domestik atau internasional ingin berkunjung untuk melihat potensi yang terdapat dalam daya tarik wisata yang terdapat pada Kabupaten Badung.

**Saran**

Fasilitas sarana prasarana protocol Kesehatan disetiap ODTW perlu ditingkatkan Kembali, serta memaksimalkan sosial media yang digunakan informasi-informasi terkini terhadap wisatawan yang ingin berkunjung ke Badung.

**Daftar Pustaka**

Ahmad Rijali, UIN. 2018. Analisis Kualitatif

[*http://jurnal.uin-antasari.ac.id*](http://jurnal.uin-antasari.ac.id)33 Januari – Juni 2018 (20:45)

Arifin, Zaenal Nur. 2020. Adakan Fam Trip, Dispar Badung Promosikan Pariwisata

Aman dan Nyaman Saat Pandemi. [*https://bali.tribunnews.com*](https://bali.tribunnews.com). 12 Desember 2021 (09:00)

Badung, Dinas Pariwisata. BAB II Gambaran Pelayanan Dispar. 2021

Badung, Dinas Pariwisata. Bidang BPKAD. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Obyek WIsata di Badung 2021.

Kotler, P. 1997. Marketing Manajemen. Ninth Edition. New Jersey: Prentice Hall, Inc.

Lemfort, Gede, 2011. Definisi daya tarik wisata.

*http://tugas pariwisata.blogspot.com/2011/08/definisi-daya-tarik-wisata.html.* 21 Oktober 2021 (20:15)

Muksin, I Ketut. 2016. Daya Tarik Wisata. [*https://simdos.unud.ac.id/upload/filependidikan 1 dir/328bb3339a0c0a67cfcaf025e9e8856b.pdf*](https://simdos.unud.ac.id/upload/filependidikan%201%20dir/328bb3339a0c0a67cfcaf025e9e8856b.pdf)*.* 04 Nopember 2021 (19:00)

Pratama, B Yoga. 2019. BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. Pengertian Pariwisata.

[*http://eprints.undip.ac.id/75291/2/BAB 2.pdf*](http://eprints.undip.ac.id/75291/2/BAB%202.pdf)*.* 21 Oktober 2021 (21:10)

Soedarsono, S. 2014. JURNAL SOSIAL HUMANIORA.

[*https://iptek.its.ac.id/index.php/jsh/article/view/582*](https://iptek.its.ac.id/index.php/jsh/article/view/582)*.* 25 Oktober 2021 (19:30)

Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan