

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA KULINER BERBASIS MASYARAKAT DI RUNGKUT SURABAYA

Fiqriena Anggun Tyastity dan Yustisia Pasfatima Mbulu
Fakultas Pariwisata, Universitas Pancasila Jakarta
Serengseng Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan, 12640, Indonesia

ABSTRACT

The purpose of this research was to identify the culinary tour in Rungkut Surabaya, to analyze the public participation in the development of culinary tour of mangrove in Rungkut Surabaya and to identify development strategies culinary tour mangrove in Rungkut Surabaya. The existing development strategy can be a material consideration for mangrove or nature tourism Manager for mangrove culinary Manager. The design of this research uses descriptive method with the method mix proportion of qualitative methods is more dominant. To determine the strategy for the development of community-based culinary tourism in Rungkut Surabaya by using SWOT analysis. Based on the results of the SWOT analysis is obtained the results of the development strategies of community-based culinary tourism in Rungkut Surabaya i.e., among others: (1) to reproduce more human resources due to a product that has possess the raw material is seasonal (2) Increase thoroughness in providing product information to avoid the presence of the consumer that will produce processed independently (3) to make the activities of socialization for tourists in order to reduce the damage done by tourists.

Keywords: *culinary, strategy development, CBT.*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor yang saat ini memberikan dampak bagi perekonomian daerah maupun devisa negara. Hal ini disebabkan karena pariwisata merupakan industri jasa, sesuai dengan yang dikemukakan oleh Damanik dan Weber (2006:1) bahwa pariwisata adalah fenomena pergerakan manusia, barang dan jasa yang sangat kompleks. Ia terkait erat dengan organisasi, hubungan-hubungan kelembagaan dan individu, kebutuhan layanan, penyediaan kebutuhan layanan dan sebagainya.

Pengembangan suatu tempat yang dijadikan daerah pariwisata diharapkan menjadi sumber dan potensi kegiatan ekonomi yang dapat diandalkan yang mampu menggalakkan kegiatan ekonomi, termasuk kegiatan sektor lain sehingga lapangan pekerjaan, pendapatan masyarakat, pendapatan daerah dan pendapatan negara, serta penerimaan devisa meningkat melalui upaya pengembangan dan pembangunan berbagai potensi kepariwisataan nasional, dengan tetap memelihara kepribadian bangsa dan kelestarian fungsi serta mutu lingkungan hidup (Wulan, Betty Pusvita 2013).

Perlu diperhatikan keharusan mengolah dan mengelola serta melestarikan sumber-sumber alam dan bertanggung jawab. Dengan cara demikian, sumber-sumber alam tersebut tetap utuh untuk dimanfaatkan secara berkesinambungan, tidak hanya untuk generasi sekarang tetapi lebih-lebih untuk generasi yang akan datang. Pariwisata berkelanjutan adalah pariwisata yang mempertimbangkan kebutuhan

masa sekarang dan yang akan datang tanpa merusak alam dan budaya sekitar. Pengelolaan pariwisata diharapkan dapat memberikan keuntungan bagi semua pihak yang terkait seperti pemerintah, swasta dan masyarakat lokal. Menurut Yoeti (2008:242), pariwisata berkelanjutan mempertemukan kebutuhan wisatawan dan daerah tujuan wisata dalam usaha menyelamatkan dan memberi peluang untuk menjadi lebih menarik lagi pada waktu yang akan datang.

Perkembangan dalam sektor kepariwisataan pada saat ini melahirkan konsep pengembangan pariwisata alternatif yang tepat dan secara aktif membantu menjaga keberlangsungan pemanfaatan budaya dan alam secara berkelanjutan dengan memperhatikan segala aspek dari pariwisata berkelanjutan yaitu; ekonomi masyarakat, lingkungan, dan social-budaya (Sarah, 2016). Pendekatan yang paling dekat pada sektor pariwisata didalam pengelolaan dan pengembangannya adalah keterlibatan masyarakat. Masyarakat merupakan stakeholder yang paling dekat dengan wisatawan, serta budaya dan kearifan lokal tumbuh dan berkembang di masyarakat.

Beragamnya jenis makanan dan minuman yang dimiliki Indonesia, salah satunya kota yang memiliki keanekaragaman wisata kuliner tersebut ialah kota Surabaya. Surabaya dikenal dengan sebutan *Kota Pahlawan* karena sejarahnya. Tidak hanya dikenal dengan sebutan Kota Pahlawan, Surabaya juga memiliki kekayaan kuliner dan sumber daya lokal yang melimpah makanan khas diantaranya lontong balap, tahu tek, tahu campur, pecel semanggi, rujak cingur, sambal bu rudi, lapis surabaya, almond crispy dan masih banyak makanan tradisional khas surabaya lainnya. Berikut ini adalah data kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara di Surabaya berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS). Data tersebut menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan di Surabaya mengalami peningkatan.

Tabel 1.1 Data kunjungan wisatawan ke Surabaya Tahun 2015 – 2017

N o.	Formula Indikator	Satuan	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017
1.	Jumlah kunjungan wisatawan	Orang	200.851	220.570	242.627
2.	Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara	Orang	9181.205	10.588.971	11.647.867
	Jumlah kunjungan wisatawan nusantara				
	Total		9,382,056	10,809,541	11,809,494

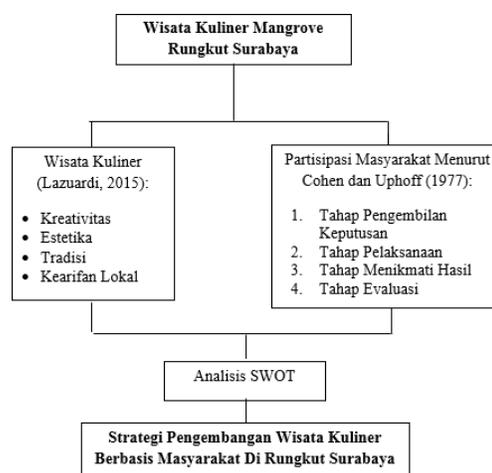
Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Timur

Adanya peningkatan jumlah wisatawan di kota Surabaya setiap tahunnya membuktikan bahwa Surabaya memiliki potensi wisata, potensi wisata yang ada tidak hanya wisata sejarah saja, melainkan masih banyak potensi wisata lainnya seperti wisata kuliner yang terdapat di kota Surabaya. Wisata kuliner di Surabaya khususnya Kecamatan Rungkut membuat daerah tersebut memiliki kesempatan besar untuk mengembangkan suatu destinasi wisata, tidak hanya wisata alam mangrove tetapi juga wisata kuliner khususnya kuliner berbahan dasar buah mangrove. Masyarakat sekitar mempunyai ide kreatif yaitu membuat suatu usaha yang menguntungkan bagi pengelola wisata mangrove

ataupun bagi masyarakat sekitar. Produk yang terbuat dari bahan buah mangrove ini mempunyai beberapa hasil yang dibuat oleh masyarakat setempat yaitu sari buah, sirup, legen, sambal, peyek yang pastinya berbahan dasar buah mangrove.

Banyaknya taman wisata mangrove di berbagai daerah tetapi tidak semua daerah yang memiliki mangrove, dapat mengolah dan mengelola buah mangrove. Dengan adanya pengembangan wisata kuliner mangrove di Rungkut Surabaya maka diperlukan partisipasi masyarakat. Keterlibatan dan keikutsertaan masyarakat sangat dibutuhkan dalam mengembangkan wisata kuliner di Rungkut Surabaya.

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah Mengidentifikasi wisata kuliner mangrove di Rungkut Surabaya, Menganalisis partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata kuliner mangrove di Rungkut Surabaya, Mengidentifikasi kondisi wisata kuliner mangrove di Rungkut Surabaya.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif menggunakan metode kualitatif, tujuan kualitatif memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan manusia yang diteliti. Penelitian kualitatif berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat atau kepercayaan orang yang diteliti kesemuanya yang tidak dapat diukur dengan angka Sulistyio Basuki (2006:78). Penelitian kualitatif pada umumnya dirancang untuk memberikan pengalaman senyatanya dan menangkap makna sebagaimana yang tercipta di lapangan penelitian melalui interaksi langsung antara peneliti dan yang diteliti Putu Laksman Pendet (2003:195). Jenis data yang digunakan adalah

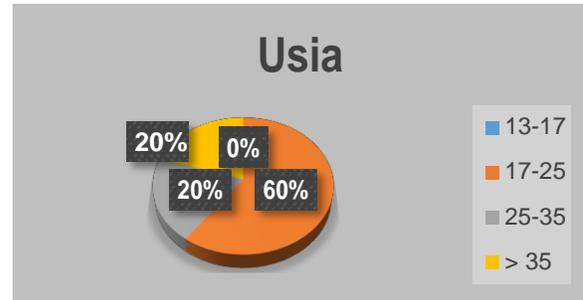
data primer dan sekunder. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari informan, dengan melakukan wawancara langsung dengan pengelola wisata kuliner mangrove rungkut Surabaya. Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui buku-buku, dokumentasi, artikel, jurnal yang terkait dengan penelitian.

Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 30 sampel dengan 30 responden yang menjadi fokus penelitian untuk konsumen produk buah mangrove. Dalam proses penelitian ini, responden yang dipilih secara *purposive random sampling*. Dalam penelitian kualitatif dan deskriptif. Teknik analisis yang akan digunakan dalam penyusunan Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Berbasis Masyarakat Di Rungkut Surabaya dengan menyusun semua data-data yang diperoleh dari berbagai sumber, baik dari hasil kuesioner, wawancara langsung, pengamatan di lapangan, dokumen pribadi dan dokumen resmi. Analisis kualitatif dilakukan secara deskriptif berdasarkan hasil kuantitatif. Data-data yang ada diproses melalui pengelompokan data. Setelah itu melakukan penyusunan strategi dengan menggunakan analisis SWOT.

Penyusunan faktor-faktor strategi eksternal dan internal dibuat dalam matriks SWOT. Matriks SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks ini menghasilkan 4 alternatif strategi yaitu SO, ST, WO, dan WT (Rangkuti, 2013). Kemudian hasil dari analisis SWOT digunakan untuk menyusun perencanaan strategi pengembangan wisata kuliner berbasis masyarakat lokal dengan tujuan dapat membangun kegiatan wisata kuliner yang optimal dengan bahan baku lokal yang ada di Rungkut Surabaya. Pada penelitian ini menggunakan Matriks SWOT.

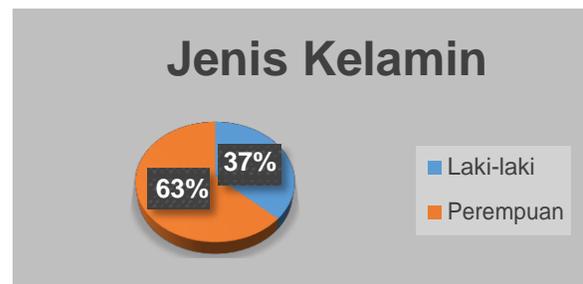
HASIL PEMBAHASAN

Data dibawah ini merupakan data karakteristik responden dari hasil data penyebaran kuesioner dengan responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, daerah asal, frekuensi kunjungan, rekan berkunjung, dan referensi berkunjung. Profil responden akan disajikan pada diagram berikut:



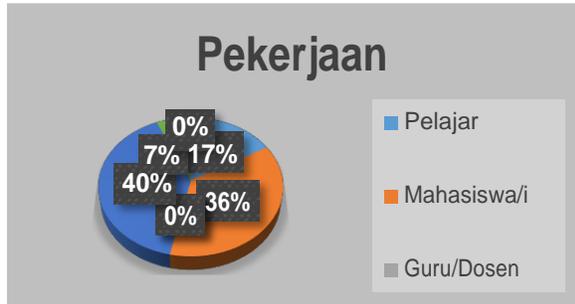
Gambar 2. Usia
Sumber: Pengolahan data 2018

Dari persentase diatas sangat jelas pengunjung wisata kuliner lebih didominasi oleh pengunjung dengan usia 17-25 tahun dikarenakan pengunjung wisata yang mengunjungi Taman Ekowisata Mangrove Rungkut, Surabaya rata-rata berusia dewasa dan pada usia tersebut ingin mencari tahu wisata kuliner yang memiliki keunikan rasa dan menu makanan atau minuman yang bervariasi. Dari diagram tersebut dapat dengan jelas dilihat bahwa karakteristik pengunjung yang melakukan kegiatan wisata kuliner sangat bervariasi dan dapat dinikmati oleh semua kalangan.



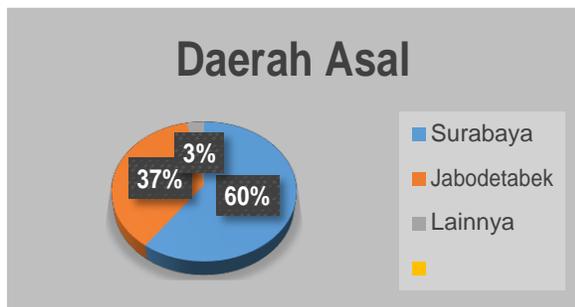
Gambar 3. Jenis Kelamin
Sumber: Pengolahan data 2018

Dari 30 responden dapat dilihat bahwa presentase responden pengunjung yang mencicipi wisata kuliner mangrove di Taman Ekowisata Mangrove Rungkut Surabaya lebih didominasi oleh pengunjung yang berjenis kelamin perempuan dengan presentase 63% dibandingkan pengunjung berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah presentase 37%. Hal tersebut dikarenakan pengunjung wisata kuliner yang berjenis kelamin perempuan lebih tertarik dan mempunyai keinginan besar tentang sesuatu hal yang baru apalagi yang berbau kuliner.



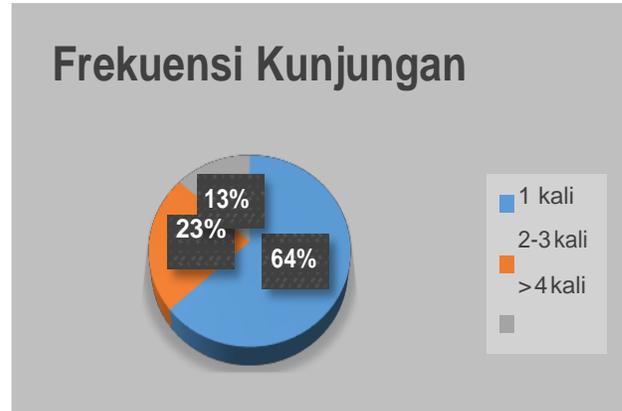
Gambar 4. Pekerjaan
Sumber: Pengolahan data 2018

Dari 30 responden dapat dilihat bahwa responden pengunjung yang mencicipi wisata kuliner mangrove di Taman Ekowisata Mangrove Rungkut, Surabaya, memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta sebanyak 40%, hal tersebut menunjukkan bahwa pengunjung wisata kuliner mayoritas dilakukan oleh karyawan swasta dikarenakan banyaknya pengunjung yang datang sedang berlibur dengan teman kantor ataupun dengan keluarga.



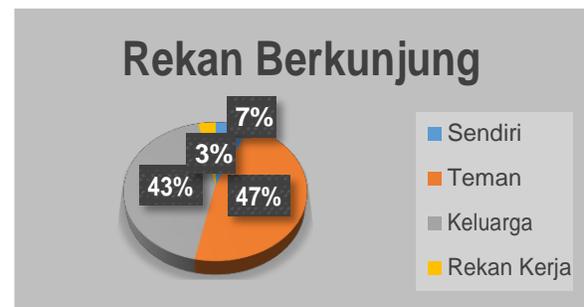
Gambar 5. Daerah Asal
Sumber: Pengolahan data 2018

Dari data diatas sangat jelas pengunjung wisata kuliner lebih didominasi oleh pengunjung dari daerah Surabaya dengan presentase sebanyak 60%. Hal ini dikarenakan lokasi yang nyaman sebagai tempat rekreasi keluarga, juga tempat yang dapat dijadikan tempat foto, dan juga dapat dijadikan tempat penelitian yang artinya dari tempat tersebut sangat potensial untuk berkembang menjadi suatu tujuan wisata kuliner bagi pengunjung lain yang ingin menikmati wisata kuliner yang unik dan kuliner inovasi baru dari olahan buah mangrove.



Gambar 6. Frekuensi Kunjungan
Sumber: Pengolahan data 2018

Dari hasil data diatas frekuensi wisata kuliner dari pengunjung yang datang 1 kali ke tempat wisata memiliki presentase sebanyak 64%, Hal tersebut menunjukkan bahwa presentase tertinggi pengunjung yang berwisata 1 kali karena rata-rata pengunjung yang datang tertarik, ingin mengetahui wisata kuliner yang terbuat dari olahan buah mangrove dan juga berwisata dengan keluarga.



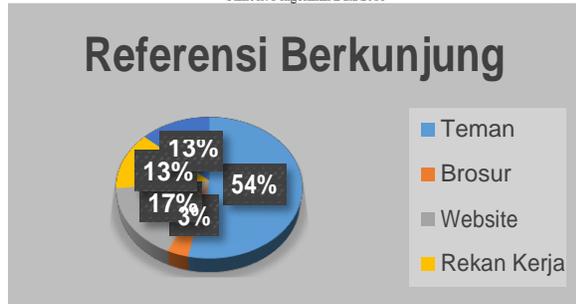
Gambar 7. Rekan Berkunjung
Sumber: Pengolahan data 2018

Dari 30 responden dapat dilihat bahwa referensi berkunjung dari pengunjung yang mencicipi wisata kuliner mangrove di Taman Ekowisata Mangrove Rungkut, Surabaya dengan presentasi rekan berkunjung. Rekan berkunjung dengan teman memiliki presentase sebanyak 47%, Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata pengunjung datang dengan rekan berkunjung teman mereka sendiri karena tempat wisata ekowisata mangrove tersebut ialah tempat yang cocok untuk menikmati pemandangan bersama teman ataupun keluarga.

Tabel 4.2 Hasil Kuesioner Variabel Estetika

Pernyataan	Jawaban (Skor)					Total Skor
	STS	TS	CS	S	SS	
1. Tampilan produk olahan buah mangrove menarik dan memiliki nilai keindahan.	0	2	6	76	40	124
2. Tampilan produk olahan buah mangrove memiliki nilai lebih.	0	0	15	64	45	124
3. Tampilan produk olahan buah mangrove menggugah selera.	0	0	9	68	50	127

Sumber: Pengolahan Data 2018

Gambar 8. Referensi Berkunjung
Sumber: Pengolahan data 2018

Dari 30 responden dapat dilihat bahwa referensi berkunjung yang menjadi acuan tempat wisata dapat dilihat dari banyaknya presentase berikut referensi berkunjung melalui teman memiliki presentase sebanyak 54%, Hal tersebut menunjukkan bahwa referensi berkunjung pada taman ekowisata mangrove tersebut memiliki dominan pada referensi berkunjung diketahui dari teman atau yang kedua dapat dilihat dari website. Dapat dijadikan penilaian oleh pengelola tempat wisata.

Wisata Kuliner Mangrove

Menurut Lazuardi 2015 wisata kuliner ialah kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan, dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi dan/atau kearifan lokal; sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen. Unsur-unsur berikut yang terdapat dalam pengolahan atau penyajian produk yang diolah dari buah mangrove:

Kreativitas

Kreatifitas yang dimaksud adalah aspek ide baru yang dapat memberikan nilai tambah pada sebuah makanan dan minuman. Unsur kreatifitas dalam produk olahan buah mangrove di Surabaya merupakan ide baru yang sangat inovatif. Disebut ide baru yang inovatif karena produk olahan mangrove jarang ditemui dan jarang diketahui oleh masyarakat.

Unsur penyajian produk makanan dan minuman pada olahan buah mangrove yang dibuat oleh masyarakat

ialah berbentuk kemasan botol, masyarakat atau pengelola membuat kemasan botol karena mudah dipakai dan mudah dibawa oleh konsumen. dilihat dari tempat wisata yang berada di luar ruangan maka produk dalam kemasan botol ini sangat cocok.

Tabel 4.1 Hasil Kuesioner Variabel Kreatifitas

Pernyataan	Jawaban (Skor)					Total Skor
	STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)	
1. Produk olahan buah mangrove di Surabaya merupakan ide baru yang sangat inovatif.	0	0	0	48	90	138
2. Produk olahan buah mangrove menjadi nilai tambah tersendiri saat mengunjungi wisata mangrove di Rungkut Surabaya.	0	0	0	60	75	135
3. Kreasi resep pengolahan buah mangrove sangat kreatif.	0	0	0	64	70	134
4. Cara pengolahan buah mangrove sangat kreatif dan unik	0	0	0	64	70	134
5. Produk olahan buah mangrove di Rungkut Surabaya sangat menarik.	0	2	0	60	70	132

Sumber: Pengolahan Data 2018

Hasil survei terhadap 30 orang mengenai empat jenis kreativitas tersebut dan pernyataan produk buah mangrove merupakan ide baru yang sangat inovatif, dari data ini didapatkan jumlah skor dari perkalian antara data kuesioner yang dihasilkan dengan jumlah skor diatas, lalu total jumlah skor pada pernyataan kreatifitas yang pertama adalah 138, sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan produk buah mangrove merupakan ide baru yang sangat inovatif.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Ririn sebagai pengelola wisata kuliner mangrove Rungkut Surabaya menyatakan setuju dengan pernyataan mengenai adanya inovasi dalam produk tersebut "...ada beberapa jenis hasil dari olahan mangrove seperti sari buah, sirup, legen, yang mempunyai bentuk kemasan yang berbeda-beda dan adanya produk lain seperti dodol, kripik, dan juga sambal yang terbuat dari olahan buah mangrove".

Kesimpulan dari variabel kreatifitas diatas dilihat dari teori dengan hasil wawancara dan kuesioner bahwa kreatifitas yang ada ialah ide yang muncul dari masyarakat untuk membuat produk olahan buah mangrove. Pendapat penelitian bahwa hasil olahan buah mangrove perlu di kembangkan agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat luar daerah Surabaya dan menjadi pengetahuan baru bahwa buah mangrove dapat dijadikan produk makanan atau minuman yang memiliki banyak manfaat bagi orang yang mengkonsumsi.

Estetika

Estetika yang dimaksud adalah aspek tampilan dari sebuah makanan dan minuman yang ditata dengan memperhatikan unsur keindahan sehingga menjadikan produk kuliner tersebut memiliki nilai lebih dan mampu menggugah selera konsumen untuk menikmatinya.

Tampilan produk juga menarik karena dari penelitian yang dilakukan dilihat banyak pengunjung yang sangat tertarik dengan produk yang diberi kantung, dengan alasan mereka lebih mudah untuk membawa produk tersebut mengelilingi kawasan ekowisata mangrove.

Hasil survei terhadap 30 orang mengenai tiga jenis estetika tersebut adalah tampilan produk olahan buah mangrove yang menggugah selera. Dari data ini didapatkan jumlah skor dari perkalian antara data kuesioner yang dihasilkan dengan jumlah skor diatas, lalu total jumlah skor pada pernyataan ini ialah 127, sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan tampilan produk olahan yang menggugah selera.

Tradisi

Tradisi yang dimaksud adalah sesuatu yang telah dilakukan sejak lama dan menjadi bagian dari kehidupan suatu kelompok masyarakat yang berkaitan dengan kebiasaan dalam mengolah dan mengonsumsi makanan dan minuman. Unsur tradisi dalam produk olahan buah mangrove dapat menjadi warisan budaya kuliner karna dari hasil penelitian menyatakan bahwa pengelola atau masyarakat yang mempunyai ide kreatif pertama kalinya sudah menurunkan beberapa resep ke beberapa generasi sejak tahun 2014 seperti yang telah diuraikan pada kutipan wawancara dengan ibu Ririn pengelola wisata kuliner buah mangrove dibawah ini.

Tabel 4.3 Hasil Kuesioner Variabel Tradisi

Pernyataan	Jawaban (Skor)					Total Skor
	STS	TS	CS	S	SS	
1. Produk olahan buah mangrove dapat menginterpretasikan tradisi masyarakat lokal di Rungkut Surabaya.	0	0	9	48	75	132
2. Produk olahan buah mangrove dapat menjadi warisan budaya kuliner di Rungkut Surabaya.	0	0	3	24	115	142

Sumber: Pengolahan Data 2018

Hasil survei terhadap 30 orang mengenai dua jenis tradisi tersebut adalah produk olahan buah

mangrove dapat menjadi warisan budaya kuliner. Dari data ini didapatkan jumlah skor dari perkalian antara data kuesioner yang dihasilkan dengan jumlah skor diatas, lalu total jumlah skor pada pernyataan tradisi di atas adalah 142, sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan produk olahan buah mangrove dapat menjadi warisan budaya kuliner. Dan hasil observasi ini sesuai dengan kesimpulan yang didapat dari hasil analisis data kuesioner.

Kearifan Lokal

Kearifan lokal yang dimaksud adalah identitas suatu daerah berupa kebenaran yang telah tertanam dalam suatu daerah. Unsur kearifan lokal dalam produk olahan buah mangrove menjadi identitas khas masyarakat Rungkut Surabaya, karena hanya di wilayah kecamatan rungkut Surabaya yang memiliki produk olahan buah mangrove.

Tabel 4.4 Hasil Kuesioner Variabel Kearifan Lokal

Pernyataan	Jawaban (Skor)					Total Skor
	STS	TS	CS	S	SS	
1. Produk olahan buah mangrove menjadi identitas khas masyarakat Rungkut Surabaya.	0	0	6	16	120	142
2. Olahan buah mangrove memiliki manfaat yang sangat bernilai untuk masyarakat Rungkut Surabaya.	0	0	9	40	85	134
3. Produk olahan buah mangrove bernilai kearifan lokal masyarakat Rungkut Surabaya.	0	0	3	52	80	135

Sumber: Pengolahan Data 2018

Hasil survei terhadap 30 orang mengenai tiga jenis estetika tersebut adalah produk olahan buah mangrove menjadi identitas khas masyarakat Rungkut Surabaya. Dari data ini didapatkan jumlah skor dari perkalian antara data kuesioner yang dihasilkan dengan jumlah skor diatas, lalu total jumlah skor pada pernyataan kearifan lokal yang pertama adalah 142, sehingga didapatkan kesimpulan bahwa mayoritas responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan produk olahan buah mangrove menjadi identitas khas masyarakat Rungkut Surabaya.

Partisipasi Masyarakat

Partisipasi masyarakat menurut Cohen dan Uphoff (1977) membagi partisipasi kedalam beberapa tahapan, yaitu tahap pengambilan keputusan, tahap pelaksanaan, tahap menikmati hasil dan tahap evaluasi. Berkaitan dengan hal tersebut, dapat diketahui bahwa partisipasi masyarakat dilakukan mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, penerimaan, pemanfaatan dan pemeliharaan,

pengembangan hasil pembangunan serta pengawasan dan penilaian terhadap hasil pembangunan.

Tahap Pengambilan Keputusan

Diwujudkan melalui keikutsertaan masyarakat dalam rapat-rapat. Tahap pengambilan keputusan yang dimaksud adalah perencanaan kegiatan. Dari hasil wawancara dengan tiga narasumber yaitu pengelola, masyarakat dan tokoh masyarakat, bahwa dalam produk mangrove tahap pengambilan keputusan yang ada yaitu adanya rapat antar pengelola dengan masyarakat contohnya membicarakan kegiatan yang akan datang, memikirkan tugas apa saja dan siapa saja yang bertugas di dalamnya. Membicarakan dari seragam, berapa produk yang akan dijual, produk apa saja, jam berapa mereka bertugas hingga siapa yang bertanggung jawab dalam kegiatan tersebut.

Tahap Pelaksanaan

Diwujudkan dalam partisipasi pada tahap ini digolongkan menjadi tiga, yaitu partisipasi dalam bentuk menyumbangkan pikiran, bentuk menyumbangkan materi dan bentuk tindakan sebagai anggota program. Dari hasil wawancara dengan tiga narasumber mereka sepakat menjawab bahwa tahap pelaksanaan yang dilakukan pada wisata kuliner mangrove ini ialah adanya ide yang muncul dari masyarakat, masyarakat pun ikut menyumbangkan materi dan bentuk tindakan yang dilaksanakan oleh masyarakat yaitu "... mereka membantu mengemasi produk, sebagian ada yang ikut memanen saat buahnya siap dipanen, kadang juga sebagian ibu-ibu rumah tangga diajarkan untuk membuat souvenir berbentuk buah mangrove yang terbuat dari kain flannel yang dijadikan gantungan, dan sebagian lainnya membantu penjualan di tempat-tempat yang telah disediakan seperti pamean, bazar dan lain-lain", menurut ibu Ririn.

Tahap Menikmati Hasil

Indikator dapat dijadikan sebagai suatu keberhasilan dari setiap partisipasi masyarakat pada tahap pelaksanaan dan perencanaan program. Selain itu, melihat dari posisi masyarakat sebagai subyek pembangunan, maka semakin besar manfaat program dirasakan, berarti program tersebut berhasil mengenai sasaran. Dari hasil wawancara dengan pengelola wisata kuliner yaitu Ibu Ririn, hasil yang di dapat disini ialah keberhasilan beliau karna memiliki ide yang kreatif dan mengakibatkan terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar dan suksesnya kegiatan yang ia jalani. "... dari ibu rumah tangga yang awalnya tidak

mempunyai penghasilan dan setidaknya mereka jadi mempunyai penghasilan dari membuat karya souvenir gantungan buah mangrove sebagai contoh kecilnya".

Tahap Evaluasi

Partisipasi masyarakat pada tahap ini merupakan umpan balik yang dapat memberi masukan demi perbaikan pelaksanaan program selanjutnya. Dari hasil wawancara dengan tiga narasumber bahwa adanya tahap evaluasi pada setiap pelaksanaan kegiatan contohnya ialah pengelola menerima kritik dan saran dari masyarakat sebagai suatu proses perkembangan "... kami menerima masukan dari masyarakat contohnya dengan membuat pengemasan produk lebih menarik, yaitu dengan cara membuat kantung untuk setiap pembelian sirup dan juga apabila ada yang membeli dengan jumlah yang cukup banyak" menurut Ibu Ririn. Sedangkan hasil wawancara dengan masyarakat ialah "... kadang kita pikirkan bagaimana cara agar produk ini laku dijual dan disukai oleh wisatawan dan terkadang munculnya satu ide dari salah satu masyarakat contohnya seperti kantung kemasan yang menarik yang nantinya kita *sharing* ke Bu Ririn, kurang lebih seperti itu".

Analisis SWOT

Pada bagian ini, peneliti akan menganalisis hasil dari kuesioner dan wawancara untuk kemudian dilihat faktor *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman) SWOT yang akan diuraikan sebagai berikut:

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Pada tahap ini peneliti melakukan kajian terhadap faktor-faktor internal dan eksternal kawasan.

Tabel 4.5 Faktor Internal dan Faktor Eksternal Wisata Kuliner Mangrove

Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
<ul style="list-style-type: none"> - Cara pengelolaan tradisional, sehingga menjamin kualitas - Harga yang ditawarkan terbilang sangat terjangkau - Dukungan dari masyarakat terhadap pengembangan wisata kuliner - SDM yang ada menguasai mengenai buah mangrove - Kemasan yang mudah dibawa - Keramahan pengelola 	<ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya SDM yang ada dikawasan wisata kuliner - Hasil produksi sedikit - Sering terjadi kerangkapan pekerjaan - Belum mengenalkan produk ke luar daerah - Buah yang bersifat musiman
Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
<ul style="list-style-type: none"> - Satu-satunya kawasan yang menjual produk mangrove di Surabaya - Mendapatkan dukungan dari pemerintah dan masyarakat - Meningkatnya kunjungan saat <i>high season</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Kemampuan konsumen untuk membibitkan sendiri - Munculnya kompetitor yang lebih unggul - Mengalami penumpukan sampah - Timbulnya kerusakan yang diakibatkan oleh wisatawan

Sumber: Pengolahan Data 2018

Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Setelah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, maka selanjutnya adalah pemberian nilai berdasarkan tingkat kepentingan (bobot) yang dapat dilihat dalam matriks IFE pada tabel 4.6 dan matriks EFE pada tabel 4.6.

Tabel 4.6 Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Faktor Kekuatan (Strength)				
1.	Harga yang ditawarkan terbilang sangat terjangkau	0,23	4	0,92
2.	Cara pengelolaan tradisional, sehingga menjamin kualitas	0,14	4	0,56
3.	Dukungan dari masyarakat terhadap pengembangan wisata kuliner	0,17	4	0,68
4.	SDM yang ada menguasai mengenai buah mangrove	0,15	3	0,87
5.	Kemasan yang mudah dibawa	0,13	3	0,39
6.	Keramahan pengelola	0,18	4	0,72
Jumlah Skor Kekuatan				4,14
Total		1,00		
Faktor Kelemahan (Weakness)				
1.	Kurangnya SDM yang ada dikawasan wisata kuliner	0,26	-3	-0,78
2.	Hasil produksi sedikit	0,23	-4	-0,92
3.	Sering terjadi kerangkapan pekerjaan	0,14	-3	-0,84
4.	Belum mengenalkan produk ke luar daerah	0,23	-3	-0,69
5.	Buah yang bersifat musiman	0,14	-4	-0,56
Jumlah Skor Kelemahan				-3,79
Total		1,00		

Sumber: Pengolahan Data 2018

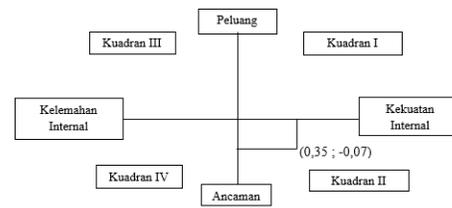
Tabel 4.7 Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Faktor Peluang (Opportunities)				
1.	Satu-satunya kawasan yang menjual produk mangrove di Surabaya	0,29	4	1,16
2.	Mendapatkan daya dukung dari pemerintah dan masyarakat	0,37	4	1,48
3.	Meningkatnya kunjungan saat <i>high season</i>	0,34	3	1,02
Jumlah Skor Peluang				3,66
Total		1,00		
Faktor Ancaman (Threats)				
1.	Kemampuan konsumen untuk membiatkan sendiri	0,23	-4	-0,92
2.	Munculnya kompetitor yang lebih unggul	0,27	-3	-0,81
3.	Mengalami penumpukan sampah	0,17	-4	-1,36
4.	Timbulnya kerusakan yang di akibatkan oleh wisatawan	0,16	-4	-0,64
Jumlah Skor Ancaman				-3,73
Total		1,00		

Sumber: Pengolahan Data 2018

Berdasarkan perhitungan pada hasil pembobotan

Matriks IFE dan EFE, bahwa nilai penjumlahan rata-rata faktor internal kekuatan (4,14) dan kelemahan (-3,79) yaitu; 0,35 (positif). Dan pada faktor eksternal ditemukan bahwa ancaman yang ada pada wisata (-3,73) lebih besar dibanding peluang yang ada (3,66) dan hasilnya ialah; -0,07 (negatif). Hasil dari perhitungan tersebut terlihat bahwa wisata kuliner berbasis masyarakat di rungkut Surabaya memiliki kekuatan yang dominan dibanding kelemahan dan peluang yang lebih kecil dibanding ancamannya. Selanjutnya, nilai-nilai tersebut dimasukkan ke dalam *Matriks Grand Strategy*.



Gambar 9. Matriks Grand Strategy
Sumber: Rangkuti (2013)

Pada gambar Matriks Grand Strategy yang ditunjukkan pada gambar 4.19. Posisi wisata kuliner berbasis masyarakat di Rungkut Surabaya berada pada posisi koordinat (0,35; -0,07) yaitu pada kuadran II, strategi diversifikasi, meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memafaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar). Setelah melakukan pembobotan dan penentuan titik kuadran maka selanjutnya perumusan strategi-strategi SO, ST, WO, dan WT disusun berdasar faktor internal (S) dan (W) sedangkan faktor eksternal (O) dan (T) kedalam matriks interaksi IFE EFE SWOT yang ditunjukkan pada Tabel 4.8.

Tabel 4.1 Matriks Analisis SWOT

		Strength (S)		
		Strength (S)	Weakness (W)	
IFAS	EFES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang ditawarkan terbilang sangat terjangkau 2. Dukungan dari masyarakat terhadap pengembangan wisata kuliner 3. SDM yang ada menguasai mengenai buah mangrove 4. Kemudahan yang mudah dibawa 5. Keramahan pengelola 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya SDM yang ada dikawasan wisata kuliner 2. Masih menggunakan cara masak yang tradisional 3. Sering terjadi kekurangan pelayanan 4. Belum menghasilkan produk ke luar daerah 5. Bahan baku bersifat musiman 	
		<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Satu-satunya kawasan yang menjual produk mangrove di Surabaya 2. Mendapatkan daya dukung dari pemerintah dan masyarakat 3. Meningkatkan kunjungan saat <i>high season</i> 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melibatkan masyarakat dalam pengembangan wisata kuliner mangrove 2. Memperbanyak promosi untuk lebih diketahui masyarakat Surabaya maupun dari luar daerah 3. Keramahan SDM menjadi salah satu nilai tambah 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perbanyak SDM (Sumber Daya Manusia) sehingga sistem manajemen yang kurang akan lebih terarah dan tidak terjadi kekurangan kerja 2. Memiliki stok cadangan bahan baku agar tetap dapat memproduksi produk
TFAS	TFES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan konsumen untuk menitikbarkan sendiri 2. Munculnya kompetitor yang lebih unggul 3. Mengalami pemupukan sampah 4. Timbulnya kerusakan yang di akibatkan oleh wisatawan 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lebih memperbanyak SDM karena produk yang memiliki ciri khas membuat bahan baku bersifat musiman 2. Meningkatkan ketelitian di dalam memberikan informasi produk untuk menghindari adanya konsumen yang nantinya memproduksi olahan secara mandiri 3. Membuat kegiatan sosialisasi untuk wisatawan agar mengurangi kerusakan yang dilakukan oleh wisatawan 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menata kembali tata ruang yang ada menjadi salah satu strategi untuk membantu mengurangi munculnya sampah yang berlebihan. 2. Memperbaiki sistem manajemen yang ada untuk menangani terjadinya <i>mass tourism</i>

Sumber: Penulis 2018

Strategi Pengembangan

Berdasarkan hasil pembobotan dan perhitungan sesuai dengan analisis matriks SWOT dapat dilihat dari Matriks Grand Strategy, Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Berbasis Masyarakat Di Rungkut Surabaya berada di Kuadran II yang merupakan pertemuan dua elemen kekuatan internal dan ancaman sehingga dapat menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar) meminimalisir ancaman, maka strategi ST yang mengatasi kekuatan dengan ancaman adalah sebagai berikut:

1. Lebih memperbanyak SDM karena produk yang memiliki memiliki bahan baku bersifat musiman
2. Meningkatkan ketelitian di dalam memberikan informasi produk untuk menghindari adanya konsumen yang nantinya memproduksi olahan secara mandiri
3. Membuat kegiatan sosialisasi untuk wisatawan agar mengurangi kerusakan yang dilakukan oleh wisatawan

Program Berbasis Masyarakat

Sesuai dari hasil analisis SWOT bahwa produk wisata kuliner ini dipercaya, baik oleh pengelola ekowisata mangrove, masyarakat sekitar maupun pengunjung wisata. Wisata kuliner mangrove ini pun memiliki banyak keunggulan dan manfaat didalamnya, diantaranya mengandung vitamin C, D

dan E, untuk kekebalan tubuh, untuk penyakit batuk, bahkan bisa digunakan untuk kosmetik dan masih banyak lagi. Selanjutnya, tanaman ini masih diletakkan di habitat aslinya dan menjadi pengetahuan baru bagi wisatawan, adanya produk buah mangrove dikawasan ekowisata mangrove ini membuat pengelola ataupun para peneliti memikirkan program kedepannya untuk menjadi daya tarik yang lebih baik dari sebelumnya. Program atau perencanaan merupakan suatu tahap pengembangan dari suatu konsep agar menghasilkan suatu rencana kedepannya. Adapun perencanaan aktivitas pada wisata kuliner mangrove yang berada di kawasan ekowisata mangrove dan jenis aktivitas wisata yang direncanakan yaitu edukasi buah mangrove.

Program Edukasi Buah Mangrove yang dibuat ialah pada saat pengunjung selesai berkeliling di sekitar kawasan mangrove, pada pos terakhir yang terdapat pada salah satu fasilitas di kawasan tersebut atau disebut gazebo pengelola dapat mensosialisasikan kepada setiap pengunjung jenis tanaman mangrove apa saja yang dapat dijadikan olahan makanan dan minuman. Setelah itu menjelaskan bagaimana cara memproses buah mangrove tersebut sehingga dapat menghasilkan beberapa produk makanan dan minuman yang dapat dinikmati siapapun dari berbagai kalangan baik tua ataupun muda. Dan setelah pos tersebut pos selanjutnya dijadikan tempat untuk memamerkan produk-produk olahan yang terbuat dari buah mangrove, pada area ini pengunjung dapat disuguhkan dengan tester dari olahan mangrove. Tujuan dari program ini ialah memperkenalkan lebih mendalam kepada masyarakat dan wisatawan bahwa tanaman bakau mangrove ini mempunyai buah yang dapat diolah menjadi suatu makanan dan minuman yang mempunyai berbagai macam khasiat. Memberikan edukasi lebih khususnya kepada anak-anak sekolah bahwa adanya manfaat yang didapat dari tanaman bakau atau pohon mangrove, dari manfaat umumnya yaitu sebagai tanaman yang mengurangi abrasi air laut, daunnya yang juga dapat diolah, hingga tanaman bakau yang buahnya dapat diolah menjadi suatu produk makanan dan minuman.

Kesimpulan

Rungkut Surabaya memiliki potensi wisata yang cukup besar karena untuk dikembangkan menjadi wisata berbasis masyarakat, produk buah mangrove diolah langsung oleh masyarakat setempat. Meski diberbagai daerah banyak terdapat mangrove, namun tidak semua tempat bisa mengolah buah mangrove menjadi produk makanan dan minuman, seperti yang ada di Rungkut merupakan satu-satunya daerah di Surabaya yang mengolah dan mengelola produk

mangrove. Pada aspek kreatifitas yang disukai menurut wisatawan yaitu pada produk olahan buah mangrove di Surabaya merupakan inovasi baru yang sangat kreatif karena banyak dari wisatawan yang baru mengetahui bahwa tanaman bakau mangrove mempunyai buah yang dapat dikonsumsi dan diolah menjadi produk makanan dan minuman. Kemudian dari segi estetika, tampilan produk olahan buah mangrove sangat menggugah selera karena kemasan produk yang memiliki warna cerah dan dapat menarik konsumen. Sedangkan dari aspek tradisi, yang ada dalam olahan wisata kuliner mangrove ini sudah menjadi kegiatan turun temurun dari generasi ke generasi, karena pengelola saat ini telah diturunkan oleh ayahnya, maka dari itu sudah adanya tradisi yang diturunkan. Kearifan lokal yang terdapat pada masyarakat Surabaya terlihat dari cara pemanfaatan hasil laut yang mempunyai semangat berani untuk membuat suatu produk makanan dan minuman yang saat ini menjadi ciri khas kuliner di Rungkut Surabaya.

Partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata kuliner di ekowisata mangrove Rungkut Surabaya sangat besar, karena mayoritas pengembangan dilaksanakan oleh masyarakat dan masyarakat terlibat langsung dari tahap pengambilan keputusan, tahap pelaksanaannya, tahap menikmati hasil hingga tahap evaluasi. Masyarakat menjadi salah satu organisasi yang sangat berperan penting dalam pengembangan wisata kuliner mangrove di kawasan ekowisata mangrove Rungkut Surabaya. Berdasarkan analisis SWOT, Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Mangrove Berbasis Masyarakat Di Rungkut Surabaya masuk ke dalam strategi ST (Diversifikasi). Strategi ST merupakan pertemuan dua elemen kekuatan internal dan ancaman sehingga dapat menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar) untuk meminimalisir ancaman. Yang kemudian menghasilkan strategi berupa: (1) Lebih memperbanyak SDM karena produk yang memiliki bahan baku bersifat musiman (2) Meningkatkan ketelitian di dalam memberikan informasi produk untuk menghindari adanya konsumen yang nantinya memproduksi olahan secara mandiri (3) Membuat kegiatan sosialisasi untuk wisatawan agar mengurangi kerusakan yang dilakukan oleh wisatawan.

Daftar Pustaka

Alikodra H S. 2012. Konservasi Sumberdaya Alam dan Lingkungan; Pendekatan Ecosophy Bagi Penyelamatan Bumi. Yogyakarta: UGM Press.

- Basuki, S. 2006. Metode Penelitian. Jakarta (ID) :Wedatama Widya Sastra dan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia.
- Besra, Eri. 2012. Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Padang [jurnal]. Padang (ID): Univeritas Andalas Padang.
- Cohen and Uphoff. 1977. *Rural Development Participation*. Cornel University: New York.
- Damanik, Janianton dan Weber, Helmut. (2006): *Perencanaan Ekowisata Dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: PUSPAR UGM dan Andi.
- Duhari, Khofif Rahmat. 2015. *Potensi Aktivitas Arkeologi Sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus Untuk Meningkatkan Kualitas Pengalaman Wisatawan Di Kawasan Prambanan*. Yogyakarta (ID): [tesis] Fakultas Teknik Universitas Gajah Mada.
- Fandeli, Chafid dan Mukhlison, ed., 2000. *Pengusahaan Ekowisata*. Yogyakarta: Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada.
- Fandeli Chafid. 2002. *Perencanaan Kepariwisata Alam*. Yogyakarta (ID): Fakultas Kehutanan Universitas Gajah Mada.
- Faramudita. 2016. Olahan Buah Mangrove Jenis Pidada Merah (*Sonneratia caseolaris*) dan Pidada Putih (*Sonneratia alba*). ((Online), https://www.academia.edu/34333694/Olahan_Buah_Mangrove_Jenis_Pidada_Merah_Sonneratia_caseolaris_dan_Pidada_putih_Sonneratia_alba_), diakses tanggal; 23 April 2018
- Hall, Cholin Michael dkk. 2003. *Food Tourism Around The World: development, management and markets*. Butterworth:Heinemann.
- Hanifa, Ismah. 2013. *Pengembangan Perencanaan Pariwisata*. Bandung (ID): [skripsi] Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota. Universitas Pasundan
- Hermantoro H. 2015. *Kepariwisata, Destinasi Pariwisata dan Produk Pariwisata*. Depok: Aditri Publishing.
- Indrawan Rully, Yaniawati Poppy. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan*. Atif NF, editor. Bandung (ID): PT Refika Aditama.
- Isbandi. 2007. *Partisipasi Masyarakat Dalam*

- Proses Kebijakan Mutu Sekolah Di SD Kanisius Kadirojo Kalasan* [tesis]. Yogyakarta (ID): Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kurniawan, Fajri. 2010. *Potensi Wisata Kuliner Dalam Pengembangan Pariwisata di Yogyakarta*. [Tugas Akhir]. Yogyakarta(ID)
- Lazuardi, Mandra dan M Sandy Triady. 2015. *Ekonomi Kreatif, Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019*. PT.Republik Solusi.
- Marpaung, Happy. 2000. *Pengetahuan Kepariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Marsum, WA. 2001. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta (ID): Andi
- Mayasari CU. 2017. *Strategi Pengembangan Pantai Wediombo Kabupaten Gunung Kidul*. *J Khasanah Ilmu*. 8:65-71.
- Mikkelsen. 1999. *Partisipasi Masyarakat Dalam Proses Kebijakan Mutu Sekolah Di SD Kanisius Kadirojo Kalasan* [tesis]. Yogyakarta (ID): Universitas Negeri Yogyakarta.
- Muntasib, EKSH. 2003. *Interpretasi Wisata Alam. Laboratorium Rekreasi Alam Departemen Konservasi Sumberdaya Hutan dan Ekowisata*. Bogor (ID): Fakultas Kehutanan. Institut Pertanian Bogor.
- Pendit, NS. 1999. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta(ID): PT. Pradnya Paramita
- Pitana, I Gede dan Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Bandung. Andi.
- Pitana, I Gede dan Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta. Andi.
- Pujiyanti, Harsanah M. 2014. *Studi Potensi Wisata Makanan (Food Tourism) Dalam Pengembangan Pariwisata di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah*. *J Intra* 2(1) 33
- Rangkuti F. 2013. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis (Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI)*. Jakarta (ID): PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti F. 2015. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis (Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI)*. Jakarta (ID): PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sarah, S. 2016. *Perkembangan Wisata Berbasis Ekowisata Mangrove Di Taman Wisata Alam Angke Kapuk*. Jakarta(ID): Universitas Pancasila
- Singarimbun, Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta.
- Kegiatan Wisata Bahari di Resort Pengelolaan Wilayah Pulau Harapan Taman Nasional Kepulauan Seribu* [Tesis]. Bandung (ID): Universitas Padjajaran
- Sugiarto, Hendratono T, Sudiby D. 2015. *Metodelogi Penelitian Hospitality & Pariwisata*. Tangerang (ID): Matana Publishing.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung (ID): Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung (ID): Alfabeta
- Suwantoro G. 1997. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta (ID): Andi
- Tosun. 2006. *Expected Nature of Community Participation In Tourism Development Turkey*, School Of Tourism Hotel Management.
- Umam K, Sudiarto, Sri T. 2015. *Strategi Pengembangan Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya*. Surabaya(ID): Progd Agribisnis, Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Surabaya.
- Wahyuni S, Bambang S, Boedi H. 2015. *Strategi Pengembangan Ekowisata Mangrove Wonorejo, Kecamatan Rungkut Surabaya*. Surabaya(ID): Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Diponegoro.
- Wulan, Betty Pusvita. 2013. *Dampak Keberadaan Taman Wisata Candi Prambanan Terhadap Kehidupan Sosial Ekonomi Masyarakat Desa Tlogo Kecamatan Prambanan Kabupaten Klaten* [skripsi]. Yogyakarta (ID): Universitas Negeri Yogyakarta.
- Yoeti, OA. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung (ID): Penerbit Angkasa.
- Yoeti, A.Oka. 2008. *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi dan Implementasi*. Penerbit Kompas. Jakarta