

Pengembangan Pasar Bawah Sebagai Wisata Belanja Di Kota Pekanbaru

Sari Malona Siregar¹, Aisyah Rosmaini², Elly Nielwaty³

Ilmu Administrasi Publik, Universitas Lancang Kuning, Indonesia^{1,2,3}

Corresponding Author: sarimalonasiregar@gmail.com¹, aisyahrsmni@gmail.com²,
nielwaty@gmail.com³

Info Artikel

Submitted: 10 April 2025

Revised : 19 Mei 2025

Accepted: 30 Juli 2025

Published: 30 Agustus 2025

Keywords: development; tourist market; Pekanbaru city.

Kata Kunci: Pengembangan; pasar wisata; kota pekanbaru

Abstract

Lower market is one of the important cultural and economic assets in Pekanbaru City, Riau, known as a center for selling antiques, crafts, and various unique imported products. However, the potential of Pasar Bawah as a shopping tourism destination has not been fully optimally developed. This study aims to formulate a development strategy for Pasar Bawah to increase its attractiveness as a shopping tourism destination, while contributing to the improvement of the local economy and the preservation of its historical value. The research method used is descriptive qualitative with data collection through observation, in-depth interviews with traders, market managers, the tourism office, and analysis of related documents. The focus of the analysis includes aspects of Accessibility, Attractions (products and experiences), Amenities (supporting facilities), and Ancillary (institutions and promotions). The results of the study indicate that the main challenges in developing Pasar Bawah include: (1) Poor environmental governance, especially issues of cleanliness and arrangement of traders; (2) Lack of integration between the market and city tourism packages; and (3) Limited tourism support facilities such as adequate parking areas and information centers. The proposed development strategy includes: (1) Physical revitalization of the market by maintaining its historical architecture, improving sanitation, and organizing shopping zones; (2) Increasing experience value through thematic shopping festivals, local cultural arts performances, and promotion of Riau's superior products; (3) Strengthening institutions through the establishment of a collaborative Lower Market Management Agency between the government, traders, and tourism actors; and (4) Integrated digital promotions targeting domestic and international tourists.

Abstrak

Pasar Bawah merupakan salah satu aset kultural dan ekonomi penting di Kota Pekanbaru, Riau, yang dikenal sebagai sentra penjualan barang-barang antik, kerajinan, dan berbagai produk impor unik. Namun, potensi Pasar Bawah sebagai destinasi wisata belanja belum sepenuhnya tergarap optimal. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan Pasar Bawah agar dapat meningkatkan daya tariknya sebagai tujuan wisata belanja, sekaligus berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal dan pelestarian nilai historisnya. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam dengan pedagang, pengelola pasar, dinas pariwisata, serta analisis dokumen terkait. Fokus analisis mencakup aspek Aksesibilitas, Atraksi (produk dan pengalaman), Amenitas (fasilitas pendukung), dan Ancillary (kelembagaan dan promosi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tantangan utama dalam pengembangan Pasar Bawah meliputi: (1) Tata kelola lingkungan yang kurang teratur, terutama masalah kebersihan dan penataan pedagang; (2) Kurangnya integrasi antara pasar dengan paket

wisata kota; dan (3) Keterbatasan fasilitas pendukung pariwisata seperti area parkir yang memadai dan pusat informasi. Strategi pengembangan yang diusulkan mencakup: (1) Revitalisasi fisik pasar dengan mempertahankan arsitektur historisnya, perbaikan sanitasi, dan penataan zona belanja; (2) Peningkatan experience value melalui festival belanja tematik, pertunjukan seni budaya lokal, dan promosi produk unggulan khas Riau; (3) Penguatan kelembagaan melalui pembentukan Badan Pengelola Pasar Bawah yang kolaboratif antara pemerintah, pedagang, dan pelaku pariwisata; dan (4) Promosi digital terintegrasi yang menargetkan wisatawan domestik dan mancanegara.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Publisher: Lembaga Penerbit Penelitian Nusantara

PENDAHULUAN

Di tengah dinamika perkotaan modern, kota Pekanbaru berhadapan dengan tantangan dan peluang yang khas dalam konteks kebijakan publik dan pembangunan ekonomi regional. Sebagai ibu kota Provinsi Riau dan pusat pertumbuhan ekonomi di Pulau Sumatera bagian tengah, Pekanbaru perlu merumuskan strategi-strategi inovatif untuk meningkatkan kesejahteraan warganya, memperluas lapangan kerja, serta memperkuat identitas budaya lokal. Salah satu arah kebijakan yang relevan dan potensial adalah pengembangan pasar bawah sebagai wisata belanja. Pendekatan ini menggabungkan dimensi ekonomi, budaya, lingkungan, dan tata kelola publik untuk menciptakan ekosistem belanja yang tidak hanya menarik bagi wisatawan, tetapi juga bermanfaat bagi pedagang lokal, pelaku UMKM, serta komunitas sekitar.

Konsep pasar bawah sebagai lokasi wisata belanja menuntut pemahaman atas karakteristik fisik, sosial, dan ekonomi pasar-pasar tradisional yang ada di Pekanbaru. Pasar-pasar bawah, yang umumnya berada di ruas-ruas kota dengan aksesibilitas transit publik yang relatif tinggi, memiliki potensi untuk menjadi atraksi wisata budaya kuliner, kerajinan tangan, dan barang kebutuhan sehari-hari yang khas. Keunikan arsitektur, tata letak, warna-warni kios, serta dinamika interaksi antara pedagang dan pembeli membentuk pengalaman berbelanja yang autentik sesuatu yang sering kali tidak ditemukan di pusat perbelanjaan modern. Namun, potensi ini tidak otomatis terwujud tanpa perencanaan kebijakan yang terintegrasi, inovatif, dan berlandaskan prioritas terhadap keberlanjutan ekonomi, sosial, serta lingkungan.

Artikel ini berupaya menjelaskan mengapa pasar bawah layak dipertimbangkan sebagai inovasi kebijakan publik dalam konteks wisata belanja Pekanbaru. Pertama, kita perlu memahami landasan teoretis mengenai pariwisata budaya, ekonomi lokal, dan konservasi kota. Pariwisata budaya tidak sekadar menarik pengunjung untuk melihat jendela-jendela etnografis,

melainkan juga mendorong partisipasi aktif komunitas lokal dalam produksi pengalaman berwisata. Dalam kerangka ini, pasar bawah tidak hanya berfungsi sebagai tempat konsumsi, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran, interaksi sosial, dan pemaknaan identitas lokal bagi warga maupun wisatawan. Kedua, aspek ekonomi lokal menjadi pendorong utama. Penguatan pasar bawah dapat meningkatkan pendapatan pedagang, memperluas akses pasar bagi UMKM kuliner dan kerajinan, serta mendorong inovasi produk yang berorientasi pada preferensi pasar rumah tangga dan kebutuhan wisatawan. Ketiga, isu-isu lingkungan dan keberlanjutan menjadi bagian integral dari kebijakan tersebut. Desain fisik pasar bawah perlu mengutamakan mobilitas pejalan kaki, tata kelola limbah yang efisien, serta penggunaan energi terbarukan atau efisiensi energi untuk mengurangi jejak lingkungan. Keempat, tata kelola publik melalui koordinasi antara pemerintah daerah, pelaku usaha, komunitas, dan lembaga swadaya masyarakat berperan penting dalam mencapai keseimbangan antara aksesibilitas, kenyamanan, dan perlindungan hak-hak pedagang kecil serta konsumen.

Berangkat dari kerangka tersebut, pendahuluan ini akan menelaah tiga aspek utama: (1) konteks Pekanbaru sebagai kota dengan dinamika urbanisasi yang cepat dan kebutuhan diversifikasi ekonomi; (2) potensi pasar bawah sebagai sarana wisata belanja yang berkelanjutan, termasuk karakteristik khas yang mampu menyajikan pengalaman unik bagi wisatawan domestik maupun internasional; dan (3) tantangan kebijakan publik yang perlu diatasi untuk mewujudkan pasar bawah yang tidak hanya menarik secara ekonomi, tetapi juga inklusif secara sosial, aman secara lingkungan, serta responsif terhadap perubahan iklim dan preferensi konsumen yang terus berkembang.

Konteks Pekanbaru dan kebutuhan inovasi kebijakan. Pekanbaru telah menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang cukup stabil didorong oleh sektor perdagangan, jasa, dan industri kreatif. Namun, kota ini juga menghadapi beberapa tantangan kontekstual, seperti disparitas kesejahteraan antar wilayah, infrastruktur transportasi yang masih rapuh pada periode tertentu, serta kebutuhan peningkatan kualitas ruang publik yang dapat menjadi sarana interaksi sosial, budaya, dan ekonomi. Pasar tradisional yang tersebar di berbagai kecamatan memiliki peran historis sebagai pusat kegiatan ekonomi bagi keluarga-keluarga pedagang, sekaligus sebagai tempat belajar menerima dinamika perubahan selera konsumen. Di samping itu, semakin meluasnya lalu lintas kendaraan bermotor di kota ini semakin menimbulkan tekanan terhadap kenyamanan pejalan kaki dan kualitas udara, sehingga upaya menciptakan *unsafe but vibrant spaces* untuk belanja perlu dipertimbangkan dalam setiap rancangan kebijakan.

Potensi pasar bawah sebagai wisata belanja memiliki beberapa dimensi kunci. Pertama, nilai budaya yang melekat pada interaksi sosial di pasar tradisional: tawar-menawar, salam-

salaman, serta bahasa tubuh pedagang dan pembeli yang khas dapat menjadi bagian dari atraksi budaya yang autentik. Kedua, keunikan produk yang biasanya lebih beragam dan bersifat lokal, mulai dari bahan pangan segar, bumbu dapur tradisional, hingga kerajinan tangan yang mencerminkan kekayaan inovasi daerah. Ketiga, biaya operasional yang relatif rendah bagi pelaku UMKM jika didesain dengan pola dukungan kebijakan yang tepat, sehingga peluang untuk meningkatkan pendapatan keluarga pedagang dapat terwujud melalui peningkatan kapasitas, akses pasar, dan pemasaran digital yang terintegrasi. Keempat, potensi untuk mengembangkan ekowisata kuliner dan program-program komunitas yang melibatkan penduduk setempat, pelajar, dan pelaku seni budaya, sehingga pasar bawah tidak sekadar tempat transaksi, melainkan ruang pengalaman yang memberikan nilai tambah bagi wisatawan dan warga.

KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini menggunakan kajian teoritis dari Teori 4A dalam Pariwisata merupakan konsep yang menjelaskan empat komponen utama penentu keberhasilan suatu destinasi wisata, yaitu Attraction (daya tarik), Accessibility (aksesibilitas), Amenities (fasilitas penunjang), dan Ancillary Services (layanan pendukung). Keempat unsur ini harus saling melengkapi agar destinasi mampu menarik, melayani, dan mempertahankan kunjungan wisatawan.

Konsep 4A ini dikemukakan oleh Cooper, Fletcher, Gilbert, dan Wanhill Alias Cooper Dkk (1995) dalam kajian pengembangan destinasi pariwisata, serta Morrison (2013) yang mengelompokkan elemen pariwisata ke dalam kategori 4A ini; ini adalah kerangka kerja yang terus digunakan untuk menganalisis dan mengembangkan destinasi wisata.

Attraction (Daya Tarik)

Pasar Bawah memiliki daya tarik khas berupa produk lokal, barang impor, harga terjangkau, serta nuansa pasar tradisional Melayu. Teori 4A relevan untuk menganalisis sejauh mana keunikan tersebut mampu menarik wisatawan lokal maupun luar daerah.

Accessibility (Aksesibilitas)

Pengembangan Pasar Bawah sebagai wisata belanja sangat dipengaruhi oleh kemudahan akses, seperti lokasi strategis di pusat kota, kedekatan dengan Sungai Siak, transportasi umum, dan kondisi jalan. Unsur ini sesuai dengan fokus teori 4A yang menekankan akses sebagai faktor penting kunjungan wisata.

Amenities (Fasilitas Pendukung)

Pasar Bawah membutuhkan fasilitas seperti toilet, area parkir, tempat ibadah, kebersihan, dan kenyamanan berbelanja. Teori 4A membantu mengkaji apakah fasilitas tersebut sudah memadai untuk mendukung pengalaman wisata belanja yang nyaman.

Ancillary (Kelembagaan dan Pengelolaan)

Unsur ancillary relevan untuk menganalisis peran pemerintah daerah, pengelola pasar, pedagang, serta kebijakan pariwisata dalam pengembangan Pasar Bawah. Hal ini penting karena keberlanjutan wisata belanja sangat bergantung pada tata kelola dan koordinasi antar pihak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kombinasi antara studi literatur (library research) dan wawancara mendalam (in-depth interview) untuk lebih memahami penelitian pengembangan pasar bawah sebagai wisata belanja di kota pekanbaru. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap pengembangan pasar bawah sebagai wisata belanja di kota pekanbaru. Kombinasi kedua metode ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mudah dipahami, dan dapat dimengerti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar Bawah di Pekanbaru berperan sebagai agen penggerak ekonomi lokal melalui tiga kanal utama: pendapatan pedagang, peluang kerja mikro, dan efek multiplier terhadap sektor terkait seperti kuliner, kerajinan, transportasi, serta layanan pendukung. Dari segi profil pelaku, temuan menunjukkan dominasi pedagang UMKM keluarga berusia antara 25 hingga 45 tahun dengan latar belakang pendidikan vokasional hingga SMA/SLTA. Pembukuan yang sederhana namun konsisten menjadi ciri umum, menunjukkan daya tahan usaha meski beroperasi dalam ruang ekonomi informal. Secara fisik, pasar bawah Pekanbaru cenderung padat pada jam puncak dengan variasi produk yang luas, meliputi makanan lokal, souvenir, pakaian, serta layanan pendukung seperti perbaikan barang, jasa bongkar-ponkar, dan layanan pengisian daya. Karakteristik ini menguatkan pemahaman bahwa pasar bawah bukan sekadar tempat jual-beli, melainkan pusat aktivitas ekonomi mikro yang menggerakkan aliran uang di lingkungan sekitar.

Dari analisis kualitatif, temuan menggarisbawahi bahwa pasar bawah berfungsi sebagai saluran aksesibilitas ekonomi yang penting bagi produsen kecil. Pedagang dapat menjangkau konsumen dengan biaya transaksi relatif rendah melalui jejaring distribusi informal yang telah mapan. Hipotesis mengenai keterjangkauan biaya transaksi diverifikasi melalui wawancara mendalam yang menunjukkan bagaimana pembeli lokal dan wisatawan dapat memperoleh produk dengan cepat dan biaya yang kompetitif, meskipun sering kali berada pada ranting pasar yang beragam. Selain aspek ekonomi, pasar bawah juga berperan sebagai ruang budaya yang mempertahankan identitas kuliner dan kerajinan Pekanbaru. Nilai budaya ini tercermin dalam variasi produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan praktis pembeli tetapi juga menawarkan pengalaman berbelanja yang otentik bagi wisatawan. Keterpaparan budaya ini, menurut responden pedagang dan pengunjung, meningkatkan minat wisatawan untuk mencoba produk lokal dan berinteraksi dengan pelaku usaha, sehingga berkontribusi pada durasi kunjungan dan total pengeluaran di area pasar.

Dinamika jejaring ekonomi yang terbangun di dalam dan sekitar pasar bawah menggambarkan adanya jaringan informal antara pedagang, pemasok bahan baku, petugas bongkar-ponkar, perawatan kebersihan, serta pelaku jasa lokal. Jejaring ini berperan sebagai mekanisme stabilisasi pendapatan meskipun menghadapi fluktuasi musiman dan dinamika harian. Analisis data kualitatif mengungkap bagaimana pedagang berkolaborasi secara informal dengan pemasok kecil untuk memastikan ketersediaan produk, terutama pada periode liburan atau acara budaya. Bersamaan dengan itu, adanya pelaku jasa pendukung seperti penjaga kios, supir parkir, dan layanan kebersihan turut menciptakan peluang kerja non-formal yang menyerap tenaga kerja lokal. Hubungan saling bergantung ini mengindikasikan bahwa pasar bawah memiliki efek multiplikator dalam ekonomi lokal meskipun belum sepenuhnya terintegrasi dalam sektor formal.

Secara tema, penelitian menemukan bahwa persepsi manfaat ekonomi lokal tidak hanya bersifat langsung tetapi juga tidak langsung. Manfaat langsung terlihat pada peningkatan pendapatan pedagang yang diakui para pedagang melalui narasi keseharian tentang kemampuan memenuhi kebutuhan keluarga, membiayai pendidikan anak, atau menabung untuk kebutuhan mendesak. Sementara itu, manfaat tidak langsung muncul melalui peningkatan permintaan terhadap bahan baku kuliner, perlengkapan kemasan, serta layanan logistik yang mendukung aktivitas perdagangan di pasar. Narasi pedagang tentang promosi produk lokal di luar pasar bawah, serta ide-ide inovatif untuk meningkatkan keawetan produk, memperlihatkan bagaimana pasar ini berpotensi menjadi penggerak bagi ekosistem usaha mikro di Pekanbaru. Dalam konteks wisata kota, data kualitatif menunjukkan bahwa faktor

keaslian, harga bersaing, serta suasana pasar yang dinamis menarik minat wisatawan untuk menghabiskan waktu lebih lama di area tersebut. Hal ini berkontribusi pada peningkatan peluang pembelian produk suvenir, konsumsi kuliner lokal, serta penggunaan layanan pendukung yang beragam, sehingga meningkatkan durasi kunjungan dan total pengeluaran wisatawan.

Namun, hasil ini juga mengungkap sejumlah tantangan yang perlu ditangani untuk menjaga kesinambungan manfaat ekonomi lokal. Ketergantungan pendapatan pedagang pada hari pasar dan momen budaya tertentu mengakibatkan volatilitas pendapatan yang signifikan. Dalam beberapa wawancara, pedagang mengungkap kekhawatiran tentang periode rendah aktivitas, yang berdampak pada kemampuan mereka menutup biaya operasional bulanan. Infrastruktur pasar, terutama fasilitas sanitasi, akses jalan, kebersihan area, serta keseimbangan antara kenyamanan pembeli dan kelestarian lingkungan, menjadi faktor penentu persepsi kualitas pengalaman belanja bagi wisatawan. Regulasi dan tata kelola pasar juga dipandang perlu diselaraskan dengan standar kebersihan, keamanan, perlindungan konsumen, serta kemudahan perizinan bagi pedagang baru. Perbedaan preferensi antara konsumen lokal dan wisatawan turut muncul dalam data: konsumen lokal cenderung menekankan harga terjangkau dan variasi produk, sedangkan wisatawan lebih memperhatikan keaslian produk, kemasan, kemudahan akses informasi, serta kenyamanan berbelanja. Pandangan ini menjelaskan bagaimana pedagang perlu menyesuaikan penawaran tanpa mengorbankan identitas pasar sebagai destinasi budaya.

Dari sisi implikasi kebijakan, temuan kualitatif menyarankan beberapa langkah yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan manfaat ekonomi lokal sekaligus menjaga kualitas pengalaman wisata. Pertama, peningkatan kapasitas pedagang melalui pelatihan singkat mengenai manajemen usaha kecil, pencatatan keuangan, dan pemasaran digital dapat meningkatkan efisiensi operasional serta visibilitas produk. Kedua, peningkatan infrastruktur kebersihan, fasilitas sanitasi, dan area layanan publik seperti tempat sampah terpisah serta fasilitas mencuci tangan dapat meningkatkan kenyamanan pembeli dan menarik lebih banyak wisatawan. Ketiga, tata kelola pasar yang ramah wisata misalnya desain ulang area kios untuk sirkulasi pengunjung yang lebih baik, signage multibahasa, serta peningkatan keamanan—dapat memperkuat reputasi pasar sebagai destinasi wisata budaya yang autentik. Keempat, kolaborasi lintas sektor antara dinas pariwisata, dinas perdagangan, pelaku UMKM, serta komunitas lokal diperlukan untuk promosi bersama, penyelenggaraan acara budaya, dan program loyalitas wisatawan yang mendorong kunjungan berulang. Kelima, dukungan regulasi fiskal seperti insentif bagi pedagang baru, kemudahan perizinan, serta akses kredit mikro

dengan bunga rendah dapat meningkatkan partisipasi pedagang, terutama bagi UMKM keluarga yang ingin memanfaatkan peluang wisatawan.

Secara keseluruhan, temuan ini mengimplikasikan bahwa Pasar Bawah Pekanbaru berfungsi lebih dari sekadar pasar tradisional; ia berperan sebagai destinasi wisata budaya yang memperkuat ekonomi lokal melalui manfaat langsung dan efek multiplier. Narasi ini juga menegaskan pentingnya kolaborasi kebijakan yang terintegrasi antara pemerintah daerah, pelaku usaha, dan komunitas untuk mengatasi tantangan seperti volatilitas pendapatan, fasilitas publik, dan tata kelola yang responsif terhadap dinamika wisatawan. Dalam kerangka teori ekonomi lokal dan ekonomi kreatif, pasar bawah berkontribusi pada diversifikasi tawaran ekonomi kota dan pemeliharaan identitas budaya sebagai bagian dari daya tarik pariwisata. Keterbatasan studi ini meliputi fokus pada satu pasar bawah tanpa perbandingan lintas pasar yang dapat meningkatkan generalisasi temuan. Arah penelitian berikutnya disarankan mencakup studi longitudinal untuk menilai dampak jangka panjang serta studi komparatif dengan pasar bawah di kota-kota serupa untuk mengevaluasi validitas eksternal temuan. Dengan demikian, hasil dan pembahasan ini memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana Pasar Bawah Pekanbaru menjadi koridor ekonomi yang tidak hanya memfasilitasi perdagangan tetapi juga memupuk pengalaman wisata budaya yang autentik, sambil menekankan kebutuhan akan kebijakan yang responsif, inklusif, dan berorientasi pada peningkatan kualitas hidup pedagang maupun pengunjung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis kualitatif yang dilakukan, disimpulkan bahwa Pasar Bawah di Kota Pekanbaru merupakan aset kultural dan ekonomi vital yang memiliki peran signifikan sebagai sentra penjualan barang antik, kerajinan, dan produk impor unik, sekaligus berfungsi sebagai koridor ekonomi lokal yang memberikan manfaat langsung serta efek multiplier terhadap sektor-sektor penunjang. Namun, potensi Pasar Bawah sebagai destinasi wisata belanja yang berkelanjutan belum tergarap optimal karena adanya tiga tantangan utama: (1) tata kelola lingkungan yang belum teratur, khususnya terkait kebersihan dan penataan pedagang; (2) kurangnya integrasi yang erat antara pasar dengan keseluruhan paket wisata kota; dan (3) keterbatasan fasilitas penunjang pariwisata, termasuk area parkir yang memadai dan pusat informasi.

Untuk mengatasi tantangan ini dan mewujudkan Pasar Bawah sebagai destinasi wisata budaya yang autentik, disarankan sebuah strategi pengembangan komprehensif yang bertumpu pada revitalisasi fisik pasar—dengan tetap mempertahankan arsitektur historis dan memperbaiki sanitasi—serta penataan zona belanja untuk sirkulasi pengunjung yang lebih baik. Kedua, peningkatan nilai pengalaman *(experience value) harus dilakukan melalui festival belanja tematik dan pertunjukan seni budaya lokal untuk memperkuat daya tarik. Ketiga, diperlukan penguatan kelembagaan melalui pembentukan Badan Pengelola Pasar Bawah yang kolaboratif antara pemerintah, pedagang, dan pelaku pariwisata, serta peningkatan kapasitas pedagang melalui pelatihan manajemen dan pemasaran digital. Terakhir, promosi digital terintegrasi yang menargetkan wisatawan domestik dan mancanegara menjadi langkah penting untuk memperkuat reputasi pasar dan memastikan kesinambungan manfaat ekonomi lokal.

DAFTAR REFERENSI

- Hengki (2020). Analisis data kualitatif teori konsep dalam penelitian pendidikan. Sekolah tinggi Filsafat, 4.
- Damanik, J., & Weber, H. F. (2006). *Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2018). *Pengembangan Destinasi Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Kemenpar RI.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism* (6th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Pendit, N. S. (2003). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.