

## **PENGEMBANGAN KEUNGGULAN BERSAING DESTINASI WISATA GLAMPING PADA DESA WISATA MANGLI KABUPATEN MAGELANG**

Syamsul Hadi <sup>1)</sup>, Ahmad Mansur <sup>2)</sup>, Umar Abdul Jabbar <sup>3)</sup>

Prodi Pariwisata Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, Semarang, Indonesia <sup>1,2,3)</sup>

Corresponding Author:

[syamhd72@gmail.com](mailto:syamhd72@gmail.com) <sup>1)</sup>, [chefahmad30@gmail.com](mailto:chefahmad30@gmail.com) <sup>2)</sup>, [umarabduljabbar@stiepari.ac.id](mailto:umarabduljabbar@stiepari.ac.id) <sup>3)</sup>

### **Abstrak**

Kabupaten Magelang merupakan salah satu kabupaten yang memiliki jumlah desa wisata terbanyak di Jawa Tengah sebanyak 28 desa wisata no 3 setelah Kabupaten Kudus dan Kabupaten Rembang. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengembangan keunggulan bersaing destinasi wisata glamping Saung Krincing Msen di Desa Wisata Mangli, Kecamatan Kaliangkrik, Kabupaten Magelang. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif deskriptif analitik. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif data kualitatif matrik SWOT analisis. Hasil penelitian ini menghasilkan data penelitian yang menunjukkan bahwa karakteristik wisatawan yang berkunjung di Desa Wisata Mangli ini adalah wisatawan domestik dengan tingkat pendidikan dan pendapatan yang bermacam-macam. Faktor internal destinasi glamping pengelola yang mempengaruhi keunggulan bersaing destinasi wisata glamping adalah potensi alam berupa Gunung Sumbing, suasana alam yang asri, keramahan pengelola dan masyarakat desa penduduk lokal dan tentu harga yang terjangkau. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi keunggulan bersaing destinasi ini adalah aksesibilitas yang mudah, tetapi pada promosi destinasi masih kurang intens dan tentu persaingan dengan destinasi glamping lainnya yang ada di area Kecamatan Kaliangkrik maupun desa wisata yang ada di sekitarnya. Strategi kedepannya dalam pengembangan keunggulan bersaing destinasi wisata glamping pada Desa Wisata mangli adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas glamping, meningkatkan promosi, mengembangkan paket wisata yang menarik, menjalin kerjasama dengan pihak-pihak terkait dan mengembangkan tempat hiburan yang lainnya untuk wisatawan di mana tidak hanya menikmati glamping berkemah itu sendiri tetapi ada aktivitas lainnya, diharapkan hasil dari penelitian ini menjadi manfaat dan berkontribusi untuk mengembangkan Desa Wisata Mangli secara umum dan meningkatkan kesejahteraan bagi pengelola, karyawan dan masyarakat lokal.

**Kata Kunci:** Keunggulan Bersaing, Glamping, Desa Wisata

### **Abstract**

Magelang Regency is one of the regencies that has the largest number of tourist villages in Central Java with 28 tourist villages, number 3 after Kudus Regency and Rembang Regency. This research aims to determine the development of the competitive advantage of the Saung Krincing Msen glamping tourism destination in Mangli Tourism Village, Kaliangkrik District, Magelang Regency. This research uses a qualitative descriptive analytical method approach. Data collection techniques use observation, interview and documentation study techniques. The data obtained was analyzed using qualitative descriptive data analysis, SWOT matrix analysis. The results of this research produced research data which shows that the characteristics of tourists visiting the Mangli Tourism Village are domestic tourists with varying levels of education and income. The internal factors of glamping destination managers that influence the competitive advantage of glamping tourist destinations are natural potential in the form of Mount Sumbing, beautiful natural atmosphere, permission from managers and local villagers and of course affordable prices. Meanwhile, the external factor that influences the competitive advantage of this destination is easy accessibility, but the promotion of the destination is still less intense and of course there is competition with other glamping destinations in the Kaliangkrik District area and the surrounding tourist villages. Future strategies in developing the competitive advantage of glamping tourism destinations in the Mangli Tourism Village are to improve the quality of service, glamping facilities, increase promotions, develop attractive tour packages, collaborate with related parties and develop other entertainment venues for tourists who can not only enjoy glamping camping itself but there are other activities, it is hoped that the results of this research will be beneficial and contribute to developing the Mangli Tourism Village in general and improving the welfare of managers, employees and the local community.

**Keywords:** Contains two to five words/phrases separated by a semicolon

#### **History:**

Received : 25 Maret 2024

Revised : 10 Mei 2024

Accepted : 23 Juni 2024

Published : 27 Oktober 2024

**Publisher:** LPPM Universitas Darma Agung

**Licensed:** This work is licensed under

**Attribution-NonCommercial-No**

**Derivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0)**



## PENDAHULUAN

Pemandangan hamparan alam pedesaan dan pegunungan menjadi daya tarik wisata yang tidak bisa di dapatkan di perkotaan. Hamparan lading sayuran kicau burung liar menjadi nilai tambah di daerah pedesaan (jatengprov.go.id 2021). Tren wisata glamping juga semakin populer di Kabupaten Magelang. Kabupaten ini memiliki potensi alam yang indah dan cocok untuk pengembangan wisata glamping. Beberapa tempat di Kabupaten Magelang yang memiliki potensi untuk wisata glamping antara lain kawasan Gunung Sumbing, Gunung Sindoro, Gunung Telomoyo, Gunung Andong maupun pegunungan di Kabupaten Magelang, Wisata glamping (glamorous camping) telah menjadi tren wisata baru di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. (travel.tempo.co 2022) Glamping menawarkan pengalaman berkemah yang lebih nyaman dan mewah dibandingkan dengan berkemah tradisional. Glamping biasanya dilengkapi dengan fasilitas yang lengkap seperti tempat tidur, kamar mandi, dan AC. Hal ini membuat glamping menjadi pilihan yang menarik bagi wisatawan yang ingin menikmati alam tanpa harus meninggalkan kenyamanan.

Gaya liburan yang sederhana dan simple adalah liburan yang populer saat ini, berwisata dengan mengunjungi ke alam terbuka untuk berkemah namun memiliki fasilitas hotel berbintang yang nyaman dan tentu tidak harus menyiapkan perlengkapan yang banyak dan merepotkan diri sendiri adalah solusi terbaik liburan saat ini (kemenparekraf.go.id, 2021). Meningkatkan tren berwisata glamping menjadi peluang dalam mengembangkan pariwisata di daerah, sehingga banyak bermunculan akomodasi wisata konsep glamping yang ada di Indonesia.

Menurut laporan dari Grand View Research (GVR), pasar glamping menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 14,1% dari tahun 2021 hingga 2028. Hal ini menunjukkan bahwa glamping memiliki potensi yang menjanjikan sebagai akomodasi pariwisata dan mampu bersaing di masa depan.

Dalam konteks persaingan keunggulan destinasi wisata, beberapa variabel penting yang perlu diperhatikan meliputi harga tiket, kemudahan akses, kuliner, dan kelestarian lingkungan (Hidayat, 2021). Sumber lain, seperti Anggraini, D. (2020), juga menyampaikan faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing destinasi, seperti potensi alam, fasilitas yang disediakan, aksesibilitas, harga, promosi, kualitas layanan, dan kerjasama.

Untuk meningkatkan kemampuan perusahaan dan menciptakan segmen pasar tersendiri, S.Ardian (2017) menjelaskan bahwa salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan inovasi nilai (value innovation). Inovasi ini dapat memberikan nilai tambah melalui pemikiran yang baru.

Dunan (2020) menjelaskan pentingnya analisis SWOT dalam perencanaan strategis. Analisis ini digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dimiliki oleh objek wisata. Dengan menganalisis faktor internal dan eksternal, perusahaan dapat menciptakan strategi bisnis yang baik. Menurut Aulawi & Akbar (2021) dari Matriks SWOT akan dihasilkan beberapa alternatif strategi.

Namun, sektor pariwisata di Indonesia masih menghadapi berbagai masalah, seperti tumpang tindihnya peraturan antara pemerintah pusat dan daerah, kualitas SDM yang masih kurang mendukung, komunikasi dan publikasi yang belum optimal, infrastruktur yang belum memadai, kurangnya investasi, dan kurangnya perhatian terhadap aspek lingkungan hidup dalam pengembangan pariwisata (SBM 2020).

Meskipun demikian, sektor pariwisata memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan masyarakat di kelurahan-kelurahan yang ada di daerah-daerah. Hal ini dapat dilakukan dengan mengembangkan produk ekowisata, mengoptimalkan

promosi ekowisata, dan menyelenggarakan kegiatan interpretasi ekowisata (Taghulih, dkk 2019).

Menurut Nugroho, dkk (2021), destinasi wisata memiliki 5 poin penting: memastikan keamanan bagi pengunjung, membuat zona khusus untuk interaksi antara pengunjung dengan destinasi unggulan, menjadi venue kegiatan mitra, menyediakan sarana transportasi, dan memiliki Sumber Daya Manusia yang terlatih dan profesional. Kelima poin ini bertujuan untuk memberikan pengalaman berwisata yang optimal, menangkap peluang bisnis, memudahkan akses, dan menjamin keberlanjutan sosial. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengidentifikasi karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Glamping Saung Krincing Msen Desa Wisata Mangli. Menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keunggulan bersaing destinasi wisata Glamping Saung Krincing Msen di Desa Wisata Mangli. Menganalisis strategi pengembangan keunggulan bersaing destinasi wisata Glamping Saung Krincing Msen Desa Wisata Mangli.

Keunggulan Bersaing (*Competitive Advantage Theory*), Porter (1985) bahwa perusahaan dapat mencapai keunggulan bersaing dengan melakukan salah satu dari dua strategi dasar: kepemimpinan biaya (*cost leadership*) dimana strategi ini fokus pada menjadi produsen dengan biaya terendah dalam industri yang tujuannya merapkan produk atau layanan yang memiliki harga rendah dari pada pesaing dan diferensiasi (*differentiation*) dimana strategi ini diferensiasi berfokus pada menciptakan produk layanan yang unik dan berbeda dari yang ditawarkan oleh pesaing dengan kualitas produk yang lebih tinggi, fitur yang inovatif, desain yang menarik atay layanan yang superior.

Porter's Five Forces adalah sebuah model yang dikembangkan oleh Michael Porter untuk menganalisis lingkungan kompetitif suatu industri. Model ini terdiri dari lima kekuatan utama yang mempengaruhi persaingan dalam suatu industri:

1. Ancaman pendatang baru (*Threat of new entrants*): Kemungkinan masuknya pesaing baru ke dalam industri dapat meningkatkan persaingan dan mengurangi profitabilitas perusahaan yang sudah ada.
2. Kekuatan tawar-menawar pemasok (*Bargaining power of suppliers*): Pemasok yang kuat dapat menekan harga dan mengurangi profitabilitas perusahaan.
3. Kekuatan tawar-menawar pembeli (*Bargaining power of buyers*): Pembeli yang kuat dapat menekan harga dan menuntut kualitas atau layanan yang lebih baik, sehingga mengurangi profitabilitas perusahaan.
4. Ancaman produk atau jasa pengganti (*Threat of substitute products or services*): Keberadaan produk atau jasa pengganti dapat membatasi potensi keuntungan industri.
5. Persaingan di antara pesaing yang ada (*Rivalry among existing competitors*): Persaingan yang ketat di antara perusahaan-perusahaan yang sudah ada dalam industri dapat mengurangi profitabilitas karena mereka harus bersaing dalam hal harga, layanan, dan kualitas.

Selain Porter's Five Forces, Porter juga memperkenalkan konsep Diamond Model (DM) yang menjelaskan bagaimana suatu negara dapat memperoleh keunggulan daya saing. Menurut Porter (1990), daya saing suatu negara ditentukan oleh kemampuan industri dalam melakukan inovasi dan meningkatkan kemampuannya. Diamond Model terdiri dari empat atribut:

1. *Factor conditions*: Kondisi faktor-faktor produksi, seperti tenaga kerja terampil, infrastruktur, dan sumber daya alam.
2. *Demand conditions*: Kondisi permintaan pasar domestik untuk produk atau jasa industri.
3. *Related and supporting industries*: Keberadaan industri terkait dan pendukung yang kompetitif secara internasional.
4. *Firm strategy, structure, and rivalry*: Strategi, struktur, dan persaingan perusahaan



pariwisata dan perhotelan, kualitas layanan model SERVQUAL mengemukakan lima point pokok yaitu:

- 1) Tangibles
- 2) Reliability
- 3) Responsiveness
- 4) Assurance
- 5) Empathy

Implementasinya ke pariwisata adalah menyediakan pelayanan pariwisata yang baik di destinasi wisata untuk meningkatkan pengalaman wisatawan dan pelatihan SDM, pemeliharaan fasilitas dan pengembangan layanan tambahan sehingga dapat meningkatkan kualitas layanan. Oliver, R. L. (1980) expectation-confirmation theory (ICT) dan customer satisfaction index (CSI) memiliki tujuan untuk meningkatkan Kepuasan pelanggan yang tinggi dapat mengarah pada peningkatan loyalitas, yang berarti pelanggan cenderung kembali dan merekomendasikan layanan kepada orang lain karena kepuasan yang rendah dapat menyebabkan penurunan penjualan dan reputasi yang buruk, yang pada akhirnya mempengaruhi profitabilitas.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analitik. Teknik pengumpulan datanya dengan teknik observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Teknik analisis data dengan teknik matri SWOT dan analisis SWOT. Dilanjutkan teknik triangulasi data dan memeriksa keabsahan data sampai mendapatkan data jenuh serta menyajikan data.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Glamping Saung Krincing Msen Desa Wisata Mangli memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata glamping. Desa Wisata Mangli memiliki potensi alam yang indah dan menarik, suasana pedesaan yang asri, keramahan penduduk lokal, dan harga yang terjangkau. Namun, Desa Wisata Mangli masih memiliki beberapa kelemahan, seperti fasilitas yang masih terbatas, aksesibilitas yang belum memadai, dan promosi yang kurang gencar. Strategi pengembangan yang dirumuskan dalam penelitian ini diharapkan dapat membantu Glamping Saung Krincing Msen di Desa Wisata Mangli dalam meningkatkan keunggulan bersaing dan menarik lebih banyak wisatawan. Strategi pengembangan ini harus dilakukan secara berkelanjutan dan melibatkan semua pihak terkait, yaitu pemerintah daerah, pengelola desa wisata, masyarakat lokal, dan pihak swasta.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa karakteristik wisatawan yang berkuncung dan menginap di Saung Krincing Msen memiliki rentang usia 26-40 tahun 58%, pendidikan 45% S1, Pekerjaan wisatawan adalah karyawan swasta 38%, pendapatan wisatawan rentang 5 jt – 10 jt dan tujuan wisatawan saat berkunjung adalah menikmati keindahan alam. Berdasarkan hasil analisis SWOT dan pertimbangan lain yang relevan, strategi pengembangan destinasi wisata glamping di Desa Wisata Mangli adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Tabel Analisis pengembangan glamping**

No	Analisis	Hasil
1	Meningkatkan fasilitas	1. Meningkatkan fasilitas baru seperti kolam renang, taman bermain dan area camping yang lebih luas. 2. Meningkatkan kualitas fasilitas yang ada seperti kamar mandi, tempat tidur, dan jaringan internet.
2	Memperbaiki aksesibilitas	1. Memperbaiki kondisi jalan menuju Desa Wisata Mangli. 2. Menyelenggarakan kegiatan wisata yang mudah diakses oleh wisatawan.
3	Meningkatkan Promosi	1. Melakukan promosi melalui media sosial, website, dan brosur. 2. Mengadakan pameran wisata dan festival budaya. 3. Berkolaborasi dengan biro perjalanan wisata.
4	Meningkatkan kualitas layanan	1. Memberikan pelatihan kepada staf tentang hospitality dan customer service. 2. Meningkatkan standar kebersihan dan keamanan. 3. Menyediakan layanan yang ramah dan profesional.
5	Memperkuat kerjasama	1. Berkolaborasi dengan pemerintah daerah dalam pengembangan wisata desa. 2. Berkolaborasi dengan perguruan tinggi dan lembaga penelitian dalam pengembangan produk wisata dan edukasi. 3. Berkolaborasi dengan masyarakat lokal dalam pengembangan homestay dan UMKM.

Berdasarkan analisis SWOT keunggulan bersaing. Destinasi Wisata Glamping Saung Krincing Msen ini bisa dilihat dari tabel di bawah ini.

**Tabel 2. Analisis SWOT keunggulan bersaing glamping Desa Wisata Mangli**

Faktor	Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weaknesses)	Peluang (Opportunities)	Ancaman (Threats)
<b>Potensi Alam</b>	4. Pemandangan indah 5. Udara sejuk 6. Suasana pedesaan asri	1. Fasilitas glamping terbatas 2. Aksesibilitas belum memadai	1. Tren wisata glamping meningkat 2. Minat wisata alam meningkat	1. Persaingan destinasi wisata 2. Bencana alam
<b>Keramahan Penduduk Lokal</b>	1. Ramah dan bersahabat 2. Memberikan sambutan hangat	1. Promosi kurang gencar 2. Media promosi belum maksimal	1. Dukungan pemerintah daerah 2. Kerjasama dengan pihak lain	1. Pandemi COVID-19
<b>Harga Terjangkau</b>	1. Akomodasi terjangkau 2. Makanan murah 3. Paket wisata ekonomis	1. Kualitas layanan perlu ditingkatkan	1. Pengembangan produk wisata 2. Edukasi wisatawan	1. Bencana alam

Sedangkan dari data indikator dan deskripsinya bahwa penemuan dari penelitian ini perlu di sampaikan dengan baik, dibawah ini tabel hasil analisis dreskripsi.

**Tabel 3. Indikator dan deskripsi hasil penelitian**

Varabel	Indikator	Deskripsi
<b>Varabel Independen</b>	Faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing destinasi wisata glamping	
	Potensi alam	1. Keindahan alam 2. Keunikan alam 3. Keberadaan sumber daya alam
	Fasilitas	1. Ketersediaan fasilitas glamping (kamar, kamar mandi, area camping) 2. Ketersediaan fasilitas umum (kolam renang, taman bermain, restoran) 3. Kualitas fasilitas
	Aksesibilitas	1. Kemudahan akses menuju desa wisata 2. Ketersediaan infrastruktur jalan 3. Ketersediaan angkutan umum
	Harga	1. Harga sewa glamping 2. Harga paket wisata 3. Harga makanan dan minuman
	Promosi	1. Intensitas promosi 2. Media promosi yang digunakan 3. Efektivitas promosi
	Kualitas layanan	1. Keramahan staf 2. Kemampuan staf dalam melayani wisatawan 3. Kebersihan dan keamanan lingkungan
<b>Varabel Dependen</b>	Kerjasama	1. Kerjasama dengan pemerintah daerah 2. Kerjasama dengan perguruan tinggi dan lembaga penelitian 3. Kerjasama dengan masyarakat lokal
	<b>Strategi pengembangan destinasi wisata glamping</b>	
	Meningkatkan fasilitas	1. Membangun fasilitas baru 2. Meningkatkan kualitas fasilitas yang ada 3. Memperbaiki kondisi jalan
	Memperbaiki aksesibilitas	1. Menyiapkan angkutan umum 2. Melakukan promosi melalui media sosial 3. Menikuti pameran wisata
	Meningkatkan promosi	1. Bekerjasama dengan biro perjalanan wisata 2. Menentukan pelatihan kepada staf 3. Menetapkan standar kebersihan dan keamanan
	Meningkatkan kualitas layanan	1. Memberikan layanan yang ramah dan profesional 2. Menetapkan standar kebersihan dan keamanan 3. Bekerjasama dengan pemerintah daerah
	Membangun kerjasama	1. Bekerjasama dengan pemerintah daerah 2. Bekerjasama dengan perguruan tinggi dan lembaga penelitian 3. Bekerjasama dengan masyarakat lokal

## B. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisatawan yang datang ke Desa Wisata Mangli ini berasal dari berbagai daerah mulai dari daerah sekitar Kabupaten Magelang sampai luar Provinsi. Dapat di sampaikan bahwa saat ini wisata glamping menjadi salah satu destinasi yang di minati oleh wisatawan dengan di dukung pesona alam yang masih alami, fasilitas yang baik, aksesibilitas yang mendukung dan tidak membahayakan, harga yang kompetitif dan masih terjangkau dengan di dukung adukasi informasi yang lengkap, layanan dari glamping dan Desa Wisata Mangli yang baik dan professional serta ramah serta mampu bekerjasama baik dengan wisatawan itu sendiri maupun dengan Masyarakat sekitar.

Hal penting pada temuan penelitian ini destinasi ini memiliki destinasi tambahan di dalam destinasi tersebut bisa di sebut dengan wahana berupa kolam ikan yang dapat membantu daya tarik wisatawan untuk memilih tempat tersebut, tidak ada yang lain di sekitar Kabupaten Magelang. Jika ini bisa di kembangkan dapat menjadi kekuatan pada destinasi ini. Masyarakat sekitar yang di libatkan menjadi acuan dalam membantu meningkatkan kesejahteraan Masyarakat dalam upaya penerapkan prinsip pariwisata berkelanjutan

## SIMPULAN

Penelitian ini dapat di simpulkan bahwa Glamping Saung Krincing Msen di Desa Wisata Mangli memiliki potensi yang masih dapat di kembangkan lagi, karena keunggulan potensi alam yang indah, masyarakat desa yang ramah dan tentu harga yang terjangkau. Namun destinasi ini masih perlu di kembangkan karena ada beberapa kelemahan seperti fasilitas yang masih perlu di tingkatkan, aksesibilitas perlu di perbaiki jalan utama menuju lokasi glamping dan tentu promosi yang harus di tingkatkan dengan bekerja sama berbagai pihak. Wisatawan yang datang ke glamping ini memiliki latar belakang yang berbeda-beda dari hasil penelitian ini tentu yang sudah bagus harus di pertahankan dan ditingkatkan sedangkan yang masih memiliki

kekurangan segera di benahi dan di upayakan untuk bisa lebih baik lagi seperti kwaitas pelayanan dan paket wisata serta destinasi pendukung yang perlu di kembangkan dan di kemas baru. Strategi pengembangan harus dilakukan secara berkelanjutan dan melibatkan semua pihak terkait seperti pemerintah daerah, pengelola destinasi glamping, pengelola desa wisata, masyarakat lokal dan pihak swasta. Penelitian lanjutan diharapkan dampang pengembangan wisata glamping terhadap perekonomian dan mengurangi pengangguran di desa wisata atau analisis strategi pemasaran yang efektif melihat dari sisi keunggulan bersaing

#### DAFTAR PUSTAKA

- Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Bramwell, B., & Lane, B. (1993) Sustainable Tourism: An Evolving Global Approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 1-5.
- Butler, R. W. (1980). The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.
- Chin, Chee Hua, Susan Su Zhuang Thian, dan May Chiun Lo. 2017. "Community's experiential knowledge on the development of rural tourism competitive advantage: a study on Kampung Semadang – Borneo Heights, Sarawak." *Tourism Review* 72(2):238–60. doi: 10.1108/TR-12-2016-0056.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2005). *Tourism: Principles and Practice*. Pearson Education.
- H. Ardian, "Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Mie X, Surabaya dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy (BOS)," p. 120, 2017
- H. Aulawi and G. N. Akbar, "Perancangan Strategi Pemasaran Jersey Olahraga Menggunakan Metode Analisis SWOT dan AHP," pp. 82–89, 2021.
- Hidayat, Alafiq Nur, S. T. Hafidh Munawir, dan M. Eng. 2021. "Strategi Pengembangan Objek Wisata Umbul Besuki Dengan Menggunakan Analisis Swot Dan Blue Ocean Strategy."
- <https://jatengprov.go.id/publik/glamping-linggarjati-tempat-eksotis-magelang-yang-ngehits/> Humas Jateng 2021
- <https://travel.tempo.co/read/1630269/tren-glamping-daftar-wisata-inovasi-camping-di-tanah-air> 2022
- Nugroho, Rizky Arif, Elin Diyah Syafitri, dan Rahmi Yorika. 2021. "Konsep Pengembangan Kebun Raya Balikpapan Sebagai Destinasi Wisata Alam Unggulan." *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota* 17(3):307–15. doi: 10.14710/pwk.v17i3.33569.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Panjaitan, J., Purba, A. A., Dachi, Y. A., Laia, S., Halawa, Y. P., & Ndruru, P. (2022). PEMBINAAN REMAJA MILENIAL KAMPUNG HARAPAN MEDAN AMPLAS DALAM PEMANFAATAN LIMBAH KANTONG PLASTIK MENJADI LAYANGAN YANG KREATIF. *PKM Maju UDA*, 3(1), 9–19.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*.
- Porter, Michael E. *Keunggulan Bersaing*, Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 1993.
- SBM, Nugroho. 2020. "Beberapa Masalah Dalam Pengembangan Sektor Pariwisata Di Indonesia." *Jurnal Pariwisata* 7(2):124–31.

- Taghulih, K. E., A. G. Kumenaung, dan ... 2019. "Pengembangan Ekowisata Sebagai Sektor Unggulan Kota Manado (Studi Kasus Obyek Wisata Bunaken)." *Jurnal Berkala Ilmiah* ....
- Vinet, Luc, dan Alexei Zhedanov. 2011. "A 'missing' family of classical orthogonal polynomials." *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical* 44(8):1689–99. doi: 10.1088/1751-8113/44/8/085201.