

## Strategi Pengembangan Objek Wisata Kolam Air Panas Negeri Tulehu Kabupaten Maluku Tengah

Louise Sitaniapessy<sup>1)</sup>, Gilbert Alvin Rumalatu<sup>2)\*</sup>

<sup>1,2)</sup>Prodi Pariwisata, Prodi Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Ambon

Email: [alvin1405@gmail.com](mailto:alvin1405@gmail.com)

### ABSTRACT

*This study aims to develop a Strategy Developing Attraction Hot Springs in Tulehu, Maluku Regency Middle Of Moluccas. This research uses qualitative descriptive research with survey method. Collecting data using observation, interviews and questionnaires. With the SWOT analysis technique, namely Strengths, Weaknes, Opportunities, Threats. The results show that Tulehu has strength in terms of utilizing the existing natural resources, namely the Tulehu Hot Springs Tourism Object. While the weaknesses are in terms of inadequate infrastructure, lack of budget and inexperienced management of human resources for improving the Tulehu Hot Springs Tourism Object. The opportunity for the Tulehu Hot Springs Tourism Object is to open up employment opportunities for the surrounding community. The lack of facilities and infrastructure is a threat so that it affects visiting tourists and the surrounding community will lose jobs. Suggestions for this research are: (1) Optimizing the use of natural resources, (2) Submission of a budget and in collaboration with the Department of Tourism, Youth and Sports, (3) Provide employment opportunities for the community around the Tulehu Hot Springs Tourism Object, (4) Improve Facilities that are less than optimal.*

*Keywords : Strategy, Attraction*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun Strategi Pengembangan Objek Wisata Kolam Air Panas Negeri Tulehu Kabupaten Maluku Tengah. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif Kualitatif dengan metode survey. Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan kuisioner. Dengan teknik Analisis SWOT yaitu Strengths, Weaknes, Opportunities, Threats. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tulehu memiliki kekuatan dalam hal pemanfaatan kekayaan alam yang ada yaitu Objek Wisata Kolam Air Panas Negeri Tulehu. Sedangkan kelemahannya yaitu dari sisi infrastruktur yang kurang memadai, kurangnya anggaran dan kondisi sumber daya manusia pengelola yang kurang berpengalaman untuk peningkatan Objek Wisata Kolam Air Panas Negeri Tulehu. Peluang Objek Wisata Kolam Air Panas Negeri Tulehu yaitu membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar. Kurangnya fasilitas dan sarana prasarana menjadi ancaman sehingga berpengaruh terhadap wisatawan yang berkunjung dan masyarakat sekitar akan kehilangan lapangan pekerjaan. Saran penelitian ini yaitu: (1) Memanfaatkan kekayaan alam secara optimal, (2) Pengajuan anggaran dan bekerja sama dengan Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga, (3) Memberikan lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar Objek Wisata Kolam Air Panas Negeri Tulehu, (4) Memperbaiki Fasilitas yang kurang secara optimal.

Kata Kunci : Strategi, Objek Wisata

### 1. PENDAHULUAN

Pariwisata berasal dari dua kata yaitu Pari dan Wisata. Pari dapat diartikan sebagai banyak, berkali-kali, berputar-putar atau lengkap. Sedangkan Wisata dapat diartikan sebagai perjalanan atau bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata "reveal" dalam bahasa Inggris. Atas dasar itu maka kata "pariwisata" dapat juga diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari satu tempat ketempat yang lain yang dalam bahasa Inggris disebut juga dengan istilah "Tour" Youti (1991 dalam Diswandi, dkk, 2020).

Provinsi Maluku merupakan daerah kepulauan dengan luas wilayah 714.480 km<sup>2</sup> terdiri dari 92,4% lautan dan 7,6% daratan dengan panjang garis pantai 11.000 km. Maluku memiliki potensi pariwisata yaitu wisata alam yakni kawasan hutan lindung, cagar alam, taman nasional, danau, sungai, air panas. Wisata budaya yakni panas pela gandong, sasi, upacara adat, tari-tarian dan bahasa. Wisata bahari yakni pantai, taman laut, pulau-pulau kecil dan kemudian wisata sejarah yakni peninggalan-peninggalan sejarah berupa monument, benteng, gereja tua dan lain-lain. Dalam upaya pengembangan pariwisata inilah maka berbagai lokasi yang potensial di Maluku ini dikembangkan untuk dimanfaatkan kepariwisataan khususnya kawasan wisata Kabupaten Maluku Tengah (DPMPPTSP Provinsi Maluku, 2018).

Kabupaten Maluku Tengah merupakan salah satu kabupaten yang berada pada Provinsi Maluku yang memiliki banyak potensi daya Tarik wisata dan setiap objek wisata memiliki potensinya masing-masing.

Karena memiliki banyak potensi wisata, harus diakui bahwa dari sekian banyak wisata ada yang cukup dominan seperti Pantai Natsepa, Kolam Air Panas Tulehu, Ora Beach dan Taman Manusela (Latuasan, 2019).

Desa Tulehu adalah sebuah negeri di kecamatan Salahutu, Maluku Tengah, provinsi Maluku yang menjadi pintu masuk bagi penduduk dari pulau-pulau Saparua, Seram, Haruku, Nusalaut dan pulau-pulau lainnya ke kota Ambon melalui pelabuhan Tulehu yang merupakan salah satu pelabuhan utama di Ambon. Salah satu objek wisata dapat di jumpai di desa Tulehu yaitu kolam air panas yang merupakan aset wisata alam di Kabupaten Maluku Tengah [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Tulehu,\\_Salahutu,\\_Maluku\\_Tengah](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Tulehu,_Salahutu,_Maluku_Tengah) Kolam Air Panas Tulehu merupakan destinasi wisata yang banyak diminati oleh para wisatawan lokal bahkan wisatawan mancanegara dan menjadi tujuan mereka sebagai tempat berakhir pekan, tepatnya pada hari Sabtu dan Minggu. Kolam air panas Tulehu ini memiliki suhu berkisar 50<sup>0</sup>C hingga 70<sup>0</sup>C, suasana di sekitarnya begitu asri dan sejuk karena berada di perbukitan dengan vegetasi pohon yang cukup lebat. Kolam Air Panas Negeri Tulehu ini selain sebagai tempat untuk berwisata, juga dapat menyembuhkan beberapa penyakit seperti Penyakit kulit, penyakit rematik dan stroke bagi wisatawan (Maimuna, dkk, 2016). Untuk masuk ke Kolam Air panas ini dikenakan tarif sebesar Rp. 5000 per orang (Travelingyuk.com, 2018). Adapun sarana dan prasarana yang tersedia di Kolam Air Panas Tulehu yaitu kolam yang terbagi atas 3 bagian, ada yang hangat, panas dan panas sekali, kamar mandi, ruang ganti, listrik, gazebo, kios, warung, areal parkir dan tempat karaoke. Dengan adanya fasilitas pendukung yang telah disiapkan pengelola, maka itu akan membuat para wisatawan merasa nyaman dan akan kembali berkunjung ke objek wisata Kolam Air Panas Tulehu ini. Akan tetapi, di balik rasa nyaman tersebut para wisatawan juga dapat merasakan hal yang tidak baik jika fasilitas-fasilitas ini tidak terawat. Aksesibilitas atau segi jalan menuju kolam air panas ini kurang diperhatikan, karena jalan masuk banyak yang rusak, lokasinya berada di tengah hutan dan jauh dari pusat kota. Untuk itu sangat dibutuhkan fasilitas pendukung seperti alat-alat penerang pada malam hari, dan petunjuk jalan ke arah tempat ini, supaya dapat memudahkan pengunjung yang baru datang ke objek wisata Kolam Air Panas Tulehu ini (Kompas.com, 2013).

Selain Air Panas yang ada pada Desa Tulehu di Maluku, ada juga Air Panas Lejja dari Sulawesi Selatan. Air panas ini adalah objek wisata alam yang memiliki daya Tarik yang tinggi dengan pemandangan yang masih asri. Adapun sarana dan prasarana yang cukup memadai yaitu kolam renang yang terbagi menjadi 2 bagian, kolam renang umum dan private, air bersih, listrik, toilet, ruang ganti pakaian, gazebo, villa serta baruga sebagai tempat pertemuan, tempat parkir dan jalan ber aspal namun berbeda jauh dengan Kolam Air Panas Tulehu yang belum dikelola secara profesional, hal ini seharusnya sudah menjadi perhatian utama bagi pihak pemerintah Kabupaten Maluku Tengah dengan masyarakat setempat. Dalam pengembangan sebuah objek wisata dibutuhkan adanya fasilitas yang berfungsi sebagai pelengkap dan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang bermacam-macam, fasilitas bukanlah merupakan faktor utama yang mendorong kedatangan wisatawan ke suatu destinasi wisata, tetapi ketiadaan fasilitas dapat menghalangi wisatawan dalam menikmati atraksi wisata, pada intinya fungsi fasilitas haruslah bersifat melayani dan mempermudah kegiatan atau aktivitas pengunjung.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **Strategi Pengembangan Pariwisata**

Strategi pengembangan pariwisata adalah hal yang dilakukan agar wisata yang ada menjadi berkembang lebih baik lagi kedepannya. Ketersediaan fasilitas- fasilitas yang lengkap dan menunjang perkembangan pariwisata. Menurut Suwantoro (2004), untuk strategi dalam pengembangan pariwisata terdiri dari :

1. Pemasaran/Promosi adalah hal yang dilakukan guna untuk memperkenalkan, memberitahu masyarakat banyak mengenai objek wisata pada suatu daerah tersebut.
2. Aksesibilitas adalah keadaan jalan yang akan dilalui oleh para pengunjung saat menuju tempat wisata . Ketersediaan akses jalan yang baik dan lancar akan membuat banyak para wisatawan tertarik untuk berkunjung.
3. Kawasan pariwisata adalah suatu tempat wisata yang harus dikembangkan oleh pemerintah daerah maupun masyarakat, seperti penyediaan sarana dan prasarana yang dibutuhkan. Hal ini berguna untuk sebagai penunjang tempat wisata tersebut.
4. Jenis objek wisata adalah jenis-jenis wisata yang ada di daerah tersebut, contohnya: pegunungan, pantai, budaya, maupun religi.
5. Produk dari wisata adalah segala hal yang ditawarkan dari wisata tersebut.  
Baik dari segi fasilitas yang disediakan maupun sarana dan prasarana penunjang lainnya.
6. Sumber daya manusia adalah subjek yang sangat penting dalam melakukan pengembangan pariwisata. Sumber daya manusia yang membentuk kelompok dengan tujuan untuk pengembangan pariwisata disebut kelompok sadar wisata.
7. Kampanye nasional sadar wisata adalah suatu hal yang dilakukan dan dijalankan dengan tujuan untuk memberikan penegasan disiplin terkait kegiatan kepariwisataan, dan setiap pemerintah daerah

biasanya telah membentuk suatu kelompok sadar wisata yang anggota kelompok adalah masyarakat sekitar tempat wisata tersebut.

Berdasarkan hasil dari rapat Koordinator Pemerintah Pusat dan Daerah yang dilakukan bersama Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia (BI), menjelaskan bahwa ada 6 strategi pengembangan pariwisata yang bisa diterapkan, yaitu:

1. Mempercepat penyelesaian infrastruktur.
2. Mendorong pengembangan atraksi wisata.
3. Meningkatkan kualitas sarana dan prasarana.
4. Meningkatkan dan memperkuat promosi wisata.
5. Mendorong masyarakat untuk bersedia berinvestasi.
6. Menyusun standar prosedur manajemen pariwisata.

### Objek Daya Tarik Wisata

Objek daya Tarik wisata merupakan dasar bagi kepariwisataan dan salah satu modal utama yang harus dimiliki dalam upaya peningkatan dan pengembangan objek daya Tarik wisata. Keberadaan objek daya Tarik wisata merupakan mata rantai terpenting dalam suatu kegiatan wisata, hal ini disebabkan karena faktor utama yang membuat pengunjung atau wisatawan untuk mengunjungi daerah tujuan wisata adalah potensi dan daya Tarik yang dimiliki objek wisata tersebut. Tanpa adanya objek daya Tarik wisata di suatu daerah atau wilayah tertentu, kepariwisataan sulit dikembangkan. Pariwisata biasanya akan dapat berkembang atau dikembangkan, jika di suatu daerah terdapat lebih dari satu objek daya Tarik wisata.

Menurut Undang-undang No 10 Tahun 2009 objek daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Sebuah objek daya Tarik wisata tentu membutuhkan tempat di suatu wilayah tertentu yang memungkinkan diketahui oleh masyarakat dan dapat dikunjungi wisatawan dengan fasilitas pendukung pariwisatanya sebagai daerah tujuan wisata. Peraturan pemerintah Republik Indonesia No. 50 tahun 2011 dalam Bab 1 ketentuan umum pasal 1 menjelaskan bahwa, daerah tujuan pariwisata selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah "kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan".

Menurut Abdulhaji, dkk (2016) objek wisata merupakan bagian yang sangat penting dalam perkembangan sebuah daerah tujuan wisata, objek wisata yang baik dapat memberikan potensial untuk berkunjung ke suatu destinasi atau daerah tujuan wisata. Menurut Mill (2012 dalam Abdulhaji, dkk 2016) berpendapat bahwa daya Tarik utama suatu objek wisata untuk dikunjungi adalah atraksi wisata. Atraksi wisata didasarkan atas sumber-sumber alam, budaya, etnis, dan hiburan. Pendit (2006 dalam Abdulhaji, dkk 2016) menyatakan bahwa daya Tarik pariwisata yang bersumber dari alam adalah :

1. Keindahan alam yang meliputi, topografi umum seperti flora dan fauna di sekitar danau, sungai, pantai, pulau-pulau, mata air panas, sumber mineral, teluk, gua, air terjun, cagar alam, hutan dan sebagainya.
2. Iklim yang meliputi, sinar matahari, suhu udara, cuaca, angin, hujan, panas, kelembaban dan sebagainya.

Menurut Maryani (2017 dalam Listianingrum, 2019) terdapat syarat-syarat yang mesti dapat dipenuhi untuk menjadi objek daya Tarik wisata pada tujuan wisata, yaitu:

- a. *Something to see* (Objek daya Tarik yang dapat disaksikan)

Hal ini mengisyaratkan bahwa pada daerah harus ada sesuatu yang menjadikan daya Tarik wisata, atau suatu daerah mestinya mempunyai daya Tarik yang khusus dan atraksi budaya yang dapat dijadikan sebagai hiburan bagi wisatawan. Apa yang disaksikan dapat terdiri dari pemandangan alam, kegiatan, kesenian dan atraksi wisata.

- b. *Something to buy* (Objek daya Tarik yang dapat dibeli)

Hal ini mengisyaratkan bahwa tempat tujuan wisata semestinya menyediakan beberapa fasilitas penunjang untuk berbelanja terutama barang souvenir dan kerajinan rakyat yang bisa berfungsi sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal wisatawan.

- c. *Something to do* (Aktivitas wisata yang dapat dilakukan)

Hal ini mengisyaratkan bahwa di tempat wisata, menyaksikan sesuatu yang menarik, wisatawan juga mesti disediakan fasilitas rekreasi yang bisa membuat para wisatawan betah tinggal lebih lama di tempat tujuan wisata.

- d. *What to arrived* (Alat transportasi)

Hal ini mesti mampu menjelaskan bahwa untuk dapat mengunjungi daerah daya Tarik tujuan wisata tersebut, kendaraan apa yang digunakan dan beberapa lama wisatawan tiba ke tempat tujuan wisata yang akan dituju.

e. *Where to stay* (Penginapan)

Hal ini menunjukkan bagaimana wisatawan akan dapat tinggal untuk sementara selama mereka berlibur. Untuk menunjang keperluan tempat tinggal sementara bagi wisatawan yang berkunjung, daerah tujuan wisata perlu mempersiapkan penginapan-penginapan.

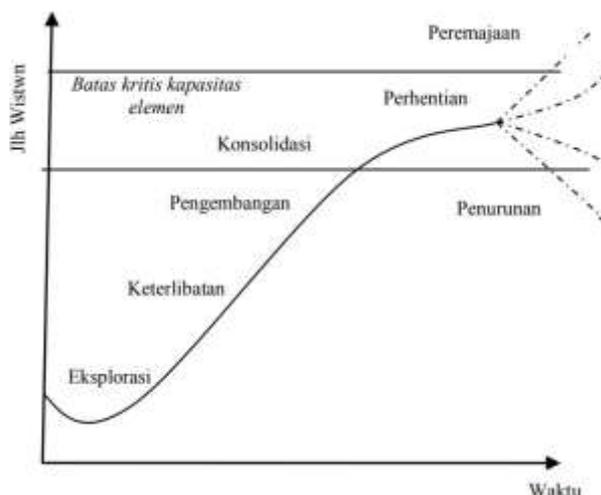
Dari pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa objek dan daya Tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan dengan memperhatikan segala bentuk fasilitas pendukung.

**Siklus Hidup Kawasan Pariwisata**

Siklus hidup kawasan pariwisata terdiri dari 6 fase, yakni : penemuan (Exploration), keterlibatan (Involvement), perkembangan (Development), Konsolidasi (Consolidation), Stagnasi (Stagnation), dan kemungkinan fase peremajaan (Rejuvenation) atau penurunan (Decline) Butler (1980 dalam Nugraha, 2018). Fase eksplorasi ditandai oleh kunjungan wisatawan avonturir atau bertipe alosentris Plog (2001 dalam Nugraha, 2018) dan beberapa pelaku pariwisata. Jumlah wisatawan masih terbatas. Infrastruktur dan fasilitas kawasan ini belum memadai, karena masih baru ditemukan, bahkan sebagian diantaranya merupakan fasilitas yang digunakan oleh penduduk setempat. Hubungan wisatawan dengan penduduk cukup kuat dan masalah lingkungan dan sosial yang muncul relatif belum menonjol.

*Tahap keterlibatan* ditandai oleh terjadinya kontak yang semakin intensif antara wisatawan dengan masyarakat lokal. Hal ini terjadi akibat kunjungan wisatawan semakin meningkat. Warga masyarakat mulai menyediakan berbagai fasilitas yang secara khusus diperuntukkan bagi wisatawan. Baik kegiatan promosi maupun pembentukan unit-unit bisnis pariwisata diprakarsai dan dikembangkan oleh masyarakat. Kontak sosial antarmasyarakat dengan wisatawan ditandai oleh pertukaran ekonomi yang rasional. Dukungan dan kepentingan pemerintah untuk memajukan destinasi menjadi semakin kuat.

Selanjutnya, *fase perkembangan* ditandai oleh “ a well-defined tourist market area,shaped in part by heavy advertising in tourist-generating areas ”. Pasar wisatawan relatif terpolo dan cenderung bersifat massal ( mass tourism ). Pada musim puncak kunjungan, jumlah wisatawan bahkan sering melebihi jumlah penduduk lokal. Keragaman atraksi, pola pengelolaan kawasan, dan jenis kelembagaan berkembang pesat berkat volume investasi dari luar yang terus meningkat. Misalnya, penggunaan atraksi berbasis alam dan budaya sangat intensif dan berimplikasi pada perubahan fisik kawasan. Hal ini diikuti oleh pengembangan atraksi buatan yang komponen-komponen fisik dan manajemennya berasal dari luar daerah atau luar negeri. Kegiatan promosi dilakukan secara lebih intensif, demikian pula mutu fasilitas kawasan semakin baik dan mengikuti standar internasional. Perubahan tampilan fisik kawasan akibat desakan pengembangan atraksi cukup menonjol dan biasanya tidak diinginkan oleh komunitas setempat.



**Gambar 1.** Model siklus hidup kawasan pariwisata (Sumber: Butler, 1980 dalam A.Nugraha, 2018)

Pada *tahap konsolidasi* tingkat pertumbuhan wisatawan ke kawasan mulai menurun, meskipun secara absolut angkanya naik. Hal yang menonjol adalah bahwa sebagian besar aktivitas ekonomi masyarakat didominasi oleh atau berkaitan dengan pariwisata. Unit-unit bisnis, bentuk kelembagaan, usaha berlisensi asing,

model kemitraan lintas-pelaku, dan regulasi pemerintah menjadi acuan di dalam kegiatan bisnis. Kolaborasi lintas institusi tumbuh berbasis kepentingan yang sama dan formatnya semakin kompleks Haywood (2006 dalam Nugraha, dkk 2018), yang oleh Butler di sebut sebagai institutionalism. Selain itu, jumlah pengunjung yang besar dan pengembangan fasilitas yang lebih berorientasi pada kebutuhan wisatawan mengakibatkan kepentingan penduduk lokal sering terabaikan. Konsekuensi yang logis adalah munculnya sikap penolakan dan antagonism masyarakat terhadap pariwisata. Mereka cenderung antipasti karena pariwisata dipandang membatasi ruang dan akses mereka pada fasilitas umum yang sebenarnya juga menjadi haknya Johnston, dkk (2005 dalam Nugraha, dkk 2018). Reaksi negatif ini dapat dipahami sebagai salah satu bentuk dampak sosial, ekonomi dan budaya perkembangan pariwisata Marois, dkk, 2006 yang sangat krusial di dalam pengelolaan destinasi pariwisata.

Pada fase stagnasi, perkembangan pariwisata masih relatif sama dengan sebelumnya. Namun demikian, jumlah wisatawan dan kemampuan industri pariwisata sudah maksimal. Hingga taraf tertentu, daya dukung fisik (Carrying capacity) kawasan dampak berlebih, sehingga berdampak negatif terhadap lingkungan, sosial dan ekonomi. Misalnya, kesan positif sebagai kawasan pariwisata mulai memudar, meskipun volume pengunjung-balik (Repeater) masih bertahan. Pada umumnya tampilan kawasan pariwisata lebih bersifat artifisial. Inilah yang menjadi salah satu alasan untuk melakukan pengembangan fisik ke luar kawasan.

Setelah mencapai fase stagnasi, kawasan pariwisata menghadapi dua kemungkinan, yakni *penurunan (Decline)* atau *peremajaan kembali (Rejuvenation)*. Karakteristik penurunan ini antara lain: wisatawan biasanya meninggalkan kawasan kecuali untuk berakhir pekan, dan alih kepemilikan usaha pariwisata terjadi secara intensif. Sejumlah fasilitas pariwisata beralih fungsi menjadi fasilitas umum non-pariwisata dan penduduk lokal berpeluang untuk membeli kembali properti itu dengan harga lebih murah. Akibatnya, kawasan semakin tidak menarik bagi wisatawan. Pada kasus yang ekstrem, kawasan tersebut bisa berubah menjadi daerah slum dan kehilangan fungsi aslinya. Kemungkinan kedua adalah peremajaan kembali secara inovatif, antara lain: mengubah pemanfaatan kawasan, mencari pasar wisatawan baru, membuat kanal pemasaran baru atau mereposisi atraksi wisata ke bentuk lain.

Jelas, bahwa siklus hidup destinasi sangat terkait pada faktor internal dan eksternal. Deskripsi yang dibuat oleh Butler condong menyoroti faktor internal. Faktor eksternal yang sangat berpengaruh adalah iklim politik nasional dan global. Perang, wabah penyakit, konflik dan terorisme berdampak serius pada perkembangan destinasi (pulina, dkk, 2006; Asia-pacific economic cooperation, 2004; Hitchcock, dkk, 2007; Damanik, 2009). Faktoreksternal ini dapat mengakibatkan destinasi yang baru pada fase pengembangan tidak bergerak ke tahap berikutnya.

Paparan di atas menjadi basis konseptual yang digunakan untuk menguji secara kritis dinamika internal maupun eksternal destinasi pariwisata. Hal yang sama juga digunakan untuk memetakan siklus hidup setiap destinasi dengan menempatkan provinsi sebagai satuan kawasan pariwisata.

### **Pengembangan Kawasan Pariwisata**

Menurut Sastrawati (2003 dalam Pratama, 2016) definisi prinsip kawasan wisata adalah merupakan dasar-dasar penataan kawasan yang memasukkan aspek yang perlu dipertimbangkan dan komponen penataan kawasan wisata. Beberapa aspek dalam penataan kawasan wisata adalah:

1. Citra (*Image*), yaitu pandangan secara fisik (*Viewer Exposure*) atau dengan merasakan (*Viewer Sensitivity*). Pandangan secara fisik berkaitan dengan jarak, elevasi dan pergerakan pandangan. Sedangkan pandangan yang melibatkan kepekaan perasaan tergantung pada sudut pandang, seperti karakter manusia, pendapat, pengalaman dan kesan yang ditimbulkan pada kawasan. Serta memiliki tema pengembangan, yaitu membentuk tema kawasan wisata yang mempunyai kekhasan yang membedakan dengan kawasan wisata lainnya. Tema dapat berkaitan dengan kekhasan ekologi, iklim, sejarah atau sosial budaya setempat.
2. Keteraturan, yaitu penataan kawasan yang baik dan teratur didukung desain interior dan eksterior yang menarik dengan pembagian fungsi yang jelas. Bangunan, yaitu orientasi bangunan yang sebaiknya ke arah pemandangan pegunungan. Ketinggian bangunan tidak menghalangi pandangan ke pemandangan pegunungan sehingga memberikan kesempatan bagi penduduk untuk menikmati pemandangan alam atau tidak mengacaukan garis langit (*Skyline*).
3. Keselamatan (*Safety*), yaitu bertujuan untuk melindungi penduduk dari kemungkinan-kemungkinan terjadinya musuh, seperti penataan yang dapat menimbulkan kecelakaan dan konflik.
4. Keamanan (*Security*), yaitu bertujuan untuk memberikan rasa aman bagi penduduk dalam beraktivitas di kawasan atau kota seperti penataan kota yang mencegah terjadinya gangguan kejahatan/kriminal.
5. *Pedestrian Ways* yaitu bertujuan memberikan kemudahan berjalan mencapai dan menyusuri kawasan wisata sehingga tidak melelahkan, menghubungkan ruang-ruang public, dan memberikan rasa senang untuk berjalan.

Atribut-atribut pengembangan di atas akan masuk dalam bagian aspek prasarana dan sarana produk wisata. Sehingga dalam aspek prasarana dan sarana terbagi dalam 3 kriteria yaitu kriteria sarana wisata, transportasi

dan perancangan.

Dalam fenomena saat ini terjadi pergeseran pasar wisata ditunjukkan oleh adanya pergeseran orientasi pengembangan produk wisata. Konsep pengembangan wisata sebelumnya berorientasi pada pengembangan produk wisata massal (Mass tourism) yaitu pengembangan skala besar pada budaya korporasi (Corporate Culture) secara multinasional. Pengembangan produk berorientasi pada volume dan target kuantitatif, serta berorientasi pada keuntungan jangka pendek. Saat ini orientasi produk wisata menuju konsep produk wisata yang berkualitas (Quality Tourism).

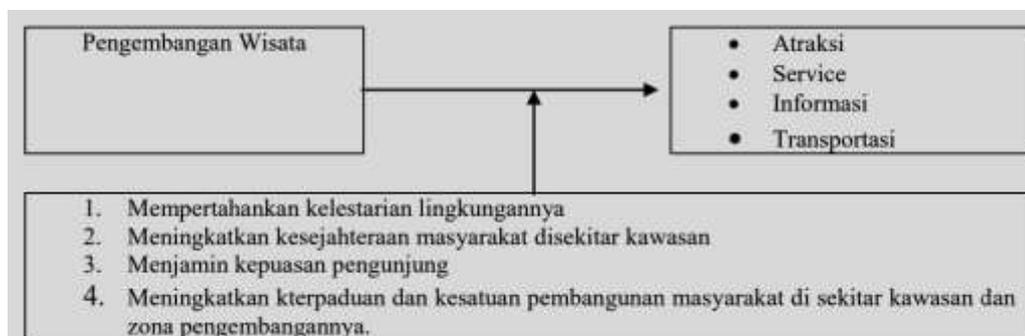
Gunn (1994 dalam Pratama, 2016) mengemukakan bahwa suatu kawasan wisata yang baik dan berhasil secara optimal didasarkan pada empat aspek yaitu:

1. Mempertahankan kelestarian lingkungannya
2. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat di kawasan tersebut
3. Menjamin kepuasan pengunjung
4. Meningkatkan keterpaduan dan kesatuan pembangunan masyarakat disekitarkawasan dan zone pengembangannya.

Di samping keempat aspek diatas, kemampuan daya dukung untuk setiap kawasan berbeda-beda sehingga perencanaan secara spatial akan lebih bermakna, tergantung pada dimana lokasi pengembangan wisata berada. Lebih lanjut Gunn (1994 dalam Pratama,2016) merekomendasikan komponen-komponen yang harus diperhatikan dalam pengembangan kawasan wisata:

1. Atraksi atau sumberdaya alam dan budaya
2. Perbaikan infrastruktur transportasi
3. Perbaikan usaha-usaha jasa
4. Perbaikan fasilitas penunjang atraksi
5. Peningkatan pendapatan dan peluang pasar
6. Peningkatan promosi
7. Penguatan organisasi dan kelembagaan yang akan menjalankan program
8. Penguatan kompeten sumberdaya manusia
9. Penguatan ekonomi lokal, regional dan nasional
10. Dukungan kebijakan lingkungan, politik dan ekonomi
11. Peningkatan kepuasan wisatawan

Dari beberapa poin diatas bisa di intisarikan menjadi diagram pada gambar berikut:



**Gambar 2.** Bagan konsep pengembangan kawasan wisata(Sumber: Gunn, 1994 dalam Pratama, 2016)

Pengembangan kepariwisataan di suatu daerah berarti pula pengembangan potensifisik di daerah tersebut. Di setiap objek atau lokasi objek mempunyai aspek-aspek yang saling ketergantungan satu sama lain, hal ini diperlukan agar wisatawan dapat menikmati suatu pengalaman yang memuaskan dan diharapkan wisatawan dapat berkunjung kembali. Spillane, 1991 menjelaskan aspek-aspek yang mempengaruhi wisata dapat dikelompokkan menjadi empat kategori, yaitu:

1. *Atraksi/daya tarik (Attraction)*
2. Menurut pengertiannya atraksi adalah dapat menarik wisatawan atau pengunjung dengan suatu yang dapat ditampilkan atau wisatawan tertarik pada ciri-ciri khas tertentu dari objek wisata.
3. *Fasilitas*
4. Fasilitas dalam hal ini lebih cenderung berorientasi pada atraksi di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dengan pasarnya. Fasilitas cenderung mendukung bukan mendorong pertumbuhan dan cenderung berkembang pada saat yang sama atau sesudah attraction berkembang, atraksi juga dapat merupakan fasilitas.
5. *Prasarana*
6. Yang dimaksud dengan prasarana adalah fasilitas yang memungkinkan proses perekonomian sedemikian

rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhinya.

7. *Transportasi*
8. Aktivitas kepariwisataan banyak tergantung pada transportasi karena factor jarak dan waktu sangat mempengaruhi keinginan orang untuk melakukan perjalanan wisata. Dengan demikian transportasi dapat memudahkan wisatawan mengunjungi suatu daerah tertentu.

Menurut Gamal (2004 dalam Pratama, 2016) unsur pokok atau aspek-aspek yang harus mendapatkan perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata yang menyangkut perencanaan, pelaksanaan pembangunan dan pengembangan meliputi 5 unsur, yaitu:

1. Objek dan daya tarik wisata  
Daya Tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Prasarana wisata
2. Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanan di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan, dan lain sebagainya.
3. Sarana wisata  
Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun objek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Secara kuantitatif menunjukkan pada jumlah sarana wisata yang harus disediakan dan kualitatif yang menunjukkan pada mutu pelayanan yang diberikan dan yang tercermin pada kepuasan wisatawan yang memperoleh pelayanan.
4. Infrastruktur  
Infrastruktur adalah situasi yang mendukung fungsi sarana dan prasarana wisata, baik yang berupa sistem pengaturan maupun bangunan fisik diatas permukaan tanah dan dibawah tanah, seperti: sistem pengairan, distribusi air bersih, sistem pembuangan air limbah, sumber listrik dan energy, sistem yang lain.
5. Masyarakat/Lingkungan  
Daerah dan tujuan wisata yang memiliki berbagai objek dan daya tarik wisata mengundang kehadiran wisatawan.
  - a. Manusia  
Masyarakat di sekitar objek wisata adalah yang akan menyambut kehadiran wisatawan tersebut sekaligus akan memberikan layanan yang diperlukan oleh para wisatawan.
  - b. Lingkungan  
Lingkungan alam disekitar objek wisata pun perlu diperhatikan dengan seksama agar tidak rusak dan tercemar.
  - c. Budaya  
Lingkungan masyarakat dalam lingkungan alam di suatu objek wisata merupakan budaya yang menjadi pilar penyangga kelangsungan hidup suatu masyarakat. Oleh karena itu lingkungan budaya ini pun kelestariannya tak boleh tercemar oleh budaya asing.

### 3. METODOLOGI

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survey. Penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling* dan yang menjadi informan kunci adalah Pengelola Objek Wisata Kolam Air Panas Tulehu, Pemerintah Negeri Tulehu, Wisatawan, Dinas Pariwisata Kabupaten Maluku Tengah, Pemandu Wisata dan Pelaku Usaha. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 30 orang wisatawan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan kuesioner, secara umum Miles dan Huberman beranggapan bahwa analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu : reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

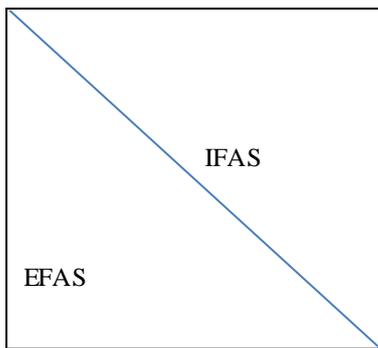
- a. Reduksi Data, diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan sebagaimana kita, reduksi data berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung.
- b. Penyajian Data, sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan melihat penyajian-penyajian kita akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan lebih jauh menganalisis ataukah mengambil tindakan berdasarkan atas pemahaman yang didapat dan penyajian-penyajian tersebut.
- c. Penarikan Kesimpulan, Sebagian dan satu kegiatan dan konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan

juga diverifikasi selama penelitian berlangsung.

Teori analisis SWOT digunakan untuk merencanakan teori-teori yang berkaitan dengan SWOT. SWOT ini singkatan dari S (Kekuatan), W (Kelemahan), O (Peluang), dan T (Ancaman). SWOT ini biasanya digunakan untuk menganalisis situasi dimana sesuatu direncanakan atau dilakukan. Menurut Freddy Rangkuti (dalam Dwijayanti, 2019) analisis didasarkan pada logika memaksimalkan peluang sekaligus meminimalkan ancaman. Perbandingan analisis SWOT kedua faktor eksternal dan internal dipertimbangkan.

**4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tabel 1. Matrix SWOT

	<p><b>Strengths (S)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memiliki potensi alam yang baik yaitu air panas yang memiliki kandungan belerang alami</li> <li>b. Masyarakat yang berjualan di sekitar Kolam Air Panas sangat ramah</li> </ul>	<p><b>Weakness (W)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kurangnya anggaran</li> <li>b. Fasilitas dan sarana prasarana masih kurang memadai</li> </ul>
<p><b>Opportunity (O)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kolam Air Panas Negeri Tulehu ini dapat menyembuhkan beberapa penyakit seperti penyakit kulit, penyakit rematik dan stroke</li> <li>b. Memberikan dampak positif bagi masyarakat yang berdagang</li> <li>c. Merupakan satu-satunya Kolam Air Panas yang ada di Maluku Tengah</li> </ul>	<p><b>Strategi (SO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memanfaatkan potensi alam yang baik dengan kandungan belerang yang dapat memberikan kesembuhan bagi wisatawan yang memiliki penyakit kulit, rematik dan stroke</li> <li>b. Memberikan rezeki bagi masyarakat sekitar Kolam Air Panas dengan cara membuka lapangan pekerjaan</li> </ul>	<p><b>Strategi (WO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kurangnya anggaran bagi fasilitas dan sarana prasarana salah satunya adalah kebersihan kolam, kolam harus dibersihkan minimal 3 kali 1 minggu dan itu membutuhkan anggaran, maka sangat perlu untuk diperhatikan</li> <li>b. Pembangunan fasilitas dan sarana prasarana seperti wc, areal parkir, tempat menginap. Apalagi Kolam Air Panas ini merupakan satu-satunya wisata alam air panas yang ada di Maluku Tengah</li> </ul>
<p><b>Threats (T)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Perbaikan fasilitas dan sarana prasarana seperti jalan yang rusak, minimnya alat penerang dan petunjuk arah di sepanjang jalan menuju kolamair panas Tulehu</li> <li>b. Faktor Ketenangan, keamanan dan kenyamanan bagi wisatawan</li> </ul>	<p><b>Strategi (ST)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menjaga dan memelihara fasilitas yang sudah tersedia terkait dengan kebersihan kolam, agar air panas tetap bersih dan wisatawan akan merasa nyaman saat mandi di Kolam Air Panas ini</li> <li>b. Mengajak masyarakat sekitar dalam peningkatan pelayanan terkait dengan ketenangan, keamanan dan kenyamanan bagi wisatawan.</li> </ul>	<p><b>Strategi (WT)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kurangnya anggaran dalam perbaikan fasilitas dan sarana prasarana seperti jalan masih banyak yang rusak, minimnya alat penerang dan petunjuk arah di sepanjang jalan</li> <li>b. Lebih memperhatikan fasilitas dan sarana prasarana yang kurang memadai karena dapat membuat wisatawan tidak merasa aman dan nyaman saat berkunjung</li> </ul>

Berdasarkan matrix SWOT maka diketahui terdapat Strategi Pengembangan Objek Wisata Kolam Air Panas Negeri Tulehu, yaitu:

- a. Strategi SO yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Berdasarkan kekuatan dan peluang tersebut maka terdapat alternatif strategi bagi Pengelola yaitu dengan memanfaatkan potensi alam yang baik dengan kandungan belerang yang dapat memberikan kesembuhan bagi wisatawan yang memiliki penyakit kulit, rematik dan stroke serta Memberikan rezeki bagi masyarakat sekitar Kolam Air Panas dengan cara membuka lapangan pekerjaan
- b. Strategi ST yaitu strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki suatu objek untuk mengatasi ancaman. Berdasarkan kekuatan dan ancaman tersebut maka alternatif strategi pengelola adalah Menjaga dan memelihara fasilitas yang sudah tersedia yaitu dengan menjaga kebersihan kolam, agar air panas tetap bersih dan wisatawan akan merasa nyaman saat mandi di Kolam Air Panas ini kemudian Mengajak masyarakat sekitar dalam peningkatan pelayanan terkait dengan ketenangan, keamanan dan kenyamanan bagi wisatawan.
- c. Strategi WO ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan. Berdasarkan kelemahan dan peluang tersebut maka alternatif strategi bagi pengelola yaitu dengan Kurangnya anggaran bagi fasilitas dan sarana prasarana salah satunya adalah kebersihan kolam, kolam harus dibersihkan minimal 3 kali 1 minggu dan itu sangat membutuhkan dana maka sangat perlu untuk diperhatikan dan harus adanya Pembangunan fasilitas dan sarana prasarana penunjang kebutuhan wisatawan seperti wc, areal parkir, tempat menginap, Apalagi Kolam Air Panas ini merupakan satu-satunya wisata alam air panas yang ada di Maluku Tengah maka harus dikembangkan dengan baik.
- d. Strategi WT ini berdasarkan kegiatan yang meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Berdasarkan kelemahan dan ancaman tersebut maka alternatif strategi yang digunakan pengelola yaitu dengan perbaikan fasilitas dan sarana prasarana seperti jalan masih banyak yang rusak, minimnya alat penerang dan petunjuk arah di sepanjang jalan, hal ini sangat berpengaruh bagi pengembangan Kolam Air Panas Tulehu kedepan maka harus ada kerja sama dan pemberian anggaran dari Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga serta Lebih memperhatikan fasilitas dan sarana prasarana yang kurang memadai karena dapat membuat wisatawan tidak merasa aman dan nyaman saat berkunjung.

Berdasarkan hasil penelitian dengan analisis SWOT yang menunjukkan tentang Strategi Pengembangan Objek Wisata Kolam Air Panas Negeri Tulehu yaitu dengan pemanfaatan potensi wisata alam Air Panas Tulehu. Hal ini di dukung oleh salah satu penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tony Yudya (2014) dengan judul Strategi Pengembangan Objek Wisata dan Daya Tarik Wisata dimana hasil penelitiannya menunjukkan Strategi Pengembangan Pariwisata.

## 5. PENUTUP

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan di lapangan maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tulehu kabupaten Maluku Tengah memiliki kekuatan dalam hal meningkatkan Pariwisata Maluku Tengah dengan cara memanfaatkan potensi alam yang ada yaitu Objek Wisata Kolam Air Panas Negeri Tulehu.
2. Kelemahan Objek Wisata Kolam Air Panas Negeri Tulehu yaitu sisi infrastruktur yang kurang memadai seperti akses jalan menuju Objek Wisata Kolam Air Panas Negeri Tulehu. Selain itu kurangnya anggaran untuk peningkatan Objek Wisata Kolam Air Panas Negeri Tulehu.
3. Peluang Objek Wisata Kolam Air Panas Negeri Tulehu yaitu memberikan kesembuhan bagi wisatawan dan membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar Objek Wisata Kolam Air Panas Negeri Tulehu.
4. Kurangnya fasilitas dan sarana prasarana menjadi ancaman sehingga berpengaruh terhadap wisatawan yang berkunjung dan masyarakat sekitar akan kehilangan lapangan pekerjaan.

### 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian Strategi Pengembangan Objek Wisata Kolam Air Panas Negeri Tulehu, maka peneliti coba memberikan saran mengenai hasil penelitian agar dapat melaksanakan atau membantu pengelola Objek Wisata Kolam Air Panas dalam pengelolaan Objek Wisata Kolam Air Panas Negeri Tulehu Kabupaten Maluku Tengah yaitu sebagai berikut :

1. Menjaga dan memelihara potensi wisata alam Kolam air panas Tulehu ini dengan baik agar lingkungan objek wisata ini tetap bersih dan asri.
2. Dalam hal fasilitas dan sarana prasarana maka Objek Wisata Kolam Air Panas Negeri Tulehu perlu meningkatkan fasilitas dan sarana prasarana seperti tenda di setiap kolam agar lebih menarik, WC, tempat menginap sehingga wisatawan tidak bosan untuk berkunjung ke Objek Wisata Kolam Air Panas Negeri Tulehu dan membuat pengajuan anggaran kepada Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
3. Keberadaan Objek Wisata Kolam Air Panas Negeri Tulehu memberikan kesembuhan bagi wisatawan yang memiliki penyakit seperti penyakit kulit, rematik dan stroke serta membuka peluang lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar Objek Wisata Kolam Air Panas Negeri Tulehu sebagai tukang parkir, petugas keamanan, petugas kebersihan, petugas loket karcis, dan membuka usaha warung.

4. Dengan memperbaiki jalan menuju Objek Wisata Kolam Air Panas Negeri Tulehu, memasang alat-alat penerang, petunjuk arah di sepanjang jalan, dan mengajak masyarakat tentang pentingnya peningkatan pelayanan untuk ketenangan, keamanan dan kenyamanan bagi wisatawan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdulhaji, S. 2016. Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar di Kota Ternate. *Jurnal Penelitian Humano*. 7(2), 134- 148
- Abdurrahman Fatoni, Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi (Jakarta: Rineka Cipta,2011), hlm.104.
- Dini, R.P. 2020. Strategi Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Menjadi Kawasan Wisata di Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan. Skripsi. Jurusan Pendidikan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan
- Diswandi, dkk. 2020. Penataan Destinasi dan Strategi Promosi Guna Meningkatkan Jumlah Wisatawan di Kawasan Wisata Alam Aik nyet di Desa Buwun Sejati Kecamatan Narmada. *Jurnal Warta Desa*. 2(1), 118-128
- Dwijayanti, G. 2019. Analisis SWOT untuk Mengetahui Positioning Perusahaan dalam Menentukan Strategi Perusahaan pada UD. Mahkota Gempol. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya
- Ibrahim, S. 2020. Strategi Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Hutaraja Di Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal. Skripsi. Jurusan Pendidikan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan
- Latuasan, F.W. 2019. Pengembangan Produk Wisata di Pantai Hunimua Desa Liang Kabupaten Maluku Tengah. Skripsi. Program Studi Manajemen DestinasiPariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung
- Listianingrum, A. 2019. Pengaruh Daya Tarik Aksesibilitas dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Muarareja Indah Kota Tegal. Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UniversitasPancasakti Tegal
- Maimuna, dkk. 2016. Strategi Pengembangan Rural Tourism di Wilayah Jazirah Leihitu (Studi kasus Desa Tulehu dan Desa Liang Kecamatan Salahutu Kabupaten Maluku Tengah). Laporan Penelitian. Institut Agama Islam Negeri Ambon.
- Nugraha, dkk. 2018. Perkembangan Siklus Hidup Destinasi Pariwisata di Indonesia Analisis Berdasarkan Data Makro Badan Pusat Statistik 2002-2012. *Jurnal Nasional Pariwisata*. 10(1), 1-13
- Pratama, I.Y. 2016. Konsep Pengembangan Kawasan Pariwisata Terpadu diKecamatan Batu Kota Batu. Tesis. Bidang Keahlian Manajemen Pembangunan Kota Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Institut TeknologiSepuluh November Surabaya
- S. Nasution, Metode Research ( Jakarta: Bumi Aksara, 1996), hlm.128
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung

Link internet:

<http://dpmpstsp-maluku.com/berita/bisnis/pariwisata>  
<https://id.wikipedia.org/wiki/Tulehu>. Salahu  
[https://travel.kompas.com/read/2013/07/31/1208339/Tulehu.Negeri.Air.Panas.Aلامي?\\_page=all](https://travel.kompas.com/read/2013/07/31/1208339/Tulehu.Negeri.Air.Panas.Aلامي?_page=all)  
[https://travelingyuk.com/pemandian-air-panas-hatuasa/98136/?utm\\_source=idle&utm\\_medium=dekstop&utm\\_campaign=reload](https://travelingyuk.com/pemandian-air-panas-hatuasa/98136/?utm_source=idle&utm_medium=dekstop&utm_campaign=reload)  
<https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2009/10TAHUN2009UU.HTM>  
[https://www.academia.edu/7440214/ANALISIS\\_PENELITIAN\\_KUALITATIF\\_MODEL\\_MILES\\_dan\\_HUBERMAN](https://www.academia.edu/7440214/ANALISIS_PENELITIAN_KUALITATIF_MODEL_MILES_dan_HUBERMAN)