

Analysis Of Cikandung Springs Tourism Marketing Strategy To Increase The Number Of Tourist Visits

Helles Amanda¹, Dhiniarty Zahara², Fitriana³, Maulida Nur Fadhilah⁴, Regitha Cahyani Putri⁵,
Universitas Sebelas April Sumedang

helles.feb@unsap.ac.id, Dhiniarty123@gmail.com, fitrianaana249@gmail.com, maulidanurfadhilah8@gmail.com,
regita04putri@gmail.com

Article Info

Article history:

Received Jan 12,
2025

Revised Feb 20,
2025

Accepted March
17, 2025

Keywords:

Marketing
strategy,
promotion, spring
tourism,

ABSTRACT

This study aims to determine the marketing strategy used to increase the number of tourist visits at Cikandung Spring. this type of research is research with descriptive qualitative methods, where this analysis focuses on collecting and analysing data that is not in the form of numbers or statistics but in the form of words and pictures. Based on the results it can be concluded that the marketing strategy carried out to increase the number of visitors at Cikandung Spring is by implementing including the development of more diverse tourism products, competitive pricing, improving accessibility, and effective promotion through social media. In addition, the development of ecotourism and the organisation of cultural events can be an opportunity to attract more visitors.



Copyright © 2022 SINTESA. All rights reserved.

Corresponding Author:

Helles Amanda
Program Studdi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Jl. Angkek Situ No. 19 Kelurahan Situ Kec. Sumedang Utara Kab. Sumedang Prov. Jawa barat Kode Pos 45323
Email: helles.feb@unsap.ac.id

1. Introduction

Indonesia sebagai negara kepulauan yang kaya akan keindahan alam dan budaya, memiliki potensi pariwisata yang sangat besar. Salah satu objek wisata yang menarik perhatian adalah mata air, Sumber mata air Cikandung berasal dari kaki Gunung Tampomas di desa Nyalindung Kecamatan Cimalaka, dan mengalir melewati empat Kecamatan yaitu Buahdua, Surian, Tanjungmedar, Tanjungkerta, lalu bermuara di sungai Cipunagara Kabupaten Subang. Dengan adanya wisata mata air cikandung waraga sekitar yang pada awalnya tidak mempunyai pekerjaan jadi berdagang di sekitar area wisata mata air cikandung. yang tidak hanya menawarkan keindahan alam tetapi juga memiliki nilai budaya dan sejarah yang tinggi. Mata air sering kali menjadi tujuan wisata bagi masyarakat lokal maupun wisatawan mancanegara, karena keunikan dan manfaatnya yang beragam, mulai dari rekreasi hingga pengobatan tradisional. Salah satu objek wisata yang menarik perhatian adalah Mata Air Cikandung, yang terletak di Desa Nyalindung Kec. Cimalaka Kab. Sumedang Jawa Barat. Mata Air Cikandung dikenal dengan keindahan alamnya yang memukau, serta potensi wisata yang belum sepenuhnya dimanfaatkan. Mata Air Cikandung memiliki daya tarik tersendiri, seperti keasrian alam, air yang jernih, serta suasana yang tenang dan damai. Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, jumlah kunjungan wisatawan ke Mata Air Cikandung masih tergolong rendah. pengelolaan dan strategi pemasaran yang kurang optimal dapat menghambat perkembangan objek wisata ini. Dalam era digital saat ini, strategi pemasaran yang efektif sangat diperlukan untuk menarik pengunjung, baik dari dalam maupun luar daerah. Objek wisata mata air sering kali menghadapi tantangan seperti, terbatasnya fasilitas pendukung, hingga rendahnya kesadaran masyarakat lokal tentang potensi

wisata tersebut. Hal ini mengakibatkan beberapa objek wisata mata air sulit bersaing dengan destinasi lain yang memiliki strategi pemasaran lebih terencana dan modern.

2. Lecture Study

1. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah proses analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian untuk menciptakan dan mempertahankan hubungan menguntungkan dengan pembeli sasaran, guna mencapai tujuan organisasi. Ini melibatkan pemilihan pasar sasaran dan upaya untuk meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan konsumen dengan menciptakan dan mengkomunikasikan nilai yang unggul. Fungsi manajemen pemasaran di antaranya ada aktivitas meng-analisis yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui pasar dan lingkungan pemasarannya sehingga dapat diperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang harus dimiliki. selain fungsi adapun tujuan dari manajemen pemasaran Berikut adalah beberapa tujuan manajemen pemasaran adalah sebagai berikut :

1. Menciptakan nilai bagi pelanggan
2. Meningkatkan penjualan
3. Meningkatkan pangsa pasar
4. Meningkatkan keuntungan

2. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana terpadu untuk mencapai tujuan perusahaan melalui periklanan, promosi, penjualan, produk, dan distribusi. Menurut Kotler dan Armstrong, ini adalah logika untuk menciptakan nilai dan keuntungan dari hubungan dengan konsumen. Kurtz menambahkan bahwa strategi ini mencakup penentuan target pasar dan kombinasi elemen marketing mix: produk, distribusi, promosi, dan harga.

Adapun mengenai jenis-jenis strategi pemasaran menurut Assauri:

- a) Strategi Pemasaran Tidak Membedakan Pasar (Undifferentiated Marketing): Perusahaan menganggap pasar sebagai keseluruhan dan fokus pada kebutuhan umum konsumen. Mereka memproduksi satu jenis produk untuk menarik semua pembeli, dengan tujuan penjualan massal dan pengurangan biaya.
- b) Strategi Pemasaran Membedakan Pasar (Differentiated Marketing): Perusahaan melayani beberapa kelompok konsumen dengan produk yang berbeda untuk setiap segmen pasar. Mereka menawarkan variasi produk yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik masing-masing kelompok, dengan harapan mencapai penjualan tertinggi di setiap segmen.
- c) Strategi Pemasaran Terkonsentrasi (Concentrated Marketing): Perusahaan fokus pada beberapa segmen pasar tertentu, mempertimbangkan keterbatasan sumber daya. Mereka memilih segmen spesifik dan menawarkan produk yang sesuai, dengan tujuan memaksimalkan keuntungan dari segmen tersebut.

3. Objek Wisata

Objek wisata adalah tempat yang dikunjungi karena memiliki sumber daya alami atau buatan, seperti keindahan alam, bangunan bersejarah, dan atraksi budaya. objek wisata berkaitan erat dengan daya tarik wisata dan harus memiliki keunikan, yang dapat dilihat dari budaya, alam, teknologi, dan unsur spiritual daerah tersebut.

Pariwisata saat ini memiliki beberapa peran, antara lain.

- a) Peran Ekonomi, Pariwisata meningkatkan pendapatan bagi warga dan pemerintah melalui pengeluaran wisatawan untuk akomodasi, makanan, transportasi, dan oleh-oleh. Hal ini juga menciptakan peluang usaha dan lapangan kerja, serta berkontribusi pada sektor pembangunan lainnya.
- b) Peran Sosial, Pertumbuhan jumlah pengunjung menciptakan lebih banyak lapangan pekerjaan, terutama di sektor-sektor seperti restoran, biro perjalanan, dan hotel. Selain itu, pariwisata juga mendukung pekerjaan di bidang lain, seperti pemeliharaan infrastruktur.

- c) Peran Kebudayaan, Indonesia, dengan keragaman adat, seni, dan warisan sejarahnya, menjadi pusat pengembangan pariwisata. Oleh karena itu, menjaga dan melestarikan budaya serta warisan tersebut menjadi penting dalam pembangunan pariwisata.

Berdasarkan jenisnya, wisata dapat dibagi menjadi dua kelompok:

- 1) Wisata alam, yang meliputi
 - a. Wisata Pantai
 - b. Wisata Etnik
 - c. Wisata Cagar Alam
 - d. Wisata Berburu
 - e. Wisata Agro
- 2) Wisata sosial budaya, yang meliputi
 - a. Situs dan Monumen
 - b. Musium dan Tempat Kebudayaan Lainnya Museum dan tempat kebudayaan

3. Method

Jenis penelitian ini adalah penelitian dengan metode Kualitatif Deskriptif, Dimana Analisis ini berfokus pada pengumpulan dan analisis data yang tidak berupa angka atau statistik, melainkan berupa kata-kata, gambar, atau lain-lain. Menurut Nasution (2003: 5) bahwa penelitian kualitatif pada hakikatnya ialah mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya.

4. Result and Discussion

1) Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Untuk Mengunjungi Mata Air Cikandung

Mata Air Cikandung menjadi salah satu destinasi wisata yang menarik perhatian pengunjung. Dari hasil wawancara dengan pengelola mata air cikandung faktor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi mata air cikandung dipengaruhi oleh faktor diantaranya Daya tarik alam yang menawan juga dengan keunikan mata air cikandung, Daya tarik alam yang menawan di Mata Air Cikandung terletak pada keindahan pemandangan sekitarnya yang dikelilingi oleh hutan hijau yang rimbun, hamparan sawah serta udara segar yang membuat pengunjung merasa seolah-olah berada di surga tersembunyi, sementara keunikan mata air itu sendiri, yang memiliki karakteristik air yang jernih dan berwarna biru kehijauan, serta sumber air yang konon memiliki khasiat penyembuhan, menjadikannya sebagai tempat yang tidak hanya menawarkan keindahan visual tetapi juga pengalaman spiritual dan relaksasi yang mendalam bagi setiap wisatawan yang berkunjung. Aksesibilitas juga menjadi salah satu faktor kunci yang sangat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke mata air, di mana kemudahan dalam mencapai lokasi tersebut tidak hanya ditentukan oleh kondisi jalan yang harus dalam keadaan baik dan aman untuk dilalui, tetapi juga oleh ketersediaan berbagai pilihan transportasi umum yang dapat diandalkan, seperti angkutan kota, atau layanan transportasi daring yang memudahkan pengunjung dari berbagai daerah, sehingga semua elemen ini berkontribusi pada kenyamanan dan kemudahan akses yang pada akhirnya dapat meningkatkan minat dan keinginan wisatawan untuk menjadikan mata air sebagai destinasi pilihan mereka. Faktor harga memainkan peran penting dalam minat wisatawan, Harga yang murah untuk akses ke mata air dapat secara signifikan meningkatkan minat kunjungan, karena wisatawan cenderung mencari pengalaman yang terjangkau tanpa mengorbankan kualitas dengan menawarkan tarif yang bersaing, mata air tersebut dapat menarik lebih banyak pengunjung, terutama dari kalangan keluarga dan pelancong dengan anggaran terbatas, sehingga menciptakan peluang bagi peningkatan pendapatan dan promosi yang lebih luas.

2) Strategi Pemasaran Yang Bisa Dilakukan Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung Di Mata Air Cikandung

Berikut merupakan strategi yang dapat di gunakan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Mata Air Cikandung dengan menerapkan strategi pemasaran (marketing mix) 4P . Product,Price,Promotion serta Place:

1. Product (Produk) Mata Air Cikandung menyuguhkan keindahan alam yang memukau dengan air yang jernih dan segar, serta suasana yang tenang dan damai. Fasilitas yang ditawarkan mencakup kolam renang alami dan spot foto menarik, menjadikannya tempat yang ideal untuk bersantai dan berfoto. Pengunjung dapat menikmati layanan penyewaan ban karet untuk dewasa, pelampung untuk anak-anak, dan perahu kecil, yang memberikan pengalaman yang lebih lengkap dan menyenangkan.

2. Price (Harga) Harga tiket masuk ke Mata Air Cikandung ditetapkan dengan mempertimbangkan daya beli masyarakat dan wisatawan, sehingga penetapan harga yang kompetitif dapat menarik lebih banyak pengunjung. Tiket masuk dibanderol seharga Rp 4.000, yang terdiri dari Rp 3.000 untuk tiket reguler dan Rp 1.000 sebagai biaya garansi. Selain itu, tersedia paket khusus untuk pengunjung yang ingin mengadakan acara seperti reuni, dengan harga Rp 10.000, yang mencakup akses ke semua fasilitas, termasuk penggunaan toilet. Untuk kenyamanan pengunjung biaya parkir juga terjangkau, yaitu Rp 2.000 untuk sepeda motor dan Rp 5.000 untuk mobil.
3. Place (Tempat) Mata Air Cikandung terletak di Dsn Cikandung Desa Nyalindung Kecamatan Cimalaka Kabupaten Sumedang. lokasi strategis yang mudah diakses menjadikannya pilihan menarik bagi para wisatawan yang ingin melarikan diri dari kesibukan kota dan menikmati keindahan alam pada akhir pekan. Aksesibilitas yang baik ini sangat penting, dan pengembangan infrastruktur jalan menuju lokasi, serta penyediaan tempat parkir yang memadai dan cukup luas, menjadi faktor kunci untuk memastikan kenyamanan pengunjung.
4. Promotion (Promosi) Penggunaan platform media sosial untuk mempromosikan keindahan alam dan fasilitas yang ada di Mata Air Cikandung terbukti sangat efektif, terutama dalam menjangkau generasi milenial yang aktif di dunia digital. Dengan memanfaatkan TikTok, pengelola dapat membuat konten menarik berupa foto dan video yang diunggah untuk menampilkan pesona alam dan suasana di sekitar mata air, sehingga dapat menarik perhatian lebih banyak calon pengunjung.

3) **Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Dan Ancaman Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Pada Objek Mata Air Cikandung**

Analisis SWOT adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu objek wisata. Dalam konteks objek mata air Cikandung.

1. Kekuatan (strength) berikut hasil wawancara dengan ketua pengelola wisata mata air cikandung yang telah di rangkum dalam faktor-faktor kekuatan di mata air cikandung
 - a. Keindahan Alam Keindahan alam di sekitar mata air cikandung memukau setiap pengunjung dengan pemandangan hijau yang menyejukan, Mata air cikandung juga menawarkan panorama alam yang menabjukan dimana pepohonan yang tinggi menjadikan suasana menjadi adem.
 - b. Sumber Air Alami Mata Air Cikandung menjadi salah satu sumber air alami yang terletak di kawasan yang masih asri, dikenal karena kejernihan airnya yang luar biasa serta keindahan alam sekitarnya, menjadikannya tidak hanya sebagai sumber kehidupan bagi masyarakat sekitar untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti konsumsi air bersih dan irigasi, tetapi juga sebagai daya tarik wisata alam yang mampu memikat perhatian pengunjung dari berbagai wilayah yang mencari pengalaman rekreasi yang menenangkan sekaligus edukatif tentang pentingnya menjaga kelestarian sumber daya air di tengah tantangan lingkungan global yang semakin kompleks.
 - c. Harga relatif murah Biaya yang relatif murah menjadi salah satu kekuatan yang membuat sumber air alami ini semakin menarik bagi masyarakat, karena tidak hanya aksesnya yang mudah, tetapi juga biaya yang diperlukan untuk menikmati keindahan dan kesegaran airnya sangat terjangkau, sehingga siapa pun dapat menikmati fasilitas ini tanpa harus merogoh kocek yang dalam, membuatnya menjadi pilihan yang ideal bagi mereka yang ingin menikmati keindahan alam tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar.
 - d. Harga relatif murah Biaya yang relatif murah menjadi salah satu kekuatan yang membuat sumber air alami ini semakin menarik bagi masyarakat, karena tidak hanya aksesnya yang mudah, tetapi juga biaya yang diperlukan untuk menikmati keindahan dan kesegaran airnya sangat terjangkau, sehingga siapa pun dapat menikmati fasilitas ini tanpa harus merogoh kocek yang dalam, membuatnya menjadi pilihan yang ideal bagi mereka yang ingin menikmati keindahan alam tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar.
2. kelemahan (weakness) Adapun faktor - faktor kelemahan yang dimiliki Mata Air Cikandung yang telah di rangkum dalam faktor-faktor kelemahan di mata air cikandung.
 - a. Keterbatasan Fasilitas Mata air Cikandung masih memiliki keterbatasan dalam hal fasilitas, seperti kurangnya toilet dan tempat istirahat yang memadai untuk pengunjung. Fasilitas yang tersedia di sekitar mata air Cikandung masih minim, sehingga kenyamanan pengunjung dapat terganggu.
 - b. Kualitas Air tidak terjaga Kualitas air di Mata Air Cikandung sering kali tidak terjaga, dan kebersihan area sekitar juga menjadi masalah, terutama karena sering digunakan oleh pengunjung untuk mencuci baju, yang dapat menyebabkan pencemaran dan mengurangi daya tarik wisatawan.

- c. Musim Kunjungan Yang terbatas Musim kunjungan yang terbatas menjadi salah satu kelemahan utama dalam pengelolaan Mata Air Cikandung, di mana tingkat kunjungan wisatawan cenderung meningkat hanya pada musim-musim tertentu seperti liburan sekolah, akhir pekan panjang, atau musim kemarau ketika kondisi alam lebih mendukung untuk aktivitas luar ruangan, sementara pada musim hujan atau hari kerja biasa, jumlah pengunjung menurun drastis hal ini secara langsung berdampak pada pendapatan yang diperoleh dari tiket masuk, parkir, dan aktivitas pendukung lainnya.
3. Peluang (opportunity) Berikut hasil wawancara dengan ketua pengelola wisata mata air cikandung yang telah di rangkum dalam faktor-faktor peluang di mata air cikandung.
 - a. Pengembangan ekonomi lokal Pengembangan ekonomi lokal di objek wisata mata air Cikandung dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti pengembangan usaha-usaha kecil dan menengah (UKM) yang terkait dengan pariwisata, seperti warung kopi, tempat makan, dan jajanan lainnya, serta pengembangan kegiatan rekreasi dan edukasi yang dapat menarik wisatawan dan meningkatkan pendapatan masyarakat local.
 - b. Pengembangan ekowisata Mata Air Cikandung dapat dikembangkan sebagai destinasi ekowisata yang menawarkan pengalaman alam yang unik dan menarik, dengan memanfaatkan keindahan alam dan kekayaan hayati yang ada di sekitar mata air, sehingga dapat meningkatkan kesadaran dan apresiasi masyarakat terhadap pentingnya kelestarian alam dan lingkungan, serta memberikan kontribusi pada pengembangan ekonomi lokal dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar.
 - c. Menyelenggarakan acara budaya Dengan menyelenggarakan acara budaya seperti kuda rengong, mata air Cikandung dapat menarik perhatian wisatawan yang ingin merasakan keunikan tradisi dan budaya setempat. Acara atau festival yang melibatkan komunitas lokal dapat menciptakan suasana yang meriah dan menarik, sehingga meningkatkan jumlah pengunjung ke mata air Cikandung.
4. Ancaman (threats) Berikut hasil wawancara dengan ketua pengelola wisata mata air cikandung yang telah di rangkum dalam faktor-faktor ancaman di mata air cikandung.
 - a. Perubahan cuaca dan iklim Ketergantungan pada musim merupakan salah satu ancaman yang dihadapi oleh objek wisata mata air cikandung, karena pada musim tertentu, seperti musim hujan karena ketika musim hujan sangat beresiko dengan banyaknya pohon-pohon besar yang ditakutkan bisa tumbang atau musim kemarau, dapat mempengaruhi kualitas air dan keindahan alam sekitar sehingga mempengaruhi pengalaman wisatawan.
 - b. Konflik pengelolaan Konflik antara pengurus objek wisata dan masyarakat sekitar dapat mempengaruhi kelestarian Mata Air Cikandung, karena perbedaan pendapat dan kepentingan antara kedua pihak dapat menyebabkan ketidakpastian dan ketidakstabilan dalam pengelolaan dan pelestarian mata air, sehingga dapat mengancam keberlangsungan dan kelestarian Mata Air Cikandung.
 - c. Persaingan objek wisata lain Mata air Cikandung harus menghadapi persaingan yang ketat dari berbagai objek wisata lain yang lebih populer, yang sering kali menawarkan pengalaman yang lebih lengkap dan menarik bagi pengunjung, Dengan banyaknya destinasi wisata yang lebih dikenal dan memiliki fasilitas yang lebih modern, mata air Cikandung perlu berupaya keras untuk menarik perhatian wisatawan yang memiliki banyak pilihan.

5. Conclusion

Mata Air Cikandung merupakan destinasi wisata yang memiliki potensi besar untuk menarik minat wisatawan berkat keindahan alamnya, keunikan sumber air, dan harga yang terjangkau. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi tempat ini meliputi daya tarik alam yang menawan, aksesibilitas yang baik, citra positif yang dibangun melalui promosi, serta harga yang kompetitif. Namun, untuk meningkatkan jumlah kunjungan, Mata Air Cikandung perlu mengatasi beberapa kelemahan, seperti keterbatasan fasilitas dan masalah kebersihan, serta menghadapi ancaman dari perubahan cuaca, konflik pengelolaan, dan persaingan dengan objek wisata lain.

Strategi pemasaran yang dapat diterapkan meliputi pengembangan produk wisata yang lebih beragam, penetapan harga yang kompetitif, peningkatan aksesibilitas, dan promosi yang efektif melalui media sosial. Selain itu, pengembangan ekowisata dan penyelenggaraan acara budaya dapat menjadi peluang untuk menarik lebih banyak pengunjung. Dengan memanfaatkan kekuatan yang ada dan mengatasi kelemahan serta ancaman, Mata Air Cikandung memiliki peluang untuk berkembang sebagai destinasi wisata yang menarik dan berkelanjutan, memberikan manfaat tidak hanya bagi pengunjung tetapi juga bagi masyarakat lokal.

Acknowledgements

Penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pak Aa Kartiwa, S.Pd., M.M. atas bimbingan, arahan, dan dukungan yang telah diberikan selama proses penyusunan jurnal ini. Pengetahuan, pengalaman, serta waktu luangnya menjadi fondasi penting dalam pengembangan penelitian ini. Kami sangat menghargai setiap masukan yang konstruktif dan inspiratif, yang telah membantu kami mencapai hasil terbaik. Penulis mengucapkan terima kasih juga tulus kepada pihak pengelola wisata Mata Air Cikandung atas kerja sama dan kesempatan yang diberikan selama penelitian berlangsung. Dukungan berupa data, informasi, serta akses yang diberikan sangat membantu dalam proses pengumpulan dan analisis data. Semoga jurnal ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan destinasi wisata Mata Air Cikandung ke arah yang lebih baik.

References

- AA. Bagus Putu Widantal... K. (2021). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT WISATAWAN DOMESTIK BERKUNJUNG KE BALI. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*.
- Andri Yandil, M. R. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan (Literature Review), *Jurnal Kewirausahaan dan tata lanta*.
- Endah Djuwendah, u. P. (2018). KAJIAN POTENSI EKOWISATA DALAM MENUNJANG PENGEMBANGAN *Jurnal Agribisnis Terpadu*.
- Rusdiati Khairo, L. A. (2019). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA DI DESA KETAPANG RAYA KECAMATAN KERUAK, LOMBOK TIMUR.
- Setyaningsih, F. (2021). ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN PELANGGAN PADA LEMBAGA RAFI BIMBEL TANGERANG. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Sri Pujiastuti, S. &. (2018), PENGEMBANGAN MATA AIR CIBURIAL DI KAWASAN AGROWISATA GUNUNG MAS MENJADI WELLNESS TOURISM. *Jurnal Kajian Bahasa dan Pariwisata*.
- Tristanty Hanibe Putri, A. L. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata Untuk Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke Tempat Wisata Di Kabupaten Kepulauan Sangehe. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)*.
- Tristanty Hanibe Putril, A. L. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata Untuk Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke Tempat Wisata Di Kabupaten Kepulauan Sangehe. *Jurnal LPPM Bidang EkoSos BudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)*.