

Strategi Bisnis *Waterpark* PTC Jayapura dalam Meningkatkan Keuntungan Usaha

Weny Lestari Sinaga¹, Candraningrat²

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dinamika

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Terbuka

wenylsinaga1203@gmail.com¹

ABSTRACT

Business strategy can be measured as good and bad using five business strategy indicators, namely marketing, operations, distribution, organization and strategies related to finance. Likewise with the Waterpark business strategy that is implemented to increase profits. The aim of this Scientific Work is to determine the PTC Jayapura Waterpark business strategy in increasing business profits. The research method used is descriptive qualitative. The research results obtained are that the PTC Jayapura Waterpark business strategy in increasing business profits has been implemented in accordance with five business strategy indicators, namely (1) marketing, (2) operations (3) distribution, (4) organization, and (5) related strategies with finances. The business strategy implemented can be said to be able to increase finances because the management has been carried out semi-professionally. This is stated because, even though the business being run is not yet in the form of a PT/CV, Waterpark PTC has carried out a business strategy in a precise and efficient manner, so as to increase profits from business activities.

Keywords : Business Strategy, Business Profits, Waterpark.

ABSTRAK

Strategi bisnis dapat diukur baik dan buruknya dengan lima indikator strategi bisnis, yaitu pemasaran, operasional, distribusi, organisasi, dan strategi yang berhubungan dengan keuangan. Begitupun dengan strategi bisnis *Waterpark* yang dijalankan dalam meningkatkan keuntungan. Tujuan dalam Karya Ilmiah ini adalah untuk mengetahui strategi bisnis *Waterpark* PTC Jayapura dalam meningkatkan keuntungan usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Hasil penelitian yang diperoleh adalah strategi bisnis *Waterpark* PTC Jayapura dalam meningkatkan keuntungan usaha telah dijalankan sesuai dengan lima indikator strategi bisnis, yaitu (1) pemasaran, (2) operasional (3) distribusi, (4) organisasi, dan (5) strategi yang berhubungan dengan keuangan. Strategi bisnis yang dijalankan telah dapat dinyatakan dapat meningkatkan keuangan karena pengelolaannya telah dilakukan secara semi profesional. Dinyatakan demikian karena, walaupun usaha yang dijalankan belum berbentuk PT/CV, *Waterpark* PTC telah menjalankan strategi bisnis dengan teratah tepat dan efisien, sehingga dapat meningkatkan keuntungan kegiatan usaha.

Kata kunci : Strategi Bisnis, Keuntungan Usaha, *Waterpark*.

PENDAHULUAN

Salah satu jenis hiburan yang masih diminati oleh masyarakat Indonesia adalah jenis hiburan yang didalamnya menjual jasa penyewaan kolam renang, dimana di dalam hiburan tersebut, pengunjung disuguhkan berbagai macam jenis kolam renang, dari mulai

kolam renang yang diperuntukan untuk anak-anak sampai pada kolam renang yang diperuntukan kepada orang-orang dewasa. Jenis hiburan serba air yang menawarkan para pengunjungnya untuk dapat bermain air dan sekaligus melatih pengunjungnya untuk dapat melatih kecakapan dalam berenang tersebut biasanya diminati oleh masyarakat yang ingin mengisi liburannya sambil melatih kemampuan anak-anaknya untuk berenang. Jenis hiburan macam ini juga biasanya diminati oleh masyarakat perkotaan. Selain itu jenis hiburan semacam ini juga biasa dimanfaatkan oleh lembaga pendidikan, seperti Sekolah-Sekolah yang ada di Indonesia untuk menjadikan tempat hiburan semacam itu sebagai sarana praktek olahraga berenang, oleh karena itu, maka tidaklah mengherankan jika jasa hiburan yang menjual jasa kolam renang ini semakin hari makin berkembang.

Minat masyarakat pada jasa hiburan semacam itu pada akhirnya membuat para pengusaha berlomba-lomba mendirikan bisnis penyewaan jasa kolam renang. Mereka dalam menjalankan bisnisnya tersebut memiliki strategi masing-masing. Hal tersebut digunakan oleh para pengusaha dalam rangka meningkatkan keuntungan dari usaha yang mereka jalankan. Jenis usaha penyewaan wahana yang serba air tersebut, dalam masyarakat Indonesia dikenal dengan tempat hiburan "Waterpark". Dinamakan Bom Air atau Waterpark karena memang pada kolam renang utama terdapat wahana berupa air yang dijatuhkan dari atas ke kolam renang, sehingga jatuhnya air tersebut menyerupai bom.

Salah satu Waterpark yang ada di Kota Jayapura yang hingga kini masih tetap berjalan dan terus diminati oleh para pengunjung adalah Waterpark PTC. Dalam pandangan pengunjung, sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan beberapa pengunjung, bahwa mereka senang berkunjung ke Waterpark PTC karena tempatnya asri dan nyaman, kolam renangnya banyak pilihan, ada kolam renang anak-anak dan dewasa, wahana permainan anak, harganya terjangkau dan letaknya mudah diakses oleh pengunjung. Wahana yang bisa dinikmati antara lain: aqua play, landing family, semi olympic, landing pool, dan sebagainya. Bukan sekedar wisata rekreasi, PTC waterpark juga menyewakan tempat penyelenggaraan berbagai event seperti: ulang tahun kantor, sekolah, bahkan wedding *outdoor*. Lokasi waterpark PTC ini tentunya menjadi nilai tarik tersendiri karena kerap kali selesai acara sekolah di gedung PTC lalu anak-anak akan melanjutkan kegiatan di kolam renang. Strategi Waterpark PTC dalam menjalankan usaha bisnis kolam renang menarik untuk diteliti karena waterpark ini sudah berdiri sejak 2014 dan masih bisa bertahan ditengah banyaknya pilihan kolam renang di kota Jayapura dan sekitarnya.

Banyaknya pengunjung yang menggunakan jasa Waterpark PTC tentu mengindikasikan jika usaha tersebut memperoleh keuntungan yang baik dari kegiatan usaha yang dijalankannya. Menurut Suwardjono (2020), yang dimaksud dengan keuntungan perusahaan adalah "imbalance dari kegiatan usaha yang dijalankan. Keuntungan atau laba diperoleh berdasarkan penghasilan bersih yang didapatkan dari aktivitas perusahaan. Adapun aktivitas perusahaan yang dimaksud adalah aktivitas keseluruhan yang mencakup proses produksi, serta aktivitas hasil memasarkan produk. Hasil yang diperoleh kemudian dikurangi dengan biaya kegiatan operasional perusahaan, dan

menghasilkan. Dengan kata lain, keuntungan adalah selisih antara pendapatan yang diperoleh dengan total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan selama periode tertentu.

Guna mendapatkan keuntungan dari kegiatan usaha *Waterpark*, perusahaan tentu harus menggunakan manajemen dan strategi yang matang dalam pengelolaannya. Menurut Hasibuan (2017), bahwa yang dimaksud dengan manajemen adalah “ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai satu tujuan”. Sedangkan menurut Rangkuti (2019) bahwa yang dimaksud dengan strategi adalah “perencanaan induk yang komprehensif, yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya”. Sementara menurut Sedarmayanti (2019) “strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai suatu penyusunan, cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai”.

Berdasarkan keterangan para ahli mengenai strategi di atas, dapatlah dimengerti bahwa strategi *Waterpark* PTC Jayapura dalam meningkatkan keuntungan dapat dimaknai sebagai perencanaan induk yang komprehensif, yang menjelaskan bagaimana perusahaan memperoleh imbalan dari kegiatan usaha yang dijalankan berdasarkan penghasilan bersih yang didapatkan dari aktivitas perusahaan dalam menjual jasa penyewaan kolam renang yang ada di *Waterpark* PTC Jayapura.

Seperti bisnis *Waterpark* yang lainnya, tentunya usaha *Waterpark* PTC dalam menjalankan kegiatan usahanya dijalankan dengan menggunakan strategi bisnis, dimana strategi tersebut tujuan akhirnya adalah untuk meningkatkan keuntungan dari usaha *Waterpark* tersebut.

Sebagai upaya mengetahui seperti apa strategi yang digunakan *Waterpark* PTC Jayapura dalam meningkatkan keuntungan dapat dilakukan dengan berpedoman pada indikator strategi bisnis, yaitu ; (1) pemasaran dan distribusi, (2) operasional, (3) organisasi, dan (4) strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Penelitian terdahulu yang membahas mengenai strategi dalam sebuah bisnis *Waterpark*/kolam renang dan peningkatan keuntungan bisnis pernah beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Ayu dkk (2022), Dewi (2022), Koto & Ansur (2021), Nuryati dkk (2023) dan Mulyono (2023).

Berpedoman pada indikator strategi bisnis sebagaimana yang dinyatakan ahli di atas, maka dalam rangka memperoleh data seputar strategi apa yang digunakan usaha *Waterpark* PTC Jayapura diperlukan pengumpulan data seputar apa saja yang dilakukan pengusaha *Waterpark* PTC dalam memasarkan, mengoperasionalkan, mendistribusikan, mengorganisasikan serta mengatur keuangan usaha kolam pemancingannya yang tujuan akhirnya dapat meningkatkan keuntungan usaha *Waterpark* tersebut.

Perumusan dalam karya ilmiah ini mengenai seperti apa strategi bisnis *Waterpark* PTC Jayapura dalam meningkatkan keuntungan usaha. Sementara tujuan dalam karya ilmiah ini adalah untuk mengetahui strategi bisnis *Waterpark* PTC Jayapura dalam meningkatkan keuntungan usaha.

METODE PENELITIAN

Menurut Echdar (2017) bahwa yang dimaksud dengan metode penelitian adalah “suatu metode atau cara tertentu yang dipilih secara spesifik untuk memecahkan masalah yang diajukan dalam sebuah penelitian”. Dengan demikian dapatlah dimengerti jika metode penelitian pada dasarnya merupakan cara atau metode yang menjelaskan bagaimana penelitian itu dilakukan mulai dari cara menentukan data penelitian sampai pada analisis data penelitian yang akan dilakukan oleh seorang peneliti ketika melakukan penelitian.

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam karya ilmiah ini adalah metode kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2021) bahwa yang dimaksud dengan metode kualitatif deskriptif adalah “metode penelitian yang dijalankan dengan mendeskripsikan data-data kualitatif yang dihasilkan dari kegiatan pengumpulan data dengan wawancara sebagai instrumen utama dalam mengumpulkan data-data penelitian yang dicari”

Responden atau informan dalam memenuhi jawaban wawancara adalah orang yang mengetahui seluk beluk usaha *Waterpark* PTC Jayapura, seperti Pemilik usaha dan orang yang dipekerjakan di usaha tersebut, dalam penelitian kualitatif deskriptif, informan tidak mesti ditentukan jumlahnya, apabila jawaban dari Informan dapat menjawab segala pertanyaan yang ditanyakan maka penelitian akan dihentikan.

Uji keabsahan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan triangulasi akan lebih meningkatkan kekuatan data apabila dibandingkan dengan satu pendekatan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik keabsahan data dengan triangulasi teknik. Triangulasi teknik yaitu peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Teknik pengumpulan data yang dimaksud berupa wawancara, untuk sumber data yang sama secara serentak (Sugiyono, 2021).

Penggunaan triangulasi teknik tersebut dilakukan agar data yang diperoleh dari informan penelitian yang menjadi sumber data primer menjadi lebih valid, konsisten, tuntas, dan pasti sehingga dapat dianalisis dan ditarik kesimpulannya.

Teknik analisis data lapangan model Miles dan Huberman, yang juga disebut dengan istilah teknik analisis data interaktif, dalam teknik ini, data dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Proses analisis data menurut model Miles dan Huberman yaitu meliputi aktivitas pengumpulan data, data *reduction* (reduksi data), data *display* (penyajian data), dan *conclusion drawing* atau penarikan kesimpulan atau verifikasi (Sugiyono, 2021).

Metode penelitian kualitatif deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mencari data penelitian seputar strategi strategi bisnis *Waterpark* PTC Jayapura dalam meningkatkan keuntungan usaha yang dijalankan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu jurnal “Strategi Pengembangan Prasarana dan Sarana Objek Wisata Hot Water Boom Sapan Maluluang Kabupaten Solok Selatan”. Hasil penelitian Irvan Koto, Lise Asnur (2021) yaitu prasarana dan sarana yang tersedia di objek wisata Hot Water Boom

Sapan Maluluang secara umum sudah baik, seperti akses jalan, listrik PLN, sumber air bersih dan fasilitas kesehatan dan keamanan. Selanjutnya kekuatan di objek wisata Hot Water Boom Sapan Maluluang seperti jarak objek wisata dekat jalan raya, pemandangan perbukitan yang indah, mempunyai makanan khas yaitu pangek pisang dan gulai koto gadang, sudah adanya perizinan untuk menjual hasil kerajinannya.

Berdasarkan hasil wawancara antara peneliti dengan pemilik usaha *Waterpark* PTC Jayapura serta beberapa pegawai usaha pemancingan tersebut, didapat hasil penelitian yang didasarkan pada indikator strategi bisnis, yaitu (1) pemasaran dan distribusi, (2) operasional, (3) organisasi, dan (4) strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Pertama, yaitu strategi bisnis pada indikator pemasaran dalam meningkatkan keuntungan usaha *Waterpark* PTC Jayapura, diperoleh data jika strategi pemasaran yang dilakukan guna meningkatkan keuntungan usaha *Waterpark* PTC dilakukan dengan berbagai cara.

Cara pertama adalah mempekerjakan serta menugaskan seseorang yang khusus mengurus dalam bidang pemasaran usaha *Waterpark* PTC. Tugasnya menyebarkan berita ataupun sejenisnya yang disampaikan melalui baliho, pamflet yang disebar baik melalui langsung di lokasi-lokasi tertentu yang telah ditentukan ataupun penyebaran melalui media sosial agar diketahui oleh banyak orang. Kegiatan semacam ini dilakukan agar *Waterpark* dapat dikenal dan dikunjungi orang sehingga pada akhirnya dapat memberikan keuntungan bagi pemilik usaha.

Cara kedua, yaitu dengan cara membuat suasana di usaha *Waterpark* PTC seindah dan menyenangkan mungkin, sehingga dengan keindahan dan kenyamanan tersebut para pengunjung dapat merekomendasikan usaha *Waterpark* PTC pada teman-temannya. Baik merekomendasikan secara lisan maupun melalui konten-konten media sosial yang mereka buat. Cara ini terbilang efektif, karena memang tempat yang indah dan nyaman biasanya akan menjadi sasaran *Selfie* maupun sasaran orang-orang membuat konten untuk diunggah di media sosial mereka. Cara ini pada akhirnya dapat menjadi perantara terjadinya pemasaran gratis yang dilakukan oleh para pengunjung, dan hal ini tentu juga berdampak pada keuntungan *Waterpark* PTC.

Cara ketiga, yaitu dengan cara memasarkan pada sekolah-sekolah yang ada di wilayah Jayapura, teknik yang digunakan adalah teknik diskon, bagi setiap sekolah yang mendatangkan siswanya dengan cara mengunjungi *Waterpark* PTC secara rombongan akan mendapatkan potongan harga. Potongan harga sebanyak 30 % dari total siswa. Sementara bagi guru pendamping siswa tidak dikenakan biaya tiket. Hal ini jelas cara yang efektif dalam rangka memasarkan produk, karenanya sudah semestinya juga apabila cara ini diminati oleh sekolah maka *Waterpark* PTC akan dapat memperoleh keuntungan usaha.

Kedua, yaitu pada strategi bisnis indikator operasional *Waterpark* PTC, dihasilkan data jika Strategi pemilik usaha *Waterpark* PTC dalam mengoperasionalkan *Waterpark* PTC adalah dengan beberapa cara.

Cara pertama, yaitu untuk penjualan tiket, mempekerjakan pegawai yang tugasnya khusus, menjual tiket usaha *Waterpark* PTC. Tugas dari pegawai ini adalah mengeluarkan

tiket serta menyimpan secara sementara hasil penjualan tiket masuk Waterpark PTC. Adanya sistem tiket dan harga yang jelas akan dapat memberikan dampak penghasilan yang jelas bagi kegiatan usaha.

Cara kedua, yaitu untuk memenuhi kebutuhan Air Waterpark PTC, menggunakan saluran air yang tersedia dengan sumber mata air asli yang terdapat di sekitar lokasi. Cara ini efektif dilakukan dalam meningkatkan keuntungan karena air yang digunakan sebagai bahan Waterpark didapat secara gratis yang memang sumbernya melimpah di sekitar Waterpark PTC.

Cara ketiga, yaitu, untuk menjaga kebersihan usaha Waterpark PTC, pemilik usaha mempekerjakan pegawai yang tugasnya membersihkan lingkungan usaha yang digaji dalam tiap bulannya. Pembayaran gaji disesuaikan dengan perjanjian saling menguntungkan. Sementara untuk menjaga kebersihan lingkungan usaha juga dibebankan kepada para petugas tersebut.

Cara keempat, yaitu untuk menjaga fasilitas usaha Waterpark PTC, pemilik Waterpark PTC merekrut pegawai yang tugasnya sebagai Satpam atau Security. Hal ini dilakukan guna memberikan dampak perasan aman bagi pengunjung, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan pengunjung dan nantinya juga dapat meningkatkan pendapatan usaha.

Cara kelima, yaitu untuk menjaga dan memanfaatkan areal parkir, Waterpark PTC mempekerjakan tukang Parkir yang tugasnya menjaga kendaraan pengunjung dari hal-hal yang tidak diinginkan serta juga ditugaskan untuk memungut biaya parkir pada pengunjung. Biaya parkir untuk sepeda motor Rp 2.000 sementara untuk Mobil Pribadi Rp 5.000 adapun untuk mobil Bus yang biasa digunakan untuk rombongan dikenakan Biaya Rp 10.000. Cara ini jelas dapat meningkatkan keuntungan bagi Waterpark PTC karena dari pemanfaatan lahan Parkir tersebut mendatangkan keuntungan berupa pemasukan uang bagi perusahaan.

Ketiga, pada strategi bisnis indikator organisasi dihasilkan data jika Strategi pengorganisasian usaha Waterpark PTC sudah dilakukan secara semi profesional, Kegiatan usaha meskipun belum dibentuk PT atau CV akan tetapi dikelola sudah dengan sangat baik. Dalam kegiatan usaha yang dijalankan, Pemilik usaha masih melakukan pemantauan terhadap kegiatan usaha, menjadi pencatat uang masuk, pemberi upah pegawai yang memasarkan jasa dan pegawai penjual karcis dan hal-hal lain yang berkaitan dengan keuangan. Wakil Pemilik usaha, adalah keluarga yang ditugaskan untuk mewakili pemilik Waterpark PTC yang tugasnya mengawasi kegiatan usaha apabila pemilik tidak berada di tempat.

Wakil pemilik usaha yang dimaksud adalah istri, adik dan anak pemilik usaha, statusnya bukan sebagai pegawai melainkan sebagai keluarga dan mereka tidak mendapatkan gaji dengan nominal yang ditentukan. Pegawai bagian Karcis, Kebersihan, adalah orang yang dipekerjakan untuk menjaga kebersihan usaha Waterpark PTC, yang meliputi kebersihan Waterpark dan lingkungan sekitar usaha. Pegawai Bagian Keamanan dan tukang Parkir adalah orang yang direkrut oleh pemilik usaha, dan ditugaskan sebagai penjaga keamanan yang dibayarkan gajinya dalam tiap bulan oleh pemilik usaha

Waterpark PTC. Cara ini dapat meningkatkan keuntungan usaha karena Waterpark PTC sendiri masih kecil sehingga tidak membutuhkan pegawai yang banyak dan hal-hal lainnya yang justru membebani keuangan kegiatan usaha.

Keempat, pada strategi bisnis indikator pengelolaan keuangan dihasilkan data jika Strategi pengelolaan keuangan hasil usaha Waterpark PTC dilakukan dengan cara uang pendapatan usahayang bersumber dari pemasukan karcis, parkir mulanya dikumpulkan di tempat penyimpanan uang, kemudian dalam tiap harinya dibawa oleh pemilik usaha atau melalui wakilnya guna disimpan dalam simpanan pribadi pemilik usaha. Uang pengeluaran, mencakup biaya pemeliharaan Waterpark, biaya pegawai dan biaya-biaya lainnya menjadi tanggung jawab pemilik usaha. Biaya pengeluaran dilakukan dengan berbagai strategi, ada biaya yang dikeluarkan harian, seperti biaya uang makan dan biaya bulanan untuk menggaji pegawai. Serta biaya-biaya lain yang tak terduga juga menjadi tanggung jawab pemilik usaha. Pengelolaan keuangan semacam ini memang cocok untuk kegiatan usaha yang masih kecil, karenanya strategi pengelolaan keuangan semacam ini dapat meningkatkan penghasilan usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari analisis data dan hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa dengan menerapkan faktor pemasaran, operasional, organisasi dan pengelolaan keuangan bisnis kolam renang PTC mengalami kemajuan bisnis. Hal ini bisa dilihat dari grafik pengunjung yang meningkat dan kepuasan karyawan bekerja di tempat tersebut serta tercipta lingkungan yang aman dan nyaman. Selanjutnya dengan kondisi Waterpark PTC yang belum berbentuk PT/CV, usaha yang dijalankan telah tertata tepat dan efisien serta terbuka dengan perubahan. Sebagai tempat yang menjadi salah satu opsi masyarakat berwisata, tentunya pihak manajemen harus memperhatikan sarana dan prasarana kolam renang karena akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan ditambah persaingan kolam renang di Jayapura sudah semakin meningkat.

Berdasarkan dari analisis data dan hasil yang diperoleh, dapat diberikan saran untuk penelitian selanjutnya yaitu bisnis kolam renang memiliki strategi yang cukup beragam untuk menunjang keberlangsungan usahanya sehingga diperlukan kejelian pihak manajemen untuk membaca situasi bisnis. Dari hasil penelitian yang sudah dijalankan, dapat diambil poin pemasaran, operasional, organisasi dan pengelolaan keuangan sangat diperlukan untuk dijalankan bersamaan karena meskipun sarana dan prasarana kolam renang sudah bagus namun jika tidak dipasarkan dengan tepat maka masyarakat juga tidak mengetahui potensi waterpark PTC serta disisi lain jika manajemen tidak mampu menjalankan organisasi dan menerapkan pengelolaan keuangan dengan tepat maka hasil usaha tidak maksimal. Dari poin tersebut, peneliti menyarankan untuk tidak memisahkan keempat poin tersebut dalam penerapan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

Abdussamad, H. Z., & SIK, M. S. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 2083 – 2091 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i3.312

- Achmad Yanu Aliffianto, Candraningrat Candraningrat, Januar Wibowo. (2018). *Visitor Loyalty Analysis of Marine Tourism in Bayuwangi Beaches*.
- Afrizal. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT, Raja Grafindo Persada
- Agustianti, R., Nussifera, L., Angelianawati, L., Meliana, I., Sidik, E. A., Nurlaila, Q., Simarmata, N., Himawan, I. S., Pawan, E., & Ikhrum, F. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Tohar Media.
- AK, W. W., & ZA, T. (2015). *Metodologi penelitian kualitatif & grounded theory*. FTK Ar-Raniry Press.
- Alwasilah. A. C. 2002. *Pokoknya Kualitatif: Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Pustaka Jaya.
- Aminah, S. (2019). *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*. Prenada Media.
- Andi p (2012) *Metode penelitian kualitatif dalam perspektif rancangan penelitian, Arus media*, Yogyakarta
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Ardian Jaya Prasetya, Yunanto Tri Laksono, Candraningrat Candraningrat. (2021). *City Branding di Jember: Analisis Perspektif dari Pengunjung*
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ayu, M., Safitri, M., & Pambudi, R. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Kolam Renang Di Kabupaten Tulang Bawang Barat*. Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen, 12(2), 302-327.
- Dewi, R. N. M. S. P. (2022). *Strategy Management of Waterboom Bali Tourism Object In The New Normal Tourism Era*. Jurnal Hospitality dan Pariwisata, 8(1).
- Echdar, S. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor : Ghalia
- Hasibuan, M. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Eko murdiyanto (2020), *Penelitian kualitatif*, LP2M Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta Pres
- Hernita Kurniasari, Achmad Yanu Alif Fianto, Candraningrat Candraningrat. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran, Word of Mouth, Destination Image dan Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung di Wisata Pantai Ria Kenjeran*.
- Koto, I., & Asnur, L. (2021). *Strategi Pengembangan Prasarana dan Sarana Objek Wisata Hot Water Boom Sapan Maluluang Kabupaten Solok Selatan*. Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan, 2(2), 225-233.
- MS Erstiawan, C Candraningrat, Januar Wibowo. (2021). *Efektivitas Strategi Pemasaran dan Manajemen Keuangan pada UMKM Roti*
- Muhammad Lutfi Afandi, Januar Wibowo, Candraningrat Candraningrat, Antok Supriyanto. (2023). *Analisis Hubungan Atribut Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Kawasan Malioboro*
- Mulyono, A. (2023). *Manajemen Kolam Renang se-Kecamatan Boja Kabupaten Kendal Tahun 2020*. Indonesian Journal for Physical Education and Sport, 4(2), 401-413.
- Novianto, E. (2019). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Deepublish

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 2083 – 2091 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i3.312

- Nuryati, T., Malik, A. F., Ernawati, F. A., Zuliachya, L., Nawawi, M. R., Resty Ananda, R., ... & Cahyani, Y. I. (2023). *Meningkatkan Keuntungan Bisnis dengan Pemanfaatan Fungsi Business Intelligence*. Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, 4(5), 901-910.
- Qontrum A (2021), *Penelitian kualitatif, pengertian tujuan, ciri ciri, tujuan, jenis dan prosedurnya*
- Rangkuti, F. (2019). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia
- Sedarmayanti. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung, PT Refika Aditama
- Sugiyono (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan Ketiga. Bandung:Alfabeta
- Suwardjono, S. (2020). *Teori Akuntansi Perencanaan Pelaporan Keuangan*. Edisi Ketiga. Yogyakarta:BPFE
- Zuchri A, (2021), *Metode penelitian Kualitatif*, syakir media Pres <https://www.gramedia.com/literasi/penelitian-kualitatif>.