

PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP KERATON KAIBON DI KOTA SERANG

Chotibul Umam

Universitas Banten Jaya, Kota Serang, Indonesia

Correspondence Author : chotibulumam@unbaja.ac.id

Abstract: *The purpose of this study is to determine the perception of visitors in the Kaibon palace in terms of tourist attractions and facilities. The type of research is descriptive, the population in this study are visitors in the Kaibon palace. The sample was determined as many as 100 people who were taken using non-probability sampling with convenience sampling technique. Data were collected by questionnaire and analyzed descriptively. The results of the study that 1) tourists' perceptions of the Kaibon palace were categorized as good in terms of the architectural uniqueness dimension with a total score of 4.05 2) tourists' perceptions of the Kaibon palace in terms of the garden landscape dimensions were categorized as adequate with a total score of 3.27 3) tourists' perceptions of the existence of the Kaibon palace in terms of the dimensions of the canals around the Kaibon palace was categorized as good with a total score of 3.67 4) tourists' perceptions of the Kaibon palace were categorized as good in terms of the handicraft dimension with a total score of 3.95 5) tourists' perceptions of the Kaibon palace in terms of the culinary dimensions were categorized good with a total score of 3.89 6) tourist perceptions of the Kaibon palace are categorized as adequate in terms of the dimensions of cultural activity with a total score of 3.29.*

Keywords : *Perseption; Kaibon Palace; Tourism.*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi pengunjung terhadap keraton Kaibon dilihat dari sisi Daya tarik wisata dan fasilitas. Jenis penelitian ini adalah deskriptif, populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung keraton Kaibon. Sampel ditentukan sebanyak 100 orang yang diambil dengan menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *convenience sampling*. Data dikumpulkan dengan kuesioner dan dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) persepsi wisatawan terhadap keraton Kaibon dikategorikan baik ditinjau dari dimensi keunikan arsitektur dengan total skor 4,05 2) persepsi wisatawan terhadap keraton Kaibon ditinjau dari dimensi lanskep taman dikategorikan cukup dengan total skor sebesar 3,27 3) persepsi wisatawan terhadap keberadaan keraton Kaibon ditinjau dari dimensi kanal sekitar keraton Kaibon dikategorikan baik dengan total skor sebesar 3,67 4) persepsi wisatawan terhadap keraton Kaibon dikategorikan baik ditinjau dari dimensi handicraft dengan total skor 3,95 5) persepsi wisatawan terhadap keraton Kaibon ditinjau dari dimensi kuliner dikategorikan baik dengan total skor sebesar 3,89 6) persepsi wisatawan terhadap keraton Kaibon dikategorikan cukup ditinjau dari dimensi aktivitas budaya dengan total skor 3,29.

Kata Kunci : Persepsi; Keraton Kaibon; Pariwisata

PENDAHULUAN

Kota Serang merupakan ibukota dari provinsi Banten, dilihat dari sisi peninggalan sejarah, kota ini memiliki peninggalan berupa situs Keraton yang berada di Banten Lama, yakni Keraton Kaibon, yang memiliki kaitan sejarah masa Kesultanan Banten Abad 15-19 M. Keraton Kaibon memiliki potensi fisik (*tangible*) berupa arsitektur asli serta potensi non fisik (*intangible*) berupa nilai sejarah dan budaya. Keraton Kaibon, memiliki gaya arsitektur yang khas dan lebih *archaic*, memiliki 5 buah pintu bentar, bergaya Jawa dan Bali—Paduraksa dan

Bentar, bangunan masjid hanya tinggal *mihrabnya* kemudian pintu berukuran besar yang dikenal dengan nama Pintu Paduraksa dengan bagian atasnya yang tersambung, tampak masih bisa dilihat secara utuh. Tidak mengherankan, Keraton Kaibon merupakan salah satu daya tarik wisata yang menjadi tujuan wisatawan.

Menurut Mulangkara (59) hampir setiap hari pengunjung datang ke Keraton Kaibon dengan motivasi yang berbeda-beda, seperti kunjungan dari sekolah dalam kegiatan *field trip* ke Banten Lama, Pengunjung lainnya komunitas fotografi dan video, mereka memanfaatkan area bangunan untuk *hunting* foto dan membuat video. Disamping itu adanya kelompok mahasiswa yang memiliki ketertarikan terhadap sejarah Banten, seperti mahasiswa Sejarah dan Kebudayaan Islam (SKI) Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanudin Banten, mereka datang untuk melakukan penelitian mengenai Keraton Kaibon dari segi sejarah, arkeologi. Maupun para peneliti yang tertarik mengkaji pola arsitektur tradisional Keraton kaibon. Hal menarik lainnya, pengunjung memiliki ketertarikan untuk foto *pre wedding* bahkan ada yang melangsungkan pernikahan dengan latar belakang keraton Kaibon.

Lokasi Keraton Kaibon di kecamatan Kasemen kota Serang provinsi Banten sekitar 1,4 km sebelah tenggara Keraton Surosowan. Keraton Kaibon merupakan bekas kediaman Sultan Syafiuddin, seorang Sultan Banten yang memerintah sekitar tahun 1809 - 1815. Kini Keraton Kaibon sudah tidak fungsikan lagi sebagai fungsi utama Keraton. Bangunan ini, sudah ditetapkan menjadi cagar budaya melalui keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 139/M/1998 dan Keputusan Bupati Serang Nomor 430/Kep 459-Huk/2006.

Keberadaan bangunan bersejarah dalam hal ini keraton Kaibon, merupakan bagian dari *heritage tourism* sebagai daya tarik wisata di kota Serang. Hal ini dikarenakan, pariwisata budaya dan pusaka merupakan bagian dari aspek pembangunan dan merupakan potensi daerah yang harus dijaga, dilestarikan dan dikembangkan sehingga ia dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dan pemerintah daerah untuk masa sekarang dan akan datang (Warpani, 2007:63). Pemanfaatan Keraton Kaibon sebagai daya tarik wisata sejalan dengan undang-undang nomor 11 tahun 2010 tentang Cagar Budaya, dijelaskan dalam pasal 88 ayat 1 bahwa: Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan setiap orang dapat memanfaatkan Cagar Budaya untuk kepentingan agama, sosial, pendidikan, ilmu pengetahuan, teknologi, kebudayaan, dan pariwisata.

Pemanfaatan bangunan bersejarah sebagai produk pariwisata merupakan salah satu jalan keluar bangunan-bangunan tersebut dapat terus bertahan dengan semakin banyaknya fasilitas modern seiring dengan perkembangan kota Serang. Bangunan bersejarah sebagai daya tarik wisata juga memiliki tantangan yang berat, karena selain harus membawa dampak ekonomi bagi masyarakat juga memerlukan langkah-langkah pelestarian.

Oleh sebab itu, dalam rangka mengembangkan daya tarik wisata Keraton Kaibon, perlu diketahui persepsi wisatawan tentang keberadaan Keraton Kaibon. Persepsi wisatawan adalah pandangan wisatawan terhadap sesuatu. Suatu objek wisata harus meningkatkan kualitas objek menjadi lebih baik guna mendapatkan persepsi positif. Persepsi dalam dunia pariwisata merupakan pendapat atau cara pandang wisatawan dalam memahami suatu objek wisata. Dalam industri pariwisata setiap wisatawan memiliki kepribadian masing-masing sehingga dalam melihat fenomena yang ada, wisatawan memiliki persepsi masing-masing (Zebua, 2018).

Pada uraian di atas, perlu dilakukan penelitian tentang bagaimana persepsi pengunjung terhadap keraton Kaibon. yang bisa memberikan sudut pandang dan rekomendasi terhadap pengembangan dari daya tarik wisata keraton Kaibon.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif. Lokasi penelitian di Keraton Kaibon kampung Kroya Kecamatan Kasemen kota Serang Provinsi Banten tahun 2022. Teknik dalam mengumpulkan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan kuesioner. Observasi, mengamati kunjungan wisatawan ke Keraton Kaibon serta mengikuti kegiatan yang dilaksanakan di Keraton Kaibon. Wawancara, dilakukan dengan berbagai pihak yang dinilai berkompeten.

Penyebaran Kuesioner, terdiri dari sejumlah pertanyaan yang ditunjukkan kepada responden yang menyangkut hal-hal yang terkait dengan keraton Kaibon dengan skala likert 1-5. Dalam hal ini 1 menunjukkan “sangat tidak baik”, 2 menunjukkan “tidak baik”, 3 menunjukkan “cukup”, 4 menunjukkan “baik”, dan 5 menunjukkan “sangat baik”. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *convenience sampling* dimana peneliti mengambil sampel yang paling mudah dihubungi, dikenal dan dengan senang hati bersedia bekerjasama. Dalam penelitian ini responden yang digunakan sebagai sampel ini 100 pengunjung Keraton Kaibon. Karakteristik mereka dipaparkan berdasarkan jenis kelamin, daerah asal, tingkat usia, pekerjaan, lama tinggal, frekuensi kunjungan, dan lokasi tinggal.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif eksploratif, Analisis ini dipergunakan untuk mengetahui bagaimana daya tarik wisata Keraton Kaibon sebagai wisata warisan budaya dan persepsi wisatawan terhadap Keraton Kaibon. Indikator dalam daya tarik wisata keunikan arsitektur, lansekap taman, kanal sekitar Kaibon, Handicraft, Kuliner dan aktivias budaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian terhadap wisatawan yang dipergunakan sebagai responden diketahui bahwa mereka sebagian besar berasal dari kota Serang dan Kabupaten Serang. Hal ini menandakan bahwa wisatawan lokal masih mendominasi.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal

Daerah asal	Jumlah	Persentase (%)
Serang (Kota/Kab)	30	30
Cilegon	20	20
Pandeglang	10	10
Tangerang	10	10
Lebak	5	5
Luar banten	25	25
Total	100	

Sumber: Data diolah (2022)

Jenis Kelamin

Data yang diperoleh jumlah wisatawan yang berjenis kelamin perempuan adalah lebih dominan.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	43	43
Perempuan	57	57
Total	100	

Sumber: Data diolah (2022)

Tingkat Usia

Wisatawan yang berkunjung ke Keraton Kaibon adalah wisatawan berusia dengan rentang usia di atas 15-29 tahun. Mereka datang banyak dari kalangan pelajar, mahasiswa, motivasi mereka untuk wisata pendidikan dalam satu rangkaian kawasan Banten Lama, untuk kalangan dosen, mahasiswa mereka datang untuk penelitian. Dari pengunjung lainnya komunitas fotografi dan video. Perbandingan jumlah wisatawan sebagai responden yang ditinjau dari tingkat usia dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
15 - 29 tahun	44	44
30 - 44 tahun	33	33
45 - 59 tahun	16	16
>60	7	7
Total	100	

Sumber: Data diolah (2022)

Pekerjaan

Karakteristik responden yang mengunjungi Keraton Kaibon berdasarkan pekerjaan menghasilkan sebagian besar adalah para Pelajar/mahasiswa. Perbandingan responden yang mengunjungi Keraton Kaibon ditinjau dari jenis pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pengusaha	2	2
Guru/Dosen	27	27
Pengacara	0	0
Seniman	13	13
Dokter	1	1
Fotografer	3	3
Pelajar/mahasiswa	54	54
Lainnya	0	0
Total	100	

Sumber: Data diolah (2022)

Tingkat Pendidikan

Karakteristik responden yang mengunjungi Keraton Kaibon berdasarkan pendidikan sebagian besar adalah jenjang pendidikan S1 selanjutnya jenjang SD, SMP, SMA/SMK/MA, S2, dan S3. Sebagian dari pengunjung melakukan aktivitas tugas sekolah/kampus mengenai sejarah maupun penelitian. Kalangan remaja datang secara berombongan untuk sekedar *nongkrong* secara berkelompok, swafoto dan aktivitas lainnya. Perbandingan responden yang mengunjungi Keraton Kaibon ditinjau dari tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
SD	13	13
SMP	12	12
SMA/SMK/MA	40	4
S1	24	24
S2	9	9
S3	2	2
Total	100	

Sumber: Data diolah (2022)

Alasan Kunjungan

Alasan kunjungan sebagian besar pendapat mereka yaitu untuk rekreasi, diikuti selanjutnya yaitu *study tour*, penelitian, bisnis dan hal lainnya. Perbandingan responden yang mengunjungi Keraton Kaibon ditinjau dari alasan kunjungan dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Kunjungan

Alasan berkunjung	Jumlah	Persentase (%)
Rekreasi	52	52
Studi Tour	30	3
Penelitian	10	1
Bisnis	2	2
Lainnya	6	6
Total	100	

Sumber: Data diolah (2022)

Sumber Informasi

Berdasarkan karakteristik responden dari sumber informasi yang mereka peroleh dari Internet, sebagai sumber informasi. Dampak foto dan video yang diunggah baik di facebook, path, Instagram, youtube, Tiktok memberikan dampak yang cukup luar biasa terhadap kunjungan wisatawan yang datang ke Keraton Kaibon. Perbandingan responden yang mengunjungi Keraton Kaibon ditinjau dari sumber informasi dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi

Sumber Informasi	Jumlah	Persentase (%)
Mulut ke mulut	2	2
Agen Perjalanan (travel)	12	12
Televisi	13	13
Medsos	38	38
Surat Kabar	33	33
Lainnya	2	2
Total	100	

Sumber: Data diolah (2022)

Intensitas Pengunjung

Karakteristik responden yang mengunjungi Keraton Kaibon berdasarkan intensitas pengunjung sebagian besar pendapat mereka merupakan pertama kali berkunjung. Perbandingan responden yang mengunjungi Keraton Kaibon ditinjau dari intensitas pengunjung dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8
Intensitas Pengunjung

Intensitas kunjungan	Jumlah	Persentase (%)
Pertama kali	44	44
Dua kali	34	34
Tiga kali	16	16
Lebih dari tiga kali	6	6
Total	100	

Sumber: Data diolah (2022)

Keinginan Berkunjung Kembali

Karakteristik responden yang mengunjungi Keraton Kaibon berdasarkan keinginan berkunjung kembali sebagian besar merespon positif dengan berkeinginan berkunjung kembali. Perbandingan responden yang mengunjungi Keraton Kaibon ditinjau dari keinginan berkunjung kembali dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9
Karakteristik Responden Berdasarkan Keinginan Berkunjung Kembali

Keinginan berkunjung kembali	Jumlah	Persentase (%)
Ya	89	89
Tidak	11	11
Total	100	

Sumber: Data diolah (2022)

Kunjungan ke tempat lainnya (1 rute)

Karakteristik responden yang mengunjungi Keraton Kaibon berdasarkan kunjungan ke tempat lainnya dalam satu rute sebagian besar merespon positif dengan menjawab ya.

Perbandingan responden yang mengunjungi Keraton Kaibon ditinjau dari kunjungan ke tempat lainnya dalam 1 rute dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10
Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan ke tempat lainnya (1 rute)

Kunjungan ke tempat lainnya (1 rute)	Jumlah	Persentase (%)
Ya	98	98
Tidak	2	2
Total	100	

Sumber: Data diolah (2022)

Persepsi Wisatawan terhadap Daya Tarik Wisata Keraton Kaibon

Data-data yang diperoleh mengenai persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata yang terdapat di Keraton Kaibon dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11
Persepsi Wisatawan terhadap Daya Tarik Wisata Keraton Kaibon

Daya Tarik Wisata	Sangat baik		Baik		Cukup		baik		Sangat Tidak baik		Total Skor	Nilai (total skor/100)	Persepsi
	Jml (orang)	Skor	Jml (orang)	Skor									
Keunikan arsitektur	17	85	71	284	12	36	0	0	0	0	405	4,05	Baik
Lansekap taman	9	45	34	136	32	96	25	50	0	0	327	3,27	Cukup
Kanal sekitar Kaibon	11	55	49	196	37	111	2	4	1	1	367	3,67	Baik
Handicraft	16	80	69	276	11	33	2	4	2	2	395	3,95	Baik
Kuliner	15	75	64	256	17	51	3	6	1	1	389	3,89	Baik
Aktivitas Budaya	13	65	20	80	52	156	13	26	2	2	329	3,29	Cukup

Sumber: Data diolah (2022)

Hasil penelitian yang dipaparkan di atas diolah menggunakan konversi Skala Likert. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa indikator Keunikan arsitektur memperoleh penilaian tertinggi dalam variabel daya tarik wisata Keraton Kaibon. Selanjutnya jika diurutkan berdasarkan skor tertinggi ke terendah adalah indikator handicraft, kuliner, kanal sekitar Kaibon, aktivitas budaya dan lansekap taman.

Persepsi wisatawan terhadap daya Tarik wisata di Keraton Kaibon menandakan bahwa wisatawan yang berkunjung sangat mengagumi artistik Keraton kaibon, Persepsi sangat baik dihasilkan terhadap seni keunikan Keraton Kaibon. Menurut Ratna salah satu responden wisatawan yang berasal dari Jakarta menyatakan pendapatnya terhadap Keraton Kaibon secara keseluruhan :

Keraton Kaibon memiliki bentuk bangunan yang sangat unik, bangunannya perpaduan antara unsur lokal, luar negeri dan mengabadikan kenangan di Keraton Kaibon bersama keluarganya berupa foto dengan berlatar belakang situs tersebut. Lain halnya dengan pendapat dari Oman, pengunjung asal kota Serang ini memberikan persepsi cukup terhadap arsitektur Keraton Kaibon. Dia berpendapat bahwa : Saya udah sering sering melewati situs

ini, menurut saya terlihat biasa saja, mungkin bagi wisatawan dari luar Serang hal ini dianggap menarik karena berbeda di tempatnya (Wawancara, 20/06/2022).

Dari dua pendapat di atas menunjukkan bagaimana adanya perbedaan asal responden berpengaruh terhadap persepsi yang terbentuk. Hal ini mempengaruhi pengalaman yang mereka alami saat sebelum mengungkapkan suatu persepsi. Bagaimana wisatawan dari luar kota Serang cenderung lebih mengagumi arsitektur bangunan yang dianggap unik, Sedangkan bagi wisatawan lokal dapat beranggapan bahwa arsitektur tersebut cenderung biasa saja. Namun secara umum dari hasil penelitian ini menunjukkan dari keseluruhan wisatawan yang berkunjung pada saat penelitian dilakukan baik terhadap wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik bahwa mereka memiliki persepsi baik terhadap keunikan bangunan situs tersebut.

Selanjutnya pada indikator lainnya, persepsi wisatawan mengenai kanal sekitar Kaibon, Handicraft, dan kuliner dianggap baik. Untuk Kanal disekitar Keraton Kaibon, Tubagus Encep, responden yang berasal dari Pandeglang berpendapat bahwa: Bekas kanal yang sudah tidak berfungsi lagi disekitar Keraton Kaibon kondisinya kurang baik dan cenderung kumuh, perlu diperbaiki lagi agar terkesan lebih indah sehingga wisatawan yang suka berfoto akan lebih banyak daya tarik wisata yang bisa difoto selain daya tarik wisata utama tentunya (Wawancara, 20/6/2022).

Dari pendapat oleh wisatawan di atas, dapat dikatakan bahwa mereka juga mengharapkan adanya perbaikan untuk menunjang aktifitas wisatawan di sana. Selanjutnya pada indikator lainnya, persepsi wisatawan mengenai aktivitas budaya dan lansekap taman dianggap cukup. Aktivitas budaya sangat minim di Keraton Kaibon. Hal ini sangat ironis di mana seharusnya aktivitas budaya sebagai salah satu atraksi unggulan kebudayaan lokal harus ditampilkan. Aktivitas budaya ini tidak senantiasa tersedia setiap waktu ketika wisatawan tersebut berkunjung. Seperti yang diungkapkan oleh Ardhini wisatawan asal Jakarta: kami tiga kali kesini namun tidak pernah menjumpai atraksi budaya lokal yang ditampilkan. Seharusnya pertunjukan itu bisa dilihat oleh wisatawan.

Pendapat dari Ardianti bisa merupakan hal yang realistis terutama dalam menarik minat wisatawan. Faktanya paket khusus untuk wisatawan telah dilakukan oleh pihak *Travel* yang diselenggarakan hanya melalui pemesanan khusus oleh wisatawan ini biasanya memiliki paket kesenian sesuai dengan *request* dari wisatawan yang memesannya. Jenis kesenian yang biasa dipertunjukkan adalah Debus, Pencak Silat.

KESIMPULAN

Daya tarik wisata yang dimiliki Keraton Kaibon dengan segala keunikan, kekhasannya dapat dijadikan sebagai pariwisata budaya dan pusaka di kota Serang. Kedua, persepsi wisatawan beberapa indikator menghasilkan persepsi baik, yakni : indikator keunikan arsitektur Keraton, Lanskep, kanal, handicraft, aktivitas budaya Ketiga, melihat dari indikator tersebut maka perlu strategi pengembangan Keraton Kaibon sebagai daya tarik wisata pariwisata budaya dan pusaka di kota serang. Saran, Optimalisasi terhadap pariwisata budaya dan pusaka di Kota Serang yang mengacu pada data yang didapatkan selama penelitian, maka dapat disarankan antara lain: Keraton Kaibon adalah potret perkembangan Kota Serang serta mengandung nilai sejarah, budaya dan perjuangan masyarakat terdahulu. Pembangunan fasilitas wisata sangat diperlukan dalam menyukkseskan pariwisata tetapi tidak boleh dilupakan bahwa kelestarian bangunan bersejarah menjadi tanggung jawab bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2009. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10.Tahun 2009.Tentang Kepariwisataaan
- Anonim. 2010. Undang-undang Nomor 11 Tahun 2010 Tentang Cagar Budaya. Pemerintah Republik Indonesia
- Anonim. 2013. LPPD (Laporan Penyelenggaraan Pemerintah Daerah) BUDPAR Banten tahun 2013. Serang Banten
- Anonim. 2014. *Statistik Daerah Provinsi Banten*. Badan Pusat Statistik Provinsi Banten.
- Bismark, Pasaribu (2010). *Factor-faktor yang mempengaruhi minat wsiatawan mancanegara mengunjungi objek wisata pantai kuta*.Jurnal Ekonomi nomor 3 volume 2. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Burkart, A.J. dan Medlik, S. 1981. *Tourism: Past, Present and Future*. Norfolk: Fakenham Press Limited.
- ICOMOS.<http://www.icomos-ictc.org>. di akses 4 Januari 2016.
- Indrianto Agoes. 2007. Interpreting the Past-Creating Surabaya Heritage Trail. Dalam: Janet Cochrane, editor. *Asian Tourism: Growth and Change*. United Kingdom: Elsevier. Hal: 357-368
- Inskeep, E. 1991.*Tourism Planning an Integrated and Sustainable Development Approach*.New York: Van Nostrand Reinhold.
- Nuryanti, Wiendu. 2009. Sinergi Arsitektur dan Pariwisata dalam Membangun Indonesia Kreatif.*Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar pada Fakultas Teknik Universitas Gadjah Mada*.Yogyakarta 8 Juni 2009.
- Palupi, Santi. (2016, 17 Februari) *Destinasi Wisata Sejarah Dan Religi: Analisis Situasi*. Serang Banten
- Pitana, I G. 1999.*Community Management dalam Pembangunan Pariwisata*.Dalam Majalah Ilmiah Pariwisata. Analisis Pariwisata. Volume II nomor 2. Denpasar: Program Studi Pariwisata Universitas Udayana.
- Poerwadarminton, 2002.Kamus Umum Bahasa Indonesia.Jakarta Balai Pustaka.
- Rangkuti, F. 2005. Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sulistyo, Budi & Many, Gita Vemilya.*Revitalisasi Kawasan Banten Lama Sebagai Wisata Ziarah*.Jurnal Planesa Volume 3, Nomor 1 Mei 2012.
- Swarbrooke, John. 2002. *The Development and Management of Visitor Attractions*. British Library Cataloguing in Publication Data.
- U.S. Department of Commerce and the President's Committee on the Arts and the Humanities. (2005) A Position Paper on: CULTURAL & Heritage Tourism in The United States. Position paper was developed by the U.S. Department of Commerce and the President's Committee on the Arts and the Humanities for the 2005 U.S. Cultural & Heritage Tourism Summit.
- UNESCO-World Heritage Center. 2015. *Cultural Heritage as A Resource to Responsible*.
- Walker, Lee-Anne and Diana Brooks. 1996 *The Tourism Action Society in the Kootenays Step-by-Step Guide to Heritage Tourism Development in the Kootenay-Boundary*.
- Warpani, S P dan Indira. 2007. *Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah*. Bandung: Institut Teknologi Bandung



- Yoeti, O. A. 2006. *Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita.
- Yoeti, O. A. 2008b. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PradnyaParamita.
- Zebua, F. N. (2018). Persepsi Wisatawan Terhadap Fasilitas Objek Wisata Dataran Tinggi Dieng Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Planologi Unpas*, 5(1), 897–902.