



Strategi Perencanaan Paket Wisata Gwk Sebagai Main Destination

Rizki Nurul Nugraha¹, Khaeriyah², Wulan³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Pariwisata, Universitas Nasional

Abstract

Received: 2 November 2023
Revised: 10 November 2023
Accepted: 17 November 2023

Travel is done to relax yourself after the saturation of daily activities. To make it easier for tourists who want to take a vacation without the headache of taking care of everything, they can use the services of travel agents who have prepared tour packages according to their goals. Therefore, this research discusses "GWK Tour Package Planning Strategy as Main Destination". The tour package planning was made by "YangSeru Tours and Travel" which is a professional travel agent. The tour to GWK was conducted on August 22, 2022. The tour package is very helpful in the process of booking entrance tickets, show tickets and travel transportation. This journal aims to analyze the planning strategy of Garuda Wisnu Kencana (GWK) tour package as the main destination by YangSeru Tours and Travel company using SWOC (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Challenges) method. Through this case study, the author analyzes the identification of tour package planning strategies, the implementation of these strategies, as well as the impact of GWK tour package planning strategies. This research provides important insights for the tourism industry in Indonesia in developing effective tour package planning strategies to promote GWK as a major destination.

Keywords: *Tourist Destination, GWK, Attraction, Amenities, Accessibility, Bali, Tour Packages.*

(*) Corresponding Author: rizki.nurul@civitas.unas.ac.id

How to Cite: Nugraha, R., Khaeriyah, K., & Wulan, W. (2023). Strategi Perencanaan Paket Wisata Gwk Sebagai Main Destination. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(23), 691-698.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10360141>

PENDAHULUAN

Destinasi wisata yang dimiliki Indonesia sangat banyak dan beragam. Mulai dari wisata Bahari, agrowisata, wisata Rohani, dan yang lainnya. Destinasi-destinasi tersebut tersebar diberbagai provinsi dan kota yang ada di Indonesia, yang mana merupakan menjadi daerah yang belum pernah dikunjungi sebelumnya. Untuk membimbing atau membantu dalam menjelajahi destinasi-destinasi tersebut dengan mudah dan tanpa tersesat, paket wisata sangat bermanfaat. Paket wisata yang dibuat oleh agent travel biasanya bisa dibuat berdasarkan keinginan tamu yang ingin berlibur. Adapun paket wisata yang sudah dibuatkan dengan pilihan hotel dan jumlah destinasi yang dapat dikunjungi.

Penelitian ini dilakukan pada destinasi Taman Wisata Budaya Garuda Wisnu Kencana yang berlokasi di Jl.Raya Uluwatu, Ungasan,Kabupaten Badung,Bali. Pembahasan pada penelitian ini sangat penting dan menarik karna mengangkat salah satu destinasi wisata dengan minat wisata terbesar di Indonesia. Paket wisata yang dibuat berfokus pada destinasi GWK yang menjadi destinasi utama. Sedangkan pada penelitian sebelumnya yang hampir serupa berjudul "Perencanaan Paket Wisata Pada Biro Perjalanan Wisata Inbond (Studi kasus di PT.Golden Kris Tours,Bali) " membuat paket wisata di Bali dengan pasar target wisatawan asing yang karakternya menyukai keasrian alam seperti pantai dan

sawah. Kemudian pada penelitian lainnya yang berjudul “ Perancangan paket wisata Biro Perjalanan *Creative Entrepreneur Tour (CET)*” Membahas paket wisata yang berfokus pada destinasi yang dapat mengembangkan jiwa kreatif seperti, *Gallery, Museum, Art Centre, Design and Creative Exhibition, Creative Building Centre*.

Penelitian ini membahas tentang strategi perencanaan paket wisata pada agen/perusahaan biro perjalanan yang berfokus pada destinasi Taman Wisata Budaya Garuda Wisnu Kencana (GWK) di Bali. Penelitian ini mengidentifikasi strategi perencanaan paket wisata yang digunakan oleh YangSeru Tours and Travel dan melakukan analisis terhadap implementasi strategi tersebut. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengevaluasi dampak yang ditimbulkan oleh strategi perencanaan paket wisata yang diterapkan oleh YangSeru Tours and Travel. Dengan demikian, penelitian ini secara keseluruhan bertujuan untuk memberikan kontribusi yang signifikan dalam pemahaman tentang strategi perencanaan paket wisata yang efektif dan implikasinya terhadap pengembangan industri pariwisata. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pembaca dan peneliti mengenai keuntungan dari menggunakan jasa travel agent dalam membuat perencanaan paket perjalanan wisata.

KAJIAN PUSTAKA

1. INDUSTRI PARIWISATA

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Purnomo dan Suryawan (2022) dalam jurnal "Analisis Potensi Industri Pariwisata GWK sebagai Main Destination di Bali," industri pariwisata merupakan sektor ekonomi yang terkait dengan perjalanan, akomodasi, dan pelayanan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan. Industri ini melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk destinasi pariwisata, agen dan biro perjalanan, hotel dan akomodasi, transportasi, restoran, dan berbagai penyedia layanan lainnya.

Dalam konteks GWK sebagai destinasi utama, industri pariwisata memainkan peran penting dalam mempromosikan, mengelola, dan menyediakan pengalaman wisata yang menarik di sekitar GWK. Industri pariwisata ini melibatkan strategi pemasaran, pengembangan produk, manajemen operasional, serta kerjasama antara pemerintah, swasta, dan masyarakat lokal untuk menciptakan pengalaman wisata yang berkualitas dan memikat bagi wisatawan.

Penelitian ini menyajikan analisis potensi industri pariwisata GWK sebagai destinasi utama di Bali, termasuk evaluasi terhadap faktor-faktor yang membuat GWK menarik bagi wisatawan. Hal ini dapat memberikan wawasan yang berguna dalam merencanakan strategi perencanaan paket wisata yang efektif dan memperkuat peran GWK sebagai tujuan wisata utama.

2. AGENT DAN BIRO PERJALANAN

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Santoso dan Wijaya (2021) dalam jurnal "Peran Strategis Agent dan Biro Perjalanan dalam Pengembangan Paket Wisata GWK," agent dan biro perjalanan memainkan peran penting dalam pengembangan dan pemasaran paket wisata GWK. Mereka bertindak sebagai perantara antara wisatawan dan destinasi pariwisata, menyediakan informasi, pengaturan perjalanan, dan pelayanan yang dibutuhkan oleh wisatawan.

Peran utama agent dan biro perjalanan adalah memberikan pengetahuan yang mendalam tentang GWK sebagai destinasi wisata, menawarkan paket wisata yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi wisatawan, serta memberikan pelayanan yang berkualitas selama perjalanan. Dalam konteks GWK, agent dan biro perjalanan berperan dalam mengarahkan wisatawan ke atraksi utama GWK, mengorganisir transportasi, akomodasi, dan kegiatan lainnya, serta memberikan informasi penting tentang budaya, sejarah, dan keunikan GWK kepada wisatawan.

Penelitian ini mengulas peran strategis agent dan biro perjalanan dalam pengembangan paket wisata GWK sebagai destinasi utama. Analisis tersebut melibatkan evaluasi terhadap kinerja agen perjalanan dalam mempromosikan dan menyediakan paket wisata GWK yang menarik. Melalui peran mereka, agent dan biro perjalanan berkontribusi dalam meningkatkan kunjungan wisata ke GWK dan memperluas jangkauan pasar potensial.

3. PAKET WISATA

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wijaya dan Santoso (2022) dalam jurnal "Perancangan Paket Wisata GWK sebagai Daya Tarik Utama," paket wisata GWK dirancang sebagai salah satu strategi perencanaan untuk meningkatkan kunjungan wisata ke GWK. Paket wisata ini menawarkan kombinasi atraksi, fasilitas, dan pengalaman yang khas dari GWK, sehingga memberikan nilai tambah bagi wisatawan.

Paket wisata GWK mencakup beragam elemen, seperti tiket masuk ke GWK, tur panduan yang menyajikan informasi tentang GWK, kegiatan budaya dan seni Bali, serta pilihan makanan khas Bali. Selain itu, paket wisata ini juga dapat mencakup transportasi, akomodasi, dan pelayanan lainnya sesuai dengan kebutuhan dan preferensi wisatawan.

Dalam penelitian ini, dilakukan perancangan paket wisata GWK yang berfokus pada pengalaman yang unik dan menarik bagi wisatawan. Tujuan dari perancangan paket wisata ini adalah untuk memperluas daya tarik GWK sebagai destinasi utama dan memberikan pengalaman yang memuaskan kepada wisatawan yang berkunjung.

4. Konsep 3A Pariwisata (Atraksi, Amenitas,Aksesibilitas)

Menurut Yoeti (2002), kesuksesan suatu tempat wisata dan pencapaian kawasan pariwisata sangat bergantung pada tiga aspek utama, yaitu atraksi, kemudahan akses, dan fasilitas. Direktorat Jendral Pariwisata Republik Indonesia mengaitkan perkembangan produk wisata dengan empat faktor yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Daya tarik (*attractions*) terdiri dari tempat-tempat bersejarah, lokasi dengan iklim yang menguntungkan, dan pemandangan yang indah. Selain itu, atraksi juga meliputi kejadian atau peristiwa seperti kongres, pameran, atau acara lainnya.
- 2) Fasilitas (*amenities*) mencakup ketersediaan tempat penginapan, restoran, transportasi lokal yang memungkinkan wisatawan untuk bepergian, dan alat komunikasi.
- 3) Aksesibilitas (*accessibility*) mengacu pada lokasi yang tidak terlalu jauh, tersedianya transportasi menuju tempat wisata yang murah, aman, dan nyaman.

- 4) Organisasi pariwisata bertanggung jawab untuk merencanakan pengembangan pariwisata, mengatur industri pariwisata, dan mempromosikan daerah agar dikenal oleh banyak orang.

1. Atraksi:

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Kusumawati dan Tjahjono (2021) dalam jurnal "Analisis Atraksi Pariwisata di GWK sebagai Daya Tarik Utama," atraksi menjadi salah satu komponen kunci dalam perencanaan paket wisata GWK. Atraksi di GWK mencakup Tari Kecak, pertunjukan seni dan budaya, pameran seni, patung Dewa Wisnu, dan fasilitas-fasilitas rekreasi lainnya. Keunikan dan kualitas atraksi ini sangat penting untuk menarik minat wisatawan dan memberikan pengalaman yang berkesan.

2. Amenitas:

Dalam penelitian yang sama, Kusumawati dan Tjahjono (2021) juga membahas tentang pentingnya amenities dalam perencanaan paket wisata GWK. Amenitas meliputi fasilitas-fasilitas seperti tempat makan, toko souvenir, area parkir, toilet, dan area istirahat. Keberadaan amenities yang memadai akan memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi wisatawan selama kunjungan mereka ke GWK.

3. Aksesibilitas:

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Utomo dan Aritonang (2020) dalam jurnal "Analisis Aksesibilitas Lokasi GWK sebagai Faktor Keberhasilan Destinasi Wisata," aksesibilitas menjadi faktor penting dalam strategi perencanaan paket wisata GWK. Aksesibilitas meliputi kemudahan dalam mencapai lokasi GWK, baik melalui transportasi umum maupun kendaraan pribadi. Faktor-faktor seperti jaringan jalan, jalur transportasi yang tersedia, dan sarana transportasi publik yang dapat diandalkan, akan mempengaruhi daya tarik dan tingkat kunjungan wisatawan ke GWK.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknis analisis data SWOC, analisis data SWOC adalah suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (Strengths) dan kelemahan-kelemahan (Weaknesses) suatu organisasi dan kesempatan-kesempatan (Opportunities) serta tantangan-tantangan (Challenges) dari lingkungan untuk merumuskan.

Analisis SWOC sebagai sebuah strategi yang dapat digunakan untuk menganalisis data tentang Strategi Perencanaan Paket Wisata GWK Sebagai Main Destination agar mampu menjawab kebutuhan pelanggan. Dalam bentuk sederhananya adalah apabila sebuah agent perjalanan telah mengenal kekuatan dan kelemahan dalam perusahaannya sendiri dan mengetahui kekuatan dan tantangan lawan, dapat dipastikan agent perjalanan tersebut dapat memenangkan atau eksis ditengah ketatnya persaingan.

Analisis SWOC bertujuan untuk menemukan aspek-aspek penting dari kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan pada suatu destinasi sehingga mampu memaksimalkan kekuatan, meminimalkan kelemahan, menjawab tantangan dan membangun peluang.

Strenght (Faktor Kekuatan)

Strenght adalah faktor-faktor yang membuat organisasi menjadi lebih unggul dari pesaingnya. Pada kasus penelitian kami yang menjadi *strength* utama yaitu :

1. Itinerary perjalanan yang terencana dengan baik.
2. Pemilihan objek wisata yang menarik dan sesuai selera tamu.
3. Harga paket wisata yang sesuai dengan fasilitas dan pelayanan.
4. Team professional yang siap membantu para tamu untuk memberikan informasi mengenai objek wisata dan mengantar tamu ke destinasi wisata dengan aman.

Weakness (Faktor kelemahan)

Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada organisasi baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi.

1. Harga yang bersaing dari agent perjalanan lain.
2. SDM yang harus terus ditingkatkan kualitas dan profesionalitasnya.

Opportunities (Faktor Peluang)

Peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu organisasi, serta kecenderungan-kecenderungan yang merupakan salah satu sumber peluang.

1. Banyaknya kebudayaan yang menjadi daya Tarik dari objek wisata Garuda Wisnu Kencana.
2. Terkenalnya Bali sebagai daerah wisata terfavorite dikarenakan keindahan alamnya.
3. Paket wisata yang dapat dibuat sesuai keinginan tamu.
4. Banyaknya relasi Kerjasama antara travel dengan hotel, restaurant, airlines, dan juga pihak destinasi.

Challenges (Faktor Tantangan)

Tantangan merupakan faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam organisasi jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang.

1. Kualitas SDM yang dimiliki perusahaan.
2. Variasi paket.
3. Kualitas pelayanan dari agent perjalanan.
4. Jumlah tamu yang sudah berlangganan.
5. Personal Branding dikalangan Masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Taman Budaya Garuda Wisnu Kencana

GWK atau merupakan singkatan Garuda Wisnu Kencana merupakan destinasi wisata budaya yang ada di Bali yang berlokasi di alamat : Jl. Raya Uluwatu, Ungasan, Kec. Kuta Sel., Kabupaten Badung, Bali 80364, Dan taman budaya ini diresmikan pada tanggal 22 September 2018 oleh presiden ke-7 Negara Republik Indonesia yakni Bapak Joko Widodo. Taman ini adalah taman budaya agama hindu dengan terdapat ikon berupa patung Dewa Wisnu yang sedang menunggangi Burung Garuda dan patung ini memiliki tinggi 121 Meter dengan bobot seberat 4.000 Ton dan dengan bahan utamanya yaitu Tembaga, Baja, dan Kuningan, Mahakarya tersebut dibuat oleh salah satu maestro terkenal di Indonesia yakni Bapak I Nyoman Nuarta selama kurang lebih 28 tahun lamanya.

Identifikasi strategi perencanaan paket wisata pada YangSeru Tours and Travel.

Strategi perencanaan paket wisata yang diterapkan oleh YangSeru Tours and Travel untuk GWK sebagai destinasi utama. Identifikasi strategi ini melibatkan analisis mendalam terhadap kekuatan (strengths) GWK sebagai destinasi wisata. dalam penelitian ini keberadaan patung monumental Garuda Wisnu Kencana yang menjadi ikon dan daya tarik unik, keindahan alam sekitar GWK seperti taman yang luas dan pemandangan pantai, serta keberagaman acara budaya yang diadakan di sana. Selanjutnya menganalisis kelemahan (weaknesses) yang perlu diperbaiki, seperti keterbatasan infrastruktur dan aksesibilitas yang dapat menghambat kunjungan wisatawan. Selain itu, peluang (opportunities) juga dieksplorasi, seperti meningkatnya minat wisatawan lokal dan internasional terhadap budaya dan seni Bali. Tantangan (challenges) yang dihadapi dalam mempromosikan GWK sebagai destinasi utama, misalnya, persaingan dengan destinasi wisata lainnya, juga menjadi fokus analisis dalam bagian ini.

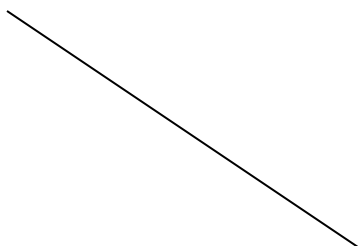
Implementasi strategi perencanaan paket wisata YangSeru Tours and Travel.

Pada bagian ini menjelaskan secara rinci bagaimana YangSeru Tours and Travel mengimplementasikan strategi perencanaan paket wisata GWK sebagai destinasi utama. Penulis merinci langkah-langkah yang diambil oleh perusahaan, seperti pengembangan paket wisata yang menarik dengan variasi yang berbeda, peningkatan promosi melalui media sosial dan pemasaran online untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, serta kerjasama dengan mitra lokal seperti hotel dan restoran di sekitar GWK. Selain itu, penulis juga menjelaskan penggunaan teknologi informasi dan media sosial untuk meningkatkan pengalaman pengunjung, misalnya dengan memanfaatkan aplikasi pemandu wisata digital atau platform pemesanan tiket online. Implementasi strategi ini diilustrasikan dengan contoh konkret dari kegiatan dan inisiatif yang dilakukan oleh YangSeru Tours and Travel.

Dampak dari strategi perencanaan paket wisata YangSeru Tours and Travel.

Bagian ini menyoroti dampak yang ditimbulkan dari strategi perencanaan paket wisata GWK yang telah diimplementasikan oleh YangSeru Tours and Travel. Penulis menganalisis dampak positif yang mungkin timbul, seperti peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung, peningkatan pendapatan bagi GWK dan sektor pariwisata di Bali, peningkatan kesadaran masyarakat tentang GWK sebagai destinasi wisata, serta peningkatan kegiatan ekonomi di sekitar area GWK. Dampak negatif yang perlu diperhatikan juga dibahas, seperti masalah kelestarian lingkungan dan pengelolaan lalu lintas yang terkait dengan lonjakan kunjungan. Penulis menjelaskan upaya mitigasi yang telah dilakukan oleh Panorama Tour and Travel atau rekomendasi yang dapat diadopsi untuk mengurangi dampak negatif tersebut.

Tabel.1
Hasil analisis SWOC



<p style="text-align: center;">Faktor Eksternal</p> <p style="text-align: center;">Faktor Internal</p>	<p>OPPORTUNITIES</p>	<p>CHALLENGES</p>
<p>STRENGTH</p>	<p>Memanfaatkan media social untuk mempromosikan paket wisata dengan <i>main destination</i> GWK.</p>	<p>Strategi yang ditetapkan adalah menjual paket wisata yang menarik dengan variasi berbeda setiap paketnya dan sesuai dengan selera tamu.</p>
<p>WEAKNESS</p>	<p>Memanfaatkan nilai budaya yang kental pada destinasi wisata GWK dengan harga jual yang bersaing.</p>	<p>Strategi yang ditetapkan adalah rutin mengadakan pelatihan kepada SDM yang bekerja untuk terus meningkatkan kualitas SDM yang lebih baik.</p>

KESIMPULAN

Penelitian ini membahas strategi perencanaan paket wisata Garuda Wisnu Kencana (GWK) sebagai destinasi utama oleh YangSeru Tours and Travel, sebuah agen perjalanan profesional. Tour dilakukan pada tanggal 22 Agustus 2022, dan paket tour sangat membantu dalam pemesanan tiket masuk, tiket pertunjukan, dan transportasi travel. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi perencanaan paket wisata GWK sebagai destinasi utama dengan menggunakan metode SWOC (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Challenges). Studi kasus menganalisis identifikasi strategi perencanaan paket wisata, implementasi strategi tersebut, dan dampak dari strategi perencanaan paket wisata GWK. Penelitian tersebut memberikan wawasan penting bagi industri pariwisata di Indonesia dalam mengembangkan strategi perencanaan paket wisata yang efektif untuk mempromosikan GWK sebagai destinasi utama. Penelitian ini juga berfokus pada peran wirausaha kreatif dalam implementasi paket wisata GWK, yang bertujuan untuk menciptakan destinasi wisata yang lebih menarik dan mudah diakses oleh wisatawan.

SARAN

Saran yang diberikan di dalam penelitian ini, YangSeru Tours and Travel diharapkan akan selalu menerapkan strategi paket perjalanan yang komprehensif untuk GWK sebagai destinasi utama. Strategi tersebut mencakup berbagai aspek seperti menawarkan berbagai paket, promosi melalui media sosial dan platform online, serta bekerja sama dengan bisnis lokal seperti hotel dan restoran. Strateginya juga harus selalu melibatkan pemanfaatan media digital dan sosial untuk meningkatkan komunikasi dan mempromosikan destinasi. Aspek negatif meliputi dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat setempat, serta penerapan langkah-langkah mitigasi oleh Panorama Tour and Travel. Selain itu, pengelola

objek wisata juga harus memerhatikan aspek aksesibilitas yang diberikan kepada pengunjung agar terpuaskan setelah mengunjungi Garuda Wisnu Kencana.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurasyid, M. F. (2019). *Loyalitas Karyawan Di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali* (Doctoral Dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Ardianto, E. D. (2019). *Strategic Management In Tourism Industry*. Andi Publisher.
- Buhalis, D., & Michopoulou, E. (2011). Information-Enabled Tourism Destination Marketing: Addressing The Accessibility Market. *Current Issues In Tourism*, 14(2), 145-168.
- Direktorat Jenderal Pariwisata Republik Indonesia. (N.D.). *Pemasaran Pariwisata*. Retrieved From <https://Www.Indonesia.Travel/Gb/En/About/Insight-Indonesia/Pemasaran-Pariwisata>
- Kusumawati, R., & Tjahjono, H. (2021). Analisis Atraksi Pariwisata Di Gwk Sebagai Daya Tarik Utama. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 7(2), 112-125.
- Novia Dolorosa Br Simarmata. (2020). *Penilaian Pengunjung Disabilitas Pada Fasilitas Objek Wisata Taman Budaya Garuda Wisnu Kencana Bali*.
- Nugraha, R. N. (2018). Pengaruh Rich Media Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Paket Bulan Madu Bali Kerobokan Seminyak Petitenget Di Bulanmadu.Com. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 14(1),
- Nugraha, R. N., & Angligan, I. G. K. H. (2022). Revenge Tourism. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 11(2), 1-10.
- Nugraha, R. N., & Nahlony, A. Y. (2023). Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Penanganan Pandemi Covid-19 Di Provinsi Bali. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 2(1), 1-10.
- Nugraha, R., & Hardika, P. (2023). Analisis Konsep 3a Dalam Pengembangan Wisata Kota Tua. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(10), 531-543.
- Pratama, P., & Rachmawati, R. (2021). The Impact Of Social Media Marketing On Tourist Visits To Gwk Bali. *Journal Of Tourism, Hospitality, And Culinary Arts*, 13(2), 364-377.
- Prayogo, D. S., & Ismail, I. S. (2020). Marketing Strategy In The Tourism Industry: A Case Study Of Gwk Bali. *Journal Of Tourism, Hospitality, And Culinary Arts*, 12(3), 268-281.
- Purnomo, B., & Suryawan, I. P. (2022). Analisis Potensi Industri Pariwisata Gwk Sebagai Main Destination Di Bali. *Jurnal Pariwisata Bali*, 10(1), 45-58.
- Rizki Nurul Nugraha, F. B. (2022). Kajian Kelengkapan Fasilitas , Sarana ,Dan Prasarana Terhadap . *Jurnal Inovasi Penelitian*, 6507 - 6508.
- Santoso, A., & Wijaya, B. (2021). Peran Strategis Agent Dan Biro Perjalanan Dalam Pengembangan Paket Wisata Gwk. *Jurnal Pariwisata Dan Perhotelan*, 9(2), 123-136.
- Suryana, Y., & Zulfikar, Z. (2020). The Role Of Collaboration In Destination Management: A Case Study Of Gwk Bali. *Journal Of Indonesian Tourism And Development Studies*, 8(2), 79-90.
- Tjandrarini, A. (2018). Sustainable Tourism Development In Bali: Challenges And Opportunities. *Journal Of Southeast Asian Tourism Research*, 1(1), 21-30.

- Utomo, A. W., & Aritonang, M. P. (2020). Analisis Aksesibilitas Lokasi Gwk Sebagai Faktor Keberhasilan Destinasi Wisata. *Jurnal Penelitian Pariwisata*, 5(1), 45-57.
- Wibawa, I. M. A., & Wibawa, P. (2022). The Influence Of Destination Image And Service Quality On Tourist Satisfaction And Revisit Intention At Gwk Bali. *Journal Of Business On Hospitality And Tourism*, 3(1), 11-21
- Wijaya, B., & Santoso, A. (2022). Perancangan Paket Wisata Gwk Sebagai Daya Tarik Utama. *Jurnal Pariwisata Dan Perhotelan*, 10(1), 45-56.