

STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATA MELALUI MEDIA *ONLINE*
PADA SUATU AGEN *TOUR AND TRAVEL*

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Mendapatkan Gelar Sarjana Pariwisata
Program Studi Industri Pariwisata

SKRIPSI



Disusun Oleh:
SITI AYU HERLINA
2101683

PROGRAM STUDI INDUSTRI PARIWISATA
FAKULTAS KAMPUS DAERAH SUMEDANG
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2025

LEMBAR PENGESAHAN

SITI AYU HERLINA

**STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATA MELALUI MEDIA ONLINE
PADA SUATU AGEN TOUR AND TRAVEL**

Skripsi Penelitian ini disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I

**Dr. Irena Novarlia, S.Pd., M.Pd., M.M.****NIP. 198211232006042009**

Pembimbing II

**Rifqi Asy'ari, S.Par., M.Par.****NIP. 199512262024061002**

Mengetahui,

Ketua Program Studi Industri Pariwisata

Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Dacrah Sumedang

**Dr. Irena Novarlia, S.Pd., M.Pd., M.M.****NIP. 198211232006042009**

LEMBAR HAK CIPTA

**STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATA MELALUI MEDIA *ONLINE*
PADA SUATU AGEN *TOUR AND TRAVEL***

Oleh

Siti Ayu Herlina 2101683

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Pariwisata pada Program Studi Industri Pariwisata

©Siti Ayu Herlina 2025

Universitas Pendidikan Indonesia

Kampus Daerah Sumedang

Mei 2025

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang Undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak bagian atau keseluruhan,
dengan cetak ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa izin penulis.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN BEBAS PLAGIARISME

Saya bertandatangan dibawah ini:

Nama : Siti Ayu Herlina

NIM : 2101683

Program Studi : Industri Pariwisata

Fakultas : Kampus Daerah Sumedang

Judul : Strategi Pemasaran Paket Wisata Melalui Media *Online* Pada
Suatu Agen *Tour And Travel*

Dengan ini saya menyatakan bahwa penelitian ini beserta seluruh isinya merupakan karya saya sendiri yang sebenar-benarnya. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Sumedang, Mei 2025

Penulis,



Siti Ayu Herlina

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil ‘Alamin, segala puji dan syukur selalu dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir atau skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Paket Wisata Melalui Media Online Pada Suatu Agen *Tour and Travel*”**.

Penelitian ini disusun sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pariwisata (S. Par) dalam program studi Industri Pariwisata di Universitas Pendidikan Indonesia. Peneliti menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, hal itu disebabkan karena adanya keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti. Besar harapan peneliti, semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi peneliti khususnya dan pihak lain pada umumnya. Peneliti menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini jauh dari sempurna, semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini. Oleh karena itu peneliti sangat menyambut baik saran dan kritikan yang membangun dari para pembaca untuk menyempurnakan penelitian ini.

Besar rasa terimakasih yang penulis ucapkan untuk semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata semoga penelitian ini dapat menjadi penambah wawasan dan dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca, serta seluruh pihak khususnya di bidang Industri pariwisata.

Sumedang 01 Mei 2025

Siti Ayu Herlina

NIM. 2101683

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penyusunan tugas akhir ini, peneliti mendapatkan banyak pelajaran, dukungan motivasi, dan bantuan berupa bimbingan berharga dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang mendukung segala proses penyusunan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa yaitu Allah SWT yang telah memberikan nikmat berupa kemampuan, kekuatan dan kemudahan dalam bertindak dan berfikir untuk penyusunan skripsi ini.
2. Ibunda tercinta, Mamah Iis Mulyati yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang tak terhingga dan semangat kepada peneliti sehingga dapat menjalani kehidupan dengan baik serta mendukung peneliti untuk terus melangkah maju dalam meraih mimpi dengan pendidikan setinggi mungkin.
3. Ayahanda tercinta, Bapak Syarif Hidayatulloh yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang tak terhingga, bekerja keras penuh semangat untuk terus mendukung peneliti agar dapat menjalani kehidupan sebaik mungkin dan mendukung penuh peneliti untuk terus wujudkan mimpi dengan pendidikan setinggi mungkin.
4. Bapak Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., MA. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Ibu Dr. Irena Novarlia, S.Pd., M.Pd., M.M. sebagai Kepala Program Studi Industri Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Daerah Sumedang, sekaligus dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran kepada peneliti sejak awal penyusunan sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Bapak Rifqi Asy'ari, S.Par., M.Par. sebagai dosen Prodi Industri Pariwisata sekaligus dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran kepada peneliti hingga terselesaikannya skripsi ini.

7. Prof. Dr. H. Yudha Munajat Saputra, M.Ed. dan bapak Dr. Anggi Setia Lengkana, S.Pd., M.Pd. selaku dosen penguji, penulis banyak menghaturkan terimakasih atas saran, masukan dan arahannya. Tentunya dengan saran, masukan dan arahannya skripsi saya jadi jauh lebih baik dari sebelumnya.
8. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar pada Program Studi Industri Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia, yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu, saran dan masukan bagi pengembangan pengetahuan peneliti.
9. Kakak Dessy Shalehah Saputri, S. Sos sekeluarga, pihak *internal* dan *eksternal* CV. Lingga Buana *Tour and Travel* yang telah banyak membantu dan mempermudah peneliti dalam proses pengumpulan data dilapangan sehingga peneliti dapat penyelesaian tugas akhir ini.
10. Seluruh teman-teman peneliti tersayang, baik dari Universitas Pendidikan Indonesia maupun dari Universitas lain.
11. Saya, Siti Ayu Herlina. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini, tetap memilih berusaha dan tidak mengeluh serta selalu merayakan diri sendiri hingga mencapai titik ini. Terimakasih untuk tidak menyerah dalam hal sesulit apapun dalam proses penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, peneliti berharap semoga tujuan dari pembuatan penelitian ini dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

ABSTRAK
STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATA MELALUI MEDIA ONLINE
PADA SUATU AGEN TOUR AND TRAVEL

Oleh:

Siti Ayu Herlina
2101683

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pemasaran paket wisata melalui media *online* pada CV. Lingga Buana *Tour and Travel* di Kabupaten Sumedang dengan menggunakan pendekatan *Marketing Mix* (4P) *product, price, place, promotion*. Metode penelitian deskriptif kualitatif diterapkan melalui triangulasi data (wawancara, observasi, dokumentasi) untuk mengumpulkan informasi terkait strategi pemasaran perusahaan. Data dianalisis menggunakan analisis SWOT dengan matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factors Analysis Summary*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan berada di kuadran I (SO) dalam analisis SWOT, dengan nilai sumbu X = 2,232 (kekuatan internal) dan sumbu Y = 1,101 (peluang eksternal). Posisi ini mengindikasikan bahwa CV. Lingga Buana memiliki kekuatan dominan dengan nilai 0,4 yaitu konten yang menarik sehingga meningkatkan minat *customer* dapat dimanfaatkan untuk mengeksplorasi peluang pasar, seperti tren pariwisata lokal dan peningkatan penggunaan media *online*. Hasil penelitian menekankan pentingnya strategi *agresif/growth*, seperti pengembangan *website* resmi untuk meningkatkan aksesibilitas pemesanan, optimalisasi konten *digital* di media sosial (*Instagram, TikTok*) untuk menjangkau pasar muda, peningkatan program loyalitas berbasis *cashback* atau diskon untuk mempertahankan pelanggan. Dengan implementasi strategi ini, perusahaan dapat meningkatkan efektivitas promosi dan daya saing di industri pariwisata *digital*.

Kata Kunci: Strategi *Marketing*, Paket Wisata, Media *Online*, SWOT, *Tour and Travel*

ABSTRACT
MARKETING STRATEGY OF TOUR PACKAGES THROUGH ONLINE
MEDIA AT A TOUR AND TRAVEL AGENT

By:

Siti Ayu Herlina
2101683

This study aims to analyze the marketing strategy of tour packages through online media at CV. Lingga Buana Tour and Travel in Sumedang Regency using the Marketing Mix (4P) approach, which includes product, price, place, and promotion. A descriptive qualitative research method was employed through data triangulation (interviews, observations, documentation) to gather information related to the company's marketing strategy. The data were analyzed using SWOT analysis with IFAS (Internal Factors Analysis Summary) and EFAS (External Factors Analysis Summary) matrices. The results of this study indicate that the company is in quadrant I (SO) in the SWOT analysis, with an X-axis value of 2.232 (internal strength) and a Y-axis value of 1.101 (external opportunity). This position indicates that CV. Lingga Buana has a dominant strength, specifically its engaging content that increases customer interest, which can be leveraged to exploit market opportunities, such as the trend of local tourism and the increasing use of online media. The results emphasize the importance of an aggressive/growth strategy, such as developing an official website to improve booking accessibility, optimizing digital content on social media (Instagram, TikTok) to reach the younger market, and enhancing loyalty programs based on cashback or discounts to retain customers. By implementing these strategies, the company can improve the effectiveness of its promotions and competitiveness in the digital tourism industry.

Keyword: Marketing Strategy, Tour Packages, Online Media, SWOT, Tour and Travel

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR HAK CIPTA.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN BEBAS PLAGIARISME	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Strategi <i>Marketing</i>	8
2.1.2 Paket Wisata.....	11
2.1.3 Media <i>Online</i>	12
2.2 Penelitian Terdahulu	13

2.3	Kerangka Berpikir	17
BAB III METODE PENELITIAN		19
3.1	Desain Penelitian.....	19
3.2	Partisipan dan Tempat Penelitian.....	20
3.2.1	Partisipan.....	20
3.2.2	Lokasi Penelitian.....	21
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.3.1	Wawancara.....	21
3.3.2	Observasi.....	23
3.3.3	Dokumentasi	24
3.4	Analisis Data	24
3.4.1	Analisis Kualitatif Deskriptif	25
3.4.2	Matriks IFAS (<i>Internal Factors Analysis Summary</i>).....	26
3.4.3	Matriks EFAS (<i>External Factors Analysis Summary</i>).....	27
3.4.4	Analisis SWOT	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		32
4.1	Deskripsi Penelitian	32
4.2	Gambaran Umum CV. Lingga Buana <i>Tour and Travel</i>	32
4.2.1	Sejarah dan Profil CV. Lingga Buana <i>Tour and Travel</i>	32
4.2.2	Visi Misi CV. Lingga Buana <i>Tour and Travel</i>	33
4.2.3	Struktur Organisasi CV. Lingga Buana <i>Tour and Travel</i>	34
4.3	Hasil Penelitian	34
4.3.1	Strategi <i>Marketing</i> CV. Lingga Buana <i>Tour and Travel</i> Berdasarkan <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran) 4P	35

4.3.2	Hasil Analisis Faktor Internal dan Eksternal Strategi <i>Marketing</i> Paket Wisata melalui Media <i>Online</i> Pada CV. Lingga Buana <i>Tour and Travel</i>	47
4.3.3	Hasil Analisis SWOT Strategi <i>Marketing</i> Paket Wisata Melalui Media <i>Online</i> Pada Suatu Agen <i>Tour and Travel</i>	58
4.4	Pembahasan.....	76
4.4.1	Pengaruh Teori <i>Marketing Mix</i> 4P (Bauran Pemasaran) terhadap Strategi <i>Marketing</i> Paket Wisata Melalui Media <i>Online</i> Pada CV. Lingga Buana <i>Tour and Travel</i>	76
4.4.2	Hasil Penelitian dalam Kuadran Matriks SWOT	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		83
5.1	Simpulan	83
5.2	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....		86
LAMPIRAN.....		89

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tim Expert	19
Tabel 3. 2 Partisipan.....	20
Tabel 3. 3 IFAS (Internal Strategic Analysis Summary)	26
Tabel 3. 4 EFAS (External Factors Analysis Summary)	28
Tabel 3. 5 Matriks SWOT	29
Tabel 4. 1 Tanggal pelaksanaan wawancara narasumber	34
Tabel 4. 2 Matriks IFAS (Internal Strategic Analysis Summary).....	59
Tabel 4. 3 Matriks EFAS (External Factors Analysis Summary).....	61
Tabel 4. 4 Hasil Analisis SWOT.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Media <i>Online</i> CV. Lingga Buana <i>Tour and Travel</i>	2
Gambar 1. 2 Paket Wisata CV. Lingga Buana <i>Tour and Travel</i>	3
Gambar 1. 3 Laporan Penjualan Paket Wisata	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	17
Gambar 3. 1 Diagram Analisis SWOT	29
Gambar 4. 1 Peta Geografis CV. Lingga Buana <i>Tour and Travel</i>	33
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Perusahaan	34
Gambar 4. 3 Posisi Kuadran	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Pembimbing.....	90
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian.....	91
Lampiran 3 Surat Keterangan Diterima Penelitian/Selesai Penelitian.....	92
Lampiran 4 Surat Keterangan Uji Etik.....	93
Lampiran 5 Frekuensi Bimbingan.....	94
Lampiran 6 Dokumentasi Paket Wisata.....	95
Lampiran 7 Dokumentasi Kegiatan Penelitian	96
Lampiran 8 Instrumen Penelitian	97
Lampiran 9 Jadwal Penelitian	102
Lampiran 10 Transkrip Hasil Wawancara	103
Lampiran 11 Penghitungan Bobot dan Rating IFAS EFAS.....	138
Lampiran 12 Biodata Peneliti	139

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, R., & Prihastuti, Y. (2022). Penerapan Manajemen Operasional Paket Wisata Tailor Made Tour Di Pt. Tunas Indonesia Tours And Travel Yogyakarta. *Journal Of Tourism And Economic*, 5(1), 77-96. <https://doi.org/10.36594/jtec/85q06m80>
- Afifah, N., & Formen, A. (2023). Penggunaan Matrik Ifas Dan Efas Untuk Analisis Swot Sarana Dan Prasarana Di Satuan Paud. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora (Isora)*, 1(2), 47-60. <https://isora.tpublishing.org/index.php/isora>
- Atmaja, A. M., Ratmaja, H. L., & Pattaray, A. (2024). Strategi Pemasaran Paket Wisata Sepeda (Road Bike) Di Travel Agent Q-Tours Sebagai Salah Satu Alternatif Wisata Minat Khusus Sport Tourism. *Yume : Journal Of Management*, 7(2), 688-694. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/6789>
- Aulia, M. R., & Agustina, E. S. (2024). Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 62-70. <https://ejurnal.stiaamuntai.ac.id/index.php/jab/article/view/529>
- Cahyarani, V. D., & Iskandar, D. (2021). Penerapan Citizen Journalism Dalam Pemberitaan Lingkungan Hidup Di Media Online. *Journal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 1(2), 71-78. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.V1i2.424>
- Dawis, A. M., Meylani, Y., Heryana, N., Alfathoni, M. A. M., Sriwahyuni, E., Ristiyana, R., Januarsari, Y., Wiratmo, P. A., Dasman, S., Mulyani, S., Agit, A., Shoffa, S., & Baali, Y. (2023). *Pengantar Metodologi Penelitian*.
- Devi, N. S. K., Sirajuddin, & Supardi. (2024, Mei). Strategi Penggunaan Media Digital Dalam Promosi Paket Wisata Di Cv. Coren Lombok Travel. *Jurnal Riset Ekonomi*, 3(6), 941-948. <https://doi.org/10.51977/juremi.V3i6.7710>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33-54. 10.21831/Hum.V21i1.38075. 33-54
- Febriyanti, N. (2024, Januari 08). *Bauran Promosi Paket Wisata Pada Biro Perjalanan Wisata Step Holidays*. Upt. Perpustakaan Repository. <http://repository.polinela.ac.id/id/eprint/4506>
- Fristasya, A., Az-Zahra, C. R., Sumiati, M., Fauziah, S., & Ahmad, F. (2021, Juni). Pendekatan Swot Dalam Pengambilan Keputusan Perencanaan Sdm Di Pt X. *Setia Mengabdikan – Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 20-30. 10.31113/Setiamengabdikan.V2i1.17
- Hamzah, F. (2024, Agustus). Strategi Pemasaran Paket Wisata Melalui Media Online Pada Belitung Cantik Tour And Travel. *Jurnal Sains Manajemen*, 6(2), 76-86. <https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Haryanto, R., Setiawan, A., Nurhayati, R., Mertayasa, I. G. A., & Nugraha, A. R. (2024). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Di Era Society 5.0: Sebuah Literature Review. *Edunomika*, 8(2), 1-10. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/13093>
- Indriyani, M., Bambang, A. A., & Hapsari, D. T. (2020). Efektivitas Penggunaan Media Online Tirto.Id Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Berita

- Livi Zheng. *Jurnal Studi Journalistik*, 2(2), 157-167. <http://doi.org/10.15408/jsj.v2i2.15065>
- Junika, R., Nasir, M. A., & Elbadriati, B. (2024). Edunomika. *Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Citra Merek Electra Diamond Mataram*, 08(02), 1-15. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/issue/view/128>
- Kurniawan, R. (2024). Strategi Pemasaran Pariwisata Untuk Meningkatkan Pariwisata Lokal. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 9867-9877. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>
- Kustiawan, W., Ja'far, Siregar, A. A., Purba, A. M., & Muhammad, M. (2022, Juli). Manajemen Media Online. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 2(2), 13-17. <https://journal.sinov.id/index.php>
- Louie, J., Lisnini, & Lupikawaty, M. (2023, Juni). Pengembangan Paket Wisata Di Habibi Tour And Travel Daerah Bandung. *Jurnal Pesona Sriwijaya*, 1(2), 11-16. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8198033>
- Maharani, T., & Nurani, K. (2024, Mei). Strategi Pemasaran Pt. Sukses Internasional Tour & Travel Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Umrah Di Bukittinggi. *Jebi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(5), 560-570. <https://j-economics.my.id/index.php/home/article/view/151>
- Marwadi, & Suryani, E. (2025). Peran Kepala Desa Dalam Pelaksanaan Pengelolaan Sampah Di Desa Lumbang Kecamatan Muara Uya Kabupaten Tabalong. *Japb*, 8(1). 10.35722/Japb
- Mularsari, A., & Farika, A. (2022, April). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Di Bidang Jasa Pelayanan Hotel Roosseno Plaza Jakarta Di Masa New Normal Era. *Turn Journal*, 2(1), 17-30. <https://journal.steamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/6870>
- Nasution, A. F., Syafi'i, A., Ichtisam, F., Jannah, N. M., Taminta Br Purba, N. L., & Daulay, V. D. Y. (2024, Mei 31). Pemanfaatan Media Online Instagram Untuk Meningkatkan Kualitas Literasi Mahasiswa Kpi A Uinsu Semester 6. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 1(2), 147-155. <https://doi.org/10.62383/hardik.v1i2.200>
- Novarlia, I. (2024). Pemetaan Strategi Pengembangan Kewirausahaan Wisata Kuliner (Studi di Enam Gerbang Tol Cisumdawu Kabupaten Sumedang) [Universitas Widyatama]. In *Program Magister Manajemen Sekolah Pasca Sarjana Universitas Widyatama*. <https://repository.widyatama.ac.id/handle/123456789/108407>
- Novarlia, I., & Saragih, V. A. S. (2025). Analysis of Cisumdawu Toll Road Construction on the Development of Culinary Tourism Entrepreneurship in Sumedang Regency. *Research and Innovation in Social Science Education Journal (RISSEJ)*, 2(2), 117–125. <https://doi.org/10.30595/rissej.v2i2.226>
- Patonah, I., Sambella, M., & Az-Zahra, S. M. (2023, Desember). Pendekatan Penelitian Pendidikan : Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan Kombinasi (Mix Method). *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 8(3), 5378-5392. <https://journal.unram.ac.id/index.php/pendas>
- Pinontoan, N. A., Wihardi, D., Lestari, R., & Kristanty, S. (2024, 2). Strategi Pemasaran Pariwisata Dalam Mempromosikan Taman Wisata Alam

- Mangrove Angke Kapuk Sebagai Destinasi Ekowisata. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 8, 52-68. <https://doi.org/10.38043/jids.V6i1.4907>
- RACO, J. R. (2010). Penelitian Kualitatif: Metode Penelitian Kualitatif. In *Jurnal EQUILIBRIUM* (Vol. 5, Issue January).
- Rangkuti, F. (1998). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rizky Fadilla, A., & Ayu Wulandari, P. (2023). Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(No 3), 34–46.
- Romadhon, F. A., & Nawawi, Z. M. (2022). Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Pengiriman Barang Dan Jasa: Studi Pada Pt. Jne Express Cabang Patumbak. *Economic Reviews Journal*, 1(2), 96-108. 10.56709/Mrj.V1i2.20
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara Dan Kuesioner. *Jisosepol: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, 3(1), 39-47. <https://samudrapublisher.com/index.php/jisosepol/article/view/238/186>
- Saputri, A. M. I., & Fasa, M. I. (2024). Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm. *Jicn: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(5), 7388-7398. <https://jicnusanantara.com/index.php/jicn>
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran Yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas Dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206-211. <https://doi.org/10.37531/mirai.V8i1.4054>
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Ihsan : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24-36. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Susanto, P. C., Arini, D. U., Yuntina, L., Soehaditama, J. P., & Nuraeni. (2024, April 10). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jim-Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(1), 1-12. <https://doi.org/10.38035/jim.V3i1>
- Tampi, E. M. F., Tawas, H. N., & Poluan, J. G. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Pt. Suluh Jaya Abadi. *Jurnal Emba*, 11(3), 126-137. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/49255>
- Tanjung, H., Tanjung, I. S., & Astuti, R. (2024). Strategi Komunikasi Dalam Pemasaran Pariwisata Berbasis Digital Tourism Di Kabupaten Tapanuli Tengah. *Perspektif*, 13(3), 700-707. 10.31289/Perspektif.V13i3.11656
- Taufik, M. H., Pratiwi, V. A., Fauzi, N., & Somantri, F. B. (2024, November). Pengembangan Strategi Bisnis Menggunakan Analisis Swot Pada Cv Dejeeefish Sukabumi. *Journal Of Management And Social Sciences*, 3(4), 25-38. <https://doi.org/10.55606/jimas.V3i4.1560>
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018, September). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_batik). *Widya*

Cipta-Jurnal Sekretari Dan Manajemen, 2(2), 271-278.
<https://doi.org/10.32477/Jrabi.V2i2.479>

- Wibawa, L., Amalia, A., Ramadoni, A. A., Huda, M. K., Alimi, F., & Larassaty, A. L. (2022, Maret). Implementasi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Upaya Meningkatkan Kompetensi Kinerja Karyawan Di Pt. Jalur Nugraha Ekakurir Counter Agen Park Royal Sidoarjo. *E-Qien, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 19-24. <https://doi.org/10.34308/Eqien.V9i2.369>
- Yohanes, P. A., Romanisti, T. M., & Pradana, B. C. S. A. (2025). Peran Media Sosial Dalam Perkembangan Komunikasi *Digital* Di Mercury Media Group. *Relasi: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 5(4), 29-35.