

Bidang Kajian	: Manajemen Pariwisata
---------------	------------------------

**LAPORAN AKHIR  
PENELITIAN DOSEN USAHID**



JUDUL

**ANALISIS DAYA TARIK DESTINASI JAWA BARAT UNTUK KEUNGGULAN  
BERSAING**

Peneliti

Dr. Erislan ST., MM. (0329107702)

Universitas Sahid

2021

**LEMBAR PENGESAHAN  
PENELITIAN DOSEN UNIVERITAS SAHID**

Judul Penelitian : Analisis Daya Tarik Destinasi Jawa Barat Untuk Keunggulan Bersaing

Rumpun Ilmu : Manajemen

Ketua Peneliti

a. Nama : Dr. Erislan, ST., MM

b. NIDN : 0329107702

c. Jabatan Fungsional : Lektor

d. Jabatan Struktural : -

e. Program Studi : Manajemen

f. Alamat e-mail : drerislan@gmail.com

g. Nomor HP : 081223467894

Biaya Total Diusulkan : Rp. 6.000.000,-

a. Usahid : -

b. Sumber lain (tuliskan): Mandiri

Waktu Penelitian : 4 bulan

Lokasi Penelitian : Jawa Barat

Jumlah Mahasiswa terlibat : Tidak Ada

Jakarta, 25 Februari 2021

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi



(Dra. TITIN ASTUTI M.Si)  
NIDN. 0014026501

Peneliti



(Dr. Erislan, ST., MM.)  
NIDN: 0329107702

## IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Judul penelitian : Analisis Destinasi Wisata Jawa Barat Untuk Keunggulan Bersaing

2. Tim Peneliti

No	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian	Program Studi	Alokasi Waktu
1	Dr. Erislan, ST., MM	Peneliti	Manajemen	Manajemen	5 jam

3. Obyek penelitian : Destinasi Jawa Barat

4. Masa Pelaksanaan

Mulai : Semester Genap tahun 2020/2021

Berakhir : Semester Ganjil Tahun 2020/2021

5. Usulan Biaya : Rp 6.000.0000

- Usahid : -
- Sumber Lain : Mandiri

6. Lokasi penelitian : Jawa Barat

7. Temuan yang diharapkan : mengetahui daya tarik destinasi Jawa Barat

8. Kontribusi mendasar pada bidang ilmu :

Ada keterbaruan indikator daya Tarik destinasi, nilai destinasi, dan potensi keunggulan destinasi

9. Jenis luaran : mendapatkan nilai daya tarik destinasi Jawa Barat

10. Rencana luaran lain yang ditargetkan : tidak ada

## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
IDENTITAS DAN URAIAN UMUM	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	iv
RINGKASAN	v
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang dan Permasalahan	1
1.2 Tujuan Khusus	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Potensi Pariwisata di Jawa Barat	3
2.2 Kawasan Destinasi Wisata Jawa Barat	3
2.3 Kerangka Pemikiran	4
BAB III METODE PENELITIAN	5
BAB IV BIAYA DAN JADWAL PELAKSANAAN	6
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	7
BAB VI KESIMPULAN	
DAFTAR PUSTAKA	7
LAMPIRAN	8

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang dan Permasalahan

Dari 33 provinsi tersebut, terdapat 20 daerah tujuan wisata yang memenuhi kriteria dari data yang dikeluarkan oleh badan pusat statistik, diantaranya adalah Provinsi Jawa Barat, seperti terlihat pada tabel berikut.

**Tabel 1.1**  
**Destinasi Wisata Terpilih di Indonesia**

Average Length of Stay and Number of Beds in Selected Destination in Indonesia - 2010				
Selected Destination	Length of Stay (nights)		Number of Beds	
	Foreign Visitors		Accommodation	
	Classified	Others	Classified	Others
01. North Sumatra	1.89	2.38	10,638	20,274
02. West Sumatra	2.07	2.19	2,898	5,890
03. Jakarta	2.60	3.40	38,485	8,788
04. West Java	2.96	2.00	23,285	48,820
05. Central Java	2.05	1.12	12,432	32,926
06. Yogyakarta	2.20	2.14	5,481	18,412
07. East Java	1.73	1.37	13,301	38,016
08. Bali	3.12	3.01	32,892	31,871
09. North Sulawesi	4.91	2.76	3,032	4,763
10. South Sulawesi	1.41	1.73	5,499	11,046
11. East Kalimantan	3.95	7.70	5,668	13,500
12. Riau	2.98	2.75	4,471	11,532
13. West Nusa Tenggara	3.57	3.47	2,984	6,791
14. Riau Islands	1.58	1.90	8,989	8,333
15. Lampung	3.61	1.51	907	4,994
16. Jambi	3.61	5.72	1,570	3,900
17. Central Sulawesi	2.20	1.10	304	5,404
18. Bangka Belitung Islands	1.79	2.44	752	1,343
19. South Kalimantan	1.96	2.60	2,410	7,012
20. West Kalimantan	4.14	2.76	2,156	9,733
<b>Average</b>	<b>2.71</b>		<b>178,154</b>	<b>293,348</b>
Source: bps.go.id		Prepared by: <i>Care Tourism</i> - March 2012		

Berdasarkan tabel di atas, salah satu yang menjadi daerah tujuan wisata (DTW) yang dikenal di Indonesia adalah Jawa Barat. Jawa Barat memiliki beragam potensi di bidang kepariwisataan dari sisi produk wisata maupun pasar wisatawan dengan menawarkan berbagai macam daya tarik wisata serta kondisi geografis yang strategis dikarenakan kedekatan provinsi Jawa Barat dengan Ibu Kota Negara Indonesia – Jakarta (Harun: 2012).

Kondisi geografis alam Jawa barat yang terdiri dari dataran tinggi dan rendah dimulai pada akhir zaman Miosen dan berakhir pada zaman Pliosen. Selain itu terdapat banyak danau dan kawah akibat letusan Gunung sekitar 125.000 tahun yang lalu. Disamping itu juga terdapat sejarah budaya yang tak kalah pentingnya, antara lain; penemuan arkeologis Candi Jiwa di Karawang dan Candi Bojong Menje di Kabupaten Bandung (Rancaekek) yang berumur lebih tua daripada Candi Borobudur, ditemukannya fosil *pithecanthropus erectus* beserta peralatan hidup tidak menetap mereka berupa kapak perimbas di Tasikmalaya dan Ciamis, perkembangan dari pola hidup tidak menetap menjadi pola hidup menetap dibuktikan dengan adanya kubur peti batu di Kuningan, punden berundak situs Gunung Padang di Cianjur, ditemukannya naskah kuno Carita Parahyangan yang menyebutkan berdirinya Kerajaan Tarumanegara di sebelah barat Sungai Citarum pada tahun 358 M, Prasasti Sanghyang Tapak di Cibadak (Sukabumi), Gedung Merdeka, tempat berlangsungnya Konferensi Asia Afrika pertama kali pada tahun 1955 saat ini menjadi salah satu museum di Kota Bandung, serta kampung-kampung tradisional, tempat hidup dan tinggalnya masyarakat tradisional Jawa Barat.

Sejalan dengan latar belakang di atas menarik untuk diteliti bagaimana daya tarik objek wisata di Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini juga sejalan dengan pola pokok ilmiah Universitas Sahid yaitu kepariwisataan dan kewirausahaan yang menjadi salah satu sektor andalan pembangunan nasional. Rencana penelitian ini merupakan implemensi Rencana Induk Penelitian Universitas Sahid tahun 2017-2019, yang berfokus pada partisipasi publik dalam pembangunan pariwisata, efektifitas dan efisiensi pengelolaan usaha, kelembagaan serta pemasaran dan daya saing.

## 1.2 Tujuan Khusus

Berdasarkan paparan di latar belakang dan permasalahan, maka tujuan khusus penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana daya tarik destinasi wisata Provinsi Jawa Barat?
2. Bagaimana keunggulan destinasi Jawa Barat.

**Tabel 1.1 Rancangan Target Capaian Tahunan**

<b>No</b>	<b>Jenis Luaran</b>	<b>Indikator Capaian</b>
1	Memahami daya Tarik destinasi wisata Jawa Barat dan keunggulannya	Pengembangan pariwisata Jawa Barat

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Potensi Pariwisata di Jawa Barat**

Mill dan Morrison (2002:1) mengemukakan “*Tourism is all tourism involves travel, yet not all travel is tourism. All vacation travel involves recreation, yet not all tourism is recreation. All tourism occurs during leisure time, but not all leisure time is spent on tourism activities*”. Selanjutnya UU Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan secara tegas dijelaskan bahwa pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan perjalanan yang dilakukan secara sukarela dan bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata, termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata, serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.

Menurut Kotler dalam Ridwan (2012) menyatakan ada tiga tingkatan produk wisata yang biasa disebut triple A, yaitu: **(a) atraksi**, yakni sesuatu yang memiliki daya tarik terhadap wisatawan, yakni: alam (*natural*), budaya (*cultural*), sosial (*social*), bangunan sejarah (*historic building*); **(b) amenities/fasilitas**, yakni sesuatu yang memenuhi kebutuhan wisatawan selama berada di daerah tujuan pariwisata (destinasi wisata), yaitu: akomodasi, tempat makan, transportasi, tempat olahraga, toko, telekomunikasi dan listrik, dan biro perjalanan dan pusat informasi pariwisata; **(c) aksesibilitas**, sesuatu yang memberikan kemudahan untuk menghubungkan wisatawan dari daerah/Negara asal ke daerah/Negara tujuan, dan selama berada di daerah tujuan pariwisata, yakni; infrastruktur udara, laut dan darat, transportasi udara, laut dan darat, kebijakan pemerintah, *operational procedure*.

#### **2.2 Kawasan Destinasi Wisata Jawa Barat**

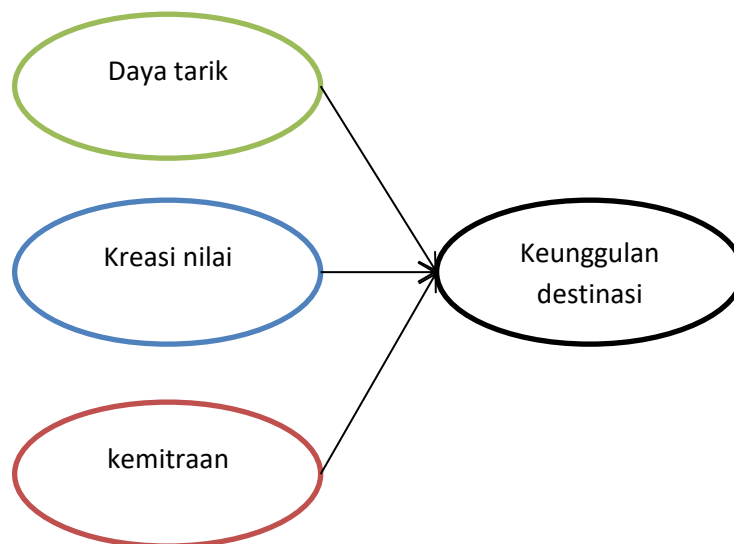
Secara keseluruhan di Jawa Barat sangat kaya akan objek wisata, karena banyaknya jumlah dan keragamannya tersebut, pemerintah Provinsi Jawa Barat telah membuat beberapa *cluster* DTW, yaitu melalui **6 (enam) jalur wisata unggulan** dan **9 (Sembilan) Kawasan Wisata Unggulan**. Kenyataannya,



banyaknya jumlah DTW yang ada di Provinsi Jawa Barat tidak sebanding dengan pendapatan daerah. Dari data yang dikeluarkan oleh Ir. Wawan Ridwan MMA, ASDA Provinsi Jawa Barat di tahun 2012, ternyata **PDRB** dari sektor pariwisata saat ini baru mencapai angka **3%**. Lebih jauh ASDA provinsi Jawa Barat menambahkan keterangan mengenai jumlah **kunjungan wisatawan nusantara** (wisnus) yang berkunjung ke Jawa Barat cukup memperhatikan berada di angka 63%, dimana sebanyak 18% pengunjung berasal dari kabupaten/kota yang ada di propinsi Jawa Barat itu sendiri, 9% berasal dari pengunjung yang datang dari provinsi Jakarta dan banten, 4% kunjungan berasal dari provinsi-provinsi di Sumatera, 3% dari Jawa Tengah, 1% dari jawa Timur dan kunjungan yang berasal dari dari provinsi lainnya di Indonesia sebesar 2%.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Model penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1. Model Penelitian

## BAB III METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengkaji ilmu manajemen yang diakulturasikan dengan ilmu manajemen pemasaran dengan fokus pada daya tarik wisata, keunikan sumber daya, kreasi nilai, kemitraan strategis, keunggulan

bersaing, dan kinerja pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empirik guna mengevaluasi pengaruh daya tarik wisata dan keunikan sumber daya terhadap kemitraan strategis dan kreasi nilai serta dampaknya terhadap keunggulan bersaing sehingga mampu meningkatkan kinerja pariwisata pada DTW di Jawa Barat.

Penelitian ilmiah pada dasarnya merupakan suatu usaha untuk mengungkapkan fenomena alami fisik secara sistematis, terkendali, empirik, dan kritis (Kerlinger, 2000: 32). Jika lebih jauh diterjemahkan ke dalam bahasa statistika, maka pengertian penelitian adalah usaha untuk mengungkapkan hubungan antar variabel.

Berdasarkan batasan tersebut, maka penelitian ini menggunakan Metode *Explanatory Survei Method*, dengan maksud menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Walaupun uraiannya juga mengandung deskripsi, tetapi sebagai penelitian relasional fokusnya terletak pada penjelasan hubungan antar variabel. Konsekuensi dari penelitian ini diperlukan operasionalisasi variabel yang lebih mendasar kepada konstruk dan indikatornya. Sesuai dengan tujuan penelitian ini, digunakan: (1) Analisis deskriptif dengan menggunakan rata-rata nilai terbobot, dimaksudkan untuk mendeskripsikan karakteristik variabel penelitian, dan (2) Analisis inferensial/verifikasi, dilakukan pengujian hipotesis dengan model persamaan struktural, dengan maksud menyajikan data secara terstruktur, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan antar variabel yang diteliti.

**BAB IV**  
**BIAYA DAN JADWAL PENELITIAN**

**1.1 Anggaran Biaya**

Justifikasi anggaran dideskripsikan sebagai berikut.

Tabel 4.1 Anggaran Biaya Penelitian

No	Jenis Pengeluaran	Prosentase	Biaya Yang Diusulkan
1.	Biaya Survey	75%	4.500.000
2.	ATK, pulsa, persiapan publikasi	25 %	1.500.000
		100%	6.000.000

**1.2 Jadwal Penelitian**

Jawal penelitian disusun sebagai berikut.

Tabel 4.2 Ringkasan Jadwal Penelitian

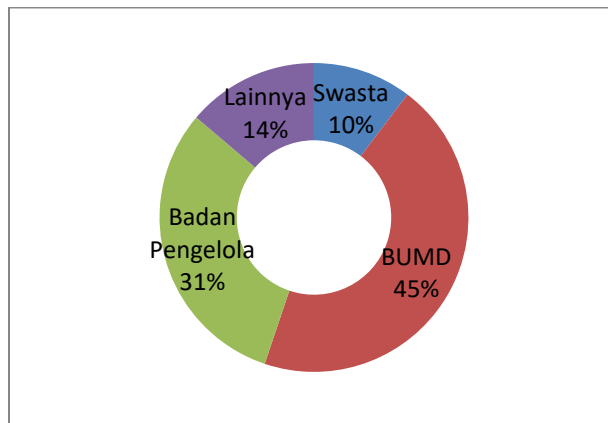
No	Kegiatan	Bulan									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Persiapan survey										
2	Survey										
3	Olah data										
4	Persiapan publikasi										
5	Publikasi										

## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

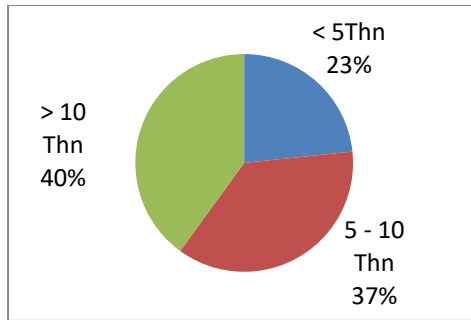
#### 5.1 Destinasi Wisata Jawa Barat

Sebagian besar pengelolaan potensi-potensi wisata sebagaimana yang telah disebutkan di atas dikelola oleh Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Namun ada juga yang berupa Badan Pengelola yang bukan merupakan Badan Usaha, sisanya dikelola oleh Swasta. Adapun yang dimaksud lainnya adalah misalnya pengelola daerah tujuan wisata yang badan hukumnya berupa perusahaan patungan antara Pemda setempat dengan pihak swasta. Ditunjukkan oleh gambar di bawah ini.



**Gambar 4.1**  
**Profil Badan Usaha Pengelola**

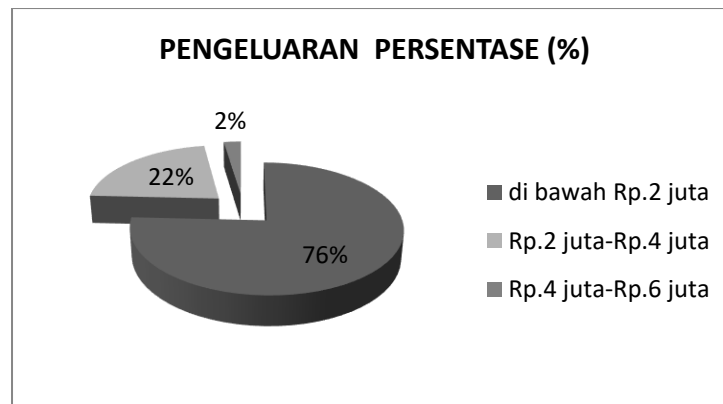
Adapun mereka yang bekerja sebagai pengelola daerah tujuan wisata di Jawa Barat adalah orang-orang yang bekerja sudah cukup lama, hal ini dapat dilihat dari lama mereka bekerja mayoritas antara 5 sampai dengan 10 tahun bahkan ada yang lebih dari sepuluh tahun hanya sebagian kecil yang baru bekerja dibawah 5 tahun. Hal ini ditunjukkan oleh gambar di bawah ini.



**Gambar 4.2**  
Berdasarkan Lama Bekerja

### 5.1 Profil Wisatawan yang berkunjung ke Destinasi Wisata Jawa Barat

Profil berdasarkan pengeluaran wisatawan tersaji pada *bar chart* yang ditampilkan pada gambar di bawah ini.

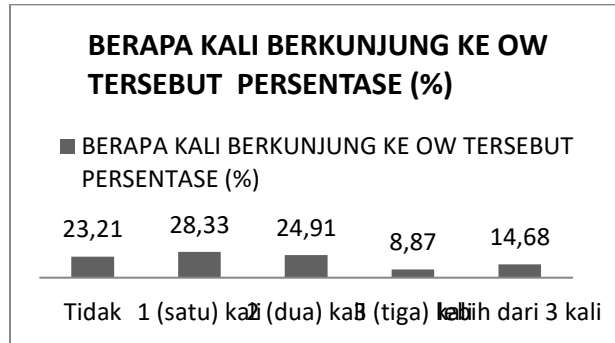


**Gambar 4.9**  
Pengeluaran Responden

Berdasarkan hasil olah data lapangan kebanyakan wisatawan yang berkunjung ke tiga puluh objek wisata di Jawa Barat berpenghasilan dibawah Rp. 2 juta (76%). Hal ini semakin memperkuat bahwa dominasi kalangan mahasiswa yang paling banyak melakukan perjalanan ke objek wisata di Jawa Barat. Hal ini diduga terkait dengan kota Bandung khususnya dan provinsi Jawa Barat umumnya yang berstatus sebagai kota pendidikan. Hal ini disebabkan mahasiswa

memiliki banyak waktu luang. Untuk itu harus dipikirkan biaya yang murah, mengingat pangsa pasar kebanyakannya adalah mereka yang berpenghasilan dibawah 2 juta.

Profil berdasarkan tujuan berkunjung wisatawan tersaji pada *bar chart* yang ditampilkan pada gambar di bawah ini.

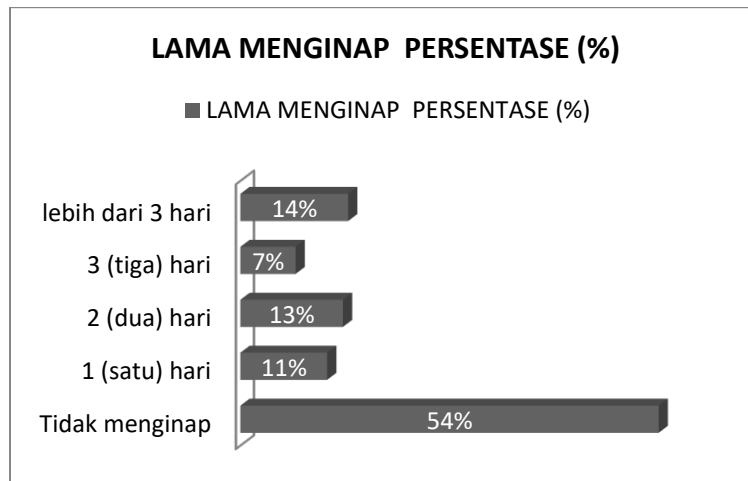


**Gambar 4.12**  
**Jumlah Kunjungan**

Berdasarkan hasil data lapangan kebanyakan wisatawan mengulangi kunjungannya sebanyak 1 sampai dengan 2 kali dalam setahun 28,33% dan 24,91%. Hal ini mengindikasikan bahwa ketiga puluh objek wisata di Jawa Barat menarik dan memberikan kepuasan pengalaman.

Akan tetapi, bertolak belakang dengan mereka yang tidak mengulangi perjalanannya cukup banyak 23%. Berdasarkan hasil pengamatan, pada ketiga puluh objek wisata, kurang memberikan tambahan-tambahan variasi produk wisata sehingga mereka yang tidak mengulangi kunjungannya yang ketiga kalinya dipengaruhi kejenuhan mereka terhadap objek wisata tersebut. Hal ini sejalan dengan pernyataan Soekadijo (2000: 7) wisatawan melakukan kunjungan secara berulang-ulang ke destinasi yang sama, maka dapat dikatakan wisatawan tersebut cenderung merasa puas, karena selalu melakukan kunjungannya secara berulang-ulang atau lebih dari satu kali.

Profil berdasarkan lama menginap wisatawan tersaji pada *bar chart* yang ditampilkan pada gambar di bawah ini.



**Gambar 4.15**  
**Lama Menginap Saat Berkunjung**

Berdasarkan hasil olah data lapangan mayoritas wisatawan tidak menginap pada objek wisata tersebut sebesar 54%. Hal ini mengindikasikan belum memadainya fasilitas penunjang wisata seperti; hotel, café, restoran, hiburan serta kegiatan berpetualang sehingga kebanyakan wisatawan tidak menginap di lokasi wisata tersebut. Untuk itu, perlu dikembangkan keragaman variasi dari satu objek wisata melalui penambahan tempat hiburan dan permainan dan lain-lainya. Dengan tujuan agar menarik minat wisatawan dalam mengeksplorasi lebih jauh lagi dan mendorong keinginan merasakan pengalaman yang lebih lama di satu objek wisata tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, Maman. 2012. *Kisruh Tangkuban Parahu, Dewan akan Panggil PT GRPP*. <http://news.detik.com/bandung/read/2012/05/23/183337/1923141/486/>.
- Aczel, Amir & Sounderpandian & Jayavel. 2006. *Complete Business Statistics (SIE)*. 6th edition. Boston: McGraw Hill.
- Chong, H. Gin. 2008. *Measuring performance of small-and-medium sized enterprises: the grounded theory approach*. Journal of Business and Public Affairs, Volume 2, Issue 1.
- Christopher H. Lovelock, Sandra Vandermerwe, Barbara Lewis and Suzanne Fernie. 2011. *Services Marketing*. Edinburgh Business School. SE-A1-engb 2/2011 (1027).
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. 2012. *Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat dalam Angka Tahun 2011*. Disbudpar – Bandung.
- Doris, Gomezelj, Omerzel. 2006. *Competitiveness of Slovenia as a tourist destination*, volume 4, number 2.
- Heard, Ed. 1994. *Walking the Talk of Customer Value*. National Productivity Review, 11 (Winter), 21-27.
- Heriawan, Ahmad. 2010. *Gubernur Dorong Pariwisata Sebagai Potensi Ekonomi Baru Jabar*. [http://www.facebook.com/note.php?note\\_id=359366109512](http://www.facebook.com/note.php?note_id=359366109512).
- Hidayat, Syarifuddin. 2007. *Metodologi Penelitian*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Kreuter, M.W., N.A. Lezin, and L.A. Young. 2000. *Evaluating Community-Based Collaborative Mechanisms: Implications for Practitioners*. Health Promotion Practice 1:49–63.
- Kuratko, D. F., Ireland, R. D., and Hornsby, J. S. 2001. *Using entrepreneurial actions to increase firm performance: Insights from Acordia*. Inc. Academy of Management Executive, 15:in press.
- Lado, A.A., Boyd, N. & Hanlon, S.C. 1997. *Competition, cooperation, and the search for economic rents: A syncretic model*. Academy of Management Review, 22(1): 110-141.
- Lapierre. Jozee. 2000. *Customer-perceived value in industrial contexts*. Journal of Business & Industrial Marketing, Vol. 15 Iss: 2/3, pp.122 – 145.
- Nakatani and Massukado, Marcia Shizue. 2009. *Resource-based View as a Perspective for Public Tourism Management Research: Evidence from Two Brazilian Tourism Destinations*. BAR, Curitiba, v. 6, n. 1, art. 5, p. 62-77. <http://www.anpad.org.br/bar>.
- Nirwandar. Sapta 2012. *Langkah dan Upaya Kita*. Majalah Pariwisata Indonesia. Vol. 3, No. 33.
- Noypayak, Walailak. 2009. *Value Dimensions of Thailand as Perceived by U.K. Tourists*. RU. Int. J. vol. 3(1), 2009, page 141-154.
- Omerzel, Doris Gomezelj. 2006. *Competitiveness of Slovenia as a Tourist Destination*. Managing Global Transitions, Vol. 4. No.2, pp. 167–189.



## LAMPIRAN 5. BIODATA PENELITI

### BIODATA KETUA PENELITI

#### A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Dr Erislan, ST., MM
2	Jenis Kelamin	Laki-Laki
3	Jabatan Fungsional	Lektor
4	NIP/NIK/Identitas lainnya	1996314
5	NIDN	03-291077-02
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Palembang, 29 Oktober 1977
7	E-mail	<a href="mailto:levyda_mm@yahoo.co.id">levyda_mm@yahoo.co.id</a>
8	Nomor Telepon/HP	081223467894
9	Alamat Kantor	Prof. Dr. Soepomo SH No.84 Tebet Jakarta Selatan
10	Nomor Telepon/Faks	8312814 ps 400/ 8354763
11	Lulusan yang telah dihasilkan	S1: 100 orang; S2:1 orang; S3: 0
12	Mata Kuliah yang Diampu	Manajemen Pemasaran, e-commerce Sistem Informasi Manajemen Manajemen Operasi Perilaku Konsumen, Manajemen Strategik, Manajemen Merek, Pengantar Bisnis Bisnis Digital

#### B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Ahmad Dahlan	Universitas Mecubuana	Universitas Padjadjaran
Bidang Ilmu	Teknik Informatika	Manajemen	Manajemen
Tahun Masuk-Lulus	1998 - 2003	2005 – 2008	2009-2014
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Nottifikasi Email Melalui SMS	Strategi Promosi Website Ayo Sekolah	Kinerja Pariwisata Provinsi Jawa Barat
Nama Pembimbing/Promotor	Dr. Wahyu Pujiyono, M.kom	Dr. Rika Sartika, MM.	Prof. Dr. Sucherly, M.Si Popy Rufaidah, SE.,MBA.,Ph.d.

#### C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan
-----	-------	------------------	-----------

			<b>Sumber*</b>	<b>Jumlah (Juta Rp)</b>
1	2019	Strategi Promosi Wisata di Kabupaten Bandung	Mandiri	4.0000
2	2020	Strategi Promosi Bisnis Kuliner di Kabupaten Bandung	Mandiri	5.000

#### **D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir**

<b>No.</b>	<b>Tahun</b>	<b>Judul Pengabdian Kepada Masyarakat</b>	<b>Pendanaan</b>	
			<b>Sumber*</b>	<b>Jumlah (Juta Rp)</b>
1	2018	Pendampingan dan pengembangan usaha konveksi	Universitas Sahid	3.500
2	2019	Analisis strategi promosi kuliner di Jawa Barat	Hibah Dikti	32.000

#### **E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal 5 tahun terakhir**

<b>No</b>	<b>Judul Artikel Ilmiah</b>	<b>Nama Jurnal</b>	<b>Volume/No mor Tahun</b>
1	Relationship Between Value Creation and Strategic Partnership at Tourist Destinations in West Java	Int. J. Business and Globalisation,	Vol. 19, No. 2, 2017
2	Relationship Between Value Creation and Strategic Partnership at Tourist Destinations in West Java	Review of Integrative Business and Economics Research	Vol. 5, no. 3, pp.296-307, July 2016

#### **F. Buku Karya Dalam 5 Tahun Terakhir**

Manajemen Strategi ‘Konsep dan Penerapan”