

**ARTIKEL PRESENTASI SEMINAR NASIONAL
MANADO**

**STRATEGI KABUPATEN BANJAR KALIMANTAN SELATAN
MELALUI WISATA RELIGI DALAM MENINGKATKAN
PEREKONOMIAN DAERAH**

TIM PENELITI

Dr. Noor Rahmini, SE, ME (NIDN 0006047702)
Dr. Muzdalifah, SE, M.Si (NIDN 0010047205)
Dr. M. Rusmin Nuryadin, SE, M.Si (NIDN 0018057002)
Dr. Fahrianoor, SIP, M.Si (NIDN 0013037407)

**EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2022**

BANJAR DISTRICT STRATEGY, SOUTH KALIMANTAN THROUGH RELIGIOUS TOURISM IN IMPROVING THE REGIONAL ECONOMY

Noor Rahmini, Muzdalifah, M. Rusmin Nuryadin, Fahrianoor

“Development Economics Study Program, Faculty of Economics and Business”

“Lambung Mangkurat University”

noorrahmini@ulm.ac.id

ABSTRACT

The tourism sector is a sector that is assumed to be able to improve the welfare of the community around tourist destinations. Several regions in Indonesia depend their economy on this sector. Banjar Regency is also rich in tourism potential in addition to great potential in the agricultural, fisheries and forestry sectors. One of the highlights of Banjar district is religious tourism and pilgrimage. Therefore, it is important to explore what strategies the Banjar Regency Government should do in the tourism sector in improving the regional economy.

The purpose of this study is to explain the strategy that must be carried out by the Banjar Regency Government of South Kalimantan in capturing potential opportunities for religious tourism. Five aspects seen in tourism objects as carrying capacity include attractions, amenities, accessibility, ancillary services and institutions.

This research is descriptive analysis. The research data was obtained by distributing questionnaires, interviews and direct observations at Sekumpul and Kelampayan religious tourism which became the leading religious tourism in Banjar Regency, South Kalimantan. Data analysis using SWOT. The results show that the strategy for developing religious tourism in Banjar Regency is the S-O strategy, which is to use strength to take advantage of opportunities. The resulting strategy is in the form of increasing attractions or uniqueness in famous tourist objects in South Kalimantan and increasing promotional activities along the road to tourism objects by the government using existing social media.

Keywords: strategy, tourism, regional economy, Banjar Regency

Latar Belakang

Pembangunan merupakan suatu proses menuju perubahan yang diupayakan secara terus menerus untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu indikator keberhasilan pelaksanaan pembangunan yang dapat dijadikan tolak ukur secara makro ialah pertumbuhan ekonomi yang dicerminkan dari perubahan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dalam suatu wilayah. Semakin tinggi pertumbuhan ekonomi suatu wilayah menandakan semakin baik kegiatan ekonomi di peroleh dari laju pertumbuhan PDRB atas dasar harga konstan.(Todaro, 2008)

Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada saat ini ditunjang oleh sektor-sektor yang terus berkembang dan menunjukkan angka perbaikan dalam meningkatkan pendapatan atau devisa bagi Indonesia. Sektor-sektor tersebut seperti sektor pariwisata pada saat ini telah berkembang menjadi salah satu industri terbesar bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Walaupun sumbangan sektor pariwisata terhadap perekonomian masih satu digit. Di tahun 2018 yaitu 5,28%, namun menunjukkan kecenderungan mengalami kenaikan di tiap tahunnya (Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2018 dalam CNN Indonesia 2018).

Perhatian pemerintah terhadap sektor pariwisata, tidak lepas dari peran pariwisata yang sangat besar, tidak hanya untuk daerah tapi juga efek multipliernya kepada masyarakat. Industri pariwisata merupakan penghasil devisa non migas terbesar di dunia. Disamping itu pariwisata berkontribusi terhadap pengurangan angka kemiskinan (Cecchi & Molinas, 2006)

Sektor pariwisata, merupakan sektor yang diasumsikan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar destinasi wisata. Beberapa daerah di Indonesia menggantungkan perekonomiannya di sektor ini. Kabupaten Banjar juga kaya akan potensi wisata disamping potensi besar pada sector pertanian, perikanan dan kehutanan. Salah satu yang diunggulkan kabupaten Banjar adalah wisata religi dan ziarah karena keberadaan objek wisata ini jumlahnya sangat banyak dibandingkan objek wisata lain. Sebanyak 26 objek wisata ada di kategori ini. Lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1
Objek Wisata di Kabupaten Banjar
Kalimantan Selatan

Jenis objek wisata	Jumlah
Religious dan Ziarah	26
Sejarah dan Budaya	9
Buatan dan Edukasi	2
Kuliner dan Agrowisata	3
Alam dan Rekreasi	8

Sumber: (Kabupaten Banjar dalam angka, 2022)

Masyarakatnya yang agamis menjadi faktor pendukung berkembangnya wisata religi dan ziarah ini. Oleh karenanya penting untuk digali strategi apa yang harus dilakukan Pemerintah Kabupaten Banjar di sector pariwisata dalam meningkatkan perekonomian daerah.



Gambar 1. Wisata religi Kelampayan dan Sekumpul

Hal ini diperkuat dengan jumlah kunjungan wisatawan juga tertinggi dibandingkan objek wisata lain, seperti yang terlihat pada tabel 2 sebagai berikut

Tabel 2
Kunjungan Wisatawan 6 tahun terakhir di Kabupaten Banjar

REKAPITULASI KUNJUNGAN WISATA 6 TAHUN TERAKHIR
BERDASARKAN JENIS WISATA HINGGA TAHUN 2022

No	Nama Destinasi Wisata	Jml per Jenis	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1	Atraksi dan Hiburan	1	42.009	43.222	56.591	30.610	27.791	25.929
2	Cagar Budaya	2		12.574	8.796	5.291	5.685	2.730
3	Destinasi Wisata	1	140.386	148.162	765.588	228.883	27.457	27.416
4	Penginapan (Aranaway)	2						10.247
5	Wisata Alam	7	232.783	246.943	248.815	132.906	157.343	175.267
6	Wisata Buatan	1		17.975	41.098	30.041	16.476	8.412
7	Wisata Budaya	2	57.984	84.652	66.608	27.407	47.582	62.931
8	Wisata Kuliner	1	149.641	146.589	144.682	109.385	103.319	59.547
9	Wisata Religi	4	5.747.851	6.362.447	7.702.267	3.138.171	881.987	764.610
JUMLAH		21	6.370.654	7.062.564	9.034.445	3.702.694	1.267.640	1.137.089

Sumber : <https://disbudporapar.banjarkab.go.id/pariwisata>

Penelitian Rika Sylvia (2016) menyebutkan Strategi meningkatkan pariwisata dengan meningkatkan citra produk obyek wisata agar dapat bersaing dengan obyek wisata yang lain, meningkatkan kebersihan dan perawatan terhadap fasilitas-fasilitas yang sudah ada, menambah fasilitas/ sarana pendukung wisata yang masih kurang, merealisasikan pengembangan obyek wisata oleh pemerintah, meningkatkan kualitas lingkungan kawasan wisata, dan melakukan kegiatan promosi yang efektif. Sedang menurut Sri Wahyuningsih (2018) ada tiga strategi utama yang dihasilkan adalah mengadakan sosialisasi sapta pesona atau penyadaran manfaat pariwisata untuk seluruh lapisan masyarakat secara berkesinambungan dan sistematis, pembangunan pariwisata berbasis masyarakat, dan dinas SDM pariwisata harus memiliki sertifikasi kepariwisataan. Penelitian ini terpusat pada wisata religi menjadi hal yang berbeda untuk diteliti dan penting untuk digali bagaimana strategi yang tepat untuk pengelolaan wisata religi di kabupaten Banjar.

Tinjauan Pustaka

a. Laju Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi menurut Prof. Simon Kuznets adalah kenaikan kapasitas jangka panjang dari negara yang bersangkutan untuk menyediakan berbagai barang ekonomi kepada penduduknya. Kenaikan kapasitas tersebut dimungkinkan oleh adanya kemajuan atau penyesuaian-penyesuaian teknologi, intitusional dan ideologi terhadap berbagai keadaan yang ada. (Todaro, 2000)

Pertumbuhan Ekonomi merupakan indikator keberhasilan kinerja pemerintah dalam meningkatkan pembangunan ekonomi disetiap negara. Setiap negara akan berupaya untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang paling optimal. Hal ini dikarenakan pertumbuhan ekonomi yang berkualitas akan membawa manfaat bagi masyarakat luas. (Adisasmita, 2013).

b. Pariwisata

Suwantoro (2004) mendefinisikan istilah pariwisata, yaitu suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang di luar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu.

Dalam suatu pariwisata, diperlukan adanya sarana dan prasarana dalam menunjang kenyamanan wisatawan. Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun objek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Lebih dari itu selera pasar pun dapat menentukan tuntutan sarana yang di maksud.

Daya Dukung Pariwisata melalui komponen 4A+1

Komponen pariwisata adalah segala sesuatu yang mendorong terjadinya kegiatan wisata, dalam melakukan perjalanan wisata, seorang wisatawan memerlukan bermacam jasa dan produk wisata yang di butuhnya, berbagai macam dan jasa produk wisata inilah yang disebut komponen pariwisata (Yoeti, 2002). Komponen pariwisata dalam upaya pengembangan pariwisata terutama daya tarik wisata, ada beberapa komponen yang harus dikembangkan dan dimiliki semua daya tarik wisata.

a. Atraksi

Dalam UU. No 10 Tahun 2009 disebutkan “daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan” jadi dapat disimpulkan bahwa atraksi wisata merupakan suatu yang dapat menimbulkan daya tarik bagi wisatawan dan merupakan alasan utama untuk mengunjungi daya tarik wisata. Atraksi dan obyek wisata yang akan dijual, apakah memenuhi tiga syarat seperti:

1. Apa yang dapat dilihat (something to see)
2. Apa yang dapat dilakukan (something to do)
3. Apa yang dapat di beli (something to buy)

b. Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah hak atas akses yang merupakan layanan kebutuhan melakukan perjalanan yang mendasar (Susantono, 2013). Aksesibilitas merupakan salah satu faktor yang membantu dan mempermudah perjalanan wisata para wisatawan yang akan berkunjung ke tempat atraksi wisata. Aksesibilitas merupakan suatu ukuran potensial atau kemudahan orang untuk mencapai tujuan dalam suatu perjalanan.

c. Amenities

Amenitas adalah Infrastruktur yang tidak langsung terkait dengan pariwisata. namun seiring kebutuhan bagi wisatawan, seperti bank, *money changer*, akomodasi, telekomunikasi dan sebagainya. Semakin lengkap dan terintegrasi ketiga unsur tersebut dalam produk wisata, maka semakin kuat posisi penawaran dalam sistem kepariwisataan((Yoeti, 2002).

d. Ancillary

Merupakan fasilitas pendukung yang diperlukan wisatawan selama berada dikawasan objek wisata seperti sakit, pemandu wisata yang cenderung membantu pengembangan industry pendukung. Ancillary adalah dukungan yang disediakan oleh organisasi, pemerintah daerah, kelompok atau pengelola destinasi wisata untuk

menyelenggarakan kegiatan wisata (Cooper dkk, 2000). Hal yang sama juga disampaikan oleh Wargenau dan Deborlah dalam Sugiama (2011) bahwa *ancillary* adalah organisasi pengelola destinasi wisata.

1. *Institutions*

Berkaitan dengan keberadaan dan peran pemerintah, akademisi, pengusaha, media dan masyarakat (disebut juga Pentahelix) dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata seperti regulasi, renastra, lembaga adat

- 1) Adanya regulasi terkait pariwisata berupa perda
- 2) Adanya Renstra dari Dinas terkait.
- 3) Dukungan dari lembaga pendidikan dan lembaga terkait
- 4) Keikutsertaan pelaku usaha di industri pariwisata (pemilik Hotel, Restoran/Cafe, Toko oleh- oleh, Gerai souvenir).
- 5) Adanya dukungan lembaga adat di daerah destinasi wisata.
- 6) Dukungan dari masyarakat dan pelaku usaha di sekitar objek wisata.

C. Metode Penelitian

Peneliti mengambil lokasi penelitian di 2 objek wisata religi yang ada di kabupaten Banjar yaitu Sekumpul dan Kelampayan dengan pertimbangan angka kunjungan wisatawan dalam tiap tahunnya didominasi oleh 2 objek wisata ini.. Penelitian juga dilakukan di Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Banjar dan Bappeda Kabupaten Banjar untuk memperoleh data sekunder.

Penelitian ini bersifat deskriptif analisis yaitu suatu penelitian yang memaparkan dan melaporkan suatu keadaan objek gejala kebiasaan kemudian di analisis dengan kritis. Data didapatkan melalui Focus Group Discussion (FGD) yang melibatkan para stakeholder di lingkungan aparatur pemerintah daerah, unsur informan yang terdiri dari pejabat Dinas Kebudayaan Pariwisata pemuda dan Olahraga Kabupaten Banjar, Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kabupaten Banjar, Pokdarwis di Kabupaten Banjar, budayawan dan pemerhati pariwisata.

Teknik Pengumpulan Data menggunakan kuesioner, wawancara, observasi dan FGD (focus discussion grup). Analisis data menggunakan SWOT analisis. Matrix *SWOT* digunakan untuk memudahkan aplikasi dalam melakukan analisa potensi wisata di Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan (Rangkuti, 2015; Fajar, 2016). Sedangkan peluang dan ancaman ini merupakan lingkungan eksternal dari sektor pariwisata ini.

D. Temuan Penelitian

Kabupaten Banjar terletak di bagian selatan Provinsi Kalimantan Selatan. Berada pada 114°30'20" dan 115°35'37" Bujur Timur serta 2°49'55" dan 3°43'38" Lintang Selatan. Luas wilayahnya 4.668,50 Km² atau sekitar 12,20 % dari luas wilayah Propinsi Kalimantan Selatan. Secara administratif, Kabupaten Banjar berbatasan dengan:

- a. Kabupaten Tapin di sebelah Utara,
- b. Kabupaten Kotabaru di sebelah Timur,
- c. Kabupaten Tanah Laut dan Kota Banjarbaru di sebelah Selatan, dan;
- d. Kabupaten Barito Kuala dan Kota Banjarmasin di sebelah Barat.

Data diatas memberikan informasi bahwa wisata religi merupakan destinasi yang paling banyak dikunjungi wisatawan. Meskipun begitu destinasi lainnya juga perlu diperhatikan secara serius untuk menyokong destinasi yang paling banyak diminati wisatawan yang datang ke Kabupaten Banjar.

Strategi Pengembangan Pariwisata sebagai Upaya Mengungkit Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Banjar

Analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunity, dan Threats) untuk pengembangan Wisata di Kabupaten Banjar terfokus pada prioritas pengembangan pariwisata religi di Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan. Hasil dari IFAS dan EFAS ditetapkan strategi yang diperlukan dengan menghubungkan dua unsur SWOT yang terkait untuk membuat strategi.

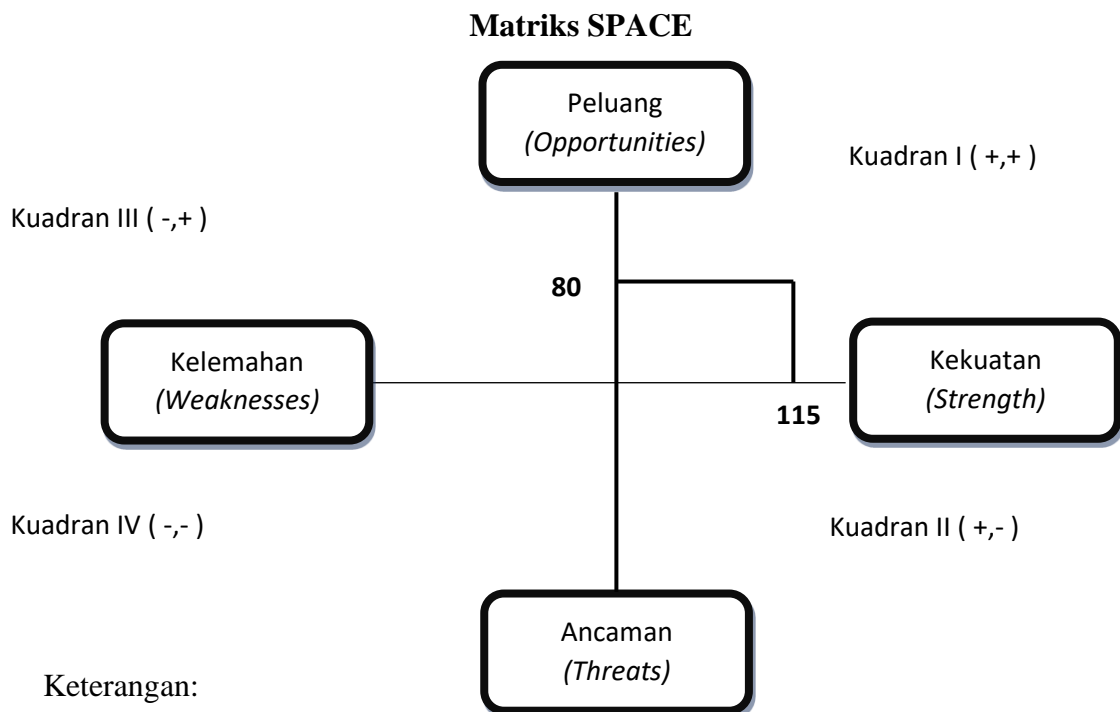
- Strategi S-O : Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.
- Strategi S-T : Menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.
- Strategi W-O : Meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
- Strategi W-T : Meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Tabel 2 Analisis SWOT

SWOT	<p style="text-align: center;">Kekuatan (<i>Strength</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat atraksi/keunikan. 2. Papan penunjuk arah jalan yang mengarahkan ke objek wisata. 	<p style="text-align: center;">Kelemahan (<i>Weakness</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jaringan internet hanya tersedia beberapa provider khusus. 2. Minimnya pasokan listrik di lokasi wisata untuk menunjang keperluan pengunjung.
<p style="text-align: center;">Peluang (<i>Opportunity</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Objek wisata terkenal di Kalimantan Selatan. 2. Adanya promosi objek wisata oleh pemerintah melalui sosial media. 	<p style="text-align: center;">Strategi S-O :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan atraksi/keunikan pada objek-objek wisata terkenal yang ada di Kalimantan Selatan 2. Peningkatan kegiatan promosi disepanjang jalan menuju objek wisata oleh pemerintah menggunakan media sosial yang ada. 	<p style="text-align: center;">Strategi W-O :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan akses jaringan internet di objek wisata terkenal yang ada di Kalimantan Selatan agar dapat digunakan semua provider. 2. Peningkatan pasokan listrik pada objek wisata dan mempromosikan hal tersebut sehingga pengunjung mengetahuinya.

<p>Ancaman (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dampak Pandemi Covid-19 membuat jumlah pengunjung mengalami penurunan. 2. Jika terjadi hujan atau banjir, jalan alternatif menuju objek wisata sulit untuk diakses. 	<p>Strategi S-T :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan Promosi Oleh pemerintah melalui media sosial 2. Peningkatan antraksi/keunikan tempat wisata 	<p>Strategi W-T:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan jaringan internet untuk memudahkan promosi wisata 2. Peningkatan pasukan listik ke objek wisata
---	--	---

Berdasarkan Faktor Internal dan Faktor Eksternal strategis yang tepat untuk Objek Wisata Kabupaten Banjar adalah Strategi S-O



Keterangan:

$$\text{Sumbu X} = \text{Total Kekuatan} - \text{Total Kelemahan} = 400 - 285 = 115$$

$$\text{Sumbu Y} = \text{Total Peluang} - \text{Total Ancaman} = 371 - 291 = 80$$

Melalui perhitungan IFAS dan EFAS didapatkan hasil analisis matriks SPACE (Strategic Position and Action Evaluation – SPACE Matrix), maka terlihat kuadran yang berisi strategi yang sesuai dengan kondisi atau keadaan saat ini. Dari perhitungan dapat dilihat bahwa strategi pengembangan Objek Wisata Kabupaten Banjar masuk pada Kuadran I yaitu agresif/ekspansif/growth yang strateginya bertujuan agar terus tumbuh dengan strategi yang tepat adalah strategi S-O yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Strategi SO nya yaitu peningkatan atraksi/keunikan pada objek-objek wisata terkenal yang ada di Kalimantan Selatan dan peningkatan kegiatan promosi disepanjang jalan menuju objek wisata oleh pemerintah menggunakan media sosial yang ada.

Berdasar strategi SO maka dibuat program-program yang bisa dijadikan perhatian pengelola wisata dan Dinas Pariwisata Kabupaten Banjar dalam menangkap peluang yang ada sehingga pendapatan pengelola wisata meningkat yang berimplikasi pada peningkatan

kesejahteraan masyarakat sekitar objek wisata dan mengungkit pertumbuhan ekonomi daerah Kabupaten Banjar melalui even-even yang muncul. Adapun program yang dilakukan menasar pada matriks swot yang dihasilkan.

Strategi	program		Sasaran
	sekumpul	kelampayan	Komponen 4A +I
Peningkatan atraksi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Program pengembangan musium Guru Sekumpul. 2. Pasar Wisata Religi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Program pengembangan musium Datu Kelampayan 2. Pasar Wisata Religi 	Atrraction
Promosi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan infra truktur layanan internet dilokasi obyek wisata. 2. Promosi pariwisata berbasis media sosial (SDM Pengelola) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan infra truktur layanan internet dilokasi obyek wisata. 2. Promosi pariwisata berbasis media sosial (SDM Pengelola) 	Aksesibilitas

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai Strategi dan Prioritas Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Banjar Sebagai Pengungkit Pertumbuhan Ekonomi Daerah, maka diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Komponen daya dukung 4A+I menjadi perhatian utama wisatawan atau peziarah ketika berkunjung ke Kabupaten Banjar. Wisata religi memiliki komponen daya dukung yang sudah cukup lengkap dimiliki kategori destinasi ini yaitu atraksi, akses, sarana dan prasarana, pelayanan tambahan dan kelembagaan.
2. Strategi prioritas yang diperoleh adalah strategi SO yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, yaitu dengan peningkatan atraksi/keunikan pada objek-objek wisata terkenal yang ada di Kalimantan Selatan dan peningkatan kegiatan promosi disepanjang jalan menuju objek wisata oleh pemerintah menggunakan media sosial.

Saran

Meningkatnya atraksi yang diberikan di setiap kategori wisata terutama wisata religi akan memberi peluang bagi masyarakat sekitar objek wisata meningkatkan pendapatan mereka melalui munculnya lapangan kerja baru. Bagi daerah, dengan bertambahnya jumlah kunjungan wisatawan akan berdampak pada peningkatan pendapatan daerah melalui pendapatan yang diterima langsung daerah maupun dari perputaran kegiatan ekonomi yang

berlangsung di sekitar objek wisata yang tentunya akan mampu mengungkit pertumbuhan ekonomi Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan. Atas dasar hal ini maka saran yang diberikan:

1. Menambah even atau kegiatan terkait berupa atraksi yang disajikan di tiap destinasi religi
2. Mengoptimalkan berbagai *flatfom* informasi untuk memasarkan potensi pariwisata
3. Mempertahankan dan merawat kondisi objek wisata dan terus meningkatkan perbaikan kualitas dari setiap komponen daya dukung pariwisata.
4. Mensinergikan setiap kategori wisata religi yang ada di kabupaten Banjar agar memberikan efek multiplier yang lebih luas dalam mengungkit pertumbuhan ekonomi Kabupaten Banjar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmito, Rahardjo. 2013. Teori-teori Pembangunan Ekonomi, Pertumbuhan Ekonomi dan Pertumbuhan Wilayah: Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Biro Pusat Statistik. (2019). *Kabupaten Banjar Dalam Angka*. Biro Pusat Statistik.
- Cholid Narbuko dan Abu Achmadi. 2006. Metodologi Penelitian. Jakarta: Bumi Aksara
- Cecchi, C., & Molinas, L. (2006). *Social Capital and Poverty Reduction Strategies : The Case of Rural India and Fabio Sabatini*. 1–31.
- CNN Indonesia "Menghitung Kontribusi Sektor Pariwisata Bagi Ekonomi RI" selengkapnya di sini: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200226121314-532-478265/menghitung-kontribusi-sektor-pariwisata-bagi-ekonomi-ri>
- Damanik, J., & Weber, H. F. (2006). *Perencanaan Ekowisata*. Yogyakarta: PUSBAR UGM & ANDI YOGYAKARTA.
- Direktur Jendral Pengembangan Destinasi, K. P. dan E. K. (2012). *Pedoman Kelompok Sadar Wisata*. Jakarta: Persada
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banjar. (2022). *Data Kunjungan Wisata*. <https://destinasiwisata.banjarkab.go.id/utama/visitortahun>
- Fajar, N. dan D. F. (2016). *Teknik analisis SWOT : pedoman menyusun strategi yang efektif & efisien serta cara mengelola kekuatan & ancaman*.
- Rangkuti, F. (2015). Analisis Swot: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Spillane, J. J. (1993). *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius
- Sugiama, A. . (2011). *Ecotourism : Pengembangan Pariwisata berbasis konservasi alam*. Guardaya Intimarta.
- Susantono, B. (2013). *Transportasi & Investasi: Tantangan dan Perspektif Multidimensi*. PT. Kompas Media Nusantara.
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Andi Yogyakarta
- Sylvia, R. (2016). Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Tumpang Dua di Kabupaten Kota Baru Kalimantan Selatan. Politeknik Kotabaru.
- Todaro, Michael P. (2008). *Pembangunan Ekonomi*. Erlangga.

Wahyuningsih, S. (2018). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Bulukumba. Universitas Muhammadiyah Makassar.

Yoeti, A. (2002). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata* (Pertama). Pradnya Paramita.



SERTIFIKAT

102/APSEPI/VII/2022

APRESIASI

Diberikan Kepada :

Dr. M, Rusmin Nuryadin, SE., M.Si

Sebagai

PRESENTER

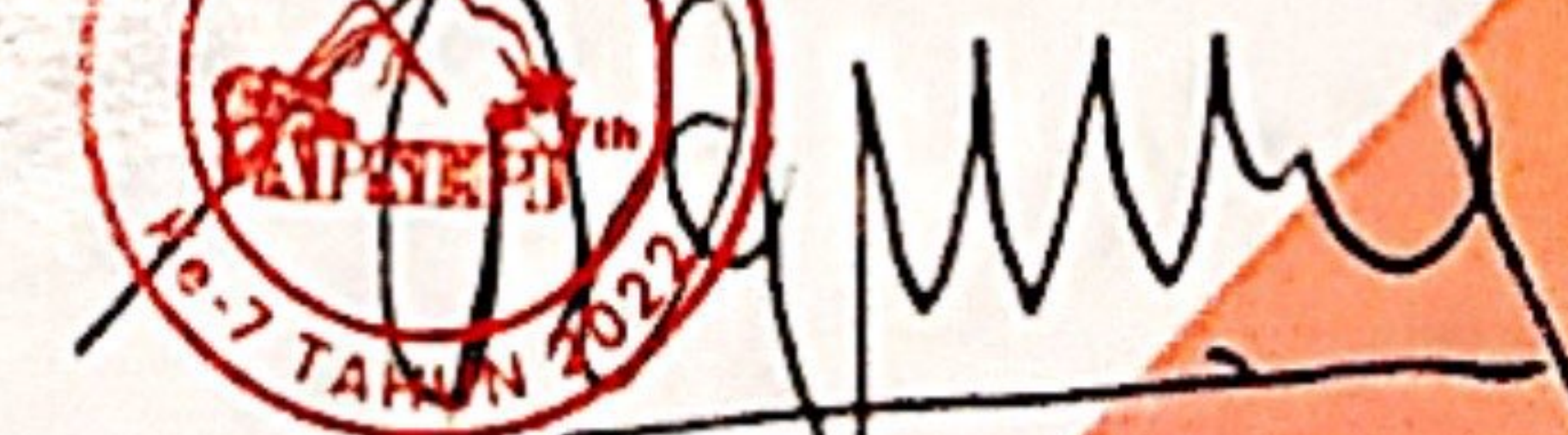
Pada Pertemuan Tahunan dan Konferensi APSEPI KE- VII dengan judul "BANJAR DISTRICT STRATEGY, SOUTH KALIMANTAN THROUGH RELIGIOUS TOURISM IN IMPROVING THE REGIONAL ECONOMY" yang diselenggarakan di Kota Manado, 05-08 Oktober 2022.

Ketua Perkumpulan Pengelola Program
Studi Ekonomi Pembangunan (APSEPI)




Dr. Fajri Muharja, SE.,MSi

Ketua Pelaksana



Dr. Tri Oldy Rotinsulu, SE.,MSi