

## Strategi Pengembangan Pariwisata (Studi Pada Permandian Tirta Jaya Puriasih di Kabupaten Konawe Selatan)

Muhammad Amir <sup>1,\*</sup>; Harnina Ridwan <sup>2</sup>; Rahman <sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Halu Oleo, Kendari, Indonesia; [muh.amir@uho.ac.id](mailto:muh.amir@uho.ac.id)

\*Correspondence : [muh.amir@uho.ac.id](mailto:muh.amir@uho.ac.id)

### ABSTRAK

Potensi pariwisata permandian menjadi daya tarik yang signifikan bagi para wisatawan, menawarkan pengalaman liburan yang unik dan menyegarkan. Namun, untuk mengembangkan sektor pariwisata secara berkelanjutan, perhatian yang serius terhadap dampak lingkungan dan keterlibatan komunitas lokal diperlukan. Oleh karena itu, perlu adanya strategi pengelolaan yang berkelanjutan untuk meminimalkan dampak negatifnya sambil memaksimalkan manfaatnya bagi masyarakat setempat dan lingkungan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan dasar pada paradigma postpositivisme. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan destinasi pariwisata permandian dapat ditingkatkan melalui tiga elemen kunci: *something to see* mencakup daya tarik utama objek wisata yang menarik minat wisatawan, seperti permandian alam yang indah dengan fasilitas yang nyaman. *Something to buy* melibatkan penawaran produk atau layanan lokal kepada pengunjung, meningkatkan pendapatan dan mempromosikan keberlanjutan budaya dan kerajinan tradisional. *Something to do* memperkaya pengalaman wisatawan dengan berbagai kegiatan. Pengelola obyek wisata telah merencanakan membuka kerjasama dengan pemerintah daerah, dan komunitas local untuk pengembangan infrastruktur dan promosi obyek wisata.

### ABSTRACT

The potential of bathing tourism as a significant attraction for tourists offers a unique and refreshing holiday experience. However, to develop the tourism sector sustainably, serious attention to environmental impacts and involvement of the local community is required. Therefore, there is a need for sustainable management strategies to minimize negative impacts while maximizing benefits for local communities and the environment. This research utilizes a qualitative descriptive method based on the postpositivism paradigm. The results show that the development strategies for bathing tourism destinations can be enhanced through three key elements: "something to see" includes the main attractions of the tourist site that attract tourists' interest, such as beautiful natural baths with comfortable facilities. "Something to buy" involves offering local products or services to visitors, increasing income, and promoting cultural sustainability and traditional crafts. "Something to do" enriches tourists' experiences with various activities. Tourism site managers have planned to collaborate with local governments and communities for infrastructure development and tourism promotion.

### Kata kunci

*Strategi pengembangan, Pengelolaan, Pariwisata permandian*

### Keywords

*Development Strategy, Management, Bathing Tourism*

## Pendahuluan

Negara Indonesia memiliki kekayaan alam, biodiversitas, dan warisan budaya yang dapat digunakan untuk meningkatkan ekonomi melalui pariwisata. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menjadi landasan hukum yang menekankan pentingnya pengelolaan sesuai dengan prinsip keanekaragaman budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata. Pengembangan pariwisata bertujuan untuk meningkatkan pendapatan devisa, pendapatan negara dan masyarakat, dan mempromosikan keindahan alam dan budaya Indonesia secara nasional maupun internasional (Kuba & Guntara, 2021).

Potensi pariwisata permandian cukup besar karena menjanjikan pengalaman liburan yang unik dan menyegarkan bagi para pengunjung. Keindahan alam, mutu air, dan keberadaan sumber-sumber air panas atau air terjun menjadi elemen penting dalam menarik minat para wisatawan (Mahardika, 2022). Minat terhadap pariwisata, baik dalam skala lokal maupun internasional, terus meningkat, memberikan peluang besar untuk pengembangan sektor pariwisata secara berkelanjutan (Afrić Rakitovac & Urošević, 2023). Dalam pengembangan pariwisata, terutama yang berkaitan dengan permandian, penting untuk memperhatikan dampak lingkungan seperti degradasi ekosistem, polusi air, dan kerusakan habitat (Praptiwi et al., 2023). Oleh karena itu, pelestarian lingkungan harus menjadi fokus utama dalam perancangan strategi pengembangan. Ketersediaan infrastruktur dan aksesibilitas menuju lokasi permandian juga menjadi faktor penting dalam pengembangan pariwisata (Morante-Carballo et al., 2023). Infrastruktur yang memadai, termasuk jalan raya yang baik, akomodasi, dan fasilitas pendukung lainnya, diperlukan untuk meningkatkan pengalaman para wisatawan (Nurohman & Qurniawati, 2021). Melibatkan dan memberdayakan komunitas lokal dalam pengembangan pariwisata sangat penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, pelestarian budaya, dan menjaga keseimbangan antara kebutuhan pariwisata dengan keberlanjutan lingkungan.

Industri pariwisata merupakan industri yang sangat kompetitif, dengan destinasi wisata dari berbagai negara bersaing untuk menarik perhatian wisatawan (Zingraff-Hamed et al., 2022). Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang efektif untuk mempromosikan permandian alam secara global (Yudhasesa et al., 2020). Perubahan iklim dapat memengaruhi keberlangsungan permandian alam, baik melalui perubahan pola hujan, suhu air, atau kejadian ekstrem lainnya (Adelikhah et al., 2020). Pengelolaan risiko terkait perubahan iklim perlu dipertimbangkan dalam merancang strategi pengembangan.

Pariwisata permandian, meskipun memiliki banyak manfaat, juga dapat menimbulkan sejumlah masalah. Masalah yang mungkin timbul seiring dengan pengembangan pariwisata permandian, dapat berupa degradasi lingkungan, dimana pengunjung yang berdatangan ke permandian alam dapat meningkatkan tekanan terhadap lingkungan sekitar (Waluyo et al., 2022). Aktivitas manusia seperti

pembuangan sampah, penggunaan deterjen, dan pelepasan bahan kimia dapat merusak ekosistem alam, dan dapat mengganggu keseimbangan ekologis. Pengunjung yang tidak terkendali atau fasilitas yang tidak memadai dapat menyebabkan kerusakan pada vegetasi di sekitar permandian (Zingraff-Hamed et al., 2022). Peningkatan jumlah wisatawan ke permandian dapat mengakibatkan kepadatan yang tinggi di lokasi tersebut, mengakibatkan kemacetan lalu lintas, kekurangan tempat parkir, dan kerumunan manusia yang mengganggu. Komersialisasi yang berlebihan, menggeser budaya lokal asli dengan budaya wisata yang dibuat-buat (Zingraff-Hamed et al., 2022). Hal ini dapat mengancam keberlangsungan tradisi, kearifan lokal, dan identitas masyarakat setempat.

Peningkatan aktivitas pariwisata dapat memicu konflik antara komunitas lokal dengan pengelola pariwisata, antara pengelola dan pemerintah, atau antara wisatawan dengan penduduk setempat terkait klaim lahan, distribusi sumber daya, atau hak-hak penggunaan (Nurohman & Qurniawati, 2021). Meskipun pariwisata dapat memberikan sumber pendapatan tambahan bagi komunitas lokal, namun sering kali manfaat tersebut tidak merata dan hanya dinikmati oleh pihak tertentu saja. Hal ini dapat memperburuk ketimpangan ekonomi antara mereka yang terlibat dalam industri pariwisata dan mereka yang tidak. Dalam mengembangkan pariwisata permandian, penting untuk mempertimbangkan semua masalah ini dan merancang strategi pengelolaan yang berkelanjutan untuk meminimalkan dampak negatifnya sambil memaksimalkan manfaatnya bagi masyarakat setempat dan lingkungan (Hindersah et al., 2018). Meskipun demikian, industri pariwisata menghadapi tantangan persaingan yang sengit baik di tingkat internasional maupun domestik.

Pengelolaan dan promosi obyek wisata menjadi kunci dalam pengembangan pariwisata, memerlukan strategi taktis dan sistematis untuk mencapai tujuan organisasi. Permandian Tirta Jaya Puriasih di Kabupaten Konawe Selatan menjadi contoh di mana pemeliharaan dan promosi kurang optimal mengakibatkan penurunan kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat untuk mengembangkan potensi pariwisata yang ada saat ini. Strategi itu meliputi *something to see*, *something to buy*, dan *something to do*. Manajemen promosi menjadi krusial dalam mencapai tujuan organisasi, dengan penyusunan strategi yang sistematis dan berdasarkan analisis tujuan, kebijakan, dan program

## Metode

Metode penelitian yang diterapkan adalah deskriptif kualitatif dengan dasar pada paradigma postpositivisme. Pendekatan triangulasi digunakan untuk mengumpulkan data melalui berbagai teknik, seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi, dengan preferensi terhadap data yang bersifat kualitatif. Analisis data dilakukan secara induktif atau kualitatif. Seleksi informan dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan kepercayaan informan terhadap topik

penelitian dan relevansinya dengan perannya sebagai pemilik, pengelola, atau pengunjung lokasi wisata. Informan terdiri dari tiga kelompok: (1) pemilik tempat wisata, (2) karyawan/pengelola tempat wisata permandian berjumlah 3 orang, dan (3) pengunjung lokasi wisata yang berjumlah 5 orang. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan hingga data dianggap mencukupi. Proses analisis data mencakup pengumpulan, reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

## Hasil dan Pembahasan

### 1. *Something to see*

Daya tarik wisata pada suatu lokasi dapat menjadi strategi yang sangat efektif dalam pengembangan pariwisata. Daya tarik ini bisa berupa objek wisata alam, budaya, sejarah, atau aktivitas yang menarik perhatian wisatawan (Ćorluka et al., 2021). Pemilihan dan pengembangan daya tarik yang menonjol dapat membantu dalam meningkatkan minat dan kunjungan wisatawan, serta meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata (Shen et al., 2020).

Objek yang dapat dilihat dan diamati oleh wisatawan saat berada di lokasi wisata adalah permandian yang indah, terdapat patung, wahana anak-anak, kolam renang, toilet, rumah makan dan situasi yang nyaman. Permandian Tirta Jaya Puriasih bisa didapatkan oleh wisatawan yang berkunjung pada hari libur maupun hari-hari biasa, karena wisatawan akan dimanjakan dengan wahana-wahana yang ada di lokasi wisata. Hal itu diungkapkan oleh pemilik obyek wisata (MS, 34 tahun), berikut:

*“lokasi wisata terbilang cukup langka khususnya di Sulawesi Tenggara karena keunikan permandiannya, lokasi berada di tengah pemukiman masyarakat desa, memiliki air yang bersih, gazebo, toilet, rumah makan, kolam renang, dan kawasan yang nyaman.” (Hasil wawancara November 2023)*

**Gambar 1.** Lokasi Permandian Tirta Jaya Puriasih, 2023



Sumber : Dokumentasi Penulis (2023)

Daya tarik wisata yang cukup menonjol dapat menjadi faktor penentu dalam memilih destinasi wisata bagi para wisatawan. Keberadaan obyek wisata secara alami atau budaya dapat membuat destinasi tersebut menjadi tujuan yang diminati oleh banyak orang (Putri et al., 2021). Obyek wisata juga memberi dampak positif

bagi masyarakat khususnya warga desa karena dapat menghasilkan Usaha Makro Kecil dan Menengah (UMKM), hal tersebut diungkapkan salah seorang pengunjung (SA, 25 tahun) sebagai berikut:

*“obyek wisata memberikan dampak positif bagi masyarakat desa terutama bagi pelaku UMKM di desa, utamanya pelaku usaha bidang ketrampilan yang ada di desa seperti pembuatan anyaman yang dari rotan dan bambu berupa tikar, tirai, dan topi khas yang ada di desa.”(Hasil wawancara, November 2023)*

Kondisi yang diungkapkan oleh informan di atas belum dapat dikembangkan dengan baik, karena pengelola obyek wisata belum melakukan kerja sama dengan pihak terkait baik pemerintah desa maupun Pemerintah Daerah Kabupaten Konawe Selatan. Langkah strategi yang perlu dilakukan oleh pihak pengelola obyek wisata adalah mengembangkan aksesibilitas dan infrastruktur obyek wisata. Sarana dan prasarana obyek wisata dapat dilihat pada table berikut.

**Tabel 1.** Sarana dan Prasarana Objek Wisata

No	Sarana Prasarana	Kondisi
1.	Air	Sangat Baik
2.	Pagar Keliling	Baik
3.	Infrastruktur Permandian	Baik
4.	Listrik	Baik
5.	Jalan Raya	Baik
6.	Kantin	Baik
7.	Toilet	Baik

Sumber: Objek Wisata Tirta Puriasih, (2023)

Pemerintah bertanggung jawab atas pembangunan dan pemeliharaan infrastruktur yang mendukung aksesibilitas ke obyek wisata, seperti jalan, transportasi, dan fasilitas umum lainnya. Kerja sama dengan pemerintah dapat memastikan bahwa infrastruktur tersebut memadai dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Pemerintah dapat membantu dalam merancang dan melaksanakan program-program pengembangan ekonomi lokal. Ini termasuk pelatihan keterampilan bagi penduduk setempat, pengembangan usaha kecil dan menengah, serta promosi produk-produk lokal, yang semuanya dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat lokal.

Dengan demikian, kerja sama antara pengelola obyek wisata, pemerintah desa, dan pemerintah daerah sangatlah penting untuk mencapai pengelolaan yang berkelanjutan, pengembangan ekonomi lokal, dan meningkatkan pengalaman wisatawan secara keseluruhan (Shen et al., 2020). Oleh karena itu, *something to see* adalah elemen kunci dalam strategi pengembangan wisata yang berhasil, dan penting untuk mengidentifikasi, memelihara, dan mempromosikan daya tarik tersebut untuk meningkatkan daya saing dan daya tarik suatu destinasi wisata.

Permandian Tirta Jaya Puriasih untuk konteks ini sudah menyiapkan permandian yang indah, patung, wahana anak-anak, kolam renang, toilet, rumah makan dan situasi yang nyaman.

## 2. *Something to Buy*

Menyediakan kesempatan untuk berbelanja dapat membantu dalam diversifikasi pendapatan destinasi wisata. Selain dari pendapatan yang diperoleh dari tiket masuk atau layanan wisata lainnya, pengunjung juga memiliki kesempatan untuk membeli barang atau produk lokal yang unik atau khas dari daerah tersebut (Kakaria et al., 2023). Dapat memberdayakan pelaku usaha lokal, termasuk pengrajin, pedagang kaki lima, atau produsen barang-barang lokal. Hal ini dapat membantu dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat lokal serta mempromosikan keberlangsungan budaya dan kerajinan tradisional (Stefanidi et al., 2022).

Objek wisata Permandian Tirta Jaya Puriasih, saat ini baru menyediakan makanan dan minuman bagi wisatawan sambil menikmati permainan wahana dan orang-orang yang bermain. Pengunjung juga dapat menikmati jajanan kaki lima, makanan khas dari masyarakat Konawe Selatan seperti sinonggi, bagea dan kripik mete khas suku tolaki dan khas Jawa seperti lalapan dan lumpia. Selain itu tersedia pula gorengan, mie instan, dan makanan ringan lainnya. Strategi ini dinilai tidak cukup sehingga perlu dilakukan secara online. Hal itu telah diungkapkan oleh salah seorang karyawan pengelola obyek wisata (ND, 27 tahun), mengungkapkan bahwa:

*"strategi promosi lebih banyak dilakukan melalui media sosial dan media cetak. Promosikan obyek wisata baik itu menyangkut fasilitas dan apa saja yang bisa dibeli para pengunjung terutama makanan khas daerah. Rencana selanjutnya untuk kenyamanan pengunjung pengelola akan membuat souvenir khas daerah bekerjasama dengan pemerintah desa dan pemerintah daerah." (Hasil wawancara, November 2023)*

Kegiatan pengembangan obyek wisata ke depan, juga melibatkan para pedagang yang menjual mainan untuk anak-anak, menjual beberapa cenderamata yang ada di Konawe Selatan seperti kain tenun, baju adat tolaki, kerajinan perak dan perak-pernik. Begitu pula souvenir khas jawa seperti batik, wayang dan baju khas daerah jawa, dengan maksud untuk meningkatkan UMKM di Daerah Kabupaten Konawe Selatan. Bagi sebagian wisatawan, pengalaman berbelanja merupakan bagian penting dari liburan mereka. Membeli souvenir atau produk lokal di lokasi wisata dapat memberikan pengalaman berbelanja yang berkesan dan mengesankan, yang kemudian akan meninggalkan kesan positif yang lebih lama (Stefanidi et al., 2022).

Strategi *something to buy* dalam konteks pariwisata merujuk pada berbagai upaya untuk meningkatkan pendapatan dari pengunjung dengan menyediakan produk atau layanan yang dapat dibeli oleh mereka. Tanggapan pengunjung terhadap strategi ini bisa bervariasi tergantung pada beberapa faktor, termasuk kualitas produk atau layanan yang ditawarkan, harga yang ditetapkan, serta pengalaman keseluruhan yang mereka alami. Jika produk atau layanan yang

ditawarkan berkualitas, relevan dengan minat mereka, dan ditawarkan dengan harga yang wajar, banyak pengunjung akan merespons positif (Sohag et al., 2021). Mereka bisa merasa senang memiliki kesempatan untuk membeli sesuatu yang akan meningkatkan pengalaman mereka atau sebagai kenang-kenangan dari kunjungan mereka. Berikut ini adalah tanggapan salah seorang pengunjung (MY, 40 tahun), mengungkapkan:

*“pengunjung merespons terhadap strategi something to buy. Mereka bisa saja tidak terlalu tertarik untuk membeli produk atau layanan tambahan, tetapi juga tidak terganggu dengan adanya penawaran, karena objek wisata tetap menjadi fokus utama. Yang harus diperhatikan oleh pengelola obyek wisata adalah jangan sampai pengunjung merasa terganggu karena adanya souvenir yang ditawarkan tidak relevan dan kurang berkualitas.” (Hasil wawancara, November 2023)*

Pendapat para pengunjung wisata terhadap strategi *something to buy* dapat dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk preferensi pribadi, budaya, dan harapan mereka terhadap pengalaman wisata secara keseluruhan. Oleh karena itu, penting bagi pengelola objek wisata untuk memperhatikan umpan balik pengunjung dan menyesuaikan strategi penjualan mereka sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengunjung.

### 3. *Something to Do*

Strategi pengembangan obyek wisata permandian, langkah-langkah atau kegiatan yang tercakup dalam *something to do* (sesuatu yang harus dilakukan) memainkan peran penting dalam meningkatkan daya tarik dan memperkaya pengalaman wisatawan. Aktivitas yang menarik dan unik dapat meningkatkan daya tarik obyek wisata permandian (Lumbantobing & Susiana, 2023). Misalnya, kegiatan seperti pemandian dengan bahan tambahan alami atau tradisional, seperti minyak esensial atau tanaman obat, dapat menambah daya tarik dan meningkatkan pengalaman wisatawan.

Penyediaan berbagai kegiatan atau pengalaman, wisatawan memiliki lebih banyak opsi untuk dinikmati. Contohnya, selain mandi di kolam, pengembangan jalur hiking, area piknik, atau fasilitas spa juga dapat menjadi pilihan alternatif bagi wisatawan yang ingin menikmati liburan mereka. Hal ini diungkapkan oleh pemilik obyek wisata (MS, 34 tahun), berikut ini:

*“untuk bagian something to do kami memperkenalkan kegiatan atau atraksi yang melibatkan komunitas lokal dapat memberdayakan ekonomi lokal serta mempromosikan warisan budaya dan tradisi setempat. Misalnya, pelatihan lokal dalam seni tarian atau pertunjukan musik tradisional, pembuatan cenderamata (gantungan kunci, wayang, dan produk kue yang bisa dibawa pulang). Kegiatan tersebut dapat memberikan pendapatan tambahan kepada penduduk setempat.” (Hasil wawancara, November 2023)*

Menawarkan berbagai kegiatan dan layanan tambahan, obyek wisata permandian dapat meningkatkan pendapatan mereka. Wisatawan mungkin bersedia membayar lebih untuk pengalaman yang lebih lengkap dan memuaskan. Begitu pula dengan pembentukan identitas wisata yang unik dapat membantu membedakan obyek wisata permandian dari destinasi lainnya (Mihardja et al., 2023).

Hal ini membantu dalam membangun identitas khusus yang memikat wisatawan potensial dan meningkatkan daya saingnya di pasar pariwisata.

Selanjutnya hasil wawancara dengan pengunjung lainnya yaitu (SPS, 36 tahun), yang mengungkapkan bahwa :

*"promosi wisata ini betul-betul matang untuk di publikasikan ke masyarakat luar maupun di pemerintahan agar pengelola wisata permandian bisa melakukan renovasi terutama pada ada beberapa bagian wahana anak-anak. Selain itu perlu ada pengembangan tur alam yang disertai dengan pemahaman tentang ekosistem local dan upaya pelestarian alam."* (Hasil wawancara, November 2023)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan di atas, menunjukkan bahwa penting sekali bagi pengelola obyek wisata untuk memperluas basis pengunjung. Dengan menyediakan berbagai kegiatan yang menarik untuk berbagai kelompok usia, minat, dan kebutuhan, obyek wisata permandian dapat menarik lebih banyak jenis wisatawan, dari keluarga hingga pengunjung yang mencari petualangan. Selanjutnya mengintegrasikan kegiatan atau acara yang memperkenalkan budaya lokal, seperti festival, pameran seni, atau demonstrasi kerajinan tradisional, dapat memberikan pengalaman yang kaya dan mendalam kepada wisatawan tentang warisan budaya setempat (Ringas et al., 2022). Pengembangan kegiatan tambahan juga dapat mendorong pemeliharaan dan peningkatan infrastruktur yang ada, seperti fasilitas parkir yang lebih baik, aksesibilitas yang ditingkatkan, dan perawatan yang lebih baik terhadap lingkungan sekitar (Hauser et al., 2022).

Mempertimbangkan dan mengimplementasikan *something to do* dalam strategi pengembangan obyek wisata permandian, dapat membantu meningkatkan daya tarik, memperluas basis pengunjung, dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi wisatawan, serta memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi komunitas setempat.

## Kesimpulan

Strategi pengembangan obyek wisata permandian harus mencakup tiga aspek penting: *something to see*, *something to buy*, dan *something to do*. Setiap aspek ini memiliki peran yang berbeda dalam meningkatkan daya tarik dan pengalaman wisatawan, serta memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi komunitas lokal. Daya tarik wisata, baik alamiah maupun budaya, menjadi strategi yang efektif dalam mengembangkan pariwisata permandian. Objek yang menonjol dan menarik minat wisatawan dapat meningkatkan kunjungan dan pendapatan pariwisata pada objek wisata Permandian Tirta Jaya Puriasih adalah permandian yang indah, patung, wahana anak-anak, kolam renang, toilet, dan rumah makan.

Menyediakan kesempatan berbelanja produk lokal atau unik dapat membantu dalam diversifikasi pendapatan destinasi wisata. Produk lokal tidak hanya meningkatkan pendapatan, tetapi juga mempromosikan keberlanjutan budaya dan kerajinan tradisional. Dalam hal ini pihak pengelola obyek wisata sedang merencanakan pengembangan obyek wisata ke depan, dengan melibatkan para

pedagang mainan untuk anak-anak, menjual cenderamata yang ada di Konawe Selatan seperti kain tenun, baju adat tolaki, kerajinan perak dan pernik-pernik. Begitu pula souvenir khas jawa seperti batik, wayang dan baju khas daerah jawa, dengan maksud untuk meningkatkan UMKM di Daerah Kabupaten Konawe Selatan.

Keberhasilan dalam pengembangan obyek wisata sangat penting bagi pengelola. Untuk itu pengelola obyek wisata sudah merencanakan membuka kerjasama antara pengelola obyek wisata dengan pemerintah dan komunitas lokal. Karena itu pengelola obyek wisata sangat yakin bahwa dengan infrastruktur yang memadai, promosi yang efektif, dan pengembangan kegiatan yang menarik perlu diprioritaskan. Dengan mempertimbangkan dan mengimplementasikan semua aspek ini, obyek wisata permandian dapat menjadi tujuan yang diminati oleh banyak wisatawan, sambil memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat setempat.

## Referensi

- Adelikhah, M., Shahrokhi, A., Chalupnik, S., Tóth-Bodrogi, E., & Kovács, T. (2020). High level of natural ionizing radiation at a thermal bath in Dehloran, Iran. *Heliyon*, 6(7), e04297. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04297>
- Afrić Rakitovac, K., & Urošević, N. (2023). Stakeholders' Perspectives on Post-Pandemic Sustainable Tourism Development. *Tourism*, 71(1), 193–210. <https://doi.org/10.37741/t.71.1.12>
- Ćorluka, G., Vitezić, V., & Peronja, I. (2021). The Temporal Dimension of Tourist Attraction. *Tourism*, 69(3), 443–453. <https://doi.org/10.37741/t.69.3.9>
- Hauser, H., Beisswenger, C., Partarakis, N., Zabulis, X., Adami, I., Zidianakis, E., Patakos, A., Patsiouras, N., Karuzaki, E., Foukarakis, M., Tsoi, A., Qammaz, A., Argyros, A., Cadi, N., Baka, E., Thalmann, N. M., Olivias, B., Makrygiannis, D., Glushkova, A., ... Panesse, L. (2022). Multimodal Narratives for the Presentation of Silk Heritage in the Museum. *Heritage*, 5(1), 461–488. <https://doi.org/10.3390/heritage5010027>
- Hindersah, R., Handyman, Z., Indriani, F. N., Suryatmana, P., & Nurlaeny, N. (2018). JOURNAL OF DEGRADED AND MINING LANDS MANAGEMENT Azotobacter population, soil nitrogen and groundnut growth in mercury-contaminated tailing inoculated with Azotobacter. *J. Degrade. Min. Land Manage*, 5(53), 2502–2458. <https://doi.org/10.15243/jdmlm>
- Kakaria, S., Saffari, F., Z. Ramsøy, T., & Bigné, E. (2023). Cognitive load during planned and unplanned virtual shopping: Evidence from a neurophysiological perspective. *International Journal of Information Management*, 72(November 2022), 102667. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102667>
- Kuba, D., & Guntara, F. (2021). MICE's Human Resources Development Strategy in Increasing the Competitiveness of the Event Organizer in South Sulawesi.

- Jurnal Ad'ministrare*, 8(1), 69. <https://doi.org/10.26858/ja.v8i1.18176>
- Lumbantobing, N. S., & Susiana. (2023). Confirmatory Factor Analysis to Measure the Satisfaction Level of Air Soda Tourists in North Tapanuli. *Formosa Journal of Science and Technology*, 2(2), 475–492. <https://doi.org/10.55927/fjst.v2i2.2859>
- Mahardika, G. (2022). DESA CANDIKUNING SEBAGAI DAYA TARIK WISATA TERHADAP KESUCIAN PURA ULUN DANU BERATAN. *Widya Sandhi: Jurnal Kajian Agama, Sosial Dan Budaya*, 13(1), 1–18. <https://doi.org/10.53977/ws.v13i1.494>
- Mihardja, E. J., Alisjahbana, S., Agustini, P. M., Sari, D. A. P., & Pardede, T. S. (2023). Forest wellness tourism destination branding for supporting disaster mitigation: A case of Batur UNESCO Global Geopark, Bali. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 11(1), 169–181. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2023.01.003>
- Morante-Carballo, F., Apolo-Masache, B., Taranto-Moreira, F., Merchán-Sanmartín, B., Soto-Navarrete, Lady, Herrera-Franco, G., & Carrión-Mero, P. (2023). Geo-Environmental Assessment of Tourist Development and Its Impact on Sustainability. *Heritage*, 6(3), 2863–2885. <https://doi.org/10.3390/heritage6030153>
- Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2021). Strategi Pengembangan Desa Wisata Menggoro Sebagai Wisata Halal. *Among Makarti*, 14(1), 1–14. <https://doi.org/10.52353/ama.v14i1.200>
- Praptiwi, R. A., Setia, T. M., Wulandari, P., Sainal, S., Subroto, D. C. J., Cholifatullah, F., Agnia, A. W., & Sugardjito, J. (2023). PENINGKATAN MATERI EDUKASI BIODIVERSITAS EKOSISTEM PESISIR DAN LAUT DI TAMBOLONGAN DAN POLASSI, KABUPATEN KEPULAUAN SELAYAR, SULAWESI SELATAN. *Jurnal Pengabdian Masyarakat AbdiMas*, 9(04). <https://doi.org/10.47007/abd.v9i04.6517>
- Putri, D. A., Susilowati, M. H. D., & Semedi, J. M. (2021). Tourist Attraction and Tourist Motivation in The Patuha Mountain Area, West Java. *Indonesian Journal of Geography*, 53(1), 95–102. <https://doi.org/10.22146/ijg.52415>
- Ringas, C., Tasiopoulou, E., Kaplanidi, D., Partarakis, N., Zabulis, X., Zidianakis, E., Patakos, A., Patsiouras, N., Karuzaki, E., Foukarakis, M., Adami, I., Cadi, N., Baka, E., Thalmann, N. M., Makrygiannis, D., Glushkova, A., Manitsaris, S., Nitti, V., & Panesse, L. (2022). Traditional Craft Training and Demonstration in Museums. *Heritage*, 5(1), 431–459. <https://doi.org/10.3390/heritage5010025>
- Shen, S., Sotiriadis, M., & Zhang, Y. (2020). The Influence of Smart Technologies on Customer Journey in Tourist Attractions within the Smart Tourism Management Framework. *Sustainability*, 12(10), 4157. <https://doi.org/10.3390/su12104157>
- Sohag, K., Riad Shams, S. M., Darusalam, D., & Devalle, A. (2021). Information digitalisation and local institutional agility: evidence from ASEAN countries.

- Technological Forecasting and Social Change*, 172, 121063.  
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121063>
- Stefanidi, E., Partarakis, N., Zabulis, X., Adami, I., Ntoa, S., & Papagiannakis, G. (2022). Transferring Traditional Crafts from the Physical to the Virtual World: An Authoring and Visualization Method and Platform. *Journal on Computing and Cultural Heritage*, 15(2), 1–24. <https://doi.org/10.1145/3484397>
- Waluyo, W., Nurohman, Y. A., Safitri, L. A., & Qurniawati, R. S. (2022). Potensi Pengembangan Wisata Halal di Wisata Religi Desa Menggoro Untuk Menunjang Ekonomi Kerakyatan. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 13(2), 171–179. <https://doi.org/10.31294/khi.v13i2.14413>
- Yudhasesa, N. R., Aliyah, I., & Yudana, G. (2020). Pengaruh jejaring industri lurik terhadap pengembangan Desa Wisata Tenun Tradisional Tlingsing, Klaten. *Region : Jurnal Pembangunan Wilayah Dan Perencanaan Partisipatif*, 15(2), 243. <https://doi.org/10.20961/region.v15i2.24138>
- Zingraff-Hamed, A., George, F. N., Lupp, G., & Pauleit, S. (2022). Effects of recreational use on restored urban floodplain vegetation in urban areas. *Urban Forestry and Urban Greening*, 67, 127444. <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2021.127444>