
ARTICLE

Strategi Pengembangan Objek Wisata Puncak Mas dalam Upaya Meningkatkan PAD Kota Bandar Lampung

Erista Nanda Putri¹, Noverman Duadji², Intan Fitri Meutia³

^{1,2,3} Jurusan Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung

How to cite: Putri, E.P., Duadji, N., Meutia, I.F., (2022). Strategi Pengembangan Objek Wisata Puncak Mas dalam Upaya Meningkatkan PAD Kota Bandar Lampung. *Administrativa* (4) 3

Article History

Received: 2 Juni 2022

Accepted: 21 Desember 2022

Keywords:

Strategy, PAD, Tourism Objects, SWOT Analysis

ABSTRACT

Each region has its own potential, an increase in regional original income and can increase regional financial capacity, but if there is a decline it will cause economic instability. Therefore, it is necessary to take advantage of local revenue sources, one of which is through tourism as described in Regulation the Bandar Lampung City No. 03 of 2017 article 3 which contains that the regulation of tourism is intended for tourism development as an effort to increase local revenue. This study aims to determine the strategy of the Regional Tax and Levy Management Agency of Bandar Lampung City in increasing regional Original Income through Puncak Mas Tourism Object and identifying the supporting and inhibiting factors. The method used is qualitative with SWOT analysis tools and descriptive analysis. Data collection techniques in the form of interviews, observation and documentation. Based on the results of data analysis and discussion, it can be identified the factors, strengths, weaknesses, opportunities and threats as outlined in the SWOT matrix. There are six BPPRD strategies that play a role in increasing PAD through Puncak Mas Tourism Object, namely: 1. Running the Tax Intensification Program, 2. Conducting Taxpayer Data Collection, 3. Increasing Taxpayer Counseling, 4. Increase cooperation with the business world. 5. innovate between the service and the private sector to form new programs, 6. Optimizing tax collection, 7. Increasing supervision of tax targets, 8. Reducing or discounting tax collection

ABSTRAK

Sustainable Setiap daerah memiliki potensinya tersendiri, peningkatan dalam penerimaan Pendapatan Asli Daerah serta dapat meningkatkan kemampuan keuangan daerah, namun jika terjadi penurunan maka akan menyebabkan ketidakstabilan perekonomian, oleh karena itu perlu memanfaatkan sumber penerimaan daerah salah satunya melalui pariwisata sebagaimana dijelaskan dalam Perda Kota Bandar Lampung No. 03 Tahun 2017 pasal 3 yang berisi bahwa Pengaturan kepariwisataan dimaksudkan untuk pembangunan kepariwisataan merupakan upaya meningkatkan pendapatan asli daerah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Bandar Lampung dalam meningkatkan Pendapatan Asli daerah melalui Objek Wisata Puncak Mas serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambatnya. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan alat analisis SWOT dan analisis deskriptif.

Kata Kunci:

Implementasi, Covid-19, Pendidikan

* Corresponding Author

Email : eristanandaputri@gmail.com

Teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Berdasarkan Hasil analisis data dan pembahasan maka dapat teridentifikasi faktor yang menjadi, kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dituangkan dalam matrik SWOT. Terdapat enam strategi BPPRD yang berperan dalam peningkatan PAD melalui Objek Wisata Puncak Mas yaitu: 1. Menjalankan Program Intensifikasi Pajak, 2. Melakukan Pendataan Wajib pajak, 3. Meningkatkan Penyuluhan Wajib Pajak, 4. Meningkatkan kerjasama dengan dunia usaha. 5. melakukan inovasi antara pihak dinas dan swasta untuk membentuk program baru, 6. Mengoptimalkan pemungutan Pajak, 7. Melakukan peningkatan pengawasan target pajak, 8. Melakukan pengurangan atau diskon terhadap pemungutan Pajak.

A. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata diharapkan dapat membantu meningkatkan pendapatan suatu negara, yang nantinya dapat digunakan untuk mengembangkan potensi daerah dan dapat meningkatkan pembangunan daerah yang lebih baik. Meningkatnya perekonomian daerah disebabkan oleh banyaknya kunjungan wisatawan ke objek pariwisata. Oleh karena itu Pengelola objek wisata dituntut untuk melakukan pengembangan pada obyek wisata agar dapat memiliki daya tarik tersendiri.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung No. 03 Tahun 2017 Tentang Kepariwisata pasal 3 yang berisi bahwa Pengaturan kepariwisataan dimaksudkan untuk pembangunan kepariwisataan, upaya meningkatkan pendapatan asli daerah, peluang lapangan kerja dan kesempatan berusaha bagi masyarakat sekitar guna peningkatan kesejahteraannya.

Menurut (Meutia dkk, 2019) pembangunan dan pengembangan kepariwisataan memiliki dampak yang sangat luas dan signifikan bagi perkembangan perekonomian, upaya-upaya pelestarian lingkungan dan sumber daya alam, serta berdampak kepada kehidupan sosial budaya masyarakat setempat. Oleh karena itu perlu pengelolaan wisata yang maksimal.

Provinsi Lampung memiliki berbagai macam objek wisata diantaranya wisata alam, wisata buatan, dan wisata sejarah, yang apabila dikelola dan dikembangkan dengan baik maka akan menjadi tujuan wisata yang menarik untuk dikunjungi. Keberagaman objek wisata di Kota Bandar Lampung memiliki potensi yang dapat dikembangkan seperti Objek Wisata Puncak Mas. Puncak Mas merupakan objek wisata yang dikelola oleh satu keluarga besar, yang mana pemilik objek wisata ini (*Owner*) adalah Bapak Thomas Aji yang dibuka pada akhir tahun 2016. Objek Wisata Puncak Mas awalnya hanya sebuah rumah keluarga yang memiliki pemandangan pegunungan dan pemandangan kota, Puncak Mas yang terletak di Sukadanaham Bandar Lampung dan mempunyai daya tarik sendiri sebagai objek wisata. Puncak Mas merupakan tempat wisata tertinggi di Bandar Lampung dengan harga tiket masuk Rp.20.000 dan memberikan pemandangan yang indah terlebih lagi ketika sore menjelang malam wisatawan yang datang semakin banyak karena banyak yang ingin menikmati pemandangan tata kota ketika malam yang tidak semua obyek wisata miliki serta berbagai macam spot foto yang bagus dan fasilitas pendukung lainnya. Seluruh fasilitas yang disediakan oleh objek wisata Puncak Mas dilakukan untuk meningkatkan daya tarik serta meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Puncak Mas. Puncak Mas memiliki 20 kamar penginapan, resto atau rumah makan serta cafe.

Tabel 1 Data Jumlah wisatawan Objek Wisata Kota Bandar Lampung

Tahun	Jumlah Wisatawan Nusantara	Jumlah Wisatawan Mancanegara	Total
2019	1.064.493	22.218	1.086.711
2020	674.800	1.127	676.017
2021	861.900	2.431	864.331

Sumber data : Data Jumlah Wisatawan (Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung tahun,2021)

Tabel 2 Jumlah Pengunjung Objek Wisata Puncak Mas

Bulan	2019	2020	2021
Januari	264	262	192
Feb	180	53	242
Maret	202	88	224
April	252	Tutup	143
Mei	61	Tutup	151
Juni	663	77	190
Juli	524	136	188
Agustus	183	226	154
Sept	140	219	168
Oktober	254	156	155
Nov	378	147	-
Des	1461	212	-
TOTAL	4562	1576	1807

Sumber Data : Data jumlah pengunjung 2019-2021 (Objek Wisata Puncak Mas,2021)

Pengembangan suatu objek wisata adalah pertumbuhan jumlah wisatawan yang berkunjung karna dengan peningkatan jumlah pengunjung secara tidak langsung diikuti perkembangan sarana dan prasarana pendukung pariwisata, pembangunan wilayah yang sesuai dengan kebutuhan pelayanan bagi wisatawan. Dapat dilihat dari jumlah data pengunjung objek wisata Puncak Mas mengalami naik turun jumlah pengunjung setiap bulannya hal tersebut menunjukkan bahwa potensi yang dimiliki objek wisata Puncak mas belum di kelola secara optimal.

Setiap Pariwisata memiliki kontribusi terhadap PAD melalui pajak yang dibayarkan. Pajak yang dihasilkan dalam Pariwisata terbagi menjadi 4 yaitu, pajak hotel, pajak hiburan, pajak restoran atau rumah makan, dan pajak parkir. Puncak mas memiliki beberapa Objek pajak yang memiliki kontribusi untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandar Lampung.

- Pajak hiburan berkontribusi 15% dari jumlah pendapatan tiket.
- Pajak resto atau rumah makan berkontribusi 10% dari jumlah pendapatan resto dan.

- c. Pajak penginapan berkontribusi 10%+service charge dari jumlah pendapatan penginapan.

Tabel 3 Pendapatan asli daerah yang dihasilkan dari Objek wisata puncak Mas

Tahun	Target	Realisasi	%
2019	Rp.137.400.000	Rp.77.800.468	43,37%
2020	Rp.137.400.000	Rp.31.799.864	23,14%
2021 (jan- Okt)	Rp. 137.400.000	Rp. 35.794.990	26,55%

Sumber Data: Data Laporan Realisasi anggaran PAD 2019-2021 (Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Bandar Lampung, 2021)

PAD memiliki peran penting dalam pembiayaan pembangunan di setiap daerah. Berdasarkan pada potensi yang dimiliki setiap daerah, peningkatan dalam penerimaan PAD ini akan dapat meningkatkan kemampuan keuangan daerah. Seiring dengan perekonomian daerah yang semakin terintegrasi dengan perekonomian nasional dan internasional, serta dengan keadaan seperti saat ini dengan penyebaran covid 19 pada tahun 2019 sampai tahun 2020 dimana menyebabkan ketidakstabilan perekonomian negara, maka kemampuan daerah dalam mengoptimalkan pemanfaatan sumber-sumber penerimaan PAD menjadi sangat penting, salah satunya adalah pariwisata. Peningkatan PAD membuat pemerintah harus memiliki rencana atau rancangan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang ingin dicapai, mulai dari kegiatan, anggaran, indeks capai kinerja dan lain sebagainya dengan begitu maka diperlukan intervensi keahlian yang dapat disebut manajemen strategi. Manajemen Strategi merupakan suatu pengumpulan tindakan yang menyebabkan perumusan dan pelaksanaan rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan organisasi (Pearch, 1997). Dalam menjalankan rencana atau rancangan manajemen strategi sektor publik menggunakan alat yang dinamakan Analisis SWOT.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Strategi Pengembangan Objek Wisata Puncak Mas Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandar Lampung”.

Mengikuti penjelasan dari latar belakang yang diberikan di atas, pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi BPPRD (Badan Pengelola Pajak dan Restribusi Daerah) dalam upaya meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandar Lampung melalui Objek Wisata Puncak Mas?
2. Apa sajakah Faktor pendorong dan penghambat BPPRD (Badan Pengelola Pajak dan Restribusi Daerah) dalam menjalankan strategi untuk meningkatkan PAD melalui Objek Wisata Puncak Mas?

B. TINJAUAN PUSTAKA

Setiap organisasi Negara harus memiliki rancangan atau rencana untuk mencapai suatu tujuan dan sasaran, mulai dari kegiatan, anggaran, indeks capaian kinerja utama, indeks capai kinerja khusus dan lain sebagainya, dengan begitu maka diperlukan interpersi keahlian yang dapat disebut dengan manajemen, termasuk manajemen strategi.

Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah pengumpulan tindakan yang mengakibatkan perumusan strategi dalam pelaksanaan rencana yang telah di buat untuk mencapai suatu tujuan organisasi yang ingin dicapai. (Pearch, 1997). Proses manajemen strategis yaitu dengan menentukan hal apa yang ingin dilakukan dengan para pencari strategi untuk mencapai sasaran dan pengambilan keputusan. Manajemen strategi terdapat manajemen strategi sektor publik. Manajemen sektor publik yaitu manajemen strategi sektor publik artinya mengarahkan organisasi sektor publik membuat rancangan rencana manajemen dengan mempertimbangkan beberapa faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam organisasi melalui suatu alat manajemen strategik yaitu analisis SWOT. Analisis SWOT berusaha menganalisis faktor pendukung dan faktor penghambat yang ada dalam organisasi kemudian berusaha menerjemakannya kedalam suatu strategi utama untuk mencapai visi misi dan tujuan organisasi (Buwono, 2007).

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT (Rangkuti, 2006). terdapat 4 strategi dalam analisis SWOT yaitu

1. Strategi SO
2. Startegi ST
3. Strategi WO
4. Strategi WT

C. METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Fokus Penelitian ini yaitu:

1. Strategi atau Upaya-upaya yang dilakukan oleh BPPRD kota Bandar Lampung dalam meningkatkan PAD melalui Objek wisata Puncak Mas.
2. Faktor-faktor yang mendorong dan menghambat dalam upaya peningkatan PAD.

Dalam Penelitian ini untuk mengetahui strategi yang dilakukan menggunakan alat analisis swot lalu mengidentifikasi faktor pendorong dan penghambat dengan menggunakan analisis deskriptif.

Situs penelitian ini adalah pada instansi Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Bandar Lampung dan Objek Wisata Puncak Mas Sukadanahan Bandar Lampung.

Dalam rangka mendapatkan data sesuai dengan fokus penelitian, peneliti melakukan wawancara,observai dan dokumentasi lalu data akan dianalisa menggunakan alat analisis SWOT serta analisis deskriptif.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi dan perkembangan objek wisata Puncak Mas Sukdanaham

Objek wisata Puncak Mas merupakan salah satu Objek Wisata tertinggi di Kota Bandar Lampung. Objek Wisata Puncak Mas memiliki berbagai fasilitas yaitu:

1. Rumah makan
2. Penginapan
3. Rumah Makan
4. Mushola
5. Toilet
6. Tempat duduk
7. Gazebo
8. Rumah pohon

Fasilitas yang tersedia tersebut maka akan menjadi hal yang dapat menarik dan memikat para wisatawan nasional maupun mancanegara sehingga pengunjung Objek Wisata Puncak Mas meningkat dan dapat pula meningkatkan PAD yang dihasilkan, Selain itu dari banyaknya fasilitas pada Objek Wisata Puncak mas maka terdapat 3 Objek Pajak yaitu, pajak hiburan, pajak hotel dan pajak rumah makan.

Ada Keterkaitan antara sektor pariwisata dan sekor perpajakan, adalah didalam sektor pariwisata terdapat sarana penunjang wisata yaitu Objek wisata, Hotel dan restoran, sarana hiburan serta keanekaragaman seni dan budaya. Ketiga Objek Pajak tersebut merupakan keterkaitan antara sektor pariwisata dengan sektor perpajakan yang dihasilkan objek wisata puncak mas. Dari setiap penggunaan sarana wisata tersebut akan dikenakan pajak pada para penggunanya lalu dibayarkan kepada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah untuk masuk kedalam Pendapatan Asli Daerah Kota Bandar Lampung.

Tabel 4 Pajak Hiburan Objek Wisata Puncak Mas Tahun 2019 dan 2020

Bulan	2019	2020	2021
Januari	Rp. 790.230	Rp.786.000	Rp.576.000
Febuari	Rp. 538.200	Rp.159.120	Rp. 725.200
Maret	Rp. 605.880	-	Rp. 820.980
April	Rp. 755.250	-	Rp. 430.550
Mei	Rp. 182.520	-	Rp. 455.000
Juni	Rp.1.989.000	-	Rp.570.420
Juli	Rp. 1.572.000	-	Rp. 565.520
Agustus	Rp. 549.000	Rp.678.000	Rp. 462.000
Sep	Rp. 420.000	Rp.657.000	Rp. 504,000
Oktober	Rp. 462.000	Rp.468.000	Rp. 465.000
Nov	Rp. 1.134.000	Rp. 441.000	-
Des	Rp. 4.383.000	Rp.636.000	-
TOTAL	Rp. 13.381.080	Rp.3.825.120	Rp. 6.188.650

Sumber: Data PAD hiburan Puncak Mas 2019-2021 (BPPRD Kota Bandar Lampung, 2021)

Tabel 5 Pendapatan Pajak Hotel Objek Wisata Puncak Mas

Bulan	2019	2020	2021
Januari	Rp. 943.400	Rp. 580.000	Rp. 525.000
Februari	Rp.530.400	Rp.173.400	Rp.710.400
Maret	Rp. 601.800	-	Rp. 670.500
April	Rp.296.800	-	Rp. 496.200
Mei	Rp.260.000	-	Rp. 290.000
Juni	Rp.1.295.000	-	Rp.301.800
Juli	Rp.410.000	-	Rp. 255.000
Agustus	Rp.220.000	Rp.520.000	Rp.231.100
Sept	Rp.290.000	Rp.360.000	Rp. 396.400
Oktober	Rp.420.000	Rp.340.000	Rp.290.000
Nov	Rp.490.000	Rp.580.000	-
Des	Rp.1.510.000	Rp.475.500	-
TOTAL	Rp.7.742.900	Rp.3029.900	Rp. 4.166.500

Sumber: Data PAD Hotel Puncak Mas (BPPRD,2021)

Tabel 6 PendapatanPajak RM Objek Wisata Puncak Mas

Bulan	2019	2020	2021
Januari	Rp. 5.801.274	Rp. 7.497.600	Rp. 2.859.000
Februari	Rp.2.974.400	Rp.2.802.960	Rp. 2.530.500
Maret	Rp.1.197.480	Rp.1.404.300	Rp.3.199.882
April	Rp.6.571.584	-	Rp. 2.140.200
Mei	Rp.1.356.472	-	Rp. 2.320.500
Juni	Rp.6.690.078	Rp.917.184	Rp. 1.982.578
Juli	Rp.3.908.800	Rp.1.842.600	Rp. 1.956.400

Agustus	Rp.2.590.400	Rp.4.088.300	Rp. 2.410.400
September	Rp.4.559.000	Rp.1.227.900	Rp. 3.099.900
Oktober	Rp.3.119.700	Rp.2.116.500	Rp. 2.895.480
November	Rp.4.656.000	Rp.1.472.500	-
Desember	Rp.13.251.300	Rp.1.575.000	-
TOTAL	Rp.56.676.488	Rp.24.944.844	Rp. 25.394.840

Sumber : Data PAD RM Puncak Mas (BPPRD,2021)

Berdasarkan data pendapatan pajak yang dikontribusikan PAD Objek Wisata Puncak Mas Kota Bandar Lampung memiliki peluang yang cukup, karna dalam satu tempat wisata menghasilkan 3 target pajak, yaitu terdapat pajak hiburan, pajak resto dan pajak hotel. Pendapatan Pajak yang dihasilkan Puncak Mas bergantung pada jumlah pendapatan keseluruhan dari masing-masing target pajak yang akan dikontribusikan kepada PAD sesuai ketentuan. Semakin Besar Pendapatan keseluruhan maka semakin besar pula yang akan dikontribusikan ke PAD Kota Bandar Lampung. Namun terdapat beberapa faktor atau kendala yaitu bahwa terjadi kenaikan dan penurunan disetiap bulannya terutama di tahun 2020 dibulan maret sampai juli BPPRD tidak melakukan pemungutan terhadap Pajak hiburan dan pajak resto namun melakukan pemungutan pajak hotel hanya saja dibulan Mei-Juni, pajak hotelpun tidak dilakukan pemungutan dikarenakan pandemi covid 19

Analisis SWOT Puncak MAS

Analisis SWOT yaitu mengidentifikasi faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, (Rangkuti, 2006). SWOT memiliki kepanjangan yaitu *Strength* (kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (peluang), *Threats* (ancaman). Hal ini didasarkan dengan memanfaatkan serta mengoptimalkan.

Kekuatan dan peluang yang ada dan meminimalkan kelemahan dan ancamannya. Dalam penyusunan strategi pengembangan objek wisata puncak mas sukadanaham peneliti melakukan identifikasi *Strenght*, *Weakness*, *ppportunity* dan theTarts sebagai berikut:

Tabel 7. Matrik Faktor internal dan eksternal Objek Wisata Puncak Mas

Faktor internal	Faktor eksternal
1. Kekuatan (<i>strenghts</i>)_	3.Peluang (<i>opportunity</i>)
A.Objek Wisata Puncak mas merupakan Objek wisata tertinggi	A.Objek Wisata Puncak Mas Memiliki Potensi lahan yang luas dan dapat dikembangkan
B. Jarak tempuh Objek Wsiata yang dekat dengan kota	B. Memiliki 3 Objek Pajak
C. memiliki spot foto dan fasilitas memadai	C. Tingkat Aksesibilitas mudah
	D. Pelaksanaan Otonomi Daerah

2.Kelemahan (<i>weakness</i>)	4. Ancaman (<i>Thearts</i>)
A. Promosi Objek Wisata yang masih kurang.	A.Jumlah Objek Wisata terus bertambah dengan daya tarik lebih
B. kesadaran wajib pajak yang kurang	B. Meningkatnya peraturan pemerintah
C. Keadaan jalan yang kurang baik	

Sumber: Diolah oleh peneliti

Tabel 7 tersebut merupakan hasil identifikasi peneliti dengan analisis SWOT, selanjutnya peneliti melakukan hitungan bobot rating dan score sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Pembobotan Analisis Faktor internal Objek Wisata Puncak Mas

No	Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
<i>STRENGHT</i>				
1	Objek Wisata Puncak mas merupakan Objek wisata tertinggi	0,18	3,00	0,55
2	Jarak tempuh Objek Wsiata yang dekat dengan kota	0,15	3,50	0,53
3	memiliki spot foto dan fasilitas memadai	0,18	4,00	0,73
Jumlah Skor <i>strenght</i>				1,81
<i>WEAKNESS</i>				
1	Promosi Objek Wisata yang masih kurang.	0,15	3,00	0,45
2	kesadaran wajib pajak yang kurang	0,15	3,00	0,45
3	Keadaan jalan yang kurang baik	0,18	3,00	0,55
Jumlah Skor <i>Weakness</i>				1,45
TOTAL				3,14

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2021

Tabel 9. Hasil pembobotan Analisis Faktor Eksternal Objek wisata puncak Mas

No	Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
<i>OPPORTUNITY</i>				
1	Objek Wisata Puncak Mas Memiliki Potensi lahan yang luas dan dapat dikembangkan	0,12	2,00	0,24

2	Memiliki 3 Objek Pajak	0,19	3,00	0,57
3	Tingkat Aksesibilitas mudah	0,16	3,00	0,48
4	Pelaksanaan otonomi daerah	0,16	3,00	0,48
Total skor <i>opportunnity</i>				1,77
Threats				
1.	Jumlah Objek Wisata dengan daya tarik lebih makin bertambah	0,19	3,50	0,665
2	Meningkatnya peraturan pemerintah	0,19	3,50	0,665
Jumlah Skor <i>Weakness</i>				1,33
TOTAL		1,00	3,10	

Berdasarkan perolehan perhitungan yang dilakukan melalui hasil Pembobotan, diperoleh nilai akhir dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman seperti terlihat pada tabel berikut:

No	Uraian	Nilai
1.	Faktor internal	
	A. <i>Strenght</i> (kekuatan)	1,81
	B. <i>Weakness</i> (kelemahan)	1,45
2	Faktor Eksternal	
	A. <i>Opportunity</i> (Peluang)	1,77
	B. <i>Threats</i> (Ancaman)	1,33
Sumber : Dibuat oleh peneliti, 2021		

Setelah mengetahui matrik IFA dan EFA dan juga mengetahui susunan dari faktor-faktor internal juga eksternal Objek wisata puncak mas serta BPPRD Kota Bandar Lampung maka selanjutnya diketahui posisi Objek Wisata puncak Mas Dalam kuadran SWOT:

X = total skor (S) – total skor (W) (1,81-1,45)

Y = total skor (O) – total skor (T) (1,77-1,33)

Dimana :

Objek Wisata Puncak Mas

X = 0.36 (S,W)

Y = 0,44 (O,T)



Berdasarkan gambar diatas menunjukan bahwa titik potong (0,36;0,44) berada pada kuadran I dimana situasi tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang agar dapat meningkatkan pertumbuhan Objek Wisata Puncak Mas. dengan memanfaatkan Fasilitas yang memadai, view view pemandangan kota dan laut, jarak wisata yang dekat dengan Kota Bandar Lampung serta peluang yang dimiliki yaitu pintu akses yang mudah menuju lokasi, memiliki sisa lahan yang luas dan dapat dikembangkan, memiliki 3 objek atau target pajak serta adanya pelaksanaan otonomi daerah, Strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan yang agresif.

Strategi Pengembangan Objek Wisata Puncak Mas Dalam Meningkatkan Pad Kota Bandar Lampung

1. Strategi SO (Strenght and opportunities)
 - a. Peningkatan potensi wisata dengan memanfaatkan lahan untuk menciptakan objek hiburan baru yang akan menarik perhatian para wisatawan.
 - b. Meningkatkan fasilitas Objek wisata puncak dengan penambahan spot-spot hiburan baru yang menarik.
2. Strategi WO (weakness opportunnity)
 - a. Memperbaiki akses jalan menuju objek Wisata Puncak Mas dengan melakukan kerjasama atau diskusi kepada pemerintah Kota agar memberi kemudahan dan kenyamanan para pengunjung dan wisatawan dalam perjalanan menuju lokasi.
 - b. Memanfaatkan otonomi daerah untuk mengelola potensial dan objek wisata yang menarik.
3. Strategi ST (Strength and Threat)
 - a. Meningkatkan pengembangan Wisata dengan memanfaatkan lahan untuk dibangun agrowisata.
 - b. Mengoptimalkan potensi alam dan keunggulan serta keunikan yang dimiliki objek wisata puncak mas.
4. Strategi WT (Weakness and Threat).
 - a. Meningkatkan promosi tentang Objek wisata puncak mas agar menarik perhatian wisatawan.
 - b. Melakukan pemeliharaan terhadap daya tarik yang dimiliki khususnya bagi

Tabel 10. Matriks SWOT OBJEK WISATA PUNCAK MAS

FAKTOR INTERNAL	Strengths (Kekuatan) A. Objek wisata tertinggi B. Jarak tempuh dekat dengan kota C. memiliki spot foto dan fasilitas memadai	Weakness (Kelemahan) A. Promosi Objek Wisata yang masih kurang. B. kesadaran wajib pajak yang kurang. C. Keadaan jalan yang kurang baik
FAKTOR EKSTERNAL		
Opportunity (peluang) A. Potensi lahan yang luas B. Memiliki 3 Objek Pajak C. Tingkat Aksesibilitas mudah D. Pelaksanaan otonomi daerah	Srategi S-O: A Menggali Potensi Objek Wisata Puncak mas untuk menciptakan daya tarik tersendiri B. Meningkatkan fasilitas Objek wisata puncak dengan penambahan spot-spot hiburan baru yang menarik	Strategi W-O: A. Memperbaiki akses jalan menuju objek Wisata Puncnak Mas. B. Memanfaatkan otonomi daerah untuk mengelola potensi alam dan objek wisata yang menarik
Treaths (T) A. Jumlah Objek Wisata terus bertambah dengan daya tarik lebih B. Meningkatnya peraturan pemerintah	Strategi S-T: A. Meningkatkan pengembangan Wisata dengan memanfaatkan lahan untuk dibangun agrowisata B. Mengoptimalkan potensi alam dan keunggulan serta keunikan yang dimiliki objek wisata puncak mas	Strategi W-T A. Meningkatkan promosi tentang Objek wisata puncak mas agar menarik perhatian wisatawan B. Melakukan pemeliharaan terhadap daya tarik yang dimiliki khususnya bagi masyarakat yang bertempat tinggal disekitar kawasan wisata

Sumber: Dibuat oleh peneiti, 2021

ANALISIS SWOT BPPRD

TABEL 11. ANALISIS FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL BPPRD

Fakor internal	faktor eksternal
----------------	------------------

KEKUATAN A. Adanya wewenang untuk menggali sumber penerimaan baru B. Objek wisata Puncak mas memiliki fasilitas yang memadai	KELEMAHAN A. kesadaran wajib pajak yang kurang. B. Penagihan piutang sulit tertagih
PELUANG A. Memiliki 3 Objek Pajak yang dapat di kontribusikan terhadap PAD B. Pelaksanaan Otonomi Daerah	ANCAMAN A. Meningkatnya peraturan pemerintah B. Pandemi menyebabkan perekonomian menurun

Sumber: dibuat oleh peneliti

Tabel 7 tersebut merupakan hasil identifikasi peneliti dengan analisis SWOT, selanjutnya peneliti melakukan hitungan bobot rating dan score sebagai berikut:

Tabel 12. Hasil Pembobotan Analisis Faktor internal BPPRD

No	Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
STRENGHT				
1	Adanya wewenang untuk menggali sumber penerimaan baru	0,27	3,50	0,95
2	Objek wisata Puncak mas memiliki fasilitas yang memadai	0,27	3,00	0,82
Jumlah Skor <i>strenght</i>				1,67
WEAKNESS				
1	Kesadaran wajib pajak yang kurang	0,27	3,00	0,82
2	Piutang Sulit tertagih	0,18	2,50	0,45
Jumlah Skor <i>Weakness</i>				1,27
TOTAL				3,05

Sumber: Diolah oleh peneliti,2021

Tabel 13. Hasil Pembobotan Analisis Faktor EKSTERNAL BPPRD

No	Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
OPPORTUNITY				
1	Puncak Mas memiliki 3 objek pajak yang berkontribusi dalam PAD	0,25	3,50	0,88
2	Pelaksanaan otonomi daerah	0,25	3,00	0,75
Jumlah Skor <i>strenght</i>				1,63
THEARTS				
1	Meningkatnya peraturan daerah	0,25	3,00	0,75
2	Ketidakstabilan perekonomian negara	0,25	3,00	0,75
Jumlah Skor <i>Weakness</i>				1,50
TOTAL		1,00		3,13

SUMBER: DIOLAH OLEH PENELITI,2021

Berdasarkan perolehan perhitungan yang dilakukan melalui hasil Pembobotan, diperoleh nilai akhir dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman seperti terlihat pada tabel berikut:

No	Uraian	Nilai
1.	Faktor internal	
	A. <i>Strenght</i> (kekuatan)	1,67
	B. <i>Weakness</i> (kelemahan)	1,27
2	Faktor Eksternal	
	A. <i>Opportunity</i> (Peluang)	1,63
	B. <i>Threats</i> (Ancaman)	1,50

Sumber : Dibuat oleh peneliti, 2021

Setelah mengetahui matrik IFA dan EFA dan juga mengetahui susunan dari faktor-faktor internal juga eksternal Objek wisata puncak mas serta BPPRD Kota Bandar Lampung maka selanjutnya diketahui posisi Objek Wisata puncak Mas Dalam kuadran SWOT:

X = total skor (S) – total skor (W) (1,67-1,27)

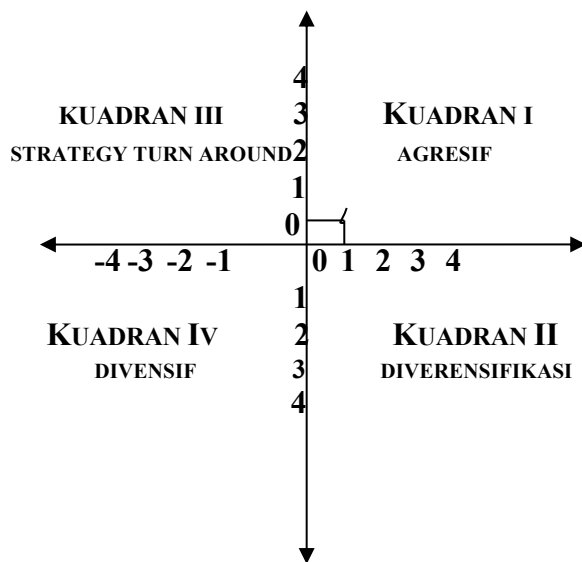
Y = total skor (O) – total skor (T) (1,63-1,50)

Dimana :

Objek Wisata Puncak Mas

X = 0.40 (S,W)

$Y = 0,13$ (O,T)



Berdasarkan gambar diatas menunjukan bahwa titik potong (0,40;0,13) berada pada kuadran I dimana situasi tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang agar dapat meningkatkan PAD Kota Bandar Lampung melalui Objek Wisata Puncak Mas.

Strategi BPPRD Kota Bandar Lampung dalam Meningkatkan Pad Kota Bandar Lampung melalui Objek Wisata Puncak Mas

1. Strategi SO (*Strenght and opportunities*)
 - a. Mengoptimalkan program intensifikasi pajak hiburan, pajak hotel, pajak restoran pajak pada Objek Wisata Puncak Mas agar PAD yang dihasilkan menjadi optimal.
 - b. Melakukan pendataan wajib pajak hotel, pajak resto, pajak hiburan yang terdapat di Objek Wisata Puncak Mas.
2. Strategi WO (*weakness opportunnity*) strategi ini ditujukan untuk.
 - a. Melakukan penyuluhan wajib pajak untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak.
 - b. Meningkatkan pengawasan terhadap target pajak pada objek wisata puncak mas.
3. Strategi ST (*Strength and Threat*).
 - a. Meningkatkan Kerjasama antara pihak swasta dengan pemerintah untuk menyiapkan fasilitas lebih menarik.
 - b. Melakukan inovasi bersama antara pihak dinas maupun swasta untuk membentuk program baru sektor wisata.
4. Strategi WT (*Weakness and Threat*).
 - a. Mengoptimalkan pemungutan Pajak pada objek wisata puncak mas agar PAD yang dihasilkan atau di kontribusikan oleh puncak mas menjadi optimal.
 - b. Melakukan pengurangan atau diskon terhadap pemungutan Pajak, hal ini dilakukan karna adanya peraturan atau kebijakan yang dikeluarkan pemerintah yang memberikan dampak bagi Puncak Mas.

Tabel 10. Matriks SWOT OBJEK WISATA PUNCAK MAS

FAKTOR INTERNAL	<i>Strenghts</i> (Kekuatan) A.adanya wewenang untuk menggali sumber penerimaan baru	<i>Weakness</i> (Kelemahan) A. kesadaran wajib pajak yang kurang.
FAKTOR EKSTERNAL	B. Objek wisata Puncak mas memiliki fasilitas yang memadai	B. Penagihan piutang sulit tertagih
<i>Opportunity</i> (peluang) A.Memiliki 3 Objek Pajak yang dapat di kontribusikan terhadap PAD B. Pelaksanaan Otonomi Daerah	Strategi S-O: A.Mengoptimalkan Program Inntensifikasi B. melakukan pendataan wajib pajak	Strategi W-O: A. Melakukan penyuluhan wajib pajak B. Meningkatkan pengawasan terhadap target pajak
<i>Treaths</i> (T) A. Pandemi menyebabkan perekonomian menurun B. Meningkatnya peraturan pemerintah	Strategi S-T: AMeningkatkan kerjasama dengan dunia usaha dan masyarakat B. Melakukan inovasi bersama antara pihak dinas maupun swasta	Strategi W-T A. Mengoptimalkan pemungutan Pajak B. Melakukan pengurangan atau diskon terhadap pemungutan Pajak

Sumber: Dibuat oleh peneiti,2021

Faktor Pendukung dan Penghambat BPPRD dalam Menjalankan Strategi Peningkatan Pad Kota Bandar Lampung

Faktor Pendukung

1. Kuantitas Pegawai

Hasil Penelitian menunjukan bahwa kuantitas pegawai BPPRD dalam upaya peningkatan PAD melalui objek wisata puncak mas dapat dikategorikan sebagai kuantitas kerja pegawai yang baik. Dimana pegawai selalu berupaya secara optimal dalam pemungutan pajak yang tersedia di Objek Wisata Puncak Mas yang akan dikontibusikan dalam Pendapatan Asli Daerah Kota Bandar Lampung.

2. Komunikasi pelaksana pemungutan pajak dengan wajib pajak

Berkaitan dengan komunikasi pelaksana pemungutan pajak dengan wajib pajak yang maka akan menunjang terciptanya keselarasan dalam sama-sama tertib untuk melaksanakan kewajiban untuk melakukan pemungutan pajak dan membayarkan pajak

yang akan di kontribusikan kedalam Pendapatan Asli daerah guna kesejahteraan masyarakat.

Hasil penelitian menunjukan bahwa komunikasi antara para pelaksana pemungutan pajak BPPRD Kota Bandar Lampung dengan pihak objek Wisata Puncak Mas terjalin cukup baik sehingga bisa saling memudahkan dalam implementasi yang akan dilakukan BPPRD dalam upaya peningkatan PAD Kota Bandar Lampung yang bersumber pada objek wisata puncak mas.

Faktor Penghambat

1. Terbatasnya sarana dan prasarana

Sarana dan Prasarana adalah segala sesuatu yang yang dipakai sebagai alat serta segala sesuatu penunjang utama terselenggaranya suatu proses. Jika Sarana dan prasarana sudah cukup baik kemungkinan besar akan mempermudah setiap instansi untuk melaksanakan tugas dan tujuannya dan sebaliknya jika sarana dan prasarana terbatas maka akan jadi penghambat.

Sarana dan prasarana BPPRD Kota Bandar Lampung masih terbatas salah satunya dengan keterbatasan fasilitas kendaraan dinas serta keterbatasan alat kantor hal ini merupakan hal yang menjadi penghambat bagi BPPRD untuk menyelenggarakan program atau strategi khususnya dalam peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandar Lampung melalui Objek Wisata Puncak Mas yang tentunya membutuhkan sarana dan prasarana yang memadai.

2. Belum terpasangnya tapping box

Tapping box merupakan alat rekam pajak yang perlu ada di setiap tempat yang dijadikan objek atau target pajak dan digunakan sebagai pembanding terhadap Laporan Omset yang dilaporkan secara online. Objek Wisata Puncak mas belum menggunakan tapping box pada restoran dan tempat penginapan

E. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan temuan kajian dan analisis yang dilakukan terkait Strategi BPPRD dalam meningkatkan PAD Kota Bandar Lampung melalui Objek Wisata Puncak Mas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penerimaan PAD yang dihasilkan dari Objek Wisata Puncak Mas masih dikatakan minim, hal ini dipengaruhi dari jumlah pengunjung yang masih naik turun sehingga kontribusinya dalam PAD pun tidak sesuai dengan target yang ditentukan. Pada tahun 2019 berkontribusi sebesar 0,12% dari PAD Kota Bandar Lampung pada tahun 2019, Pada tahun 2020 berkontribusi 0,005% dari PAD 2020 dan tahun 2021 berkontribusi 0,007% dari PAD tahun 2021. Untuk meningkatkan PAD Kota Bandar Lampung Melalui Objek Wisata Puncak Mas maka dilakukan strategi dengan perumusan SWOT, pilihan strategi yang dapat dilakukan BPPRD Kota Bandar Lampung antara lain:
 - a. Menjalankan Program Intensifikasi Pajak
 - b. Pendataan Wajib pajak
 - c. Meningkatkan Penyuluhan Wajib Pajak
 - d. Meningkatkan kerjasama dengan dunia usaha dan masyarakat dengan menyiapkan fasilitas yang lebih menarik
 - e. Melakukan inovasi antara pihak dinas dan swasta untuk membentuk program baru
 - f. Mengoptimalkan pemungutan Pajak

- g. Melakukan peningkatan pengawasan terhadap target pajak yang ada di objek Wisata Puncak Mas
 - h. Melakukan pengurangan atau diskon terhadap pemungutan Pajak
2. Dalam menjalankan Strategi peningkatan PAD melalui Objek wisata Puncakmas terdapat faktor penghambat yaitu, belum dipasangannya alat perekam pajak atau yang disebut dengan tapping box, dan masih terbatasnya sarana dan prasarana pada Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Bandar Lampung. Selain faktor penghambat tentunya terdapat faktor pendorong yaitu kuantitas pegawai BPPRD cukup optimal dan komunikasi antara pihak pemungut pajak dengan pihak Puncak Mas cukup baik sehingga memudahkan dalam implementasi yang akan dilakukan BPPRD dalam upaya peningkatan PAD

Saran

Melihat dari upaya yang dilakukan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Bandar Lampung dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandar Lampung menunjukkan keinginan besar untuk membuat Objek Wisata Puncak Mas berkontribusi lebih tinggi pada PAD Kota Bandar Lampung mulai dari melakukan pengawasan, penyuluhan, serta kebijakan. Hanya saja peneliti melihat ada hal yang perlu dilakukan untuk memaksimalkannya yaitu :

1. BPPRD perlu melakukan pemasangan tapping box pada seluruh objek wisata Kota Bandar Lampung terutama pada Objek Wisata puncak mas, agar mempermudah dalam melakukan pengecekan pengawasan terhadap pendapatan dan kontribusi Puncak Mas kepada PAD Kota Bandar Lampung, dengan terpasangnya tapping box diharapkan Pajak yang dikontribusi akan selalu seimbang dengan pendapatan keseluruhan dari Objek Wisata Puncak Mas.
2. BPPRD Kota Bandar Lampung perlu lebih meningkatkan sarana dan prasarana, agar para pegawai lebih mudah dalam melakukan kegiatan dan program yang akan dijalankan sehingga dengan sarana dan prasarana yang memadai program strategi yang dijalankan akan berjalan dengan lancar sesuai yang diinginkan dan tidak ada hambatan.
3. Sebaiknya promosi wisata Kota Bandar Lampung melalui potensi yang dimiliki lebih ditingkatkan misalnya dibuat dalam bentuk video atau short movie terutama pada Objek Wisata Puncak Mas agar para wisatawan dapat mengenal dan tertarik akan potensi yang ada pada Objek Wisata Puncak Mas sehingga dengan banyaknya wisatawan yang mengenal dan merasa tertarik maka akan semakin banyak yang berkunjung, dan akan semakin banyak pula pendapatan dan kontribusi Objek Wisata Puncak Mas terhadap PAD Kota Bandar Lampung.
4. Untuk menunjang pengembangan pada Objek Wisata Puncak Mas, Akses jalan menuju lokasi sudah memadai hanya saja perlu dilakukannya perbaikan jalan sehingga para wisatawan yang ingin berkunjung bisa merasakan kenyamanan perjalanan untuk sampai pada Objek Wisata puncak mas.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A Yoeti, Oka. (2014). Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung. Angkasa.
- Arthur A. Thompson, Jr., A.J. Strickland III. (2003). Strategic management: concepts and

cases. Boston, Mass McGraw-Hill/Irvin.

Bryson, J. M. (2008). *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial (Strategic Planning For Public and NonProfit Organization; A Guide Strengthening and Sustaining Organizational Achievement)* Diterjemahkan oleh M. Miftahuddin. Cet 9. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.

Ferrel, O.C & D, Harline. 2005. *Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corporation

Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi

Hadinoto, Kusudianto. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: UI Press

Utama, I Gusti Bagus Rai, 2016, *Pengantar Industri Pariwisata*, Deepublish, Yogyakarta.

Pearce, John, dan Richard B. Robinson, 1997, "Manajemen Strategi Formulasi, Implementasi dan Pengendalian", Binarupa Aksara, Jakarta.

Pitana, I Gde. dan Surya Diarta, I Ketut. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Rangkuti, 2006. *Analisis SWOT. Teknik membedah kasus*. Jakarta: gramediapustaka utama.

Jurnal

Duadji, Noverman, and Intan Fitri Meutia. "MODEL KEBIJAKAN PENGEMBANGAN INDUSTRI PARIWISATA BAHARI MELALUI KEBIJAKAN KERJASAMA ANTAR DAERAH DI PROVINSI LAMPUNG sub judul tahun ke 3 Kolaborasi Model Pentahelix Dalam Kebijakan Pengembangan Industri Pariwisata Di Kabupaten Pesawaran." (2021).

Eman, I. O., Sagay, B. A. B., & Jocom, S. G. (2018). Strategi Pengembangan Objek Wisata Danau Linow Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Tomohon. *Agri-Sosioekonomi*, 14(1), 371. doi:10.35791/agrsosek.14.1.2018.19607

Rismawati. (2020). Strategi Pengembangan Objek Wisata Jembatan Karindangan Oleh Pemerintah Desa Pematang Buluh Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi. *Malaysian Palm Oil Council (MPOC)*, 21(1), 1–9. <http://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/>

Kustiawan, M. (2005). UPAYA INTENSIFIKASI DAN EKSTENSIFIKASI PENDAPATAN ASLI DAERAH MELALUI PENINGKATAN KUALITAS APARATUR PEMERINTAHAN DAERAH. *Jurnal Ilmu Administrasi*, vol 2 no 1, 34–50.

Maisyaroh, S. (2018). Analisis Pengaruh Pengembangan Pariwisata Puncakmas Terhadap Peningkatan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Sukadanaham Kecamatan Tanjung Karang Barat Kota Bandar Lampung). Skripsi. Retrieved from <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/4919>

Meutia, I. F., Yulianti, D., Tryatmaja, P., & Yusnita, V. (2019). PERANAN MASYARAKAT LOKAL DALAM MEWUJUDKAN PARIWISATA BERKELANJUTAN DI PROVINSI LAMPUNG. *PROSIDING FISIP UNILA*, 95.

Nurhadi, F. (2014). Strategi Pengembangan Pariwisata Oleh Pemerintah Daerah Terhadap

- Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Studi Pada Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto). *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya*, 2(2), 325–331.
- Sofyan, S., Kagungan, D., & Mulyana, N. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata Pasca Bencana Tsunami di Kabupaten Lampung Selatan. *Administrativa: Jurnal Birokrasi, Kebijakan Dan Pelayanan Publik*, 2(2), 243–257. <https://doi.org/10.23960/administrativa.v2i2.37>
- Tomiani, Devina Lasih. 2018. Studi Kelayakan Pantai Popoh Menjadi Objek Wisata Syariah Di Tulungagung [Skripsi]. Tulungagung (ID): Institut Agama Islam Negeri.
- Vianti, O., Kagungan, D., & Yulianti, D. (2021). Strategi Media Branding Pengembangan Sektor Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat sebagai Destinasi Wisata Internasional. *Jurnal Birokrasi, Kebijakan Dan Pelayanan Publik*, 3(1).<https://doi.org/10.23960/administrativa.v3i1.68>
- Wirda Febisinatri, 2010. Upaya Pemerintah Kabupaten Sumbawa dalam mengembangkan objek wisata pantai guna menunjang Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Studi Kasus Dinas Pariwisata kabupaten sumbawa dan pantai Salipier Ate).Universitas Muhammadiyah Mataram.

Peraturan Perundang-Undangan

- Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung No. 03 Tahun 2017 Tentang Kepariwisata pasal 3
- Undang-undang nomor 10 tahun 2009
- Undang-Undang nomor 33 tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah
- Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2007
- Peraturan Pemerintah No 21 tahun 2020 yang diterbitkan pada 31 Maret 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Covid 19 (PSBB)
- Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 17 Tahun 2021 tertanggal 5 Juli 2021 tentang PPKM Berbasis Mikro
- Evaluation (EB-ME) 4-5 Oktober 2004. Bandung.
- Nur Indah Fitriani Juli 2020, Tinjauan pustaka covid-19 : virologi,pathogenesis, dan manifestasi klinis.
- PD Pangestika 2018 Universitas medan area-implementasi kebijakan; implementation of policies .