

GAYA HIDUP MASYARAKAT LOKAL SESUDAH HADIRNYA CAI ASEM (CAS) WATER PARK

Rani Muhardiana¹

¹Institut Pariwisata Trisakti

* E-mail: rani@smkn1pandeglang.sch.id

Abstrak

Penelitian ini berjudul "Gaya Hidup Masyarakat Lokal Sesudah Hadirnya Cai Asem (CAS) Water Park". Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya interaksi sosial antara masyarakat lokal dengan wisatawan yang menyebabkan terjadinya perubahan pola atau nilai-nilai kehidupan masyarakat. Aripin (2005:2) dalam Manahati Zebua (2016: 316). Sumber Gaya Hidup dari Wheels and Tiger (1971: 27-35) dalam Solomon "Consumer Behavior" (2011:264) dalam Wayan Weda Asmara Dewi (2022: 93). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gaya hidup masyarakat lokal. Mengetahui ada tidaknya perubahan atau perbedaan sebelum dan sesudah hadirnya Cai Asem (CAS) Water Park. Penelitian ini memiliki empat variabel, variabel pertama adalah (X1) "Variabel Aktivitas" dengan Indikator Pekerjaan (X1.1), Indikator Kegiatan Sosial (X1.2), Indikator Hiburan (X1.3). Variabel kedua atau (X2) "Variabel Minat" dengan Indikator Rumah (X2.1), Indikator Fashion (X2.2), Indikator Pangan (X2.3). Variabel ketiga adalah (X3) "Variabel Pendapat" dengan Indikator Bisnis (X3.1), Indikator Pendidikan (X3.2), Indikator Budaya (X3.3). Variabel terakhir (X4) "Variabel Demografi" dengan Indikator Pendapatan (X4.1), Indikator Jabatan (X4.2), Indikator Tahapan dalam Siklus Hidup (X4.3). Metode penelitian adalah deskriptif dan uji-t, skala penelitian adalah Interval dan Accidental Sampling dengan proses screening. Sumber pengolahan data primer dan sekunder. Pengolahan data menggunakan program SPSS 16.0. Untuk variabel Demografi terbesar dan perubahan pada Indikator Pendapatan, dan perubahan terkecil pada Variabel Opini pada Indikator Budaya. Secara keseluruhan masyarakat setempat mengalami perubahan yang signifikan.

Kata kunci: Komunitas Lokal dan Dimensi Gaya Hidup

Abstract

The title of research is "Lifestyle on Local Community After the Present Cai Asem (CAS) Water Park". The background of the research because of the social interaction between local communities and tourist to lead changes in the pattern or the values of community life. Aripin (2005:2) in Manahati Zebua (2016: 316). The sources of Lifestyle from Wheels and Tiger (1971: 27-35) in Solomon "Consumer Behavior" (2011:264) and in Wayan Weda Asmara Dewi (2022: 93). Purpose of this research is to know the lifestyle on local community. Determine whether or not changes or diffeences before and after the presence of Cai Asem (CAS) Water Park. The research has four variable, the first variable is (X1) "Activities Variable" with Work Indicator (X1.1), Social Event Indicator (X1.2), Entertainment Indicator (X1.3). The second variable or (X2) "Interest Variable" with Home Indicator (X2.1), Fashion Indicator (X2.2), Food Indicator (X2.3). Third variable is (X3) "Opinions Variable" with Business Indicator (X3.1), Education Indicator (X3.2), Culture Indicator (X3.3). The last variable (X4) "Demographics Variable" with Income Indicator (X4.1), Occupation Indicator (X4.2), Stage in Life Cycle Indicator (X4.3). Methods of research is descriptive and t-test, te scale of research is Interval and Accidental Sampling with screening process. Sources of data primer and sekunder. The processing data use SPSS 16.0 program. To the biggest and changes in Demographics variables on Income Indicator, and the smallest changes in Opinions Variable on Culture Indicator. Overall the local community have a significant changes. For the next research please other dimention lifestyle.

Keywords: Local community and Dimention of Lifestyle

PENDAHULUAN

Pembangunan kepariwisataan nasional dilaksanakan secara menyeluruh, berimbang, bertahap dan berkesinambungan, untuk itu dalam pengembangannya pariwisata harus meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menurut Manahati Zebua (2016: 316) dengan membuka kesempatan berusaha dan lapangan kerja sehingga memberikan manfaat sosial budaya, social ekonomi bagi masyarakat dan daerah, serta terpeliharanya mutu lingkungan hidup, meningkatkan kepuasan wisatawan dan memperluas pangsa pasar dan menciptakan iklim yang kondusif bagi pembangunan pariwisata Indonesia sebagai berdaya guna, produktif, transparan, dan bebas KKN untuk melaksanakan fungsi pelayanan kepada masyarakat, dalam institusi yang merupakan amanah yang dipertanggungjawabkan (Renstra Pariwisata). Pariwisata juga mempunyai peran yang sangat potensial dan strategis dalam pembangunan daerah.

Masyarakat dalam lingkungan suatu obyek wisata sangatlah penting dalam kehidupan suatu obyek wisata karena mereka memiliki kultur yang dapat menjadi daya tarik wisata, dukungan masyarakat terhadap tempat wisata berupa sarana kebutuhan pokok untuk tempat obyek wisata, tenaga kerja yang memadai dimana pihak pengelola obyek wisata memerlukannya untuk menunjang keberlangsungan hidup obyek wisata dan memuaskan masyarakat yang memerlukan pekerjaan dimana membuat kehidupan masyarakat lebih baik. Menurut Mill (2000: 168-169) mengatakan bahwa "Pariwisata dapat memberikan keuntungan bagi wisatawan, maupun komunitas secara ekonomi yang dibawa ke kawasan tersebut.

Menurut World Tourism Organization (WTO) (2004: 57) mengatakan bahwa banyak masyarakat merasa bahwa dengan adanya pariwisata memiliki dampak negative terhadap sumber daya masyarakat dan asset budaya mereka, tetapi pada saat yang sama pula pariwisata mungkin sumber manfaat bagi masyarakat baik sosial, budaya, dan ekonomi. Beberapa masyarakat tradisional atau adat mungkin tidak ingin berbagi budaya mereka dengan wisatawan sama sekali, sementara sebuah komunitas, pedesaan, pertanian bahkan mungkin tidak mengenali minat wisatawan dengan cara hidup mereka.

Pariwisata merupakan fenomena kemasyarakatan yang menyangkut manusia, masyarakat, kelompok, organisasi, kebudayaan dan sebagainya yang menimbulkan dampak terhadap segala aspek kehidupan dalam masyarakat sekitar obyek

wisata. Hal ini dikatakan oleh (1989) bahwa "As Tourism Grows and Travelers Increases, so Does The Potential for Both Positive and Negative Impacts". Gee mengatakan adanya dampak atau pengaruh yang positif maupun negative karena adanya pengembangan pariwisata dan kunjungan wisatawan yang meningkat. Pernyataan diatas didukung oleh Spillane (1987: 138-141) yang mengatakan Pariwisata akan membawa hal yang menguntungkan dan sekaligus merugikan. Menerima pembangunan ekonomi sering berarti menerima perubahan budaya bagi masyarakat yang dapat berubah dari waktu ke waktu dan dapat dipengaruhi oleh perubahan demografi dan imigrasi tenaga kerja dengan berbagai latar belakang dan nilai-nilai yang berbeda serta menantang masyarakat untuk perubahan, walaupun sebenarnya tujuan pemerintah memajukan suatu daerah wisata adalah untuk kemakmuran dan peningkatan pendapatan masyarakat setempat.

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata

Berdasarkan Undang-undang Pariwisata Nomor 10 tahun 2009: Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Secara formal pengembangan pariwisata yang berbasis komunitas ini merupakan kebijakan resmi pemerintah sebagaimana tersirat dalam prinsip kepariwisataan Indonesia yang dirumuskan oleh Departemen Kebudayaan dan Pariwisata yang mencakup prinsip: masyarakat sebagai kekuatan dasar, pariwisata dari rakyat oleh rakyat dan untuk rakyat, pariwisata adalah kegiatan seluruh lapisan masyarakat, sedang pemerintah hanya merupakan fasilitator dari kegiatan pariwisata.

Dampak Pengembangan Pariwisata

Manfaat kegiatan pariwisata tidak semua memberikan hal yang positif bagi masyarakat lokal. Tetapi dilain pihak, pariwisata juga memberikan dampak negative bagi masyarakat. Pengembangan pariwisata juga bisa menyebabkan lunturnya nilai-nilai budaya yang ada dalam masyarakat, karena masyarakat cenderung mengadopsi nilai-nilai tersebut tanpa menghayati esensinya. Crandall (1994: 376) menyatakan bahwa "demonstration effect" pada dasarnya adalah kebiasaan meniru yang dilakukan masyarakat lokal khususnya para remaja, yaitu meniru perilaku, kebiasaan, sikap dan pola konsumsi wisatawan asing. Selanjutnya ditambahkan oleh Inskeep (1991:

366) bahwa hal-hal yang biasanya ditiru oleh remaja adalah tingkah laku wisatawan, cara berpakaian, sikap yang biasanya bertentangan dengan kode etik lokal dan meniru pola konsumsi yang relative lebih tinggi yang umumnya dibawah rata-rata kemampuan keuangan masyarakat lokal.

Pariwisata dan segala aspek kehidupan yang terkait didalamnya akan menuntut, sebagai konsekuensinya terjadi pertemuan dua budaya atau lebih yang berbeda yaitu budaya para wisatawan dengan budaya masyarakat sekitar obyek wisata. Pengaruh yang menimbulkan dampak terhadap segala aspek kehidupan dalam masyarakat sekitar obyek wisata, apabila budaya-budaya yang berbeda itu mengalami percampuran dan bersentuhan. Dampak dari adanya unsur-unsur budaya teknologi terdiri dari sub sub unsur perhiasan, pakaian, peralatan atau perlengkapan hidup, bangunan, alat-alat transportasi dan makanan serta minuman.

Kunjungan wisatawan akan merangsang interaksi sosial dengan penduduk di sekitar tempat wisata dan merangsang tanggapan masyarakat sekitarnya sesuai dengan kemampuan mereka dalam beradaptasi baik dibidang perekonomian, kemasyarakatan maupun kebudayaan mereka.

Gaya Hidup

Gaya hidup menurut Kotler (2016: 172) adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Solomon (2020: 253), *Lifestyle defines a pattern of consumption that reflects a persons choice on how to spend her time and money.* Artinya gaya hidup menunjukkan pola konsumsi yang merefleksikan pilihan seseorang dalam menghabiskan waktu dan uang. Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan dunia sekitarnya”.

Dimensi Gaya Hidup

Terdiri dari beberapa pendapat mengemukakan mengenai dimensi gaya hidup, tapi pada penelitian ini mengutip dari pendapatnya Wells and Tiger, (1971; 27-35) dalam Solomon (2011: 264) serta dalam Manahati Zebua (2016: 316) mengenai Dimensi Gaya Hidup seperti pada tabel 1 dibawah ini terdiri dari:

Lifestyle Dimentions			
Activities	Interests	Opinions	Demographics
Work	Family	Themselves	Age
Hobbies	Home	Social Issues	Education
Social Events	Job	Politics	Income
Vacations	Community	Business	Occupation
Entertainment	Recreation	Economics	Family Size
Club Membership	Fashion	Education	Dwelling
Community	Food	Products	Geography
Shopping	Media	Future	City Size
Sports	Achievements	Culture	Stage in the Cycle

Tipe-tipe Gaya Hidup

Actualizers (pewujud), masyarakat tipe ini memiliki pendapatan dan *self esteem* yang tinggi. *Image* atau pandangan orang lain sangat penting bagi dirinya sehingga cenderung membeli produk yang lebih baik dalam hidup.

Fulfilleds (pemuahan) ciri khas masyarakat ini adalah masyarakat dengan pendapatan tinggi namun praktis. Masyarakat yang memiliki gaya hidup mandiri, bertanggungjawab, dan tingkat pendidikan yang baik, selain itu terbuka untuk ide-ide baru dan perubahan social, memiliki pendapatan yang tinggi, praktikal, dan merupakan masyarakat yang *value oriented*.

Believers (pengikut) masyarakat pada kelompok ini memiliki tingkat *resources* yang rendah dan mengkonsumsi barang atau jasa berdasarkan *principle orientation*.

Achievers (pencapai) masyarakat yang cukup sukses dan berorientasi pada pekerjaan, konservatif, dan menyukai produk atau jasa yang terkenal dan dapat menunjukkan kesuksesan mereka. **Strivers** (pekerja keras) masyarakat ini menganut status *oriented* dalam pertimbangan untuk mengkonsumsi barang atau jasa. **Markers** (pembuat) kelompok ini memiliki *resources* yang rendah suka mempengaruhi lingkungannya melalui pengalaman dan penemuan mereka akan kegunaan dan kepraktisan suatu produk atau jasa.

Experiences (pencoba) masyarakat tipe ini memiliki *resources* yang tinggi banyak mengkonsumsi produk yang disukai oleh kalangan anak muda. **Strugglers** (pejuang) masyarakat tipe ini memiliki tingkat pendapatan terendah dan sumber yang sedikit diikutkan pada orientasi konsumtif, cenderung menjadi konsumen yang setia pada merek.

Teknik Pengukuran Gaya Hidup (Psikografis)

Psikografis merupakan teknik analisis untuk mengetahui gaya hidup masyarakat

sehingga dapat dikelompokkan berdasarkan karakteristik gaya hidupnya. Secara terminologis psikografi terdiri dari dua kata Psiko yang mengacu pada Psikologis dan Graf yang berarti Gambaran (Prasetijo dan Ihalauw, 2005: 58).

Cara Mengatasi Perubahan Gaya Hidup

Para pengagum modernitas sepakat bahwa proyek modernitas yang dilahirkan beberapa abad lalu dalam kehidupan manusia memang tak terhindarkan. Budaya modern, dan segala hal yang berbau gaya hidup modern harus diikuti. Bila tidak, maka akan ketinggalan jaman. Dan menjadi korban proyek modernitas itu sendiri. Karena itu mengganti budaya-budaya lokal dengan budaya baru, dengan segala macam tawaran gaya hidupnya adalah suatu keharusan. Untuk mengatasi perubahan gaya hidup *culture modern* dengan gaya hidup *culture asli/lokal*. Dan jangan sampai berat sebelah. Hal ini bisa dilakukan dengan melihat kembali nilai-nilai positif yang ada dalam budaya lokal. Dan menggunakannya untuk menyaring budaya-budaya *modern* yang cenderung agresif dan tidak adil.

Rerangka Pemikiran

Perubahan gaya hidup menurut Wells and Tigert (1971: 27-35) dalam Solomon (2011: 264) serta dalam Manahati Zebua (2016: 316) terdiri dari berbagai dimensi perubahannya, seperti pada variable Activities dengan berbagai indicator. Variable Interests, variable Opinions dan variable Demographics. Variabel-variabel tersebut menggambarkan keseluruhan diri seseorang atau masyarakat dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Berikut tergambar pada tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2
Rerangka Pemikiran Perubahan Gaya Hidup pada Masyarakat Lokal
Sesudah Hadirnya Cai Asem Water Park Royal Tirta Anugerah

SEBELUM CAS	SESUDAH CAS
Activities: Work Social Events Entertainment	Activities: Work Social Events Entertainment
Interests: Home Fashion Food	Interests: Home Fashion Food
Opinions: Business Education Culture	Opinions: Business Education Culture
Demographics: Income Occupation Stage in Life Cycle	Demographics: Income Occupation Stage in Life Cycle

menurut Lind, Marchal, Wathen (2010: 6) *“Descriptive Statistics is methods of organizing, summarizing, and presenting data in an informative way”*. Arikunto (2019: 3) mengatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan. Jadi tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat penjelasan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.

Berdasarkan keterangan tersebut diatas, karena penelitian ini secara umum bertujuan untuk mengetahui pengaruh keberadaan suatu objek wisata terhadap gaya hidup masyarakat lokal sekitar nya secara obyektif. Maka penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan yang digunakan adalah metode *“Mix Methods”* yakni gabungan antara pendekatan kualitatif untuk mendeskripsikan atau mencari alasan-alasan perubahan gaya hidup tersebut, sedangkan kuantitatif untuk menguji hipotesis yang ada.

Djaali (2020: 40) menyatakan bahwa data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar mengenai objek penelitian yang merupakan data kualitatif dianalisis berdasarkan perbandingan teori dari literature dengan pernyataan yang ada pada instrument penelitian yang didapatkan. Kuantitatif adalah data yang berbentuk angka yaitu penganalisisan data dengan menggunakan rumus-rumus statistic yaitu analisis koefisien dan uji hipotesis. Sehingga penggunaan angka memudahkan penginterpretasian hasil secara objektif, baik data primer maupun data sekunder.

Variabel dan Pengukurannya

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur. Penelitian ini menggunakan skala pengukuran Likert. Sugiyono (2019: 146) mengemukakan bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap. Pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai *variable* penelitian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif, karena

Tabel 3 Variabel dan Pengukuran

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala Pengukuran	Sumber
(Screening)	Tempat lahir	-	Skala Nominal	-
	Lama tinggal			
	Usia responden			
Identitas Responden	Pengaruh CAS pada responden	-	Skala Nominal	-
	Nama responden			
	Usia responden			
	Jenis kelamin			
	Asal daerah			
	Pendidikan			
	Pekerjaan			
Keterlibatan diri/status di CAS Water Park				
Gaya Hidup	Activities	Work	Skala Interval, dengan ketentuan sbb:	Sumber Wells and Tigert, "Activities, Interest and Opinion". Journal Of Advertising Research 11 August 1971: 27-35. Dalam Solomon "Consumer Behaviour". 2011: p.264
		Social event	1. Sangat tidak sesuai	
		Entertainment	2. Tidak sesuai	
	Interests	Home	3. Agak tidak sesuai	
		Fashion	4. Ragu-ragu	
		Food	5. Agak sesuai	
	Opinions	Business	6. Sesuai	
		Education	7. Sangat sesuai	
		Culture		
	Demographics	Income		
		Occupation		
		Stage in Life Cycle (Standard of Living)		

Wells and Tigert (1971:27-35) dalam Solomon (2011: 264) serta dalam Manahati Zebua (2016: 316) tentang "Dimensi Gaya Hidup yang digunakan pada penelitian ini, yakni:

Tabel 4 tentang "Lifestyle Dimensions":

Activities	Interests	Opinions	Demographics
Work	Family	Themeselves	Age
Hobbies	Home	Social Issues	Education
Social Event	Job	Politics	Income
Vacation	Community	Business	Occupation
Entertainment	Recreation	Economics	Family Size
Club Membership	Fashion	Education	Dwelling
Community	Food	Products	Geography
Shopping	Media	Future	City Size
Sports	Achievements	Culture	Stage in Life

Prosedur Penarikan Sampel (Sampling)

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah data jumlah populasi penduduk dari kantor kelurahan setempat dimana obyek wisata Cai Asem (CAS) Water Park berada.

CAS Water park terletak di Kp. Cikole, Rukun Warga 07, terdiri dari Rukun Tetangga 01, 02 dan 03. Karena lokasi rukun tetangga 03 jauh dari lokasi CAS Water Park. Maka penelitian ini di fokuskan pada masyarakat di RT 01 dan 02 dengan radius jarak kurang lebih 200 meter dari lokasi CAS berada. Jumlah populasi di RT 01 yakni 417 (empat ratus tujuh belas) dengan keterangan jenis kelamin laki-laki sebanyak 205 (dua ratus lima) orang dan perempuan sebanyak 312 (tiga ratus dua

belas) orang. Rukun tetangga 02 terdiri dari laki-laki 293 (dua ratus Sembilan puluh tiga) orang dan perempuan sebanyak 205 (dua ratus lima) orang, jadi jumlah warga di RT 02 sebanyak 498 (empat ratus Sembilan puluh delapan) orang. Data jumlah populasi di rt 01 dan 02 sebanyak 915 (Sembilan ratus lima belas) orang terdiri dari balita , anak-anak, remaja, dewasa dan lanjut usia atau terdiri dari 114 (seratus empat belas) Kepala Keluarga. Penelitian ini dilakukan hanya mengambil data sampel yang memenuhi kriteria atau proses screening terlebih dahulu seperti faktor usia harus berkisar antara 15 (lima belas) tahun sampai dengan 80 (delapan puluh) tahun. Sehingga sebanyak 280 (dua ratus delapan puluh) orang. Data openduduk tersebut dieproleh dari ketua rukun warga 07 kampung Cikole. Berikut daftar proses *screening* responden yang dilakukan pada saat proses interview dilaksanakan diantaranya:

Responden harus berasal dan tinggal di kampung Cikole, Desa Sukaratu tempat CAS berada, responden telah tinggal lebih lama sebelum berdirinya objek wisata CAS Water park, usia responden minimal 15 tahun, maksimal 80 tahun. Responden terpengaruh dengan adanya CAS dan segala aktifitasnya. Tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1%, 5% dan 10%. Jadi untuk jumlah sampel yang sesuai dengan populasi tersebut diatas adalah 138 (seratus tiga puluh delapan) responden untuk mengurangi taraf kesalahan 10%.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data, atau cara meupun teknik menunjuk suatu kata yang abstrak dan tidak diwujudkan dalam benda, tetapi hanya dapat dilihat penggunaannya berupa angket (questioner). (Sugiyono, 2019: 224)

Penelitian ini dilakukan dengan berbagai teknik pengumpulan data berdasarkan sumbernya sebagai berikut: sumber data primer yakni data yang diperoleh secara langsung dari informasi melalui wawancara, kuesioner dan observasi di lokasi atau objek penelitian. Sumber data sekunder adalah sumber data yang mendukung kelengkapan data primer yang diperoleh dari dokumentasi maupun observasi serta data-data lain yang mendukung dan terkait dengan tema penelitian ini. Dokumen atau arsip, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan melihat dan menganalisis dokumen atau arsip yang berhubungan dengan penelitian ini.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan Uji T atau Uji Beda. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variable penjelas secara individu dalam menerangkan variasi- variasi terikat (Widarjono, 2017: 22). Ghazali (2016: 64) menyatakan uji beda t-test digunakan untuk menentukan apakah dua sampel yang tidak berhubungan memiliki nilai rata-rata yang berbeda. Uji beda t-test dilakukan dengan membandingkan perbedaan antara dua nilai rata-rata dengan standar error dari perbedaan rata-rata dan sampel. Jadi uji beda t test adalah membandingkan rata-rata gaya hidup sebelum dengan gaya hidup sesudah merupakan *variable* dan indikator yang tidak berhubungan satu dengan yang lainnya, *variable* dan indikator apakah memiliki nilai yang sama atautkah tidak sama secara signifikan.

Data penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan analisis Deskriptif Frequencies untuk mengetahui identitas atau profil responden dan gaya hidup masyarakat lokal sebelum dan sesudah hadirnya CAS Water Park. Analisis Compare Means One Sample T-Test untuk mengetahui rata-rata perbedaan gaya hidup masyarakat lokal sebelum dan sesudah hadirnya CAS Water Park. Analisis Validation dan Reliability untuk melakukan uji coba pada tingkat validasi dan reliabilitas instrument penelitian yang dilakukan.

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Berdasarkan hasil uji coba , akan diperoleh butir pertanyaan atau pernyataan yang valid dan tidak valid,. Butir soal yang valid dapat dijadikan sebagai alat ukur pada penelitian ini agar tujuan dari penelitian ini dapat tercapai. Butir soal yang tidak valid tidak akan dicantumkan pada kuesioner karena pernyataan tersebut tidak valid dan tidak dapat mengukur yang hendak diukur serta akan dilakukan revisi/perbaikan pertanyaan tanpa merubah makna dari pertanyaan tersebut, sehingga instrumen yang akan digunakan memiliki tingkat validitas yang signifikan yakni kurang dari (0.05) menurut Sugiyono (2019: 121).

Pelaksanaan uji coba angket/kuesioner ini didasarkan pada kriteria penarikan sampel sebanyak 30 orang. Sampel uji coba tersebut yaitu masyarakat Kp. Cikole Rt 01 dan 02 karena penelitian ini sesuai dengan sampel yang sebenarnya. Pengujian validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dengan menggunakan program Scale Reliability for Windows SPSS.

Hasil pengolahan data reliability yang

dilakukan dengan menggunakan program SPSS menunjukkan bahwa seluruh pernyataan yang diajukan pada responden tersebut memberikan nilai Cronbach Alpha lebih dari 0.60. Menurut Sugiyono (2018: 220) bisa dikatakan Reliabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Deskripsi Objek Penelitian

Taman Wisata Royal Tirta Anurah atau lebih dikenal dengan Cai Asem (CAS) Water Park Pandeglang adalah Perusahaan yang bergerak dibidang Jasa Pariwisata yang bertemakan Taman Wisata rekreasi dan Edukasi yang dilengkapi wisata air, flora dan fauna, memiliki area 10 Ha serta mampu menampung pengunjung s.d 15.000 orang.

Visi

Menjadi perusahaan penyedia Jasa Pariwisata terbaik dengan menjadikannya sebagai Destinasi Wisata yang dapat memberikan pelayanan, edukasi, dan kepuasan bagi para wisatawan, mengembangkan ekonomi masyarakat dan turut menjaga kelestarian ,lingkungan. (sumber: data primer)

Misi

1. Membuka lapangan pekerjaan dan usaha baggig masyarakat
2. Memberikan kesejahteraan kepada setiap anggota perusahaan, management dan masyarakat pada umumnya.
3. Memberikan pelayanan yang maksimal kepada para wisatawan.
4. Memberikan edukasi terbaik kepada anggota perusahaan, wisatawan dan masyarakat.
5. Menjaga kelestarian alam dan lingkungan. (sumber: data primer)

Fasilitas dan Layanan

- a. Memiliki empat kolam regular (kolam balita, kolam anak, kolam remaja, kolam dewasa)
- b. Tiga kolam water park (kolam bola, ombak, kolam karan kitri)
- c. Mini zoo (taman satwa mini)
- d. Wahana Permainan
- e. Wisata Belanja
- f. Wisata Kuliner
- g. Kolam air panas
- h. Lima lokasi Musola tempat ibadah.

- i. Enam titik lokasi toilet/kamar ganti
- j. Area parkir
- k. Akomodasi, ruang pertemuan dan hiburan untuk wisatawan

Lokasi

Jalan AMD Lintas Timur, RT 02/07 Kp. Cikole Kel. Sukaratu, Kec. Majasari, Kab. Pandelang, Provinsi Banten. Kode Pos 42217. Telepon (0253-5207243), e-mail info@caswaterpark.com.

Profil Responden

Tabel 5 : "Profil Responden Berdasarkan Usia"

Usia Responden	Jumlah	%
15-20 tahun	14	10.2
21-25 tahun	21	15.3
26-30 tahun	18	13.1
31-35 tahun	17	12.4
36-40 tahun	27	19.7
41-45 tahun	18	13.1
46-50 tahun	7	5.1
51-55 tahun	5	3.6
56-60 tahun	3	2.2
61-65 tahun	2	1.5
66-70 tahun	4	2.9
76-80 tahun	1	.7
Total	137	100

Jenis Kelamin Responden

Tabel 6:

Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	(%)
Perempuan	66	48.2
Laki-laki	71	51.8
Total	137	100.0

Asal Daerah Responden

Tabel 7:

Profil Responden Berdasarkan Asal Daerah

Asal Daerah	Jumlah	(%)
-------------	--------	-----

Penduduk Asli	130	94.9
Pendatang	7	5.1
Total	137	100.0

Rukun Tetangga (RT)

Tabel 8:

Profil Responden Berdasarkan Rukun Tetangga

RT	Jumlah	(%)
1	76	55.5
2	61	44.5
Total	137	100.0

Pendidikan Terakhir Responden

Tabel 9:

Profil Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Jenjang Pendidikan	Jumlah	(%)
Tidak Sekolah	3	2.2
Sekolah Dasar	58	42.3
SLTP/SMP/MTS/Sederajat	47	34.3
SLTA?SMA?SMK/Sederajat	26	19.0
Diploma	1	.7
S2	2	1.5
Total	137	100.0

Gambaran Pekerjaan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 10:

Gambaran Pekerjaan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Pekerjaan	Jenis Kelamin			
		Wanita		Laki-laki	
		Jumlah	(%)	Jumlah	(%)
1	PNS/TNI/POLRI/PENSIUNAN	-	0	1	1.4
2	KARYAWAN/PEG.SWASTA	3	4.5	11	15.5
3	WIRASWASTA/PENGUSAHA	-	0	10	14.1
4	SEKTOR PERTANIAN	-	0	10	14.1
5	SEKTOR PERKEBUNAN	1	1.5	-	0
6	SEKTOR PERDAGANGAN	5	7.6	16	22.5
7	SEKTOR PERINDUSTRIAN	-	0	1	1.4
8	JASA TRANSPORTASI	1	1.5	1	1.4
9	IBU RUMAH TANGGA	32	48.5	-	0

10	BURUH	2	3.0	5	7.0
11	PELAJAR	4	6.1	5	7.0
12	TIDAK BEKERJA	18	27.3	11	15.5
TOTAL		66	100	71	100

Keterlibatan Responden dengan Cai Asem (CAS) Water Park

Tabel 11
Profil Responden Berdasarkan Keterlibatannya dengan Cai Asem (CAS) Water Park

Jenis Keterlibatan	Jumlah	(%)
Manaj. CASWater Park	5	3.6
Penjual Souvenir	20	14.6
Penjaga Kantin CAS WP	10	7.3
Penjaga Toilet Umum	1	.7
Pengelola Atraksi/Wahana	10	7.3
Pengelola Area Parkir	5	3.6
Penjual Jajanan	35	25.5
Penjaga Karcis/Tiket	2	1.5
Pengelola Bangunan CAS	2	1.5
Petugas Kebersihan	6	4.4
Pengelola UP CAS	6	4.4
Warga Sekitar (responden yang tidak terlibat secara langsung dengan CAS)	35	25.5
Total	137	100

Sumber data tersebut diperoleh hasil olah data primer

Analisis Perubahan Gaya Hidup Masyarakat Lokal Sebelum dan Sesudah Hadirnya CAS Water Park

1. Activities Variable Work Indicator

- a. Terbukanya kesempatan pekerjaan sebelum (64.2%) menjawab sangat sesuai. Sesudah (86.8%) Sangat sesuai. Yang tadinya tidak terbuka kesempatan menjadi terbukanya kesempatan pekerjaan.
- b. Bertambahnya jenis pekerjaan bagi

responden sebelum (66.4%) menyatakan tidak sesuai. Setelah adanya CAS (86.1%) menjawab sangat sesuai

- c. Bertambahnya Lahan Pekerjaan Bagi Anda, sebelum (62.8%) menjawab Tidak Sesuai. Setelah adanya Cas menjadi (86.8%) menjawab sangat sesuai.
- d. Meningkatnya perekonomian Anda Sebelumnya (69.3%) tidak sesuai. Setelahnya (86,8%) menjawab sangat sesuai.
- e. Pendapatan menjadi bertambah (69.3%) menjawab tidak sesuai. Setelah hadirnya Cas menjadi (88.4%) menjawab sangat sesuai.
- f. Mengurangi Tingkat Pengangguran (73.7), menjawab tidak sesuai. Setelah hadirnya Cas menjadi (83.9%) menjawab sangat sesuai.

2. Activities Variable Social Event Indicator

- a. Bertambahnya acara-acara tradisional untuk sosial sebelum (92%) menjawab tidak sesuai. Setelah hadirnya Cas (100%) menjawab Sangat sesuai.
- b. Pentingnya acara-acara sosial, sebelum (75.9%) menjawab Tidak Sesuai. Setelah (99.3%) menjawab sangat sesuai.
- c. Bermanfaatnya acara-acara sosial, sebelum (65.7%) tidak sesuai. Setelah (99,2%) menjawab Sangat sesuai.
- d. Banyaknya minat terhadap acara-acara sosial, sebelum (89,9%). Setelah hadirnya Cas (98.5%) menjawab sangat sesuai

3. Activities Variable Entertainment Indicator

- a. Seni hiburan mengikuti perkembangan zaman sebelum menjawab tidak sesuai (84%). Setelah hadirnya CAS menjadi (92.7%) menjawab sangat sesuai.
- b. Hiburan merupakan kegiatan penting sebelum menjawab tidak sesuai sebanyak (61.4%). Setelah hadirnya Cas menjadi (87.5%) sangat sesuai.
- c. Alat-alat untuk menghibur adalah alat tradisional sebelum hadirnya Cas menjawab Agak sesuai (36.5%). Setelah hadirnya Cas (100%) sangat sesuai.
- d. Alat-alat untuk menghibur adalah alat-alat modern (49.6%) sesuai. Setelah hadirnya cas menjadi (100%) sangat

sesuai.

- e. Berkembangnya hiburan tradisional atau daerah, sebelum (81,7%) menjawab tidak sesuai. Setelah menjadi (97.1%) menjawab sangat sesuai.

4. Interests Variable Home Indicator

- a. Bertambahnya kesempatan memperbaiki tempat tinggal anda, sebelum (88%) menjawab tidak sesuai. Setelah (81.8%) menjawab sangat sesuai.
- b. Rumah anda digunakan sebagai sarana parkir alternatif (96%) menjawab tidak sesuai. Setelah menjadi (64%) menjawab sangat sesuai.
- c. Modernisasi rumah dan fasilitasnya sebelum (84%) menjawab tidak sesuai. Setelah menjadi (86%) sangat sesuai.
- d. Rumah anda menjadi peluang untuk Berbisnis, sebelum (95,6%) menjawab tidak sesuai. Setelah hadirnya Cas menjadi (69.4%) sangat sesuai.

5. Interests Variable Fashion Indicator

- a. Terdapatnya perubahan cara berpakaian. Sebelum menjawab tidak sesuai sebanyak (63.6%). Setelah (99%) menjawab sangat sesuai.
- b. Munculnya pengaruh lingkungan dan tempat tinggal dalam berbusana (64.2%) menjawab tidak sesuai. Setelah menjadi (21.3%) menjawab sesuai.
- c. Anda mengikuti perkembangan model pakaian dimanapun anda berada. Sebelumnya (59.9%) menjawab tidak sesuai. Setelah hadirnya Cas menjadi (97%) menjawab sangat sesuai.

6. Interests Variable Food Indicator

- a. Pentingnya makanan tradisional/ makanan daerah setempat bagi anda, sebelum hadirnya Cas sebanyak (33.8%) menjawab tidak sesuai. Sesudah hadirnya Cas menjadi (98%) menyatakan sangat sesuai.
- b. Anda hanya menyukai makanan tradisional, sebelum (85%) menyatakan tidak sesuai. Sesudah hadirnya Cas menjadi (21.2%) menyatakan sesuai.
- c. Meningkatnya ketersediaan makanan tradisional setempat, sebanyak (95%) menyatakan tidak sesuai. Sesudah hadirnya Cas menjadi (97.5%) menyatakan sangat sesuai.

7. Opinions Variable Business Indikator

- a. Munculnya peluang bisnis baru bagi anda, sebelum adanya Cas Water Park sebanyak (100%) menjawab tidak sesuai. Setelah hadirnya Cas menjadi (82.5%) menjawab sangat sesuai.
- b. Berkembangnya Bisnis Anda dengan Pesat, sebelumnya sebanyak (99%) menjawab tidak sesuai. Setelah hadirnya Cas menjadi (77.5%) menjawab sesuai.
- c. Banyaknya peluang bisnis atau usaha, sebelum sebanyak (98%) menjawab tidak sesuai. Setelah hadirnya CAS menjadi (86.1%) menjawab sangat sesuai.

8. Opinions Variable Education Indikator

- a. Terdapatnya peranan penting pendidikan bagi anda, sebelum (39%) menjawab tidak sesuai, (66%) menjawab sangat sesuai. Setelah hadirnya Cas menjadi (98,6%) menjawab sangat sesuai.
- b. Meningkatnya motivasi pendidikan bagi anda, sebelum hadirnya Cas berjumlah (54%) menjawab tidak sesuai dengan pernyataan tersebut. Tetapi setelah hadirnya Cas (88.3%) menjawab sangat sesuai.
- c. Munculnya pendidikan yang dituntut oleh lingkungan/ pekerjaan/zaman bagi anda, sebelum menjawab tidak sesuai sebanyak (62.7%). Setelah hadirnya cas sebanyak (77%) menyatakan sangat sesuai.

9. Opinions Variable Culture Indikator

- a. Adanya kesadaran budaya bagi anda, sebelum (60.6%) menyatakan tidak sesuai. Setelah hadirnya Cas (100%) menjawab Sangat sesuai.
- b. Anda selalu menyukai budaya orang lain dibandingkan dengan budaya daerah anda, sebelum (77.4%) menyatakan tidak sesuai. Setelah hadirnya Cas (19.7%) menyatakan sesuai.
- c. Adanya kecintaan budaya bagi anda, sebelumnya (21.2%) menjawab tidak sesuai. Setelah hadirnya Cas (98%) menyatakan sangat sesuai.
- d. Adanya hiburan yang berlandaskan budaya tradisional setempat. Sebelum (79%) menjawab tidak sesuai. Setelah hadirnya Cas (96.3%) menjawab

sangat sesuai.

- e. Adanya kebudayaan yang memiliki unsur penting bagi anda, sebelum (45%) menjawab tidak sesuai. Setelah (99%) menjawab sangat sesuai.

10. Demographics Variable Income Indikator

- a. Adanya pendapatan tambahan untuk Anda, sebelum hadirnya Cas sebanyak (97.8%) menjawab tidak sesuai. Setelah hadirnya Cas (87.6%) menjawab sangat sesuai.

11. Demographic Variable Occupation Indikator

- a. Adanya peluang usaha pribadi bagi anda, sebelum (98%) menyatakan tidak sesuai. Setelah hadirnya Cas (74.6%) menjawab sangat sesuai.
- b. Membantu meningkatkan usaha pribadi anda, sebelum (98%) menjawab tidak sesuai. Setelah hadirnya Cas (81.1%) menyatakan sesuai.

12. Demographic Variable Stage in Life Cycle Indikator

- a. Meningkatnya kehidupan bagi anda, sebelum hadirnya Cas (81.7%) menyatakan tidak sesuai. Setelah hadirnya Cas (96%) menyatakan sangat sesuai.
- b. Terpenuhinya tingkat kebutuhan hidup anda, sebelumnya (64%) menyatakan tidak sesuai. Tetapi setelah hadirnya Cas menjadi (96.4%) menyatakan sangat sesuai.
- c. Meningkatkan taraf hidup bagi anda, sebelum hadirnya Cas Water Park menyatakan (82%) tidak sesuai. Setelah hadirnya Cas menjadi (95.5%) sangat sesuai.

Perbedaan Gaya Hidup Masyarakat Lokal Sebelum dan Sesudah Hadirnya Cas Water Park

Tabel 12
Perbedaan Gaya Hidup Masyarakat Lokal
Sebelum dan Sesudah Hadirnya Cas Water Park
Berdasarkan Variabel dan Indikator dan Tingkat Signifikan

No.	Variabel	Indikator	Sebelum Hadirnya Cas (Means)	Sign	Sesudah Hadirnya Cas (Means)	Sign
1	Activities	Work	1.87	.000	6.01	.000
2		Social Event	2.94	.000	6.26	.000
3		Entertainment	3.52	.000	6.10	.000
4	Interests	Home	1.89	.000	5.03	.000
5		Fashion	3.04	.000	5.70	.000
6		Food	3.11	.000	5.10	.000
7	Opinions	Business	1.75	.000	5.46	.000
8		Education	3.42	.000	5.73	.000
9		Culture	3.56	.000	5.37	.000
10	Demographics	Income	1.72	.000	6.05	.000
11		Occupation	1.78	.000	5.76	.000
12		Stage in Life Cycle	2.60	.000	6.23	.000
TOTAL			2.60	.000	5.73	.000

Menurut Riduwan, Rusyana dan Enas (2011: 201) tingkat signifikan yakni < (0.05). Berdasarkan tabel 12 tersebut ternyata perubahan gaya hidup yagn lebih besar dari sebelum hadirnya dengan sesudah hadirnya Cai Asem (CAS) Water Park pada variable activities dengan indikator "Work" . variable interests dengan indikator "Home". Dan variable Opinions ada pada indikator "Business".

Uji Beda (t-test) Gaya Hidup Masyarakat Lokal Sebelum dan Sesudah Hadirnya Cai Asem Water Park

Tabel 13
Uji Beda (t-test) Gaya Hidup Masyarakat Lokal
Sebelum dan Sesudah Hadirnya Cai Asem Water Park

Hipotesis		Uji t	Sign
Hipotesis Utama	Sub Hipotesis		
Activities (H1)	-	-41.378	.000
	Work (H1a)	-31.939	.000
	Social Event (H1b)	-43.133	.000
	Entertainment (H1c)	-36.947	.000
Interests (H2)	-	-45.536	.000
	Home (H2a)	-29.374	.000
	Fashion (H2b)	-22.447	.000
	Food (H2c)	-34.441	.000
Opinions (H3)	-	-31.539	.000
	Business (H3a)	-27.666	.000
	Education (H3b)	-20.501	.000
	Culture (H3c)	-27.739	.000
Demographics (H4)	-	-30.481	.000
	Income (H4a)	-29.100	.000
	Occupation (H4b)	-26.674	.000
	Stage in Life Cycle (H4c)	-27.746	.000

Berdasarkan tabel 13 diatas mengenai uji beda (uji t) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: H1a, H1b, H1c, H2a, H2b, H3c, H3a, H3b, H3c: terdapat perubahan gaya hidup sebelum dan

sesudah hadirnya Cas Water Park yang signifikan pada tingkat 0.000 yang artinya tingkat tersebut sangat signifikan dan statement pada instrumen dapat diterima oleh seluruh masyarakat Desa Cikole.

KESIMPULAN

Perubahan gaya hidup masyarakat lokal Desa Cikole sesudah hadirnya Cai Asem Water Park yang paling besar ada pada variable Activities dengan indicator Work. Variable Interests ada pada indicator Home. Variable Opinions ada pada indicator Bussiness. Dan Demographics variable ada pada indicator Income. Hal ini terjadi karena dengan hadirnya Cas Water Park bdiang pekerjaan warga menjadi bertambah sehingga pendapatanpun ikut bertambah juga.

Perubahan gaya hidup masyarakat lokal Desa Cikole yang paling rendah atau paling sedikit perubahannya ada pada variable Opini atau Opinion Variable pada indicator budaya atau Culture Indocator. Hak ini terjadi karena pada saat sebelum hadirnya CAS Water Park bagi Masyarakat Desa Cikole kebudayaan masih memiliki unsur penting dan masyarakat lokal sudah memiliki rasa cinta terhadap budaya lokalnya, hanya saja dengan kehadiran Cas Water Park dapat menambah rasa cinta dan unsur penting dari budaya lokal tersebut. Walaupun perubahan tersebut kecil atau rendah tetapi tetap memiliki perubahan ke arah yang lebih positif.

Berdasarkan statement di instrument penelitian atau kuesioner dan hasil olah data menunjukkan bahwa CAS Water Park memberikan keuntungan bagi wisatawan maupun komunitas tuan rumah dan memberikan taraf hidup melalui kegiatan-kegiatan yang menguntungkan secara ekonomi, secara langsung atau tidak langsung objek wisata biasanya memiliki pengaruh terhadap masyarakat setempat.

Implikasi Manajerial

Memaksimalkan seluruh potensi dan fasilitas yang ada di CAS Water Park serta terpeliharanya Mutu Lingkungan Hidup, serta meningkatkan iklim yang lebih kondusif bagi pembangunan pariwisata Pandeglang pada umumnya, dan pengembangan CAS Water Park pada khususnya adalah salah satu implikasi manajerial yang dapat diberikan pada penelitian ini. Serta dengan keberadaan CAS Water Park harus mampu menghidupkan secktor-sektor lain seperti industry kerajinan tangan, cinderamata, penginapan dan transportasi, karena terlihat hasil observasi

bahwa pengunjung yang tidak membawa kendaraan pribadi masih harus berjalan kaki sepanjang 100-150 meter menuju objek wisata CAS Water Park dan luas lahannya sampai 10 Ha.

Maka sebaiknya disediakan jasa transportasi lokal untuk pengunjung mulai dari gerbang CAS Water Park hingga ke pintu utama dan dari jalur masuk dari arah rumah warga sekitar sehingga dapat mengisi dan memanfaatkan peluang dengan menyediakan transportasi lokal dan menjadikan area tersebut layak dan menarik untuk disinggahi oleh pengunjung seperti adanya outlet souvenir dan handycraft milik warga sekitar bukan hanya warung jajanan saja pada umumnya. Sehingga pengunjung akan merasakan terpenuhinya kebutuhan wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2019). Manajemen Penelitian. Jakarta. Rineka Cipta.
- Asmoro, Agung Yoga., & Thamrin Bhiwana Bachri. (2021). Cintaka Pariwisata. Jawa Timur. CV Madza Media.
- Desak, Ni Made Santi Dwiarthi. (2020). Perilaku Konsumen. Padang. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Djaali. (2020). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Jakarta. bumi Aksara.
- Duli, Nikolaus. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta. Deepublish CV Budi Utama.
- Jaya, Negara Danes. (2023). Research On Marketing and Consumer Behavior. Jawa Tengah. PT. NEM.
- Kotler., & Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 dan 2. Jakarta. PT. Indeks.
- Made, I Laut Mertha Jaya. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta. Anak Hebat Indonesia.
- Manahati, Zebua. (2016). Inspirasi Pengembangan Pariwisata Daerah Edisi Revisi. Yogyakarta. Deepublish CV Budi Utama.
- Perner, L. (2019). Consumer Behavior: The Psychology of Marketing. Consumer Psychologist website: <https://www.consumerpsychologist.com/>
- Solomon, Michael R. (2020). Consumer Behavior: Buying, Having and Being 13th ed., Hoboken, NJ. Pearson Education.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Bandung. CV Alfabeta.
- Weda, Asmara Dewi Wayan. (2022). Teori Perilaku Konsumen. Malang. UB Press.
- Widarjono, Agus. (2017). Analisis Multivariat Terapan. Yogyakarta. STIM YKPN.
- Zulmiyetri., Nurhastuti., Safanuddin. (2020). Penulisan Karya Ilmiah. Jakarta. Kencana.