

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN HOTEL UNTUK PENGGUNAAN KEGIATAN *MICE* DI HOTEL THE PAPANDAYAN BANDUNG 2018

ANALYSIS OF FACTORS THAT INFLUENCE HOTEL SELECTION TO USE *MICE* ACTIVITIES AT THE PAPANDAYAN HOTEL BANDUNG 2018

Rasjedi Gani Rahman¹, Rahmat Hidayat, S.E., M.M²

Prodi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom

¹rgani06@gmail.com, ²rahmat.hse@gmail.com

Abstrak

Seiring meningkatnya populasi di Indonesia ini memicu pelaku usaha untuk membuka usaha yang dapat menarik wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung dengan membuka usaha jasa penyedia akomodasi seperti hotel. meningkatnya wisatawan membuat pengusaha terus membangun hotel di kota Bandung, membuat hotel The Papandayan Bandung yang sudah ada sejak tahun 1989 ini harus mampu bertahan di persaingan bisnis hotel yang ketat ini. The Papandayan membuka dengan memberikan fasilitas *MICE* kepada instansi yang ingin melakukan kegiatan *MICE*. Terbukti dengan The Papandayan memenangkan 3 penghargaan dalam waktu 2 tahun terakhir di bidang *MICE* membuktikan bahwa The Papandayan mempertahankan eksistensi nya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana konsumen memilih hotel sebagai tempat kegiatan *MICE* nya. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Responden dari penelitian ini mayoritas adalah laki-laki berusia 25-35 tahun dengan pendidikan terakhir S1 dan pekerjaan pegawai swasta dengan penghasilan perbulan sebesar Rp.10.000.000– Rp.15.000.000 dan pernah berkunjung ke The Papandayan lebih dari dua kali. Hasil dari penelitian ini adalah Faktor yang paling mendominasi dalam mempengaruhi tamu dalam pemilihan hotel untuk kegiatan *MICE* adalah faktor Fasilitas Akomodasi dengan nilai sebesar 0,770. Dan Faktor yang rendah pengaruhnya mempengaruhi tamu dalam pemilihan hotel untuk kegiatan *MICE* adalah faktor Aksesibilitas dengan nilai 0,474.

Kata kunci: manajemen pemasaran, *MICE*, analisis faktor

Abstract

Along with the increasing population in Indonesia this trigger business actors to open a business that can attract tourists who visit the city of Bandung by opening a business service provider accommodation such as hotels. the increase of tourists makes the entrepreneurs continue to build hotels in the city of Bandung, making the hotel The Papandayan Bandung that has existed since 1989 this must be able to survive in this tight business competition hotel. The Papandayan opens by providing *MICE* facilities to agencies wishing to conduct *MICE* activities. Evidenced by The Papandayan winning 3 awards in the last 2 years in the field of *MICE* proving that The Papandayan maintains its existence. The purpose of this study to find out how consumers choose the hotel as a place of its *MICE* activities. This research was conducted using descriptive method with a quantitative approach. Respondents from this study are majority of men aged 25-35 years with the last education S1 and private employment with monthly income of Rp.10.000.000 - Rp.15.000.000 and have been to The Papandayan more than twice. The results of this study are the most dominating factor in influencing guests in the selection of hotels for *MICE* activities is the Accommodation Facility factor with a value of 0.770. And the low factor influencing the guest in hotel selection for *MICE* activity is Accessibility factor with value 0,474.

Keywords: marketing management, *MICE*, factor analysis

1. Pendahuluan

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) dari tahun 2010 sampai 2016 tercatat bahwa laju pertumbuhan penduduk sebesar 1,36 . Pada tahun 2010 kepadatan penduduk Indonesia sejumlah 124 jiwa/km², pada tahun 2013 kepadatan penduduk Indonesia sejumlah 130 jiwa/km², pada tahun 2014 kepadatan penduduk Indonesia sejumlah 132 jiwa/km², pada tahun 2015 kepadatan penduduk Indonesia sejumlah 134 jiwa/km².

Hal ini menyebabkan peluang bisnis di Indonesia meningkat mengikuti laju pertumbuhan penduduk terutama di bidang pariwisata. Data Kemenpar secara kumulatif sejak Januari-Oktober 2017 menunjukkan jumlah

wisatawan nusantara mencapai 252.569.465. Menteri Pariwisata Arief Yahya memaparkan, jumlah wisatawan nusantara Januari-Oktober 2017 lebih tinggi 14 dibandingkan target yang ditetapkan sebesar 221,5 juta wisatawan nusantara.

“Jika dilihat per Oktober 2017, pergerakan wisatawan nusantara mencapai 25.077.000 wisatawan dengan pengeluaran Rp 22,92 triliun. Namun secara kumulatif terhitung sejak Januari-Oktober 2017, angka pengeluaran wisatawan mencapai Rp 230,91 triliun,” terang Arief. Pergerakan wisatawan nusantara telah berkontribusi dalam menempatkan Indonesia ke dalam posisi 20 besar negara dengan pertumbuhan pariwisata tercepat dalam kurun waktu tiga tahun. Arief menyebutkan, pertumbuhan pariwisata Indonesia per Januari-Oktober 2017 mencapai 14%.. Tidak bisa dipungkiri bahwa industri pariwisata khususnya perhotelan di Indonesia memang amat ramai akan persaingan. Beragam hotel baik dari kelas melati hingga berbintang lima bisa ditemui di Indonesia. Persaingan ini membuat pelaku perhotelan akhirnya bersaing.

Saat ini, tren pariwisata dunia sedang tertuju pada industri *Meeting, Incentive, Conference* dan *Exhibition* (MICE). MICE merupakan bisnis yang memberikan kontribusi tinggi secara ekonomi terlebih bagi industri perhotelan, the Papandayan sudah berpengalaman dalam hal menangani MICE dan tetap bertahan hingga kini, bahkan The Papandayan memenangkan penghargaan *Indonesian Leading MICE hotel/venue 2013* dari Indonesian Travel and Tourism Award 2013.

Dapat diketahui tujuan penelitian yang ingin diungkapkan dalam penelitian ini yaitu, untuk mengetahui bagaimana gambaran tentang faktor-faktor yang mempengaruhi dalam memilih hotel untuk penggunaan kegiatan MICE di hotel The Papandayan dan untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi dalam memilih Hotel untuk penggunaan kegiatan MICE di hotel The Papandayan. Perumusan permasalahan dalam penelitian ini yaitu, “bagaimana gambaran tentang faktor-faktor yang mempengaruhi dalam memilih hotel untuk penggunaan kegiatan MICE di hotel The Papandayan?”, dan “bagaimana faktor-faktor yg mempengaruhi dalam memilih Hotel untuk penggunaan kegiatan MICE di hotel The Papandayan?”.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi yang digunakan adalah tamu yang berkunjung ke hotel The Papandayan dan sample yang digunakan tamu The Papandayan yang pernah menggunakan fasilitas MICE. Dengan menggunakan analisis faktor sebagai teknik perhitungannya.

2. Dasar Teori

2.1 Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2013:27) yaitu manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih target pasar dan mendapatkan, menumbuhkan pelanggan, menciptakan, menyampaikan, dan mengkomunikasikan nilai superior kepada pelanggan.

2.2 Pemasaran Jasa

Menurut Lupiyoadi (2013:7) pemasaran jasa pada dasarnya merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang umumnya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu dihasilkan dan memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi oleh konsumen.

2.3 MICE

MICE adalah akronim dari *meetings, incentives, conferences and exhibitions*. Wisata MICE merupakan salah satu sektor dalam industri pariwisata yang berkembang sangat pesat (Dwyer dan Forsyth, 1997; Hing et al., 1998 dalam Seebaluck, Naidoo dan Ramseook-Munhurrin, 2013).

2.4 Sarana dan Prasarana Wisata MICE

Sarana dan prasarana wisata MICE sangat penting bagi pengelola dan juga peserta MICE karena dapat mempengaruhi keinginan untuk menghadiri atau menyelenggarakan suatu event. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi MICE maka beberapa pertanyaan penelitian dapat digunakan, seperti: faktor-faktor apa yang mempengaruhi pemilihan lokasi, seberapa penting faktor-faktor tersebut dalam pemilihan lokasi, apakah terdapat pengaruh dari peserta dalam penentuan lokasi, bagaimana suatu destinasi dapat meningkatkan daya saing mereka dengan berusaha memenuhi setiap faktor dalam pemilihan lokasi, bagaimana pengaruh waktu dalam pemilihan lokasi (Crouch dan Louviere, 2004 yang dikutip dari www.disparda.baliprov.go.id, 2018).

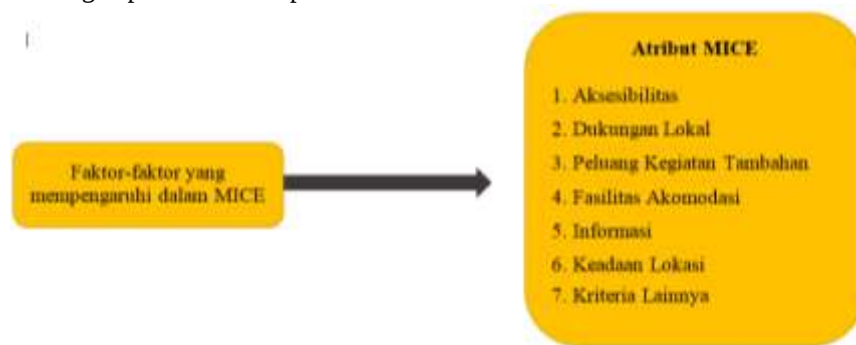
Berdasarkan penelaahan dari berbagai hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Crouch dan Ritchie (1998) dalam Crouch dan Louviere, 2004 yang dikutip dari www.disparda.baliprov.go.id (2018) terdapat beberapa kategori dari faktor-faktor pemilihan lokasi MICE yang penting dalam menentukan kesiapan sarana dan prasarana yang dapat mendukung pelaksanaan MICE di suatu destinasi. Faktor-faktor tersebut diuraikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Faktor-faktor penting dalam pemilihan lokasi MICE

Kategori	Dimensi
1. Aksesibilitas	a. Biaya : biaya transportasi yang diperlukan b. Waktu : waktu tempuh atau jarak perjalanan ke lokasi serta biaya c. Peluang : <i>opportunity cost</i> dari waktu yang diperlukan d. Frekuensi : frekuensi koneksi menuju ke lokasi e. Kenyamanan : kenyamanan penjadwalan koneksi atau transportasi menuju ke destinasi f. Hambatan : faktor yang menjadi hambatan dalam melakukan perjalanan seperti visa dan bea cukai
2. Dukungan lokal	a. Dukungan lokal : tingkat dukungan yang ditawarkan oleh asosiasi lokal b. Convention center : tingkat perencanaan, dukungan logistik dan dukungan promosi yang ditawarkan c. Subsidi : tingkat subsidi yang ditawarkan oleh suatu destinasi untuk membiayai penyelenggaraan event melalui pemberian potongan harga dan subsidi
3. Peluang kegiatan tambahan	a. Pusat hiburan: ketersediaan restaurant, bars, teater, pusat hiburan malam, dll. b. Pusat perbelanjaan: mal, department store besar, harga yang rendah, dll. c. Wisata: arsitektur lokal, museum, monumen, objek wisata, taman, peninggalan bersejarah, tour lokal, dll. d. Pusat rekreasi: pusat olahraga dan kegiatan baik sebagai penonton maupun sebagai peserta e. Peluang profesional: mengunjungi klien lokal, negosiasi, transaksi bisnis, membuat kesepakatan kontrak, dll.
4. Fasilitas akomodasi	a. Ketersediaan : apakah fasilitas akomodasi tersedia guna menunjang pelaksanaan MICE b. Kapasitas : jumlah kamar yang tersedia c. Biaya : biaya akomodasi yang sesuai d. Layanan : persepsi terhadap standar layanan e. Keamanan : sejauh mana keamanannya
5. Fasilitas rapat	a. Kapasitas : kemampuan suatu lokasi dalam menyediakan fasilitas dengan ukuran yang sesuai kebutuhan b. Layout : kesesuaian tata letak fasilitas dan denah lantai c. Biaya rapat : biaya ruang pertemuan yang diperlukan d. Fasilitas <i>ambience</i> : kemampuan suatu lokasi dalam menciptakan suasana dan lingkungan yang sesuai e. Layanan : persepsi terhadap standar layanan f. Keamanan : sejauh mana suatu lokasi dapat menyediakan ruang pertemuan yang aman g. Ketersediaan : apakah fasilitas rapat tersebut tersedia saat dibutuhkan
6. Informasi	a. Pengalaman : apakah lokasi MICE tersebut telah mampu menunjukkan kinerja yang memuaskan di masa lalu b. Reputasi : bagaimana reputasi daerah tujuan tersebut diantara perencanaan pertemuan lainnya c. Pemasaran : efektivitas kegiatan pemasaran destinasi
7. Keadaan lokasi	a. Iklim : keadaan iklim di daerah tujuan b. Setting : daya tarik lingkungan destinasi c. Infrastruktur : kesesuaian dan standar infrastruktur lokal d. Keramah tamahan : sejauh mana daerah tuan rumah dan masyarakat lokal unggul dalam menjamu atau menyambut pengunjung
8. Kriteria lainnya	a. Risiko : kemungkinan terjadinya aksi unjuk rasa, bencana alam, boikot dan berbagai keadaan merugikan lainnya yang dapat mengganggu kelancaran suatu kegiatan b. Profitabilitas : tingkat di mana suatu lokasi dapat menghasilkan keuntungan maupun kerugian dalam penyelenggaraan MICE c. Promosi asosiasi: apakah lokasi yang telah ditentukan dapat meningkatkan kredibilitas penyelenggara dan meningkatkan keanggotaan d. Novelty : sejauh mana suatu lokasi merepresentasikan lokasi yang baru untuk penyelenggaraan MICE berikutnya

2.5 Kerangka Pemikiran

Berikut adalah kerangka pemikiran dari penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

3. Pembahasan

3.1 Hasil Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Item	R.Hitung	R.Tabel	Keterangan
X1	0,279	0,165	VALID
X2	0,370	0,165	VALID
X3	0,679	0,165	VALID
X4	0,425	0,165	VALID
X5	0,542	0,165	VALID
X6	0,557	0,165	VALID
X7	0,574	0,165	VALID

3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Tabel. 3. Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	23

3.3 Gambaran Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Kegiatan MICE di Hotel

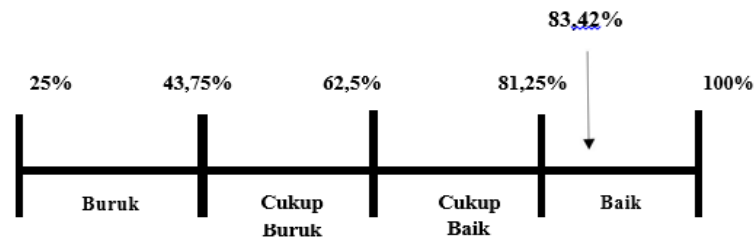
Berikut adalah analisis keseluruhan 7 dimensi dari variabel faktor:

Tabel 4. Tanggapan Konsumen terhadap Keseluruhan Faktor-Faktor

No.	Sub Variabel	Skor Total	Skor dalam %	Skor Ideal	Kriteria
1	Aksesibilitas	1.974	82,30%	2.400	Baik
2	Dukungan Lokal	667	83,38%	800	Baik
3	Peluang Kegiatan Tambahan	1.333	83,31%	1.600	Baik
4	Fasilitas Akomodasi	1.368	85,50%	1.600	Baik
5	Informasi	649	81,13%	800	Cukup Baik
6	Keadaan Lokasi	1.325	82,81%	1.600	Baik
7	Kriteria Lainnya	359	89,75%	400	Baik
Rata-Rata		7.675	83,42%	9.200	Baik

Berdasarkan tabel diatas penilaian faktor-faktor yang mempengaruhi dalam memilih hotel untuk kegiatan MICE adalah Baik, dapat diartikan responden baik faktor yang mempengaruhi dalam memilih hotel untuk kegiatan MICE yang disediakan oleh The Papandayan hotel sangat baik. Nilai tertinggi dari dimensi tersebut dimiliki oleh Kriteria Lainnya, hal ini berarti The Papandayan dapat meminimalisir terjadinya resiko dalam kegiatan MICE. Nilai terendah dari dimensi tersebut dimiliki oleh Informasi, hal ini berarti pengalaman dan reputasi masih lebih

rendah dibanding dimensi lainnya. Kriteria interpretasi skor dari semua variabel dapat dilihat pada garis kontinum berikut :



Gambar 2. Garis kontinum Tanggapan Responden terhadap keseluruhan 7 dimensi dari variabel faktor

3.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Dalam Memilih Hotel Untuk Kegiatan MICE

Hasil faktor yang digunakan untuk mengetahui dalam penelitian akan ditunjukkan sebagai berikut.

Tabel 5. Hasil uji KMO dan Bartlett

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,697
Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square	95,440
Df	21
Sig.	,000

Pada Tabel dapat dilihat bahwa hasil uji KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ternyata 0,697 diatas 0,500, begitu juga dengan Bbartlett's test of sphercicity juga signifikan pada 0.05. Jadi dapat disimpulkan bahwa analisis faktor dapat diteruskan.

Tabel 6. Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,375	33,934	33,934	2,375	33,934	33,934	1,861	26,590	26,590
2	1,155	16,505	50,439	1,155	16,505	50,439	1,669	23,849	50,439
3	,953	13,618	64,058						
4	,818	11,691	75,748						
5	,681	9,724	85,472						
6	,580	8,281	93,753						
7	,437	6,247	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Dari ke 7 variabel yang dianalisis ternyata hasil ekstraksi computer menjadi 2 faktor (nilai eigen value > 1 menjadi faktor). Faktor 1 mampu menjelaskan 33,934% variance, faktor 2 mampu menjelaskan 16,505% atau kedua faktor keseluruhan mampu menjelaskan 50,439% variasi.

Tabel 7. Component Matrix

	Component	
	1	2
Aksesibilitas	,474	
Dukungan Lokal	,677	
Peluang Kegiatan Tambahan	,534	
Fasilitas Akomodasi	,770	
InforPmasi	,575	
Keadaan Lokasi	,594	-,516
Kriteria Lainnya		,650

Extraction Method: Principal Component Analysis.
a. 2 components extracted.

Dengan melihat komponen matrix jelas bahwa yang mengelompok pada dimensi 1 adalah Aksesibilitas, Dukungan Lokal, Peluang Kegiatan Tambahan, Fasilitas Akomodasi, Informasi, Keadaan Lokasi. Sedangkan yang mengelompok pada dimensi 2 adalah Kriteria Lainnya. Semuanya dengan loading faktor diatas 0,50. Maka dapat disimpulkan setelah dilakukanya analisis faktor tidak ada variabel yang dihilangkan namun terjadi pengelompokan menjadi 2 dimensi yang distribusinya peneliti memakai sebagai berikut:

Tabel 8. Pengelompokkan Faktor-Faktor

No	Subvariabel	Dimensi
1	Aksesibilitas	Faktor Umum
2	Dukungan Lokal	Faktor Umum
3	Peluang Kegiatan Tambahan	Faktor Umum
4	Fasilitas Akomodasi	Faktor Umum
5	Informasi	Faktor Umum
6	Keadaan Lokasi	Faktor Umum
7	Kriteria Lainnya	Faktor Khusus

Terdapat enam subvariabel yang dikategorikan kedalam dimensi faktor umum yaitu Aksesibilitas, Dukungan Lokal, Peluang Kegiatan Tambahan, Fasilitas Akomodasi, Informasi, Keadaan Lokasi. Dalam kategori dimensi faktor khusus dipastikan terdapat satu subvariabel yaitu Kriteria Lainnya.

Kategori faktor dinamakan “Faktor Umum” dan “Faktor Khusus” dikarenakan oleh subvariabel yang tergolong dimensi faktor umum adalah faktor-faktor yang selalu ada dalam penerapan *MICE* di setiap hotel. Sedangkan pada subvariabel yang tergolong faktor khusus adalah kriteria lainnya contohnya berupa resiko. Resiko tidak selalu ada dan tidak dapat di perkirakan ada disetiap kegiatan *MICE*, maka dari itu faktor tersebut dinamakan faktor khusus.

4. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah, antara lain :

1. Berdasarkan penilaian faktor-faktor yang mempengaruhi dalam memilih hotel untuk kegiatan *MICE* adalah Baik, dapat diartikan responden Baik faktor yang mempengaruhi dalam memilih hotel untuk kegiatan *MICE* yang disediakan oleh The Papandayan hotel sangat baik. Nilai tertinggi dari dimensi tersebut dimiliki oleh Kriteria Lainnya, hal ini berarti The Papandayan dapat meminimalisir terjadi nya resiko dalam kegiatan *MICE*. Nilai terendah dari dimensi tersebut dimiliki oleh Informasi, hal ini berarti pengalaman dan reputasi masih lebih rendah dibanding dimensi lainnya.
2. Faktor yang paling mendominasi dalam mempengaruhi tamu dalam pemilihan hotel untuk kegiatan *MICE* adalah faktor Fasilitas Akomodasi dengan nilai sebesar 0,770.
3. Dan Faktor yang rendah pengaruhnya mempengaruhi tamu dalam pemilihan hotel untuk kegiatan *MICE* adalah faktor Aksesibilitas dengan nilai 0,474.

5. Daftar Pustaka

Abdurrahman, Herdiana, Nana. (2015). Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung: CV Pustaka Setia

- Amos Neolaka (2014). Metode Penelitian dan Statistik. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, S. (2013). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bougie, & Sekaran. (2013). Edisi 5, *Research Methods for Business: A skill Building Approach*. New York: John Wiley & Sons
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2013), Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 13, Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Ketiga. Salemba Empat: Jakarta.
- Santoso, Singgih. 2017. Statistik Multivariat dengan SPSS. Edisi Pertama. Elex Media Komputindo: Jakarta
- Seebaluck, V., Naidoo, P. dan Ramseook-Munhurrun, P. 2013. *Meetings, incentives, conferences and exhibitions as a tourism development strategy in Mauritius*. University of Technology Mauritius.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Suhartanto, Dwi. 2014. Metode Riset Pemasaran. Bandung: Alfabeta
- Jurnal & Skripsi
- Lufie, Harrie., Hidayat, Rahmat. 2017. *Descriptive Analysis of Reference Group and Family to Decision Purchase Phone Touchscreen*. Bogor
- Hidayat, Rahmat. 2015. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Philips (Studi Kasus Pada Mahasiswa Telkom University). Bandung
- Kartini Sari, Mursalini., Hidayat, Rahmat. 2015. Pengaruh Media Iklan (Above The Line & Below The Line) Produk Indihome Fiber Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Bandung Kota). Bandung
- Prihanto, Agus. 2013. Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Korporat Untuk Acara Mice Terhadap Kualitas Pelayanan Hotel HSTH. Bogor
- Semadi, I Wayan. 2013. Faktor-faktor yang menarik minat konsumen untuk menyelenggarakan mice di hotel nikki Denpasar – bali. Denpasar.
- Simpenti, Rendi. 2017. Pengembangan kota malang menjadi kota mice. Malang.
- Setiyawan, A. Doedyk. 2018. Sarana dan Prasarana Pendukung Industri MICE (Studi Kasus di Madiun, Provinsi Jawa Timur). Madiun
- Ekasari, Rini. 2014. Kajian Potensi Kota Padang Sebagai Salah Satu Destinasi Wisata MICE di Indonesia. Padang
- Website:
- www.disparda.baliprov.go.id
- www.bps.go.id
- www.markeeters.com
- www.pusdalitbang.jabarprov.go.id
- www.risetdikti.go.id
- www.swa.co.id
- www.thepapandayan.com