

Pengembangan Website untuk Mendorong Sustainable Tourism di Kampung Tarung, Sumba Barat

Radeswandri^{1*}, Ginta Ginting²

^{1,2} Universitas Terbuka, Indonesia

*Corresponding Author: rades@ecampus.ut.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received: 28 Januari 2025

Revised: 29 Januari 2025

Accepted: 30 Januari 2025

KEYWORDS

Website

IMC

Traditional Village

Destination Marketing

Sustainable Tourism

ABSTRACT

Tourism has the potential to be a source of income and welfare of the community. Tarung Kampung in West Sumba, which still runs the trust of Merapu, has the potential as a leading tourist destination. Different from other remote traditional villages, Tarung Village is located in the City of Waikabubak, with architecture and typical spatial planning that is full of philosophy. Although promising, Tarung Village is still less well known than other traditional villages such as Panglipuran or Wae Rebo. This study is a research research and survey results on the potential to show unfavorable promotions even though this village has been listed on the government's official website. This study involved 80 Sumba community respondents. This study aims to develop sustainable tourism in Tarung Village. The results of the study include the development of websites for promotion of tourist areas so that it can make a real contribution in developing and promoting the tourist area.

This is an open access article under the CC-BY-SA license.



Pendahuluan

Industri pariwisata di Indonesia tak hanya mengembangkan sumber daya alamnya saja akan tetapi sumber daya budaya baik dalam bentuk tangible maupun intangible yang menjadi pilar pengembangan pariwisata baik melalui wisata heritage maupun religi (Putri dan Thamrin, 2023). Kementerian Pariwisata mengembangkan tiga potensi daya tarik wisata di Indonesia dengan pembagiannya sebagai berikut: 1) Daya tarik wisata alam (nature) sebesar 35% yang meliputi: wisata bahari, ekologi, petualangan. 2) Daya tarik wisata budaya (culture) sebesar 60 % yang meliputi: wisata heritage dan religi, kuliner dan belanja, wisata kota dan desa. 3) Daya tarik wisata buatan (man made) sebesar 5% (Septianto, 2023) yang meliputi: wisata MICE dan event, olahraga dan wisata kawasan terpadu (integrated resort) (Renstra 2020-2024).

Manfaat dan dampak pariwisata terhadap sosial budaya masyarakat setempat tidak dapat secara mudah terlihat (abstrak) karena perubahan yang terjadi dalam masyarakat tidak terjadi seketika, tetapi melalui proses (Mauludin, 2024). Dampak yang di timbulkan dari kegiatan pariwisata yakni seperti

meningkatnya pengetahuan dan wawasan masyarakat, peningkatan status sosial masyarakat, semakin berkembangnya kebudayaan lokal, adanya tindakan konservasi maupun preservasi, serta revitalisasi kerajinan lokal. Pariwisata dapat memberikan dampak yang lebih besar melalui keterlibatan masyarakat (community involvement) dan pemberdayaan masyarakat (community empowerment) (Setianingsih, 2022). Tujuan keterlibatan masyarakat adalah dalam rangka pelestarian sumber daya yang berbasis kekuatan nilai-nilai budaya yang ada, mendorong pengembangan wilayah, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal (Permatasrari et al., 2024). Pemberdayaan masyarakat adalah mengupayakan strategi-strategi guna mewujudkan kemampuan dan kemandirian masyarakat untuk mengatasi ketidakberdayaan, kemiskinan dan lain sebagainya (Pranata et al., 2023).

Salah satu destinasi wisata unggulan sektor pariwisata adalah pelestarian warisan budaya yang merupakan suatu pendekatan strategis yang menjamin kesinambungan nilai-nilai kehidupan (Akbar dan Azwar, 2024). Cara untuk mendukung kegiatan pelestarian warisan

budaya adalah dengan perlindungan (protection), pemeliharaan (conservation), dan pemanfaatan (utilization) terhadap warisan budaya secara bijaksana tanpa merusak maupun mengeksploitasi warisan budaya yang ada (Karjaya, 2024). Sustainable tourism merupakan Pelestarian warisan budaya yang mengangkat local genius memerlukan keterlibatan masyarakat lokal serta wisatawan, keaslian budaya dan kelestarian alam (Robinson & Picard, 2006).

Sejalan dengan RIP FE-UT untuk “Menghasilkan Implementasi Model Penguatan Ekonomi Indonesia Menghadapi Pasar Global Di Bidang Ekonomi Dan Bisnis”, maka penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sustainable tourism di Kampung Tarung, di Sumba Barat. Permasalahan utama yang ingin dipecahkan dalam penelitian ini adalah perlunya identifikasi potensi apa saja yang terdapat di Kampung Tarung yang kemudian dapat dijadikan nilai jual untuk dipromosikan ke wisatawan secara luas. Kekhasan Kampung Tarung sebagai kampung adat yang dikelola secara ramah lingkungan telah mendukung orientasi sustainable *tourism* (Ozali dan Rahayu, 2023).

Seperti setiap bisnis lainnya, ada beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk mempromosikan destinasi wisata secara luas, yakni menggunakan media online (Wibowo et al., 2022). Secara tradisional, cara yang dilakukan untuk memasarkan suatu destinasi baru atau destinasi yang belum berkembang seringkali dilakukan melalui berbagai kemitraan dengan misalnya agen perjalanan. Namun demikian, di era digital ini, pengelolaan destinasi wisata perlu memperhatikan aspek online yang sangat penting bagi konsumen atau wisatawan masa kini (Dewi et al., 2024).

Untuk bisa memenuhi kebutuhan wisatawan di era digital, terdapat beberapa hal penting yang perlu diperhatikan oleh pengelola destinasi wisata yaitu : 1) mengembangkan website dengan tepat. Website sering kali merupakan bagian pertama dari identitas bisnis untuk pelanggan (Budiarti et al., 2024). Demikian pula halnya dengan wisatawan, saat ini mereka cenderung mendapatkan informasi mengenai identitas suatu destinasi yang ingin dikunjungi melalui website, 2) pemasaran online untuk tujuan wisata dengan memanfaatkan hitungan detik untuk menginformasikan produk/jasa agar pesan ini dapat tersampaikan, kemudian, 3) promosi, ide terbaik adalah menggunakan pemasaran online

multi-channel untuk menjangkau pelanggan lebih cepat (Darmayasa et al., 2024). Kualitas fitur kegunaan website sangat diperlukan seperti kualitas informasi, kinerja, dan fungsionalitas (Hanifah et al., 2022). Dengan demikian, efektivitas suatu website wisata perlu diukur tingkat kegunaannya dari perspektif pengguna agar kelemahan dalam website dapat diperbaiki (Faustyna, 2024). Di sisi lain, perancang dan pengembang website perlu memahami tuntutan pengguna (Yusuf dan Akbar, 2024).

Metode

Penelitian ini menggunakan penelitian pengembangan (RnD) pendekatan partisipatif melibatkan seluruh elemen masyarakat dalam mengembangkan website. Dengan metode ini diharapkan akan tumbuh rasa memiliki (sense of belonging) terhadap hasil identifikasi potensi wisata Kampung Tarung dan akan dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya sebagai landasan untuk pengembangan berbagai kebijakan, antara lain pengembangan sustainable tourism di Kampung Tarung.

Identifikasi potensi wisata tidak hanya meliputi hal-hal yang terkait dengan pariwisata saja, namun diperdalam secara komprehensif menyangkut sisi sosial, ekonomi, dan lingkungan. Tiga aspek ini merupakan elemen dasar dalam Sustainability Model. Ketiga aspek tersebut digali dan dinarasikan sebagai bentuk informasi faktual mengenai Kampung Tarung dan ditampilkan dalam website yang dapat diakses secara online dari berbagai wilayah yang luas.

Untuk memperoleh data penelitian, melibatkan 80 responden yang merupakan masyarakat sumba. terdapat sejumlah metode pengambilan data yang dilakukan dalam penelitian ini: 1) Observasi lapangan kondisi Kampung Tarung untuk mendata dan mengidentifikasi secara lebih detil permasalahan, potensi yang dimiliki baik itu potensi alam, sejarah, budaya, fasilitas, kegiatan ekonomi dan kondisi sosial masyarakat, dan sebagainya; 2) Wawancara terhadap tokoh-tokoh yang memahami kondisi Kampung Tarung serta dapat mewakili komunitasnya; 3) Studi literatur; 4) Survey untuk mengetahui profil sosial ekonomi masyarakat Kampung Tarung dan karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Kampung Tarung.

Focus Group Discussion dilakukan untuk mengidentifikasi potensi dan permasalahan bersama-sama, sekaligus sinkronisasi dan verifikasi data yang diperoleh dari observasi lapangan dan survey.

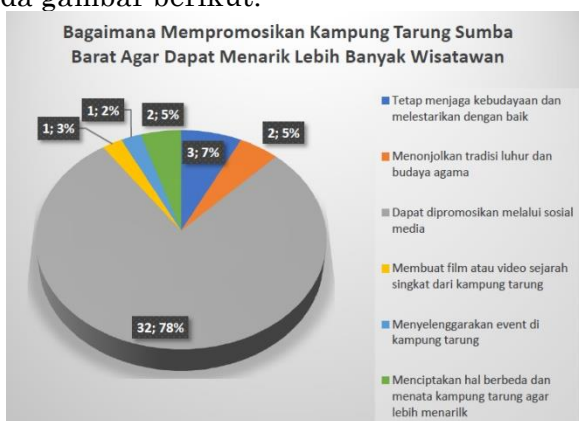
Hasil dan Pembahasan

Kampung Tarung sebagai Destinasi Wisata Populer

Pengembangan pariwisata berkelanjutan (Sustainable Tourism Development) sebaiknya tidak hanya dipandang sebagai upaya pembangunan yang berorientasi pada hasil ekonomi semata, tetapi juga sebagai pendekatan yang menitikberatkan pada pelestarian lingkungan dan kelestarian budaya dalam masyarakat (Triutami dan Murdana, 2024).

Kampung Tarung secara administratif berada di bawah Kelurahan Soba Wawi, Kecamatan Loli. Namun, secara geografis, kampung ini terletak tepat di pusat Kota Waikabubak (Ate, 2023). Wilayah Kampung Tarung berbatasan dengan Kampung Belaciku di sebelah selatan, Kampung Waitabar di sebelah utara, area persawahan di sebelah barat, dan Kampung Prekelembung di sebelah timur (Lero, 2025). Secara umum, masyarakat Kampung Tarung menganut sistem kepercayaan yang dikenal sebagai Marapu. Marapu dapat dijelaskan sebagai keyakinan terhadap arwah leluhur yang dipercaya memiliki kekuatan tertinggi serta dapat memberikan perlindungan, ketenteraman, dan keselamatan bagi masyarakat (Kondi, 2021).

Hasil Survei potensi promosi untuk wisata pada gambar berikut:



Gambar 1. Potensi dan cara promosi daerah wisata

Hasil survei yang melibatkan 82 responden yang sebagian besar adalah masyarakat Sumba, memberikan insight menarik yang intinya adanya dukungan kuat untuk menjadikan Kampung Adat Tarung sebagai destinasi wisata Iconic di Sumba.

Untuk, memperkenalkan keindahan dan keunikan Kampung adat Tarung sebagai icon destinasi wisata unggulan di Sumba harus dimulai dari membangun *awareness* yang kuat. Salah satu strateginya adalah promosi/komunikasi memanfaatkan aktivitas secara online dan offline. Secara online dapat memanfaatkan berbagai kanal (digitalisasi) untuk mendapatkan *coverage* yang luas seperti membuat video pendek tentang keunikan Kampung Tarung dan mensosialisasikan melalui You Tube serta media sosial. Dari hasil survey diperoleh masukan penting mengenai “*How To Promote Kampung Tarung As Iconic Tourism Destination*” yaitu terutama melalui media sosial, membuat film dan video sejarah singkat Kampung Tarung dan menyelenggarakan even-even menarik. Semua kemasan untuk meningkatkan *awareness* itu harus tetapi mengedepankan keunikan dan keunggulan yaitu: pelestarian budaya leluhur terkait dengan agama Marapu dan adat istiadat masyarakat.

Dari pendapat responden dapat ditarik benang merah bahwa Kampung Adat Tarung mempunyai keunikan dan keunggulan yang mempunyai nilai jual dan layak dijadikan destinasi wisata seperti: bangunan rumah adat, budaya dan adat istiadat Marapu, aktivitas masyarakat yang masih memegang tradisi dan upacara. Menjadikan Kampung Tarung sebagai destinasi wisata merupakan bagian dari implementasi sustainable tourism yang mengedepankan harmoni 3 aspek penting yaitu: sosial/budaya, ekonomi dan lingkungan. Membangun *awareness* kuat mengenai

Kampung Adat Tarung menjadi hal penting untuk dioptimalkan, salah satu strategi yang jitu untuk mendapatkan *coverage* luas adalah memanfaatkan kanal-kanal digitalisasi seperti : media sosial, website, youtube (Kondi, 2021). Ada hal penting yang menjadi catatan penting adalah aspek kualitas layanan sebagai destinasi wisata harus diperhatikan. Sebagian besar responden menyatakan bahwa aspek kenyamanan dan kebersihan lingkungan perlu menjadi perhatian.

Mendesain Website dengan Membuat Kerangka Website: Menyusun Sitemap Dan Wireframe

SITE MAP: yaitu diagram yang menunjukkan hubungan antar halaman website (Amini et al., 2021). Intinya tidak ada halaman yang berdiri sendiri, semua halaman terkoneksi satu dan lain. Dari site map akan tampak desain web site apakah halaman utamanya

langsung terhubung dengan berbagai halaman produk. Untuk membuat Sitemap dapat digunakan WriteMaps. Alat ini dapat membantu Anda membangun sitemap secara mudah dan fleksibel.



Gambar 2. Site Map

WIREFRAME: merupakan blueprint halaman website, sebagai alat untuk menggambarkan tata letak konten di dalam halamannya. Pada saat membuat wireframe ada beberapa komponen yang perlu dipertimbangkan yaitu: 1) layout utama: apakah tata letak kontenna nyaman untuk pengunjung; 2) Interface: apakah elemen visualnya menarik bagi pengunjung; 3) Navigasi: apakah pengunjung dapat menjelajahi halamannya dengan mudah; dan 4) Informasi: apakah pengunjung bisa mendapatkan apa yang mereka cari di halamannya.



Gambar 3. Wireframe

Membuat Konten Website

Konten pada website berupa informasi produk, gambar produk, artikel blog, atau sejarah suatu usaha. Untuk itu membuat perencanaan konten menjadi hal penting untuk mengisi desain website. Untuk menentukan konten yang tepat pada suatu website ada 2 langkah penting yang perlu dilakukan yaitu:

Pertama, Menyusun tujuan konten: 1) Halaman konten, agar wisatawan tertarik untuk datang; 2) BLOG, menyediakan konten-konten informatif dan bermakna sehingga pengunjung website senang; 3) Halaman tentang Kampung Tarung Anda (sejarah dan nilai-nilai); dan 4) Halaman galeri atau portofolio, menampilkan berbagai warisan budaya berbasis kearifan lokal. Kedua, Melakukan Riset Keyword untuk untuk mengundang lebih banyak pengunjung. Semakin banyak pengunjung akan dapat meningkatkan volume penjualan serta meningkatkan brand awareness. Untuk

mengetahui apakah keyword, bisa dilakukan dengan mengetik kata-kata tersebut di Google sehingga dapat diketahui urutan pada halaman google. Contoh: "Key word: Kampung Tarung Sumba"

Website dan Interkoneksi dengan Digital Marketing untuk Meningkatkan Branding "Kampung Tarung sebagai Icon Wisata Unggulan Berbasis Kearifan Lokal"

Hasil survei (2021) dengan responden sebagian besar adalah masyarakat Sumba, memberikan insight menarik yang intinya adanya dukungan kuat untuk menjadikan Kampung Adat Tarung sebagai destinasi wisata Iconic di Sumba. Dari pendapat responden dapat ditarik benang merah bahwa Kampung Adat Tarung mempunyai keunikan dan keunggulan yang mempunyai nilai jual dan layak dijadikan destinasi wisata seperti: bangunan rumah adat, budayadan adatistiadat Marapu, aktivitas masyarakat yang masih memegang tradisidan upacara (Londong, 2023). Menjadikan Kampung Tarung sebagai destinasi wisata merupakan bagian dari implementasi sustainable tourism yang mengedepankan harmoni aspek penting yaitu: sosial/budaya, ekonomi dan lingkungan.

Membangun awereness kuat mengenai Kampung Adat Tarung menjadi hal penting untuk dioptimalkan, salah satu strategi yang jitu untuk mendapatkan Coverageluas adalah memanfaatkan kanal digitalisasi seperti: media sosial, website, youtube. Ada hal penting yang menjadi catatan penting adalah aspek kualitas layanan sebagai destinasi wisata harus diperhatikan. Sebagian besar responden menyatakan bahwa aspek kenyamanan dan kebersihan lingkungan perlu menjadi perhatian. Berguru dari keberhasilan destinasi wisata Panglipuran (Bali) yang berhasil menata desanya dengan memperhatikan aspek keberhasilan dan keindahan lingkungan ternyata menjadi megnet bagi wisatawan untuk datang.

Simpulan

Hasil survei yang melibatkan 82 responden yang sebagian besar adalah masyarakat Sumba, memberikan insight menarik yang intinya adanya dukungan kuat untuk menjadikan Kampung Adat Tarung sebagai destinasi wisata Iconic di Sumba. Dari pendapat responden dapat ditarik benang merah bahwa Kampung Adat Tarung mempunyai keunikan dan keunggulan yang mempunyai nilai jual dan layak dijadikan destinasi wisata seperti:

bangunan rumah adat, budaya dan adat istiadat Marapu, aktivitas masyarakat yang masih memegang tradisi dan upacara.

Menjadikan Kampung Tarung sebagai destinasi wisata merupakan bagian dari implementasi sustainable tourism yang mengedepankan harmoni 3 aspek penting yaitu: sosial/budaya, ekonomi dan lingkungan. Membangun awareness kuat mengenai Kampung Adat Tarung menjadi hal penting untuk dioptimalkan, salah satu strategi yang jitu untuk mendapatkan coverage luas adalah memanfaatkan kanal digitalisasi seperti : media sosial, website, you tube. Ada hal penting yang menjadi catatan penting adalah aspek kualitas layanan sebagai destinasi wisata harus diperhatikan. Sebagian besar responden menyatakan bahwa aspek kenyamanan dan kebersihan lingkungan perlu menjadi perhatian. Berguru dari keberhasilan destinasi wisata Panglipuran (Bali) yang berhasil menata desanya dengan memperhatikan aspek kebersihan dan keindahan lingkungan ternyata menjadi magnet bagi wisatawan untuk datang (Galib et al., 2025).

Untuk penelitian lanjutan, perlu dilakukan evaluasi mengenai efektivitas website dalam meningkatkan kunjungan wisatawan serta dampaknya terhadap ekonomi lokal. Selain itu, penelitian tentang penerimaan masyarakat terhadap digitalisasi pariwisata akan membantu dalam memahami bagaimana teknologi dapat diterapkan tanpa menggeser nilai budaya setempat. Kajian mengenai model bisnis Community-Based Tourism (CBT) juga penting untuk memastikan wisata di Kampung Tarung berkembang secara berkelanjutan, memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat, serta tetap menjaga keaslian budaya yang menjadi daya tarik utama destinasi ini.

Referensi

- Akbar, R., & Azwar, A. (2024). PRINSIP EKOWISATA SITU JATIJAJAR DEPOK SEBAGAI PARIWISATA BERKELANJUTAN. *Jurnal Darma Agung*, 32(5), 286-295.
- Amini, T. N. A., Fabroyir, H., & Akbar, R. J. (2021). Desain dan Evaluasi Antarmuka Mobile App MyITS Alumni pada Platform Android dan Ios Melalui Pendekatan User-Centered Design. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2), A133-A139.
- Ate, J. P. S. (2023). Wulla Paddo (Kajian Teologis Sikap Pemuda Kristen Sumba Terhadap Kuburan Adat Di Kampung Adat Tarung Sumba Barat). *Jurnal Adijaya Multidisplin*, 1(04), 855-868.
- Budiarti, E., Andjarwati, T., & Gunawan, K. I. (2024, November). Pemodelan BLUE (Branding, Leisure, and Unique Experience) untuk Perbaikan Destination Branding Wisata Mangrove di Jawa Timur. In SEMINAR NASIONAL KONSORSIUM UNTAG SE INDONESIA (pp. 512-534).
- Darmayasa, D., Pracintya, I. A. E., Judijanto, L., Nugraha, P. A., Anas, M., Dethan, A. G., ... & Yusri, Y. (2024). *INDONESIA TOURISM: History and Cultur*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Dewi, R., Musdawina, M., Ahmady, Z., Musdalifah, H. R., & Sakir, S. (2024). Strategi manajemen pemasaran destinasi pariwisata berkelanjutan: Suatu kajian literatur. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(3), 68-79.
- Faustyna, F. (2024). Pelatihan Komunikasi Pemasaran Produk Kuliner Secara Digital Pasca Pandemi Covid-19 untuk Destinasi Wisata Bahari Masyarakat Lokal Desa Jaring Halus Sicanggung Deliserdang. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 58-67.
- Galib, M., Muharram, M., Kusumaningrum, R. A., Pamungkas, A., Fatwa, M., Watiana, W., ... & Allo, M. B. A. (2025). Peran Mahasiswa KKN STIM Lasharan Jaya dalam Mewujudkan Desa Wisata Agro melalui Pembangunan Ikon Desa Bontomarannu. *ABDI DAYA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 93-103.
- Hanifah, K. P., Sumartias, S., & Dewi, R. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Disparbud dalam Promosi Destinasi Wisata Kabupaten Majalengka. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(1), 33-44.
- Hartawan, M. S. (2022). Penerapan User Centered Design (UCD) pada wireframe desain user interface dan user experience aplikasi sinopsis film. *JEIS: Jurnal Elektro dan Informatika Swadharma*, 2(1), 43-47.
- Karjaya, L. P., Sabilla, K. R., Sood, M., & Rizki, K. (2024). PERAN DESTINATION MANAGEMENT ORGANIZATION (DMO) DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KAWASAN TAMAN NASIONAL GUNUNG RINJANI (TNGR). *Media Bina Ilmiah*, 19(3), 4073-4096.
- Kondi, B. R. P., Pilakoannu, R. T., & Lattu, I. Y. (2021). Ritual Wulla Poddu Sebagai Model Resiliensi Masyarakat Marapu di Kampung Tarung dan Praiijng Sumba Barat Wulla

- Poddu Ritual as Resilience Model of Marapu Community in Tarung and Praiijing Villages, West Sumba. *Anthropos*, 6(2), 172-180.
- Kondi, B. R. P., Pilakoannu, R. T., & Lattu, I. Y. (2021). Ritual Wulla Poddu Sebagai Model Resiliensi Masyarakat Marapu di Kampung Tarung dan Praiijing Sumba Barat Wulla Poddu Ritual as Resilience Model of Marapu Community in Tarung and Praiijing Villages, West Sumba. *Anthropos*, 6(2), 172-180.
- Lero, A. B. P., & Effendi, Y. R. (2025). Penghayatan Nilai-Nilai Religius Melalui Hukum Adat Dalam Ritual Wulla Poddu Di Kampung Tarung Waitabar. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora*, 9(1), 82-92.
- Londong, L. T. (2023). Identifikasi Pemanfaatan Ruang Kampung Adat Tarung, Kecamatan Loli, Kabupaten Sumba Barat Berdasarkan Kepercayaan Marapu (Doctoral dissertation, ITN MALANG).
- Mauludin, L. A. (2024). STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA RELIGI MAKAM KYAI AGENG MUHAMMAD BESARI DALAM PENINGKATAN. *AL-KALAM: JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 11(1), 29-51.
- Ozali, I., & Rahayu, I. (2023). Analisis Strategi Pemasaran dalam Rangka Peningkatan Wisatawan Bintang Resort Melalui Media Sosial Instagram. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 6710-6723.
- Paranata, I. N. J., Ekasani, K. A., & Darsana, I. M. (2023). Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Sosial Media dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pada Desa Wisata Sibetan Karangasem. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 9603-9614.
- Permatasari, Y., Sultan, M. I., Akbar, M., & Amir, A. S. (2024). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Pariwisata Malino di Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. *Dialektika: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 9(1), 175-188.
- Putri, N. S., & Thamrin, M. (2023). Strategi promosi pengelola Ijen Geopark wilayah Bondowoso untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Perencanaan Kebijakan*, 1(1), 1-12.
- Septianto, J. M. F. (2023). PERAN PENGELOLAAN BALAI EKONOMI DESA DALAM PENGEMBANGAN POTENSI DESA WISATA DI KECAMATAN BOROBUDUR KABUPATEN MAGELANG (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Setianingsih, R. M. (2022). Homestay in Sigapiton Village, Ajibata District, Toba Samosir Regency, Against Tourist Visits. *Tourism, Hospitality And Culture Insights Journal*, 2(1), 76-93.
- Triutami, B. A. (2024). PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA WARISAN BUDAYA DI DESA BAYAN UNTUK PARIWISATA BERKELANJUTAN. *Tourism, Hospitality And Culture Insights Journal*, 4(1), 10-21.
- Wibowo, H. T., Tarigan, R. S., & Mukmin, A. A. (2022). Aplikasi Marketplace Pendamping Wisata Dengan Api Maps Berbasis Mobile Dan Web. Retrieved from osf.io/3jpdtd.
- Yusuf, M., & Akbar, R. (2024). Perancangan E-Perpustakaan Berbasis Web untuk Madrasah Ibtidaiyah Negeri 45 di Kabupaten Aceh Besar. *Jurnal Sistem Komputer (SISKOM)*, 4(1), 22-31.