

STRATEGI OPTIMALISASI PARIWISATA DI WILAYAH BIRU-BIRU

Dwita Sarinoviani¹, Ahmad Albar Tanjung²
witawita470@gmail.com¹, alb4rt4njung@gmail.com²
Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan

Abstrak

Wilayah Biru-Biru merupakan destinasi pariwisata yang kaya akan potensi alam dan budaya. Namun, tingkat kunjungan wisatawan ke wilayah ini belum mencapai potensi maksimal. Tujuan penelitian ini untuk mengkaji strategi dalam mengoptimalkan peningkatan bidang pariwisata. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan Analytical Network Process (ANP). Data berupa data primer melalui pengisian kuesioner dan wawancara langsung kepada 5 orang ahli yang terdiri dari pengelola tempat wisata dua orang, pengunjung dua orang, dan satu orang pemerintah desa Sari Laba Jahe. Penelitian ini di tempat wisata pemandian alam sibiru-biru dan air terjun betala di desa Sari Laba Jahe Kecamatan biru-biru Kabupaten Deli Serdang. Hasil penelitian menunjukkan urutan prioritas strategi pengoptimalisasian pariwisata di wilayah Biru-Biru yaitu, prioritas pertama adalah alternatif strategi membangun komitmen bersama pengelola dengan pemerintah dengan koefisien sebesar 0.34605, prioritas kedua adalah memperbaiki infrastruktur jalan dan jaringan dengan koefisien 0.20624, prioritas ketiga adalah peningkatan aminitas pariwisata dengan koefisien 0.20572, prioritas keempat adalah peningkatan ansilari dengan koefisien 0.13852, dan terakhir prioritas kelima adalah memaksimalkan penggunaan digital marketing dengan koefisien 0.10347.

Kata Kunci : Strategi, Optimalisasi, Pariwisata, Aksesibilitas, Analytical Network Process.

Abstract

The Biru-Biru region is a tourism destination that is rich in natural and cultural potential. However, the level of tourist visits to this region has not yet reached its maximum potential. The aim of this research is to examine strategies for optimizing improvements in the tourism sector. This research uses quantitative methods with the Analytical Network Process (ANP) approach. The data is in the form of primary data through filling out questionnaires and direct interviews with 5 experts consisting of two tourist attraction managers, two visitors, and one person from the Sari Laba Ginger village government. This research was conducted at the Sibiru-biru natural bathing tourist attraction and the Betala waterfall in Sari Laba Jahe village, Biru-biru sub-district, Deli Serdang Regency. The results of the research show the priority order of tourism optimization strategies in the Biru-Biru region, namely, the first priority is an alternative strategy to build joint commitment between managers and the government with a coefficient of 0.34605, the second priority is improving road infrastructure and networks with a coefficient of 0.20624, the third priority is increasing tourism affinity with coefficient 0.20572, the fourth priority is increasing ancillaries with a coefficient of 0.13852, and finally the fifth priority is maximizing the use of digital marketing with a coefficient of 0.10347.

Keywords: Strategy, Optimization, Tourism, Accessibility.

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara dengan potensi pariwisata yang tinggi dan sektor pariwisata menjadi kekuatan utama pemerintah saat ini. Sebagai negara dengan potensi pariwisata yang besar, sektor pariwisata saat ini menjadi andalan pemerintah. Berbagai kebijakan telah dikeluarkan untuk mendukung dan mempercepat pariwisata di Indonesia. (Lumansik et al., 2022). Modernisasi sebuah kota menyebabkan terjadinya gejala arus balik kebudayaan yang kembali mencari

nilai nilai budaya dan kearifan lokal, sehingga diprediksi bahwa era ekonomi kreatif berbasis budaya akan mendominasi masa depan.(Larasati et al., 2022).

Pariwisata telah menjadi industri terbesar di dunia dan merupakan salah satu sektor tercepat pertumbuhannya di bidang ekonomi jasa, hal ini bersamaan dengan sektor telekomunikasi dan teknologi informasi. Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah terutama Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif untuk memulihkan sektor pariwisata dengan tetap fokus pada pemulihan kesehatan. Sumatera Utara, dengan keindahan alam dan keanekaragaman budayanya, merupakan salah satu provinsi yang memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata.

Menparekraf Sandiaga Uno memberikan beberapa arahan dari Presiden Republik Indonesia tentang pemulihan pariwisata dan industri kreatif di masa depan. Beragam lokasi wisata tersimpan di Kabupaten Deliserdang. Diantara 22 Kecamatan yang ada, Kecamatan Biru-Biru termasuk yang banyak menyimpan wisata alam (BPS, 2021).

Biru-Biru merupakan sebuah kecamatan yang terletak di Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, Indonesia. Wilayah biru-biru memiliki beberapa kawasan yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi daerah obyek tujuan wisatawan karena didukung oleh suasana yang menenangkan dan memukau. Desa Wisata Sari Laba Jahe adalah sebuah desa wisata yang terletak di Kecamatan Sibiru-biru, Kabupaten Deliserdang, Sumatera Utara, Indonesia. Desa ini menjadi salah satu destinasi wisata yang menarik di wilayah tersebut karena keindahan alamnya dan beragamnya potensi wisata yang dimiliki.

Kecamatan Biru-Biru memiliki potensi alam dan budaya yang kaya, namun kunjungan wisatawan belum mencapai optimal. Hal ini menunjukkan kesenjangan antara potensi pariwisata dan jumlah pengunjung. Faktor utama adalah kurangnya analisis strategi pengembangan pariwisata. Kajian mendalam diharapkan dapat menemukan strategi efektif dan alternatif untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menetapkan beberapa strategi pemasaran, termasuk orientasi hasil, fokus pasar potensial, perluasan pangsa pasar ekonomi kreatif, dan pemanfaatan teknologi. Langkah kongkret yang perlu dilakukan meliputi pengenalan potensi vital, peningkatan pengetahuan warga tentang manfaat pariwisata, dan kerja sama antara pemerintah desa dan masyarakat untuk mengembangkan desa wisata di Wilayah Biru-Biru.

Jumlah pengunjung dari tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami peningkatan yang signifikan, meskipun pada bulan April dan Mei tahun 2020 tidak ada kunjungan sama sekali akibat pandemi COVID-19 yang menyebabkan penutupan sementara tempat wisata. Sebelum pandemi, tingkat kunjungan relatif stabil dan cenderung meningkat. Namun, selama pandemi hingga sekarang, jumlah pengunjung terus menurun tanpa adanya kenaikan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Normasyhuri et al., 2022) yang menunjukkan adanya perbedaan signifikan pada sektor pariwisata sebelum dan selama COVID-19, disebabkan oleh pembatasan perjalanan dan kekhawatiran wisatawan terhadap dampak pandemi. Oleh karena itu, penting bagi pengelola untuk lebih memperhatikan dan meningkatkan daya tarik wisata serta menyesuaikan harga wisata wilayah Biru-biru sesuai dengan dinamika pengunjung yang berubah-ubah tersebut.

Menurut (Darmayanti et al., 2023) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa peran digital marketing pada desa wisata memberi kontribusi besar sehingga

berpengaruh terhadap keberlanjutan desa wisata. Pengembangan digital marketing mampu memberikan dampak positif dalam memperkenalkan dan mempromosikan desa wisata. Penerapan digital marketing yang dilakukan oleh masing-masing pengelola desa wisata dapat menjadi peluang terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Disarankan bagi pihak pengelola harus lebih bersinergi dengan seluruh stakeholder pariwisata sehingga pengembangan desa wisata tetap berkelanjutan.

Adapun hasil penelitian terdahulu oleh (Meliantari & Apriani, 2024) menyatakan bahwa amenities dan ansilari berpengaruh signifikan terhadap pemilihan tujuan wisata. Amenitas merupakan suatu daya tarik bagi destinasi wisata, berarti jika amenities dari suatu destinasi wisata kurang maka berarti wisatawan tidak tertarik atau tidak memilih destinasi tersebut untuk dikunjungi (Saway et al., 2021). Ansilari merupakan komponen penting dalam pemasaran jasa pariwisata khususnya memasarkan suatu objek wisata. Hal ini jika dibiarkan berlarut-larut tentu saja akan membuat kunjungan ke destinasi wisata tersebut akan semakin berkurang bahkan bisa membuat destinasi wisata sepi pengunjung. (Ningtiyas & Alvianna, 2021).

(Tresiana & Duadji, 2017) menyatakan bahwa Sebuah konsepsi gagasan model pembangunan masyarakat (Community development), sebagaimana dikemukakan UNDP, pada intinya menekankan kesuksesan pembangunan pariwisata bergantung kolaborasi sinergi pemerintah dan masyarakat.

(Hernawan & Pratidina, 2015) menyatakan bahwa belum baiknya infrastruktur (sarana dan prasarana), khususnya akses jalan dan jaringan transportasi, menuju destinasi wisata sehingga berpengaruh terhadap kinerja sektor kepariwisataan; koordinasi lintas-instansi dan lintas-pelaku yang belum optimal. Keberadaan infrastruktur itu sendiri sangatlah penting bagi suatu perekonomian dalam suatu daerah dimana keberadaan infrastruktur khususnya jalan yang baik akan dapat mendukung aktivitas ekonomi masyarakat dan kelancaran dalam penyaluran barang. Sistem transportasi yang efektif, efisien, aman dan lancar akan tercipta apabila adanya infrastruktur jalan yang baik dan memadai (Siregar & Tanjung, 2020).

(Astuti et al., 2019) menunjukkan bahwa strategi prioritas berdasarkan hasil olah data ANP diperoleh strategi prioritas tertinggi yaitu kerjasama dengan masyarakat. Keterbatasan dari penelitian ini adalah menambahkan penilaian kesiapan destinasi wisata dilihat dari beberapa aspek utama pariwisata, yaitu dari sisi produk.

Berdasarkan uraian diatas, kelemahan peneliti terdahulu adalah masih menggunakan metode kuantitatif, kualitatif deskriptif, dan analisis kualitatif. Belum ada yang menggunakan metode ANP. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul "Strategi Optimalisasi Pariwisata Di Wilayah Biru-Biru" untuk melakukan investigasi dalam rangka mencari solusi alternatif yang dapat diterapkan untuk pengembangan pariwisata.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di tempat wisata pemandian alam Sibiru-biru dan air terjun Betala di desa Sari Laba Jahe kecamatan Biru-Biru Kabupaten Deli Serdang. Adapun penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, data berupa data primer melalui pengisian kuesioner dan wawancara langsung kepada informan penelitian. Penelitian melibatkan 5 informan yang terdiri dari pengunjung di Pemandian alam sibiru-biru, dan air terjun Betala, pengelola di Pemandian alam sibiru-biru, pengelola di air terjun betala, dan pemerintah desa yaitu perangkat desa sari laba jahe pada

tempat wisata. Aspek prioritas pada pengembangan potensi wisata Sibiru-biru dengan menggunakan pendekatan dan metode Analytical Network Process (ANP).

Analytic Network Process (ANP) merupakan salah satu metode pengambilan keputusan berdasarkan banyaknya kriteria (parameter) atau Multiple Criteria Decision Making (MCDM) yang dikembangkan oleh Thomas L Saaty (Tanjung, Lubis, et al., 2022). ANP mempunyai tiga aksioma sederhana yang secara hati-hati membatasi cakupan suatu masalah yaitu : (1) Resiprokal, aksioma ini menyatakan bahwa jika PC (EA,EB) adalah nilai perbandingan pasangan dari elemen A dan B, dilihat dari elemen induknya C, yang menunjukkan berapa kali lebih banyak elemen A memiliki apa yang dimiliki elemen B, maka PC (EB,EA) = 1/ PC (EA,EB). Misalkan, jika A lima kali lebih besar dari B, maka B besarnya 1/5 dari besar A. (2) Homogenitas, aksioma ini menunjukkan dalam struktur kerangka ANP ada berbagai elemen yang diperbandingkan dan sebaiknya tidak memiliki perbedaan yang terlalu signifikan sebab hal tersebut bisa menimbulkan kesalahan yang lebih besar dalam penentuan penilaian terhadap elemen yang mendukung dan mempengaruhi keputusan. (3) Skala Numerik, aksioma ini merupakan susunan angka yang menunjukkan besaran skala pengukuran beserta pembobotan atas nilai yang diperoleh dari pendapat para responden melalui kuisioner. Skala numerik terdiri dari angka sebagai bobot, definisi, penjelasan beserta intensitas dari tingkat kepentingan pendapat responden. Angka dalam skala numerik memiliki penjelasan masing-masing dalam urutan ganjil dan penjelasan menengah pada angka genap dalam ukuran median.

Tahapan penelitian ini dimulai dengan melakukan wawancara terkait permasalahan dan solusi untuk menentukan kriteria yang relevan, yang kemudian diikuti dengan pemilihan alternatif solusi dan kriteria yang sesuai dengan permasalahan yang ada. Setelah itu, dilakukan pengisian kuisioner untuk mengumpulkan data lebih lanjut. Selanjutnya, dilakukan identifikasi keterkaitan antara alternatif solusi, kriteria, dan sub-kriteria yang kemudian disusun dalam suatu pembahasan. Kriteria yang ditetapkan meliputi Benefit, Cost, Kenyamanan, Keamanan, dan Aksesibilitas. Sedangkan alternatif solusi yang dipertimbangkan meliputi membangun komitmen bersama pengelola dengan pemerintah, memperbaiki infrastruktur jalan dan jaringan, memaksimalkan penggunaan digital marketing, peningkatan fasilitas pariwisata, serta peningkatan aksesibilitas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemilihan faktor penelitian dalam penelitian ini mengacu pada strategi pengembangan pariwisata di Indonesia yang ditawarkan oleh Kemenpar. standar yang ditetapkan oleh pemerintah dalam menjalankan pelayanan jasa angkutan umum. Adapun Kemenpar menggunakan kombinasi 3 komponen dalam strategi pengembangan pariwisata di Indonesia yang dikenal dengan "3A" yaitu : 1) Atraksi, 2) Akses, 3) Amenitas.

Penentuan kriteria dan alternatif yang digunakan pada penelitian ini diperoleh dari hasil interview dan hasil observasi lapangan. Selanjutnya data hasil kuesioner diolah menggunakan bantuan responden dalam menentukan tingkat kepentingan antar kriteria yang telah ditetapkan menggunakan skala perbandingan (Saaty, 2008). Nilai aspek yang dinormalisasikan digunakan sebagai dasar penentuan prioritas

(Tanjung, Lubis, et al., 2022) Aspek dengan nilai normalisasi yang lebih besar memiliki peringkat yang lebih tinggi, demikian juga sebaliknya.

Bobot akhir kriteria dijelaskan pada tabel 1. Dimana terdapat aksesibilitas, benefit, cost, keamanan dan kenyamanan yang merupakan kriteria penting untuk menentukan alternatif. Selanjutnya tabel 2 merupakan tabulasi skor masing-masing alternatif menurut kriteria masing-masing. Berdasarkan tabel 2, Membangun komitmen bersama pengelola dengan pemerintah memiliki skor tertinggi menurut semua kriteria. Tabel 3 merupakan hasil tabulasi skor akhir seluruh alternative strategi. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa Membangun komitmen bersama pengelola dengan pemerintah, Memperbaiki infrastruktur jalan dan jaringan, Peningkatan aminitas, Peningkatan ansilari, dan Memaksimalkan penggunaan digital marketing masing-masing merupakan peringkat tertinggi.

Tabel 1. Bobot Akhir Kriteria

Kriteria	Aksesibilitas	Benefit	Cost	Keamanan	Kenyamanan
Berat	0.432491	0.067065	0.039446	0.200059	0.260939

Tabel 2. Skor masing-masing alternative menurut kriteria masing-masing

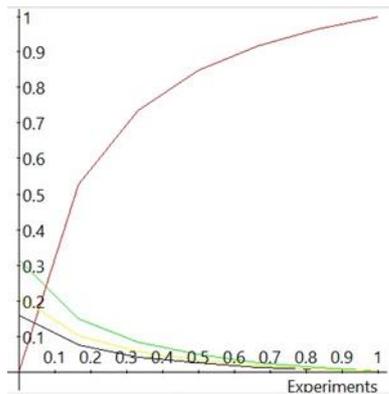
Alternatif strategi	Aspek				
	Aksesibilitas	Benefit	Cost	Keamanan	Kenyamanan
Membangun komitmen bersama pengelola dengan pemerintah	0.136140	0.185486	0.243888	0.183071	0.187345
Memperbaiki infrastruktur jalan dan jaringan	0.109136	0.136836	0.124780	0.124174	0.064326
Memaksimalkan penggunaan digital marketing	0.079522	0.040493	0.053197	0.037595	0.035977
Peningkatan aminitas pariwisata	0.130916	0.077783	0.035270	0.055529	0.132522
Peningkatan Ansilari	0.044286	0.05401	0.042865	0.099631	0.079829

Sumber : Data peneliti

Tabel 3. Skor masing-masing alternative menurut kriteria masing-masing

Alternatif	Skor	Pringkat
Membangun komitmen bersama pengelola dengan pemerintah	0.34605	1
Memperbaiki infrastruktur jalan dan jaringan	0.20624	2
Memaksimalkan penggunaan digital marketing	0.10347	5
Peningkatan aminitas pariwisata	0.20572	3
Peningkatan Ansilari	0.13852	4

Sumber : Data Peneliti



Gambar 1. Analisis Sensitifitas

Gambar 1 menunjukkan bahwa meskipun nilai kriteria bervariasi, peringkat alternatif tidak mengalami perubahan. Hal ini mengindikasikan bahwa model pemilihan ini memiliki stabilitas yang tinggi. Hasil analisis menunjukkan nilai paling besar yaitu membangun komitmen bersama pengelola dengan pemerintah, diikuti dengan peringkat kedua memperbaiki infrastruktur jalan dan jaringan, peringkat ketiga adalah peningkatan aminitas pariwisata (penginapan, toilet, rumah makan, tempat ibadah), lalu peningkatan ansilari (ketersediaan sebuah organisasi atau orang-orang yang mengurus destinasi tersebut) dan yang terakhir adalah memaksimalkan penggunaan digital marketing.

Pembahasan

Strategi membangun komitmen bersama pengelola dengan pemerintah menjadi prioritas utama dalam mengembangkan pariwisata di wilayah Biru-Biru, dengan nilai normal tertinggi sebesar 0.34604. Hasil ini sejalan dengan temuan dari beberapa penelitian yang menunjukkan pentingnya kolaborasi antara pemerintah dan pengelola pariwisata untuk menciptakan kebijakan yang mendukung dan memfasilitasi pengembangan destinasi wisata. Seperti yang dinyatakan oleh (Jurnal et al., 2024), kebijakan yang baik dapat mempercepat pertumbuhan pariwisata dan memberikan manfaat ekonomi yang signifikan. Kebijakan ini memberikan ruang kepada pemerintah untuk mengendalikan masyarakat dalam mencapai visi pemerintah dengan tetap memperhatikan kepentingan rakyat.

Strategi prioritas kedua adalah memperbaiki infrastruktur jalan dan jaringan, dengan nilai normal 0.20624. Hal ini mencakup perbaikan kualitas jalan, penyediaan transportasi umum yang memadai, dan pengembangan jaringan telekomunikasi. Menurut penelitian dari (Rossadi & Widayati, 2018), aksesibilitas yang baik merupakan faktor kunci dalam menarik wisatawan, karena kemudahan dan kenyamanan dalam perjalanan sangat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi.

Peningkatan aminitas pariwisata menempati prioritas ketiga dengan nilai normal 0.20572. Ini mencakup peningkatan fasilitas penunjang seperti akomodasi, restoran, pusat informasi, dan fasilitas kebersihan. Semakin banyak aminitas yang dimiliki oleh destinasi wisata maka wisatawan tentu menjadi daya tarik tersendiri

yang akhirnya akan meningkatkan minat wisatawan untuk memilih destinasi tersebut (Putri, 2022).

Alternatif strategi keempat adalah peningkatan ansilari, dengan nilai normal 0.13851. Ansilari mencakup berbagai layanan tambahan seperti pemandu wisata, penyewaan alat, dan kegiatan rekreasi tambahan yang dapat meningkatkan pengalaman wisatawan. Menurut (Meliantari et al., 2024), Jika suatu destinasi wisata ansilarinya baik, tentu wisatawan akan memilih destinasi tersebut untuk dikunjunginya.

Strategi terakhir adalah memaksimalkan penggunaan digital marketing, dengan nilai normal 0.10347. Meskipun berada pada prioritas terakhir, penggunaan digital marketing tetap penting dalam era digital saat ini. Seiring dengan bergeseran era offline ke online, ditambah target wisatawan saat ini cenderung ke usia muda, maka sudah sewajarnya jika promosi dan pemasaran memanfaatkan internet dan media sosial. Promosi tersebut menjadi kunci untuk meningkatkan kunjungan wisatawan (Putu Henny Puspawati & Ristanto, 2018). Pernyataan ini mendukung kutipan dari hasil penelitian (Tanjung, Syafii, et al., 2022), bahwa ekonomi digital menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi melalui aktivitas ekonomi sehari-hari yang melibatkan transaksi jual beli dan komunikasi secara digital, baik melalui web maupun marketplace yang merupakan bagian dari e-commerce di Indonesia. Namun, variabel jumlah pengguna internet berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, karena peningkatan pengguna internet tidak selalu digunakan sebagai sarana transaksi dalam perekonomian.

Hasil analisis menggunakan metode ANP dengan software Super Decision menunjukkan bahwa nilai inkonsistensi dari jawaban para responden kurang dari 10%, yang menunjukkan bahwa data yang diperoleh konsisten dan dapat dipercaya. Untuk mengoptimalkan manfaat dari setiap strategi yang diterapkan, diperlukan kerjasama antara pemerintah, pengelola pariwisata, masyarakat setempat, dan berbagai pemangku kepentingan lainnya. Semakin meningkatnya aktifitas ekonomi berarti akan dapat mengangkat kesejahteraan Masyarakat dan peningkatan mutu Manusia didalam suatu daerah (Simangunsong et al., 2021).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, strategi prioritas utama dalam pengembangan pariwisata di wilayah Biru-Biru adalah membangun komitmen bersama antara pengelola dengan pemerintah, menekankan pentingnya kolaborasi untuk menciptakan kebijakan dan lingkungan yang mendukung pariwisata. Prioritas kedua adalah memperbaiki infrastruktur jalan dan jaringan, yang penting untuk meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan perjalanan bagi wisatawan. Peningkatan fasilitas penunjang pariwisata menempati prioritas ketiga, diikuti oleh peningkatan layanan tambahan (ansilari) sebagai prioritas keempat. Strategi memaksimalkan penggunaan digital marketing berada pada prioritas terakhir, meskipun tetap penting dalam era digital saat ini.

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa kolaborasi, infrastruktur, dan fasilitas penunjang adalah elemen kunci untuk pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Keberhasilan implementasi strategi-strategi ini memerlukan kerjasama erat antara

pemerintah, pengelola pariwisata, masyarakat setempat, dan berbagai pemangku kepentingan lainnya. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa data yang diperoleh konsisten dan dapat dipercaya, meskipun perlu adanya penelitian lanjutan dengan melibatkan lebih banyak stakeholders dan survei langsung ke masyarakat dan wisatawan untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, T. B., Anwar, S., & Junarti. (2019). Pengembangan Objek Wisata Syariah Desa Bubohu Gorontalo: Pendekatan SWOT dan ANP. *Jurnal Forum Ekonomi*, 21(1), 1–11.
- BPS. (2021). Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2021.
- Darmayanti, P. W., I Made Darma Oka, & Fransiska Fila Hidayana. (2023). Peran Digital Marketing Dalam Pengembangan Desa Wisata Di Kabupaten Tabanan. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 3(2), 21–29. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v3i2.78>
- Hernawan, D., & Pratidina, G. (2015). Model Implementasi Kebijakan Pengembangan Pariwisata Dalam Policy Implementation Model of Tourism Development in Order To Increase Tourism Destination Places in Bogor Regency. *Jurnal Sosial Humaniora*, 6(2), 94–103.
- Jurnal, J., Mea, I., Lao, H., Kabu, E., Nazarudin, H., Kupang, P. N., & Kupang, K. (2024). PENGEMBANGAN PARIWISATA DESA FATUMNASI, TIMOR JIMEA | *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*. 8(1), 1967–1976.
- Larasati, F. A., Ratnawati, D. E., & Hanggara, B. T. (2022). Analisis Sentimen Ulasan Aplikasi Dana dengan Metode Random Forest. ... *Teknologi Informasi Dan ...*, 6(9), 4305–4313. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Lumansik, J. R. C., Kawung, G. M. V, & ... (2022). Analisis Potensi Sektor Pariwisata Air Terjun Di Desa Kali Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa. *Jurnal Berkala Ilmiah ...*, 22(1).
- Meliantari, D., Apriani -Universitas, A., Nusantara, D., & Apriani, A. (2024). The Link of Amenities, Accessibility and Ancillary with the Selection of Tourist Destinations. *Jurnal Kewarganegaraan*, 8(1), 93–102.
- Meliantari, D., & Apriani, A. (2024). The Link of Amenities, Accessibility and Ancillary with the Selection of Tourist Destinations. *Jurnal Kewarganegaraan*, 8(1), 93–102.
- Ningtiyas, E. A., & Alvianna, S. (2021). Analisis Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary terhadap Minat Berkunjung Wisatawan melalui Loyalitas Wisatawan sebagai Variabel Mediasi. *Media Wisata*, 19(1), 83–96. <https://doi.org/10.36276/mws.v19i1.69>
- Normasyhuri, K., Habibi, A., & Anggraeni, E. (2022). Fenomena gejolak ekonomi pada sektor perdagangan dan sektor pariwisata: studi perbandingan sebelum dan selama Covid-19. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(1), 181–188. <https://doi.org/10.22437/jpe.v17i1.15102>
- Putri, D. A. (2022). Pengujian Usability Aplikasi pada E-Wallet dengan Menggunakan Metode System Usability Scale. *Smatika Jurnal*, 12(01), 114–122. <https://doi.org/10.32664/smatika.v12i01.682>
- Putu Henny Puspawati, D., & Ristanto, R. (2018). Strategi Promosi Digital Untuk Pengembangan Pariwisata Kota Magelang. *Jurnal Jendela Inovasi Daerah*, 1(2), 1–20. <https://doi.org/10.56354/jendelainovasi.v1i2.14>
- Rossadi, L. N., & Widayati, E. (2018). Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 1(2), 109–116. <https://doi.org/10.36594/jtec.v1i2.27>
- Saaty, T. L. (2008). Decision making with the Analytic Hierarchy Process. *Scientia Iranica*, 9(3). <https://doi.org/10.1504/ijssci.2008.017590>
- Saway, W. V., Alvianna, S., . E., Lasarudin, A., & Hidayatullah, S. (2021). Dampak Atraksi, Amenitas Dan Aksesibilitas Pantai Pasir Putih Kabupaten Manokwari Terhadap

- Kepuasan Wisatawan Berkunjung. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.25078/pba.v6i1.1937>
- Simangunsong, S. R., Tanjung, A. A., & Siahaan, S. D. N. (2021). Analisis Dampak Dana Desa dan Produk Domestik Regional Bruto Terhadap Indeks Pembangunan Manusia di Kabupaten Tapanuli Tengah. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(1), 8–12. <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/516>
- Siregar, D. R., & Tanjung, A. A. (2020). Manusia Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Langkat 2010-2019. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 19(2), 173–180.
- Tanjung, A. A., Lubis, K. S., Prana, R. R., & Mulyani, M. (2022). Pemulihan Ekonomi melalui Pengembangan UMKM di Masa New Normal Covid-19: Pendekatan ANP-BCOR. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 724–728. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1533>
- Tanjung, A. A., Syafii, M., Tarigan, S. B., & Harahap, W. G. (2022). Analisis Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia: Model Data Panel. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 567–575. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2223>
- Tresiana, N., & Duadji, N. (2017). KOLABORATIF PENGELOLAAN PARIWISATA TELUK KILUAN (Collaborative Management Of The Teluk Kiluan Tourism). *Membangun Etika Sosial Politik Menuju Masyarakat Yang Berkeadilan*, 77–84.