

MENGERAKKAN PARTISIPASI MASYARAKAT MELALUI PROMOSI WISATA PANTAI PADAS DESA PADANG PULAU

Dailami¹, Sri Rahmayanti², Cik Zulia³, Lanna Reni Gustianty⁴, Aldo⁵

¹⁾ Ekonomi, Universitas Asahan

²⁾ Pendidikan Matematika, Universitas Asahan

³⁾ Agroteknologi, Universitas Asahan

⁴⁾ Agroteknologi, Universitas Asahan

⁵⁾ Pendidikan Matematika, Universitas Asahan

Email : dailamidai2@gmail.com

Abstrak

Pantai Padas termasuk potensi Desa Padang Pulau Kecamatan Bandar Pulau Kabupaten Asahan. Pantai Padas merupakan objek wisata yang merupakan bekas pertambangan batu padas. Bekas galian padas itu membentuk undakan air terjun dan jatuh dari ketinggian sekitar 5 meter. Undakan air terjun bekas pecahan padas tersebut menjadi daya tarik lokasi wisata ini. Objek wisata ini dikelola oleh Perorangan dan masyarakat sekitar, namun pengelolaan yang dilakukan masyarakat masih jauh dari profesional. Selain itu, pengelolaan wisatanya belum menerapkan konsep manajemen modern, sehingga objek wisata Pantai Padas ini belum banyak dikunjungi bahkan diketahui oleh masyarakat luas. Upaya yang perlu dilakukan untuk memperbaiki kekurangan tersebut yaitu dengan menggerakkan serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan potensi wisata di daerahnya, meningkatkan kemampuan kesadaran warga dalam mengelola destinasi wisata sekitar, serta meningkatkan akses informasi data wisata di Desa Padang Pulau dengan pemanfaatan aplikasi modern saat ini. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini meliputi peninjauan dan pemetaan lokasi dengan cara Demonstrasi Lansung. Dalam demonstrasi dijelaskan secara singkat tentang penyampaian informasi wisata dengan menggunakan teknologi informasi, seperti media online serta pemahaman tentang ilmu komunikasi bisnis dalam pengelolaan wisata. Kegiatan akan dilakukan di Pantai Padas Desa Padang Pulau dengan sasaran khususnya warga sekitar objek wisata, kemudian dari mereka akan disebarkan kepada masyarakat luar objek wisata dan pengunjung. Hasil akhir yang dari kegiatan PKM ini daerah objek wisata, minimnya pemberitahuan dalam bentuk media komunikasi langsung ataupun tidak langsung. Salah satu informasi yang minim yaitu pesan layanan masyarakat seperti papan informasi di lokasi ataupun daerah menuju lokasi wisata. Sehingga daerah wisata ini tidak begitu dikenal masyarakat luar desa.

Kata Kunci: Masyarakat; Partisipasi; Promosi; Wisata

Abstract

Padas Beach is part of the potential of Padang Island Village, Bandar Island District, Asahan Regency. Padas Beach is a tourist attraction which is a former Padas stone mine. The former excavations formed waterfall steps and fell from a height of around 5 meters. The steps of the waterfall used to be broken pieces of Padas are the attraction of this tourist location. This tourist attraction is managed by individuals and the local community, but the management carried out by the community is still far from professional. Apart from that, tourism management has not implemented modern management concepts, so that the Padas Beach tourist attraction is not widely visited or even known by the wider community. Efforts that need to be made to correct these deficiencies are by mobilizing and increasing public awareness of the tourism potential in their area, increasing the ability of citizens' awareness in managing nearby tourist destinations, and increasing access to information on tourism data in Padang Pulau Village by using modern applications today. The method used in this service includes surveying and mapping locations by means of Direct Demonstration. In the demonstration, a brief explanation of the delivery of tourism information using information technology, such as online media, as well as an understanding of the science of business communication in tourism management, was explained. Activities will be carried out at Padas Beach, Padang Island Village, targeting especially residents around the tourist attraction, then they will be distributed to people outside the tourist attraction and visitors. The final result of this PKM activity is a tourist attraction area, there is minimal notification in the form of direct or indirect communication media. One of the pieces of information that is minimal is public service messages such as information boards at locations or areas leading to tourist locations. So this tourist area is not well known to people outside the village.

Keywords: Participation, Community, Promotion, Tourism

PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia mendapatkan manfaat besar dari sektor pariwisata. Ini sejalan dengan pernyataan Organisasi Dunia untuk Pariwisata (UNWTO) dalam Rencana Strategis Kementerian Pariwisata (2015:4) yang menyatakan bahwa pariwisata adalah sektor unggulan dan merupakan salah satu sektor yang sangat penting dalam memberikan kontribusi untuk pembangunan negara dan meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Pariwisata dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja, salah satu dari banyak manfaat masyarakat, menurut Destiningsih et al (2018 : 323). Dalam kebanyakan kasus, masyarakat sekitar harus terlibat dalam pengelolaan pariwisata. Komunitas lokal dapat menyediakan penginapan, pemandu wisata, rumah makan, agen wisata, dan pusat oleh-oleh. Berkembangnya sektor pariwisata akan berdampak pada ekonomi lokal dengan menciptakan lebih banyak lapangan kerja.

Sektor pariwisata melihat potensi keterlibatan masyarakat dan mulai berpikir tentang pemberdayaan masyarakat dengan berfokus pada peran masyarakat dalam pengembangan sektor pariwisata berbasis masyarakat. Informasi tentang objek wisata seperti media sosial adalah alat pemberdayaan masyarakat yang membantu masyarakat desa menjadi lebih baik, dan pembangunan pariwisata berfokus pada keterlibatan masyarakat untuk meningkatkan masyarakat desa. Ketika mereka berpartisipasi dalam pemasaran objek wisata.

Partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata adalah keikutsertaan, keterlibatan, dan kesamaan anggota masyarakat dalam suatu kegiatan tertentu. Raharjana (2012) berpendapat bahwa masyarakat berperan penting dalam menunjang pembangunan pariwisata terutama dalam mengendalikan arah pengembangan pariwisata sehingga dapat meminimalisir dampak negative dari aktivitas wisata. Nuring (2013) berpendapat bahwa partisipasi masyarakat dapat mendorong tercapainya tujuan pembangunan nasional maupun daerah. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat dalam pembangunan dapat mengatasi permasalahan ketimpangan karena kesenjangan antara masyarakat lokal dengan pemangku kepentingan.

Wilayah Kabupaten Asahan Sumatera Utara (Sumut) memiliki banyak objek wisata air terjun menarik selain Ponot yang dinobatkan sebagai air terjun tertinggi di Indonesia. Di kecamatan lain terdapat juga air terjun menarik nan eksotik Pantai Padas, terletak di Desa Padang Pulau. Desa ini masuk wilayah Kecamatan Bandar Pulau di sebelah Barat dari Desa Bandar Pulau Pekan, terdapat tanah pedesaan yang subur membuat Masyarakat Desa Padang Pulau sebagian besar hidup sebagai petani dan pekebun.

Sumber Daya Alam di Desa Padang Pulau adalah potensi desa yang menjadi aset utama desa dimiliki dan dikelola masyarakat desa untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat dalam mendukung sektor pembangunan, kesejahteraan maupun peningkatan perekonomian masyarakat. Air terjun Pantai Padas termasuk potensi Desa Padang Pulau dan merupakan aset desa. Dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Sumber profil desa Sesuai dengan format Permendagri Nomor 114 Tahun 2014*)

| No | Uraian Sumber Daya Alam | Vol | Satuan |
|----|---|-------|----------------|
| 1 | Material batu kali dan kerikil | - | M ³ |
| 2 | Pasir urung | - | M ³ |
| 3 | Lahan Tambang/ Galian | 4 | Ha |
| 4 | Lahan Persawahan | - | Ha |
| 5 | Lahan Hutan | - | Ha |
| 6 | Sungai | 10 | Ha |
| 7 | Tanaman Perkebunan : Cengkeh, Kopi, Sawit, Umbi- | 7.286 | Ha |
| 8 | umbian, Karet dll. | 1 | Bh |

Sebelum dibuka untuk umum dan menjadi objek wisata kurang dari dua tahun yang lalu, lokasi ini merupakan bekas pertambangan batu padas. Namun sudah tidak digunakan lagi sebagai tempat galian batu sejak beberapa tahun terakhir. Bekas galian padas itu membentuk undakan yang dialiri air membentuk air terjun dan jatuh dari ketinggian sekitar lebih kurang 5 meter. Undakan air terjun bekas pecahan padas yang diambil itu menjadi daya tarik lokasi wisata ini. Masyarakat kemudian membentuk kelompok sadar wisata kemudian membuat pembentengan dua unit kolam dengan kedalamannya sekira satu meter sehingga pengunjung lebih aman untuk berenang dan mandi-mandi di kolam. Gambar 1 menunjukkan lokasi Pantai Padas merupakan objek wisata lokal yang indah, dikelola oleh kelompok warga disekitar objek wisata.

Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Padang Pulau ini adalah sebagai berikut:

- Meningkatkan kesadaran masyarakat akan potensi wisata di daerahnya.
- Meningkatkan kemampuan masyarakat sekitar dalam mengelola wisata .
- Meningkatkan akses informasi data wisata Pantai Padas di Desa Padang Pulau melalui teknologi media sosial.
- Meningkatkan popularitas Pantai Padas melalui media sosial.
- Meningkatkan kesejahteraan dan ekonomi masyarakat.

Pengembangan potensi wisata desa berbasis teknologi informasi ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- Masyarakat dan mitra dapat mengelola objek wisata pantai padas dengan baik agar dapat menambah penghasilan.
- Mitra dapat menjadikan teknologi media sosial ini agar objek wisata pantai padas tersebut memiliki informasi-informasi pendukung untuk dipublikasikan ke masyarakat luas agar lebih dikenal.
- Mitra dapat menjadikan teknologi media sosial untuk memetakan keindahan bentang alam Pantai padas padang pulau.



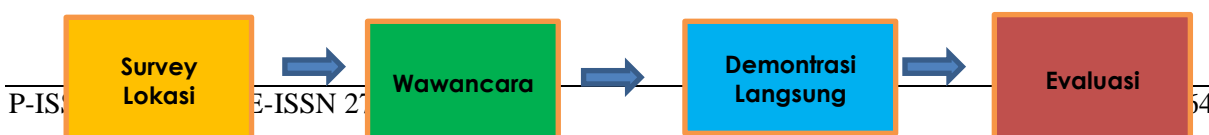
Gambar 1. Pantai Padas Desa Padang Pulau

Mitra yang dipilih adalah Pemerintahan Desa Padang Pulau Kecamatan Bandar Pulau, Lokasi terletaknya Pantai Padas . Berdasarkan hasil pemantauan dan identifikasi permasalahan, hal yang dihadapi mitra adalah kesadaran masyarakat yang rendah akan potensi wisata yang ada di Desa Padang Pulau, sehingga belum terbentuk pola pikir dan budaya yang kondusif di kalangan masyarakat dalam menunjang wisata (sapta pesona). Permasalahan yang sangat penting dalam pengelolaan objek wisata ini yaitu publikasi dan informasi terkait objek wisata Pantai Padas yang masih sangat minim.

Pemberdayaan masyarakat dari keluarga harapan melalui pendekatan dan penyadaran masyarakat diperlukan agar mereka dapat menggunakan dan memiliki akses sumber daya setempat mulai dikembangkan mendasarkan pada tujuan ekonomi berkelanjutan, mendukung upaya-upaya pelestarian lingkungan, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat, terlebih peningkatan Wisata Pantai Padas yang sudah ada. Metode menggerakkan partisipasi masyarakat sadar adanya pengembangan potensi wisata menjadikan objek wisata ini dikenal oleh masyarakat luas, sehingga dapat menarik para pengunjung maupun investor yang pada gilirannya akan meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat sekitar

METODE

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui survey lokasi, wawancara, demonstrasi langsung serta evaluasi untuk melihat efektivitas program, sehingga program akan tersosialisasi dengan baik serta efisien. Metode lainnya menggunakan istilah metode kaji tindak dalam hal ini meliputi peninjauan dan pemetaan lokasi, pembuatan aplikasi, demonstrasi, dan pelatihan. Sasaran demonstrasi, penyuluhan dan pelatihan ditujukan pada masyarakat setempat di Pantai Padas yang menjadi khalayak sasaran. Metode dapat dilihat dari gambar skema kegiatan dibawah ini :



Gambar 2. Skema Kegiatan

Pada tahap pelaksanaan kegiatan dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 2. Tabel Uraian Metode Pelaksanaan

| No | Uraian Kegiatan | Waktu | Keterangan |
|----|---------------------|--------|---|
| 1 | Survey Lokasi | 1 hari | Meninjau langsung lokasi serta observasi dan mengamati langsung objek wisata pantai padas. Mengamati keadaan dan informasi-informasi pada objek wisata. |
| 2 | Wawancara | 1 hari | 1. wawancara dengan pengunjung 2. Wawancara dengan pengelola 3. Wawancara dengan masyarakat sekitar |
| 3 | Demontrasi Langsung | 1 hari | Menyampaikan maksud dan tujuan kegiatan kepada masyarakat sekitar dan pengelola |
| 4 | Evaluasi | 1 hari | Melakukan evalusai kegiatan, berdasarkan hasil wawancara |

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian Masyarakat ini metode dengan hasil analisis proses pemberdayaan masyarakat di desa Padang Pulau yaitu objek wisata pantai padas. Dari hasil yang terdiri dari tahap Pendekatan secara langsung yaitu wawancara dan demostrasi.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan metode wawancara pada pengunjung dan pengelola objek wisata. Pada tahap ini kegiatan wawancara yang menghasilkan sebagai berikut :

- Kegiatan awal pada program ini dimulai dari survey lokasi oleh tim ke lokasi objek wisata. Dari hasil survey lokasi dapat dilihat lokasi obejk wisata yang masih kurang promosi dari warga sekitar maupun pengelola. Objek wisata ini dikelola oleh warga sekitar terdiri dari beberapa kelompok orang, karena lokasi wisata ini berdekatan dengan lahan warga. Lahan warga sebagai tempat parker kendaraan wisatawan. Biaya masuk ke lokasi masih dikatakan murah yaitu sebesar Rp 10.000,- untuk mobil dan Rp 5.000,- untuk sepeda motor. Pada lokasi wisata disediakan pondok untuk wisatawan, dengan biaya berpariasi sesuai besar pondoknya. Dilokasi juga disediakan toilet umum dan tidak dipungut biaya. Dari hasil survey lokasi keadaan objek wisata sangat minim sekali papan-papan informasi seperti, menunjukkan atau mengarahkan lokasi masuk daerah, informasi-informasi penting seperti pemberitahuan tentang keamanan (keadaan menuju tempat yang licin atau sebagainya) dan informasi tentang kebersihan (pemberiatuah tentang menjaga kebersihan) dan lain sebagainya.

Dalam kegiatan awal ini, berdasarkan observasi dan wawancara pada survey kegiatan masyarakat masih kurang peduli dengan objek wisata pantai padas tersebut.



Gambar 3. Keadaan Lokasi objek wisata pantai padas

- Kegiatan berikutnya yaitu wawancara dengan pengunjung, dan hasil wawancara dengan pengunjung atas nama bapak suprianto bertempat tinggal di Desa Teluk Dalam kecamatan Teluk Dalam, beliau baru mendengar adanya objek wisata pantai padas ini, dalam waktu dekat. Sementara tempat tinggal bapak suprianto berjarak ± 10 km, menurut beliau objek wisata ini sangat murah meriah dengan biaya parker kendaraan saja, tanpa ada biaya masuk kelokasi objek wisata. Tim juga mewawancarai beberapa pengunjung yang berasal dari luar daerah yaitu warga tanjung balai yang berketapan sebelah kabupaten Asahan, yaitu warga kelurahan Pulo Simardan kotamadya Tanjungbalai, mereka mengetahui lokasi wisata ini karena ada kerabat tinggal tepat didesa sebelah lokasi objek wisata yaitu Desa Bandar Pulo Pekan.



Gambar 4. Wawancara dengan pengunjung

- Kegiatan demonstrasi langsung dengan salah satu pengelola tempat atas nama bapak mujiono bertempat tinggal berjarak ± 50 m, dari lokasi objek wisata. Beliau menerangkan bahwa, lokasi ini memang belum banyak diketahui atau dikenal oleh masyarakat luar. Tim juga mewawancarai salah satu pemilik atau pengelola pondok pada objek wisata yaitu ibu Rosmila, beliau juga mengungkapkan bahwa objek wisata ini ramai hanya pada hari libur besar, seperti lebaran saja. Daerah objek wisata ini kalau hari libur biasa seperti hari sabtu atau minggu, pengunjung atau wisatawan tidak begitu ramai, apalagi musim hujan. Penyebabnya yaitu daerahnya masih licin dan air terjun, agak sedikit butek atau tidak jernih. Harga untuk sewa pondok padahal tidak mahal dan tidak dipatokkan waktunya, sampai sepuasnya pengunjung.

Pada kegiatan ini Tim menawarkan kepada pengelola dan masyarakat metode untuk promosi objek wisata seperti penjelasan dan pemaparan tentang strategi promosi seperti :

1. Membuat iklan melalui media cetak ataupun elektronik;
2. Membuat slogan atau papan informasi pada wilayah masuk atau dalam lokasi objek wisata;
3. Menyarankan pengelola untuk ikut serta dalam event-event pariwisata berskala regional dan nasional, agar daerah dikenal masyarakat luar.
4. Pengelola harus aktif dalam kehumasan;
5. Menawarkan kepada pengelola dan masrakat untuk mengenal internet sebagai bantuan informasi promosi yang lebih relevan dan modern.



Gambar 5. Wawancara dengan pengelola

- Secara filosofis promosi masyarakat secara langsung merupakan wujud konsekwensi dari penerapan paradigma pembangunan kepariwisataan yang bertanggung jawab (responsible tourism). Secara nyata ternyata kepedulian masyarakat sekitar memberikan dampak yang kuat untuk pengenalan bagi masyarakat lokal dan luar. Secara konvensional, pembangunan pariwisata di

hampir seluruh penjuru dunia (khususnya negara dunia ketiga/ sedang berkembang) selalu diarahkan pada upaya mendapatkan sebanyak mungkin wisatawan untuk dapat meraup sebesar besarnya devisa/pendapatan dari para wisatawan.

Kegiatan akhir yaitu evaluasi Hasil dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini yaitu menunjukkan bahwa masyarakat sekitar masih kurang mempromosikan baik secara langsung atau melalui media sosial. Pada kegiatan wawancara dan demonstrasi langsung kepada pihak pengelola menghasilkan : Masyarakat juga masih minim dalam partisipasi dilihat dari kepedulian karena bukan sebagai pengelola. Dari hasil evaluasi kegiatan dapat disimpulkan partisipasi masyarakat untuk meningkatkan nilai promosi pada objek wisata pantai padas.

Dan untuk melibatkan diri masyarakat sekitar juga tidak begitu andil karena lokasi objek wisata tersebut berdampingan dengan lahan perkebunan warga. Jadi warga merasa objek wisata tersebut hanya sekedar tempat objek wisata dikelola beberapa orang yang bertanggungjawab biasa. Wisata pantai padas masih minim informasi dalam bentuk slogan dan pemberitahuan seperti papan informasi, dapat dilihat pada beberapa gambar dibawah ini:



Gambar 6. Papan Informasi Lokasi Gambar



7. Lokasi objek wisata tampak dalam

Definisi dan pemahaman mengenai promosi pariwisata dapat diuraikan pada beberapa pengertian penting, diantaranya adalah:

- 1) Promosi melalui pemasaran dalam pengelolaan objek wisata seperti proses perencanaan, pengelolaan, dan evaluasi yang berkelanjutan.
- 2) Berkomitmen untuk saling memperhatikan dan peduli pada kepentingan kelestarian objek wisata.
- 3) Bertanggungjawab sebagai masyarakat lokal sebagai tuan rumah dalam setiap aktifitas pemasaran seperti mempromosikan melalui media komunikasi online.
- 4) Mendorong wisatawan untuk ikut bertanggung jawab dalam menjaga kelestarian lingkungan objek wisata mendukung pemberdayaan masyarakat lokal dan taat pada hukum dan aturan daerah setempat.

Dari hasil umpan balik kegiatan terdapat temuan bahwa partisipasi masyarakat untuk mempromosikan objek wisata pantai padas sangat minim. Masyarakat sekitar memberikan komentar, karena objek wisata berlokasi dibawah hilir air dari atas, yaitu bukan sebagai aliran air sungai tetapi aliran seperti air parit besar, dan terkadang airnya pekat dan bau. Dari hasil pembahasan diatas, objek wisata pantai padas masih minim informasi dan masih kurangnya slogan atau papan reklame yang bertujuan untuk menunjang pemberitahuan adanya objek wisata di desa Padang Pulau. Dapat dilihat pada gambar 6, hanya 1 papan informasi yaitu hanya menunjukkan nama lokasi. Pada gambar 7, tidak ada papan informasi menunjukkan daerah tersebut aman atau harus dijaga kebersihannya. Masyarakat sekitar juga kurang menyampaikan komunikasi kepada masyarakat luar atau minim peduli tentang objek wisata daerah, yang minim Melakukan informasi melalui media sosial seperti saat ini yang

sudah tidak asing lagi dengan media digitalisasi. Dan hasil temuan tim pada kegiatan demonstrasi langsung kepada pengelola dan masyarakat sekitar yaitu : (1). Masih minimnya pengetahuan tentang digital oleh masyarakat desa, sehingga sulit untuk mempromosikan secara online; (2). Kurangnya kepedulian masyarakat sekitar objek wisata dalam memperhatikan atau bertanggungjawab pada objek wisata tersebut; (3). Kurangnya kerjasama antara pengelola dan masyarakat desa untuk membantu mengelola objek wisata.

SIMPULAN

Kesimpulan kegiatan PKM ini daerah objek wisata, minimnya pemberitahuan dalam bentuk media komunikasi langsung ataupun tidak langsung. Dan masyarakat juga kurang dalam mempromosikan objek wisata pantai padas. Salah satu informasi yang minim yaitu pesan layanan masyarakat seperti papan informasi di lokasi ataupun daerah menuju lokasi wisata. Sehingga daerah wisata ini tidak begitu dikenal masyarakat luar desa. Dan kurangnya kepedulian masyarakat untuk mempromosikan daerah wisata baik secara langsung atau melalui media sosial seperti teknologi informasi digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian Pada Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada ;

1. Pemerintahan Desa Padang Pulau Kecamatan Bandar Pulau, Masyarakat sekitar objek wisata dan pengelola objek wisata pantai padas. Dimana sebagai tempat lokasi kegiatan dan fasilitator kegiatan;
2. Pengurus Yayasan Universitas Asahan;
3. Rektorat Universitas Asahan;
4. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Asahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arviana, N., dan Giriwati, N. S. S. 2018. Faktor-Faktor Penentu Kualitas Desa Wisata Kungkuk Puntan Batu sebagai Destinasi Wisata Pedesaan. *Jurnal Mahasiswa Jurusan Arsitektur*, 6(1) : 1-10.
- Brahmantyo, B. dan T. Bachtar. 2009. *Wisata Bumi Cekungan Bandung*. Truedee Pustaka. Bandung
- Destinningsih, R., Achsa, A., & Verawati, D. 2018. Strategi Pengembangan Pariwisata di Wisata BALKONDES Ngadiharjo di Kawasan Borobudur Kabupaten Magelang. *Jurnal Destinasi Priwisata*, 8 (2) : 322-328.
- Dewi, R., dan Hadiansyah, Y. 2021. Konsep dan Strategi Pengembangan Wisata Alam Kawasan Pesisir. Penerbit Adab.
- Falahiyat ,N., dkk Pendampingan Perempuan Single Parent Korban Kekerasan Dalam Rumah Tangga Pasca Covid 19 (2024). *Reswara : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.5(1)
- Hartono, D., dan Darmawan, S. 2019. Pemanfaatan Unmanned Aerial Vehicle (UAV) Jenis Quadcopter untuk Percepatan Pemetaan Bidang Tanah (Studi Kasus: Desa Solokan Jeruk Kabupaten Bandung). *REKA GEOMATIKA*, (1), 30-40.
- Kemenpar. 2014. Rencana Strategis Kementerian Pariwisata Tahun 2015-2019.
- Lenti, M., Beni, S., & Sadewo, Y. D. (2020). Strategi Diferensiasi Produk Line Untuk Menarik Minat Konsumen. *Business, Economics and Entrepreneurship*
- Ponulele, D. A. (2015). STUDI PENGEMBANGAN WISATA PEMANCINGAN DI KECAMATAN DOLO KABUPATEN SIGI. *Katalogis*, 3(12), 22â€“33.
- Satyahadewi,R dkk. (2023). berpartisipasi dalam ikut mempromosikan destinasi wisata Pantai Batu Burung melalui media sosial dengan membagi video profil pantai dan infografis, : *JURNAL PKM BINA BAHAR*, 2(1).
- Setyawan, T. B., Fahrudin, A., & Susanto, H. A. (2020). Valuasi Ekonomi Wisata Memancing di Perairan Laut Sekitar Tanjung Kait, Tangerang, Banten: Pendekatan Contingent Valuation Method dan Travel Cost Method. *Journal of Regional and Rural Development Planning (Jurnal Perencanaan Pembangunan Wilayah Dan Perdesaan)*, 4(3), 172-185.
- Setyowati, E., Susilowati, I., Sugianto, D. N., & Putri, A. R. (2022). Model Kuliner Wisata Bahari Untuk Peningkatan Pemberdayaan Ekonomi Desa Tambakbulusan Kabupaten Demak. *Jurnal Arsitektur Arcade*, 6(2), 146. <https://doi.org/10.31848/arcade.v6i2.977>
- Sunarta, N., & Arida, N. S. (2017). *Pariwisata Berkelanjutan* (Cet. 1). Cakra Press.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36.