



PEMBENAHAN DAN PENATAAN KAWASAN WISATA ALAM DESA BATU MEKAR, KECAMATAN LINGSAR, KABUPATEN LOMBOK BARAT

*Improvement And Arrangement Of Natural Tourism Area Of Batu Mekar Village, Lingsar
District, Barat Lombok Regency*

**Faturrahman^{1*}, Muhammad Abdul Haris Ramdan², Sofian Ichsan Muladi², Aprilianing Diah³,
Mega Puspita Ningsih³**

¹Program Studi Biologi Universitas Mataram, ²Fakultas Teknik Universitas Mataram,

³Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Mataram

Jalan Majapahit Nomor 62 Kota Mataram, NTB

*Alamat korespondensi: fatur@unram.ac.id

(Tanggal Submission: 23 Maret 2022, Tanggal Accepted : 20 Juni 2022)



Kata Kunci :

*Objek Daya
Tarik Wisata, Air
Terjun
Timponan,
ekowisata*

Abstrak :

Wisata Air Terjun Timponan di Desa Batu Mekar, Lingsar, Lombok Barat adalah salah satu sumber daya alam berupa air terjun yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai obyek daya tarik wisata. Keberadaan Obyek dan Daya Tarik Wisata merupakan mata rantai terpenting dalam suatu kegiatan wisata. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk melakukan pembenahan dan penataan wisata, khususnya Air Terjun Timponan, yang menjadi obyek daya tarik wisatawan di Desa Batu Mekar dalam bentuk kegiatan pembuatan papan penunjuk arah, pembuatan papan tata tertib wisata, pembuatan banner dan desain video promosi. Kegiatan ini menggunakan metode Partisipatory Rural Apresial (PRA) di lapangan sejak persiapan sampai akhir kegiatan dan untuk menentukan program prioritas maka dilakukan diskusi dengan para pengurus wisata. Bentuk kegiatan yang disepakati adalah pembuatan papan penunjuk arah, pembuatan papan tata tertib wisata, pembuatan banner dan desain video promosi. Hasil kegiatan pengabdian ini ditunjukkan oleh adanya respon dan apresiasi yang sangat positif dari masyarakat mitra untuk mengikuti kegiatan ini dari awal hingga akhir acara. Bentuk Kegiatan yang sudah dilakukan adalah sosialisasi mengenai pentingnya pengembangan destinasi wisata Desa khususnya wisata berbasis panorama alam yang menjadi andalan Desa Batu Mekar, yakni berupa air Terjun Timponan. Kegiatan fisik yang sudah selesai dikerjakan sesuai kesepakatan bersama adalah pembuatan dan pemasangan papan petunjuk arah menuju lokasi wisata air terjun Timponan, pembuatan dan pemasangan papan tata tertib berwisata, dan pembuatan banner aman berwisata di era new normal. Semua program telah terlaksana dengan baik,

namun diperlukan kegiatan lanjutan, yaitu pembuatan video untuk mempromosikan tempat wisata.

Key word :

*Objects Of
Tourist
Attraction,
Timponan
Waterfall,
ecotourism*

Abstract :

Timponan Waterfall Tourism in Batu Mekar Village, Lingsar, West Lombok is one of the natural resources in the form of a waterfall that has the potential to be developed as a tourist attraction. The existence of tourism objects and attractions is the most important link in a tourism activity. This service activity aims to promote tourism, especially Timponan Waterfall, which is the object of tourist attraction in Batu Mekar Village in the form of making signposts, making tourist order boards, making banners and designing promotional videos. This activity uses the Participatory Rural Appreciation (PRA) method in the field from preparation to the end of the activity and to determine priority programs, discussions are held with tourism administrators. The agreed forms of activity are the manufacture of signposts, the manufacture of tourist order boards, the manufacture of banners and the design of promotional videos. The results of this service activity are shown by a very positive response and appreciation from the partner community for participating in this activity from the beginning to the end of the event. The form of activity that has been carried out is the socialization of the importance of developing village tourism destinations, especially natural panorama-based tourism which is the mainstay of Batu Mekar Village, namely the Timponan Waterfall. The physical activities that have been completed according to the mutual agreement are the manufacture and installation of signposts to the Timponan waterfall tourist location, the manufacture and installation of travel rules and regulations, and the manufacture of banners for safe travel in the new normal era. All programs have been implemented well, but further activities are needed, namely making videos to promote tourist attractions.

Panduan sitasi / *citation guidance* (APPA 7th edition) :

Faturrahman., Ramdan, M. A. H., Muladi, S. I., Diah, A., & Ningsih, M.P. (2022). Pembinaan Dan Penataan Kawasan Wisata Alam Desa Batu Mekar, Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Abdi Insani*, 9(2), 681-689. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i2.546>

PENDAHULUAN

Salah satu andalan primadona bagi banyak negara dalam meningkatkan sumber pendapatannya di luar dari migas dan pajak adalah industri pariwisata (Rani, 2014). Organisasi Pariwisata Dunia mengungkapkan bahwa industri pariwisata terus tumbuh dari tahun ke tahun dan jumlah wisatawan di seluruh dunia diproyeksikan meningkat (Safitri et al., 2020). Industri Pariwisata memiliki nilai dan keuntungan yang signifikan bagi kemajuan ekonomi lokal dan global karena itu sektor pariwisata ini digolongkan sebagai industri terbesar di dunia (Susilawati, 2021). Indonesia memiliki potensi daya tarik ekowisata yang tinggi, meliputi ekosistem alam dan sumber dayanya, keanekaragaman hayati alam dan nilai-nilai tradisional yang tersebar di berbagai wilayah nusantara. Namun, pengelolaan atraksi ekowisata ini sebenarnya belum berkembang di banyak destinasi wisata (Butarbutar & Soemarno, 2013).

Pemerintah Indonesia menjadikan industri pariwisata sebagai andalan utama sumber devisa Negara. Hal ini karena Indonesia merupakan salah satu Negara yang memiliki keanekaragaman jenis wisata. Diantara jenis pariwisata tersebut adalah wisata alam, wisata sosial maupun wisata budaya.



Negeri ini selain menyimpan berjuta pesona wisata alam yang mempesona, Indonesia juga kaya akan wisata budaya seperti peninggalan-peninggalan sejarah serta beranekaragam seni dan adat budaya masyarakat local. Semua hal tersebut menarik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Dengan demikian, melimpahnya potensi pariwisata yang dimiliki menjadikan Indonesia sebagai salah satu daerah tujuan wisata dunia (Devy & Soemanto, 2017).

Ekowisata merupakan salah satu tujuan wisata paling populer di Indonesia dengan fokus pada sumber daya alam sebagai daya tarik utama bagi wisatawan. Sumber daya alam yang dikelola dengan baik akan digunakan untuk memajukan Indonesia dan mensejahterakan penduduk, khususnya masyarakat setempat. Jika dikelola dengan baik, sumber daya alam tersebut dapat dimanfaatkan di sektor pariwisata (Lebu *et al.*, 2019). Menurut (Fikri *et al.*, 2020) bahwa ada 5 faktor penting yang harus dipertimbangkan dalam pengembangan ekowisata. Kelima faktor tersebut adalah 1 faktor fasilitas atraksi; 2 faktor tata letak bangunan; 3 faktor tarif dan porsi; 4 faktor lingkungan atraksi dan 5 faktor akses lokasi.

Menurut Elmas (2019) bahwa atribut produk wisata meliputi fasilitas, akses, dan pesona. Fasilitas yang mendukung konsep green marketing biasanya terdapat di toilet, mushola, tempat parkir, shelter, sarana dan bermain. Selain fasilitas, akses ke situs penting bagi pengunjung objek wisata. Biasanya akses yang baik dapat melihat baik tidaknya jalan tersebut dan dengan mudah menjadi sarana transportasi menuju lokasi yang dituju. Dengan fasilitas dan aksesibilitas tersebut, maka dapat menciptakan daya tarik tersendiri bagi pengunjung, sehingga pengunjung akan menceritakan kesan yang mereka rasakan selama berkunjung ke suatu destinasi wisata kepada kerabat terdekat dan masyarakat satu melalui media elektronik.

Pengembangan destinasi pariwisata bertujuan untuk memperbaiki sistem pengelolaan tujuan wisata beserta aset-aset warisan budaya menjadi obyek daya tarik wisata yang atraktif dan menjadi lokomotif investasi. Sementara itu, pengembangan kemitraan industri pariwisata bertujuan untuk membangun dan memperkuat jaringan kerjasama antara para pihak yang meliputi pemerintah, swasta dan masyarakat serta pelaku industri pariwisata baik didalam maupun luar negeri. Kerjasama kemitraan ini meliputi kerjasama dalam bidang penelitian, sumber daya manusia, dan kelembagaan. Pengembangan penataan wilayah pariwisata bertujuan untuk meningkatkan kualitas destinasi wisata yang dapat menimbulkan daya tarik bagi wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara (Soedarso *et al.*, 2014).

Pulau Lombok merupakan salah satu daerah yang memiliki pesona bawah laut yang cantik, pantai eksotis dengan lanskap pasir putih menawan. Disisi lain, daerah ini memiliki bukit-bukit yang menyediakan hamparan pemandangan yang sangat indah. Salah satu daerah di pulau Lombok yang memiliki pesona wisata adalah Desa Batu Mekar yang berlokasi di kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat, NTB.

Desa Batu Mekar memiliki beragam potensi wisata, baik itu wisata alam, kuliner, maupun handycraft. Salah satu potensi wisata alam yang sangat indah di Desa Batu Mekar adalah air terjun timponan. Air terjun ini memiliki ketinggian lebih dari 40 meter dengan debit air yang relative tidak terlalu deras, juga bersih dan jernih sehingga menjadikan destinasi wisata ini aman bagi pengunjung yang ingin bermain air disana.

Pengunjung atau wisatawan yang ingin menikmati wisata alam biasanya merasa tidak cukup hanya dengan menikmati keindahan panorama alamnya saja, wisatawan membutuhkan sensasi lain. Disinilah bedanya jika wisatawan datang ke wisata air terjun timponan, wisatawan akan merasakan sensasi tracking, menjelajah ke kedalaman hutan lebat, dan juga dapat berenang maupun sekedar bermain air sesampainya dilokasi tersebut.

Akan tetapi, potensi tersebut tidak dimanfaatkan dan dikelola dengan baik oleh masyarakat setempat. Kendala utama sebetulnya bukan tidak adanya *support* dari pemerintah daerah atau minimnya dana pengembangan, melainkan rendahnya partisipasi masyarakat untuk mendukung pengembangan wisata. Oleh karena itu, tim pengabdian bersama mitra mengembangkan program kegiatan berupa pembuatan petunjuk arah ke tempat wisata, pembuatan tata tertib berwisata di tempat wisata, pembuatan banner aman berwisata di era new normal dan promosi tempat wisata yang sudah memiliki petunjuk arah agar lebih dikenal oleh masyarakat luas untuk mendukung berkembangnya wisata di Desa Batu Mekar.

Hasil yang diharapkan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat sasaran. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah memberikan masyarakat wawasan pengetahuan akan pentingnya memanfaatkan potensi wisata yang ada di Desa Batu Mekar. Dengan terjadinya peningkatan pengetahuan dan keterampilan berfikir masyarakat sasaran akan berdampak pada penyediaan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.

METODE KEGIATAN

Waktu dan Tempat

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan selama bulan Januari sampai dengan Februari 2021. Lokasi yang dipilih untuk menjadi tempat kegiatan pengabdian ini adalah Desa Batu Mekar, Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat, NTB. Adapun masyarakat sasaran yang dituju adalah pelaku wisata, para pemuda dan karang taruna.

Pendekatan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *Participatory Rural Appraisal* (PRA) di lapangan sejak persiapan sampai akhir kegiatan dan untuk menentukan program prioritas maka dilakukan diskusi dengan para pengurus wisata. Metode PRA diartikan sebagai sekumpulan pendekatan dan metode yang mendorong masyarakat pedesaan untuk ikut serta meningkatkan dan menganalisis pengetahuan mereka mengenai hidup dalam konteks kondisi mereka sendiri agar mereka dapat membuat rencana dan tindakan (Hudaya *et al.*, 2019).

Bentuk Kegiatan

Berdasarkan diskusi dengan pengurus disepakati ada 4 program kegiatan yang akan dilakukan. Keempat bentuk kegiatan tersebut adalah desain dan pembuatan papan petunjuk arah; desain dan pembuatan papan tata tertib wisata; pembuatan banner; dan desain video promosi. Adapun desain video promosi akan ditindak lanjuti pada kegiatan pengabdian berikutnya karena keterbatasan waktu.

Prosedur kerja

Prosedur pembuatan papan petunjuk arah terdiri dari 4 tahapan. Tahap 1 adalah persiapan alat dan bahan, yaitu papan, kayu usuk, gergaji, cat, dan paku. Tahap 2 adalah desain model petunjuk arah. Untuk desain model menggunakan software Adobe photoshop CS3. Papan dipotong sesuai ukuran desain, lalu dicat dan setelah kering ditulis. Tahap 3 adalah perangkaian semua kerangka petunjuk arah. Tahap 4 adalah membawa petunjuk arah ke tempat wisata air terjun timponan, dan tahap 5 adalah pemasangan dan penempatan petunjuk arah disepanjang jalan atau track menuju lokasi wisata air terjun timponan

Prosedur kerja pembuatan tata tertib berwisata terdiri dari 6 tahapan. Tahap 1 adalah persiapan alat dan bahan, yaitu berupa bilah papan, kayu usuk, bambu, paku, gergaji, linggis dan parang. Tahap 2 adalah pembuatan semua kerangka dari kayu usuk sesuai dengan ukuran panjang

bilah papan yaitu 60 cm. Tahap adalah 3 pemotongan bilah papan, pengecatan dan penulisan bilah papan, kemudian dilanjut dengan merangkai semua kerangka papan tata tertib yang ada dengan cara memaku bilah-bilah papan. Tahap adalah 5 membawa papan tata tertib ke lokasi wisata air terjun timponan, dan terakhir adalah pemasangan papan tata tertib berwisata pada ruang terbuka disentra dropship wisatawan dekat loket pembelian karcis.

Prosedur kerja pembuatan banner aman berwisata di era new normal adalah 1) Membuat desain banner. Untuk desain banner, tim menggunakan software Adobe photoshop CS3. Tahap 2 adalah persiapan alat dan bahan, yaitu berupa bilah papan, kayu usuk, cetakan poster tata tertib yang terbuat dari vinil 100 cm x 60 cm, lem kayu, paku, gergaji, linggis dan parang. Tahap 3 adalah pencetakan banner. Pada tahap ini desain banner yang sudah jadi diserahkan ke took percetakan untuk dicetak secara digital pada lembar kain vini sesuai ukuran desain. Tahap 4 adalah pembuatan semua kerangka, yang mana kerangka banner ini dibuat dari kayu usuk. Pada tahap 5, banner yang sudah di lem pada lembar tripleks dipasang pada kerangka kayu. Tahap 6 adalah membawa banner ke tempat wisata air terjun timponan untuk dipasang, dan terakhir adalah Pemasangan banner di tempat wisata air terjun timponan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekowisata merupakan sub komponen dari bidang pariwisata berkelanjutan. Potensi ekowisata yang dirasakan sebagai alat yang efektif untuk pembangunan berkelanjutan adalah alasan utama mengapa negara-negara berkembang sekarang merangkulnya dan memasukkannya ke dalam pengembangan ekonomi dan strategi konservasi mereka. Ekowisata sebagai wisata alternatif melibatkan kunjungan ke kawasan alam untuk belajar, belajar, atau melakukan kegiatan yang ramah lingkungan, yaitu wisata yang didasarkan pada pengalaman alam, yang memungkinkan pengembangan ekonomi dan sosial masyarakat local (Kiper, 2013).

Destinasi wisata alam di wilayah Indonesia sangatlah banyak, jika pemerintah dan masyarakat daerah saling membantu dalam pengembangan dan mampu memanfaatkan potensi wisata tersebut, maka akan dapat mengangkat ekonomi masyarakat dan daerah (Rahim, 2012). Selain itu, usaha ekowisata seharusnya hanya dianggap “berhasil” jika masyarakat lokal memiliki beberapa ukuran kontrol dan berbagi manfaat secara adil (Wiratno *et al.*, 2022).

Salah satu asset ekowisata yang memiliki potensi untuk dikembangkan di pulau Lombok adalah Air Terjun Timponan. Kegiatan pengembangan obyek wisata Air Terjun Timponan diawali dengan melakukan diskusi dengan Ketua Pengelola Wisata Air Terjun Timponan, agar Tim pengabdian bisa mengetahui pembenahan apa saja yang perlu dilakukan untuk pengembangan di Wisata Air Terjun Timponan.



Gambar 1. Diskusi dengan Ketua Pengurus wisata air terjun timponan

Setelah diadakan diskusi dengan ketua pengelola wisata air terjun timponan. Disepakati kegiatan awal untuk pengembangan wisata Bukit tinggi sebagai Obyek wisata, yaitu: membuat petunjuk arah menuju air terjun timponan, membuat papan tata tertib berwisata, membuat banner aman berwisata di era new normal dan pembuatan video promosi.

Bagi suatu lokasi wisata, penunjuk arah memiliki fungsi dan peran yang sangat penting. Penunjuk arah selain berfungsi sebagai media informasi agar para pengunjung suatu objek wisata tidak kebingungan dalam mencari jalan atau menuju kepada titik-titik penting lokasi yang ingin mereka kunjungi. Akan tetapi juga dapat bertindak sebagai pemandu pasif bagi wisatawan yang tidak dapat berkomunikasi secara verbal (Gambar 2).



Gambar 2. Papan penunjuk arah yang telah dipasang di jalur menuju wisata air terjun timponan

Penunjuk arah merupakan media visual yang sangat penting di dalam menyampaikan informasi mengenai suatu arah tujuan. Umumnya penunjuk arah memiliki dua unsur yaitu simbol dan huruf. Dua simbol pokok ini dapat saja tidak dipergunakan salah satunya akan tetapi sangat baik jika dipergunakan bersamaan (Purwita & Yasa, 2019). Lebih lanjut dinyatakan (Purwita & Yasa, 2019) bahwa Kedua unsur ini akan mempertegas sekaligus mempermudah pemahaman bagi masyarakat di dalam mempersepsikan simbol dan huruf ke arah mana tujuan perjalanan mereka. Petunjuk arah pada kegiatan ini dirancang memiliki ukuran rentang jarak tertentu yaitu dibuat mulai dari pusat desa batu mekar sampai lokasi wisata air terjun.

Selain pemasangan papan penunjuk arah, komponen lain yang cukup penting dilokasi wisata adalah papan tata tertib (Gambar 3). Pentingnya aturan tata tertib oleh karena ekonomi saat ini adalah ekonomi yang semakin berorientasi pada layanan. Pariwisata adalah salah satu sektor ekonomi utama dalam perekonomian kita. Namun, kemampuan pariwisata untuk menciptakan lapangan kerja tidak menghalangi ancaman yang ditimbulkan oleh pariwisata massal. Ancaman-ancaman ini dapat bersifat ekonomi, karena hanya sedikit manfaat yang mencapai populasi lokal; budaya dan lingkungan, karena banyak sumber daya alam yang disalahgunakan (Zgolli & Zaiem, 2018). Dengan demikian, kehadiran tata tertib dilokasi pariwisata merupakan aturan yang berfungsi untuk mengendalikan perilaku seseorang berdasarkan lingkup kegiatan pariwisata.



Gambar 3. pemasangan papan tata tertib berwisata di lokasi Air Terjun Timponan

Pembuatan tata tertib yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada para wisatawan tentang hal apa saja yang tidak boleh dilakukan selama berwisata di air terjun timponan. (Pololikashvili, 2020) menyatakan bahwa Pariwisata adalah pendorong sejati solidaritas dan pembangunan. Mari kita semua memanfaatkan sepenuhnya kekuatannya untuk menyatukan orang dan komunitas, dengan mematuhi Kode Etik Global untuk Pariwisata. Dengan cara ini pariwisata dapat terus memberikan peluang yang lebih baik dan pembangunan berkelanjutan bagi jutaan orang di seluruh dunia.



Gambar 4. pemasangan banner aman berwisata di era new normal.

Pemasangan banner aman berwisata di era new normal bertujuan agar wisatawan selalu ingat tentang protocol kesehatan selama berwisata di masa pandemic COVID-19. Menurut (Yonita & Amna, 2021) bahwa Perilaku dan persepsi wisatawan terhadap penerapan protokol kesehatan ini menunjukkan dan menentukan kesiapan dan pemahaman wisatawan yang dapat dilihat dari perilaku dan persepsinya terhadap kebijakan tersebut. Dapat disimpulkan bahwa perilaku manusia adalah segala aktivitas manusia, baik yang dapat diamati secara langsung maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar. Tentunya dalam fase ini, tempat-tempat wisata harus memenuhi semua ketentuan protokol kesehatan.



Gambar 5. pembuatan vidio promosi wisata air terjun timponan

Tujuan dibuatnya petunjuk arah, papan tata tertib berwisata, banner aman berwisata di era new normal dan pembuatan vidio promosi adalah untuk memberikan daya tarik wisatawan agar mengunjungi tempat wisata. Pembuatan vidio promosi yang dapat dijadikan media promosi yang efektif karena audio visual yang jelas dan durasi yang singkat video ini dapat diakses oleh wisatawan melalui akun youtube sehingga wisata air terjun dapat diketahui oleh wisatawan.

Pemasaran virtual memiliki fitur yang berbeda dengan proses pemasaran cetak di sektor pariwisata. Media sosial memungkinkan pelaku pariwisata memiliki komunikasi yang singkat dan langsung dengan target tanpa memperhitungkan biaya yang harus dikeluarkan untuk mengiklankan produknya (Tinuoye, 2020). Media sosial sebagai salah satu bentuk teknologi komunikasi pada saat ini dalam menjadi suatu sarana komunikasi kiwari yang sangat cepat dan pesat, media sosial juga berkembang pesat dari berbagai macam klasifikasi dan tipe sesuai dengan kebutuhan masyarakat dunia. Jejaring sosial sudah menjadi kebutuhan. pada masyarakat dengan latar belakang moderenitas saat ini. Berbagai aspek kebutuhan manusia dapat terbantu dengan mudah dan leluasa lewat media sosial. Aspek-aspek tersebut diantaranya adalah meliputi hiburan, promosi pendidikan, kesehatan, aktualisasi diri dan lain lain.

Situs jejaring sosial memiliki efisiensi penting sebagai alat pemasaran dan memiliki banyak fungsi. Situs jejaring sosial adalah alat penting, di mana konsumen dapat memperoleh informasi mengenai barang dan jasa, meningkatkan kesadaran, berkomunikasi dari mulut ke mulut secara online, hasil, keputusan pembelian, penilaian setelah pembelian dan untuk perusahaan mereka adalah alat, di mana mereka dapat memasarkan produksi mereka, memperluas merek mereka dan menggunakannya dalam hubungan pelanggan mereka (Albayrak, 2013).

KESIMPULAN DAN SARAN

Semua kegiatan yang telah dirancang bersama para pihak sudah terlaksana, baik itu berupa sosialisasi mengenai pentingnya pengembangan destinasi wisata air Terjun Timponan maupun kegiatan fisik berupa pembuatan dan pemasangan papan petunjuk arah menuju lokasi wisata air terjun Timponan, pembuatan dan pemasangan papan tata tertib berwisata, dan pembuatan banner aman berwisata di era new normal.

Saran-saran yang perlu dilakukan untuk kegiatan selanjutnya adalah: 1). Perbaikan jalan menuju tempat wisata, sehingga memudahkan akses menuju tibu tereng dan tibu kelambu; 2). Pembangunan toilet atau kamar ganti di sekitar wisata air terjun timponan; dan 3). Pembangunan tempat ibadah disekitar wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Albayrak, A. (2013). The Symmetric and Asymmetric Influence of Destination Attribute Overall Visitor Satisfaction. *Current Issues in Tourism*, 10(2), 25–42.
- Butarbutar, R., & Soemarno. (2013). Environment effect of Ecotourms in Indonesia. *J IndonesiaTour Dev Std*, 1(3), 97–107.
- Devy, H. A., & Soemanto, R. B. (2017). Pengembangan Obyek Dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Sosiologi DILEMA*, 32(1), 34–44.
- Fikri, M. E., Pane, D. M., & Safitri, F. (2020). Factors Influencing The Tourist Decision To Visit The Natural Attractions: A Case Of Langkat Regency, North Sumatera Province, Indonesia. *International Journal of Economics, Commerce and Management United Kingdom*, 8(12), 212–222.
- Hudaya, B., Kutaneegara, P. M., Setiadi, Indianto, A., Fauzanafi, Z., Mubarika, D F N Sushartami, W., & Yusuf, M. (2019). Participatory Rural Appraisal (PRA) untuk Pengembangan Desa Wisata di Pedukuhan Pucung, Desa Wukirsari, Bantul. *Bakti Budaya*, 2(2), 99–112.
- Kiper, T. (2013). *Role of Ecotourism in Sustainable Development*. *Advances in Landscape Architecture, Intech*.
- Lebu, C. F. K., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2019). Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow Effect of Location , Perception of Prices and Tourism Attraction on the Decision To Visit Travelers At Lake Linow. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5505–5513.
- Pololikashvili, Z. (2020). *Global code of ethics for tourism*. <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism>
- Purwita, D. G., & Yasa, G. P. P. A. (2019). Perancangan Ulang Simbol Dan Papan Penunjuk Arah Pada Area Obyek Wisata Monkey Forest. *Jurnal Lentera Widya*, 1(1), 15–20.
- Rahim, F. (2012). *Pedoman Kelompok Sadar Wisata: Direktur Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*.
- Rani, D. P. M. (2014). Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus : Pantai Lombang). *Jurnal Politik Muda*, 3(3), 412–421.
- Safitri, I., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). Peran produk wisata dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 734–741.
- Soedarso, Nurif, M., & Windiani. (2014). Potensi dan Kendala Pengembangan Pariwisata Berbasis Kekayaan Alam Dengan Pendekatan Marketing Places (Studi Kasus Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Sosial Humaniora*, 7(2), 136–149.
- Tinuoye, O. I. (2020). Social Media A Tool For Tourism Marketing: A Study Among Tourism Students Of Federal Polytechnic, Ilaro. *Proceedings Of The 2nd International Conference, The Federal Polytechnic, Ilaro, 10th – 11th Nov., 2020*.
- Wiratno, Withaningsih, S., Gunawan, B., & Iskandar, J. (2022). Ecotourism as a Resource Sharing Strategy: Case Study of Community-Based Ecotourism at the Tangkahan Buffer Zone of Leuser National Park, Langkat District, North Sumatra, Indonesia. *Sustainability*, 14(3399), 1–18.
- Yonita, R., & Amna, S. (2021). The Implementation of Health Protocols in New Normal Era of Covid-19 in Tourism. *Proceedings of the 2nd Annual Conference on Social Science and Humanities (ANCOSH 2020)*. *Advances in Social Science, Education and Humanities R*.
- Zgolli, S., & Zaiem, I. (2018). The responsible behavior of tourist: The role of personnel factors and public power and effect on the choice of destination. *Arab Economic and Business Journal*, 13(2), 168–178.