

OPTIMALISASI PENGELOLAAN DAN PEMASARAN WISATA PANTAI GRAJAGAN KABUPATEN BANYUWANGI UNTUK MENDUKUNG DAYA SAING WISATA

Frisca Artha Amalia^{*}, Danang Prasetyo², Rosalina Nur Annisa³

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta, Indonesia

Email: friscartha153@gmail.com , danangprasetyo@stipram.ac.id ,
roshalin28@gmail.com

Article Info	Abstract
Kata Kunci: Optimalisasi Pengelolaan Pemasaran Diterima: 27 Februari 2025 Disetujui: 28 Februari 2025 Diterbitkan: 28 Februari 2025	Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan pengelolaan dan pemasaran destinasi wisata Pantai Grajagan guna meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan. Pendekatan yang digunakan meliputi analisis pengelolaan infrastruktur serta strategi pemasaran saat ini. Data dikumpulkan melalui survei, wawancara dengan pengelola dan wisatawan, serta studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan adanya potensi besar Pantai Grajagan sebagai objek wisata yang dapat dimaksimalkan melalui perbaikan manajemen fasilitas, peningkatan pelayanan, serta penerapan strategi pemasaran digital yang efektif. Rekomendasi diberikan untuk pengembangan sarana-prasarana pendukung wisata serta penguatan promosi berbasis teknologi informasi. Dengan optimalisasi tersebut, diharapkan Pantai Grajagan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan secara berkelanjutan dan mendukung pembangunan ekonomi lokal.

Abstract

This study aims to optimize the management and marketing of the Grajagan Beach tourist destination in order to increase tourist attraction and visits. The approach used includes analysis of infrastructure management and current marketing strategies. Data were collected through surveys, interviews with managers and tourists, and documentation studies. The results of the study indicate that there is great potential for Grajagan Beach as a tourist attraction that can be maximized through improving facility management, improving services,

and implementing effective digital marketing strategies. Recommendations are given for the development of supporting tourism infrastructure and strengthening information technology-based promotions. With this optimization, it is hoped that Grajagan Beach will be able to increase tourist visits sustainably and support local economic development.

Keywords: *Jurnal Panutan; Pariwisata Global; Destinasi Wisata*

PENDAHULUAN

Wisata pantai dan bahari merupakan sektor yang terus berkembang dan menjadi salah satu daya tarik utama dalam industri pariwisata global, didorong oleh keindahan alam, beragam aktivitas air, serta daya tarik budaya lokal yang menjadikan pantai pilihan populer bagi wisatawan. Pertumbuhan positif sektor pariwisata bahari ini menunjukkan potensi besar untuk pengembangan lebih lanjut di berbagai destinasi, termasuk di Indonesia (World Travel & Tourism Council, 2021). Jawa Timur, dengan keanekaragaman budaya dan alamnya, memiliki potensi pariwisata yang sangat besar, termasuk berbagai destinasi pantai menarik, dan terus menjadi prioritas pengembangan wisata utama di Indonesia (Dinas Informasi dan Komunikasi Kabupaten Banyuwangi., 2023).

Dalam konteks ini, Banyuwangi telah dikenal sebagai salah satu kabupaten di Jawa Timur yang sedang naik daun, bahkan mendapatkan predikat “The Sunrise of Java”, dengan kunjungan wisatawan yang menunjukkan tren positif. Namun, untuk memaksimalkan potensi tersebut, pengelolaan dan pemasaran yang lebih efektif masih sangat diperlukan (Dinas Informasi dan Komunikasi Kabupaten Banyuwangi., 2023). Pantai Grajagan, sebagai salah satu daya tarik wisata unggulan di Banyuwangi yang terkenal dengan keindahan alam dan aktivitas selancarnya, menghadapi tantangan signifikan. Meskipun memiliki jumlah kunjungan yang cukup tinggi di masa lalu, Pantai Grajagan mengalami penurunan drastis pada tahun 2012, terutama disebabkan oleh kurangnya promosi dan munculnya destinasi wisata baru yang lebih menarik perhatian pengunjung, serta belum adanya tindakan proaktif dari pengelola untuk menarik kembali wisatawan. Oleh karena itu, optimalisasi strategi pemasaran yang lebih efektif, termasuk pemanfaatan media sosial dan kolaborasi dengan agen perjalanan, sangat diperlukan untuk meningkatkan visibilitas pantai ini, mengingat penelitian

sebelumnya menunjukkan bahwa pengelolaan pemasaran yang baik dapat meningkatkan daya tarik suatu destinasi wisata (Wibowo et al., 2023).

Selain pemasaran, optimalisasi pengelolaan pariwisata juga menjadi kunci dalam menciptakan pengalaman berkualitas bagi wisatawan, mencakup aspek infrastruktur, pelayanan, dan pelestarian lingkungan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan dan mendorong kunjungan ulang (Praja, 2023). Dalam industri pariwisata, daya saing suatu destinasi adalah indikator utama keberhasilan dalam menarik pengunjung, sehingga penting bagi Pantai Grajagan untuk menawarkan keunggulan kompetitif yang membedakannya dari destinasi lain.

Hal ini juga melibatkan partisipasi masyarakat lokal yang esensial untuk keberlanjutan dan kesuksesan destinasi (Wibowo et al., 2023), serta inovasi, terutama melalui pemanfaatan teknologi informasi, yang dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing (Creswell, 2014). Lebih lanjut, branding destinasi menjadi strategi penting dalam membangun citra dan daya tarik suatu tempat, yang akan menarik perhatian pengunjung (Ningrum, 2022) dan membantu membangun loyalitas wisatawan. Strategi pemasaran digital, termasuk pemanfaatan media sosial, website, dan aplikasi mobile, juga semakin krusial dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Pengembangan sumber daya manusia dalam sektor pariwisata juga merupakan aspek kunci untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan wisatawan (Wulandari et al., 2024).

Terakhir, penting untuk mempertimbangkan dampak sosial dan budaya dari pengelolaan pariwisata terhadap masyarakat lokal. Berdasarkan kompleksitas tantangan dan potensi yang ada, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai faktor yang memengaruhi pengelolaan dan pemasaran Pantai Grajagan serta cara-cara untuk meningkatkan daya saingnya di pasar pariwisata, dengan harapan dapat memberikan rekomendasi kebijakan yang mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan dan memberikan manfaat ekonomi serta sosial bagi masyarakat.

METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan deskriptif kualitatif, bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai kondisi pengelolaan dan pemasaran pariwisata Pantai Grajagan.

Pendekatan ini dipilih untuk mengkarakterisasi serta memahami fenomena sosial dari sudut pandang subjek yang diteliti, dengan penekanan pada pengumpulan data yang rinci dan analisis interpretatif.

Data yang diperoleh bersifat non-numerik, berfokus pada deskripsi praktik dan persepsi terkait pengelolaan serta pemasaran destinasi wisata. Penelitian ini dilaksanakan di Pantai Grajagan, Desa Grajagan, Kecamatan Purwoharjo, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur (8°32'46.187"S 114°14'27.02"E), sebuah lokasi yang memiliki potensi besar sebagai daya tarik wisata berkembang. Objek penelitian adalah daya tarik wisata Pantai Grajagan itu sendiri, sedangkan subjek penelitian melibatkan berbagai pihak yang terlibat langsung, yaitu pengelola wisata, pelaku usaha pariwisata setempat, pengunjung, serta pemerintah atau dinas terkait.

Instrumen penelitian yang digunakan meliputi pedoman wawancara untuk menggali informasi mendalam mengenai strategi pengelolaan, metode pemasaran (termasuk digital marketing), dan peran masyarakat lokal, serta lembar observasi untuk mencatat kondisi fasilitas, aktivitas wisatawan, interaksi pengelola-pengunjung, dan implementasi pemasaran digital di lapangan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung untuk memantau aktivitas pengelolaan dan promosi; wawancara mendalam dengan subjek penelitian untuk memahami persepsi dan faktor daya saing; serta studi dokumentasi untuk mengumpulkan kebijakan, rencana pengembangan, dan data statistik relevan.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif melalui tahapan kategorisasi data berdasarkan tema, reduksi data untuk menyaring informasi esensial, penyajian data dalam bentuk naratif, dan interpretasi. Penyajian data akan diperkaya dengan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) guna mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kondisi Pantai Grajagan, yang selanjutnya menjadi dasar penarikan kesimpulan dan rekomendasi untuk optimalisasi pengelolaan dan pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pantai Grajagan di Kabupaten Banyuwangi, meskipun memiliki potensi rekreasi yang besar, belum dikembangkan secara optimal. Dikelilingi oleh perbukitan dan hutan, pantai ini

menawarkan suasana tenang dan alami, berjarak sekitar 40 km dari pusat kota dan dapat diakses melalui jalur darat. Sebagai bagian dari deretan pantai selatan Jawa, Pantai Grajagan terkenal dengan ombaknya yang besar, menjadikannya daya tarik utama bagi pecinta selancar. Selain itu, pengunjung juga dapat menikmati kegiatan seperti snorkeling, berjemur, atau menyaksikan matahari terbenam.

Secara topografi, Pantai Grajagan memiliki kontur beragam, dengan semenanjung curam yang menjorok ke laut dan area muara sungai serta daratan di Teluk Grajagan yang berpotensi untuk fasilitas. Ketinggian tanah di kawasan ini bervariasi antara 2,0 hingga 159,0 meter di atas permukaan laut, dengan hutan alam dan hutan jati di perbukitan sekitarnya. Kondisi hidrologisnya ditandai oleh batas perairan, waduk, saluran, dan sungai yang memengaruhi distribusi lahan, dengan sumber air utama berasal dari hulu sungai dan aliran sungai itu sendiri. Vegetasi di sekitar Pantai Grajagan didominasi oleh hutan lindung dan hutan jati, yang tidak hanya memberikan potensi fisik tetapi juga mendukung kelangsungan hidup kawasan rekreasi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber, fasilitas yang tersedia di Pantai Grajagan saat ini meliputi area parkir, toilet, warung makanan, musholla, tempat beristirahat, tempat duduk, penyewaan peralatan snorkeling, area bermain anak-anak, dan bahkan Wi-Fi gratis. Kualitas pelayanan umumnya mengutamakan keramahan dan kecepatan, meskipun ada tantangan dalam pemeliharaan fasilitas dan terkadang ramai saat akhir pekan. Tidak ada fasilitas khusus yang disediakan untuk wisatawan mancanegara atau segmen pasar tertentu, meskipun beberapa pengelola menyediakan informasi dalam bahasa Inggris.

Pengelolaan aspek keamanan melibatkan patroli rutin oleh pihak keamanan dan pos pertolongan pertama, yang membuat pengunjung merasa aman, meskipun ada harapan untuk lebih banyak tanda keselamatan. Berbagai sistem dan kebijakan telah diterapkan untuk memastikan kenyamanan wisatawan, termasuk pengelolaan infrastruktur, penyediaan amenities, pemantauan keamanan, pengelolaan kapasitas pengunjung, kebijakan kebersihan, dan pelestarian alam.

Hasil observasi menunjukkan bahwa Pantai Grajagan memiliki keindahan alam yang menawan dan budaya lokal yang kaya, namun masih menghadapi tantangan dalam infrastruktur

dan promosi. Pengelolaan lingkungan di Pantai Grajagan dinilai kurang optimal, terlihat dari dampak perubahan iklim seperti abrasi dan genangan air, serta kurangnya pepohonan rindang yang menyebabkan area pantai terasa panas dan berpotensi naiknya air laut ke permukiman warga. Masalah pengelolaan sampah juga signifikan karena minimnya tempat sampah, yang mendorong pengunjung membuang sampah sembarangan. Keterbatasan infrastruktur menjadi kendala, seperti akses jalan yang kurang memadai dengan kondisi bebatuan dan minimnya lampu jalan, serta fasilitas publik seperti tempat bersantai yang kurang layak, musholla yang terbengkalai, dan toilet yang kurang bersih.

Meskipun demikian, Pantai Grajagan sudah memiliki penginapan yang memudahkan pengunjung. Sumber daya manusia di Pantai Grajagan, yang sebagian besar adalah komunitas nelayan dengan pengetahuan lokal tentang ekosistem laut, masih menghadapi tantangan pendidikan yang menghambat pengembangan keterampilan. Selain itu, kurangnya koordinasi antara berbagai pihak seperti pemerintah daerah, pengelola wisata, dan masyarakat lokal mengakibatkan pengelolaan sumber daya alam dan fasilitas wisata yang tidak optimal, serta kurangnya kesadaran akan pelestarian lingkungan. Masalah utama dalam pemasaran adalah kurangnya strategi promosi yang efektif dan terintegrasi, minimnya penggunaan platform digital dan media sosial, serta kurangnya kolaborasi, yang menyebabkan rendahnya visibilitas dan potensi ekonomi yang belum tergali.

Analisis SWOT mengidentifikasi kekuatan internal Pantai Grajagan, meliputi keindahan alam dengan ombak yang cocok untuk selancar dan keanekaragaman hayati laut, budaya lokal yang unik, komunitas nelayan yang mendukung ekowisata, serta lokasi strategis dan aksesibilitas yang relatif mudah. Namun, terdapat kelemahan seperti keterbatasan infrastruktur (jalan, toilet, parkir), kurangnya promosi yang efektif, keterbatasan pendidikan dan pelatihan bagi masyarakat lokal di bidang pariwisata dan lingkungan, serta ketergantungan pada musim yang memengaruhi kunjungan wisatawan. Peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan termasuk meningkatnya minat terhadap pariwisata berkelanjutan dan ekowisata, potensi kerja sama dengan sektor swasta, penyelenggaraan event dan festival, serta pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran digital. Ancaman yang dihadapi meliputi dampak perubahan iklim

(kenaikan air laut, cuaca ekstrem), persaingan dari destinasi wisata lain, kerusakan lingkungan akibat aktivitas manusia yang tidak berkelanjutan, dan ketidakpastian ekonomi global yang dapat memengaruhi jumlah wisatawan.

Berdasarkan analisis SWOT, strategi pemasaran untuk optimalisasi pengelolaan dan pemasaran Pantai Grajagan dapat dilakukan melalui beberapa pendekatan terintegrasi. Ini mencakup identifikasi segmen pasar melalui analisis target dan pemetaan demografi, pengembangan produk wisata dengan menciptakan paket wisata (*surfing*, *snorkeling*, ekowisata) dan menawarkan pengalaman budaya lokal. Pemasaran digital menjadi krusial dengan pembuatan website informatif, penggunaan media sosial, optimasi SEO, dan iklan berbayar. Kemitraan dan kolaborasi dengan agen perjalanan, platform booking online, serta pelibatan komunitas lokal juga penting. Peningkatan infrastruktur seperti fasilitas pendukung (parkir, toilet, area istirahat) dan perbaikan aksesibilitas jalan sangat diperlukan. Terakhir, monitoring dan evaluasi kinerja secara berkala serta pengumpulan umpan balik pengunjung akan membantu penyesuaian strategi.

Untuk mengoptimalkan pengelolaan Pantai Grajagan, diperlukan pendekatan terintegrasi dan partisipatif yang melibatkan pemerintah daerah, pengelola wisata, dan masyarakat lokal. Prioritas harus diberikan pada pengembangan infrastruktur memadai seperti akses jalan, fasilitas parkir, dan toilet umum. Pelatihan bagi masyarakat lokal mengenai pengelolaan pariwisata berkelanjutan akan meningkatkan kesadaran dan keterampilan mereka. Implementasi sistem pengelolaan sampah yang efektif dan kampanye kebersihan sangat penting, diikuti dengan evaluasi berkala dan seminar untuk mendorong inovasi. Kolaborasi dengan lembaga penelitian dan organisasi non-pemerintah juga dapat merumuskan kebijakan yang lebih baik. Sementara itu, optimalisasi pemasaran memerlukan pemanfaatan media sosial dan platform digital dengan konten menarik, pembuatan situs web resmi, kolaborasi dengan influencer dan blogger perjalanan, serta penyelenggaraan event atau festival lokal. Membangun kemitraan dengan agen perjalanan dan platform pemesanan online juga akan mempermudah akses bagi wisatawan.

Untuk mewujudkan daya saing, Pantai Grajagan perlu mengoptimalkan keunggulan, rantai nilai, dan inovasi. Keunggulan Pantai Grajagan terletak pada harga tiket yang terjangkau (hanya biaya parkir), jarak tempuh yang relatif dekat

dari pusat kota, serta keindahan alamnya yang menakjubkan dengan ombak ideal untuk selancar. Optimalisasi keunggulan ini memerlukan analisis pasar, peningkatan kualitas layanan, dan pembangunan citra merek yang kuat. Dalam konteks rantai nilai, meskipun sumber daya manusia lokal memiliki pengetahuan ekosistem laut, pelatihan berkelanjutan dari pengelola dan pemerintah diperlukan. Pelayanan yang ramah dan penggunaan media sosial oleh pengelola sudah menjadi langkah positif. Optimalisasi rantai nilai dapat dicapai melalui peningkatan efisiensi operasional, kolaborasi dengan pemasok dan mitra, serta pengembangan sumber daya manusia. Inovasi juga kunci, dengan pembangunan infrastruktur yang sedang berjalan dan penerapan praktik ramah lingkungan. Kolaborasi dengan komunitas lokal untuk mendukung ekonomi dan menciptakan pengalaman wisata interaktif juga merupakan bentuk inovasi. Mendorong inovasi memerlukan budaya kreatif, investasi dalam penelitian dan pengembangan, serta adopsi teknologi baru. Secara keseluruhan, optimalisasi daya saing Pantai Grajagan memerlukan pendekatan holistik yang menggabungkan keindahan alam dengan pengelolaan profesional dan inovatif, termasuk peningkatan infrastruktur, promosi gencar, pemberdayaan masyarakat lokal, dan pengembangan atraksi wisata yang beragam untuk menjadikannya destinasi yang kompetitif.

KESIMPULAN

Optimalisasi pengelolaan dan pemasaran Pantai Grajagan di Kabupaten Banyuwangi merupakan langkah krusial untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata ini. Pengelolaan yang komprehensif, meliputi pengembangan infrastruktur yang memadai, peningkatan kualitas layanan, serta pelestarian lingkungan, akan secara signifikan menarik minat wisatawan. Sejalan dengan itu, penerapan strategi pemasaran yang efektif, seperti pemanfaatan platform digital dan kolaborasi dengan berbagai pihak, sangat penting untuk memperluas visibilitas dan daya tarik Pantai Grajagan di mata wisatawan domestik maupun mancanegara. Dengan demikian, pendekatan terintegrasi antara pengelolaan dan pemasaran yang berkelanjutan akan berkontribusi pada peningkatan kunjungan wisatawan dan pada akhirnya, memberikan dampak ekonomi yang positif bagi masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin. (2012). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: Pustaka Setia.
- Bennett, N. J. (2018). *The role of local communities in marine conservation. Marine Policy.*
- Cohen, E. (1988). *Tradition and modernity revisited: The case of tourism. Annals of Tourism Research*, 1.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.)*. Sage Publication.
- Damayanti, R., Huda, N., & Hermina, D. (2024). Pengolahan hasil non-test angket, observasi, wawancara dan dokumenter. Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2(3), 259–273. <https://doi.org/10.55606/srjyappi.v2i3.1343>
- Darmawan, D., Dewi, I. P., & Syah, R. (2022). Optimalisasi pengelolaan objek wisata melalui pelatihan digital marketing dengan pendekatan *Appreciative Coaching*.
- Dinas Informasi dan Komunikasi Kabupaten Banyuwangi. (2023). Laporan akhir survei kepuasan masyarakat bidang pariwisata dan ekonomi kreatif Kabupaten Banyuwangi. Dinas Informasi dan Komunikasi Kabupaten Banyuwangi.
- DPR RI. (2009). UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Komisi 10 RI.
- Dymas Yulia Putri Kusumaningtyas, & Munir, A. S. (2022). Optimalisasi potensi pariwisata daerah dengan penguatan aturan tentang desa wisata di Kabupaten Lamongan. *Al-Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business*, 2(1), 33–46. <https://doi.org/10.55352/maqashid.v2i1.262>
- Harahap, I. (2018). Definisi pariwisata.
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis strategi digital marketing di perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970–1978. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.699>
- KBB Indonesia. (2008). Definisi pariwisata dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (4th ed.). KBB Indonesia.
- Praja, Y. (2023). Peranan kepuasan wisatawan dalam memediasi citra destinasi dan fasilitas wisata yang berdampak pada minat kunjung ulang wisatawan Ijen

- Geopark Bondowoso. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 281–295.
- Presilia, M., & Khasanah, U. (2023). Daya saing sektor pariwisata dalam meningkatkan ekonomi daerah di Bali dan Yogyakarta tahun 2017–2021. *Journal of Economics, Business and Accounting*, 7(1).
- Rahmawati, Y., & Andriarii, M. (2022). Statistik pariwisata Provinsi Jawa Timur 2022. BPS Provinsi Jawa Timur.
- Roza, A. D., dkk. (2023). Optimalisasi pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata Bendungan Slinga Park di Desa Slinga, Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akutansi*, 25(4).
- Sasahang, N., Sambiran, S., & Kairupan, J. (n.d.). Optimalisasi pengelolaan objek pariwisata Pantai Baliranggeng oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Siau Tagulandang Biaro, 2.
- Suharsono, S. (2019). *Marine biodiversity and conservation in Raja Ampat, Indonesia. Journal of Marine Science and Engineering*.
- Suhartapa, S. (2021a). Strategi pemasaran dalam persaingan destinasi pariwisata. *Pringgitan*, 2(01). <https://doi.org/10.47256/pringgitan.v2i01.160>
- Suhartapa, S. (2021b). Strategi pemasaran dalam persaingan destinasi pariwisata. *Pringgitan*, 2(01). <https://doi.org/10.47256/pringgitan.v2i01.160>
- Surjanto, S., Winarno, A., Gromang, F., Hidayat, A., & Logoh, N. C. (2003). Kamus Istilah Pariwisata.
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2019). *Tourism for sustainable development. UNWTO Website*.
- Walls, A., Okumus, F., Wang, Y. (Raymond), & Kwun, D. J.-W. (2011). *Understanding the consumer experience: An exploratory study of luxury hotels. Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20(2), 166–197. <https://doi.org/10.1080/19368623.2011.536074>
- Wibowo, M. S., Paninggiran, H. N. K., & Heptanti, U. (2023). Analisis daya tarik wisata dan pengelolaan destinasi Pantai Indah Kemangi Kabupaten Kendal. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2), 608–616. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.59695>

-
- Winarti, Andrasmore, D., & Suwarno, A. (n.d.).
Optimalisasi pengelolaan pariwisata di Riam
Ampangk: Tangangan dan peluang di Desa Pasal,
Kecamatan Tujuh Belas. *Jurnal Pendidikan Geografi
dan Pariwisata*, 4(2).
- World Travel & Tourism Council (WTTC). (2021). Economic
Impact Reports.*