

## PERANAN INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY (ICT) DALAM MENGEMBANGKAN PARIWISATA DANAU TOBA “MONACO OF ASIA”

Arwin Tanuary<sup>1)</sup>, Ambo Enre<sup>2)</sup>

<sup>1</sup> Sekolah Tinggi Akuntansi dan Manajemen Indonesia  
email: arwintannuary18@gmail.com

<sup>2</sup> Sekolah Tinggi Akuntansi dan Manajemen Indonesia

### Abstract

*Lake Toba is one of the largest caldera lakes in the world, located in North Sumatra Province, Mell76 km to the west of Medan City. Lake Toba, which is one of the super priority tourist destinations that has been certified by UNESCO Global Geopark (UGG) at the world level. This provides a huge opportunity and responsibility for Indonesia, in advancing the economy and sustainable development in the area around Lake Toba. This study discusses the extent of the Role of Information and Communication Technology (ICT) in Developing Lake Toba Tourism as the "Monaco of Asia". So that the use of ICT in the development of Danu Toba tourism will increase the number of local and international tourist visitors in the Lake Toba area. The results obtained in this study indicate that the role of information communication technology has a positive and significant effect on the development of Lake Toba Tourism. This is indicated by the tcount value of 53,961 which is greater than the t-table value of 0.088 and the significance value of 0.000 which is smaller than the 0.05 significance value. So it can be concluded that Ha is accepted. which means, there is a significant positive influence of information communication technology in developing Lake Toba Tourism "Monaco of Asia".*

**Keywords:** *Information and Communication Technology, Mobile Computing, Tourism*

### 1. PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi primadona di seluruh dunia, kegiatan pariwisata merupakan kegiatan yang dapat mendatangkan manfaat dan keuntungan besar bagi negara-negara penerima kunjungan wisatawan sehingga membuat sebagian negara di dunia termasuk dengan Indonesia, menganggap pariwisata merupakan sebuah aspek penting dari strategi pengembangan negara. Saat ini pariwisata merupakan salah satu penyumbang devisa terbesar bagi negara Indonesia setelah minyak bumi, batubara, gas alam, dan minyak kelapa sawit [1]. Potensi pariwisata ini menjadi salah satu prioritas pembangunan yang sedang dibenahi oleh pemerintahan pusat Presiden Republik Indonesia. Pengembangan pariwisata dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat, pendapatan daerah setiap Kabupaten sekitar Danau Toba, dan pendapatan nasional. Pariwisata Danau Toba

memiliki objek wisata yang beragam, seperti wisata alam, wisata budaya dan wisata rohani.

Daerah-daerah wisata unggulan yang ada di sekitar Danau Toba : Pantai Lumban Silintong Balige, Pantai Inna Parapat, Pulau Sibandang, Desa Tuktuk, Air Terjun Sipisopiso, Pusuk Buhit, Tanjung Unta Simalungun, Bukit Holbung, Bukit Sipolha dan Pulau Hole, Desa Silalahi, Bukit Senyum, Danau Sidihoni dan Aek Natorang, Permandian Air Panas Rianiate, Air Terjun Situmurun Tobasa, Aek Sipitu Dai, Air Terjun Efrata Harian Boho, Rumah Pengasingan Bung Karno, Museum Huta Bolon Simanindo, Makam Raja Sidabutar Tomok, Kursi Batu Raja Siallagan Di Desa Ambarita, dan masih banyak lagi tempat-tempat wisata yang sangat menarik dan indah di sekitar Danau Toba.

Berangkat dari data di atas banyaknya tempat wisata yang ada disekitar Danau Toba, jika tempat ini dikelola dengan baik, maka akan

meningkatkan pendapatan masyarakat, pendapatan daerah Kabupaten sekitar Danau Toba, dan pendapatan nasional. Peningkatan jumlah wisatawan di sekitar Danau Toba masih jauh dari target, melihat fakta-fakta banyaknya tempat wisata yang menarik dan indah di sekitar Danau Toba dan pembangunan yang terus dilakukan dalam menambah tempat-tempat wisata yang baru dan infrastruktur menuju tempat wisata. Kurangnya peran masyarakat setempat, pemerintah daerah dalam memanfaatkan Information and Comunication Technology dalam pemberitaan wisata Danau Toba menjadi salah satu faktor masih lambatnya peningkatan jumlah wisatawan di sekitar Danau Toba.

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar Peran Information and Comunication Technology dalam mengembangkan pariwisata Danau Toba “Monaco of Asia” sebagai bentuk dukungan rencana strategis pengembangan sektor pariwisata di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah menjadi salah satu landasan untuk penelitian lainnya, khususnya penelitian pariwisata yang terkait dengan Information and Comunication Technology, dan memberikan masukan secara ilmiah tentang pentingnya Information and Comunication Technology dalam mengembangkan pariwisata di Danau Toba untuk meningkatkan jumlah wisatawan local maupun internasional di sekitar Danau Toba.

### **Information and Comunication Technology (ICT)**

Pengembangan berbagai solusi dengan teknologi informasi dan komunikasi telah dilakukan pada banyak bidang di dunia. Pendidikan Tinggi memiliki peran yang penting dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan riset. [2] Berbagai hasil riset telah memberikan banyak kemajuan di dalam teknologi informasi dan komunikasi. [3], [4]. Teknologi informasi dan komunikasi berkembang sangat pesat untuk saat ini, dan

fleksibel untuk dikembangkan pada berbagai sektor. Sebagai contoh dalam penggunaan mobile computing, mudah untuk berpindah dan bahkan untuk dibawa kemana-mana oleh penggunanya [5].

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi sudah diimplementasikan di berbagai bidang, seperti streaming data melalui aplikasi yang ditanam pada smartphone [6], dan multi-source untuk big data [7]. Dalam beberapa aspek, begitu mudahnya data mengalir, menjadikan big data juga mulai menjadi perhatian di dalam dunia pariwisata [7], [8]

Penerapan teknologi informasi juga menjadi solusi dalam measurement and sensing system [9], mobile recommender system [10], reporting system [11]. Bentuk umum lainnya adalah penerapan location based service dan pemanfaatan fasilitas google maps [12], serta perpaduan teknologi terintegrasi melalui sistem dengan menggunakan drone [13].

Hal yang perlu menjadikan perhatian bagi peneliti dalam pengembangan teknologi ini, diantaranya kemampuan teknologi dari sisi genesis, taxonomi, and open issues [14]. Mobile transformation framework [15], dan juga system’s context untuk mengintegrasikan proses yang telah dipilih melalui sistem yang pervasive [16]. Termasuk taxonomy architectures, context awareness, teknologi dan aplikasi itu sendiri [17]. Pematangan kerangka pembangunan dan pengembangan sistem perlu melihat dari simplified lifecycle of business process and system, architecture of a mobile system, dan architecture [16]. Begitu juga penanganan keamanan seperti penanganan single sign serta risk control.

### **Viral Marketing**

Viral marketing merupakan bentuk pemasaran dari mulut ke mulut berbasis internet (e-word of mouth marketing) yang fungsi promosinya bersifat networking dan dirancang seperti virus berjangkit dari satu orang ke orang

lainnya secara cepat dan luas. Adapun media yang dapat digunakan dalam viral marketing ialah, email, situs jejaring sosial, video viral, dan e-book viral. Secara stuktur dasar viral marketing dibedakan menjadi, (1) Active Viral Marketing yang diasosiasikan dengan konsep tradisional word-of-mouth karena pemakai biasanya terlibat secara personal dalam proses menjangkau konsumen baru. (2) Frictionless Viral Marketing yang tidak mensyaratkan partisipasi aktif dari konsumen untuk mengiklankan atau menyebarkan informasi suatu produk. Dalam hal ini, dorongan awal untuk promosi viral didahului oleh pihak perusahaan pembuat produk itu sendiri [18][19]

### Mobile Computing

Pariwisata dan teknologi informasi komunikasi berada pada the age of acceleration [20] Pada sektor pariwisata, teknologi informasi merupakan celah potensial dalam meningkatkan optimalisasi pada perusahaan terkait it [21]. Teknologi untuk pengembangan smart tourism muncul dan berkembang di berbagai tempat di [22]. Mobile computing adalah teknologi yang mudah untuk dipindahkan atau dibawa kemana-mana, termasuk di dalamnya yang umum digunakan masyarakat dan turis adalah berupa smartphone [23].

### Pariwisata

Pengertian Pariwisata dijelaskan di dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata adalah merupakan berbagai kegiatan-kegiatan wisata yang didukung dengan adanya sarana dan prasarana oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah Daerah, dan Pemerintah Pusat. Kegiatan wisata dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan mengunjungi suatu tempat untuk berekreasi dan mendapatkan hiburan. Kepariwisata bertujuan untuk (1) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi; (2) Meningkatkan kesejahteraan rakyat; (3) Menghapus kemiskinan; (4) Mengatasi pengangguran; (5) Melestarikan alam,

lingkungan dan sumber daya Alam; (6) Memajukan kebudayaan; (7) Mengangkat citra bangsa; (8) Memupuk rasa cinta tanah Air; (9) Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa; (10) Mempererat persahabatan antar bangsa; [24]

Pariwisata merupakan salah satu sektor utama perekonomian pada banyak negara di dunia, secara khusus di Indonesia. Pada tahun 2018, Indonesia merupakan negara yang mengalami pertumbuhan tertinggi pada peringkat ke-9 di dunia [25]. Pendapatan devisa Indonesia pada tahun tersebut mencapai sebesar US\$ 17,6 miliar atau setara dengan Rp. 246 triliun. Pariwisata mampu memberikan dampak ke berbagai sektor lain, tidak hanya pada pariwisata itu sendiri, namun juga memberikan pengaruh terhadap turunnya pengangguran, naiknya kemajuan perekonomian daerah, dan juga terhadap kemajuan industri yang ada pada daerah [26]. Untuk meningkatkan penerimaan devisa pemerintah Indonesia saat ini sangat masif dalam meningkatkan jumlah wisatawan, dan menjadikan pariwisata menjadi perhatian yang sangat serius. Danau Toba yang sudah ditetapkan sebagai bagian dari UNESCO Global Geopark (UGG) memiliki potensi wisata alam yang indah dan potensi budaya yang menjadi daya tarik bagi wisatawan [27]

Jenis usaha yang bergerak dalam pariwisata, yaitu: (1) Daya tarik wisata; (2) Kawasan pariwisata; (3) Jasa transportasi wisata, (4) Jasa perjalanan wisata; (5) Jasa makanan dan minuman; (6) Jasa penyediaan akomodasi, (7) Penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi; (8) Penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran; (9) Jasa informasi pariwisata; (10) Jasa konsultan pariwisata; (11) Jasa pramuwisata; (12) Wisata tirta dan; (13) Spa;[24]

## 2. METODE PENELITIAN

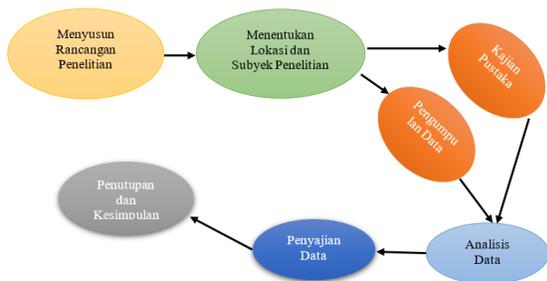
### 2.1 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai kuantitas dan karakteristik

tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lokasi penelitian. Teknik pengumpulan data primer adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan alat atau teknik pengumpulan data melalui daftar pertanyaan tertulis, yang disusun dan disebar untuk mendapat informasi atau keterangan dari responden. Data sekunder merupakan data yang diperoleh di luar dari lokasi penelitian. Teknik pengumpulan data sekunder adalah dengan menggunakan metode dokumentasi, yaitu suatu metode yang digunakan untuk memperoleh atau mengetahui sesuatu dengan melihat buku-buku, arsip-arsip atau catatan-catatan, literatur dan jurnal yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dan mendukung pelaksanaan penelitian.

### 2.2 Kerangka Penelitian

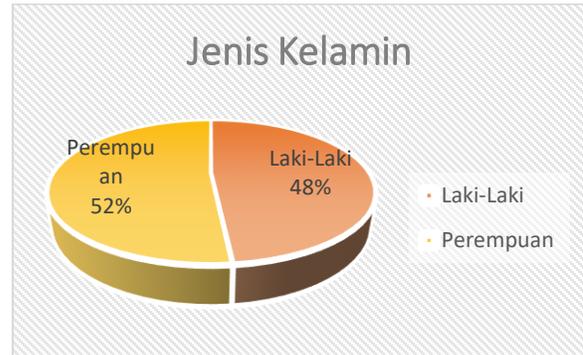
Adapun kerangka yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

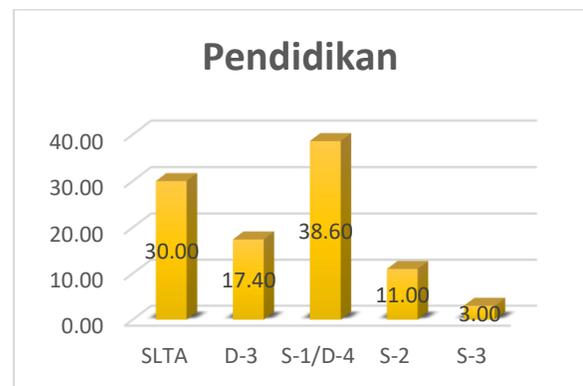
### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner yang dilakukan dengan responden, berikut analisis deskriptif responden:



Gambar 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dengan persentase perempuan sebanyak 52% dan laki-laki sebanyak 48%.



Gambar 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dimana responden SLTA sebesar 30,00%, D-3 sebesar 17,40%, S-1/D-4 sebesar 38,60%, S-2 sebesar 11,00%, dan S-3 sebesar 3,00%. Hasil tabulasi dan analisis deskripsi responden dijabarkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Analisis Deskripsi Responden

| No | Peranan Information and Communication Technology (ICT) dalam Mengembangkan Pariwisata Danau Toba | Persent Renta ase ng Score | Keterangan |
|----|--|----------------------------|------------|
|    |  |                            |            |

|                  |   |      |      |               |    |  |             |             |               |  |
|------------------|---|------|------|---------------|----|--|-------------|-------------|---------------|--|
| 1                | Peningkatan teknologi dengan adanya website dengan konten pariwisata dapat mengembangkan pariwisata danau toba  | 76,2 | 4,17 | Setuju        | 7  | Media Internet ( Facebook, Youtube, Google, dll) menempati prioritas yang sama dengan media massa ( TV, Media Cetak, Radio) di dalam mempromosikan Pariwisata                      | 77,8        | 4,77        | Sangat Setuju |  |
| 2                | Komputerisasi berkontribusi besar dalam fungsi pariwisata yang mudah dan cepat dalam mengembangkan wisata danau toba ( Contoh : Sistem reserpassi secara online)  | 81,8 | 4,09 | Setuju        | 8  | Google dapat digunakan dalam menyampaikan/memasakan produk wisata secara besar-besaran kepada kelompok wisatawan.  | 76,2        | 4,20        | Setuju        |  |
| 3                | Menurut saudara model teknologi informasi dan komunikasi efektif dalam mendukung pariwisata seperti situs website pariwisata di mana pemasok ( maskapai penerbangan ,penyewaan mobil, atau jaringan hotel ) mendistribusikan produk mereka langsung ke pelanggan. | 76,4 | 4,08 | Setuju        | 9  | Dalam banyak hal fasilitas perbankan (Internet, Centralizebanking, Ecard, E-Banking dll) adalah system yang sangat bermanfaat untuk mempermudah dalam operasi keuangan pariwisata. | 74,2        | 4,25        | Setuju        |  |
| 4                | Virtual Tour berkontribusi pada click-visit yang cukup besar di situs pariwisata dan ini merupakan factor penarik pemasaran online yang kuat bagi wisatawan   | 79,2 | 4,17 | Setuju        | 10 | Saudara yakin tentang program “ Virtual Tour “ di situs pariwisata.  | 79,0        | 4,21        | Setuju        |  |
| 5                | Saudara yakin masyarakat dan wisatawan akan siap menerima dan menyerap tren Teknologi Informasi dan komunikasi yang akan mengurangi transaksi tunai dan yang akan menyebabkan pengurangan biaya.  | 80,8 | 4,12 | Setuju        |    |  |             |             |               |  |
| 6                | Facebook ( Media Sosial ) adalah sebuah media yang efektif dalam pemasaran dan promosi online dalam mengembangkan pariwisata danau toba   | 73,4 | 4,73 | Sangat Setuju |    |  |             |             |               |  |
| <b>Rata-Rata</b> |   |      |      |               |    |  | <b>77,5</b> | <b>4,28</b> |               |  |

Perkembangan Information and Communication Technology (ICT) melahirkan beberapa konsep baru, seperti e-government (pemanfaatan teknologi informasi untuk mendukung bidang pemerintahan), e-procurement (pemanfaatan teknologi informasi untuk mendukung proses pengadaan barang dan jasa), hingga konsep baru e-tourism. Dewasa ini, media sosial sudah menjadi media yang populer untuk berbagi informasi, walaupun media konvensional memiliki sumber informasi yang lebih akurat namun media sosial sudah digunakan hampir semua kalangan masyarakat. Walaupun media sosial bukan sebagai media informasi utama dalam membantu pelaksanaan tupoksi kami, tidak terelakkan fungsinya sudah menjadi sangat penting. Promosi pariwisata melalui media sosial memiliki prospek yang sangat menjanjikan. Sesuai dengan potensi yang dihadirkan media sosial sebagai media

komunikasi yang dapat membantu pemasaran pariwisata di berbagai elemen pemasaran baik pada media maupun konten, pesan komunikasi. Information and Communication Technology (ICT) sangat berperan dalam menyiapkan konten pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat, wisatawan tentang destinasi, aksesibilitas, sumber daya manusia serta kelembagaan pariwisata. Mengingat pariwisata merupakan salah satu sumber daya daerah yang dapat memberikan pemasukan terbesar bagi pendapatan daerah dan dapat membantu peningkatan Sumber Daya Manusia.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi  
**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,924 <sup>a</sup> | ,854     | ,854              | ,828                       |

a. Predictors: (Constant), peranan ict

b. Dependent Variable: pariwisata danau toba

Sumber: Data primer yang diolah oleh SPSS

Tabel 2 di atas menunjukkan nilai R yang merupakan sumber dari nilai koefisien korelasi. Pada data di atas nilai korelasi adalah 0.924. Dan nilai KD yang diperoleh adalah 0,85 atau 85% dan dapat ditafsirkan bahwa variabel Peranan Informasi communication teknologi memiliki pengaruh kontribusi sebesar 85% terhadap Mengembangkan Parwisata Danau Toba dan 15% lainnya adalah dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel Informasi communication teknologi yang tidak diteliti oleh peneliti.

Tabel 3. Hasil Uji Regresi  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |             | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |             | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant)  | -2,940                      | ,414       |                           | -7,104 | ,000 |
|       | peranan ict | 1,131                       | ,021       | ,924                      | 53,961 | ,000 |

a. Dependent Variable: pariwisata danau toba

Sumber: Data primer yang diolah SPSS

Dari hasil output diperoleh t hitung sebesar 53.961 sedangkan nilai t tabel sebesar 0,88. Maka dapat diketahui t hitung (53.961) > t tabel ( 0,088) dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha diterima. yang artinya, Peranan Informasi communication teknologi berpengaruh positif signifikan terhadap mengembangkan Pariwisata Danau Toba. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dari semua variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. Artinya adanya Informasi communication teknologi dapat berpengaruh terhadap mengembangkan pariwisata danau toba dan masyarakat dapat memanfaatkan teknologi dengan membangun website dengan konten keidahan- keidahan alam dan ragam adat dan budaya Danau Toba. Bukan hanya dapat meningkatkan pariwisata Danau Toba tetapi, dengan adanya media sosial masyarakat juga dapat menumukan media yang efektif dalam pemasaran dan promosi online. Berdasarkan analisis data yang telah diuji dalam penelitian ini, maka dapat di jelaskan bahwa ada pengaruh positif signifikan antara Informasi communication teknologi terhadap perkembangan pariwisata Danau Toba. Jika Informasi communication teknologi meningkat , maka para wisatawan Danau Toba akan semakin tinggi. Hal ini terbukti dari hasil analisis uji t. yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 53.961 dengan taraf signifikan sebesar 0,000. Adanya pengaruh yang positif antara Informasi communication teknologi terhadap perkembangan pariwisata Danau Toba juga di tunjukkan oleh hasil model sumerry pada uji koefisien determinasi yang menghasilkan nilai R Square sebesar 0,854 atau sebesar 85% Informasi communication teknologi mempengaruhi perkembangan pariwisata Danau Toba.

#### 4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Peranan Informasi communication teknologi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap mengembangkan Pariwisata Danau

Toba. Hal ini ditunjukkan dengan thitung sebesar 53.961 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 0.088 dan nilai signifikan hitung 0.000 lebih kecil dibandingkan dengan nilai signifikan 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima. yang artinya, terdapat pengaruh positif yang signifikan Informasi communication teknologi dalam Mengembangkan Pariwisata Danau Toba “Monaco of Asia”.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi atas pembiayaan yang telah diberikan dalam pelaksanaan Penelitian Dosen Pemula (PDP). Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada Direktur Politeknik Bisnis Indonesia dan pemerintah Kabupaten Simalungun dan Kabupaten Samosir.

## 6. REFERENSI

- [1] J. Febrian, R. Sekolah, and T. T. Bandung, “Accounting Information System PERAN TEKNOLOGI INFORMASI PADA PARIWISATA INDONESIA.”
- [2] S. R. Program Studi Teknik Komputer AMIK BSI Jakarta Jl Fatmawati No, P. Labu, and J. Selatan, “PEMANFAATAN ICT (INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY) DALAM PROMOSI PARIWISATA DI INDONESIA.”
- [3] W. Almobaideen, R. Krayshan, M. Allan, and M. Saadeh, “Internet of Things: Geographical Routing based on healthcare centers vicinity for mobile smart tourism destination,” *Technological Forecasting and Social Change*, vol. 123, pp. 342–350, Oct. 2017, doi: 10.1016/j.techfore.2017.04.016.
- [4] “3. PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PARIWISATA BERBASIS WEB (STUDI KASUS KABUPATEN PESISIR SELATAN)”.
- [5] F. Rahmiati and A. N. Dani, “PENGARUH ATRIBUT TUJUAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN: STUDI PADA WALKING TOURISM,” vol. 7, no. 2, 2020, [Online]. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/jp>
- [6] A. Farnham, M. Rösli, U. Blanke, E. Stone, C. Hatz, and M. A. Puhan, “Streaming data from a smartphone application: A new approach to mapping health during travel,” *Travel Medicine and Infectious Disease*, vol. 21, pp. 36–42, Jan. 2018, doi: 10.1016/j.tmaid.2017.11.005.
- [7] F. Lyu and L. Zhang, “Using multi-source big data to understand the factors affecting urban park use in Wuhan,” *Urban Forestry and Urban Greening*, vol. 43, Jul. 2019, doi: 10.1016/j.ufug.2019.126367.
- [8] J. Li, L. Xu, L. Tang, S. Wang, and L. Li, “Big data in tourism research: A literature review,” *Tourism Management*, vol. 68, pp. 301–323, Oct. 2018, doi: 10.1016/j.tourman.2018.03.009.
- [9] M. Febriani Jayadi and I. B. Suryawan, “Jurnal Destinasi Pariwisata STRATEGI PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA DI PANTAI BLIMBINGSARI KABUPATEN BANYUWANGI”.
- [10] I. H. Dharma and N. Denpasar, “Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0 I Gede Agus Krisna Warmayana.”

- [11] A. M. Sumitapradja and P. Anom, "Jurnal Destinasi Pariwisata Analisis Prioritas Pengembangan Pariwisata di Desa Wisata Lebih, Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar".  
Website dalam Upaya Pengembangan Kepariwisata di Kota Banda Aceh," *Jurnal Pendidikan Geosfer*, vol. II, p. 2017, [Online]. Available: [www.bandaacehtourism.com](http://www.bandaacehtourism.com)
- [12] S. Y. Yang and C. L. Hsu, "A location-based services and Google maps-based information master system for tour guiding," *Computers and Electrical Engineering*, vol. 54, pp. 87–105, Aug. 2016, doi: 10.1016/j.compeleceng.2015.11.020.
- [13] J. F. Rusdi, S. Salam, N. A. Abu, S. Sahib, M. Naseer, and A. A. Abdullah, "Drone Tracking Modelling Ontology for Tourist Behavior," in *Journal of Physics: Conference Series*, May 2019, vol. 1201, no. 1. doi: 10.1088/1742-6596/1201/1/012032.
- [14] "13. PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PARIWISATA BERBASIS WEB (STUDI KASUS KABUPATEN PESISIR SELATAN)".
- [15] M. M. Alqahtani, A. S. Atkins, and C. Stanier, "Mobile holistic enterprise transformation framework," in *Procedia Computer Science*, 2015, vol. 56, no. 1, pp. 433–440. doi: 10.1016/j.procs.2015.07.232.
- [16] I. Ratnasari, "ANALISA DAMPAK SISTEM INFORMASI PARIWISATA KABUPATEN PRINGSEWU DENGAN PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK UMKM," *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, vol. 16, no. 2, pp. 92–98, 2018, [Online]. Available: <http://lampung.bps.go.id>,
- [17] P. Studi Pendidikan Geografi FKIP Unsyiah, M. Rahmi, S. Bardi MSi, and F. Geografi Universitas Gadjah Mada, "Peranan Teknologi Informasi Berbasis
- [18] F. Situmorang and S. Nugroho, "Jurnal Destinasi Pariwisata Peran Kaum Milenial sebagai Cross-Cutting Interpreters dalam Pengembangan Desa Wisata Pelaga Kabupaten Badung Bali".
- [19] R. Marta, "PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA SUMATERA BARAT (STUDI PADA HUMAS PEMPROV SUMATERA BARAT)".
- [20] Z. Xiang, "From digitization to the age of acceleration: On information technology and tourism," *Tourism Management Perspectives*, vol. 25, pp. 147–150, Jan. 2018, doi: 10.1016/j.tmp.2017.11.023.
- [21] A. Aprilyana and K. Dewi, "PERAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM MENGINFORMASIKAN DATA WISATA AIR TERJUN DI WEBSITE DINAS PARIWISATA SETIAP KABUPATEN DI BALI," pp. 73–84.
- [22] S. Shafiee, A. Rajabzadeh Ghatari, A. Hasanzadeh, and S. Jahanyan, "Developing a model for sustainable smart tourism destinations: A systematic review," *Tourism Management Perspectives*, vol. 31, pp. 287–300, Jul. 2019, doi: 10.1016/j.tmp.2019.06.002.
- [23] A. Wuryandari, "AFFORDANCES DAN DAMPAK TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI DI INDUSTRI PARIWISATA (STUDI KASUS TRAVEL AGENT DI SOLO)," *Jurnal SIMETRIS*, vol. 9, no. 2, 2018.
- [24] "22. Undang-Undang Pariwisata".

- [25] “23. KONTRIBUSI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI TERHADAP PENINGKATAN NILAI TAMBAH SEKTOR PARIWISATA DI JAWA TENGAH”.
- [26] D. Sari and M. Yalia, “IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI KOMUNIKASI UNTUK PENGEMBANGAN KEPARIWISATAAN DI KOTA CIREBON,” *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi dan Pembangunan)*, vol. 20, no. 1, p. 13, Jun. 2019, doi: 10.31346/jpikom.v20i1.1801.
- [27] J. Pengabdian, K. Masyarakat, H. Ritchi, R. M. Zulkarnaen, Z. Dewantara, and Y. Prayogi, “PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM UPAYA PENINGKATAN AKSESIBILITAS UKM (DESA WISATA) KEPADA PASAR DI LOKASI WISATA PANGANDARAN DAN SEKITARNYA,” vol. 2, no. 1, pp. 36–40, 2018.