

Analisis Perencanaan Strategis Sistem Informasi Wisata Alam Curug Gomblang Menggunakan Ward and Peppard

Titik Khawa Abdul Rahman¹, Nur Ayu Safitri^{2*}, Naufal Oktafiano³, Yericco Alexander⁴

¹Departemen School of Graduate Studies, Fakultas ICT, Asia e University, Selangor, Malaysia

^{2,3,4} Program Studi Sistem Informasi, Universitas Telkom, Kampus Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia

¹titik.khawa@aeu.edu.my, ^{2*}nurayus@student.telkomuniversity.ac.id,

³naufaloktafiano@student.telkomuniversity.ac.id, ⁴yericoalexanderya@student.telkomuniversity.ac.id,

Submit: 15-12-2, Revisi: 02-01-2026, Diterima: 08-01-2026, Publikasi: 27-01-2026

Abstract—Curug Gomblang Tourism in Banyumas Regency is a natural tourism destination with great potential as a leading regional attraction. However, its management is not yet supported by a structured information system strategy, thus limiting the effectiveness of digital promotion, service quality, and data-based decision-making capabilities. This study aims to develop a strategic information system plan for Curug Gomblang Tourism using the Ward and Peppard approach. The research method is descriptive-qualitative through field observations, interviews, digital documentation, and literature studies. Analysis is conducted on the four main components of the Ward and Peppard model, namely the internal business environment, the external business environment, the internal IS/IT environment, and the external IS/IT environment. The results show that Curug Gomblang faces a number of internal weaknesses, including the absence of a website, a manual ticketing system, limited IT competency, and unstructured visitor data documentation. Meanwhile, the external environment provides significant opportunities, such as the trend of natural tourism, the increasing use of social media, and the government's encouragement of digitalization of tourist villages. Through SWOT, value chain, and GAP analyses, an IS/IT strategy was formulated, including the development of an official website, the implementation of QR code-based digital ticketing, the strengthening of multi-channel digital promotions, and the development of a visitor database. This study concluded that the implementation of the Ward and Peppard-based IS/IT strategy could increase the competitiveness of Curug Gomblang, improve service quality, and support more modern and sustainable tourism management.

Keyword: Curug Gomblang, Information Systems, IS/IT Strategy, Ward and Peppard, Nature Tourism.

I. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata berperan penting sebagai penggerak ekonomi lokal di Indonesia, khususnya melalui pengembangan destinasi wisata alam berbasis potensi daerah [1]. Kabupaten Banyumas memiliki berbagai objek wisata alam, salah satunya Curug Gomblang di Kecamatan Cilongok, yang menawarkan daya tarik air terjun dengan panorama lembah dan hutan pinus [2]. Dalam beberapa tahun terakhir, Curug Gomblang mengalami peningkatan kunjungan wisatawan [3]. Namun, perkembangan tersebut belum diimbangi dengan pengelolaan berbasis digital yang mendukung promosi, layanan pengunjung, dan daya saing destinasi [4]. Perubahan perilaku wisatawan yang semakin bergantung pada teknologi digital menuntut pengelola wisata untuk mengoptimalkan sistem informasi dan pemasaran digital [5]. Hingga kini, Curug Gomblang belum memiliki perencanaan strategis sistem informasi yang terstruktur, baik dalam promosi, layanan wisata, tiket digital, integrasi media sosial, maupun pengelolaan data pengunjung [6]. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan antara kebutuhan pengembangan wisata dan kemampuan sistem informasi yang tersedia [7].

Untuk mengetahui area yang perlu ditingkatkan dalam pengelolaan sistem informasi, dilakukan analisis perbandingan antara kondisi saat ini dan kondisi yang diharapkan. Tabel 1 berikut menyajikan kesenjangan antara kondisi eksisting dan kondisi ideal yang diharapkan. Analisis kesenjangan ini menjadi dasar dalam merumuskan rekomendasi perbaikan dan strategi pengembangan sistem informasi ke depan agar lebih efektif dan selaras dengan tujuan organisasi.

Tabel 1. GAP Analisis Sistem Informasi Wisata Curug Gomblang

Aspek	Kondisi Saat Ini	Kondisi Ideal	GAP	Implikasi
Promosi digital	Tidak konsisten, hanya mengandalkan media sosial sederhana.	Promosi terintegrasi melalui website, media sosial, dan platform digital pariwisata	Tinggi	Daya jangkau wisata belum optimal
Sistem layanan wisata	Tiket manual, informasi belum terdigitalisasi	Tiket digital, informasi real-time, layanan berbasis aplikasi	Tinggi	Pengalaman pengunjung kurang maksimal
Pengelolaan data	Tidak ada basis data pengunjung	Tersedia sistem pencatatan dan analisis data	Tinggi	Pengambilan keputusan tidak berbasis data
Strategi SI/TI	Tidak ada dokumen strategis	Dokumen perencanaan strategis SI/TI berbasis Ward-Peppard	Tinggi	Pengembangan tidak terarah
Manajemen konten	Tidak ada jadwal publikasi	Kalender konten dan manajemen profesional	Sedang	Informasi wisata tidak konsisten

Tabel ini menunjukkan perlunya strategi SI/TI yang komprehensif untuk meningkatkan daya saing Curug Gomblang

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis kebutuhan sistem informasi, menyusun perencanaan strategis SI/TI menggunakan metode Ward and Peppard, serta memberikan rekomendasi strategi digital guna meningkatkan promosi, layanan, dan tata kelola wisata Curug Gomblang

II. TINJAUAN PUSTAKA

1. Sistem Informasi dalam Pengelolaan Pariwisata

Sistem informasi berperan penting dalam pengelolaan destinasi wisata dengan menyediakan informasi akurat, mendukung layanan, promosi, dan peningkatan pengalaman pengunjung [8]. Penguatan sistem informasi menjadi penting karena wisatawan semakin bergantung pada informasi online dan media sosial, sehingga destinasi dengan sistem informasi yang baik lebih mudah diakses, lebih kompetitif, dan lebih cepat dikenal.

2. Strategi Sistem Informasi

Strategi sistem informasi adalah perencanaan yang menyelaraskan tujuan organisasi dengan pemanfaatan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing. Dalam pengelolaan destinasi wisata, strategi ini berperan penting dalam mendukung promosi,

meningkatkan pelayanan, mengoptimalkan manajemen sumber daya, serta menciptakan pengalaman wisata yang lebih baik bagi pengunjung [9].

3. Model Ward and Peppard

Metode Ward and Peppard merupakan kerangka kerja perencanaan strategis SI/TI yang menekankan pada analisis lingkungan bisnis dan TI secara holistik[10]. Model ini menilai kondisi internal dan eksternal untuk menghasilkan strategi SI yang efektif.

Model Ward & Peppard terdiri dari analisis lingkungan bisnis dan SI/TI, baik internal maupun eksternal, yang digunakan untuk menyusun strategi sistem informasi dan teknologi informasi berupa aplikasi, portofolio teknologi, serta roadmap implementasi.

Model ini relevan untuk destinasi wisata karena menghasilkan strategi SI yang sesuai dengan situasoperasional pengelola wisata dan kondisi pasar wisatawan.

Tabel 2. Komponen Analisis Ward dan Peppard

Komponen	Fokus Analisis	Output
Lingkungan bisnis internal	Proses wisata, SDM, layanan, promosi	Kekuatan dan kelemahan internal
Lingkungan bisnis eksternal	Tren wisata, perilaku wisatawan, kompetitor	Peluang dan ancaman
Lingkungan SI/TI internal	Infrastruktur digital, aplikasi, kompetensi TI	Evaluasi kesiapan digital
Lingkungan SI/TI eksternal	Teknologi digital, platform promosi, standar industri	Arah strategis pemanfaatan TI
Formulasi strategi SI/TI	Penyusunan rencana digital destinasi	Rekomendasi strategi SI/TI

4. Promosi Digital Pariwisata

Promosi digital berperan penting dalam menarik wisatawan melalui penyediaan informasi lengkap, konten visual menarik, dan ulasan positif [11]. Pada Curug Gomblang, pemanfaatan website, media sosial, Google Maps, dan paket wisata digital dapat meningkatkan kunjungan serta citra destinasi.

5. Pengalaman Pengunjung

Pengalaman pengunjung memengaruhi kepuasan wisatawan dan dipengaruhi oleh kualitas informasi, layanan, dan aksesibilitas [12]. Teknologi digital dapat meningkatkan pengalaman tersebut melalui informasi mudah diakses, tiket online, dan layanan digital.

Tabel 3. Faktor Pembentuk Pengalaman Wisatawan

Faktor	Contoh Implementasi	Dampak
Informasi digital	Website, peta digital, foto, harga tiket	Wisatawan lebih siap berkunjung
Layanan digital	Tiket online, informasi real-time	Proses kunjungan lebih efisien
Interaksi digital	Media sosial, ulasan	Meningkatkan engagement wisatawan
Aksesibilitas	Peta navigasi, petunjuk lokasi	Wisatawan lebih mudah menemukan lokasi
Konten visual	Foto profesional, video pendek	Meningkatkan daya tarik wisata

III. METODE PENELITIAN

1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif untuk merumuskan perencanaan strategis sistem informasi Wisata Curug Gomblang melalui analisis internal-eksternal dan model Ward & Peppard

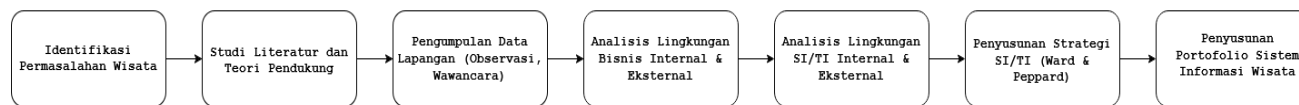
2. Model Penelitian Berdasarkan Ward & Peppard

Model penelitian menggunakan kerangka Ward & Peppard untuk menganalisis lingkungan bisnis dan SI/TI sebagai dasar perumusan strategi SI/TI Curug Gomblang. **Komponen Model Penelitian:**

- Analisis Lingkungan Bisnis Internal:** proses operasional wisata, SDM, fasilitas, promosi, layanan.
- Analisis Lingkungan Bisnis Eksternal:** tren wisata, perilaku wisatawan digital, kompetitor wisata alam di Banyumas, regulasi pariwisata.
- Analisis Lingkungan SI/TI Internal:** infrastruktur digital, media sosial yang digunakan, sistem administrasi pengunjung, kompetensi TI pengelola.
- Analisis Lingkungan SI/TI Eksternal:** perkembangan teknologi digital, platform pariwisata online, standar industri wisata digital.
- Formulasi Strategi SI/TI:** penyusunan prioritas aplikasi, model layanan digital, promosi digital, dan portofolio SI/TI masa depan.

3. Diagram Alur Penelitian

Diagram berikut menggambarkan tahapan penelitian secara sistematis.



Gambar 1. Diagram alur Metode Penelitian

Diagram ini mengikuti alur logis model Ward & Peppard, mulai dari analisis lingkungan hingga rekomendasi strategi SI/T

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara dengan pengelola dan wisatawan, dokumentasi digital, serta studi literatur yang relevan untuk memperoleh informasi yang komprehensif dan akurat sebagai dasar analisis penelitian.

Tabel 4 Variabel Operasional Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber Data
Lingkungan Bisnis Internal (X1)	Kondisi internal yang memengaruhi operasional wisata	Fasilitas, SDM, alur layanan, promosi	Observasi, wawancara
Lingkungan Bisnis Eksternal (X2)	Faktor luar yang mempengaruhi daya saing wisata	Tren wisata, perilaku pengunjung, kompetitor	Literatur, wawancara
Lingkungan SI/TI Internal (X3)	Kapabilitas dan infrastruktur TI yang dimiliki	Media sosial, sistem administrasi, kompetensi TI	Observasi, dokumentasi
Lingkungan SI/TI Eksternal (X4)	Perkembangan TI yang relevan dengan wisata	Teknologi digital, platform wisata, inovasi TI	Literatur
Strategi SI/TI (Y)	Rekomendasi strategi berbasis analisis lingkungan	Portofolio aplikasi, roadmap SI,	Analisis peneliti

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber Data
		prioritas digitalisasi	

5. Variabel Operasional Penelitian

Variabel operasional digunakan untuk memperjelas komponen kajian strategis berdasarkan model Ward & Peppard.

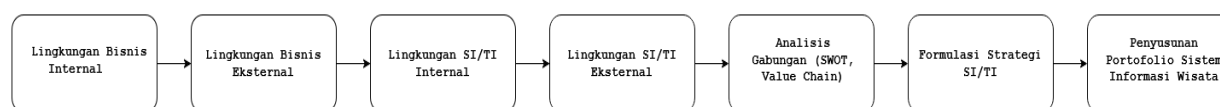
Tabel 5 Variabel Operasional Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber Data
Lingkungan Bisnis Internal (X1)	Kondisi internal yang memengaruhi operasional wisata	Fasilitas, SDM, alur layanan, promosi	Observasi, wawancara
Lingkungan Bisnis Eksternal (X2)	Faktor luar yang mempengaruhi daya saing wisata	Tren wisata, perilaku pengunjung, kompetitor	Literatur, wawancara
Lingkungan SI/TI Internal (X3)	Kapabilitas dan infrastruktur TI yang dimiliki	Media sosial, sistem administrasi, kompetensi TI	Observasi, dokumentasi
Lingkungan SI/TI Eksternal (X4)	Perkembangan TI yang relevan dengan wisata	Teknologi digital, platform wisata, inovasi TI	Literatur
Strategi SI/TI (Y)	Rekomendasi strategi berbasis analisis lingkungan	Portofolio aplikasi, roadmap	Analisis peneliti

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber Data
	analisis lingkungan	SI, prioritas digitalisasi	

Kerangka konseptual menggambarkan hubungan antara komponen-komponen analisis Ward & Peppard dalam membentuk strategi SI/TI untuk Curug Gomblang.

6. Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 2. Variabel Operasioanal Penelitian

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Wisata Curug Gomblang

Curug Gomblang merupakan destinasi wisata alam di Kabupaten Banyumas yang menawarkan panorama air terjun, hutan pinus, dan spot foto alam[13]. Meskipun memiliki potensi besar, destinasi ini menghadapi keterbatasan dalam promosi digital, sistem layanan, dan manajemen data pengunjung. Hal ini menjadikan Curug Gomblang relevan sebagai objek penerapan perencanaan strategi SI/TI berbasis Ward & Peppard.

2. Analisis Lingkungan Bisnis Internal

Analisis bisnis internal berfokus pada kondisi operasional wisata yang mencakup layanan, SDM, fasilitas, alur kerja, dan promosi.

Tabel 6 Analisis Lingkungan Bisnis Internal Wisata Curug Gomblang

Aspek	Kondisi Aktual	Implikasi
Layanan tiket	Masih manual, bergantung petugas	Risiko antrean dan salah pencatatan
Promosi digital	Hanya Instagram, tidak dikelola secara rutin	Daya jangkau promosi rendah
Fasilitas	Spot foto cukup baik, fasilitas umum tidak terdigitalisasi	Pengalaman wisatawan belum optimal
SDM	Petugas lapangan minim kompetensi TI	Kesiapan digital rendah
Administrasi	Pendataan pengunjung tidak terstruktur	Tidak ada data untuk evaluasi kunjungan

Aspek	Kondisi Aktual	Implikasi
Proses operasional	Tidak terdokumentasi	Efisiensi sulit diukur

Pembahasan

Lingkungan bisnis internal menunjukkan bahwa aspek layanan dan manajemen belum didukung oleh sistem informasi yang memadai[14]. Ketiadaan sistem tiket digital dan basis data pengunjung menjadi hambatan utama dalam meningkatkan profesionalisme layanan wisata.

3. Analisis Lingkungan Bisnis Eksternal

Analisis eksternal menilai faktor yang mempengaruhi daya saing wisata dari luar organisasi.

Tabel 7 Analisis Lingkungan Bisnis Eksternal Wisata Curug Gomblang

Faktor Eksternal	Kondisi Aktual	Peluang/Ancaman
Tren wisata	Meningkatnya minat wisata alam dan konten Instagramable	Peluang
Perilaku wisatawan	Wisatawan mencari informasi digital sebelum berkunjung	Peluang
Kompetitor	Curug Bayan, Curug Jenggala memiliki promosi digital lebih baik	Ancaman
Regulasi	Dinas pariwisata mendorong digitalisasi	Peluang

Faktor Eksternal	Kondisi Aktual	Peluang/Ancaman
Platform wisata	Traveloka, Google Travel, TikTok dapat memperluas publikasi	Peluang
Ulasan digital	Minim ulasan di Google Maps	Ancaman

Pembahasan

Curug Gomblang berada pada lingkungan eksternal yang sangat mendukung digitalisasi[15]. Namun kompetisi antar-wisata alam menuntut strategi promosi yang lebih kuat. Peluang terbesar berasal dari perubahan perilaku wisatawan yang sangat bergantung pada media digital.

4. Analisis Lingkungan SI/TI Internal

Analisis ini mengidentifikasi kesiapan teknologi yang ada di Curug Gomblang.

Tabel 8 Analisis SI/TI Internal Curug Gomblang

Aspek SI/TI	Kondisi	Implikasi
Infrastruktur TI	Tidak ada jaringan khusus atau WiFi	Termasuk destinasi low-digital
Sistem tiket	Manual, tanpa aplikasi	Data tidak terdokumentasi
Sistem promosi	Hanya Instagram	Promosi tidak optimal
Website	Tidak tersedia	Identitas digital kurang
Pemanfaatan aplikasi pariwisata	Tidak ada	Potensi besar belum dimanfaatkan
SDM TI	Rendah	Implementasi SI/TI lambat

Pembahasan

Kesiapan digital Curug Gomblang masih rendah. Hal ini menjadi dasar bahwa strategi SI/TI harus dimulai dari pondasi digital yang sederhana namun efektif.

5. Analisis Lingkungan SI/TI Eksternal

Faktor eksternal teknologi dilihat sebagai peluang penguatan SI/TI.

Tabel 9. Analisis Lingkungan SI/TI Eksternal

Aspek	Kondisi Eksternal	Peluang
Teknologi digital	AI visual, website, short	Meningkatkan daya tarik konten wisata

Aspek	Kondisi Eksternal	Peluang
	video marketing	
Platform wisata	Google Maps, TikTok Travel, YouTube Shorts	Promosi efektif dan murah
Sistem pembayaran	E-wallet sangat umum	Tiket digital mudah diimplementasikan
Trend digitalisasi desa	Desa wisata di Banyumas mulai modernisasi	Kolaborasi dan benchmarking
Regulasi pariwisata	Pemerintah mendorong digitalisasi	Mendukung implementasi SI

6. Analisis SWOT (Ward & Peppard)

Tabel 10. Analisis SWOT Wisata Curug Gomblang

Strengths (S)	Weaknesses (W)
Daya tarik alam kuat	Tidak ada website
Banyak spot foto	Promosi digital lemah
Biaya kunjungan murah	Tidak ada tiket digital
Akses mudah	Tidak ada basis data pengunjung
Ramah untuk keluarga	SDM TI rendah
Opportunities (O)	Threats (T)
Tren wisata alam meningkat	Kompetisi wisata sejenis ketat
Promosi digital viral	Minim ulasan Google
Kemitraan dengan platform	Wisatawan cepat beralih destinasi
Dukungan pemerintah	Infrastruktur internet belum stabil

Tabel 11. Matriks SWOT

Strategi	Rekomendasi
SO	Membuat video promosi viral berdasarkan keindahan alam
WO	Membangun website resmi dan tiket digital
ST	Menonjolkan keunikan spot foto untuk bersaing
WT	Pelatihan TI untuk pengelola dan relawan desa

7. Analisis Value Chain Wisata Curug Gomblang

Tabel 12. Value Chain Wisata

Aktivitas Utama	Kondisi Saat Ini	Kebutuhan SI/TI
Promosi	Instagram sederhana	Website, kalender konten
Tiket	Manual	Aplikasi tiket digital
Pelayanan wisata	Info lisan	Papan digital, peta digital
Pengelolaan lokasi	Manual	Sensor/IoT opsional di masa depan
Dokumentasi	Tidak terstruktur	Manajemen konten digital

8. Analisis GAP Digitalisasi

Tabel 13. Analisis GAP

Komponen	Kondisi Saat Ini	Kondisi Ideal	GAP
Website	Tidak ada	Website profesional	Tinggi
Tiket	Manual	Tiket digital terintegrasi	Tinggi
Promosi digital	Tidak konsisten	Kelola multi-platform	Tinggi
Data pengunjung	Tidak ada	Dashboard analitik	Tinggi
Konten visual	Sederhana	Konten profesional	Sedang

9. Formulasi Strategi SI/TI (Ward & Peppard)

Strategi dirumuskan berdasarkan seluruh analisis lingkungan.

A. Strategi SI/TI Jangka Pendek (0–1 tahun)

1. Membuat website resmi wisata
2. Implementasi tiket digital berbasis QR
3. Meningkatkan promosi digital terjadwal
4. Melakukan pelatihan TI bagi pengelola

B. Strategi SI/TI Jangka Menengah (1–3 tahun)

1. Mengintegrasikan website dengan Google Maps dan TripAdvisor
2. Membuat sistem database pengunjung
3. Membentuk tim manajemen konten digital wisata

4. Menambah fasilitas informasi digital di lokasi wisata

C. Strategi SI/TI Jangka Panjang (3–5 tahun)

1. Mengembangkan aplikasi wisata Banyumas berbasis lokasi
2. Digitalisasi manajemen operasional wisata
3. Integrasi sistem dengan destinasi wisata lain (ekosistem wisata Banyumas)

10. Portofolio Sistem Informasi Wisata Curug Gomblang

Tabel 14. Portofolio SI/TI Berdasarkan McFarlan Grid

Kuadran	Sistem yang Direkomendasikan
Strategic	Sistem tiket digital, basis data pengunjung
High Potential	Aplikasi wisata lokal, AI konten visual
Key Operational	Website, sistem manajemen konten
Support	Sistem administrasi internal, pelatihan TI

11. Pembahasan Umum

Hasil analisis menunjukkan bahwa Curug Gomblang berada pada tahap awal digitalisasi. Potensi wisata sangat kuat, namun belum ditunjang dengan sistem informasi yang baik. Penerapan strategi SI/TI berdasarkan Ward & Peppard memberikan arah yang jelas untuk:

1. Meningkatkan kualitas promosi dan identitas digital.
2. Memperbaiki layanan melalui tiket digital dan informasi terstruktur.
3. Menghasilkan data penting untuk evaluasi pariwisata.
4. Menciptakan daya saing dengan destinasi wisata sejenis.

V. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan menyusun perencanaan strategis sistem informasi Wisata Curug Gomblang menggunakan pendekatan Ward & Peppard. Hasil analisis menunjukkan kelemahan pada aspek digital internal, seperti layanan tiket manual, promosi yang belum optimal, dan ketiadaan basis data pengunjung, sementara lingkungan eksternal memberikan peluang besar melalui tren wisata alam dan digitalisasi. Strategi SI/TI yang dirumuskan mencakup

pengembangan website, digitalisasi tiket, pengelolaan data pengunjung, dan penguatan promosi digital guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan wisata. Rekomendasi strategis bagi Wisata Curug Gomblang menekankan penguatan fondasi digital melalui pembangunan website resmi dan penerapan sistem tiket digital berbasis QR code. Promosi digital perlu dilakukan secara konsisten dan profesional dengan dukungan kalender konten serta visual menarik. Pengembangan basis data pengunjung dan peningkatan kompetensi TI pengelola menjadi kunci keberhasilan digitalisasi. Dalam jangka panjang, pengembangan aplikasi wisata lokal dan kolaborasi dengan pemerintah serta platform pariwisata digital perlu dilakukan. Evaluasi berkala strategi SI/TI juga diperlukan agar pengelolaan wisata tetap adaptif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Putri Pradani, H. Ardiansyah, K. Kunci, and E. Kreatif, "Peran Ekonomi Kreatif Dalam Memajukan Perekonomian Di Indonesia Pada Sektor Bidang Pariwisata," 2025.
- [2] M. Agung Wibowo, "Rancangan Track Konektivitas Ekowisata Desa Sambirata, Kecamatan Cilongok, Banyumas Ecotourism Connectivity Track Design Sambirata Village, Cilongok District, Banyumas," 2023. [Online]. Available: <http://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/civeng>
- [3] D. Kepada *et al.*, "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Customer Experince, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Curug Song Kalisalak Kabupaten Banyumas Skripsi."
- [4] F. Tuahuns, S. Pinoa, D. Partini, and W. Sephnath Pinoa, "Pengembangan Obyek Wisata Pantai Gumumae di Kota Bula Melalui Promosi Media Sosial," 2025.
- [5] Z. Alifah Kirana, "Inovasi Teknologi Digital dalam Meningkatkan Pengalaman Wisatawan di Destinasi Cerdas," vol. 1, no. 2, pp. 51–57, 2025, doi: 10.70716/thr.v1i2.93.
- [6] "Manajemen Pariwisata Berkelanjutan Pada Koperasi Wisata Koperasi Wisata Dalam Mendukung Sustainable Tourism Development (Studi Kasus di Koperasi Jasa Multipihak Mitra Jengala Sejahtera)."
- [7] H. Simarmata dan Teguh Rahman Fariz, K. Kunci, P. Sdm, P. Wisata, D. Berkembang, and S. Pengembangan, "E-Profit Strategi Pengembangan SDM di Sektor Pariwisata: Menganalisis Potensi dan Tantangan di Daerah Berkembang".
- [8] Y. A. Singgalen, "Destination Branding dan Optimalisasi Performa Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) melalui Sistem Informasi Desa Wisata Berbasis Bauran Pemasaran 9P," *Journal of Information System Research (JOSH)*, vol. 5, no. 1, pp. 79–88, Oct. 2023, doi: 10.47065/josh.v5i1.4353.
- [9] "Peran Strategis Dinas Pariwisata Sebagai Salah Satu Aktor." [Online]. Available: <http://www.fisip.undip.ac.id>
- [10] B. Waspodo, A. Kusuma Putra, K. Kunci: Abstrak, and B. Daerah, "Penerapan Ward and Peppard Strategic Framework Dalam Mendukung Transformasi Digital Bank Xyz: Analisis Alignment Strategi Bisnis Dan TI." [Online]. Available: www.elektro.itn.ac.id
- [11] D. Safitri and A. Taufiq Maulana Ramdan, "Komunikasi Pemasaran Digital Untuk Membangun Citra Dan Daya Tarik Desa Wisata Mekarlaksana Cikancung Kabupaten Bandung," *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, vol. 9, no. 1, pp. 69–81, Jun. 2025, doi: 10.51544/jlmk.v9i1.5917.
- [12] J. Panutan and P. Global, "Pengaruh Aksesibilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Diorama Arsip Yogyakarta Article Info Abstract," 2025. [Online]. Available: <https://jurnalpatriotbangsa.com/jppg>
- [13] R. Riyatno, A. Wicaksono, A. G. Runtiko, F. Huda, and M. F. Abiwardhana, "Progam Pengembangan Curug Muntu Sebagai Penguatan

Program Ekowisata Di Desa Ketenger, Kecamatan Baturaden, Kabupaten Banyumas – Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat,” *Jurnal Abdi Insani*, vol. 12, no. 1, pp. 421–435, Jan. 2025, doi: 10.29303/abdiinsani.v12i1.2268.

- [14] S. Al Ngarifin, M. Gumanti, and S. Mukodimah, “Implementasi Sistem Informasi Sekolah Untuk Meningkatkan Layanan Dan Kinerja Tata Usaha Pada Mis Yasmida,” *JPGMI*, vol. 10, no. 1, 2024.
- [15] A. Lazuardina, E. Delamontano, Z. Haris Prasetya, T. G. Baitulloh, and E. Novianti, “JAVOK: Jurnal Akademisi Vokasi Analisis Potensi Daya Tarik Wisata di Desa Wisata Rintisan Cilengkrang, Kabupaten Bandung”.