

# Strategi Peningkatan Kapasitas Masyarakat Kampung Tua Teluk Mata Ikan Melalui Pelatihan SDM dan Pengelolaan Sosial Media

Ratih Anggraini<sup>1)</sup> | Oda Ignatius Besar Hariyanto<sup>2)</sup> | Dame Afrina Sihombing<sup>3)</sup> | Hepy Hefri Ariyanto<sup>4)</sup> | Hilarius Raditya Priambada Purba<sup>5)</sup> | Dessy Aliandrina<sup>6)</sup> | Meliawati<sup>7)</sup> | Sherly Kwok<sup>8)</sup> | Piandi<sup>9)</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9)</sup>Universitas Internasional Batam

[ratih@uib.ac.id](mailto:ratih@uib.ac.id) | [oda@uib.ac.id](mailto:oda@uib.ac.id) | [dame@uib.ac.id](mailto:dame@uib.ac.id) | [hepy@uib.ac.id](mailto:hepy@uib.ac.id) | [hilarius@uib.ac.id](mailto:hilarius@uib.ac.id) |

[dessy@uib.ac.id](mailto:dessy@uib.ac.id) | [2146022.meliawati@uib.edu](mailto:2146022.meliawati@uib.edu) | [2146012.sherly@uib.edu](mailto:2146012.sherly@uib.edu) | [2146023.piandi@uib.edu](mailto:2146023.piandi@uib.edu)

**Abstrak:** Desa wisata merupakan salah satu tujuan dari Pembangunan Berkelanjutan dengan arah pemberantasan kemiskinan. Desa Wisata memiliki potensi untuk dikembangkan, tidak hanya dari potensi alam, tetapi juga dari potensi sumber daya manusia agar memiliki kemampuan di dalam mengelola operasional kegiatan desa sehingga dapat menjadi salah satu pertumbuhan ekonomi. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan kegiatan positif yang dapat meningkatkan kemampuan masyarakat desa dalam hal pengelolaan desa wisata, diantaranya adalah pelatihan-pelatihan yang berkaitan dengan *hygiene* dan sanitasi, kebersihan lingkungan, hingga pada pengelolaan sosial media dan pembuatan *company profile* sebagai salah satu kebutuhan desa wisata agar dapat dipromosikan secara maksimal. Kegiatan ini merupakan salah satu projek desa dengan target peserta adalah masyarakat yang tinggal dan menetap di desa wisata Teluk Mata Ikan, Kecamatan Nongsa, Kelurahan Sambau. Hasil dari kegiatan ini, masyarakat lebih mengenal terkait *hygiene* dan sanitasi, hingga pentingnya pemanfaatan sosial media agar dapat memperkenalkan desa wisata teluk mata ikan kepada seluruh turis baik yang ada di kota Batam, maupun dari luar Batam.

**Kata Kunci:** media sosial, desa wisata, *re-branding*

## Pendahuluan

Sektor pariwisata ialah sektor yang menyumbangkan peran cukup besar pada pendapatan nasional serta dalam membuka lapangan perkerjaan baru (Zaenuri, 2018). Sejak tahun 2017 pendapatan devisa dari sektor pariwisata Indonesia terus mengalami kenaikan. Puncaknya di tahun 2019 pendapatan devisa dari sektor pariwisata Indonesia sebesar US\$17,76 miliar (dataindonesia.id, 2022).

Kasus Covid pertama kali terjadi di Wuhan, China pada Desember 2019 dan mulai menyebar ke seluruh dunia pada Januari 2020 (BCC News Indonesia, 2020). Menurut laporan PBB Covid-19 menyebabkan sektor pariwisata dunia rugi hingga US\$ 4 triliun (CNBC Indonesia, 2021). Indonesia juga mendapatkan dampak yang cukup besar dimana saat itu Indonesia mengalami kerugian mencapai 10 triliun Rupiah (Liputan6.com, 2021). Selain itu pendapatan devisa dari sektor pariwisata Indonesia juga mengalami penurunan yang dahsyat, dimana pada tahun 2020 pendapatan yang dihasilkan hanya US\$3,38 miliar dan tahun 2021 US\$0,49 miliar (dataindonesia.id, 2022).

Meningkatnya kasus covid-19 menciptakan kebijakan *lockdown* di beberapa negara untuk mengurangi penularan virus tersebut. Adanya kebijakan *lockdown* membuat kunjungan wisatawan ke Indonesia menurun dimana tahun 2020 total kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia hanya 4,02 juta kunjungan. Jika dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2019 jumlah tersebut mengalami penurunan sebesar 75,03 persen dengan total kunjungan wisman 2019 mencapai 16,11 juta kunjungan (Bps, 2021).

Covid-19 membuat perubahan perilaku pada individu maupun kelompok *traveler* (Dileep *et al.*, 2022). Tren perjalanan wisatawan sekarang telah terjadi perubahan yaitu dari wisata orang banyak

menjadi wisata alternatif yang jenis kegiatannya lebih cenderung pada wisata alam atau budaya lokal (*Pedoman Desa Wisata*, 2021). Terbukti pada tahun 2020 disaat sektor pariwisata seperti hotel dan restoran mengalami penurunan kunjungan yang cukup besar serta mengalami kerugian sekitar 85,7 triliun rupiah (bisnitempo, 2020) kunjungan ke desa wisata justru meningkat sebesar 30 persen (Kompas.com, 2022). Anggraini *et al.*, (2023) juga menyatakan bahwa wisata pedesaan saat ini menjadi salah satu transformasi wisata yang diminati para turis. Selain itu, desa wisata juga merupakan salah satu wisata yang dapat meningkatkan dan mengembangkan industri pariwisata di Indonesia (Anggraini *et al.*, 2023)

Menurut Wakil Ketua MPR RI Lestari Moerdijat Desa wisata menjadi kunci untuk penyembuhan ekonomi masyarakat pascapandemi (news.detik, 2022). Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) di tahun 2023 tercatat sebanyak 4.674 desa wisata di dalam negeri. Sulawesi Selatan menduduki posisi pertama sebagai desa wisata yang jumlahnya paling banyak di Indonesia yaitu sebanyak 485 desa wisata. Sedangkan kepulauan Riau memiliki total 30 desa wisata yang tercatat di Kemenparekraf (DataIndonesia.id, 2023).

Pengelolaan desa wisata tidak lepas dari tantangan atau hambatan baik itu internal maupun eksternal. Destinasi wisata yang sukses bergantung pada penataan ruang dan lingkungan fisik desa wisata. Selain memberikan pengaruh pada tampilan fisik, penataan yang baik dapat membantu dalam peningkatan pengalaman wisatawan secara keseluruhan, mempermudah wisatawan dan masyarakat lokal menjalin hubungan, menyokong pertumbuhan ekonomi, dan melestarikan lingkungan (Admindesa, 2023).

Keberhasilan penataan ruang dan lingkungan fisik desa wisata memberikan dampak bagi ekonomi lokal. Desa wisata yang dioperasikan dengan baik memberikan peningkatan pada kunjungan wisatawan (Fadillah *et al.*, 2021). Desa wisata yang berkelanjutan harus mampu melindungi sumber daya yang tersedia, mengurangi polusi dan limbah yang dihasilkan, dan menyelaraskan asas perlindungan lingkungan di setiap proses pembangunan (Admindesa, 2023).

Salah satu desa wisata di Kepulauan Riau adalah Desa Wisata Pesona Mata Ikan tepatnya di Kelurahan Sambau, Kecamatan Nongsa, Kota Batam. Desa wisata ini telah dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti area parkir, balai pertemuan, kamar mandi umum, *homestay*, *musholla*, *selfie area*, tempat makan, dan *wifi area*. Atraksi wisata yang ditawarkan ialah Festival Mancing Ngarong yang termasuk salah satu kegiatan khas budaya melayu khususnya daerah pesisir. Mancing Ngarong merupakan kegiatan dimana pemancing akan mencari ikan dengan berjalan langsung di air.

Desa wisata Teluk Mata Ikan memiliki 4 Rukun Tetangga (RT) yang terbagi lagi menjadi 11 bagian destinasi wisata, salah satunya adalah Pantai Alya. Penataan ruang dan lingkungan fisik di destinasi Pantai Alya perlu dikembangkan karena pantai Alya merupakan destinasi pertama yang akan dilihat oleh wisatawan ketika melewati gapura atau pintu masuk desa wisata Teluk Mata Ikan. Pantai Alya sebagai destinasi pertama harus dapat memberikan kesan yang baik dan memiliki daya Tarik agar dipandang oleh para wisatawan.

### **Realisasi Kegiatan**

Pelaksanaan kegiatan Proyek Desa telah dilakukan, dengan hasil kegiatan sebagai berikut:

#### 1. *Rebranding*

*Rebranding* merupakan strategi yang diupayakan agar dapat menjadi pembaruan bagi Desa Wisata Teluk Mata Ikan dan lebih relevan dengan situasi bisnis yang tengah berlangsung saat ini. Kegiatan *rebranding* yang telah dilakukan meliputi pembuatan konten sosial media dan pengelolaan ide bisnis. Nainggolan *et al.*, (2023) dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang melakukan aktivitas *re-branding* menyatakan bahwa kegiatan ini menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap eksistensi sebuah usaha.

##### a. Sosial Media

Membuat dan mengelola sosial media untuk desa wisata tentunya menjadi langkah yang penting untuk memperluas jangkauan dan menarik perhatian lebih banyak pengunjung. Saat ini, sosial media adalah alat yang paling efektif untuk mempromosikan desa wisata karena jangkauan *audiens* yang sangat luas serta sehingga dapat dengan sangat mudah meningkatkan interaksi antara pengelola destinasi dengan pengunjung. Telah

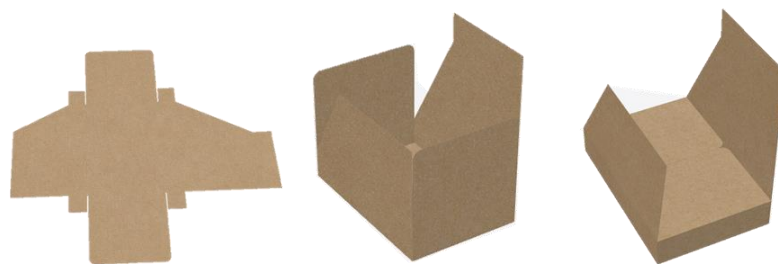
dibuat akun sosial media (instagram @desawisatatelukmataikan) untuk Desa wisataTeluk Mata Ikan dari mahasiswa, yang berisi konten-konten menarik yang telah mahasiswa dokumentasikan selama pelaksanaan kegiatan proyek desa dari tanggal 13 Agustus 2023 – 17 Desember 2023. Konten yang diunggah beragam, mulai dari visual keindahan alam yang menawan, informasi mengenai Teluk Mata Ikan, serta kegiatan dan perjalanan yang telah mahasiswa laksanakan di Desa Wisata ini. Hal ini tentunya diharapkan dapat membantu meningkatkan daya tarik Teluk Mata Ikan sebagai destinasi liburan yang semakin dikenal dan menarik bagi wisatawan.

b. Pengelolaan Ide Bisnis

Pengelolaan ide bisnis dilakukan pada Usaha Otak-Otak yang sekiranya memiliki potensi besar untuk dijadikan oleh-oleh khas dari Desa Wisata Teluk Mata Ikan. Pengelolaan ide bisnis ini dirancang dengan terlebih dahulu menganalisis 4P, analisa SWOT, dan pengumpulan data pada Usaha Otak-Otak di Teluk Mata Ikan. Dan disimpulkan bahwa usaha Otak-Otak ini perlu memiliki *branding* atau identitas serta kesan utama bagi pembeli, sehingga desain logo pun dibutuhkan. Keberadaan logo kemasan juga mempercantik tampilan kemasan dan juga terlihat lebih profesional dan mudah dikenali. Selain itu, *packaging* yang menarik juga dibutuhkan, karena menarik atau tidaknya suatu *packaging* produk dapat memengaruhi persepsi pelanggan. Tujuan dari pengelolaan ide bisnis ini adalah agar usaha Otak-Otak di Teluk Mata Ikan semakin dikenal sehingga semakin besar potensi usaha ini menjadi *Top of Mind* oleh pembeli. Berikut hasil desain yang telah dibuat:



**Gambar 1. Desain Logo**



**Gambar 2. Desain Packaging**

Hasil rancangan ini telah dipaparkan dalam pelatihan yang dilaksanakan pada tanggal 30 November 2023, di titik kumpul Desa Wisata Teluk Mata Ikan, yaitu pada kegiatan pelatihan mengenai ide bisnis yang dibantu presentasikan pada salah satu kegiatan pelatihan yang diselenggarakan oleh program studi Pariwisata UIB.

2. Kegiatan Perayaan HUT RI

Masyarakat Teluk Mata Ikan memeriahkan perayaan HUT RI dengan melakukan berbagai kegiatan lomba 17-an yang dilaksanakan pada hari Minggu, tanggal 20 Agustus 2023 di Pantai Nemo. Mahasiswa MBKM proyek desa turut berpartisipasi dalam kegiatan ini sebagai panitia acara. Acara yang berlangsung dari pagi hingga sore hari ini berhasil dilaksanakan tanpa adanya kendala. Dengan berpartisipasi dalam kegiatan 17-an, mahasiswa lebih aktif dalam melakukan

pendekatan personal dan keterlibatan berkomunikasi dengan warga setempat serta komunitas di Teluk Mata Ikan.



**Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan Perayaan HUT RI di Teluk Mata Ikan**

### 3. 3D *Virtual Tour* Teluk Mata Ikan

Program Studi Pariwisata bekerja sama dengan Program Studi Sistem Informasi dan Pihak Atourin dalam melaksanakan kegiatan Proyek Desa untuk membuat 3D *Virtual Tour* Teluk Mata Ikan. Kegiatan ini meliputi kunjungan bersama ke Teluk Mata Ikan untuk dokumentasi seluruh lokasi dengan menggunakan 360Cam serta pelatihan dari Atourin untuk mahasiswa Pariwisata MBKM Proyek Desa dalam menyelesaikan *project* 3D *Virtual Tour*. Pelatihan dilakukan oleh Pihak Atourin, dengan pelatihan pertama dilaksanakan pada tanggal 30 September 2023, hingga *final check* pada tanggal 29 Oktober 2023. Pelatihan ini dilaksanakan dalam pertemuan *offline* dan *online* bersama pihak Atourin untuk memandu mahasiswa dalam membuat 3D *Virtual Tour*. Hasil luaran yang telah diselesaikan berupa Maps 360 Desa Wisata Teluk Mata Ikan.



### 4. Pembuatan Video *Company Profile* Teluk Mata Ikan

*Company profile* untuk Desa Wisata Teluk Mata Ikan telah dibuat dalam bentuk video. Dalam proses pembuatan video *company profile*, mahasiswa Pariwisata dibantu oleh mahasiswa dari Program Studi Sistem Informasi untuk melakukan *editing* dan menyempurnakan video. Adanya *company profile* untuk Teluk Mata Ikan merupakan bertujuan dalam mengenalkan identitas dan memperkuat kredibilitas Desa Wisata Teluk Mata Ikan kepada publik. Video ini mencakup sejarah, identitas unik yang dimiliki desa, serta setiap titik lokasi wisata di Teluk Mata

Ikan. Selain itu, *Video company profile* juga menjadi alat pemasaran yang kuat untuk membantu dalam mempromosikan daya tarik, potensi, dan layanan atau bisnis yang ditawarkan Desa Wisata Teluk Mata Ikan, seperti *homestay* dan berbagai usaha lokal. *Video Company Profile* yang telah dibuat diharapkan dapat membangun citra positif dan menarik minat wisatawan, serta membantu bagi pihak-pihak yang terlibat dengan desa wisata, baik dari segi pariwisata, keberlanjutan, maupun pengembangan ekonomi lokal.

#### 5. Pelatihan kepada Masyarakat

Pelatihan ini dilakukan karena bisa menjadi bekal bagi masyarakat untuk memperluas pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran akan industri pariwisata serta berbagai aspek keberlanjutannya. Sebelum mengadakan pelatihan, mahasiswa dan dosen sudah melakukan kunjungan yang bertujuan untuk melakukan survey tentang isu yang ada pada Teluk Mata Ikan. Hasil survey dikembangkan menjadi susunan pembelajaran dan solusi untuk Desa Wisata ini, sehingga diadakan pelatihan untuk masyarakat setempat.

Pelatihan ini dilaksanakan oleh mahasiswa Pariwisata MBKM Proyek Desa bersama dosen-dosen pendamping dari Program Studi Pariwisata Universitas Internasional Batam, pada tanggal 30 November 2023 di titik kumpul Desa Wisata Teluk Mata Ikan, dekat *homestay* rumah kapal milik Bapak Andi Mazlan, S.E. Kegiatan pelaksanaan pelatihan ini dilakukan oleh dosen dan 3 kelompok mahasiswa. Mulai dari Pelatihan Pengelolaan & Kelestarian Lingkungan Hidup (Pengelolaan Sampah Organik dan Anorganik), Pelatihan *Hygiene & Sanitasi*, Pelatihan *Hospitality (House Rule, Grooming, dan sebagainya)*, serta Pelatihan ide bisnis. Seluruh tahapan di dalam kegiatan ini telah dipersiapkan dengan persetujuan pihak Teluk Mata Ikan, dan berhasil dilaksanakan dengan dihadiri ketua Pokdarwis Pesona Mata Ikan, yaitu Bapak Andi Mazlan, S.E., dan warga setempat.



### Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilakukan di Kampung Tua Teluk Mata Ikan memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang pentingnya peningkatan kapasitas SDM. Masyarakat yang diberikan pelatihan secara terus-menerus dengan penuh perhatian, akan meningkatkan kemampuan mereka dalam berbagai hal yang dibutuhkan dalam pengembangan desa wisata sebagai destinasi yang dicari oleh para turis. Kegiatan ini memberikan pengetahuan tentang pentingnya penerapan *hygiene* dan sanitasi di Desa Wisata Teluk Mata Ikan agar memberikan rasa nyaman kepada turis dan wisatawan. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan kesempatan kepada Masyarakat Desa Wisata Teluk Mata Ikan dalam pengembangan kemampuan dalam berwirausaha agar dapat mengembangkan usaha mereka.

### Daftar Pustaka

- admindesa. (2023, September 6). *Penataan Ruang dan Lingkungan Fisik Desa Wisata: Menciptakan Keindahan, Kenyamanan, dan Pembangunan Berkelanjutan*. Bhuanajaya. <https://www.bhuanajaya.desa.id/penataan-ruang-dan-lingkungan-fisik-desa-wisata-menciptakan-keindahan-kenyamanan-dan-pembangunan-berkelanjutan/>
- Anggraini, R., Kho, K., & Aliandrina, D. (2023). The Influence of Sustainable Leadership and Sustainable Performance through Frugal Innovation in Tourist Villages in Indonesia. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 8(2), 277-285. <https://doi.org/10.26905/jpp.v8i2.11405>
- Anggraini, R., Siagian, Y. M., & Yusran, H. L. (2023). Influencing Factors Enhancement Innovation Performance of Rural Tourism in Indonesia. *European Journal of Business and Management Research*, 8(3), 11-15. <https://doi.org/10.24018/ejbm.2023.8.3.1939>
- Arbar, T. F. (2021, June 30). *Babak Belur! Pariwisata Rugi Rp 58.000 T karena Corona*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210630151658-4-257115/babak-belur-pariwisata-rugi-rp-58000-t-karena-corona>
- Arida, N. S. (2017). *Buku Ajar Pariwisata Berkelanjutan*. Sustain Press. [https://simdos.unud.ac.id/uploads/file\\_pondidikan\\_1\\_dir/27853e1951c3f72a0e6e8a0be2a9ed30.pdf](https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pondidikan_1_dir/27853e1951c3f72a0e6e8a0be2a9ed30.pdf)
- Covid-19: Virus corona diduga sudah menyebar sebelum pertama kali dilaporkan di China pada Desember 2019*. (2020, December 5). BCC News Indonesia. <https://www.bbc.com/indonesia/dunia-55197612>
- Darsono, V. (1995). *Pengantar ilmu lingkungan*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. <https://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=20131146>
- Dileep, M. R., Ajoon, J., & Nair, B. B. (2022). COVID-19 and tourism stakeholders: experience, behaviour and transformation. *Journal of Organizational Ethnography*, 11(3).
- Fadillah, R., Setiawan, H., & Rini. (2021). Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Desa Wisata Semambu Kabupaten Ogan Ilir. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Bisnis*, 2(1).
- GLOSSARY OF TOURISM TERMS*. (2008). UNWTO. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
- Harwood, R. R. (1990). The history of sustainable agriculture. *Sustainable Farming Systems*. <https://www.mdpi.com/1246470>
- Imandiar, P. Y. (2022, September 13). *Desa Wisata Dinilai Jadi Solusi Bangkitkan Ekonomi Pascapandemi*. News.Detik.Com. <https://news.detik.com/berita/d-6289177/desa-wisata-dinilai-jadi-solusi-bangkitkan-ekonomi-pascapandemi>
- Jumlah kunjungan wisman ke Indonesia bulan Desember 2020 mencapai 164,09 ribu kunjungan*. (2021, February 1). Bps. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/01/1796/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-bulan-desember-2020-mencapai-164-09-ribu-kunjungan-.html#:~:text=Selama%20tahun%202020%2C%20jumlah%20kunjungan,berjumlah%2016%2C11%20juta%20kunjungan.>
- Kadin: Sektor Pariwisata Rugi Lebih dari Rp 10 Triliun Selama Pandemi Covid-19*. (2021, October 7). Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4677806/kadin-sektor-pariwisata-rugi-lebih-dari-rp-10-triliun-selama-pandemi-covid-19>
- Nainggolan, F., Anggraini, R., Kho, K., Ariyanto, H. H., & Hasan, G. (2023). Perancangan Strategi Re-Branding Sebagai Upaya Peningkatan Brand Image Mamah Factory Melalui

- 
- Pemasaran Digital. *Social Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 37-45. <https://doi.org/10.37253/se.v2i1.8689>
- Pedoman Desa Wisata* (2nd ed.). (2021). Kementerian Koordinasi Bidang Kemaritiman dan Investasi. <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/getdata/file/Buku-Membangun-Desa.pdf>
- Pratiwi, F. S. (2023, April 27). *Sebaran Desa Wisata Indonesia pada 2023, Terbanyak di Sulsel*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/sebaran-desa-wisata-indonesia-pada-2023-terbanyak-di-sulsel>
- Rahardjo, M. (2011, June 11). *Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif*. Uin.Malang. <https://uin-malang.ac.id/r/110601/metode-pengumpulan-data-penelitian-kualitatif.html>
- Report of the World Commission on Environment and Development*. (1987).
- Respati, A. R., & Sukmana, Y. (2022, September 23). *Sandiaga Uno Sebut Kunjungan Wisatawan ke Desa Wisata Naik 30 Persen*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2022/09/23/133000326/sandiaga-uno-sebut-kunjungan-wisatawan-ke-desa-wisata-naik-30-persen>
- Setiawan, K. (2020, July 14). *PHRI: Sektor Pariwisata Rugi Rp 85,7 Triliun Akibat Pandemi*. Bisnistempo.Com. <https://bisnis.tempo.co/read/1365055/phri-sektor-pariwisata-rugi-rp-857-triliun-akibat-pandemi>
- Sunarta, N., & Arida, S. N. (2017). *Pariwisata Berkelanjutan*. Cakra Press. [https://simdos.unud.ac.id/uploads/file\\_pendidikan\\_1\\_dir/81eee6c1d3a49690e16b3be3dfb9855f.pdf](https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/81eee6c1d3a49690e16b3be3dfb9855f.pdf)
- Widi, S. (2022, December 28). *Pendapatan Devisa Pariwisata Indonesia Melejit pada 2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/pariwisata/detail/pendapatan-devisa-pariwisata-indonesia-melejit-pada-2022>