

Pengembangan Potensi Wisata Taman Pujaan Bangsa Margarana Melalui Pelatihan Digital Marketing dan Pelatihan Pemandu Wisata

by Ida Bagus Gede Dananjaya

Submission date: 09-Oct-2024 08:48AM (UTC+0700)

Submission ID: 2479664485

File name: jurnal_PKM_TPB_Margarana.docx (301.14K)

Word count: 2767

Character count: 17529

Pengembangan Potensi Wisata Taman Pujaan Bangsa Margarana Melalui Pelatihan Digital Marketing dan Pelatihan Pemandu Wisata

Developing the Tourism Potential of Taman Pujaan Bangsa Margarana through Digital Marketing Training and Tour Guide Training

Ida Bagus Gede Dananjaya ^{1*}, I.G.P. Fajar Pranadi Sudhana ², Cokorda Istri Sri Widhari ³, I Putu Budiarta ⁴, Sang Nyoman Bagus Satya Wira ⁵

¹Politeknik Negeri Bali, Badung, Indonesia

²Politeknik Negeri Bali, Badung, Indonesia

³Politeknik Negeri Bali, Badung, Indonesia

⁴Politeknik Negeri Bali, Badung, Indonesia

⁵Politeknik Negeri Bali, Badung, Indonesia

*e-mail korespondensi: dananjaya@pnb.ac.id

Article History:

Received: Oktober 29, 2023;

Accepted: November 29, 2023;

Published: November 30, 2023;

Keywords: Digital Marketing, Tour Guide, Museum

Abstract: The Taman Pujaan Bangsa Margarana National Monument (TPB Margarana) is a memorial monument built to commemorate the Puputan Margarana tragedy. Currently, the number of tourists visiting is still very small, this affects the income obtained is not enough to cover the maintenance and operational costs of TPB Margarana. Digital Marketing Training and Tour Guide Training as an effort to develop the potential of TPB Margarana to increase the number of tourists visiting so that it is expected to have an impact on the sustainability of the TPB Margarana Struggle History Museum. Training and mentoring methods are used in this activity. The training method is designed to convey the important role of digital marketing and tour guide competence to increase the number of visits to TPB Margarana. Digital marketing training and Tour Guide Training were attended by 20 TPB Margarana employees. The output of this activity is in the form of publication of activities through electronic mass media, draft teaching materials and draft community service articles. This activity also provides benefits for TPB Margarana, namely increasing competence in the field of digital marketing and tour guides for TPB Margarana employees and for the Bali State Polytechnic campus as the implementer of activities to share their knowledge with the wider community.

Abstrak (Bahasa Indonesia, Times New Roman 10, Bold, spasi 1, spacing before 12 pt, after 2 pt, Center)

Monumen Nasional Taman Pujaan Bangsa Margarana (TPB Margarana) adalah sebuah Monumen peringatan yang didirikan untuk mengenang tragedi Puputan Margarana saat ini jumlah wisatawan yang berkunjung masih sangat sedikit, hal ini berpengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh belum mencukupi untuk biaya pemeliharaan dan operasional TPB Margarana. Pelatihan Digital Marketing dan Pelatihan Pemandu Wisata sebagai upaya untuk mengembangkan potensi yang dimiliki oleh TPB Margarana untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung sehingga diharapkan berdampak terhadap kelestarian Museum sejarah perjuangan TPB Margarana. Metode pelatihan dan pendampingan digunakan dalam kegiatan ini. Metode pelatihan dirancang untuk menyampaikan peran penting digital marketing dan kompetensi pemandu wisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan di TPB Margarana. Pelatihan digital marketing dan Pelatihan Pemandu wisata diikuti oleh 20 orang karyawan TPB Margarana. Luaran dalam kegiatan ini ialah berupa publikasi kegiatan melalui media masa elektronik, draft bahan ajar dan draft artikel pengabdian. Kegiatan ini juga memberikan manfaat bagi TPB Margarana yaitu peningkatan kompetensi di bidang digital marketing dan pemandu wisata bagi karyawan TPB Margarana dan bagi kampus Politeknik Negeri Bali sebagai pelaksana kegiatan untuk membagi ilmunya kepada masyarakat luas.

Kata Kunci: Digital Marketing, Pemandu Wisata, Museum

PENDAHULUAN (Times New Roman, size 12)

Museum Monumen Nasional Taman Pujaan Bangsa Margarana, berlokasi di Desa Klaci, Kecamatan Margarana, Kabupaten Tabanan Provinsi Bali, berjarak lebih kurang 25 km dari Kota Denpasar ke arah Barat Laut. Dibangun secara bertahap sejak tahun 1967, museum ini diresmikan oleh Gubernur Bali Prof. Dr. Ida Bagus Mantra. Pada kawasan seluas 9 HA tersebut juga berdiri Candi Pahlawan Margarana yang padanya tertera surat Jawaban I Gusti Ngurah Rai (Pemimpin Dewan Pejuang Bali) kepada Overste Termeulen (Belanda) yang menggambarkan kebesaran jiwa perjuangan dan patriotisme bangsa Indonesia umumnya dan masyarakat Bali khususnya. [1]

Museum Monumen Nasional Taman Pujaan Bangsa Margarana merupakan penanda peristiwa bersejarah “Puputan Margarana”, yakni perang besar antara masyarakat Bali melawan NICA. [2] Museum ini mengoleksi foto-foto pahlawan, pedang Bali, samurai kecil, keris Bali, peralatan perang peninggalan Amerika dan Inggris, serta sebagainya. Monumen ini seluas sembilan hektar, terbagi menjadi tiga bagian mengikiti konsep Tri Mandala yakni hulu, tengah dan hilir

Museum Nasional sebagai wadah penjagaan dan pameran kekayaan budaya dan sejarah merupakan aset berharga suatu bangsa. Meningkatkan potensi wisata di Museum Nasional bukan hanya tentang meningkatkan kunjungan, tetapi juga tentang memperkuat identitas dan kebanggaan nasional, mendukung pembangunan sosial dan ekonomi, serta memelihara warisan budaya untuk generasi mendatang. Saat ini TPB Margarana masih memiliki beberapa hal yang perlu ditingkatkan dalam meningkatkan potensi yang ada seperti kurangnya awareness dari Masyarakat mengenai keberadaan dari TPB Margarana itu sendiri sehingga perlunya dilakukan pelatihan digital marketing bagi karyawan yang ada di TPB Margarana untuk meningkatkan awareness dari Masyarakat [3], selain itu belum adanya karyawan di TPB Margarana yang memiliki kompetensi sebagai pemandu wisata bagi wisatawan lokal maupun manca negara. Pemandu wisatawan di lokasi museum memiliki peran yang penting dalam meningkatkan pengalaman pengunjung dan memperkaya pemahaman mereka tentang koleksi dan sejarah yang dipamerkan. [4]

Masalah yang dimiliki oleh TPB Margarana sejalan dengan studi kasus dalam pembelajaran mata kuliah Tour Guide dan Digital Marketing. Kemudian, kegiatan pengabdian ini juga sejalan dengan IKU program studi Usaha Perjalanan Wisata, yaitu jumlah keluaran penelitian dan pengabdian kepada masyarakat Program Studi D3 UPW yang berhasil mendapat

rekognisi internasional atau diterapkan oleh masyarakat per jumlah dosen.

METODE

Metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

Dari masalah yang dihadapi oleh TPB Margarana tentang Brand Awareness maka perlunya dilakukan pelatihan digital marketing, yang memberikan pelatihan mengenai strategi digital marketing, termasuk penggunaan media sosial, email marketing, SEO (Search Engine Optimisatizion), dan analisis data. Narasumber yang akan memberikan pelatihan tersebut adalah Dra. Cokorda Istri Sri Widhari, MM selaku dosen Program Studi Usaha Perjalan Wisata, yang mengampu Matakuliah Digital Marketing. Pelatihan Pemandu wisata sehingga dapat memberikan tur yang lebih menarik dan informatif, meningkatkan kepuasan dan pengalaman pengunjung dalam rangka peningkatan pelayanan kepada pengunjung. Narasumber yang memberikan pelatihan pemandu wisata adalah Sang Nyoman Bagus Satya Wira, S.S., M.Par. selaku dosen Program Studi Usaha Perjalanan Wisata yang mengampu Matakuliah Tour Guideing. Pelatihan mengenai Digital Marketing menggunakan sosial Media, Email Marketing, Data Analisis dan SEO dihadiri oleh 20 orang karyawan TPB Margarana. Pelatihan berlangsung di TPB Margarana, Desa Marga Tabanan dan berlangsung dari pukul 9.00-10:30. Pelatihan Pemandu Wisata berlokasi di tempat yang sama dan dimulai pada pukul 10.30-12.00. Narasumber pelatihan digital marketing adalah Dra. Cokorda Istri Sri Widhari, MM selaku dosen Program Studi Usaha Perjalan Wisata, yang mengampu Matakuliah Digital Marketing dan Narasumber pelatihan Pemandu Wisata adalah Sang Nyoman Bagus Satya Wira, S.S., M.Par.

HASIL

Kegiatan pelatihan Digital Marketing dengan narasumber Dra. Cokorda Istri Sri Widhari, MM pemahaman yang lebih baik tentang strategi digital marketing, termasuk

penggunaan media sosial, email marketing, SEO, dan analisis data. Karyawan dapat mengembangkan keterampilan teknis yang relevan dengan era digital, seperti pembuatan konten digital, manajemen kampanye online, dan penggunaan alat analitik. Kegiatan pelatihan Pemandu Wisata dengan narasumber Sang Nyoman Bagus Satya Wira, S.S., M.Par. melatih karyawan agar memiliki pengetahuan yang lebih mendalam tentang koleksi dan sejarah museum, serta keterampilan dalam menyampaikan informasi dengan cara yang menarik dan informatif. Sehingga karyawan akan lebih terampil dalam berkomunikasi, mengelola kelompok, dan menjawab pertanyaan dari pengunjung.

1. Pelayanan Kegiatan

Selama pelatihan maupun pendampingan, para karyawan sangat fokus dan antusias untuk mengikuti arahan dengan baik melalui handphone masing-masing serta mereka telah memberikan respon yang baik dan positif bahwa mereka telah berhasil menerapkan digital marketing di TPB Margarana. Hasil kegiatan ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Susanto et al. (2021) yang telah mencapai hasil dengan menyatakan bahwa kegiatan pengabdian pada masyarakat di Dusun Mendirat telah mampu meningkatkan kemampuan mitra dalam melakukan pemasaran. Melalui pemanfaatan Platform digital sebagai media marketing, Destinasi yang dihasilkan dapat dikenal oleh lebih banyak orang dan berpeluang lebih besar untuk memperluas pasar yang telah ada. Demikian pula pada hasil penelitian yang ditemukan oleh Pramanaswari & Widyari (2023). Hasil dari penelitian mereka menunjukkan bahwa para UMKM di Kota Denpasar memiliki potensi yang besar dalam pengembangan usaha dengan strategi digital marketing dan meningkatkan perekonomian di Kota Denpasar. Dari kedua hasil penelitian terdahulu yang disebutkan, dapat disimpulkan bahwa hasil kegiatan pelatihan dan pendampingan ini sesuai dengan temuan-temuan penelitian terdahulu dan memiliki potensi untuk memberikan dampak positif bagi kinerja dari TPB Margarana dalam meningkatkan efektivitas dan keberhasilan pemasaran mereka. Pelatihan pemandu wisata yang didampingi oleh narasumber Sang Nyoman Bagus Satya Wira, S.S., M.Par. kepada karyawan TPB Margarana, sangat di sambut antusias oleh peserta diajarkan mengenai cara melakukan kepemanduan di bidang wisata Sejarah, dan harus menguasai sejarah yang terdapat di TPB Margarana, sehingga dapat memberikan pelayanan maksimal kepada pengunjung yang datang ke TPB Margarana.

Kegiatan pelatihan Digital Marketing dengan narasumber Dra. Cokorda Istri Sri Widhari, MM pemahaman yang lebih baik tentang strategi digital marketing, termasuk penggunaan media sosial, email marketing, SEO, dan analisis data. Karyawan dapat mengembangkan keterampilan teknis yang relevan dengan era digital, seperti pembuatan konten digital,

manajemen kampanye online, dan penggunaan alat analitik. Kegiatan pelatihan Pemandu Wisata dengan narasumber Sang Nyoman Bagus Satya Wira, S.S., M.Par. melatih karyawan agar memiliki pengetahuan yang lebih mendalam tentang koleksi dan sejarah museum, serta keterampilan ¹⁵ dalam menyampaikan informasi dengan cara yang menarik dan informatif. Sehingga karyawan akan lebih terampil dalam berkomunikasi, mengelola kelompok, dan menjawab pertanyaan dari pengunjung.

1. Pelayanan Kegiatan

Selama pelatihan maupun pendampingan, para karyawan sangat fokus dan antusias untuk mengikuti arahan dengan baik melalui handphone masing-masing serta mereka telah memberikan respon yang baik dan positif bahwa mereka telah berhasil menerapkan digital marketing di TPB Margarana. Hasil kegiatan ¹⁶ ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Susanto et al. (2021) yang telah mencapai hasil dengan menyatakan bahwa kegiatan pengabdian pada masyarakat di Dusun Mendirat telah mampu meningkatkan kemampuan mitra dalam melakukan pemasaran. Melalui pemanfaatan Platform digital sebagai media marketing, Destinasi yang dihasilkan dapat dikenal oleh lebih banyak orang dan berpeluang lebih besar untuk memperluas pasar yang telah ada. ¹Demikian pula pada hasil penelitian yang ditemukan oleh Pramanaswari & Widyari (2023). Hasil dari penelitian mereka menunjukkan bahwa para UMKM di Kota Denpasar memiliki potensi yang besar dalam pengembangan usaha dengan strategi digital marketing dan meningkatkan perekonomian di Kota Denpasar. Dari kedua hasil penelitian terdahulu yang disebutkan, dapat disimpulkan bahwa hasil kegiatan pelatihan dan pendampingan ini sesuai dengan temuan-temuan penelitian terdahulu dan memiliki potensi untuk memberikan dampak positif bagi kinerja dari TPB Margarana dalam meningkatkan efektivitas dan keberhasilan pemasaran mereka. Pelatihan pemandu wisata yang didampingi oleh narasumber Sang Nyoman Bagus Satya Wira, S.S., M.Par. kepada karyawan TPB Margarana, sangat di sambut antusias oleh peserta diajarkan mengenai cara melakukan kependudukan di bidang wisata Sejarah, dan harus menguasai sejarah yang terdapat di TPB Margarana, sehingga dapat ¹⁴ memberikan pelayanan maksimal kepada pengunjung yang datang ke TPB Margarana.



Gambar 2. Pelatihan Digital Marketing dan Pemandu Wisata

2. Evaluasi Kegiatan Pelatihan Digital Marketing dan Pemandu Wisata

Secara keseluruhan, para karyawan di TPB Margarana sebagai peserta program pelatihan digital marketing dan Pemandu Wisata ini menunjukkan keaktifan dan antusias yang tinggi. Hal ini didukung dari hasil tanggapan peserta mengenai kegiatan pengabdian masyarakat ini melalui kuesioner yang telah disebar oleh Panitia. Berikut hasil tanggapan peserta pelatihan Pelatihan Digital marketing dan Pemandu Wisata secara keseluruhan sebagai berikut:

Tabel 1

Kriteria Interpretasi Skor

No	Pernyataan	TP	KP	P	SP	Total
Indikator Perencanaan						
1	Sosialisasi Kegiatan membantu mitra memahami Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang ingin dilaksanakan oleh Tim Pelaksana.			13	7	20
2	Materi Sosialisasi Kegiatan yang disajikan jelas dan mudah dipahami.			16	4	20
3	Penjajakan dan identifikasi masalah			16	4	20

dilaksanakan sebelum dirumuskan kegiatan PKM telah sesuai dengan kebutuhan mitra, bukan berdasarkan keinginan tim pelaksana.

Indikator Pelaksanaan

4	Tim pelaksana memberikan pelayanan atau program sesuai dengan kebutuhan mitra.	12	8	20	
5	Setiap keluhan/pertanyaan/permasalahan yang diajukan dapat ditindaklanjuti dengan baik oleh Tim Pelaksana.	13	7	20	
6	Aspek Teknologi Tepat Guna (TTG) yang diberikan Pelaksana memberikan solusi dan meningkatkan Produktivitas dan Pemasaran Produk Mitra.	15	5	20	
7	Pelaksanaan pengabdian telah dilakukan sesuai standar Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3).	14	6	20	
8	Materi Pengabdian/Pelatihan yang disampaikan jelas dan mudah dipahami.	2	7	11	20
9	Tim Pelaksana melakukan kunjungan lapangan secara bertahap dan berkesinambungan.	1	16	3	20
Evaluasi					
10	Setiap hal yang direncanakan dan disampaikan oleh Tim Pelaksana telah dilaksanakan secara keseluruhan.	5	14	1	20
11	Hasil pengabdian sesuai dengan solusi yang diharapkan oleh mitra.	13	7	20	
12	Kegiatan PKM berhasil meningkatkan kesejahteraan/kecerdasan mitra.	13	7	20	
13	Jika kegiatan ini diselenggarakan kembali, saya bersedia untuk berpartisipasi/terlibat.	12	8	20	
14	Evaluasi program PKM setelah kegiatan PKM dilaksanakan.	14	6	20	
15	Keberlanjutan Program berupa penggunaan alat TTG atau Materi tetap digunakan/dilaksanakan	13	7	20	

meskipun kegiatan pengabdian sudah selesai.

Total Nilai	0	8	201	91	300
	0%	3%	67%	30%	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Ket:

TP : Tidak Puas

KP : Kurang Puas

P : Puas

SP : Sangat Puas

Berdasarkan tabel 4.2, para peserta sebanyak 20 orang telah 100% mengisi kuesioner pada program kegiatan ini. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa peserta memberikan tanggapan yang positif dan merasa puas lebih dominan dibandingkan dengan yang lainnya, yaitu sebesar 67%. Pernyataan yang paling tinggi ditanggapi dengan rasa puas oleh peserta yaitu pada pernyataan bahwa sosialisai ini membantu mitra memahami program PKM yang dilaksanakan oleh panitia Pelaksana. Hal ini berbeda tipis dengan tanggapan responden yang merasa sangat puas dengan program tersebut, yaitu sebesar 30%. Pernyataan paling tertinggi yang dilai oleh responden yaitu pada pernyataan ⁴ Materi Pengabdian/Pelatihan yang disampaikan jelas dan mudah dipahami. Namun, terdapat 5 orang responden yang menyatakan bahwa mereka kurang puas pada pernyataan mengenai pemaparan materi dari para narasumber. Hal ini menunjukkan bahwa ada ruang untuk perbaikan dan peningkatan dalam penyampaian materi agar dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi semua peserta secara lebih baik.

DISKUSI

Berdasarkan hasil kegiatan pelatihan, pendampingan dan diskusi dalam kegiatan ini, terdapat beberapa point yang perlu diperhatikan:

1. Penting untuk melanjutkan pendampingan setelah pelatihan untuk memastikan penerapan yang berkelanjutan dari pemasaran digital dan strategi CRM. Tim pelaksana dapat mengadakan sesi konsultasi atau pemantauan secara berkala untuk membantu para pedagang mengatasi kendala yang mungkin muncul dan memberikan saran yang relevan.
2. Berdasarkan umpan balik peserta terkait pemaparan materi, disarankan agar para

narasumber mengkaji ulang penggunaan istilah-istilah asing atau teknis dalam materi, terutama karena peserta di TPB Margarana mungkin lebih nyaman dengan bahasa daerah atau bahasa Indonesia. Dalam penyampaian materi, perlu dipertimbangkan penggunaan bahasa yang mudah dipahami oleh semua peserta.

3. Tim panitia dapat menjalin kerja sama dengan pihak eksternal, seperti ahli pemasaran digital atau praktisi bisnis, untuk memberikan perspektif dan pengetahuan yang lebih luas kepada para pedagang. Kolaborasi ini dapat melengkapi pengetahuan yang diberikan oleh tim pelaksana dan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang tren dan praktik terkini dalam pemasaran digital.
4. Mendorong kolaborasi dan berbagi pengalaman antara peserta PKM sendiri dapat menjadi nilai tambah. Melalui forum atau kelompok diskusi, para pedagang dapat saling berbagi strategi, ide, dan pelajaran yang mereka dapatkan dalam menerapkan pemasaran digital. Hal ini dapat memperkaya pengetahuan dan memberikan inspirasi baru untuk meningkatkan bisnis mereka.
5. Dengan mengimplementasikan saran-saran ini, diharapkan kegiatan pelatihan dan pendampingan tentang pemasaran berbasis digital dan CRM dapat terus memberikan manfaat yang lebih besar bagi TPB Margarana.

KESIMPULAN (Times New Roman, size 12)

Kesimpulan dari Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing dan Pemandu Wisata untuk meningkatkan Potensi Pariwisata di TPB Margarana adalah sebagai berikut :

1. Pada Pelatihan Digital Marketing, Peserta menunjukkan antusias yang tinggi terhadap pelatihan tersebut yang ditunjukkan dengan berbagai macam pertanyaan yang muncul kepada pemateri terkait topik tersebut. Hal tersebut sangat dirasakan manfaatnya oleh peserta pelatihan yang belum mengetahui secara baik mengenai praktek dari digital communication tersebut..
2. Pelatihan Pemandu Wisata, mendapatkan respon yang baik dari peserta dengan komitmen bahwa peserta harus dapat mempelajari lebih lanjut mengenai sejarah yang ada pada TPB Margarana untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam kepada pengunjung.
3. Hasil evaluasi para peserta 98% puas dengan adanya Pengembangan Potensi Wisata melalui pelatihan Digital Marketing dan Pemandu Wisata.

4.

2

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS (Times New Roman, size 12)

Berisi deskripsi tentang ucapan terima kasih atau pengakuan kepada pihak-pihak (perseorangan atau institusi) yang turut terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam mensukseskan kegiatan program pengabdian masyarakat. (Times New Roman, size 12, Spacing: before 0 pt; after 0 pt, Line spacing: 1,5)

DAFTAR REFERENSI

- [1] A. A. P. Sugiantiningsih, I Made Adiwidya Yowana, I Made Yunita, I Gede Putu Yasa, Moch.Noor, and I Gde Oka Saputra, "Pengelolaan Taman Pujaan Bangsa di Margarana Tabanan Bali," *International Journal of Community Service Learning*, vol. 7, no. 1, pp. 121–127, Feb. 2023, doi: 10.23887/ijcsl.v7i1.54300.
- [2] "Museum Monumen Nasional Taman Pujaan Bangsa Margarana ."
- [3] S. Arininta and E. Widiati, "Penggunaan Instagram dalam Meningkatkan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan pada Museum Nasional Indonesia," 2023.
- [4] M. Edrea and Y. F. Dewantara, "Analisis 4A terhadap Minat Berkunjung di Museum Nasional Jakarta," *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, vol. 6, no. 9, pp. 6953–6962, Sep. 2023, doi: 10.54371/jiip.v6i9.2840.

Pengembangan Potensi Wisata Taman Pujaan Bangsa Margarana Melalui Pelatihan Digital Marketing dan Pelatihan Pemandu Wisata

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

ejournal.45mataram.ac.id

Internet Source

2%

2

jurnal.umk.ac.id

Internet Source

2%

3

balisatuberita.com

Internet Source

1%

4

www.madaniya.pustaka.my.id

Internet Source

1%

5

balitribune.co.id

Internet Source

1%

6

duniapuisi88.blogspot.com

Internet Source

1%

7

ejournal.unisbablitar.ac.id

Internet Source

1%

8

www.balitiratour.com

Internet Source

1%

satudeako.wordpress.com

9	Internet Source	1 %
10	garuda.ristekbrin.go.id Internet Source	1 %
11	Submitted to Universitas Jambi Student Paper	1 %
12	id.unionpedia.org Internet Source	1 %
13	journal.arimbi.or.id Internet Source	1 %
14	www.tuanisianipar.blogspot.com Internet Source	1 %
15	geograf.id Internet Source	1 %
16	journal-nusantara.com Internet Source	1 %
17	pasca.unesa.ac.id Internet Source	1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On