

**RANCANG BANGUN PLATFORM MARKETPLACE PARIWISATA
DI KOTA SAWAHLUNTO SUMATERA BARAT**

***DESIGN AND DEVELOPMENT OF A TOURISM MARKETPLACE PLATFORM
IN SAWAHLUNTO CITY WEST SUMATRA***

TESIS

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan
gelar Magister Terapan Pariwisata



Oleh:

SHINTIA BANISUSANYA
NOMOR INDUK : 2023109022

**PROGRAM MAGISTER TERAPAN PARIWISATA
PROGRAM STUDI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN PARIWISATA**

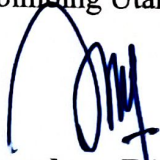
**POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

RANCANG BANGUN *PLATFORM MARKETPLACE* PARIWISATA DI KOTA SAWAHLUNTO SUMATERA BARAT

NAMA : SHINTIA BANISUSANYA
NIM : 2023109022
JURUSAN : MAGISTER TERAPAN PARIWISATA
PROGRAM STUDI : PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN
PARIWISATA

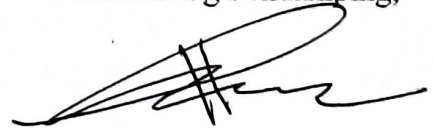
Pembimbing Utama,



Dr. Ananta Budhi Danurdara, BA., M.Sc., CPM (Asia)

NIP. 19750611 200212 1 001

Pembimbing Pendamping,



Dr. Herlan Suherlan, MM.

NIP. 19680127 199803 1 001

Penguji I,



Dr. Beta Budi Setyorini, M.Sc.

NIP. 19720119 200212 2 001

Penguji II,



Dr. Teddy Chandra, S.Sos., M.Pd.

NIP. 19820707 201101 1 005

Bandung, 28 Juli 2025

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik
Kemahasiswaan dan Kerjasama



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CEE

NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik Pariwisata NHI
Bandung



Dr. Anwari Masatip, MM.Par., CEE

NIP. 19750415 200212 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Shintia Banisusanya
Tempat/Tanggal Lahir : Saok Laweh/24 Mei 1991
NIM : 2023109022
Program Studi : Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata
Jurusan : Magister Terapan Pariwisata

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:
RANCANG BANGUN *PLATFORM MARKETPLACE* PARIWISATA DI KOTA SAWAHLUNTO SUMATERA BARAT ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang, dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 28 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Shintia Banisusanya
NIM: 2023109022

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, penulis ucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga tesis ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Tesis dengan judul “**Rancang Bangun Platform Marketplace Pariwisata di Kota Sawahlunto Sumatera Barat**” ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Program Magister Terapan Pariwisata di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada kedua orang tua dan keluarga atas do’a serta dukungan yang senantiasa diberikan sepanjang proses ini. Ucapan terimakasih tidak lupa penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, S.Sos., MM.Par., CEE., selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE., selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Dr. Wisnu Bawa Tarunajaya, MM., CHT., selaku Ketua Program Pascasarjana Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Bapak Dr. Ananta Budhi Danurdara, BA., M.Sc., CPM (Asia), selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan masukan yang sangat berharga dalam menyusun dan menyelesaikan tesis ini.
5. Bapak Dr. Herlan Suherlan, MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.

6. Bapak Adri Yusman, S.Sos., MM., selaku Kepala Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Sawahlunto yang telah meluangkan waktunya dan memberikan pandangan-pandangan mengenai pariwisata di Kota Sawahlunto.
7. Ibu Siska Rahmalinda, SS., dan seluruh pegawai Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Sawahlunto yang telah membantu memberikan data kepada penulis.
8. Seluruh Dosen Pengajar Program Magister Terapan Pariwisata Politeknik Pariwisata NHI Bandung yang telah membimbing dan memberikan ilmunya kepada penulis.
9. Rekan-rekan Program Magister Terapan Pariwisata Angkatan 2023 yang selalu memberikan dukungan yang berharga kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan untuk menyempurnakan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi yang berguna, baik bagi penulis maupun bagi semua pihak yang membacanya.

Bandung, Juli 2025

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh potensi pariwisata Kota Sawahlunto yang besar namun belum dioptimalkan secara maksimal, khususnya dalam hal promosi dan pemasaran digital. Rendahnya jumlah kunjungan wisatawan serta belum adanya *platform* terpadu yang dapat mengintegrasikan informasi, reservasi, dan transaksi pariwisata menjadi alasan utama perlunya pengembangan media promosi berbasis teknologi. Berdasarkan kondisi tersebut, dirumuskan dua permasalahan utama: (1) apa saja potensi daya tarik wisata yang dimiliki Kota Sawahlunto, dan (2) bagaimana merancang *platform marketplace* untuk memasarkan pariwisata kota tersebut secara efektif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi potensi wisata sejarah, alam, dan buatan di Kota Sawahlunto, serta merancang dan mengembangkan sebuah *platform marketplace* berbasis *website* yang dapat mendukung promosi dan transaksi pariwisata secara efisien. Penelitian ini menggunakan metode penelitian dan pengembangan (R&D) dengan pendekatan model ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation*), serta pendekatan kualitatif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *marketplace* yang dikembangkan yaitu www.sawahluntotourism.com dapat menjadi media digital yang efektif untuk meningkatkan visibilitas destinasi, memfasilitasi interaksi antara wisatawan dan penyedia jasa, serta mendukung upaya pelestarian warisan budaya. *Platform* ini dilengkapi dengan fitur informasi destinasi, sistem pemesanan, metode pembayaran digital, serta tampilan antarmuka yang *user-friendly*, sehingga mampu meningkatkan efisiensi pemasaran pariwisata di Kota Sawahlunto secara berkelanjutan.

Kata kunci: *marketplace* pariwisata, pemasaran pariwisata, Kota Sawahlunto, model ADDIE.

ABSTRACT

This study is motivated by the considerable tourism potential of Sawahlunto City which has not been optimally utilized, particularly regarding promotion and digital marketing. The low number of tourist visits and the absence of an integrated platform that combines information, reservations, and tourism transactions are the main reasons for the need to develop a technology-based promotional medium. Based on these conditions, two main research problems are formulated: (1) What are the tourism potentials of Sawahlunto City, and (2) How can a marketplace platform be designed to effectively promote tourism in the city. The aim of this study is to identify the historical, natural, and artificial tourism attractions of Sawahlunto City and to design and develop a website-based tourism marketplace platform that supports efficient tourism promotion and transactions. This research adopts a Research and Development (R&D) approach using the ADDIE model (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation) and employs qualitative methods through interviews, observations, and documentation. The research findings indicate that the developed marketplace, www.sawahluntotourism.com, can serve as an effective digital medium to enhance destination visibility, facilitate interactions between tourists and service providers, and support the preservation of cultural heritage. The platform is equipped with features including destination information, booking systems, digital payment methods, and a user-friendly interface, making it capable of improving tourism marketing efficiency in Sawahlunto City in a sustainable manner.

Keywords: tourism marketplace, tourism marketing, Sawahlunto City, ADDIE model.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN MAHASISWA	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Masalah Penelitian	9
C. Fokus Penelitian	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
E. Luaran Penelitian	11
F. Sistematika Penulisan	11
BAB II	13
PENDEKATAN PENELITIAN	13
A. Pendekatan yang Digunakan	13
1. Konsep Marketplace	13
2. Konsep Website	17
3. Pemasaran Pariwisata	26
B. Penelitian / Proyek Terdahulu	30
C. Kerangka Penelitian	36
BAB III	37
METODOLOGI PENELITIAN	37
A. Metode Penelitian	37
B. Karakteristik Lokus dan Subyek Penelitian	43
C. Sumber Data	46
D. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data	47
E. Validitas Data	49

F. Analisis Data	50
G. Jadwal Kerja Penelitian dan Penyusunan Tesis	54
BAB IV	55
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Hasil Penelitian.....	55
1. Gambaran Umum Destinasi	55
2. Potensi Wisata dan Daya Tarik Utama	58
3. Pola Kunjungan Wisatawan	71
4. Kesiapan SDM dan Pelaku Industri Pariwisata	74
5. Keberlanjutan Lingkungan dan Aspek Sosial Budaya.....	76
6. Kebijakan dan Strategi Pengelolaan yang Diterapkan.....	79
B. Pembahasan	82
1. Tahap Analisis Kebutuhan	82
2. Tahap Desain	88
3. Tahap Pengembangan	99
4. Tahap Implementasi.....	100
5. Tahap Evaluasi.....	101
6. Interpretasi Temuan	103
7. Rekomendasi untuk Penelitian Lebih Lanjut.....	106
BAB V.....	108
SIMPULAN, IMPLIKASI DAN LUARAN STUDI.....	108
A. Simpulan.....	108
B. Implikasi.....	109
C. Luaran Studi	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Use Case Diagram.....	24
Gambar 2.2 Data Flow Diagram	25
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 3.1 Model ADDIE	37
Gambar 3.2 Alur Kegiatan Penelitian	42
Gambar 3.3 Gedung Pusat Kebudayaan Sawahlunto.....	43
Gambar 3.4 Peta Wisata Kota Sawahlunto	44
Gambar 3.5 Model Analisis Interaktif	53
Gambar 4.1 Ombilin Coal Mining Heritage of Sawahlunto	56
Gambar 4.2 Museum Goedang Ransoem.....	59
Gambar 4.3 Museum Lubang Tambang Batubara Suro.....	60
Gambar 4.4 Museum Kereta Api	61
Gambar 4.5 Batu Runciang	62
Gambar 4.6 Puncak Cemara.....	63
Gambar 4.7 Meer von Kandi Heritage	64
Gambar 4.8 Waterboom Sawahlunto	65
Gambar 4.9 Taman Satwa Kandi	66
Gambar 4.10 Kebun Buah Kandi	67
Gambar 4.11 Desa Wisata Rantih	68
Gambar 4.12 Camping Ground Kandi	69
Gambar 4.13 Flowchart Sistem.....	88
Gambar 4.14 Data Flow Diagram Level 0	90
Gambar 4.15 Data Flow Diagram Level 1	91
Gambar 4.16 Data Flow Diagram Level 2	92
Gambar 4.17 Diagram Entity Relationship.....	93
Gambar 4.18 Halaman Utama.....	95
Gambar 4.19 Halaman Destinasi Wisata	96
Gambar 4.20 Halaman Detail Destinasi Wisata.....	96
Gambar 4.21 Halaman Check Out	97
Gambar 4.22 Halaman Tentang Sawahlunto	97
Gambar 4.23 Halaman Kontak.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap PAD Kota Sawahlunto.....	3
Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Berdasarkan Kota.....	4
Tabel 2.1 Penelitian / Proyek Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian	54
Tabel 4.1 Gambaran Umum Destinasi	58
Tabel 4.2 Potensi Wisata Kota Sawahlunto	70
Tabel 4.3 Jumlah Pengunjung Wisatawan Mancanegara dan Domestik	72
Tabel 4.4 Jumlah Pengunjung Daya Tarik Wisata di Kota Sawahlunto	73
Tabel 4.5 Pola Kunjungan Wisatawan	74
Tabel 4.6 Capaian Indikator Kinerja Daerah Urusan Pemerintah.....	75
Tabel 4.7 Komunitas Budaya yang ada di Kota Sawahlunto.....	77
Tabel 4.8 Keberlanjutan Lingkungan dan Aspek Pelestarian Budaya	79
Tabel 4.9 Kebijakan dan Strategi Pengelolaan yang Diterapkan	81
Tabel 4.10 Analisis Kebutuhan	86

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, F., & Khozaimi, A. (2020). Rancang Bangun Sistem E-Marketplace Pariwisata Madura. *Jurnal SimanteC*, 8(2).
- Ali, G., Winarti, D., Vitriani., Okmayura, F., & Satria, R. (2022). Perancangan E-Tourism Untuk Meningkatkan Pariwisata di Kota Sawahlunto. *Jurnal SIMTIKA*, 5(2).
- APJII. (2024). *Hasil Survei Internet APJII*. Survei.apjii.or.id. <https://survei.apjii.or.id/> Diakses 14 Maret 2025.
- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi*, 1(2).
- Astari, D. (2023). *Tumbas (Tourism Marketplace Berbasis Website) sebagai Media Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen dalam Mempromosikan Pariwisata*. (Tesis, IAINU Kebumen).
- Atmaja, J. P. (2023). Peran Teknologi Informasi dalam Peningkatan Daya Saing Destinasi Pariwisata di Indonesia. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 11(1).
- Audon, K. C., & Laudon, J. P. (2014). *Sistem Informasi Manajemen: Mengelola Perusahaan Digital* (Edisi 13). Jakarta: Salemba Empat.
- Badan Perencanaan, Penelitian, dan Pengembangan Daerah (Barenlibangda) Kota Sawahlunto. (2023). *Rencana Pembangunan Daerah Kota Sawahlunto Tahun 2024-2026*. Pemerintah Kota Sawahlunto.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat. (2024). *Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat*. <https://sumbar.bps.go.id/id/statistics-table/2/MzEyIzI=/kunjungan-wisatawan-pada-daya-tarik-wisata-dtw-berbayar-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-sumatera-barat-.html>
- Branch, R. M. (2009). *Instructional Design: The ADDIE Approach*. MA: Springer US.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). "Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on and 10 Years After The Internet-The State of ETourism Research." *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
- Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kota Sawahlunto. (2023). *Rencana Strategis Perubahan (Renstra) Tahun 2024-2026 Pemerintah Kota Sawahlunto*. Pemerintah Kota Sawahlunto.
- Elgamar. (2020). *Konsep Dasar Pemrograman Website dengan PHP*. Malang: Ahlimedia Book.
- Fadli, M., & Putra, A. (2021). Analisis Kebutuhan Pengguna Pada Aplikasi Pemesanan Wisata Berbasis Mobile di Bali. *Prosiding Seminar Nasional Informatika*, 112-125.
- Fajri, M. (2016). *Rancang Bangun Sistem Informasi Wisata dan Kebudayaan di Sumatera Barat Menggunakan Konsep Crowdsourcing Berbasis Website*. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Fauzan, A., et al. (2022). Pengembangan Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Web (Studi Kasus: Kota Sawahlunto). *Jurnal Teknologi Informasi*, 15(2), 45-60.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart Tourism: Foundations and Developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188.

- Hsu, T., Lee-Hsieh, J., & Turton, M. A. (2014). Using The Addie Model to Develop Online Continuing Education Courses on Caring for Nurses in Taiwan. *The Journal of Continuing Education in Nursing*, 45(3), 124-131.
- Indriani, D. (2021). Aplikasi Pariwisata Provinsi Sumatra Barat Berbasis Website. *UG Journal*, 14(9).
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2024). Menpar Optimistis Capaian Kinerja Pariwisata 2024 Lampau Realisasi Tahun Sebelumnya. *Kemenparekraf.go.id*. <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menpar-optimistis-capaian-kinerja-pariwisata-2024-lampaui-realisasi-tahun-sebelumnya> Diakses 26 Februari 2025.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2010). *Marketing for Hospitality and Tourism* (5th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kusumaningsih, S., Sutopo, J., & Nurlaeli, F. (2021). *Buku Panduan Marketplace*. Surabaya: CV Global Aksara Pers.
- Mairiska, R., Zulqayyim, & Nopriyasman. (2024). Keberlanjutan Warisan Dunia: Ombilin Coal Mining Heritage of Sawahlunto. *Santhet: Jurnal Sejarah, Pendidikan dan Humaniora*, 8(1).
- Martantoh, E., & Aripudin, M. (2023). Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web dengan Metode ADDIE Pada Kedai Kopi Karawang. *Jurnal Innovation and Future Technology (IFTECH)*, 5(2).
- Martoyo, A., Wiliani, N., & Basri, H. (2022). Strategi Promosi Desa Wisata Tanjungjaya KEK Tanjung Lesung melalui Platform Digital. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(2).
- Middleton, V., & Clarke, J. (2001). *Marketing in Travel and Tourism* (3rd ed.). Elsevier, Oxford.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook* (3rd ed. T. R. Rohidi, Trans.) USA: Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Opiida. (2014). Pengertian Marketplace. *Sarjanaekonomi*.
- Pemerintah Kota Sawahlunto. (2019). *Peraturan Daerah Kota Sawahlunto Nomor 1 Tahun 2019 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Sawahlunto Tahun 2019-2033*.
- Putra, H. Y., & Afnarius, S. (2016). Perancangan Aplikasi Web dan Mobile GIS Pariwisata Sumatera Barat. *Jurnal Conference APTIKOM*, 6, 28-29.
- Rahman, T. (2019). Strategi Digital Marketing untuk Destinasi Wisata Sejarah di Sumatera Barat. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 8(1).
- Riadi, E. (2011). *Statistika Penelitian: Analisis Manual dan IBM SPSS*. Jogjakarta: Pustaka Belajar.
- Rianto, I. (2018). *Marketplace Paket Wisata di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta*. (Skripsi, Universitas Islam Indonesia).
- Ridho, M. R., Fajrah, N., Afriana, & Fifi. (2022). Aplikasi Marketplace Wisata Batam dengan Community Based Tourism. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi dan Sains*, 2(2), 45-52.

- Rizal, M. S., & Julianto, V. (2019). Rancang Bangun Aplikasi Marketplace Tour dan Travel di Kota Semarang. *Jurnal Sains dan Informatika*, 5(1), 23-30.
- Sudiarta, I Nyoman. (2011). Strategi Pemasaran: Mengintegrasikan Konsep Pemasaran Pariwisata, Gaya Hidup Konsumen dan Manajemen Destinasi Pariwisata Menuju Kualitas Pengalaman Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi STIE Triatma Mulya*, 16(2), 15-28.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadana, M. L., & Octavia, V. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta
- Susilo, M. (2018). Rancang Bangun Website Toko Online Menggunakan Metode Waterfall. *Jurnal Nasional Informatika dan Teknologi Jaringan*, 2(2).
- Syahrizal, L. D. A. (2024). *Rancang Bangun Marketplace Pariwisata Lombok Berbasis Website*. (Tesis, Universitas Mataram).
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T.-P., & Turban, D. C. (2015). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Perspective*. Springer.
- Utama, I. G B. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wulandari, S., et al. (2020). Pengembangan E-Tourism untuk Destinasi Heritage di Jawa Barat. *Jurnal Teknologi Informasi*, 15(2), 45-60.