

## Strategi Peningkatan Jumlah Pengunjung Desa Wisata Kampung Tua Bakau Serip Mangrove Pandang Tak Jemu

Ratih Anggraini<sup>1\*</sup>, Edy Yulianto Putra<sup>1</sup>, Lily Sudhartio<sup>1</sup>, Agustinus Setyawan<sup>1</sup>, Ferdinand Nainggolan<sup>1</sup>, Siti Rohani<sup>1</sup>, Muhammad Rivaldy Hisham<sup>1</sup>, Dewi Kurniawaty<sup>1</sup>, Muhammad Ilham Putro Prabowo<sup>1</sup>, Herman Eka Putra<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia

\*Correspondence: [ratih@uib.ac.id](mailto:ratih@uib.ac.id)

### ABSTRACT

The Tourism Village is one of the tourist attractions in Batam City that supports sustainable development goals. The increase in the number of visitors who come to the Tourism Village has a considerable impact on supporting the economy of the people who live in the Tourism Village. The purpose of this activity is to assist the manager of the Kampung Tua Bakau Serip Mangrove Pandang Tak Jemu Tourism Village in increasing the number of visitors who come to do mangrove educational tours with maximum social media utilization. This activity was carried out by conducting field observations and social media observations first to determine the level of social media utilization in the Bakau Serip Tourism Village. This activity was carried out cooperatively, namely lecturers, students, and partners who are managers of tourist villages. The results of this activity lecturers and students helped the management of the tourist village to design attractive social media content so that it can be utilized to provide information to the people of Batam about mangrove educational tourism in Nongsa District, Sambau Village.

**Keywords:** Tourism Village; Old Village; Mangrove Education; Social Media Content

### ABSTRAK

Desa Wisata merupakan salah satu objek wisata di Kota Batam yang mendukung tujuan Pembangunan berkelanjutan. Peningkatan jumlah pengunjung yang datang di Desa Wisata memberikan dampak yang cukup besar untuk mendukung ekonomi masyarakat yang tinggal di Desa Wisata. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk membantu pengelola Desa Wisata Kampung Tua Bakau Serip Mangrove Pandang Tak Jemu dalam meningkatkan jumlah pengunjung yang datang untuk melakukan wisata edukasi mangrove dengan pemanfaatan sosial media yang maksimal. Kegiatan ini dilaksanakan dengan melakukan kegiatan observasi lapangan dan observasi media sosial lebih dulu untuk mengetahui Tingkat pemanfaatan sosial media pada Desa Wisata Bakau Serip. Kegiatan ini dilaksanakan secara kooperatif, yaitu dosen, mahasiswa, serta mitra yang merupakan pengelola desa wisata. Hasil dari kegiatan ini dosen dan mahasiswa membantu pengelola desa wisata untuk merancang konten sosial media yang menarik sehingga dapat dimanfaatkan untuk memberikan informasi kepada masyarakat Batam tentang wisata edukasi mangrove di Kecamatan Nongsa, Kelurahan Sambau.

**Keywords:** Desa Wisata; Kampung Tua; Edukasi Mangrove; Konten Sosial Media

Copyright © 2024 The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)

## 1. Pendahuluan

Saat ini, desa wisata merupakan salah satu objek wisata yang menjadi *trend* dikalangan masyarakat (Anggraini, Siagian, et al., 2023). Sebagai salah satu objek yang dituju oleh masyarakat, peningkatan kapasitas dalam hal pengelolaan merupakan salah satu faktor penting (Anggraini, Khornida, et al., 2023). Desa Wisata Kampung Tua Bakau Serip Mangrove Pandang Tak Jemu merupakan salah satu wisata edukasi hutan Mangrove yang banyak didatangi oleh para wisatawan baik dalam negeri maupun luar negeri. Kampung Tua Bakau

Serip sering dikunjungi para wisatawan untuk memperoleh pengetahuan tentang Sejarah hutan mangrove, hingga kegiatan tanam mangrove bersama. (Anggraini, Sharon, et al., 2023) menyatakan bahwa Kampung Tua Bakau Serip memiliki potensi wisata yang dapat dikembangkan. Salah satu upaya untuk meningkatkan jumlah pengunjung di Kampung Tua Bakau Serip adalah dengan memanfaatkan fungsi dari sosial media dengan merancang konten yang menarik tentang hutan mangrove (Anggraini, Sharon, et al., 2023) selain mengharapkan keberhasilan *word of mouth* dalam meningkatkan pengunjung (Anggraini, Yellys, et al., 2024). Anggraini et al., (Anggraini, Hariyanto, et al., 2024) juga melakukan hal yang sama pada Desa Wisata Teluk Mata Ikan, yaitu merancang konten sosial media untuk desa wisata dengan tujuan memaksimalkan jumlah pengunjung dari sosial media yang telah dibuat bersama antara dosen, mahasiswa, dan mitra pengelola desa wisata. Salah satu tujuan dari merancang konten untuk sebuah objek wisata, juga akan menjadi salah satu cara untuk meningkatkan *image* (Anggraini, Kho, et al., 2023).

Pentingnya pertumbuhan desa wisata di Indonesia yang melibatkan kunjungan turis baik dalam negeri maupun luar negeri, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap Kampung Tua Bakau Serip Mangrove Pandang Tak Jemu dalam memaksimalkan konten sosial media agar pengunjung desa wisata dapat bertumbuh dari waktu ke waktu. Kedatangan para turis dapat meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat, seperti aktivitas jual beli *food and beverage*, oleh-oleh, atau souvenir. Hal ini dikarenakan oleh-oleh menjadi salah satu hal yang dicari oleh wisatawan saat berkunjung ke suatu daerah (Anggraini & Sumiati, 2022) dan kuliner merupakan salah satu tujuan bagi masyarakat untuk melengkapi aktivitas wisata yang dilakukannya (Anggraini & Yana, 2022).

## 2. Metode Penelitian

Kegiatan ini dilakukan dengan dua pendekatan, yaitu observasi lapangan yang dilaksanakan pada bulan November 2023. Dosen, mahasiswa, serta mitra dari industri dan mitra pengelola desa wisata melaksanakan observasi lapangan untuk mengetahui kondisi yang terjadi pada Desa Wisata. Kondisi ini meliputi kelayakan sebuah desa wisata untuk dipromosikan lewat konten sosial media. Selain itu, kegiatan ini juga dilaksanakan melalui kegiatan wawancara yang mendalam Bersama pengelola desa wisata, yaitu Bapak Gerry. Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh informasi langsung tentang tingkat kemampuan pengelola dalam merancang konten sosial media untuk menarik minat wisatawan datang berkunjung.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dari kegiatan ini, diperoleh beberapa informasi yang dapat dijadikan sebagai dasar dalam menyusun strategi untuk meningkatkan pengunjung Desa Wisata Kampung Tua Bakau Serip Mangrove Pandang Tak Jemu, beberapa diantaranya adalah membuat website Desa Wisata, Merancang Sosial Media, pelatihan pembuatan konten sosial media, dan cara menggunakan sosial media untuk meningkatkan jumlah kunjungan di Desa Wisata Bakau Serip hutan Mangrove Pandang Tak Jemu. Hasil dari kegiatan ini dibagi menjadi dua tahap, yaitu hasil dari kegiatan observasi lapangan dan pembahasan. Adapun hasil dari kegiatan observasi lapangan dan wawancara dapat dilihat di bawah ini.

### 3.1 Hasil

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan selama beberapa pekan dan dibagi menjadi dua tahap, yaitu hasil dari kegiatan observasi dan hasil dari kegiatan membuat

konten sosial media. Observasi lapangan dilaksanakan dalam beberapa pekan dengan berbagai mitra, yaitu sebagai berikut.

**a. Hasil Observasi Lapangan.**

Observasi lapangan dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kondisi *real* yang terjadi pada Kampung Tua Bakau Serip Mangrove Pandang Tak Jemu. Secara keseluruhan, kondisi Kampung Tua Bakau Serip Mangrove Pandang Tak Jemu sangat layak untuk menjadi destinasi wisata. Selain memiliki tata letak yang baik, Kampung Tua Bakau Serip Mangrove Pandang Tak Jemu juga memiliki kebersihan yang baik. Masyarakat melakukan gotong royong sebagai upaya untuk tetap memberikan kenyamanan kepada para pengunjung melalui kebersihan lingkungan. Sebagai Destinasi Wisata, Kampung Tua Bakau Serip Mangrove Pandang Tak Jemu juga memiliki fasilitas yang cukup lengkap, yaitu pondok untuk tempat berkumpul pengunjung, balai edukasi, fasilitas toilet yang bersih, masjid untuk melaksanakan ibadah shalat, kantin yang menjual makanan dan minuman, penyewaan pondok, serta pondok rajut yang merupakan hasil dari kerajinan tangan Masyarakat yang ada di desa wisata. Keunikan dari Kampung Tua Bakau Serip Pandang Tak Jemu juga memiliki Sejarah yang luar biasa. Sebelum beroperasi menjadi Kawasan wisata edukasi Mangrove, Kampung Tua ini hanya menjadi tempat pembuangan akhir masyarakat Kecamatan Nongsa. Hal ini menjadi salah satu pemantik semangat bagi pengelola desa wisata, untuk menjadikan Kampung Tua ini menjadi salah satu destinasi wisata yang akan bermanfaat tidak hanya untuk masyarakat sekitar, tetapi juga Masyarakat Batam, luar Batam, bahkan turis asing.

Kegiatan Observasi tidak hanya dilakukan dalam 1 kali kunjungan, melainkan dilakukan dalam 3 kunjungan untuk mengetahui kondisi nyata dari Kampung Tua Bakau Serip Mangrove Pandang Tak Jemu. Observasi pertama dilakukan pada Bulan Oktober 2023, yang melibatkan dosen serta tim dari Program Magister Manajemen. Observasi kedua dilaksanakan pada bulan November 2023, yang melibatkan seluruh mahasiswa Magister Manajemen Universitas Internasional Batam (UIB) Angkatan 21 dan 22, Dosen, serta tim program studi. Observasi ketiga dilaksanakan bersama tim dosen Magister Manajemen UIB bersama mitra Industri dari Singapore yaitu **Keystone Offshore Marine** dalam hal ini diwakili oleh Bapak **Dennis**. Kegiatan observasi lapangan ini menjadi langkah awal yang baik bagi Program Magister Manajemen UIB untuk menyusun strategi lima tahun ke depan pengembangan Desa Wisata Kampung Tua Bakau Serip Mangrove Pandang Tak Jemu.



**Gambar 1.** Kegiatan observasi pertama, observasi kedua, observasi ketiga dalam tujuan pembinaan Kampung Tua Bakau Serip

### b. Hasil Kegiatan Perancangan Konten Sosial Media.

Setelah melaksanakan observasi dan wawancara langsung di lapangan, kegiatan selanjutnya adalah memilih satu kegiatan yang penting untuk dilaksanakan lebih dahulu, yaitu merancang konten sosial media. Konten sosial media merupakan salah satu faktor penting untuk membentuk *brand image* bagi sebuah objek yang dikunjungi (Anggraini et al., 2023). Perancangan sosial media dilakukan oleh mahasiswa bersama dengan bantuan masyarakat sekitar, serta ketua Pokdarwis dari Desa Wisata Bakau Serip. Kegiatan utama yang dilakukan adalah dengan mengambil dokumentasi kondisi terkini, mengambil *video* rekaman yang kemudian akan digunakan pada proses *editing video*, selanjutnya akan dilakukan proses publikasi pada sosial media.



Hasil perancangan konten sosial media yang dilaksanakan oleh dosen dan mahasiswa juga sudah di *upload* di youtube Magister Manajemen UIB. Konten sosial media yang dirancang berupa *company profile* yang dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan kondisi dan suasana Kampung Tua Bakau Serip di Kecamatan Nongsa, Kelurahan Sambau. Keindahan alam yang diperoleh melalui proses pelertarian hutang Mangrove menjadikan Hutan Mangrove Pandang Tak Jemu ini memiliki estetika yang dapat dinikmati untuk berbagai kegiatan, tidak hanya terbatas pada wisata edukasi, tetapi banyak hal yang dapat dilakukan oleh turis. *Company profile* Kampung Tua Bakau Serip ini memperkenalkan asal usul hutan mangrove hingga fasilitas yang tersedia di desa wisata.

### 3.2 Pembahasan

Desa wisata merupakan salah satu objek yang dapat digunakan untuk mencapai *sustainable tourism*. Hal ini ditandai dengan jumlah desa wisata yang meningkat dari waktu ke waktu sesuai dengan data yang disajikan oleh Kemenparekraf, yaitu sebanyak 6033 desa wisata dengan kategori maju, mandiri, rintisan, dan berkembang (Jadesta, 2024). Namun, jika dilihat dari data yang tersedia di Kemenparekraf RI, jumlah desa wisata dengan kategori maju mandiri serta rintisan dan berkembang memiliki perbandingan yang sangat jauh. Hal ini disebabkan tingkat kemandirian dari sebuah desa wisata masih sangat perlu ditingkatkan. Kapasitas masyarakat desa wisata perlu pendampingan secara terstruktur dan terjadwal agar pengembangan kemampuan masyarakat untuk pengelolaan desa wisata dapat diukur dari waktu ke waktu.

Kampung Tua Bakau Serip merupakan salah satu Kampung Tua yang cukup memiliki fasilitas pendukung untuk berkembang menjadi desa wisata dengan kategori Mandiri. Fasilitas-fasilitas yang dimiliki oleh Kampung Tua Bakau Serip juga sangat layak jika dijadikan objek untuk konten sosial media. Dari hasil observasi yang dilaksanakan bersama

dosen, mahasiswa, dan mitra industri, Kampung Tua Bakau Serip sangat berpotensi untuk menjadi Desa Wisata dengan kategori Mandiri jika *disupport* oleh banyak pihak. Hasil dari kegiatan yang dilaksanakan bersama dosen dan mahasiswa Magister Manajemen UIB, selain merancang konten sosial media untuk meningkatkan jumlah pengunjung, ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan agar pengelolaan Desa Wisata Kampung Tua Bakau Serip dapat lebih maksimal, diantaranya adalah sebagai berikut:

**a. Melakukan Branding Edukasi Mangrove.**

Desa wisata Kampung Tua Bakau Serip Mangrove memiliki satu kelebihan yang dapat dijadikan *branding* yang bagus untuk memperkenalkan kepada Masyarakat tentang eksistensi hutan Mangrove, yaitu pusat edukasi mangrove. Pusat Edukasi Mangrove pada dasarnya sangat diminati oleh lembaga yang sangat mendukung keberlanjutan alam. Aktivitas melakukan edukasi Mangrove kepada Masyarakat sudah sering dilaksanakan oleh Kampung Tua Bakau Serip. Berbagai tamu yang datang ke Bakau Serip memang memiliki tujuan khusus untuk melaksanakan penelitian tentang hutan Mangrove. Dari kegiatan yang rutin dilaksanakan, maka penting bagi desa wisata untuk melakukan *branding* terhadap desa wisata tersebut dengan nama Pusat Edukasi Mangrove di Kota Batam. Dengan adanya *branding* yang kental dan terdengar dimasyarakat, maka Kampung Tua Bakau Serip akan dikunjungi terutama pada kegiatan mengenal, melestarikan, hingga menanam mangrove. Hal ini menjadi awal yang baik bagi desa wisata dalam meningkatkan variasi pada sosial medianya.

**b. Membuat Paket Wisata**

Kampung Tua Bakau Serip, belum memiliki paket wisata yang khusus memberikan paket edukasi Mangrove kepada para turis. Dari hasil kegiatan yang dilaksanakan, jika Kampung Tua Bakau Serip memiliki paket wisata yang lengkap dengan menyertakan harga, maka dapat menjadi promosi yang baik dengan tujuan meningkatkan jumlah pengunjung baik di kota Batam, luar Batam, atau turis mancanegara seperti Singapore dan Malaysia. Paket wisata ini bisa dilakukan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, bahkan dapat juga dilakukan bekerjasama dengan sekolah yang ada di Batam mulai dari SD, SMP, hingga SMA. Dalam beberapa strategi marketing, paket wisata merupakan salah satu langkah praktis dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

**c. Meningkatkan Kemampuan Entrepreneurship**

Kampung Tua Bakau Serip memiliki banyak potensi untuk meningkatkan ekonomi masyarakat. Informasi yang diperoleh pada kegiatan ini, bahwa masyarakat Kampung Tua Bakau Serip telah memiliki Kelompok Usaha Bersama (KUB), dimana Masyarakat telah memiliki beberapa produk yang dapat dijual dan dipasarkan menjadi ciri khas desa wisata walaupun masih memerlukan pelatihan-pelatihan dalam peningkatkan kualits produk, packaging, serta inovasi produk. Saat ini Kampung Tua Bakau Serip sudah memiliki pondok rajut sebagai tempat untuk menampung produk-produk yang dihasilkan oleh Masyarakat. Produk tersebut menjadi andalan desa wisata untuk meningkatkan ekonomi dan membantu sesama masyarakat.

**d. Meningkatkan Tata Kelola Desa Wisata**

Tata kelola menjadi salah satu hal dasar yang harus diperbaiki pada desa wisata ini. Tata kelola yang dimaksud adalah dalam pengelolaan keuangan, standard operasional, serta peran *community based tourism* yang memang diatur dalam job description di desa wisata. Jika tata kelola ini benar-benar dilaksanakan dengan baik dan melibatkan seluruh lapisan Masyarakat, maka Kampung Tua Bakau Serip dapat menjadi salah satu desa wisata dengan kategori mandiri karena telah memiliki tata kelola yang baik dalam pengembangan desa wisata. Untuk mewujudkan tata kelola yang baik, bagi sebuah desa wisata, dibutuhkan pemimpin yang memiliki visi misi yang baik dalam pengembangan desa wisata (Anggraini, Kho, et al., 2023).

#### e. Membuat Website Desa Wisata

Kampung Tua Bakau Serip belum memiliki *website official* untuk memperkenalkan fasilitas, produk, harga, serta paket wisata kepada masyarakat. Hal ini menjadi kendala dalam melakukan promosi secara masif, sehingga dirasakan perlu adanya inisiasi bersama dengan elemen masyarakat untuk meningkatkan kesadaran wisata agar mampu mendatangkan wisatawan manca negara maupun wisatawan domestik melalui pemasaran digital (Sama et al., 2019). Konten website untuk meningkatkan *exposure* terkait dengan keindahan laut dan bakau di desa ini selanjutnya juga perlu diintegrasikan dengan sosial media, adapun tujuannya untuk dapat mempromosikan sekaligus meningkatkan tingkat kunjungan, pembelian produk yang dihasilkan dari desa wisata untuk menjadikan sektor pariwisata yang berkelanjutan (Putra & Aprilson, 2022).

#### f. Perbaikan Fasilitas Balai Edukasi Mangrove

Salah satu faktor penting untuk meningkatkan kunjungan adalah *physical environment* (Wijaya & Anggraini, 2023). Desa Wisata Bakau Serip juga memiliki berbagai penawaran wisata selain menikmati keindahan laut, pasir putih, dan juga bakau yang ada tersebar di sekeliling lautannya. Hal lain yang menjadi poin utama dalam peningkatan intensitas kunjungan kembali adalah edukasi yang diberikan kepada pengunjung. Berdasarkan hal tersebut maka perbaikan yang harus dilakukan utamanya adalah balai edukasinya yang merupakan tempat untuk duduk, menggelar acara edukasi, dan kegiatan lainnya. Kegiatan untuk edukasi terkait dengan tanaman bakau, hingga kegiatan penanaman bakau di laut biasanya diadakan oleh pihak sekolah hingga tingkat perguruan tinggi, bahkan tidak jarang kegiatan dari korporat juga pernah dilakukan di desa ini. Balai edukasi ini diharapkan mampu menjadi tempat yang mengakomodir seluruh kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh berbagai pihak di desa ini, dengan tujuan dapat memberikan kenyamanan kepada pihak yang terlibat serta bisa menjadi sarana prasarana yang terus dapat dimanfaatkan untuk peningkatan nilai ekonomi di desa ini.

### 4. Kesimpulan

Desa wisata Kampung Tua Bakau Serip merupakan objek wisata yang fokus pada edukasi mangrove di Kota Batam. Pengunjung yang datang ke Kampung Tua Bakau Serip, tidak hanya dari Batam atau Kepri, melainkan dari beberapa negara seperti Korea, Singapore, Malaysia. Selain menjadi objek wisata yang dikunjungi oleh turis dan wisatawan, Kampung Tua Bakau Serip Mangrove Pandang Tak Jemu juga sangat berpotensi untuk menjadi wisata khusus edukasi mangrove, sehingga pengelola desa wisata dapat membuat paket edukasi yang akan dipromosikan ke sekolah, baik dari Tingkat SD sampai dengan SMA. Selain itu, lahan yang luas juga dapat digunakan untuk mengadakan *Camping* bagi siswa SMA maupun mahasiswa jika ingin melaksanakan *outbound*. Sejumlah kegiatan ini tidak akan dapat terlaksana dan terealisasi jika tidak ada upaya promosi yang maksimal dari pengelola desa wisata, sehingga mahasiswa Magister Manajemen Universitas Internasional Batam

### 5. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami ucapkan kepada seluruh dosen magister manajemen, mahasiswa magister manajemen Universitas Internasional Batam Angkatan 21, mitra industri Key Stone Offshore Marine, Singapore dan seluruh pihak yang terlibat di dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM). Kami juga mengucapkan terima kasih kepada pengelola desa wisata Kampung Tua Bakau Serip Mangrove Pandang Tak Jemu yang telah memberikan waktu kepada PS Magister Manajemen Universitas Internasional Batam

untuk melakukan kegiatan dalam rangka merancang konten sosial media yang dapat digunakan bagi desa wisata untuk meningkatkan pengunjung.

### Daftar Pustaka

- Anggraini, R., Hariyanto, O. I. B., Sihombing, D. A., Hefri, H., Ariyanto, Purba, H. R. P., Aliandrina, D., Meliawati, Kwok, S., & Piandi. (2024). Strategi Peningkatan Kapasitas Masyarakat Kampung Tua Teluk Mata Ikan Melalui Pelatihan SDM dan Pengelolaan Sosial Media. *Dedikasi Sains Dan Teknologi*, 4(1), 16–22. <https://doi.org/https://doi.org/10.47709/dst.v4i1.3340>
- Anggraini, R., Kho, K., Nainggolan, F., 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/https://doi.org/10.37253/se.v2i1.8689>
- Anggraini, R., Khornida, D., & Marheni. (2023). Strategi Pengembangan Potensi Wisata sebagai Upaya Peningkatan Eksistensi Ekowisata dan Meningkatkan Ekonomi Masyarakat pada Desa Wisata Kampung Terih. *Strategi Pengembangan Potensi Wisata Sebagai Upaya Peningkatan Eksistensi Ekowisata Dan Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Pada Desa Wisata Kampung Terih*, 3(3), 1040–1051. <https://doi.org/10.47709/jebma.v3i3.3277>
- Anggraini, R., Sharon, Aliandrina, D., Setyawan, A., Sudhartio, L., & Nainggolan, F. (2023). Strategi Optimalisasi Penggunaan Sosial Media sebagai Upaya dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Desa Wisata Bakau Serip. *Dedikasi Sains Dan Teknologi*, 3(2), 252–258. <https://doi.org/10.47709/dst.v3i2.3255>
- Anggraini, R., Siagian, Y. M., & Yusran, H. L. (2023). Influencing Factors Enhancement Innovation Performance of Rural Tourism in Indonesia. *European Journal of Business & Management Research*, 8(3), 11–26. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2023.8.3.1939>
- Anggraini, R., & Sumiati, S. (2022). Analisis Pengaruh Faktor Brand Image, Food Quality, Price dan E-Wom terhadap Repurchase Intention pada Oleh-Oleh Khas Kota Batam. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah (JESYA)*, 5(2), 1214–1226. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.715>
- Anggraini, R., & Yana, M. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Tempat, dan Kualitas makanan Khas Melayu Terhadap Kepuasan Pelanggan Wisata Kuliner di Kota Batam. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(1), 1081–1094. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.697>
- Anggraini, R., Yellys, & Aliandrina, D. (2024). Pengaruh Perceived Value dan Trust Terhadap Revisit Intention Dengan Word of Mouth Sebagai Mediasi Di Desa Wisata Kampung Tua Bakau Serip Batam. *MEDIA WISATA*, 22(1), 87–106. <https://doi.org/https://doi.org/10.36276/mws.v22i1.643>
- Putra, E. Y., & Aprilson, L. (2022). the Effect of Social Media Marketing on Purchase Intention in Improving Tourism Sector in Batam. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 11(1), 41–54. <https://doi.org/10.34006/jmbi.v11i1.440>
- Sama, H., Wibowo, T., & Putra, E. Y. (2019). Digital Marketing untuk Pariwisata di Desa Sembulang. *National Conference for Community Service Project*, 1(1), 18–23.
- Wijaya, D. S., & Anggraini, R. (2023). Analysis of the Influence of Physical Environment, Service Quality, and Satisfaction on Revisit Intention at Resort in Batam City. *Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 5(1), 63–71.