

## PENGARUH MEDIA SOSIAL DALAM PROMOSI WISATA PANTAI PONDOK PERMAI INDAH PERBAUNGAN

Ester Sinurat \*1  
Ika Anggi Fadillah <sup>2</sup>  
Lolona Manik <sup>3</sup>  
Marcelina Hutapea <sup>4</sup>  
Tumiar Sidauruk <sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Jurusan Pendidikan Geografi, Universitas Negeri Medan, Sumatera Utara, Indonesia

\*e-mail : [Estersinurat22@gmail.com](mailto:Estersinurat22@gmail.com), [lolonamanik92@gmail.com](mailto:lolonamanik92@gmail.com)

### **Abstrak**

Penelitian ini mengkaji peran media sosial, khususnya Instagram, Facebook, dan TikTok, dalam mempromosikan Pantai Pondok Permai Indah di Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara. Tujuan penelitian adalah untuk memahami bagaimana media sosial dapat meningkatkan promosi wisata dan berkontribusi terhadap pendapatan masyarakat lokal. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram menjadi platform yang paling efektif dalam menarik perhatian wisatawan melalui konten visual yang menarik, fitur interaktif, dan kolaborasi dengan influencer. TikTok, meskipun memiliki potensi viral, belum dimanfaatkan secara optimal oleh pengelola. Selain itu, promosi yang dilakukan melalui media sosial secara signifikan meningkatkan kunjungan wisatawan, menciptakan peluang usaha lokal seperti kuliner, transportasi, dan akomodasi, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar. Kesimpulannya, optimalisasi penggunaan media sosial dapat memperkuat posisi Pantai Pondok Permai sebagai destinasi wisata unggulan.

**Kata kunci:** *Media Sosial, Wisata Pantai , Promosi*

### **Abstract**

This study examines the role of social media, particularly Instagram, Facebook, and TikTok, in promoting Pondok Permai Indah Beach in Perbaungan, Serdang Bedagai Regency, North Sumatra. The research aims to understand how social media can enhance tourism promotion and contribute to the local community's income. Using a qualitative descriptive approach, data were collected through observation, interviews, and document studies. The findings reveal that Instagram is the most effective platform for attracting tourists through engaging visual content, interactive features, and collaborations with influencers. TikTok, while having viral potential, has not been fully utilized by the management. Additionally, social media promotion significantly increases tourist visits, creating local business opportunities such as culinary, transportation, and accommodation services, ultimately boosting community income. In conclusion, optimizing social media usage can strengthen Pondok Permai Beach's position as a leading tourist destination.

**Keywords:** *Social media, beach tourism, promotion*

### **PENDAHULUAN**

Indonesia sebagai negara kepulauan yang memiliki potensi wisata bermacam macam suku, adat-istiadat, dan kebudayaan serta keindahan panorama alamnya, dengan Keunikan wisata alam, buatan ataupun budaya ini kerap di publikasikan baik oleh instansi resmi, pengelola wisata maupun oleh para wisatawan yang telah mengunjunginya. Dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat dan didukung oleh jaringan telekomunikasi yang semakin canggih, membuat dunia seakan terasa mudah untuk menggali informasi hanya dengan hitungan detik. Media sosial sebagai salah satu media komunikasi masa kini telah menjadi konsumsi masyarakat Indonesia sehari hari. Awalnya hanya sebagai media untuk melakukan percakapan/memberikan informasi tetapi kini sudah berkembang menjadi media berbagi foto maupun video baik dalam melakukan promosi.

Media sosial adalah perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi web baru berbasis internet yang memudahkan semua orang untuk berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi, dan membentuk suatu jaringan online, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri.

Media sosial tersebut diantaranya seperti Facebook, Instagram, tiktok dan lain sebagainya. Potensi media sosial yang dimanfaatkan untuk mempromosikan suatu tempat destinasi pariwisata masih tergolong baru dan memiliki daya tarik tersendiri bagi para industri pariwisata. Hal ini dilihat dari banyaknya akun-akun media sosial yang bermunculan di berbagai media sosial. Hal ini tampaknya sejalan dengan potensi yang dimiliki media sosial di Indonesia, dengan penggunaannya melebihi setengah jumlah penduduk Indonesia itu potensi media sosial sebagai media promosi pariwisata sangat besar. Wisata adalah sekelompok orang atau individu yang datang ke suatu tempat tertentu untuk melakukan rekreasi, mengembangkan diri atau belajar keunikan yang ada di tempat yang akan dikunjungi dalam periode waktu tertentu.

Salah satu destinasi wisata Sumatera Utara yaitu Pantai Pondok Permai Indah Perbaungan adalah sebuah objek wisata yang terletak di Dusun 3, Jalan Pantai Cermin Desa Batan Terap, Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara. Pantai ini awalnya merupakan kawasan laut lepas yang digunakan oleh nelayan untuk menangkap ikan. Berbagai aktivitas dapat dilakukan di pantai ini, termasuk berenang (dengan pengawasan karena ombak yang cukup besar), bermain pasir, serta menikmati wahana permainan air seperti banana boat dan jet ski. Adapun media sosial yang digunakan sebagai sarana promosi yaitu Instagram.

Sebelum era media sosial, promosi untuk Pantai Pondok Permai Indah di Perbaungan, Serdang Bedagai, dilakukan melalui berbagai metode tradisional yang memanfaatkan sumber-sumber yang tersedia pada waktu itu. Salah satu metode utama adalah melalui iklan cetak, seperti brosur, majalah, dan surat kabar. Masyarakat dan pihak pengelola pantai menggunakan media ini untuk menyebarkan informasi tentang keindahan alam, fasilitas, dan atraksi yang ditawarkan oleh pantai ini. Promosi juga dilakukan melalui partisipasi dalam pameran pariwisata lokal dan nasional. Dengan menghadiri acara-acara ini, Pantai Pondok Permai bisa menarik perhatian wisatawan serta agen perjalanan, sehingga meningkatkan kesadaran dan minat orang-orang untuk mengunjungi destinasi wisata ini. Selain itu, rekomendasi dari pengunjung sebelumnya atau 'word of mouth' juga menjadi salah satu cara efektif dalam menarik pengunjung baru, karena pengalaman positif yang dibagikan secara lisan sering kali menjadi promosi yang kuat. Berbagai sarana dan prasarana disediakan oleh pengelola pantai Pondok Permai mulai dari kamar mandi yang bersih, pondok yang nyaman dan kuliner yang beraneka ragam.

Pariwisata di Pantai Pondok Permai juga memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan masyarakat sekitar, terutama bagi mereka yang terlibat dalam sektor ekonomi lokal. Dengan adanya objek wisata ini, banyak penduduk setempat yang memanfaatkan peluang untuk membuka usaha, seperti restoran, penyewaan pondok, dan kios yang menjual makanan serta suvenir. Fasilitas yang disediakan di pantai, seperti tempat makan dengan hidangan laut segar dan berbagai aktivitas rekreasi, menarik banyak pengunjung dari luar daerah. Hal ini tidak hanya meningkatkan pendapatan individu tetapi juga menciptakan lapangan kerja baru, sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal secara keseluruhan.

Selain itu, keberadaan Pantai Pondok Permai juga mendorong pengembangan infrastruktur dan layanan publik di sekitarnya. Peningkatan aksesibilitas jalan dan fasilitas umum lainnya menjadi prioritas untuk mendukung arus wisatawan yang semakin meningkat. Dengan lebih banyak pengunjung yang datang, permintaan akan layanan seperti transportasi, akomodasi, dan hiburan juga meningkat. Ini menciptakan efek domino yang positif bagi perekonomian lokal, di mana pelaku usaha kecil dan menengah dapat merasakan dampak langsung dari pertumbuhan sektor pariwisata. Oleh karena itu, pengembangan Pantai Pondok Permai sebagai destinasi wisata tidak hanya bermanfaat bagi wisatawan tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar.

## **METODE**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif untuk mengeksplorasi pengaruh media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, dalam mempromosikan Pantai Pondok Permai di Kecamatan Pantai Cermin, Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara. Penelitian dilakukan dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara dengan pengelola dan pengunjung, serta analisis konten pada

platform media sosial terkait. Populasi penelitian melibatkan pengunjung dan pengelola pantai, dengan sampel sebanyak 30 orang yang dipilih menggunakan teknik Simple Random Sampling. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan menyajikan hasil dalam bentuk deskripsi naratif untuk memahami pola promosi media sosial terhadap peningkatan daya tarik dan ekonomi di sekitar lokasi wisata pondok indah permai.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hadirnya berbagai macam media sosial sangat membantu banyak kalangan dalam kehidupan sehari-hari baik untuk mencari informasi, menjalin komunikasi, sumber referensi, atau sebagai media promosi. Media sosial yang akhir-akhir ini banyak digunakan oleh masyarakat untuk berbagai aktivitas dalam kesehariannya yaitu media instagram. Instagram merupakan sebuah aplikasi media sosial yang menggunakan jaringan internet untuk mengaksesnya. Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Daya Tarik Destinasi pariwisata Media sosial telah menjadi salah satu alat paling efektif dalam mempromosikan di era digital ini. Dengan jutaan pengguna aktif setiap harinya, platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok menawarkan peluang luar biasa untuk menarik perhatian wisatawan dan meningkatkan daya tarik suatu destinasi.

### 1. Peran media sosial instagram, facebook ,tiktok dalam meningkatkan promosi wisata pantai pondok permai.

Instagram dapat dengan mudah digunakan oleh semua kalangan baik untuk memposting foto atau video, mencari referensi, bahkan untuk media promosi. Terdapat salah satu tempat wisata yang ada di Sumatera Utara yang menggunakan media instagram. Pantai pondok permai juga mempunyai akun resmi instagram yang pada garis besarnya untuk melakukan promosi, ajakan, atau informasi kepada masyarakat luas dapat berkunjung ke Pantai pondok permai.

No	Jenis postingan	Jumlah like	Jumlah komen	Jumlah share
1.	Konten komedi thekong-88	2.707	168	561
2.	Konten promosi	3.361	168	522
3.	Konten festival	74	0	18
4.	Konten promosi semarak kemerdekaan	31	0	6
5.	Konten cap go meh	1103	23	23
6.	Konten promosi	11,9 rb	162	1317
7.	Konten kuliner	42	0	22
8.	Konten edisi lebaran	34	0	7
9.	Konten festival cap gome	94	0	30
10	Konten edisi imlek	272	3	25

*Konten Pantai Wisata Pondok Indah Permai yang diakses dari tiktok @pantaipondokpermai*

Dalam satu minggu tim IT Pantai pondok permai dapat memposting konten-konten baik foto ataupun video di instagram sebanyak 2-3 kali tergantung ada suatu event atau informasi terkait yang ada di Pantai pondok permai. Sebelum konten diunggah, tentunya disini tim IT berperan penting dan bekerja sama menyiapkan ide konten, mengambil gambar yang bagus, mengedit konten, dan mengunggahnya ke media sosial. Misalnya ada event Ramayana atau event lainnya tim IT juga menyiapkan video teaser, flyer atau video cuplikan sekilas untuk bisa dipromosikan kepada masyarakat untuk berkunjung ke Pantai pondok . "Yaa promosi. Kadang itu seminggu sekali atau 3 kali ya tergantung event-event kita. Kalau banyak event ya kita juga menyesuaikan dengan EO nya. Tergantung mau dibikin teaser dari sini apa dibuat sendiri oleh sananya. Eem, jadi gitu sih. Terus ada streaming setiap minggu pas event tertentu, bikin video-video buat konten baik di Pantai pondok permai"(Wawancara Dodi Kurniawan, 14 April 2022). Untuk para pengunjung atau followers yang sedang berkunjung ke Pantai pondok permai dan membuat konten yang menarik diposting serta menandai akun resmi pantai pondok permai, maka akan di reply ulang. Jadi konten yang dibuat oleh pengunjung tersebut di reply atau diunggah kembali

oleh pihak pengelola atau admin instagram Pantai pondok permai. Dengan hal tersebut menjadikan insta story yang diposting banyak orang yang mengetahuinya dan pengunjung yang lainnya mempunyai keinginan untuk datang berkunjung ke pantai pondok permai.

Untuk akun dan facebook sendiri pantai pondok permai tidak begitu terlalu menggunkan akun facebook dengan alasan terlalu banyak akun yang mengatas namakan pantai pondok permai. "untuk akun facebook sendiri kita punya namun jarang digunakan oleh admin kita karena banyak sekali yang oknum yang membuat akun pantai pondok permai jadi kita kita kurang efektif di sana"

Untuk sosial media instagram, Pantai pondok permai mempunyai Tim IT yang secara garis besar menjadi ujung tombak melakukan promosi serta publikasi ke media sosial. Tim IT yang ada di ada sekitar 5 – 6 pegawai yang menangani secara khusus tentang promosi yang ada di Pantai pondok permai . Tim IT mempunyai tugasnya masing-masing yang semuanya masih berkesinambungan antara yang satu dan lainnya. Misalnya saja ada yang bertugas mencari konten, mengedit, setting kamera, membuat video pendek atau teaser, mencari momen yang cocok dan lain sebagainya yang tujuannya untuk mempromosikan taman tersebut. "Kalau kendalanya sebenarnya di tempat kita aja sendiri ya mbk yaa. Eee,, kendalanya yaitu SDM kita yang belum orang-orang yang hebat lah yaa, masih orang yang biasa-biasa saja yang bisa menggunakan instagram itu, dan kemudian juga kadang-kadang kemalasan dari anak-anak Tim IT kita yang mesti kita tumbuhkan.

Semisal yang biasa posting, upload ke instagram itu kan kalau kita gak dioyak-oyak kan terkadang juga sulit. Pas kita oyak-oyak ngunu baru dia semangat. Atau kita lombakan misalnya ada pentas Ramayana, itu kita lombakan untuk membuat posternya dan nanti kita pilih yang terbaik. Nah, seperti itu dapat menumbuhkan semangat pada mereka"(wawancara Bapak Sumeh, 01 April 2022). "Kendalanya itu dari Tim IT terkadang juga sak karepe dewe, jadi terus ada gembengan biar semangat bekerja dan tidak saya lepas begitu saja. Untuk setiap kali ada pementasan kita kumpulkan anak-anak IT dan dibagi tugasnya masing-masing biar mereka bisa bekerja secara totalitas dan meminimalisir kesalahan"(wawancara Ibu Nina, 01 April 2022).

Dari hasil wawancara dengan pihak pimpinan Pantai pondok permai bahwa Tim IT harus selalu diberikan arahan, motivasi, pengawasan atau monitoring supaya tidak terlena semaunya sendiri dan terjaga semangatnya untuk menjalankan tugasnya masing-masing. Dengan demikian tidak menjadi kendala yang begitu fatal, karena masih bisa teratasi dan bisa dicari solusinya.

TikTok sendiri memiliki basis video pendek yang berdurasi 15 sampai 60 detik. Penggunaanya bisa membuat, mengedit, dan membagikan klip video pendek. Video tersebut bisa dilengkapi dengan berbagai filter dan musik.

TikTok dapat digunakan sebagai media promosi wisata alam seperti pantai pondok indah permai salah satunya karena pengguna TikTok tertarik dengan konten yang unik, menarik, dan kreatif. Konten yang menarik di TikTok dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keindahan destinasi wisata, mendorong minat untuk berkunjung, dan meningkatkan jumlah wisatawan.

Berikut beberapa cara mempromosikan destinasi wisata di TikTok:

1. Menyusun ide konten yang menarik.
2. Memanfaatkan challenge dan hashtag yang populer.
3. Menambahkan tag lokasi.
4. Menggunakan TikTok Ads.
5. Bekerja sama dengan influencer.
6. Menggabungkan video dan gambar.
7. Menggunakan fitur video filter dan photo template.
8. Menggunakan lagu dengan tema khusus.
9. Menggunakan teks dan stiker.

Selain itu, pemahaman akan target audiens juga menjadi kunci dalam kesuksesan promosi wisata. Peran TikTok dalam mengembangkan sektor pariwisata adalah dengan memberikan peluang bagi para pembuat konten (content creator). Peluang tersebut dapat dimanfaatkan dengan mempromosikan destinasi-destinasi wisata yang sedang atau pernah dikunjunginya.

Keuntungan bagi pengguna TikTok adalah bisa masuk ke dalam FYP (For Your Page). Arti FYP adalah halaman pertama kali yang muncul saat pengguna membuka aplikasi TikTok. Cara agar pembuat konten bisa masuk ke dalam FYP adalah dengan membuat konten yang berkualitas. Mulai dari mengunggah konten yang kualitas videonya tinggi, mengikuti perkembangan tren, hingga memberikan tagar #ForYourPage, #FYP, #Pariwisata, atau tagar terkait lainnya.

Akun Tiktok wisata pantai pondok indah permai ini memiliki postingan sejumlah 21 video, followers sejumlah 83, dan Like posting 168 Like. Jadi dengan adanya platform sosial media ini jadi cara lebih gampang dan mudah untuk mempromosikan wisata ini ke semua kalangan masyarakat, agar menarik daya wisatawan untuk berkunjung ke pantai pondok indah permai di kabupaten perbaungan dengan melihat postingan postingan yang ada di tiktok tersebut. TikTok juga memungkinkan konten menjadi viral dalam waktu singkat. Peningkatan jumlah wisatawan yang didorong oleh promosi melalui TikTok langsung berdampak pada perekonomian lokal. Kunjungan wisatawan tidak hanya meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata itu sendiri, tetapi juga menggerakkan sektor-sektor terkait seperti transportasi, kuliner, dan kerajinan tangan.

Di era digital ini, media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif untuk mempromosikan destinasi wisata, menghubungkan calon wisatawan dengan pengalaman yang ditawarkan, serta membangun citra positif daerah. Dalam konteks ini pemerintah perlu mengadopsi berbagai strategi media online dengan mengembangkannya kepada, pelaku industri pariwisata, dan masyarakat setempat untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik destinasi wisata melalui platform media sosial. Ini mencakup penggunaan konten visual yang menarik, seperti foto dan video, pembuatan cerita (storytelling) yang menggugah, hingga kampanye pemasaran yang melibatkan influencer atau pengguna media sosial dengan basis pengikut yang luas.

## ***2. Peran Objek Wisata Pantai Pondok Permai dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Sekitar***

Berdasarkan data BPS Kecamatan Pantai Cermin tahun 2023, Desa Kota Pari menjadi desa penyumbang dana APBD terbesar ketiga yang sebagian besarnya berasal dari bidang pariwisata yang berasal dari Pantai Pondok Indah Permai. Objek wisata pantai Pondok Permai memiliki potensi besar dalam meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar.

Peningkatan ini dapat terjadi melalui berbagai cara, mulai dari penciptaan lapangan kerja hingga meningkatkan nilai jual properti di area sekitar.

Berikut beberapa peluang usaha yang terdapat di pantai pondok permai :

### **1. Usaha kuliner berupa Warung makan dan restoran**

Saat melakukan pengumpulan data ke lapangan, kelompok peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Yani selaku manager di salah satu restoran di Pantai Pondok Indah Permai. Beliau memaparkan bahwa objek wisata ini sangat membantu meningkatkan pendapatan masyarakat sekitarnya khususnya kaum muda. Hal ini dikarenakan penerapan tenaga kerja di restoran ini yang berasal dari warga Desa Kota Pari baik mereka yang bekerja secara part time, mingguan dan bulanan.

2. Di lokasi objek wisata ini juga kita dapat menemukan banyaknya pedagang yang mencoba peruntungannya dengan menjajakan berbagai makanan seperti bakso, sate kerang dan berbagai jenis makanan dan minuman lainnya. Mereka berjualan secara berkeliling di sekitar pantai dan menawarkan secara langsung kepada pengunjung.

3. Usaha transportasi berupa becak dapat melayani wisatawan yang ingin menjelajahi area sekitar. Ketika kita turun dari angkutan umum di simpang Pantai kita dapat menemukan warga desa yang bekerja sebagai tukang becak. Mereka menawarkan jasa kepada pengunjung yang ingin ke lokasi Pantai Pondok Indah Permai dengan kisaran ongkos mulai dari Rp 30.000- Rp 50.000 tergantung banyaknya penumpang.

4. Usaha jasa dimana penduduk lokal dapat menawarkan jasa dalam penyewaan peralatan wisata. Misalnya menyewakan pondok di sekitar pantai, sewa ban untuk keperluan pengunjung saat

berenang, banana boat dan kapal boat yang dapat dinikmati pengunjung. Peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Pondok Permai akan meningkatkan permintaan terhadap berbagai jenis usaha dan jasa, sehingga membuka peluang bagi masyarakat sekitar untuk mendapatkan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan.

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian tentang pengaruh media sosial dalam promosi wisata Pantai Pondok Indah Permai menunjukkan bahwa penggunaan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok secara efektif dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik destinasi wisata melalui konten visual yang menarik, interaksi langsung dengan pengunjung, serta kolaborasi dengan influencer; promosi ini tidak hanya berhasil menarik lebih banyak wisatawan, tetapi juga memberikan dampak positif pada perekonomian lokal dengan membuka peluang usaha baru, meningkatkan pendapatan UMKM, serta memperkuat citra destinasi sebagai tempat wisata unggulan yang berdampak pada pertumbuhan sektor pariwisata dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

## Ucapan Terima Kasih

Demikian, kami ucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam pembuatan artikel jurnal ini, dan yang kami hormati Ibu Dra. Tumiar Sidauruk M.Si selaku dosen pengampu mata kuliah Metodologi Penelitian. Berkat dukungan dan bimbingan dari pihak - pihak yang terlibat dalam pembuatan artikel jurnal ini, tidak mungkin artikel jurnal ini dapat terselesaikan tepat waktu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Herdiyani, S., Barkah, C. S. A., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan media sosial dalam mengembangkan suatu bisnis: Literature review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103-121.
- Indonesia, R. (2009). Undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata. *Jakarta: Republik Indonesia*.
- Priyanto, R., Syarifuddin, D., & Martina, S. (2018). Perancangan model wisata edukasi di objek wisata Kampung Tulip. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).
- Wijayanti, A., Damanik, J., Fandeli, C., & Sudarmadji. (2018). Analysis of Educational Tourism Management at Smart Park, Yogyakarta, Indonesia. *MIMBAR: JURNAL SOSIAL DAN PEMBANGUNAN*, 34(1), 11-23. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v34i1.2823>
- Wijayanti, A. (2019). *Strategi pengembangan pariwisata edukasi di kota Yogyakarta*. Deepublish.
- Susanto, B., & Astutik, P. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung. *Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*, 1(1), 36-46.