

**PENGARUH STRATEGI DIGITAL TOURISM OLEH KEMENTERIAN
PARIWISATADAN EKONOMI KREATIF (KEMENPAREKRAF) TERHADAP
PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PUBLIK DI WATERFRONT CITY
PANGURURAN KABUPATEN SAMOSIR**

Sammer Andreas Sitanggang¹, Nalom Siagian², Johnson Pasaribu³

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas HKBP Nommensen

Email Korespondensi: sammer.sitanggang@student.uhn.ac.id

Email: nalom.siagian@uhn.ac.id; johnson.pasaribu@uhn.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of *digital tourism* strategies implemented by the Ministry of Tourism and Creative Economy (Kemenparekraf) on improving public service quality in Waterfront City Pangururan, Samosir Regency. The research is based on the strategic role of tourism as a driver of regional economic growth, particularly in Lake Toba, designated as a Super Priority Tourism Destination (SPTD). Although various *digital tourism* initiatives such as the #DiIndonesiaAja campaign, the *Wonderful Indonesia* application, and tourist village digitalization have been implemented, their effectiveness still faces challenges such as limited digital platform integration and insufficient digital competence among service personnel. This study employs a quantitative method with an associative approach, involving 99 respondents selected through *purposive sampling*. Primary data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed using simple linear regression with SPSS. The results show that *digital tourism* strategies and public service quality are both categorized as good. Regression analysis confirms that *digital tourism* strategies have a positive and significant effect on public service quality. These findings highlight that optimizing technology, strengthening promotional content, and enhancing digital capacity of personnel can improve public service quality and strengthen destination competitiveness.

Keywords: Digital Tourism, Public Service Quality, Strategy, Waterfront City Pangururan.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh strategi *digital tourism* yang diterapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) terhadap peningkatan kualitas pelayanan publik di Waterfront City Pangururan, Kabupaten Samosir. Latar belakang penelitian ini berangkat dari peran strategis pariwisata sebagai penggerak ekonomi daerah, khususnya kawasan Danau Toba yang ditetapkan sebagai Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DPSP). Meskipun berbagai inisiatif *digital tourism* seperti kampanye #DiIndonesiaAja, aplikasi *Wonderful Indonesia*, dan digitalisasi desa wisata telah diterapkan, efektivitasnya masih menghadapi tantangan berupa kurangnya integrasi platform digital dan keterbatasan kompetensi digital aparatur. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, melibatkan 99 responden yang dipilih melalui *purposive sampling*. Data primer dikumpulkan menggunakan kuesioner berskala Likert dan dianalisis dengan regresi linear sederhana menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan strategi *digital tourism* berada pada kategori baik, demikian pula kualitas pelayanan publik. Uji regresi menunjukkan strategi *digital tourism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan publik. Temuan ini menegaskan bahwa optimalisasi teknologi, penguatan konten promosi, dan peningkatan kapasitas digital aparatur dapat mendukung peningkatan kualitas pelayanan publik dan daya saing destinasi wisata.

Kata kunci: Digital Tourism, Kualitas Pelayanan Publik, Strategi, Waterfront City Pangururan.

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

257

Indexed:



SINTA 5

PKP|INDEX



PENDAHULUAN

Pariwisata mempunyai peranan strategis pada mendongkrak perekonomian baik pada tingkat daerah juga nasional, terutama di tempat Danau Toba yang ditetapkan menjadi salah satu Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DPSP) yang pemerintah Indonesia. Berdasarkan data yang berasal dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf, 2022), sektor ini sebelumnya menyumbang sekitar 5,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebelum pandemi COVID-19, dan kini berfokus pada pemulihan dengan berbagai inisiatif yang digulirkan. Kawasan Danau Toba, yang mencakup Waterfront City Pangururan di Kabupaten Samosir, memiliki potensi besar sebagai tujuan wisata unggulan berbasis alam dan budaya. Berdasarkan laporan Badan Pelaksana Otorita Danau Toba (BPODT, 2022), proyek Waterfront City di Pangururan diharapkan dapat menarik satu juta wisatawan domestik dan 500.000 wisatawan mancanegara ke pulau samosir pada tahun 2024. Data terbaru menunjukkan bahwa total kunjungan wisatawan ke Samosir pada tahun 2024 mencapai 1.777.132 orang, dengan 1.761.427 wisatawan domestik dan 15.705 wisatawan mancanegara. Angka ini telah melebihi target untuk wisatawan domestik, namun masih jauh dari target untuk wisatawan mancanegara. Untuk mempercepat pemulihan dan perkembangan sektor pariwisata setelah pandemi, Kemenparekraf menerapkan strategi digital tourism, termasuk melalui kampanye digital seperti #DiIndonesiaAja, pengembangan aplikasi Wonderful Indonesia, dan digitalisasi desa wisata yang bertujuan untuk meningkatkan kemudahan akses informasi bagi wisatawan secara daring (Kemenparekraf, 2023).

Walaupun strategi digital tourism telah diimplementasikan, dalam praktiknya masih ditemui sejumlah tantangan yang menghambat efektivitas pelayanan publik di destinasi wisata. Salah satu persoalan utama adalah belum maksimalnya integrasi sistem digital dengan layanan yang tersedia, yang tercermin dari kurang terpadunya platform pemesanan dan informasi digital. Selain itu, keterampilan digital di kalangan petugas pelayanan publik masih tergolong rendah, dan strategi promosi digital belum mampu menjangkau seluruh lapisan wisatawan.. Sementara itu, hasil studi Muhammad Fazil dan Awaluddin Arifin (2019) juga mengidentifikasi bahwa keterbatasan kompetensi digital di kalangan petugas menjadi kendala utama dalam penerapan teknologi informasi, khususnya di kawasan destinasi wisata yang sedang berkembang. Lebih lanjut, temuan dari Tim STIEPARI (2022) dalam jurnal *Gema Wisata* mengungkapkan bahwa upaya promosi digital di sektor pariwisata Indonesia masih belum sepenuhnya efektif akibat lemahnya integrasi antarplatform, seperti situs pariwisata, hotel, agen perjalanan, dan maskapai penerbangan. Akibatnya, jangkauan promosi ke wisatawan domestik dan mancanegara menjadi kurang optimal.

Melihat berbagai fakta tersebut, penting untuk mempertanyakan sejauh mana strategi digital tourism yang dijalankan oleh pemerintah pusat mampu memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kualitas pelayanan publik, khususnya di Waterfront City Pangururan, Kabupaten Samosir, yang merupakan salah satu elemen kunci dalam pengembangan Destinasi Pariwisata Super Prioritas Danau Toba.

Secara teoritis, konsep *digital governance* dan *e-tourism* mengacu pada pemanfaatan teknologi informasi dalam upaya untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan transparansi pelayanan publik serta memberikan pengalaman wisata yang lebih personal, informatif, dan nyaman. Digitalisasi sektor pariwisata dinilai mampu meningkatkan partisipasi masyarakat, memperluas jangkauan promosi, serta mempercepat arus informasi dan pelayanan antara pemerintah, pelaku usaha, dan wisatawan.

Penelitian terdahulu oleh Ana Stefani Simamora dan I Ketut Sudiarta (2023) menekankan bahwa digital tourism yang diatur dalam Permenparekraf Nomor 12 Tahun 2020 telah memberikan kerangka hukum penting dalam mengintegrasikan teknologi ke sektor pariwisata, terutama di kawasan Danau Toba. Penelitian tersebut menyoroti bahwa perkembangan teknologi telah mendorong pelaku usaha dan pemerintah daerah untuk melakukan transformasi digital demi mendongkrak kunjungan wisata dan mendorong transaksi *cashless*. Namun, kajian tersebut masih fokus pada aspek regulasi dan potensi secara umum, belum secara spesifik membahas dampaknya terhadap peningkatan kualitas pelayanan publik di titik-titik destinasi tertentu seperti Waterfront City Pangururan.

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com / admin@lkispol.or.id

Penelitian ini sangat penting untuk mengevaluasi dan mengukur secara konkret penerapan strategi digital tourism yang diterapkan oleh KEMENPAREKRAF. Fokus utama penelitian ini adalah untuk menjawab tantangan dalam meningkatkan pelayanan publik yang lebih inklusif, modern, dan responsif terhadap kebutuhan wisatawan lokal dan internasional. Kualitas pelayanan publik yang baik tidak hanya bergantung pada infrastruktur fisik, tetapi juga harus mencakup kemudahan akses teknologi, kecepatan informasi, serta interaksi layanan yang berbasis teknologi. Dalam hal ini, sektor pariwisata di kawasan Danau Toba, khususnya di Waterfront City Pangururan, menunjukkan potensi yang sangat besar. Pada tahun 2024, pemerintah Indonesia menargetkan untuk menarik satu juta wisatawan domestik dan 500.000 wisatawan mancanegara ke kawasan ini. Data dari Badan Pelaksana Otorita Danau Toba (BPODT) menunjukkan bahwa sektor pariwisata di kawasan tersebut berhasil mendatangkan 1.761.427 wisatawan domestik, meskipun jumlah wisatawan internasional belum mencapai target yang telah ditetapkan. Situasi ini mencerminkan adanya kemajuan dalam upaya promosi digital dan pengembangan sektor pariwisata, namun masih terdapat tantangan signifikan untuk memenuhi harapan jumlah kunjungan wisatawan internasional. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengevaluasi dan memperbaiki strategi digital tourism guna meningkatkan kualitas pelayanan publik, terutama dalam hal aksesibilitas dan kecepatan layanan berbasis digital bagi wisatawan internasional.

Sesuai dengan latar belakang diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi digital tourism Kemenparekraf terhadap peningkatan kualitas pelayanan publik di Waterfront City Pangururan. Penelitian ini juga akan mengidentifikasi aspek-aspek yang telah berhasil dioptimalkan dan yang masih perlu perbaikan. Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi pemangku kepentingan untuk mengembangkan strategi digital tourism yang lebih efektif, adaptif, dan berkelanjutan di kawasan Samosir, guna meningkatkan kualitas pelayanan dan mendukung pertumbuhan sektor pariwisata.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Dimana tujuannya adalah untuk menguji hubungan atau pengaruh antara variable *dependent* dengan *independent*. Penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan data berupa angka yang diolah menjadi analisis statistika (Sugiono, 2018)

PEMBAHASAN

Defenisi Digital Tourism

Digital tourism secara umum adalah penggunaan teknologi digital dalam berbagai aspek pariwisata, mulai dari perencanaan perjalanan, pemasaran, hingga pengalaman wisata itu sendiri. Ini mencakup pemanfaatan berbagai platform digital seperti internet, jejaring sosial, aplikasi mobile,serta teknologi pendukung lainnya untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas tempat wisata, serta memberikan pengalaman wisata yang lebih personal dan efektif. Menurut KEMENPAREKRAF pariwisata digital (digital tourism) adalah pemanfaatanteknologi digital untuk peningkatan pengalaman perjalanan,mempromosikan destinasi wisata, dan menghubungkann seluruh stakeholder pariwisata. Ini melibatkan penggunaan aplikasi seluler, platform daring,virtual tour, dan media sosial untuk mempermudah prosedur perizinan, mengintegrasikan kegiatan pariwisata, serta meningkatkan kenyamanan dan memberikan kemudahan bagi wisatawan

Digital tourism merupakan strategi yang efektif dalam mempromosikan berbagai destinasi dan potensi pariwisata Indonesia melalui berbagai platform. Artinya,digital tourim tidak hanya sekedar mengenalkan, namun juga menyebarkan keindahan pariwisata secara luas untuk meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara berkunjung ke Indonesia.(Anwar Sadat, 2024: 1)

Digital tourism atau etourism merupakan integrasi antara perkembangan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) dengan industry pariwisata.Adapun konsep digital tourism adalah pemanfaatan

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com//admin@lkispol.or.id

259

Indexed:



SINTA 5

PKP|INDEX



teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan daya guna dalam bidang pariwisata, memberikan berbagai jasa layanan pariwisata kepada *costumer*, dan menjadikan penyelenggaraan pemasaran pariwisata lebih mudah diakses dalam bentuk telematika. (Dewi Yanti, 2019, hlm. 815)

Pariwisata digital dapat diartikan sebagai dukungan digital dari pengalaman pariwisata baik sebelum, selama, dan setelah kegiatan pariwisata yang memberi kemungkinan kepada wisatawan untuk menuangkan kembali semua pengalaman dalam pariwisata di dunia nyata ke dalam dimensi digital, dan bisa mengaburkan batas antara pariwisata dan permainan/gaming.(Ernawati & Hananto, 2023, hlm 144)

Digital tourism (wisata digital) merupakan konsep yang muncul sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam industri pariwisata. Menurut Buhalis & Sinarta (2019), digital tourism mengacu pada pemanfaatan berbagai teknologi digital seperti internet, aplikasi mobile, big data, augmented reality (AR), dan artificial intelligence (AI) untuk meningkatkan pengalaman wisata, pemasaran destinasi, serta efisiensi manajemen pariwisata.

Digital tourism memungkinkan wisatawan mengakses informasi secara real-time, mempersonalisasi pengalaman mereka, dan berinteraksi dengan destinasi sebelum, selama, dan setelah perjalanan (Buhalis & Sinarta, 2019, hlm. 567).

Efisiensi Layanan Publik dan Operasional

Integrasi teknologi seperti big data dan AI dalam digital tourism meningkatkan efisiensi layanan publik, termasuk manajemen kerumunan dan respons cepat terhadap keluhan wisatawan (Gretzel et al., 2020, hlm. 5).

1. Peningkatan Promosi dan Daya Saing Destinasi

Strategi pemasaran digital seperti social media engagement dan virtual tours terbukti meningkatkan visibilitas destinasi, terutama bagi wisatawan internasional (Sigala, 2021, hlm. 315).

2. Pemberdayaan Masyarakat Lokal

Digital tourism mendorong partisipasi masyarakat lokal dalam ekonomi kreatif, misalnya melalui penjualan produk UMKM berbasis e-commerce (Mariani et al., 2022, hlm. 5).

3. Dukungan Kebijakan dan Regulasi

Regulasi seperti Permenparekraf No. 12/2020 mempercepat adopsi teknologi di destinasi prioritas, termasuk integrasi pembayaran cashless (Simamora & Sudiarta, 2023, hlm. 115).

Tujuan Digital Tourism

1. Meningkatkan daya Tarik dan kunjungan wisata

Digital tourism bertujuan untuk meningkatkan daya tarik destinasi wisata Indonesia baik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Dengan memanfaatkan teknologi digital, kemenparekraf dapat mempromosikan objek wisata secara lebih luas dan efektif. Hal ini akan mempermudah wisatawan untuk menemukan informasi tentang destinasi, akomodasi, dan aktivitas wisata, yang akhirnya akan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia (kemenparekraf 2023).

2. Meningkatkan Efisiensi Operasional dalam Industri Pariwisata

Sebagaimana dikemukakan oleh Muhammad Sidiq Wicaksono dalam diskusi yang diselenggarakan oleh Center for Digital Society (CfDS) Universitas Gadjah Mada, digital tourism bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional dalam sektor pariwisata dengan memanfaatkan teknologi digital. Hal ini mencakup berbagai proses, seperti pemesanan, pengelolaan destinasi, serta layanan wisata yang dilakukan secara daring, memungkinkan wisatawan untuk merencanakan dan menikmati perjalanan mereka dengan lebih mudah dan cepat. Dengan digitalisasi, proses yang sebelumnya memakan waktu dan tenaga menjadi lebih efisien, sehingga meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada wisatawan.

3. Meningkatkan daya guna pariwisata melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK)

Menurut Rahmawati (2024), digital tourism bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

dalam sektor pariwisata dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Melalui digital tourism, berbagai layanan pariwisata dapat disediakan secara lebih mudah dan cepat, mulai dari informasi destinasi hingga pemesanan fasilitas. Selain itu, digital tourism juga memungkinkan pemasaran pariwisata dilakukan secara lebih terintegrasi dan mudah diakses melalui platform digital berbasis telematika

Indikator Digital Tourism

Strategi digital tourism merupakan pendekatan berbasis teknologi digital yang digunakan untuk meningkatkan daya saing destinasi pariwisata. Berdasarkan kajian literatur dan kebijakan Kemenparekraf (2023), indikator strategi digital tourism dapat diukur melalui dimensi-dimensi berikut:

1. Pemanfaatan Teknologi Digital

Pemanfaatan teknologi digital dalam strategi pariwisata sangat penting dalam memperluas akses informasi dan meningkatkan daya tarik destinasi. Data dari Kemenparekraf (2023) menunjukkan bahwa 78% wisatawan internasional mencari informasi destinasi melalui media digital sebelum melakukan perjalanan. Oleh karena itu, destinasi baru perlu memaksimalkan penggunaan website resmi, aplikasi mobile, dan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube sebagai sarana promosi. Penggunaan teknologi AR (Augmented Reality) dan VR (Virtual Reality) juga mulai banyak diterapkan pada destinasi wisata untuk memperkaya pengalaman pengguna (Guttentag, 2010).

2. Konten Digital dan Promosi

Konten digital memainkan peran penting dalam memperkuat daya tarik destinasi baru. Berdasarkan data dari Google Indonesia (2023), sekitar 65% wisatawan domestik memutuskan untuk mengunjungi suatu tempat setelah melihat konten visual menarik di media sosial. Oleh karena itu, produksi video promosi dengan sudut pandang 360° dan foto interaktif menjadi elemen penting. Selain itu, artikel di blog pariwisata yang menceritakan keunikan Waterfront City Pangururan akan membantu meningkatkan daya tarik secara organik. Dalam hal promosi, Kemenparekraf (2023) merekomendasikan penggunaan strategi pemasaran digital seperti SEO untuk meningkatkan visibilitas online. Selain itu, paid promotion melalui Instagram dan kolaborasi dengan influencer lokal dapat menjangkau lebih banyak calon wisatawan. Sebagai contoh, kampanye dengan hashtag #WaterfrontPangururan yang melibatkan komunitas lokal akan memperkuat citra destinasi di dunia maya.

Defenisi Pelayanan Publik

Menurut UU No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Ini menjelaskan bahwa pelayanan publik bukan hanya tentang pemberian layanan oleh pemerintah kepada masyarakat, tetapi juga harus sesuai dengan aturan yang ada. Setiap layanan yang diberikan, baik itu barang, jasa, atau administratif, harus memenuhi ketentuan hukum yang berlaku, yang memastikan bahwa masyarakat mendapat hak yang adil dan sesuai dengan perundang-undangan. Hal ini mencakup semua sektor layanan yang diberikan oleh pemerintah atau lembaga yang ditunjuk, seperti layanan kesehatan, pendidikan, dan administrasi kependudukan.

Agung Kurniawan (2005) menyatakan bahwa pelayanan public merupakan upaya penyelenggara dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yang memiliki kepentingan terhadap suatu organisasi, dilakukan berdasarkan aturan pokok serta prosedur yang telah ditetapkan secara resmi. (Dindukcapil Banyumas, 2023). Definisi ini lebih menekankan pada tujuan pelayanan publik, yaitu untuk memenuhi kebutuhan orang lain, khususnya masyarakat. Dalam konteks ini, pelayanan publik dipandang sebagai upaya untuk melayani masyarakat yang memiliki kepentingan dalam suatu organisasi atau instansi pemerintah. Kurniawan juga menekankan bahwa pelayanan tersebut harus mengikuti aturan yang telah ditetapkan, baik itu prosedur internal organisasi maupun peraturan perundang-undangan yang lebih luas.

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com // admin@lkispol.or.id

Menurut Hardiyansyah (2011), pelayanan public mencakup seluruh aktivitas yang dilakukan oleh penyelenggara layanan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat serta menjalankan aturan hukum yang berlaku (Ombudsman RI, 2023). Ia menegaskan bahwa pelayanan tersebut mencakup berbagai pemberian layanan, baik berupa jasa, informasi, maupun proses administrative yang bertujuan untuk menjawab kebutuhan masyarakat secara menyeluruh. Penyedia layanan ini wajib menjalankan aktivitas tersebut sesuai dengan hukum dan peraturan yang berlaku. Definisi ini menekankan pentingnya kepatuhan terhadap peraturan dalam penyelenggaraan pelayanan publik, yang tidak hanya mengutamakan kebutuhan masyarakat tetapi juga mengharuskan adanya akuntabilitas dan transparansi.

Pelayanan publik, sebagaimana dijelaskan oleh Mahmudi (2010), mencakup seluruh bentuk layanan yang dilakukan oleh penyelenggara pelayanan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat sekaligus menjalankan aturan hukum yang berlaku (Ombudsman RI, 2023). Definisi ini hampir serupa dengan yang disampaikan oleh Hardiyansyah, namun Mahmudi lebih menekankan pada hubungan langsung antara pemenuhan kebutuhan publik dengan pelaksanaan aturan yang berlaku. Kegiatan pelayanan ini harus selalu bertujuan untuk memenuhi kepentingan masyarakat, sambil memastikan bahwa setiap aktivitas yang dilakukan mengikuti peraturan yang sudah ditetapkan. Dengan demikian, ada keseimbangan antara kepentingan publik dan kewajiban legal yang harus dijalankan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Sinambela (2006) mengartikan bahwa pelayanan publik sebagai kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah atau lembaga yang berwenang untuk memberikan layanan kepada masyarakat guna memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut sesuai dengan hak-haknya

Manfaat Pelayanan Publik

1. Meningkatkan Kualitas Hidup Masyarakat.

Pelayanan publik memiliki manfaat yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Pelayanan publik yang efektif dan efisien dapat mengurangi ketidakpastian dan ketidakadilan dalam masyarakat serta memastikan bahwa semua anggota masyarakat, tanpa memandang status sosial atau ekonomi, mendapatkan layanan yang adil dan setara. Menurut Mahmudi (2010), pelayanan publik bertujuan untuk memenuhi kebutuhan publik dan memberikan jaminan pelayanan yang adil dan merata, yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Ombudsman RI, 2023). Artinya, pelayanan publik yang baik memastikan bahwa masyarakat memiliki akses yang setara terhadap layanan yang dibutuhkan, seperti pendidikan, kesehatan, dan administrasi kependudukan. Ini berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup secara keseluruhan, karena layanan tersebut membantu memenuhi kebutuhan dasar masyarakat.

2. Meningkatkan Efisiensi Pemerintah

Pelayanan publik yang baik juga dapat meningkatkan efisiensi dalam pemerintahan. Dengan penyelenggaraan pelayanan yang transparan, cepat, dan akuntabel, penyelenggara dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang tersedia, mengurangi pemborosan, dan meningkatkan kinerja organisasi. Menurut Hardiyansyah (2011), pelayanan publik yang berkualitas memberikan manfaat dengan meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam penyelenggaraan pemerintahan, serta membantu meningkatkan citra pemerintah di mata masyarakat (Ombudsman RI, 2023). Efisiensi dalam pelayanan publik berarti bahwa pemerintah dapat menyediakan layanan dengan biaya yang lebih rendah dan dalam waktu yang lebih cepat, tanpa mengurangi kualitas. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah karena mereka merasa dilayani dengan baik dan cepat.

3. Meningkatkan Kepercayaan Publik terhadap Pemerintah

Pelayanan publik yang baik adalah pelayanan yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada pemerintah. Sehingga ketika masyarakat merasa bahwa mereka memperoleh layanan yang memadai dan adil, mereka cenderung memiliki pandangan positif terhadap kinerja pemerintah dan institusi publik. Kepercayaan ini juga memengaruhi partisipasi masyarakat dalam kegiatan politik dan

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com / admin@lkispol.or.id

sosial. Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (1990) dalam penelitian mereka menyebutkan bahwa salah satu manfaat utama dari pelayanan publik yang baik adalah meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap kualitas dan kinerja penyelenggara layanan (Repository UIN Suska, 2023). Kepercayaan publik yang tinggi dapat mengarah pada stabilitas sosial dan politik yang lebih baik. Masyarakat yang percaya pada pemerintah cenderung lebih mendukung kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah dan lebih aktif dalam berpartisipasi dalam kegiatan yang berkaitan dengan kepentingan umum.

4. Meningkatkan Transparansi dan Akuntabilitas

Pelayanan publik yang dilaksanakan dengan baik juga meningkatkan transparansi dan akuntabilitas penyelenggara negara. Hal ini terkait dengan pengelolaan anggaran yang transparan, pemberian layanan sesuai dengan prosedur yang jelas, serta pengawasan yang terbuka bagi masyarakat. Menurut Agung Kurniawan (2005), salah satu manfaat dari pelayanan publik yang baik adalah meningkatkan akuntabilitas penyelenggara pelayanan publik, sehingga dapat mengurangi penyalahgunaan wewenang dan korupsi dalam penyelenggaraan layanan (Dindukcapil Banyumas, 2023). Dengan adanya sistem yang transparan dan akuntabel, masyarakat dapat lebih mudah memantau jalannya pemerintahan dan memastikan bahwa layanan yang diberikan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Ini tidak hanya meningkatkan kualitas layanan tetapi juga mengurangi potensi penyalahgunaan kekuasaan.

5. Meningkatkan Partisipasi Masyarakat

Pelayanan publik yang baik berfungsi untuk meningkatkan partisipasi aktif masyarakat dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kehidupan sosial, politik, dan ekonomi mereka. Pelayanan publik yang melibatkan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan dapat memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat. Sadu Wasistiono (2001) mengemukakan bahwa pelayanan publik yang berkualitas dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam proses pemerintahan dan mengoptimalkan kontribusi masyarakat dalam pembangunan. Masyarakat yang merasa dilibatkan dalam pelayanan publik atau dalam kebijakan yang mempengaruhi mereka cenderung lebih berkomitmen terhadap implementasi kebijakan tersebut. Ini mengarah pada hubungan yang lebih produktif antara pemerintah dan warga negara.

6. Meningkatkan Keadilan Sosial

Pelayanan publik bertujuan untuk memastikan bahwa semua anggota masyarakat mendapatkan hak yang sama dalam akses layanan, tanpa ada diskriminasi. Dengan demikian, pelayanan publik yang baik berperan penting dalam meningkatkan keadilan sosial di dalam suatu negara. **Mahmudi (2010)** mengemukakan bahwa salah satu tujuan pelayanan publik adalah untuk memastikan bahwa semua masyarakat mendapatkan akses yang setara terhadap layanan, terlepas dari latar belakang sosial atau ekonomi mereka (Ombudsman RI, 2023). Pelayanan yang adil akan memastikan bahwa tidak ada kelompok masyarakat yang terpinggirkan atau tidak mendapatkan haknya. Ini juga akan mengurangi ketimpangan sosial dan ekonomi yang seringkali menjadi penyebab ketidakpuasan dalam masyarakat.

Indikator Pelayanan Publik

Menurut Sinambela (2006), indikator pelayanan publik merupakan unsur-unsur penting yang digunakan untuk mengukur sejauh mana pelayanan yang diberikan oleh pemerintah atau penyelenggara publik dapat memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat. Sinambela mengemukakan bahwa pelayanan publik harus didasarkan pada prinsip-prinsip berikut:

1. Keadilan

Pelayanan publik harus diberikan secara adil tanpa diskriminasi, baik dalam hal suku, agama, ras, maupun golongan. Artinya, semua masyarakat memiliki hak yang sama dalam mengakses layanan tanpa melihat status atau latar belakang sosial atau ekonomi.

2. Transparansi

Proses pelayanan harus terbuka dan dapat diakses oleh masyarakat. Hal ini mencakup ketersediaan

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com / admin@lkispol.or.id

informasi yang jelas, proses pelayanan yang tidak berbelit-belit, dan kemudahan dalam memperoleh informasi terkait layanan.

3. Akuntabilitas

Setiap kegiatan pelayanan publik harus dapat dipertanggungjawabkan kepada masyarakat. Akuntabilitas ini mencakup hasil pelayanan maupun prosesnya, sehingga pengguna layanan merasa puas dan terlindungi hak-haknya.

4. Efisiensi

Pelayanan publik harus dilakukan dengan memaksimalkan sumber daya yang ada tanpa pemborosan. Hal ini meliputi pengelolaan waktu, tenaga, dan biaya secara efektif agar pelayanan cepat dan tepat sasaran.

5. Efektivitas

Layanan yang diberikan harus sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan serta mampu memenuhi harapan masyarakat. Efektivitas ini menunjukkan bahwa pelayanan tidak hanya dilakukan dengan baik tetapi juga tepat guna.

6. Partisipasi

Pelayanan publik yang berkualitas melibatkan partisipasi masyarakat dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pelayanan. Dengan adanya partisipasi, pelayanan menjadi lebih akurat dan sesuai dengan kebutuhan nyata di lapangan.

Teori-teori Pelayanan Publik

Pelayanan publik merupakan salah satu fungsi utama pemerintah dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Berbagai teori telah dikemukakan oleh para ahli untuk menjelaskan konsep dan prinsip dalam pelayanan publik. Berikut adalah beberapa teori pelayanan publik yang sering dijadikan rujukan dalam ilmu administrasi publik:

1. Teori Birokrasi Weber (1922)

Teori birokrasi yang dikemukakan oleh Max Weber (1922) merupakan salah satu konsep paling dasar dalam pelayanan publik. Weber mendefinisikan birokrasi sebagai suatu sistem organisasi yang bersifat rasional dan terstruktur dengan aturan yang baku. Teori ini menekankan pentingnya hierarki otoritas, pembagian kerja yang jelas, serta penerapan aturan formal dalam proses pelayanan. Menurut Weber (1922), ciri-ciri birokrasi meliputi:

- Pembagian Kerja: Setiap pegawai memiliki tugas yang terstruktur dan spesifik.
- Hirarki Otoritas: Terdapat jenjang kepemimpinan yang jelas.
- Aturan Formal: Kegiatan pelayanan diatur oleh regulasi yang baku.
- Impersonalitas: Pelayanan diberikan tanpa memandang siapa yang dilayani.
- Kompetensi Teknis: Aparatur diangkat berdasarkan kemampuan profesional.

Teori ini relevan dalam pelayanan publik karena menekankan pentingnya struktur yang jelas dan profesionalisme dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

2. Teori Good Governance (UNDP, 1997)

Teori good governance merupakan konsep yang dikembangkan oleh United Nations Development Programme (UNDP) pada tahun 1997. Teori ini menekankan pentingnya tata kelola pemerintahan yang baik untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik. Prinsip-prinsip good governance meliputi:

- Partisipasi: Keterlibatan masyarakat dalam pengambilan keputusan.
- Transparansi: Akses informasi yang mudah dan terbuka.
- Akuntabilitas: Setiap tindakan pelayanan dapat dipertanggungjawabkan.
- Efektivitas dan Efisiensi: Pengelolaan sumber daya secara optimal.
- Kepastian Hukum: Pelayanan berbasis pada regulasi yang jelas.
- Responsivitas: Tanggap terhadap kebutuhan masyarakat.
- Kesetaraan: Tidak ada diskriminasi dalam pemberian pelayanan.

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

Good governance penting dalam konteks pelayanan publik karena memastikan adanya keterbukaan, akuntabilitas, dan partisipasi yang aktif dari masyarakat.

3. Teori New Public Management (NPM) (Hood, 1991)

New Public Management (NPM) merupakan pendekatan manajerial dalam pelayanan publik yang diperkenalkan oleh Hood (1991). Teori ini mengadopsi prinsip-prinsip manajemen sektor swasta dalam konteks pelayanan publik guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas. Beberapa prinsip NPM menurut Hood (1991) adalah:

- a. Desentralisasi: Pembagian wewenang pada unit kerja lebih kecil.

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi sederhana bertujuan untuk mengukur sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini menggunakan model regresi linear sederhana dengan persamaan “ $Y = \alpha + bX + e$.” Melalui uji ini, akan diketahui arah hubungan (positif atau negative) dan tingkat signifikansi pengaruh yang terjadi. Analisis dilakukan dengan bantuan program SPSS, dan hasilnya disajikan pada tabel 4.27 berikut :

Tabel 1: Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	96,985	2,192		44,251	<, 001
	Strategi Digital Tourism (X)	-1,091	,081	-,808	-13,484	<, 001
a. Dependent Variable: Kualitas pelayanan publik						

(Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2025))

Berdasarkan hasil regresi sederhana pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar -1,091 dengan nilai t hitung -13,484 dan signifikansi sebesar 0,001(<0,005). Hal ini menunjukkan bahwa variabel strategi digital tourism (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel kualitas pelayanan publik (Y) dengan arah hubungan negatif. Artinya, setiap peningkatan satu (1) satuan pada variabel strategi digital tourism (X) akan menurunkan nilai variabel kualitas pelayanan publik (Y) sebesar 1,091 satuan. Dengan kata lain, variabel strategi digital tourism (X) memiliki hubungan berlawanan arah, di mana kenaikan nilai variabel strategi digital tourism cenderung diikuti dengan penurunan nilai variabel kualitas pelayanan publik (Y).

Hasil Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independent* secara parsial dalam menerangkan variasi variabel *dependent*. Berikut hasil uji t yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel 3.berikut :

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com / admin@lkispol.or.id

Tabel 2: Hasil Uji t (parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	96,985	2,192		44,251	<,001
	X	-1,091	,081	-,808	-13,484	<,001

a. Dependent Variable: Kualitas pelayanan publik

Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2025)

Dari hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh Strategi Digital Tourism (X) terhadap Kualita Pelayanan Publik (Y) adalah $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $13,484 > t$ tabel 1,984. Artinya terdapat pengaruh Strategi Digital Tourism (X) terhadap Kualitas Pelayanan Publik secara signifikan

HIPOTESIS :

Ho : Ditolak, karena terdapat pengaruh strategi digital tourism terhadap kualitas pelayanan publik

Koefisien Determinasi (Uji R²)

Koefisien determinan dilakukan dengan tujuan untuk mengukur kontribusi variabel independent terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Berikut hasil uji determinasi pada tabel 4. berikut :

Tabel 3: Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.808 ^a	.652	0,649	4,508

a. Predictors: (Constant), X_1

Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2025)

Berdasarkan tabel 4.29 diatas, dipeoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,652, maka dapat disimpulkan bahwa Strategi Digital Tourism (X) memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Kualitas Pelayanan Publik (Y) sebesar 65,2%. Sedangkan sisanya sebesar 34,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

Berdasarkan hasil analisis statistik, dapat disimpulkan bahwa strategi digital tourism memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan publik di Waterfront City Pangururan. Namun, menariknya, hubungan yang ditemukan adalah negatif. Ini berarti bahwa peningkatan dalam strategi digital tourism (seperti pemanfaatan teknologi digital dan konten promosi) justru cenderung diikuti oleh penurunan kualitas pelayanan publik.

Fenomena ini memerlukan pembahasan lebih lanjut. Meskipun indikator strategi digital tourism (pemanfaatan teknologi digital dan konten digital & promosi) secara deskriptif berada dalam kategori "baik", dan indikator kualitas pelayanan publik (keadilan, transparansi, akuntabilitas, efisiensi, efektivitas, partisipasi) juga berada dalam kategori "baik", hasil regresi menunjukkan hubungan terbalik. Beberapa kemungkinan penyebab hubungan negatif ini antara lain:

1. Ekspektasi Pengunjung yang Meningkatkan: Promosi digital yang gencar dan pemanfaatan teknologi canggih mungkin telah meningkatkan ekspektasi pengunjung secara signifikan. Ketika realitas pelayanan tidak sepenuhnya memenuhi ekspektasi tinggi yang dibentuk oleh citra digital, persepsi kualitas pelayanan publik bisa menurun.

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id



2. Fokus yang Bergeser: Mungkin ada kecenderungan untuk lebih fokus pada aspek digital dan promosi, sehingga sumber daya atau perhatian terhadap aspek-aspek fundamental pelayanan publik (seperti responsivitas staf, kebersihan fisik, atau penanganan keluhan) menjadi kurang optimal.
3. Kesenjangan Digital: Meskipun ada pemanfaatan teknologi digital, mungkin ada kesenjangan dalam implementasi atau aksesibilitas yang menyebabkan frustrasi bagi sebagian pengunjung, sehingga berdampak negatif pada persepsi kualitas pelayanan. Misalnya, aplikasi yang tidak user-friendly, jaringan internet yang tidak stabil, atau kurangnya bantuan bagi pengunjung yang kurang melek digital.
4. Masalah Infrastruktur Pendukung: Peningkatan jumlah pengunjung akibat promosi digital yang efektif mungkin tidak diimbangi dengan peningkatan kapasitas infrastruktur fisik dan sumber daya manusia yang memadai, menyebabkan antrean panjang, fasilitas yang tidak terawat, atau pelayanan yang lambat.
5. Persepsi Subjektif: Kualitas pelayanan publik adalah variabel yang sangat subjektif. Meskipun ada upaya digital, pengalaman personal pengunjung di lapangan (misalnya, interaksi langsung dengan petugas, kebersihan toilet, atau ketersediaan tempat parkir) mungkin lebih dominan dalam membentuk persepsi mereka.

Meskipun demikian, validitas dan reliabilitas data telah teruji, serta asumsi klasik terpenuhi, menunjukkan bahwa model statistik yang digunakan sudah tepat. Kontribusi strategi digital tourism terhadap kualitas pelayanan publik sebesar 65,2% menunjukkan bahwa variabel ini memang memiliki peran besar, meskipun dengan arah yang berlawanan dari yang mungkin diharapkan. Penelitian selanjutnya dapat menggali lebih dalam faktor-faktor mediasi atau moderasi yang mungkin menjelaskan hubungan negatif ini, serta melakukan analisis kualitatif untuk memahami persepsi pengunjung secara lebih mendalam.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada Bab IV, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Profil Responden: Responden penelitian didominasi oleh wisatawan berusia 18-30 tahun (86,87%) dan memiliki proporsi yang hampir seimbang antara wisatawan baru (51,52%) dan wisatawan tetap (48,48%) di Waterfront City Pangururan.
- b. Kualitas Data: Seluruh item pernyataan pada kuesioner untuk variabel Strategi Digital Tourism (X) dan Kualitas Pelayanan Publik (Y) dinyatakan valid, menunjukkan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Variabel Strategi Digital Tourism (X) juga dinyatakan reliabel, menunjukkan konsistensi dalam pengukuran.
- c. Asumsi Klasik: Data penelitian berdistribusi normal dan model regresi bebas dari gejala heteroskedastisitas, yang mengindikasikan bahwa model regresi linear sederhana yang digunakan sudah memenuhi asumsi statistik yang diperlukan.
- d. Deskripsi Variabel:
 1. Tanggapan responden terhadap indikator Pemanfaatan Teknologi Digital dan Konten Digital dan Promosi pada variabel Strategi Digital Tourism (X) secara keseluruhan berada dalam kategori Baik.
 2. Tanggapan responden terhadap semua indikator (Keadilan, Transparansi, Akuntabilitas, Efisiensi, Efektivitas, dan Partisipasi) pada variabel Kualitas Pelayanan Publik (Y) secara keseluruhan juga berada dalam kategori Baik.
- e. Pengaruh Strategi Digital Tourism terhadap Kualitas Pelayanan Publik:
 1. Strategi Digital Tourism (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kualitas Pelayanan Publik (Y).

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com / admin@lkispol.or.id

2. Arah hubungan antara Strategi Digital Tourism (X) dan Kualitas Pelayanan Publik (Y) adalah negatif. Ini berarti bahwa peningkatan dalam strategi digital tourism cenderung diikuti oleh penurunan kualitas pelayanan publik.
3. Kontribusi pengaruh Strategi Digital Tourism (X) terhadap Kualitas Pelayanan Publik (Y) adalah sebesar 65,2%, sedangkan 34,8% sisanya dipengaruhi oleh aktor-faktor lain di luar penelitian ini.

REFERENSI

- Akun resmi pejabat/OPD (2024–2025). *Pernyataan agregat CSR PT Tor Ganda >Rp28 M; peresmian & kegiatan Taman Cadika*.
- Ansell, C. & Gash, A. (2008). Collaborative Governance in Theory and Practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4), 543–571.
- Ansell, C., & Gash, A. (2008). Collaborative Governance in Theory and Practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4), 543–571.
- Bimo, F. A. (2024). Implementasi CSR berbasis komunitas: UMKM Pertamina Patra Niaga Rewulu. *Jurnal SNFMI*.
- BPS Provinsi Sumatera Utara. (2024). *Profil Industri Mikro & Kecil Sumut 2022; (2024/2025) Profil IMK 2023*.
- BPS Sumut. (2024). *Profil Industri Mikro & Kecil Provinsi Sumatera Utara 2023*.
- Budi Untung. 2014. *CSR dalam Dunia Bisnis*. Yogyakarta: ANDI, 32-33.
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48.
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility. *Business Horizons*, 34(4), 39–48.
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility. *Business Horizons*, 34(4), 39–48.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design* (3rd ed.). SAGE.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Desi, R. & Maulana, I. (2024). Strategi Pemberdayaan UMKM dalam Program CSR PT Angkasa Pura II. *Jurnal PPM UNPAD*.
- DiskopUMK Provinsi Sumut. (2025). *Adopsi QRIS oleh UMKM Sumut mencapai 1,4 juta*.
- Edi Suharto. (2010). *CSR & COMDEV Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi*. Bandung: Alfabeta, 59.
- Elkington, J. (1998). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. New Society Publishers.
- Kabeer, N. (1999). *Resources, Agency, Achievements. Development and Change*, 30(3), 435-464.
- Kabeer, N. (1999). Resources, Agency, Achievements: Reflections on the Measurement of Women's Empowerment. *Development and Change*, 30(3), 435–464.
- Kabeer, N. (1999). Resources, Agency, Achievements: Reflections on the Measurement of Women's Empowerment. *Development and Change*, 30(3), 435–464.
- KADIN Indonesia. (2023). *UMKM Indonesia: Data dan Statistik (termasuk kontribusi PDB & tenaga kerja)*.
- KADIN Indonesia. (2023). *UMKM Indonesia: Data dan Statistik*.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2024). *Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas*.
- Kompas Kilas Daerah. (2024). *Diresmikan Bobby Nasution, Taman Cadika Medan Kini Hadir dengan Wajah Baru*.
- Kotler, P. & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Wiley.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

268



GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan

ISSN: 2406-8721 (Media Cetak) dan ISSN: 2406-8985 (Media Online)

Volume 12 Nomor 1 September 2025

- Pardede, P. H. A., & Trimurni, F. (2023). Kinerja Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dalam Pembinaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Medan. *Kolaborasi: Jurnal Administrasi Publik*, 9(1), 55-71.
- Pemerintah Kota Medan. (2024). *Wajah Baru Taman Cadika Medan*. Portal Pemko Medan.
- Pemko Medan. (2023–2024). *Aplikasi CSR Kota Medan PT Tor Ganda (Paket Taman Rp22,656 M)*.
- Pemko Medan. (2024). *Laporan CSR PT Tor Ganda: Revitalisasi Taman Cadika*.
- Pemko Medan. (2024). *Metadata Statistik Sektoral 2024 (UMKM)*.
- Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.
- Pratama, E. R., & Kumalasari, L. D. (2025). Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Mendukung Kemandirian Masyarakat Lokal. *Jurnal Sosial Humaniora (JSH)*, 18(1).
- Putri, D. C., & Irfan, M. (2024). Strategi Pemberdayaan Umkm Dalam Program Corporate Social Responsibility Pt. Angkasa Pura II. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 5(3), 191-198.
- Republik Indonesia. (2007). Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Republik Indonesia. (2007). UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Peraturan BPK.
- Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM.
- Republik Indonesia. (2012). *PP No. 47 Tahun 2012 tentang TJSL Perseroan Terbatas*. Peraturan BPK.
- Sadono Sukirno. (2006). *Ekonomi Pembangunan: Proses, Masalah, dan Dasar kebijakan*. Jakarta: Kencana, 14-15.
- Sahid, A. (2021). Revitalisasi Taman Kota dan Dampaknya terhadap Aktivitas Ekonomi Lokal. *Jurnal Perkotaan & Kompleksitas*, 3(2), 78–89.
- Silberberg, S., Lorah, K., Disbrow, R. & Muessig, A. (2013). *Places in the Making: How placemaking builds places and communities*. MIT Department of Urban Studies and Planning.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tandiora, Z. (2019). *Perencanaan Ruang Terbuka Hijau di Perkotaan: Konsep, Implementasi, dan Tantangan*. Prosiding Seminar Nasional Arsitektur dan Perkotaan.
- Tandiora, Z. (2019). *Perencanaan Ruang Terbuka Hijau di Perkotaan: Konsep, Implementasi, dan Tantangan*. Seminar Nasional Arsitektur dan Perkotaan.
- Tulus Tambunan. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*. Jakarta: LP3ES.
- WBCSD (2002). *Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense*. World Business Council for Sustainable Development.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications* (6th ed.). SAGE.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). SAGE Publications.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). SAGE.
- Zimmerman, M. A. (2000). *Empowerment Theory*. In Handbook of Community Psychology. Springer.
- Zimmerman, M. A. (2000). *Empowerment Theory: Psychological, Organizational, and Community Levels of Analysis*. In J. Rappaport & E. Seidman (Eds.), Handbook of Community Psychology. Springer.
- Zimmerman, M. A. (2000). *Empowerment Theory: Psychological, Organizational and Community Levels of Analysis*. In Handbook of Community Psychology. Springer.

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

269

