



## UPAYA PENGEMBANGAN OBJEK WISATA AIR TERJUN SIKULIKAP UNTUK MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN

### ***EFFORTS TO DEVELOP THE SIKULIKAP WATERFALL TOURIST OBJECT TO INCREASE TOURIST VISITS***

**Syahrani<sup>1</sup>, Asini Rohana Silaban<sup>2</sup>, Elia Br Ginting<sup>3</sup>, Jepri Saragih<sup>4</sup>,**

**Tiarma Elisabet Nainggolan<sup>5</sup>, Wishmar Samuel Siregar<sup>6</sup>**

Jurusan Pendidikan Sejarah, Fakultas ilmu Sosial, Universitas Negeri Medan

Email: [syahranichaniago816@gmail.com](mailto:syahranichaniago816@gmail.com)<sup>1</sup>, [asinirohanasilaban21@gmail.com](mailto:asinirohanasilaban21@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[gintingelia52@gmail.com](mailto:gintingelia52@gmail.com)<sup>3</sup>, [jeprisaragih107@gmail.com](mailto:jeprisaragih107@gmail.com)<sup>4</sup>, [elisabetnainggolan730@gmail.com](mailto:elisabetnainggolan730@gmail.com)<sup>5</sup>  
[siregarwishmar@gmail.com](mailto:siregarwishmar@gmail.com)<sup>6</sup>

#### Article Info

#### Article history :

Received : 02-12-2025

Revised : 04-12-2025

Accepted : 06-12-2025

Published: 08-12-2025

#### Abstract

*The Sikulikap Waterfall tourist area in Doulu Village is a new tourist area in North Sumatra that is in the pioneering and development stage. So there are many opportunities to conduct research or be used as a location for research activities. The abundance of potential from its natural resources, fisheries, various kinds of typical foods from Tanah Karo, and the friendly and easy-to-work-with community. The purpose of this study was to determine the tourism potential and visitor perceptions of the Sapta Sikulikap Waterfall in Doulu Village, Berastagi District, Karo Regency. This research method was analyzed using qualitative descriptive, namely by displaying data in the form of frequency tables regarding public perceptions of the Sikulikap Waterfall tourist attraction. With the beautiful natural panorama and the atmosphere of the tourist attraction that provides comfort owned by the Sikulikap Waterfall tourist attraction, visitors will not get bored in visiting. So it is not affected by the emergence of new tourist attractions and competition between tourist attractions. Therefore, the government must improve facilities and infrastructure as well as supporting infrastructure and improve other supporting facilities to attract and provide comfort for visitors.*

**Keywords:** *Tourist attractions, Tourism potential, Natural panorama*

#### Abstrak

Kawasan wisata Air Terjun Sikulikap di Desa Doulu merupakan sebuah wisata barunya Sumatera Utara yang dalam tahap perintisan dan pengembangan. Sehingga banyak peluang untuk melakukan penelitian maupun dijadikan sebuah lokasi untuk kegiatan penelitian. Banyaknya potensi yang melimpah dari hasil alamnya, perikanannya, berbagai macam makanan khas dari Tanah Karo, dan masyarakat yang ramah serta mudah untuk diajak kerjasama. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Potensi wisata dan persepsi pengunjung tentang Sapta Air Terjun Sikulikap Di Desa Doulu, Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo. Metode penelitian ini dianalisis dengan deskriptif kualitatif yaitu dengan menampilkan data dalam bentuk tabel-tabel frekuensi mengenai persepsi masyarakat mengenai objek wisata Air Terjun Sikulikap. Dengan adanya panorama alam yang indah dan suasana objek wisata yang memberikan kenyamanan yang dimiliki oleh objek wisata Air Terjun Sikulikap maka pengunjung tidak akan bosan dalam berkunjung. Sehingga tidak terpengaruh dengan munculnya objek wisata baru serta persaingan antar objek wisata. Maka pemerintah harus meningkatkan sarana dan prasarana serta infrastruktur yang menunjang dan peningkatan fasilitas-fasilitas penunjang lainnya sehingga menarik dan memberi kenyamanan bagi pengunjung.

**Kata Kunci:** *Objek wisata, Potensi wisata, Panorama alam*



## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan industri yang kelangsungan hidupnya sangat peka terhadap kerusakan lingkungan oleh baik- buruknya lingkungan (Soemarwoto, 2001). Industri ini sangat peka terhadap kerusakan lingkungan, misalnya pencemaran oleh limbah domestik dan kerusakan pemandangan alam, serta sikap penduduk yang tidak ramah. Suatu daerah wisata mempunyai kemampuan tertentu untuk menerima wisatawan, yaitu disebut daya dukung lingkungan. Daya dukung lingkungan di bidang pariwisata dapat dinyatakan dalam jumlah wisatawan per satuan luas per satuan waktu. Tetapi baik luas maupun waktu umumnya tidak dapat dirata-ratakan, karena penyebarannya wisatawan dalam ruang dan waktu tidak merata (Darsoprajitno.12:2002).

Kawasan wisata Air Terjun Sikulikap di Desa Doulu merupakan sebuah wisata barunya Sumatera Utara yang dalam tahap perintisan dan pengembangan (Humaira. 2015). Sehingga banyak peluang untuk melakukan penelitian maupun dijadikan sebuah lokasi untuk kegiatan penelitian. Banyaknya potensi yang melimpah dari hasil alamnya. perikanannya, berbagai macam makanan khas dari Tanah Karo, dan masyarakat yang ramah serta mudah untuk diajak kerjasama. Wisata Air Terjun Sikulikap yang terletak di Desa Doulu, Kabupaten Karo. Sumatera Utara merupakan sebuah aset daerah yang berpotensi menjadi sebuah tujuan wisata yang cukup menjanjikan di Sumatera Utara (BPS, 2009). Prasyarat utama agar aset yang cukup berharga tersebut bisa menjadi sebuah komoditas daerah adalah dikelolanya tempat wisata tersebut dengan baik sesuai standar minimal industri pariwisata. Pengelolaan yang selama ini dilakukan oleh masyarakat setempat masih bersifat alami dan belum tersentuh oleh ilmu menajemen tata kelola sebuah industri wisata. Dengan kondisi tersebut, mencerminkan bahwa SDM dan SDA yang dimiliki masyarakat belum diberdayakan secara maksimal.

Program Pengembangan Air Terjun Sikulikap di Penatapan Berastagi sebagai Objek Wisata Andalan Masyarakat Kabupaten Karo, pada dasarnya bertujuan untuk memaksimalkan peran masyarakat dalam mengelola potensi wilayah yang dimiliki menjadi sebuah aset yang bermakna. Kebermaknaan itu, akan tercapai jika seluruh potensi yang dimiliki masyarakat bisa diberdayakan lebih maksimal (Kementerian Pekerjaan Umum, 2016) Desa Doulu juga memiliki daya dukung kekayaan alam. Ia yang sangat potensial, seperti padi, ketela, sayur-sayuran, buah-buahan, umbi-umbian dan kacang-kacangan, apalagi daerah ini merupakan bagian dari kawasan pertanian sehingga sangat banyak hasil pertanian. Dengan potensi-potensi yang dimiliki tersebut diharapkan Wisata Alam Air Terjun Sikulikap di Desa Doulu dapat dikelola menjadi industri wisata kreatif yang memiliki ciri khas wisata organik yang saat ini diminati wisatawan.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap objek yang diteliti melalui pengamatan langsung di lapangan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai kondisi, aktivitas, serta fenomena yang terjadi. Disini penulis juga mengumpulkan data dari berbagai sumber terpercaya seperti buku, jurnal, dan laporan penelitian. Proses ini bertujuan untuk memperkuat landasan teori, dan memperkaya pemahaman terhadap konsep-konsep yang digunakan. Data yang diperoleh dari lapangan dan literatur kemudian dianalisis secara deskriptif dengan mengelompokkan dan menafsirkan informasi, sehingga penelitian ini dapat memberikan gambaran yang jelas, akurat, dan sesuai kenyataannya.



## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Kondisi Objek Wisata Air Terjun Sikulikap Saat Ini**

Air Terjun Sikulikap berlokasi di Desa Doulu, Kecamatan Sibolangit, Kabupaten Karo, Sumatera Utara. Dari Medan cuma butuh waktu sekitar 1,5 sampai 2 jam naik motor atau mobil. Rutenya juga gampang kita dapat mengikuti jalan raya Medan – Berastagi, sesampai disana kita dapat mengikuti banyak petunjuk jalannya. Buat yang naik kendaraan umum, bisa turun di Simpang Doulu.

Jalan kaki menuju air terjun memakan waktu sekitar 10–15 menit dengan jalur yang lumayan landai. Jadi santai aja, nggak perlu stamina atlet kok. Sepanjang jalan, kamu bakal disuguhi pemandangan hutan tropis yang hijau dan udara sejuk khas pegunungan. Bikin semangat jalan meskipun kaki mulai pegal. Kalau lagi cari tempat healing yang deket-deket Medan tapi vibesnya kayak di dunia lain, cobain deh main ke Air Terjun Sikulikap di Berastagi, Sumatera Utara. Tempat ini tuh bukan cuma keren buat foto-foto, tapi juga cocok buat yang mau camping, ngopi di tengah hutan, atau sekadar ngilang sejenak dari hiruk pikuk kota.

### **Lokasi Air Terjun Sikulikap dan Cara Menuju ke Sana**

Air Terjun Sikulikap ini lokasinya ada di Desa Doulu, Kecamatan Sibolangit, Kabupaten Karo, Sumatera Utara. Dari Medan cuma butuh waktu sekitar 1,5 sampai 2 jam naik motor atau mobil. Rutenya juga gampang banget: tinggal ikutin jalan raya Medan – Berastagi, nanti udah banyak petunjuk jalannya. Buat yang naik kendaraan umum, bisa turun di Simpang Doulu, lanjut jalan kaki dikit deh. Jalan kaki menuju air terjun memakan waktu sekitar 10–15 menit dengan jalur yang lumayan landai. Jadi santai aja, tidak perlu stamina atlet kok. Sepanjang jalan, kamu bakal disuguhi pemandangan hutan tropis yang hijau dan udara sejuk khas pegunungan. Bikin semangat jalan meskipun kaki mulai pegal.

### **Tiket Masuk Dan Jam Operasional**

Harga Tiket Super Terjangkau masuk ke Air Terjun Sikulikap murah meriah. Tiketnya hanya Rp5.000 per orang buat yang jalan kaki. Jika bawa motor tiketnya Rp20.000 dan mobil Rp60.000. Jika ingin camping, cukup hanya menambah Rp10.000 aja per orang.

### **Jam Buka Yang Fleksibel**

Jam bukanya fleksibel, bahkan bisa sampai 24 jam, Agar aman dan mendapatkan suasana kece, dapat datang di pagi hari ataupun sore hari, sekalian bisa ngejar golden hour buat foto-foto. Malam harinya juga sangat oke buat camping sambil nikmatin udara sejuk dan suara gemeruh air terjun Sikulikap.

### **Daya Tarik Air Terjun Sikulikap Yang Bikin Betah**

#### **Air Terjun Alami Yang Mempesona**

Salah satu yang bikin orang betah di Air Terjun Sikulikap adalah pemandangannya yang beneran masih alami. Air terjunnya yang sangat tinggi, sekitar 30 meter, dengan debit air yang deras tapi jernih. Di sekitarnya, kamu bakal nemuin hutan tropis yang asri banget, suara burung, suara aliran air—pure nature vibes.



## Spot Foto Instagramable

Buat yang doyan upload di Instagram, di sini banyak spot foto kece. Mulai dari “pintu rimba”, rumah hobbit, rumah pohon, sampai jembatan kayu yang aesthetic. Kalau mau cari suasana chill sambil ngopi, mampir aja ke El Sierra Coffee, kafe di tengah hutan yang cozy banget. Kopinya enak, pemandangannya cakep, cocok banget buat santai.

## Camping dan Panjat Tebing

Bagi para adrenaline junkie, di sini juga ada tebing yang sering dipakai buat panjat tebing. Tebingnya cukup curam, jadi yang mau coba pastiin udah punya skill dasar ya. Jika tidak, mending nikmatin camping ground yang nyaman dan dekat dengan air terjun.

## Fasilitas di Air Terjun Sikulikap

Walaupun lokasinya di tengah hutan, fasilitas di Air Terjun Sikulikap tuh cukup lengkap. Ada area parkir yang luas, toilet, gazebo, bahkan beberapa warung makan sederhana. Buat yang mau camping, bisa banget bawa tenda sendiri. Area camping ground-nya aman, bersih, dan dekat banget ke air terjun. Beberapa fasilitas yang dapat dinikmati di tempat wisata tersebut antara lain: area parkir motor & mobil, toilet umum, gazebo buat santai, warung makan dan kopi, area camping ground.

## Kendala Dalam Pengembangan Objek wisata Air Terjun Sikulikap

Kendala dalam kurangnya fasilitas pengeras suara sebagai sarana informasi dan komunikasi bagi para guide kepada pengunjung, kamar mandi untuk ganti pakaian karena tidak tersedia kamar mandi dan cukup meghambat di saat kunjungan ramai, kebersihan areal masih kurang dan minimnya tempat sampah di beberapa titik menuju air terjun, jumlah tangga cukup banyak sehingga cukup melelahkan bagi pengunjung sehingga perlu disediakan pegangan Selanjutnya, lahan parkir yang masih menyewa tanah dari pihak luar sehingga pengelola tidak punya keleluasaan mengelola tanah parkir, kesadaran pengunjung dalam menjaga kebersihan masih rendah serta kurangnya sistem pengelolaan sampah. Selain kedua hal diatas, kebersihan yang masih rendah karena kurangnya kesadaran pengunjung untuk membuang sampah pada tempatnya merupakan faktor yang masih lemah dari Air Terjun Sikulikap.

Faktor – faktor yang menjadi peluang dalam pengembangan Objek wisata Air Terjun Sikulikap Kecenderungan jumlah kunjungan yang semakin meningkat dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir merupakan peluang besar dalam pengembangan air terjun ini. Oleh sebab itu, pengelolaan yang optimal sangat perlu dilakukan untuk memberikan dampak yang positif terhadap kemajuan pariwisata di daerah ini. Faktor – faktor yang menjadi ancaman dalam pengembangan daya tarik wisata Air Terjun Sikulika banyaknya objek wisata Air Terjun di Sumatera Utara yang memiliki karakteristik yang berbeda beda menjadi pilihan dan alternatif bagi pengunjung dan pecinta wisata alam, antara lain: Air Terjun Ponot, Air Terjun Sipiso-piso, Air Terjun Siguragura, Air Terjun Janji Bakkara, Air Terjun Sampuren Putih, dan Air Terjun Pelaruga. Hal ini menjadi ancaman yang cukup besar apabila Air Terjun Sikulikap ini tidak dikelola dan dikembangkan dengan baik.

Strategi Pengembangan Air Terjun Sikulikap sebagai daya tarik wisata alam : 1. Mempertahankan potensi alam yang natural dengan memasang tanda - tanda larangan untuk



pencemaran dan sign untuk tidak membuang sampah sembarangan. Upaya lainnya adalah dengan menyediakan tempat sampah di beberapa titik pada objek wisata Air Terjun Sikulikap. 2. Mempertahankan tingkat kunjungan yang berkelanjutan dengan menjalin kerja sama dengan travel agent untuk mempromosikan objek wisata ini di kalangan wisatawan lokal dan mancanegara. 3. Berkoordinasi dengan berbagai pihak dalam mengelola dan mewujudkan pariwisata dengan membentuk kelompok sadar wisata untuk mewujudkan saptap Pesona terutama meningkatkan kebersihan. 4. Melakukan penataan fasilitas pendukung antara lain warung makanan dan minuman.

### **Upaya Pengembangan Yang Dapat Dilakukan Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan.**

Wisata alam semakin digemari saat ini karena pergeseran tren dan nilai-nilai masyarakat. Munculnya kesadaran akan pentingnya kesehatan dan kesejahteraan menginspirasi orang untuk mencari kegiatan fisik di alam terbuka, seperti hiking dan berenang. Selain itu, kehidupan modern yang padat tekanan mendorong orang mencari pelarian dari rutinitas sehari-hari, dan wisata alam menawarkan lingkungan yang tenang dan menenangkan. Pariwisata kini telah menjadi kebutuhan dasar kehidupan masyarakat modern (Siregar et al., 2020). Kesadaran akan perlunya melestarikan lingkungan juga semakin tinggi, dan wisata alam sering kali mempromosikan prinsip-prinsip ramah lingkungan. Aktivitas outdoor yang berkembang pesat, dukungan media sosial, dan preferensi terhadap pengalaman autentik turut mendorong popularitas destinasi alam. Selain itu, kemajuan teknologi dan peningkatan aksesibilitas membuat perjalanan ke tempat-tempat alam menjadi lebih mudah. Dengan semua faktor ini bersatu, wisata alam menjadi pilihan yang menarik bagi mereka yang mencari ketenangan, kebugaran, dan pengalaman berharga di tengah keindahan alam.

Sebelum mengunjungi tempat wisata, calon pengunjung seringkali mencari informasi yang mereka butuhkan terlebih dahulu. Di era industri 5.0 yang sedang berkembang pesat ini, teknologi dan ilmu pengetahuan terus maju dengan cepat. Salah satu contohnya adalah ketersediaan produk bisnis yang dapat mempermudah aktivitas manusia. Hal ini terlihat dari peningkatan penggunaan internet dan mobilitas masyarakat yang tinggi dalam melakukan segala aktivitas melalui media online. Selain itu, perekonomian juga telah beralih ke era digital, di mana segala transaksi dilakukan secara online (Hawari & Harahap, 2023). Informasi teknologi berperan penting terhadap perkembangan pesat industri perjalanan dan pariwisata, karena informasi teknologi dapat menjadi media bagi wisatawan yang ingin mengakses informasi mengenai produk pariwisata kapan saja dan dimana saja (Komalasari et al., 2020). Sehingga, digital marketing menjadi solusi karena digital marketing memudahkan proses komunikasi dan bertukar informasi, memudahkan proses penawaran produk dan jangkauan pemasarannya yang luas serta efisiensi biaya pemasaran (Oktiyani, 2020).

Pengelola Air Terjun Sikulikap memanfaatkan keberadaan Instagram untuk menarik minat pengunjung ke Air Terjun Sikulikap. Dengan media sosial, informasi dapat tersebar luas dan cepat, sehingga potensi kunjungan semakin meningkat (Angela & Siregar, 2021). Digital marketing yang ada pada Instagram Air Terjun Sikulikap kurang optimal. Pengelola Air Terjun Sikulikap hanya berfokus pada feed konten dan instastory. Padahal, ada fitur lain seperti, question box, polling dan Instagram ads yang dapat dimanfaatkan untuk menciptakan interaksi antar Air Terjun Sikulikap dengan pengunjung sehingga menarik lebih banyak calon pengunjung. Instagram Air Terjun Sikulikap digunakan sebagai media promosi dengan cara membagikan konten feed berupa foto atau video yang berisi foto para pengunjung, informasi spot baru di Sikulikap dan area spot foto yang



instagramable. Selain itu, instastory Air Terjun Sikulikap digunakan untuk memposting ulang instastory pengunjung.

Informasi online adalah taktik pemasaran yang dianggap memiliki dampak signifikan terhadap cara konsumen mengambil keputusan berkunjung (Safira et al., 2019). Namun, pengunjung mengatakan bahwa mereka kesusahan untuk menemukan informasi terkait htm, jam operasional dan ketersediaan sarana prasarana (toilet dan mushola). Tidak terpenuhinya kebutuhan memperoleh informasi membuat calon pengunjung mengurungkan niatnya sehingga tidak terjadi keputusan berkunjung.

Walaupun perkembangan teknologi sudah pesat, tidak dapat di pungkiri bahwa pemasaran dari mulut ke mulut juga merupakan faktor penting dalam keputusan berkunjung. Word of mouth adalah pemasaran melalui mulut ke mulut secara lisan, tertulis maupun elektronik (Latief, 2019). Seorang konsumen yang sudah berpengalaman dalam mencoba suatu produk dan merasakan kepuasan cenderung akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada konsumen lain sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen lain atas suatu produk ((Gumelar et al., 2023);(Novitasari et al., 2019)). Suatu informasi dapat dengan mudah menyebar melalui proses komunikasi, dan didalam aspek pemasaran komunikasi merupakan hal vital untuk peningkatan penjualan. Word of mouth antar konsumen akan saling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan karena pengalaman seseorang adalah informasi penting yang dibutuhkan bagi konsumen lain (Paulus et al., 2015). Word of mouth dianggap dapat dipercaya oleh sebagian orang karena informasi itu diperoleh dari orang yang sudah berpengalaman melakukan perjalanan ke suatu tempat wisata.

Pengunjung Air Terjun Sikulikap mengaku bahwa niat mereka untuk berkunjung terdorong karena mendengar pengalaman rekannya yang sudah berkunjung ke Air Terjun Sikulikap. Kepada penulis, pengunjung mengatakan bahwa mereka tidak enggan merekomendasikan atau menceritakan pengalaman berkunjungnya karena mereka merasa kunjungannya menarik dan Air Terjun Sikulikap layak untuk direkomendasikan kepada orang lain. Namun, pengunjung mengaku merasa kecewa terhadap tidak terawatnya prasarana (toilet) yang ada di Air Terjun Sikulikap. Tidak tersedianya air bersih pada toilet menimbulkan bau yang tidak sedap sehingga menimbulkan rasa tidak nyaman. Pengunjung pun enggan menggunakan toilet itu. Tersebarnya informasi negatif seperti ini dapat mempengaruhi keputusan berkunjung pada Air Terjun Sikulikap.

## ESIMPULAN

Air Terjun Sikulikap memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi salah satu destinasi wisata alam menarik di Sumatera Utara karena keindahan alamnya, akses yang mudah untuk dijangkau, serta meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke tempat tersebut. Namun, pengelolaan kawasan ini masih kurang optimal, terutama dalam hal penyediaan fasilitas, kebersihan, dan informasi yang belum memadai bagi pengunjung. Masalah seperti toilet yang kurang layak, minimnya tempat sampah, tempat parkir yang belum dikelola dengan sepenuhnya, serta informasi digital yang masih kurang lengkap dapat mengurangi minat wisatawan. Meskipun demikian, peluang pengembangan tetap masih terbuka lebar melalui pemanfaatan digital marketing, kerja sama dengan masyarakat, serta penataan fasilitas yang lebih memadai bagi pengunjung. Dengan pengelolaan yang lebih baik dan pemberdayaan potensi lokal, Air Terjun



Sikulikap dapat menjadi destinasi wisata alam yang lebih unggul dan berkelanjutan.

## SARAN

Pengelolaan Air Terjun Sikulikap sebaiknya lebih memperhatikan dan mengutamakan fasilitas dasar seperti toilet, tempat sampah, jalur tangga, dan pegangan pada area tertentu untuk meningkatkan keselamatan dan kenyamanan para pengunjung. Kebersihan kawasan juga harus tetap dijaga dan diperhatikan agar tetap enak dipandang. Pengelolaan lahan parkir juga perlu diperbaiki, idealnya, memiliki lahan tetap agar pengaturan kendaraan lebih rapi dan tidak bergantung pada pihak luar. Dalam hal promosi, pemanfaatan media sosial juga harus lebih ditingkatkan melalui fitur-fitur seperti instagram, facebook, dan aplikasi lainnya. Dengan adanya pengelolaan Air Terjun yang baik dan optimal dapat membuat Air Terjun Sikulikap semakin banyak digemari oleh pengunjung, baik yang datang dari luar daerah maupun dalam daerah untuk melihat keindahan alam dan kesejukan derasnya air yang jatuh dari atas kebawah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adeliways Br. Purba, J., Tampubolon, A. D., & Yefta W., I. (2018). Pengembangan Air Terjun Sikulikap Desa Doulu sebagai Objek Wisata Andalan Masyarakat Kabupaten Karo. *Jurnal Tunas Geografi*, 7(2), 1-6. Retrieved from <http://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/tgeo>.
- BPS. 2009. Kabupaten Karo dalam Angka. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Karo dan Badan Pusat Statistik Kabupaten Karo.
- Darsoprajitno, S. 2002. *Ekologi Pariwisata*. Jakarta: Angkasa Offset.
- Gumelar, A. F., Komariah, N., & Kurniasih, N. (2023). Analisis Pengaruh Pemasaran Dari Mulut ke Mulut Terhadap Keputusan berkunjung Ke Pemustaka Di Perpustakaan Umum Kabupaten Bekasi. *Jurnal Pustaka Budaya*, 10(1), 1–9
- Hawari, A. P., & Harahap, K. (2023). Pengaruh Promosi Dan Persepsi Kemudahan Dalam Penggunaan E-Wallet Shopeepay Terhadap Keputusan Pembelian Pada Masyarakat Kota Medan. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen Indonesia*, 2(01), 27–40.
- <https://indonesiaholiday.co.id/air-terjun-sikulikap-hidden-gem-buat-healing-camping-seru/#:~:ext=Daya%20Tarik%20Air%20Terjun%20Sikulikap%20yang%20Bikin%20Betah>
- Humaira, S. 2015. Air Terjun Sikulikap, Akses ke Sini Mudah Meski Lokasinya Tepat di Bawah Jurang Panatapan.
- Komalasari, R., Pramesti, P., & Harto, B. (2020). Teknologi Informasi E- Tourism Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(2).
- Latief, R. (2019). Word of mouth communication: penjualan produk. *Media Sahabat Cendekia*.
- Novitasari, A. D., Mulyati, A., & Pratiwi, N. M. I. (2019). pengaruh Word of Mouth dan Lifestyle terhadap keputusan berkunjung di jatim park 3. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 5(2).
- Oktiyani, R. (2020). Pengembangan Strategi Pemasaran Ayam Barokah Melalui Digital Marketing. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 4(2), 183–190.
- Paulus, J. I., Bessie, J. L. D., & Kasim, A. (2015). Pengaruh Word of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Kampung Adat Boti Kabupaten TTS. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 1(1), 37–61.
- Safira, R. E., Sholikah, W., & Rahmanto, D. N. A. (2019). Promosi Daerah dan E- Marketing



---

Pariwisata Halal terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Yogyakarta. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1).

Siregar, O. M., Sos, S., & Si, M. (2020). Meningkatkan loyalitas wisatawan di Sumatera Utara. Puspantara.

Soemarwoto, O. 2001. Ekologi Lingkungan dan Pembangunan. Jakarta: Djambatan