



---

## Peranan Sales Promotion Dalam Upaya Meningkatkan Tingkat Hunian Wisata Dimandailing Natal

*The Role of Sales Promotion in Increasing Tourism Occupancy Rate in Dimandailing Natal*

<sup>1)</sup>\*Siti Aliya Nst, <sup>2)</sup>Putri Maulina

<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Indonesia

\*Email: <sup>1)</sup>\* nasutionaliya73@gmail.com, <sup>2)</sup>

\*Correspondence: <sup>1)</sup> Siti Aliya Nst

---

DOI:

10.36418/comserva.v2i4.299

Histori Artikel:

Diajukan : 01-08-2022

Diterima : 27-08-2022

Diterbitkan : 02-09-2022

### ABSTRAK

Dinas Pariwisata Kabupaten Mandailing Natal melakukan promosi pariwisata dengan memaksimalkan dan merasionalkan kegiatan promosinya agar dapat menarik banyak wisatawan, baik wisatawan domestik, domestik maupun mancanegara. Iklan adalah salah satu faktor keberhasilan suatu pemasaran, sehingga kegiatan promosi sangat penting untuk meningkatkan jumlah wisatawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memberikan pemahaman menyeluruh tentang keadaan yang dialami subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motif, dan perilaku, melalui penjelasan kata-kata dan bahasa dibuat. Konteks khusus yang alami dan memiliki berbagai cara alami Media dalam pemasaran pariwisata mempunyai peran penting dalam penyampaian pesan kepada sasaran. Promosi dilakukan dengan bantuan menggunakan Dinas Pariwisata Kabupaten. Mandailing Natal adalah dengan memanfaatkan penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, Website, dan Youtube. Social media call kami adalah Instagram. Pemanfaatan media sosial dalam menjual tempat wisata di Mandailing Natal, karena melalui media sosial, Facebook, Instagram, Twitter dapat menarik wisatawan dalam dan luar negeri untuk pergi ke Madinah, karena sebagian besar penduduk bumi hidup.

**Kata kunci:** pengembangan; pariwisata; promosi; masyarakat.

### ABSTRACT

*The Mandailing Natal Regency Tourism Office carries out tourism promotion by maximizing and rationalizing its promotional activities in order to attract many tourists, both domestic, domestic and foreign tourists. Advertising is one of the key factors for the success of a marketing program, so promotional activities are very important to increase the number of tourists. This study uses a descriptive qualitative approach. According to Moleong (2010:6), qualitative research aims to provide a thorough understanding of the phenomena experienced by research subjects, such as behavior, perceptions, motives, and behavior, through the explanation of words and language made. Special context that is natural and has a variety of natural ways the media in tourism marketing has an important role in conveying messages to the target. Promotion is carried out with the help of the District Tourism Office. Mandailing Natal is by utilizing the use of social media such as Instagram, Facebook, Website, and Youtube. Our social media call is Instagram. The use of social media in selling tourist attractions in Mandailing Natal, because through social media, Facebook, Instagram, Twitter can attract domestic and foreign tourists to go to Medina, because most of the earth's population lives.*

**Keywords:** development;; tourism; promotion; community

---

## PENDAHULUAN

Setelah aktivitas padat yang menghabiskan banyak energi di pikiran dan tubuh setiap hari, mungkin perlu menyegarkan pikiran dan tubuh dan membuat pikiran dan tubuh lebih segar dan bersemangat. Setiap orang memiliki metode penyegarannya sendiri. Refreshing bisa dilakukan dengan mengunjungi berbagai objek wisata, antara lain wisata alam seperti pantai dan pegunungan serta wisata ke tempat-tempat bersejarah. Kemungkinan jalan-jalan di Indonesia tinggi, tetapi daerah yang masih banyak orang yang belum mengetahuinya adalah bahasa Mandarin. Kabupaten Natal. Bagian paling selatan Sumatera Utara, berbatasan dengan Sumatera Barat. Kawasan ini memiliki luas +6.620.70km<sup>2</sup> dan memperkenalkan berbagai atraksi wisata antara lain wisata alam, wisata bahari, wisata sejarah, wisata religi, wisata budaya, wisata legendaris, wisata buatan dan wisata kuliner yang diantaranya dikelola dengan sangat baik.

Objek wisata Kabupaten Mandailing Natal tentunya memiliki ciri dan keunikan yang berbeda dengan wisata di daerah lain seperti Pantai Batu Bedaun. Yang Pantainya unik dan sangat indah, dengan bebatuan besar dengan pohon-pohon kecil di dekat pantai dan bebatuan yang berubah warna ketika jatuh dari air hujan. Dan di tempat yang sama kita menemukan pantai yang landai, muara dan tebing curam ([Fadli](#)

, 2021); ([Sandi & Rahmi](#), 2022).

Berikutnya adalah objek wisata Taman Nasional Batangadis yang luasnya mencapai 72.803,75 hektar dan berada pada kisaran ketinggian 300 hingga 2.145 meter di atas permukaan laut. Ada berbagai macam flora dan fauna yang dilindungi di sini. Beberapa hanya dapat ditemukan di Taman Nasional Batangadis, dan Anda juga dapat menikmati wisata alam seperti air terjun dan danau. Itulah beberapa objek wisata unik Kabupaten Mandarin Natal dan masih banyak lagi objek wisata unik lainnya. Industri pariwisata belum menciptakan daya tarik kawasan yang tidak dikemas dengan baik dan profesional, rendahnya kualitas layanan yang diberikan, interpretasi atau citra budaya atau alam yang tidak memadai. (Foto) Diperlukan strategi yang tepat, seperti minat wisatawan untuk berkunjung dan sarana dan prasarana yang disediakan belum optimal, terutama yang tepat dan sesuai untuk mempromosikan dan menarik wisatawan dari dalam dan luar negeri, diperlukan komunikasi pemasaran. Negara asing berkunjung dan menikmati jasa pariwisata tersebut.

Untuk itu Dinas Pariwisata Kabupaten Mandailing Natal melakukan promosi pariwisata dengan memaksimalkan dan merasionalkan kegiatan promosinya agar dapat menarik banyak wisatawan, baik wisatawan domestic ([Nasution](#), 2019); ([Nuramalia](#), 2019) domestik maupun mancanegara. Iklan merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan suatu program pemasaran, sehingga kegiatan promosi sangat penting untuk meningkatkan jumlah wisatawan. Tidak peduli seberapa bagus suatu produk, jika konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin apakah itu akan membantu, mereka tidak akan membelinya ([Sandi & Rahmi](#), 2022); ([Pranoto et al.](#), 2019).

Begitu pula dengan destinasi wisata, masyarakat yang tidak mengetahui keberadaan objek wisata tersebut kecuali diiklankan oleh pihak pengelola. Dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Wisata Mandarin Natal tentunya berdampak pada peningkatan perekonomian masyarakat dan masyarakat setempat serta membuka lapangan pekerjaan. Seperti yang dikemukakan ([Ritonga et al.](#), 2021); ([Amrina](#), 2021), pariwisata akan membawa pertumbuhan ekonomi yang pesat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup, dan revitalisasi sektor-sektor produksi lain di negara-negara tuan rumah wisata.

Sejak situasi COVID-19 jumlah wisatawan semakin menurun. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Mandailing Natal yaitu data kunjungan wisatawan ke objek wisata di Kabupaten Mandailing Natal dari tahun 2017–2020

**Tabel 1. Data kunjungan wisatawan ke objek wisata di Kabupaten Mandailing Natal 2017-2020**

Capaian kerja									
2017		2018		2019		2020		2021	
Target	Realisasi	T	Realisa	Targe	Realisa	Targe	Realisa	Targe	Realisa)
(orang)	(orang)	ar	si	t	si	t	si	t	si
		ge	(orang	(orang	(orang	(orang	(orang	(orang	(orang
		t	)	)	)	)	)	)	)
		(o							
		ra							
		ng							
		)							
42.471	600.500	45	696.550	50.579	154.040	55.367	139.697	61.200	-
		.9							
		81							

Sumber: Dinas Pariwisata Kab. Mandailing Natal

Dari tabel di atas terlihat bahwa destinasi wisata yang ditetapkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Mandarin Natal semakin tercapai, namun melihat angka dari tahun 2017 hingga 2020, jumlah wisatawan terus meningkat dari tahun 2017 hingga 2018. Namun, ada terjadi penurunan pada tahun 2019 dan 2020.

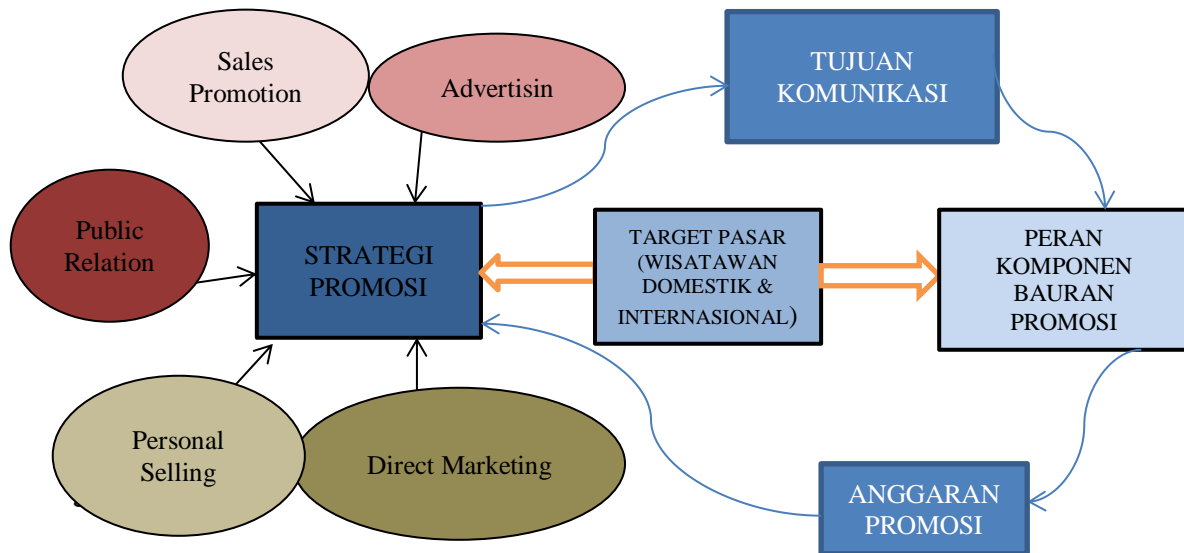
Dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Wisata Mandarin Natal tentunya berdampak pada peningkatan perekonomian masyarakat dan masyarakat setempat serta membuka lapangan pekerjaan. Seperti yang dikemukakan ([Hidayat](#), n.d.); ([Pratama](#) et al., 2021), pariwisata akan membawa pertumbuhan ekonomi yang pesat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup, dan revitalisasi sektor-sektor produksi lain di negara-negara tuan rumah wisata.

## METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kualitatif deskriptif. Menurut ([Fadli](#), 2021), penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman menyeluruh tentang masalah yang dilalui peneliti, seperti perilaku, persepsi, motif, dan perilaku, melalui penjelasan kata-kata dan bahasa. dibuat.. Konteks khusus yang alami dan memiliki berbagai cara alami. Saya menggunakan pendekatan kualitatif. Karena menurut saya pendekatan ini akan membantu kita memahami dan menjelaskan realitas sosial yang ditemukan dalam proses penelitian. Pendekatan ini dianggap cocok untuk memperoleh pemahaman yang alami melalui wawancara dan dokumentasi yang mendalam.

Penelitian kualitatif didasarkan pada filosofi post-positif karena berguna untuk mempelajari objek-objek alam (bukan eksperimen). Peneliti berfungsi sebagai alat pusat, pengambilan sampel,

penargetan sumber data. Pariwisata Madina melalui promosi objek wisata alam, seni dan budaya, untuk meningkatkan kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara Dinas bisa menggunakan strategi bauran promosi. Model strategi bauran promosi yang akan dikembangkan dapat digambarkan dalam mode berikut:



Gambar. 1 Model Strategi Promotion Mix

Berdasarkan model strategi bauran promosi yang telah ditetapkan, maka perlu dikembangkan tujuan komunikasi wisatawan yang jelas agar dapat mencapai target pasar, dalam hal ini untuk meningkatkan jumlah wisatawan domestik dan mancanegara. Hal ini karena tujuan dari komunikasi ini adalah untuk menentukan setiap komponen bauran iklan yang digunakan dalam program pemasaran. Komponen bauran promosi dilaksanakan apabila didukung oleh ketersediaan dana promosi khusus. Oleh karena itu, peneliti dapat menerapkan, menilai, dan menguji komponen bauran pemasaran untuk menentukan komponen mana yang dapat menentukan alternatif pilihan bauran promosi yang paling tepat untuk diaplikasi di Mandailing Natal.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Media pemasaran pariwisata memegang peranan penting dalam menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran. Memilih media periklanan bukanlah hal yang mudah, karena pemilihan media sangat bergantung pada jenis dan karakteristik masing-masing media. Televisi memiliki kualitas yang memadukan gambar dan audio. Keunggulan yang tidak ditemukan pada jenis media lainnya. Majalah dapat menyampaikan lebih banyak informasi bagi pemirsa untuk disimpan atau dibaca ulang. Seperti halnya media internet, surat kabar juga memiliki kelebihan masing-masing. Perencanaan media harus mempertimbangkan dengan cermat karakteristik masing-masing media tersebut dan berbagai faktor lainnya.

Proses pilihan media akan semakin kompleks apabila perencana media wajib menentukan sejumlah media yg sejenis. Perencanaan media adalah aktivitas yg sangat krusial pada pemasaran. Sering kali pemasaran sebagai aktivitas penghamburan dana tetapi nir menaruh output yg diharapkan. Seperti yg dilakukan sang Dinas Kebudayaan & Pariwisata memakai aneka macam media pada

memasarkan pariwisata Rote Ndao, antara lain : media elektronik, media cetak. Kegiatan ini dilakukan buat menjangkau wisatawan potensial & mengurangi kekurangan menurut aneka macam media yg sudah digunakan. Surat menyurat keliru satu bentuk komunikasi yg berfungsi menjadi indera pengikat (warkat), & file dan menjadi indera bukti. Tidak seluruh surat dianggap menjadi warkat, file & dokumen, surat bisa dianggap menjadi warkat jika surat tadi berfungsi menjadi indera pengingat.jadi apabila terdapat surat masuk atau surat keluar aku akan menulis pada kitab surat tadi.

Film bisa sangat berpengaruh besar terhadap perubahan jumlah wisatawan. Hal ini ditimbulkan lantaran pengunjung termotivasi karena melihat lokasi wisata yang mereka lihat melalui sebuah film. Korea Selatan sebagai salah satu negara yang berhasil mempromosikan aneka macam destinasi wisata mereka melalui film, baik film serial juga film pendek. Beberapa destinasi wisata yg sebagai semakin populer juga ramai dikunjungi lantaran film, antara lain yaitu (Budi, 2017). Di Indonesia, terdapat beberapa jenis film nasional yg pula sudah sukses membawa destinasi wisata ke pada bagian berdasarkan alur film & berhasil menaikkan popularitas destinasi wisata . Seperti film lima centimeter yg disutradarai sang Rizal Mantovani, film ini diangkat berdasarkan sebuah novel menggunakan judul yg sama.Sektor pariwisata menempati posisi strategis dalam berbagai kebijakan pembangunan khususnya Indonesia yang memiliki keunggulan pariwisata yang harus diperkuat dan dikuatkan sebagai penopang perekonomian negara. Menurut Renstra Kementerian Pariwisata 2018-2019, dari segi sosial politik, pengembangan pariwisata mendorong kebanggaan akan kekayaan alam dan budaya negara, dan melalui pertumbuhan pariwisata dalam negeri, pariwisata juga berkontribusi secara efektif terhadap pertumbuhan. untuk tanah air dan memperkokoh persatuan dan kesatuan umat. .. Secara sosial budaya, tumbuhnya kesadaran global akan kekayaan alam dan budaya Indonesia menjadi alat yang ampuh bagi diplomasi budaya untuk menciptakan kebanggaan nasional dan sekaligus meningkatkan citra Indonesia di kancan internasional..

### **Pelayanan yang Dilakukan Pengelola dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung**

Pelayan yang baik adalah pelayanan yang disebut Progresif. Superior dapat diartikan sebagai perusahaan yang memakan biaya berlebihan untuk penawaran. Biaya operator yang tinggi biasanya dapat mewakili perusahaan yang memiliki standar yang sangat menyenangkan. Perusahaan dengan operator yang lebih maju atau dukungan pelanggan yang lebih baik biasanya mengenakan harga yang lebih baik untuk produk mereka. Secara umum, perusahaan dengan penawaran yang baik memiliki pangsa pasar yang besar dan tumbuh lebih cepat dibandingkan pesaing dengan penawaran yang rendah.

#### **1. Bukti Langsung**

Bukti langsung adalah bukti nyata dari perhatian dan minat yang diberikan dengan menggunakan perusahaan atau pengelola operator untuk pengunjung situs. Tangible additive terdiri dari body look beserta bangunan, ruangan, tempat parkir, kebersihan, kerapian, kenyamanan ruangan, dan tampilan pekerja. Manajer biasanya mengetahui pusat tubuh dan penawaran kelas satu yang ditawarkan yang memungkinkan Anda untuk memberikan efek luar biasa kepada pengunjung situs, bersama dengan penawaran yang diberikan, pusat yang biasanya dipertimbangkan, pembaruan atraksi wisata. Menambahkan pusat-pusat yang ada adalah salah satu bukti fisik yang dilengkapi dengan bantuan penggunaan manajer, dengan pusat dan penawaran yang disediakan, dapat meningkatkan jumlah pengunjung situs yang ingin bepergian, karena tujuan wisatawan adalah untuk mendapatkan seluruh pusat dan persembahan yang menyenangkan.

#### **2. Perhatian (Empathy)**

Manajer tur mengurus pengunjung situs secara individu atau kelompok dan peka terhadap keinginan mereka. Seperti yang dilakukan pengelola wisata lainnya kepada pengunjung wisata.

mereka memberikan bunga berupa keramahan saat memberikan pelayanan, memberikan senyuman kepada pengunjung dan menghargai pengalaman pengunjung wisata. Diberikan mata dengan bantuan administrator, dapat meningkatkan kenyamanan dan pengalaman perlindungan pengunjung wisata, dan mata yang diberikan dapat mempromosikan berbagai jenis pengunjung situs yang ingin bepergian. Manajer tur memperhatikan pengunjung situs secara pribadi dan kelompok, dan peka terhadap keinginan pengunjung. Seperti yang dilakukan pengelola wisata lain kepada pengunjung situs dengan menggunakan bunga pembayaran dalam bentuk keramahan dalam melayani, menebar senyum kepada pengunjung situs, dan melayani dengan sopan agar pengalaman pengunjung situs dihargai dan diperhatikan. Dengan mata yang diberikan dengan bantuan pengelola, dapat menumbuhkan pengalaman hiburan dan perlindungan bagi pengunjung situs, sehingga mata yang diberikan dapat mempopulerkan berbagai macam pengunjung situs yang ingin berwisata.

3. Cepat Tanggap (Responsiv)

Pengelola wisata/tour tanggap atau sigap dalam mendukung dan menawarkan penawaran secara cepat. Ketanggapan dapat menumbuhkan keyakinan yang luar biasa akan kehalusan persembahan yang diberikan. Kewaspadaan supervisor dalam melayani pengunjung, kecepatan supervisor dalam melayani pengunjung dan pengelolaan proses perjalanan selalu diberikan dengan menggunakan supervisor untuk terus menawarkan kualitas operator bagi pengunjung situs. Dengan pola pikir yang responsif, menangani perjalanan wisatawan, merespon setiap wisatawan yang ingin dilayani, mampu meningkatkan jumlah pengunjung situs yang ingin melakukan perjalanan.

4. Keandalan

Keandalan Pengelola wisata menawarkan penawaran kepada pengunjung sesuai dengan jaminan yang ditawarkan. Arti penting dari pengukuran ini adalah bahwa kepuasan pelanggan/wisatawan akan berkurang jika penawaran yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi masalah atau detail keandalan ini adalah kemampuan perusahaan untuk menyediakan penawaran sebagaimana mestinya dan membebaskan harga sebagaimana mestinya.

Informan pertama yang peneliti wawancarai adalah Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Mandailing Natal khususnya Bpk. Ahmad Yasir Lubis, S.P. Peneliti bertanya Untuk Mengembangkan daya tarik pengunjung memang tidak mudah lagi, kendala apa saja yang dihadapi melalui sarana Dinas Pariwisata Mandailing Natal untuk meningkatkan potensi wisata? kemudian informan menjawab Dinas Pariwisata Kabupaten Mandailing Natal memiliki banyak kendala ketika ingin meningkatkan objek wisata di Mandailing Natal, antara lain adalah keuangan yang minim, khususnya pada tahap tertentu di masa pandemi ini, kisaran harga telah berorientasi pada hal-hal yang lebih krusial, terutama menghadapi Covid, kemudian Untuk memperluas objek wisata yang meliputi pembangunan infrastruktur yang kita butuhkan agar tanah tersebut mudah dan bersih, maka tanah tersebut harus menjadi milik pihak yang berwenang yang diubah menjadi diperoleh melalui pembelian atau hibah dan Hambatan terakhir adalah lamanya waktu perjalanan di berbagai barang wisata. Dari rute perlu ada peningkatan infrastruktur jalan, agar lokasi lebih mudah diakses.

Informan ke-2 yang diwawancarai berubah menjadi Ibu Efridayanti S.H karena Kepala Bidang Promosi pada Dinas Pariwisata Kabupaten Mandailing Natal. Peneliti meminta kira-kira olahraga pertukaran verbal yang dilakukan melalui Dinas Pariwisata Kabupaten Mandailing Natal dalam menjual pariwisata di Mandailing Natal. Beliau mengatakan Aktivitas promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kab. Mandailing Natal yaitu dengan menggunakan media sosial berupa Instagram, Facebook, Website, dan Youtube. Nama media sosial.



Selain melakukan promosi melalui media sosial, Dinas Pariwisata juga melakukan promosi pariwisata melalui berbagai media, khususnya penggunaan media cetak. Dinas pariwisata juga melakukan promosi melalui media cetak khususnya booklet, leaflet dan brosur yang dapat disalurkan ke penginapan-penginapan di Kabupaten Mandailing Natal untuk nantinya dapat diterima oleh pengunjung penginapan, selain itu juga kami bagikan kepada pengunjung lokal saat ada acara-acara.

## SIMPULAN

Dunia internasional, berjuang dengan arus globalisasi, telah memberikan dorongan positif bagi banyak peluang baru. Pariwisata adalah salah satunya. Melalui media sosial, Facebook, Instagram dan Twitter, ketika menjual tempat wisata Mandailing Natal, karena sebagian besar penduduk bumi hidup dan dapat menarik wisatawan domestik dan asing untuk pergi ke Madinah. Media internet dan media sosial berperan menentukan dalam meningkatkan variasi kunjungan untuk menyampaikan pesan dan fakta pelanggan secara cepat di media sosial.

Mempromosikan pariwisata melalui film tidak hanya berdampak signifikan pada lokasi pengunjung dalam film, tetapi juga dari persepsi masyarakat terhadap lokasi pengunjung hingga peningkatan popularitas dan jumlah pengunjung di sektor pariwisata. ledakan besar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amrina, D. H. (2021). Dampak Aktivitas Ekonomi: Produksi Pembuatan Tahu Terhadap Pencemaran Lingkungan (Studi Kasus Industri Tahu Kecamatan Jati Agung, Lampung Selatan). *Holistic Journal of Management Research*, 6(2), 30–41.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54.
- HIDAYAT, M. U. H. T. (n.d.). Pengaruh Pendapatan Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kota MAKASSAR.
- Nasution, G. S. (2019). *Sistem Informasi Geografis Pariwisata Pada Kabupaten Mandailing Natal*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- NURAMALIA, F. L. (2019). Event Tour De Linggarjati Sebagai Alat Promosi Pariwisata Kabupaten Kuningan. *Fisip UNPAS*.
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur-Tangerang. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250–258.
- Pratama, D. P., Sudarmiani, S., & Andriani, D. N. (2021). Analisis Pembangunan Ekonomi dan Sektor Pariwisata di Desa Ngebel. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 9(2), 159–166.
- Ritonga, S., Siregar, N. S., Hidayat, T. W., & Matondang, A. (2021). Sosialisasi Program Simpan Pinjam Khusus Perempuan Untuk Peningkatan Perekonomian Masyarakat di Desa Marjandi Pematang. *Pelita Masyarakat*, 2(2), 102–110.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31289/pelitamasyarakat.v2i2.4874>

<sup>1\*)</sup>Siti Aliya Nst, <sup>2)</sup>Putri Maulina

Peranan Sales Promotion dalam Upaya Meningkatkan Tingkat Hunian Wisata Dimandailing Natal

---

Sandi, D. M., & Rahmi, N. (2022). Perkembangan Destinasi Wisata Sampuraga Desa Sirambas Kecamatan Panyabungan Barat Kabupaten Mandailing Natal (2014-2020). *Jurnal TAROMBO*, 4(1 Agustus), 30–34.



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).