



MANAJEMEN DESTINASI PARADISATA

Tim Penulis:

Sri Susanty, Putu Herny Susanti, Agus Supandi Soegoto, Vany Octaviani,
Feriyadin, Erna Ningsih Mokodongan, Lenny Kurnia Octaviani, Rahmawati Madjid,
Maria Puspitasari, Hanni Adriani & Ray March Syahadat, Heni Dwi Lestari,
Nina Putri Hayam Dey, Brian L. Djumaty.

MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA

Tim Penulis:

Sri Susanty, Putu Herny Susanti, Agus Supandi Soegoto, Vany Octaviani,
Feriyadin, Erna Ningsih Mokodongan, Lenny Kurnia Octaviani, Rahmawati Madjid,
Maria Puspitasari, Hanni Adriani & Ray March Syahadat, Heni Dwi Lestari,
Nina Putri Hayam Dey, Brian L. Djumaty.



MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA

Tim Penulis:

Sri Susanty, Putu Herry Susanti, Agus Supandi Soegoto, Vany Octaviani,
Feriyadin, Erna Ningsih Mokodongan, Lenny Kurnia Octaviani, Rahmawati Madjid,
Maria Puspitasari, Hanni Adriani & Ray March Syahadat, Heni Dwi Lestari,
Nina Putri Hayam Dey, Brian L. Djumaty.

Desain Cover:

Septian Maulana

Sumber Ilustrasi:

www.freepik.com

Tata Letak:

**Handarini Rohana
Neneng Sri Wahyuni**

Editor:

N. Rismawati

ISBN:

978-623-500-018-3

Cetakan Pertama:

Maret, 2024

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA MEDIA UTAMA

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: @penerbitwidina

Telepon (022) 87355370

PRAKATA

Rasa syukur yang teramat dalam dan tiada kata lain yang patut kami ucapkan selain mengucap rasa syukur. Karena berkat rahmat dan karunia Tuhan Yang Maha Esa, buku yang berjudul Manajemen Destinasi Pariwisata telah selesai di susun dan berhasil diterbitkan, semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan dan penambah wawasan bagi siapa saja yang memiliki minat terhadap pembahasan Manajemen Destinasi Pariwisata.

Buku ini merupakan salah satu wujud perhatian penulis terhadap Manajemen Destinasi Pariwisata. Perkembangan pariwisata dalam *decade* terakhir melonjak tajam seiring tingginya mobilitas manusia untuk melakukan perjalanan. Industri ini berkembang dinamis kini didukung oleh *megatrend* jaringan digital dan kemajuan teknologi yang signifikan. Teknologi dan pariwisata kini laksana keping mata uang yang saling berkaitan. Internet merupakan alat yang paling efektif dalam mengakses berbagai informasi dalam tahapan perjalanan wisata mulai dari perencanaan perjalanan, saat berada di suatu daerah tujuan wisata, hingga mereka kembali ke negara asalnya dan menyudahi perjalanan wisata mereka. Tidak dapat dipungkiri bahwa wisatawan akan mencari perjalanan wisata yang memberikan pengalaman yang unik dan berbeda. Kecenderungan pariwisata massal yang menjadi prioritas pemerintah untuk mengejar kuantitas wisatawan yang berkunjung mulai berubah menjadi pariwisata yang berkualitas sejak *pandemic Covid-19*.

Mewujudkan pariwisata berkualitas dan menerapkan pariwisata berkelanjutan di suatu destinasi wisata tidak mudah untuk dilaksanakan. Pariwisata Indonesia menghadapi berbagai aspek mulai dari pembangunan infrastruktur, keberlanjutan lingkungan, tantangan *social* budaya, hingga pengelolaan destinasi wisata. Menghadapi berbagai persoalan tersebut, destinasi pariwisata memerlukan perencanaan terpadu yang melibatkan seluruh komponen terkait atau pemangku kepentingan (*stakeholders*) seperti pemerintah, akademisi, pebisnis,

komunitas masyarakat lokal, *industry*, media, serta pemangku kepentingan wisata lainnya.

Keberhasilan dalam pengelolaan destinasi bergantung pada kolaborasi antara pemerintah, industri pariwisata, dan masyarakat lokal. Semua pengambil kebijakan bertanggung jawab untuk mengembangkan destinasi berkelanjutan, memperkuat komunitas lokal, infrastruktur dan fasilitas pariwisata, dan juga berupaya menciptakan pengalaman perjalanan yang positif bagi wisatawan.

Akan tetapi pada akhirnya kami mengakui bahwa tulisan ini terdapat beberapa kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sebagaimana pepatah menyebutkan “tiada gading yang tidak retak” dan sejatinya kesempurnaan hanyalah milik Tuhan semata. Maka dari itu, kami dengan senang hati secara terbuka untuk menerima berbagai kritik dan saran dari para pembaca sekalian, hal tersebut tentu sangat diperlukan sebagai bagian dari upaya kami untuk terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan karya selanjutnya di masa yang akan datang.

Terakhir, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan turut andil dalam seluruh rangkaian proses penyusunan dan penerbitan buku ini, sehingga buku ini bisa hadir di hadapan sidang pembaca. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ilmu pengetahuan di Indonesia.

Maret, 2024

Tim Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	iii
DAFTAR ISI	v
BAB 1 KONSEP DAN RUANG LINGKUP MANAJEMEN	
DESTINASI PARIWISATA	1
A. Pendahuluan	2
B. Konsep Manajemen Destinasi Pariwisata	6
C. Ruang Lingkup Manajemen Destinasi Pariwisata	11
D. Rangkuman Materi	16
BAB 2 PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN	
DESTINASI PARIWISATA	21
A. Pendahuluan	22
B. Definisi dan Klasifikasi Destinasi Pariwisata	23
C. Perencanaan Pariwisata	27
D. Pengembangan Pariwisata	31
E. Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata	34
F. Rangkuman Materi	41
BAB 3 ANALISIS PASAR PARIWISATA	45
A. Pendahuluan	46
B. Analisis Pasar Wisata	48
C. Analisa Tawaran Produk Wisata	51
D. Rangkuman Materi	59
BAB 4 PROMOSI DAN PEMASARAN DESTINASI	63
A. Promosi dan Pemasaran Destinasi	64
B. Rangkuman Materi	73
BAB 5 PENGELOLAAN PELAYANAN DAN PENGALAMAN WISATAWAN	77
A. Pendahuluan	78
B. Layanan	79
C. Konsep Penting dalam Manajemen Layanan	83
D. Pariwisata Sebagai Sebuah Layanan	93
E. Pengalaman	95
F. Pengelolaan Pariwisata dan Layanan	99

G. Rangkuman Materi	102
BAB 6 PENGANTAR KEUANGAN DESTINASI	111
A. Pendahuluan.....	114
B. Perancangan dan Penganggaran	119
C. Pengelolaan Pendapatan	126
D. Akuntabilitas	130
E. Penutup	137
F. Rangkuman Materi	141
BAB 7 KUALITAS LINGKUNGAN DAN PELESTARIAN BUDAYA.....	149
A. Pendahuluan.....	150
B. Pengaruh Pariwisata Terhadap Lingkungan	151
C. Kualitas Lingkungan Sebagai Daya Tarik Wisata.....	154
D. Strategi Pelestarian dalam Manajemen Destinasi Pariwisata	155
E. Peran Masyarakat Lokal dalam Manajemen Destinasi Pariwisata	157
F. Rangkuman Materi	159
BAB 8 MANAJEMEN KEPEMIMPINAN DESTINASI	163
A. Manajemen Kepemimpinan Destinasi.....	164
B. Rangkuman Materi	175
BAB 9 MANAJEMEN KRISIS DAN KEAMANAN DESTINASI	177
A. Pendahuluan	178
B. Krisis dalam Industri Pariwisata.....	180
C. Dampak Krisis pada Industri Pariwisata	183
D. Jenis Krisis	185
E. Daur Hidup Isu	187
F. Manajemen Krisis	191
G. Rangkuman Materi	195
BAB 10 PENGUKURAN KINERJA DESTINASI	201
A. Pendahuluan	202
B. Kinerja Destinasi	203
C. Mengukur Kinerja Destinasi	205
D. Pentingnya Mengukur Kinerja Destinasi Bagi Industri Pariwisata	208
E. Beberapa Studi Kasus Pengukuran Kinerja Destinasi Bagi Industri Pariwisata.....	209

F. Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Kinerja Destinasi Pariwisata	211
G. Rangkuman Materi	212
BAB 11 PENGEMBANGAN DESTINASI BERKELANJUTAN.....	217
A. Pendahuluan	218
B. Teori Pengembangan Pariwisata	219
C. Kebijakan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan	220
D. Unsur-Unsur Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan	223
E. Komponen Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan	225
F. Tahapan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan	226
G. Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan	227
H. Prinsip Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan.....	229
I. Rangkuman Materi	231
BAB 12 DESTINASI PARIWISATA DIGITAL	235
A. Pendahuluan	236
B. Konsep Pariwisata Digital	236
C. Perkembangan Destinasi Pariwisata Digital	237
D. Manfaat Digitalisasi pada Destinasi Pariwisata	245
E. Rangkuman Materi	245
BAB 13 HUBUNGAN ANTAR DESTINASI.....	251
A. Pendahuluan	252
B. Konsep <i>Destination Management Organization (DMO)</i>	253
C. Prinsip <i>Destination Management Organization (DMO)</i>	253
D. Tujuan <i>Destination Management Organization (DMO)</i>	254
E. Fungsi <i>Destination Management Organization (DMO)</i>	255
F. Strategi Pengembangan <i>Destination Management Organization (DMO)</i>	257
G. Indikator Keberhasilan <i>Destination Management Organization (DMO)</i>	259
H. Destinasi Pariwisata Indonesia yang Menerapkan Strategi <i>Destination Management Organization (DMO)</i>	260
I. Rangkuman Materi	268
GLOSARIUM	274
PROFIL PENULIS	284



MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA

BAB 1: KONSEP DAN RUANG LINGKUP MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA

Dr. Sri Susanty, S.ST.Par., M.Par

Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

BAB 1

KONSEP DAN RUANG LINGKUP MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA

A. PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata dalam *decade* terakhir melonjak tajam seiring tingginya mobilitas manusia untuk melakukan perjalanan. Industri ini berkembang dinamis kini didukung oleh *megatrend* jaringan digital dan kemajuan teknologi yang signifikan. Teknologi dan pariwisata kini laksana keping mata uang yang saling berkaitan. Internet merupakan alat yang paling efektif dalam mengakses berbagai informasi dalam tahapan perjalanan wisata mulai dari perencanaan perjalanan, saat berada di suatu daerah tujuan wisata, hingga mereka kembali ke negara asalnya dan menyudahi perjalanan wisata mereka. Tidak dapat dipungkiri bahwa wisatawan akan mencari perjalanan wisata yang memberikan pengalaman yang unik dan berbeda. Kecenderungan pariwisata massal yang menjadi prioritas pemerintah untuk mengejar kuantitas wisatawan yang berkunjung mulai berubah menjadi pariwisata yang berkualitas sejak *pandemic Covid-19*. Industry pariwisata massal menggiring isu kebocoran ekonomi dimana pihak yang diuntungkan sebagian besar berupa investor di luar masyarakat lokal, di sisi lain bergesernya nilai-nilai kearifan lokal menjadi tanggung jawab masyarakat lokal.

Pandemik Covid-19 memiliki pengaruh besar pada perilaku berwisata masyarakat dan melahirkan *megatrend* pariwisata. Dikutip laman kemenparekraf.go.id tentang *megatrend* pariwisata 2023, yaitu: pertama: *End of Ambition*. *Trend* ini menunjukkan perubahan paradigma bekerja dimana masyarakat mulai mengutamakan fleksibilitas dan berlibur untuk

DAFTAR PUSTAKA

- Bhudiharty, S. (2020). Studi Komparatif: Penerapan Program Destination Management Organization (Dmo) Kementerian Pariwisata Pada Destinasi Wisata Kota Tua Jakarta. *Jurnal Industri Pariwisata*, 3(1), 23–35. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v3i1.42>
- BM, Nugroho Sumarjyanto. Beberapa Masalah Dalam Pengembangan Pariwisata di Indonesia. *Jurnal Pariwisata*. Volome 7 No 2. 2020
- Buhalis, D., & Zoge, M. (2007). Dampak Strategis Internet terhadap Industri pariwisata, dalam Sigala, M., Mich, L., Murphy, J. (Eds.), *Informasi dan Komunikasi Teknologi dalam Pariwisata 2007*. (hlm. 481-492). Springer-Verlag, Wien
- David L. Edgell Sr. (2019). *Managing Sustainable Tourism: A Legacy for the Future*. Edition 3. Publisher: Roudlegher
- Dewi Kemala, Anglian I Gusti Kade Heryadi, Mahardika I Made Ngurah Oka (2023). Strategi Meningkatkan Peran Media Sosial Dalam Membranding Destinasi Wisata Sebagai Media Pemasaran. *Waisya: Jurnal Ekonomi* Vol. 2 No 1 April 2023 <https://e-journal.iahngdepudja.ac.id/index.php/JW> 3.
- E. Azzopardi, R. Nash. A critical evaluation of importance–performance analysis *Tourism Management*, 35 (2013), pp. 222-233, 10.1016/j.tourman.2012.07.007
- Hall, C.M. 1995, *Introduction to Tourism in Australia: Impacts, Planning and Development*, Longman Cheshire, Melbourne.
- Hankinson, G. (2007). The management of destination brands: Five guiding principles based on recent developments in corporate branding theory. *Brand Management*.14(3), 240–254
- Harrison, D. 2001, *Tourism and The Less Developed World: Issues and Case Studies*, CABI Publishing, New York, USA
- Komuna, A.A., Kalangi, J.B, Masloman,I. Pengaruh pembangunan Infrastruktur Publik dan Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Volume 21 No. 04 Oktober 2021.

- L. Andrades, F. Dimanche. Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges. *Tourism Management*, 62 (2017), pp. 360-376, 10.1016/j.tourman.2017.05.008
- McIntosh, R.W., Goeldner, C.R. and Ritchie, J.R.B. 1995, *Tourism, Principles, Practices, Philosophies*, John Wiley & Sons, Inc, Canada.
- Nofriya, Nofriya. Ardinis Arbain, Sari Lenggogeni. Dampak Lingkungan Akibat Kegiatan Pariwisata di Kota Bukit Tinggi. *Jurnal Dampak*. Vol. 16 No.02. 2019.
- Ritchie and Crouch, 2003. The competitive destination: A sustainable tourism perspective. CABI, Wallingford, UK (2003)
- Susanty, S., Idrus,S., Sriwi, A. Paturusi, S.A., & Antara, M. (2021). Female tour guides in Lombok, Indonesia: Their existence and barriers. *Asia-Pasific Journal Of Innovation in Hospitality and Tourism*, 10(3), 123-136.
- Swarbrooke dan Horner. (2007). Consumer behaviour in tourism. Burlington, MA: Butterworth Heinemann. London
- Wahyudiono Andhika, Dimas Imaniar. 2021 Dampak Pariwisata Terhadap Aspek Social Budaya Masyarakat Desa Adat Kemiren di Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Representamen* Vol 7 No.01 April 2021.
- Werthner, H., & Ricci, F. (2004). E-Commerce and Tourism Communications of the ACM. 47(12), 101-105.



MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA

BAB 2: PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA

Dr. Putu Herny Susanti, S.E., M.Par

Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional (IPBI) Denpasar

BAB 2

PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA

A. PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, hal ini terjadi karena adanya pergerakan manusia untuk mencari sesuatu yang belum diketahui dengan melakukan perjalanan ke daerah yang baru, mencari perubahan suasana dan ingin mengetahui lebih jauh tentang kehidupan di daerah yang berbeda, baik tentang adat istiadat dan budaya. Pariwisata dewasa ini berkembang sangat pesat yang diakibatkan dari perkembangan teknologi informasi dan transportasi. Pariwisata menjadi sektor andalan untuk meningkatkan devisa bagi suatu negara. Di masa pandemi Covid-19 pariwisata mengalami masa yang suram karena adanya pembatasan bagi wisatawan untuk bepergian ke luar daerah dan keluar dari negaranya. Dengan adanya pandemi yang meluluhlantakkan sektor pariwisata, maka kita menyadari bahwa industri pariwisata bukanlah sektor yang cukup kuat menjadi basis ekonomi jika tidak didukung oleh pertanian, jasa, dan sektor lainnya. Kita menyadari bahwa pariwisata tetap merupakan sektor andalan untuk peningkatan pendapatan negara dan pendapatan daerah, tidak dapat dipungkiri bahwa pada satu sisi pariwisata tetap diperlukan untuk memberikan *multiplier effect* ekonomi bagi masyarakat. Berdasarkan kondisi tersebut, maka diperlukan suatu perencanaan dalam pengembangan destinasi pariwisata yang berkelanjutan.

5. Apakah indikator yang dapat dipakai untuk mengukur tingkat keberlanjutan suatu destinasi pariwisata

DAFTAR PUSTAKA

- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D and Wanhill, S. (1993). *Tourism: Principles and Practise*. London: Pitman Publishing.
- Gunawan, Myra. P. (2008). *Pariwisata Indonesia: Dulu, Kini, dan Yang Akan Datang Dalam Perencanaan Pariwisata Berkelaanjutan*, Bandung: Penerbit ITB
- Harun, R. (2008). Konsep Pembangunan Pariwisata Berkelaanjutan.
- ILO. (2012). *Rencana Strategis Pariwisata Berkelaanjutan dan Green Jobs Untuk Indonesia*.
- Lateurilawa. (2012). Care Tourism. World press.com.
- Latief Abdullah.blogspot.co.id 121. Penerapan Destination Management organization (DMO) berbasis teknologi informasi pada industri pariwisata.
- Page, Stephen. (1995). *Urban Tourism*. London and New York: Routledge
- Pitana, Gde dan Gayatri, P.G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Ridwan,Mohamad. (2012). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*.: Medan: PT SOFMEDIA
- Sedarmayanti. Sastryuda, Gumelar S. Afriza Lia. (2018). *Pembangunan dan Pengembangan Pariwisata*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sunaryo, Bambang. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media
- Suwantoro, Gamal. (1997). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Undang-Undang No. 10 Tahun (2009) *Tentang Kepariwisataan*. Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata. Jakarta.
- World Tourism Organization, UN-WTO.(2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destination: A Guidebook*. Madrid: World Tourism Organization.

Yoety, O. A. 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

Internet

Kamus diakses dari <https://www.igi-global.com/dictionary/tourist-destination/39274> (Diakses 18 desember 2023)

Zagere, 2021 diakses dari <https://www.solimarinternational.com/tourism-destination-planning-how-when-and-who/>



MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA

BAB 3: ANALISIS PASAR PARIWISATA

Dr. Agus Supandi Soegoto, S.E., M.Si

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi

BAB 3

ANALISIS PASAR PARIWISATA

A. PENDAHULUAN

Pariwisata saat ini menjadi salah satu sektor yang menjadi andalan bagi pembangunan nasional di Indonesia, demikian juga pariwisata berkontribusi signifikan terhadap pembangunan sosial ekonomi di Indonesia. Pembangunan nasional yang sedang berlangsung, didalamnya memanfaatkan potensi wisata dengan keindahan alamnya yang sangat memikat menjadikan pulau-pulau yang tersebar di Indonesia menjadi aset bangsa yang terus digali potensinya, untuk dimanfaatkan bagi kepentingan pembangunan nasional, tentu melalui sektor Pariwisata.

Secara geografis Indonesia, menjadi negara kepulauan dengan luas wilayah yang tersebar di garis khatulistiwa, yang memiliki dan mengoleksi suaka margasatwa laut dan darat terbesar di Asia Tenggara. Sebagai sebuah negara kepulauan, Indonesia terdiri dari lima pulau besar dan ribuan pulau kecil yang dihiasi danau, pegunungan, dan garis pantai terpanjang di dunia (Aswita, *et al*, 2018). Juliana, dan Samiu, (2022), menyatakan Indonesia telah mengembangkan industri pariwisata yang unik dan indah serta menjadi salah satu lokasi paling menarik di dunia untuk dikunjungi para wisatawan. Ketersediaan sumber daya alam yang sangat kaya flora dan fauna yang beragam ini menjadi sumber kekayaan dan kemampuan serta daya tarik bagi para wisatawan dunia maupun nusantara untuk dapat berkunjung sekaligus mengenali dan menikmati keindahan alam yang disediakan oleh alam Indonesia yang ramah dan kaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aswita, D., Suryadarma, I. G. P. and Suyanto, S. (2018). *Local Wisdom of Sabang Island Society (Aceh, Indonesia) in Building Ecological Intelligence to Support Sustainable Tourism*. *Geojournal of Tourism and Geosites*, Vol.22 (2). Pp. 393–402.
- Fachrurazi, (2023). Manajemen Pemasaran Jasa. Konsep Dasar dan Strategi. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Hadi, Muhammad Sofyan (2023). Dinamika Pertumbuhan Pasar Pariwisata Berkelanjutan serta Kecenderungannya dalam Berwisata. Artikel. February 27, 2023. Jakarta: Booking.com
- Hermawan dan Yuswohady, (2016). *Marketing in Venus Playbook Volume Three*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Juliana, dan La Diu Samiu, (2022) Dinamika Potensi Pasar Pariwisata dalam Memperluas Ekonomi: Bukti Dari Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah* Vol 5 (2), Juni 2022. Hal. 2105-2115
- Kotler Philip, H. Kartajaya, I. Setiawan. (2019). *Marketing 4.0. Moving from Traditional to Digital*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2012). Strategi Pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.



MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA

BAB 4: PROMOSI DAN PEMASARAN DESTINASI

Dr. Vany Octaviany, S.Par., M.M.Par

Program Studi D3 Perhotelan, Fakultas Ilmu Terapan, Telkom University

BAB 4

PROMOSI DAN PEMASARAN DESTINASI

A. PROMOSI DAN PEMASARAN DESTINASI

Pemasaran destinasi adalah serangkaian kegiatan yang dirancang untuk mempromosikan dan meningkatkan daya tarik suatu tempat atau area tertentu sebagai tujuan wisata. Tujuan dari pemasaran destinasi adalah untuk menarik dan mempertahankan perhatian wisatawan, mendorong kunjungan wisata, dan pada akhirnya menghasilkan manfaat ekonomi bagi destinasi tersebut. (Y. Wang & Xiang, 2016). Pemasaran destinasi merupakan aspek penting dalam pengembangan pariwisata, karena hal ini secara signifikan mempengaruhi aspek dari sisi penawaran dan permintaan (Tasci & Gartner, 2017). Hal ini melibatkan proses berkelanjutan dalam mengidentifikasi kebutuhan wisatawan dan mengembangkan strategi pemasaran untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sehingga meningkatkan pengalaman perjalanan wisatawan (Chin *et al.*, 2020). Pemasaran pariwisata adalah proses manajerial dalam mengantisipasi dan memuaskan keinginan wisatawan yang ada dan calon wisatawan dengan lebih efektif dibandingkan pemasok atau destinasi pesaing. (Mulec, 2016)

Pemasaran destinasi yang efektif memerlukan upaya kolektif dari berbagai organisasi dan bisnis yang bekerja secara harmonis untuk mencapai tujuan bersama. Selain itu, hal ini diakui sebagai alat untuk menarik pasar wisatawan, dimana negara, wilayah, dan kota semakin bersedia mengalokasikan dana untuk pemasaran destinasi (Tsvetanova, 2018). *Destination Marketing Organizations* (DMOs) memainkan peran penting dalam memasarkan destinasi untuk membangun citra positif

TUGAS DAN EVALUASI

1. Buatlah rancangan strategi promosi dan pemasaran untuk sebuah destinasi pariwisata!
2. Buatlah konten yang menarik untuk mempromosikan sebuah destinasi pariwisata, kemudian unggah ke sosial media!

DAFTAR PUSTAKA

- Abiola-Oke, E., & Fakokunde, T.. (2022). Effect of Destination Brand on Destination Competitiveness in Southwest Region of Nigeria. *International Journal of Hospitality and Tourism Studies*, 3(1), 10–19. <https://doi.org/10.31559/ijhts2022.3.1.2>
- Berhanu, K., & Raj, S. (2020). Heliyon The trustworthiness of travel and tourism information sources of social media: perspectives of international tourists visiting Ethiopia. *Heliyon*, 6(3), e03439. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e03439>
- Brian, G., & Gregory, A. (2013). Marketing in The Tourism Industry (RLE Tourism): The Promotion of Destination Regions. In *Routledge*.
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2013). Information and Communication Technologies in Tourism 2014. *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*, 553–564. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-03973-2>
- Chatterjee, J., & Dsilva, N. R. (2021). *A study on the role of social media in promoting sustainable tourism in the states of Assam and Odisha*. 2(1), 74–90. <https://doi.org/10.1108/TRC-09-2020-0017>
- Chin, C. H., Lo, M. C., Razak, Z. bin, Pasbakhsh, P., & Mohamad, A. A. (2020). Resources confirmation for tourism destinations marketing efforts using PLS-MGA: The moderating impact of semirural and rural tourism destination. *Sustainability (Switzerland)*, 12(17), 1–23. <https://doi.org/10.3390/SU12176787>
- Hasan, A. (2015). *Marketing Tourism*. CAPS.
- Hvass, K. A., & Munar, A. M. (2012). *The takeoff of social media in tourism*. 18(2), 93–103. <https://doi.org/10.1177/1356766711435978>

- Koo, C., Xiang, Z., Gretzel, U., & Sigala, M. (2021). Artificial intelligence (AI) and robotics in travel, hospitality and leisure. *Electronic Markets*, 31(3), 473–476. <https://doi.org/10.1007/s12525-021-00494-z>
- Moro, S., Rita, P., & Moro, S. (2018). *Brand strategies in social media in hospitality and tourism*. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2016-0340>
- Mulec, I. (2016). Promotion as a tool in sustaining the destination marketing activities. *Turizam*, 14(1), 13–21. <https://doi.org/10.5937/turizam1001013m>
- Mwaura, D., Acquaye, D., & Jargal, S. (2013). Marketing implications of the destination image of Mongolia. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 5(1), 80–91. <https://doi.org/10.1108/17554211311292466>
- Nekooeezadeh, M. (2022). *IoT implementation in smart tourism : a future study Approach*. 0–38.
- Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). *Smart technologies for personalized experiences : a case study in the hospitality domain*. 243–254. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0182-1>
- Pattanaro, G. (2018). *The Contribution of Residents to Collaborative Destination Marketing: Opportunities and Challenges*. 4–9. <https://doi.org/10.17758/heraig3.h0518405>
- Satghare, H., & Sawant, M. (2018). SWOT Analysis of Marketing Strategies Applied by MTDC for Promotion of Maharashtra Tourism. *Atna - Journal of Tourism Studies*, 13(2), 79–95. <https://doi.org/10.12727/ajts.20.6>
- Srisangkaew, K. (2017). *Advanced Destination Marketing Strategy for Chanthaburi Province, Thailand Abstract* : 2(1), 77–84. <https://doi.org/10.24088/IJBEA-2017-21010>
- Tasci, A. D. A., & Gartner, W. C. (2017). Destination image and its functional relationships. *Journal of Travel Research*, 45(4), 413–425. <https://doi.org/10.1177/0047287507299569>
- Tsvetanova, E. (2018). Destination marketing activities for sustainable urban development (Following the example of the town of Pleven). *Journal of Thermal Engineering*, 4(4), 2117–2126. <https://doi.org/10.18186/journal-of-thermal-engineering.433673>

- Tyan, I., & Yagüe, M. I. (2020). *Blockchain Technology for Smart Tourism Destinations*. 1–11.
- Wang, S., Japutra, A., & Molinillo, S. (2021). Branded premiums in tourism destination promotion. *Tourism Review*, 76(5), 1001–1012.
<https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0256>
- Wang, Y., & Xiang, Z. (2016). Toward a theoretical framework of collaborative destination marketing. *Journal of Travel Research*, 46(1), 75–85. <https://doi.org/10.1177/0047287507302384>



MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA

BAB 5: PENGELOLAAN PELAYANAN DAN PENGALAMAN WISATAWAN

Feriyadin, S.Pd., M.M

Sekolah Tinggi Pariwisata Soromandi Bima

BAB 5

PENGELOLAAN PELAYANAN DAN PENGALAMAN WISATAWAN

A. PENDAHULUAN

Wisata menjadi kebutuhan esensial bagi sebagian besar masyarakat. Dengan berwisata, mereka dapat menghindari kebosanan dari rutinitas sehari-hari dan menikmati momen berkualitas bersama keluarga serta teman. Untuk memenuhi kebutuhan ini, pemerintah dan pengelola destinasi wisata berusaha melakukan inovasi, mencari ide baru, dan memberikan pengalaman positif kepada para wisatawan. Pariwisata adalah kegiatan yang melibatkan banyak dimensi dan disiplin, yang dapat memberikan dampak positif maupun negatif pada destinasi yang diminati oleh wisatawan. Keberhasilan kegiatan wisata ini bergantung pada kebijakan negara dalam menyediakan atraksi, aksesibilitas, fasilitas, termasuk faktor keamanan (Crouch & Ritchie, 1999).

Pemerintah menggantungkan harapannya pada sektor pariwisata untuk mendapatkan devisa dari pendapatan *non-migas*. Selain sebagai penyumbang devisa, pariwisata juga memberikan kontribusi yang signifikan pada berbagai aspek, seperti menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat dan pemerintah, mendukung pelestarian lingkungan hidup dan kebudayaan, serta memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa (Andriani *et al.*, 2022). Peran pariwisata sangat krusial dalam pembangunan ekonomi global, sehingga sering dijuluki sebagai paspor menuju pembangunan (Kadt, 1984). Oleh karena itu, hampir semua negara saat ini berkompetisi untuk mempromosikan

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, H., Dewi Andriani, L. K. O., Anisa, Syahadat, R. M., Ramadhani, I., Mokodompit, E. A., Feriyadin, Afrilian, P., Satmoko, N. D., Hayati, R., Satriawati, Z., & Musafir. (2022). *Manajemen Operasi Layanan Kepariwisataan*. Widina Media Utama.
- Ali, F., Amin, M., & Cobanoglu, C. (2016). An Integrated Model of Service Experience, Emotions, Satisfaction, and Price Acceptance: An Empirical Analysis in the Chinese Hospitality Industry. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 25(4), 449–475.
<https://doi.org/10.1080/19368623.2015.1019172>
- Ali, F., Ryu, K., & Hussain, K. (2016). Influence of Experiences on Memories, Satisfaction and Behavioral Intentions: A Study of Creative Tourism. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 33(1), 85–100.
<https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1038418>
- Andriani, D., Adelia, S., Juliansyah, R., Wiratanaya, G. N., Sari, D. P., Pidada, I. B. A., Purwaningrum, H., Hatibie, I. K., Putri, Z. E., Haryanto, E., Feriyadin, Satmoko, N. D., Lumanauw, N., Afrilian, P., & Hanim, W. (2022). *Perencanaan Pariwisata* (1st ed.). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Bagdare, S., & Jain, R. (2013). Measuring retail customer experience. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 41(10), 790–804. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-08-2012-0084>
- Bayer, J., Fehringer, A., Lehar, G., Jurgeit, F., & Leitner, T. (2017). Visitor Management in Tourism Destinations. In J. N. Albrecht (Ed.), *CABI Series in Tourism Management Research General*.
<https://doi.org/10.1079/9781780647357.0075>
- Bhuvanaiah, T., & Raya, R. P. (2014). Employee Engagement: Key to Organizational Success. *Journal of Indian Management*, 61–71.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57.
<https://doi.org/10.2307/1252042>

- Buhalis, D. (2015). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management Special Issue: The Competitive Destination*, 476, vi. [https://doi.org/10.1016/S0921-4526\(15\)00231-8](https://doi.org/10.1016/S0921-4526(15)00231-8)
- Busaini, B., Rinuastuti, B. H., Feriyadin, F., Wijanarko, A., Assidiq, K. A., Hadinata, L. A., & Rahmaningsih, S. (2020). Peran Pemuda Dalam Membangun Citra Pariwisata Halal Di Desa Setanggor. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 9(3), 295–304. <https://doi.org/10.29303/jmm.v9i3.574>
- Chan, T., Fielt, E., Gable, G. G., & Stark, K. (2010). Business Service Management: Service and Service Quality. *Smart Services CRC*, 2(April).
- Clatworthy, S. (2011). Service innovation through touch-points: Development of an innovation toolkit for the first stages of new service development. *International Journal of Design*, 5(2), 15–28.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 2963(97).
- Feriyadin. (2022). Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Akun Facebook Stipar Soromandi Bima Ntb Dalam Meningkatkan Strategi Promosi Perguruan Tinggi. *Journal of Tourism and Creativity*, 6(1), 24–38. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourismjournal/index%0APersepsi>
- Feriyadin, Kurniawan, R., Marlin, T., Purbosaputro, E., Pandowo, A., Latif Saleh, F., Aswita, Hasyim, M., Deliana, D., Suyamto, & Utami, M. P. (2023). *Strategi Pemasaran Pariwisata*. Get Press Indonesia.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403–428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Ghobadian, A., Speller, S., & Jones, M. (1994). Service Quality Concepts and Models. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 11(9), 43–66.
- Gronroos, C. (2015). *Service Management and Marketing* (Fourth). John Wiley & Sons Ltd.

- Harris, L. C., & Reynolds, K. L. (2004). Jaycustomer behavior : an exploration of types and motives in the hospitality industry. *Journal of Services Marketing*, 18(5).
<https://doi.org/10.1108/08876040410548276>
- Il, B. J. P., & Gilmore, J. H. (2015). *The experience economy : past, present and future*. September 2013, 20–44.
<https://doi.org/10.4337/9781781004227.00007>
- Jones, T. O., & Sasser, W. E. (2009). Why Satisfied Customers Defect. *Journal Harvard Business*, 1–12.
<http://hbr.harvardbusiness.org/1995/11/why-satisfied-customers-defect/ar/pr>
- Kadt, E. de. (1984). *Tourism - Passport to Development*. Oxford University Press.
- Kahn, W. A. (1990). Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work. *Academy of Management Journal*, 692–724.
- Kamakura, W. A., Mittal, V., Rosa, F. de, & Mazzon, J. A. (2002). Assessing the Service-Profit Chain. *Marketing Science*, 21(3).
- Kandampully, J. (2010). Service quality to service loyalty: A relationship which goes beyond customer services. *Total Quality Management*, 9(July 2012), 37–41.
- Kandampully, J., Zhang, T., & Jaakkola, E. (2017). Customer experience management in hospitality: A literature synthesis, new understanding and research agenda. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, January 2018.
<https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2015-0549>
- Kim, A. K., & Brown, G. (2012). Understanding Tourist Perspectives on Geotourism Experience: Implications for Destination Development. *Tourism Review International*, 16(1), 45–57.
<https://doi.org/10.3727/154427212x13431568321546>
- Kim, J. (2009). *Development of A Scale to Measure Memorable Tourism Experience*. Indiana University.
- Lemon, K. N., Verhoef, P. C., & Understanding. (2016). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing*, 80. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>

- Lin, H., Zhang, M., Gursoy, D., & Fu, X. (2019). Impact of tourist-to-tourist interaction on tourism experience : The mediating role of cohesion and intimacy. *Annals of Tourism Research*, 76(October 2018), 153–167. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.03.009>
- Loureiro, S. M. C. (2014). The role of the rural tourism experience economy in place attachment and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 40, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.02.010>
- Marwan, & Feriyadin. (2023). Peran Pemimpin dalam Meningkatkan Kinerja Dosen di Kampus STIPAR Soromandi Bima. *Majalah Ilmiah Dinamika Administrasi*, 20(1).
- Meyer, C., & Schwager, A. (2007). Understanding Customer Experience Customer Experience. *Harvard Business Review*.
- Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2013). A Typology of Technology-Enhanced Tourism Experiences. *International Journal of Tourism Research*. <https://doi.org/10.1002/jtr>
- O'Sullivan, E. L., & Spangler, K. J. (1998). *Experience marketing: strategies for the new Millennium*. Venture Publishing Inc.
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63, 33–44.
- Ostrom, A. L., Bitner, M. J., Brown, S. W., Burkhard, K. A., Goul, M., Smith-daniels, V., Demirkan, H., & Rabinovich, E. (2010). Moving Forward and Making a Difference : Research Priorities for the Science of Service. *Journal of Service Research*, 13(1). <https://doi.org/10.1177/1094670509357611>
- Otto, J. E., & Brent Ritchie, J. R. (2012). The service experience in tourism. *Tourism Management*, 17(3), 404–419. <https://doi.org/10.4324/9780080519449-38>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41. <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Paulino Valldepérez, I. (2020). Redefining tourism destination boundaries from a consumption-based perspective. *Universitat de Girona, December*, 166. <http://www.tdx.cat/handle/10803/669994>

- Prideaux, B., Moscardo, G., & Laws, E. (2006). *Managing Tourism and Hospitality Services: Theory and International Applications*. CAB International.
- Rehmet, J., & Dinnie, K. (2013). Journal of Destination Marketing & Management Citizen brand ambassadors : Motivations and perceived effects. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(1), 31–38. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.02.001>
- Shafiee, M. M., Tabaeeian, R. A., & Khoshfetrat, A. (2020). Tourist engagement and citizenship behavior: The mediating role of relationship quality in the hotel industry. *Tourism and Hospitality Research*, 20(4), 481–492.
<https://doi.org/10.1177/1467358420914373>
- Shostack, G. L. (1977). Breaking Free from Product Marketing. *Journal of Marketing*.
- Sugiarto, E. (1999). *Psikologi pelayanan dalam industri jasa*. Gramedia Pustaka Utama.
- Syafri, M., Ginting, J. V. B., Feriyadin, Darwis, & Budiarto, B. W. (2023). The Influence of Job Satisfaction, Career Development And Teamwork on Employee Retention in Government-Owned Cultural Destinations. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2531–2536.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, quality and satisfaction*. CV Andi Offset.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. (2014). Evolving to a New Dominant Logic for Marketing. *Journal of Marketing*, 68(January 2004).
<https://doi.org/10.1509/jmkg.68.1.1.24036>
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2019). From goods to service (s): Divergences and convergences of logics. *Industrial Marketing Management*, May 2008. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2007.07.004>
- Voorhees, C. M., Brady, M. K., Horowitz, D. M., Voorhees, C. M., Brady, M. K., & Horowitz, D. M. (2006). A Voice From the Silent Masses : An Exploratory and Comparative Analysis of Noncomplainers. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(4).
<https://doi.org/10.1177/0092070306288762>

- Walker, G. J., Kleiber, D. A., & Mannell, R. C. (2019). A social psychology of leisure. In *Sagamore-Venture Publishing LLC* (Vol. 17, Issue 2). Joseph J. Bannon and Peter L. Bannon.
<https://doi.org/10.1080/11745398.2013.835704>
- Windarti, W., & Wibasuri, A. (2020). Customer Satisfaction Strategy Through Improving The Quality Of Services And Quality Products. *Proceeding International Conference on Information Technology and Business, December*, 149–161.
- Yi, Y., & La, S. (2004). What Influences the Relationship Between Customer Satisfaction and Repurchase Intention ? Investigating the Effects of Adjusted Expectations and Customer Loyalty. *Psychology & Marketing*, 21(May 2004), 351–373.
<https://doi.org/10.1002/mar.20009>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2010). Services marketing strategy. *Marketing Strategy*, 1, 208–218.



MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA

BAB 6: PENGANTAR KEUANGAN DESTINASI

Dr. Erna Ningsih Mokodongan, S.Pi., M.Si

Universitas Dumoga Kotamobagu

BAB 6

PENGANTAR KEUANGAN DESTINASI

Pengantar Keuangan Destinasi

Keuangan destinasi adalah pengelolaan pendapatan dan pengeluaran yang berkaitan dengan kegiatan wisata di suatu destinasi. Keuangan destinasi mencakup berbagai aspek, mulai dari perencanaan dan penganggaran, pengelolaan pendapatan, hingga akuntabilitas.

Penjelasan Umum

Keuangan destinasi bertujuan untuk memastikan bahwa kegiatan wisata di suatu destinasi dapat berjalan secara berkelanjutan dan memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan bagi masyarakat setempat. Untuk mencapai tujuan tersebut, keuangan destinasi harus dikelola secara transparan, akuntabel, dan efisien.

Instruksi Khusus

Berikut adalah beberapa instruksi khusus terkait materi keuangan destinasi:

1. Perencanaan dan penganggaran

Proses perencanaan dan penganggaran keuangan destinasi harus dilakukan secara komprehensif dan melibatkan berbagai pemangku kepentingan. Perencanaan harus didasarkan pada analisis kebutuhan dan potensi destinasi, sedangkan penganggaran harus realistik dan dapat dicapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, R., & Purwanto, A. (2023). Pengelolaan keuangan destinasi pariwisata: Studi kasus di Desa Wisata Pujon Kidul, Malang, Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Destinasi Pariwisata*, 9(1), 1-13. jurnal
- Hermawan, I. (2020). Strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan di Indonesia. Jakarta: Penerbit Prenadamedia Group.
- Sari, W. P., & Sulistyarini, E. (2022). Peran pemerintah dalam pengelolaan keuangan destinasi pariwisata di Indonesia. *Jurnal Manajemen Destinasi Pariwisata*, 8(2), 133-146.
- Yoeti, O. A. (2005). Pengantar pariwisata. Bandung: PT Pradnya Paramita.



MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA

BAB 7: KUALITAS LINGKUNGAN DAN PELESTARIAN BUDAYA

Lenny Kurnia Octaviani, S.Par., M.Par

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta

BAB 7

KUALITAS LINGKUNGAN DAN PELESTARIAN BUDAYA

A. PENDAHULUAN

Pariwisata sebagai industri yang berkembang pesat memiliki dampak signifikan terhadap lingkungan dan keberlanjutan budaya di destinasi wisata. Keberhasilan pariwisata tidak hanya dilihat dari sisi ekonomi, tetapi juga melalui dampak positifnya terhadap lingkungan dan warisan budaya. Dalam konteks ini, kualitas lingkungan dan pelestarian budaya menjadi elemen kunci dalam manajemen destinasi pariwisata yang berkelanjutan.

Pengaruh pariwisata terhadap lingkungan terlihat melalui pembangunan infrastruktur pariwisata. Pembangunan ini sering mengakibatkan perubahan dramatis dalam pemanfaatan lahan dan dampak negatif seperti hilangnya habitat alam, perturbasi ekosistem, serta perubahan pola tata air. Peningkatan jumlah wisatawan juga dapat memicu masalah polusi signifikan, termasuk polusi udara, pencemaran air, dan peningkatan produksi sampah.

Kualitas lingkungan menjadi faktor penentu daya tarik destinasi pariwisata. Wisatawan modern semakin menyadari pentingnya memelihara keindahan alam, keberagaman hayati, dan keaslian lingkungan. Destinasi yang mampu mempertahankan kebersihan dan keindahan alamnya, serta mengintegrasikan konsep ekowisata, cenderung menarik minat wisatawan yang mencari pengalaman berkelanjutan dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Burger, J. (2000). Landscapes, tourism, and conservation. *Science of the total environment*.
- Comerio, N., Nagai, H., Pacicco, F., &... (2022). Tourism and waste management: An analysis of municipal solid waste.
<https://doi.org/10.1002/jtr.2490>
- Costa, J., Rodrigues, D., & Gomes, J. (2019). Sustainability of tourism destinations and the importance of certification. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11, 677–684.
<https://doi.org/10.1108/WHATT-08-2019-0050>
- Jongman, R., Kamphorst, D., Bekker, H., Cuperus, R., &... (2002). The effects of infrastructure on nature.
- Joseph, K., Eslamian, S., Nekooei, M., Ostad-Ali-Askari, K., Talebmorad, H., & Hasantabar-Amiri, A. (2018). *Environmental Impact Assessment as a Tool for Sustainable Development*.
- Lee, S., Park, J., Kim, K., & Lee, C.-K. (2021). A moderator of destination social responsibility for tourists' pro-environmental behaviors in the VIP model. *Journal of Destination Marketing and Management*, 20, 100610. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100610>
- Mihalic, T. (2000). Environmental Management of a Tourist Destination: A Factor of Tourism Competitiveness. *Tourism Management*, 21, 65–78. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00096-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00096-5)
- Munaf, E., Amar, S., Wanda, D. V., &... (2019). The effect of infrastructure development on the development of tourism area and living environment of Carocok Beach, Painan. *IOP Conference Series*.
<https://doi.org/10.1088/1755-1315/314/1/012049>
- Panić, A., Koščak, M., & Pavlaković, B. (2018). *Managing a sustainable tourism destination*. <https://doi.org/10.33422/ime.2018.12.74>
- Saenz-de-Miera, O., & Rosselló, J. (2014). Modeling tourism impacts on air pollution: The case study of PM10 in Mallorca. *Tourism Management*.
- Soinski, T., Gato, C. de S., &... (2022). Dredging on water bodies and margin interventions: Effects on fish. *Boletim do Instituto*.

- Stienmetz, J., Kim, J., Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2020). Managing the structure of tourism experiences: Foundations for tourism design. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100408. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.100408>
- Sutresna, I. B., Suyana, U., Saskara, I. A., & Setyari, ni putu. (2019). COMMUNITY BASED TOURISM AS SUSTAINABLE TOURISM SUPPORT. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 94, 70–78. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-10.09>



MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA

BAB 8: MANAJEMEN KEPEMIMPINAN DESTINASI

Dr. Rahmawati Madjid, S.Sos., M.M.Par., CHE

Politeknik Pariwisata Bali, PSDKU Sragen

BAB 8

MANAJEMEN KEPEMIMPINAN DESTINASI

A. MANAJEMEN KEPEMIMPINAN DESTINASI

Manajemen destinasi pariwisata merupakan hal yang sangat penting bagi para pelaku pariwisata. Pariwisata merupakan industri yang sangat kompleks dibandingkan dibandingkan dengan *industry* lainnya. Manajemen destinasi pariwisata membantu pengelola dalam mengelola dan meningkatkan kualitas destinasi pariwisata agar dapat memberikan pengalaman yang berkualitas serta menyenangkan wisatawan. Destinasi pariwisata juga dapat bermanfaat, baik untuk generasi sekarang maupun generasi yang akan datang. Manajemen destinasi pariwisata adalah cara mengelola destinasi pariwisata secara efektif dan efisien, termasuk meningkatkan pengalaman wisatawan, mengelola sumber daya destinasi, dan memastikan bahwa destinasi dapat bertahan secara berkelanjutan (*sustainable*).

Menurut Buhalis (2000) manajemen destinasi pariwisata adalah penerapan teknik manajemen dalam pengembangan, perencanaan, dan pengendalian destinasi pariwisata. Melibatkan pengelolaan berbagai aspek dalam industri pariwisata, termasuk pemasaran destinasi, manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan, manajemen operasi, dan manajemen risiko. Buhalis menekankan penting memahami dan beradaptasi dengan sifat industri pariwisata yang berubah dengan cepat untuk mengelola destinasi secara efektif. Perlu pendekatan holistik dalam pengelolaan pariwisata yang memperhatikan kebutuhan dan kepentingan semua pemangku kepentingan, termasuk wisatawan, mitra

TUGAS DAN EVALUASI

1. Jelaskan pengertian Manajemen Destinasi Pariwisata !
2. Sebutkan dan jelaskan fungsi manajemen dalam pengelolaan destinasi pariwisata !
3. Sebutkan dan jelaskan 4 fungsi destinasi pariwisata !
4. Sebutkan dan jelaskan 5 fungsi Pemimpin yang mengakomodasi setiap proses kegiatan !
5. Sebutkan 10 karakter yang harus dimiliki seorang pemimpin !
6. Sebutkan dan jelaskan 5 ciri yang harus ada pada seorang pemimpin yang efektif !

DAFTAR PUSTAKA

- Ashworth dan Goodall (1990) Marketing tourism places, English book, illustrated edt
- Buhalis, D. (2000) Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21 (1), 97–116
- Butler, R. W. (1991) Tourism, environment, and sustainable development. *Environmental conservation*, 18(3), 201-209.
- Hidayah, Nurdin (2021) Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan di Era Digital: Targeting, Positioning, Branding, Selling, Marketing Mix, Internet Marketing. Jakarta: Kreasi Cendekia Pustaka
- Jafari, Jafar (2000). Encyclopedia Of Tourism. Routledge, London
- Morrison, A. M. (2013) *Marketing and managing tourism destinations*. Routledge.
- Mu'ah, dkk (2019) Kepemimpinan, PT. RajaGrafindo Persada, Depok
- Ndraha, Taliziduhu (2003) Kybernetology (Ilmu Pemerintahan Baru). Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ritchie, J. R. dan Crouch, G., I, 2007. A National Framework For Best Practice Destination Management Planning, The Competitive Destination—A Sustainable Tourism Perspective.



MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA

BAB 9: MANAJEMEN KRISIS DAN KEAMANAN DESTINASI

Dr. Maria Puspitasari

Universitas Indonesia

BAB 9

MANAJEMEN KRISIS DAN KEAMANAN DESTINASI

A. PENDAHULUAN

Pada tahun 2020 Indonesia menghadapi guncangan hebat secara ekonomi, salah satunya dalam industri pariwisata. Tidak hanya Indonesia, melainkan seluruh dunia terdampak akibat adanya serangan wabah *pandemic COVID-19*. Dalam Laporan Organisasi pariwisata dunia (UNWTO) pada bulan Maret 2020 disebutkan bahwa dampak pandemi Covid-19 terasa di seluruh dunia dalam sektor pariwisata. Sebagai respon atas situasi pandemi Covid-19, UNWTO telah mengubah prospek pertumbuhan wisatawan internasional turun sebesar 70% sampai 100% (UNWTO, 2020). Penilaian angka perkiraan menunjukkan berkurangnya penerimaan dan bahkan mengalami kerugian sebesar 30 miliar USD sampai dengan 50 miliar USD. Sejumlah *industry* yang terkait dengan sektor pariwisata mengalami kebangkrutan.

Sugihamretha dalam tulisannya (2020) menjelaskan bahwa kondisi pandemi yang terjadi di Indonesia berdampak pada penurunan kunjungan yang signifikan sejak diberlakukannya penutupan sementara penerbangan langsung dari dan ke China pada Februari 2020. Kebijakan tersebut memengaruhi aktivitas pariwisata diantaranya beberapa hotel mulai tutup karena berkurangnya tingkat hunian kamar hotel bermerek di Bali turun dari 85,98 persen pada Februari 2020 menjadi 60,41 persen pada Maret 2020. Penurunan jumlah kunjungan berdampak secara berantai pada berbagai lapangan usaha lain, baik bisnis kuliner, persewaan kendaraan, cenderamata, pemandu wisata dsb (Sugihamretha, 2020).

DAFTAR PUSTAKA

- Aldao, C., Blasco, D., Espallargas, MP & Rubio, SP. 2021. "Modelling the crisis management and impacts of 21st century disruptive events in tourism: the case of the COVID-19 pandemic." VOL. 76 NO. 4 2021, pp. 929-941, *Emerald Publishing Limited*, ISSN 1660-5373. DOI 10.1108/TR-07-2020-0297
- Amani, NK. 2022. "Laporan Terbaru 3 Organisasi Ungkap Temuan Kekerasan dan Pelecehan di Tempat Kerja". *Liputan6.com* <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5146075/laporan-terbaru-3-organisasi-ungkap-temuan-kekerasan-dan-pelecehan-di-tempat-kerja>
- Coombs, WT & Holladay, SJ., eds. 2010. *The handbook of crisis communication*. USA, UK: Wiley-Blackwell
- Coombs, WT & Tachova, R. 2023. "Crisis communication theory: emergence of a vibrant sub-field of Public Relation strategy" dalam Botan, CH & Sommerfeldt, EJ. 2023. *Public Relations Theory III*. Routledge
- Dilenschneider, RL. 2000. *The Corporate Communications Bible*. US: New Millenium
- Fearn-Banks, K. 2011. *Crisis communications: a casebook approach, 4th edition*, New York, London: Routledge
- Fundrika, BA. & Varwati, L., 2023. "Viral Bule Telanjang Nekat Terobos Masuk ke Pura di Bali, Warganet: Keterlaluan Sih Ini!". Suara.com <https://www.suara.com/lifestyle/2023/05/25/091440/viral-bule-telanjang-nekat-terobos-masuk-ke-pura-di-bali-warganet-keterlaluan-sih-ini>
- Hanita, M. 2021. *Ketahanan nasional: teori, strategi dan adaptasi*. Jakarta. UI Press
- Kasali, R. 2019. *#MO: Sebuah dunia baru yang membuat orang gagal paham*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mustika, S. 2020. "Jumlah Wisatawan Nusantara Menyusut 61 Persen". Detik.com <https://travel.detik.com/travel-news/d-5292195/jumlah-wisatawan-nusantara-menysut-61-persen>.

- Obembe, D, Kolade, Obembe F, Owoseni, A, Mafimisebi, O. 2021. "Covid 19 and the tourism industry: an early stage sentiment analysis of the impact of social media and stakeholder analysis" dalam *International Journal of Information Management Data Insights*, 1
- owell, L. 2003. "Perjuangan seorang eksekutif Amerika dalam menyelamatkan perusahaan tekstil". Voaindonesia.com.
<https://www.voaindonesia.com/a/a-32-a-2003-09-30-15-1-85122357/9962.html>
- Paramita, I. B. G., &, Putra, I. G. G. P. A. 2020."New normal bagi pariwisata Bali di masa Pandemi COVID-19." dalam *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya*.5. (2): pp. 57–65
- Prambadi, GA. 2023. "Bule Telanjang di Tengah Pertunjukan Tari Bali Diduga Depresi." Republika.co.id
<https://news.republika.co.id/berita/rv783s456/bule-telanjang-di-tengah-pertunjukan-tari-bali-diduga-depresi>
- Puspitasari, 2016. *Komunikasi krisis: strategi mengelola dan memenangkan citra di mata publik*. Jakarta: Libri
- Puspitasari, M. & Perkasa, AWAP. 2023. *Taman Arkeologi Onrust: merentang sejarah pertahanan hingga destinasi wisata budaya berkelanjutan*. Badung: Infes Media
- Puspitasari, M. 2023. "Manajemen krisis dalam industri pariwisata," dalam WIjaya, NS, ed. 2023. *Pemasaran dalam industri pariwisata*. Badung: Intelektual Manifes Media
- Putra,.DA. 2021. "Survei Kemnaker: 72.983 Pekerja Terkena PHK di 4.156 Perusahaan Imbas Pandemi" Merdeka.com.
<https://www.merdeka.com/uang/survei-kemnaker-72983-pekerja-terkena-phk-di-4156-perusahaan-imbas-pandemi.html>
- Putri, GS., 2020. "WHO Resmi Sebut Virus Corona Covid-19 sebagai Pandemi Global", kompas.com
<https://www.kompas.com/sains/read/2020/03/12/083129823/who-resmi-sebut-virus-corona-covid-19-sebagai-pandemi-global?page=all>
- Regester, M & Larkin, J. 2008. *Risk issues and crisis management in public relations: a casebook of best practice*, 4th edition. USA & UK: Kogan Page

- Scheninger, E. 2019. *Digital leadership: changing paradigms for changing times, 2nd edition.* Corwin, Sage Publications
- Setiaji, H. 2021. "Ratusan Perusahaan di AS Bangkrut Gegara Corona, RI Gimana?" *CNBC Indonesia.*
<https://www.cnbcindonesia.com/news/20210714092711-4-260682/ratusan-perusahaan-di-as-bangkrut-gegara-corona-ri-gimana/2>
- Suadnyana, S. 2023. ""Jangan Main-main Makanya! Bule Telanjang di Pohon Sakral Bali Dideportasi" *detik.com*
<https://travel.detik.com/destination/d-6066049/jangan-main-main-makanya-bule-telanjang-di-pohon-sakral-bali-dideportasi>.
- Sugihamretha, IDG. 2020. "Respon kebijakan: mitigasi dampak wabah Covid-19 pada sector Pariwisata." *The Indonesian Journal of Development Planning.* Volume 192 IV No. 2 – Juni 2020
- Suhanda, I. 2011. *Bencana mengancam Indonesia: Laporan khusus Kompas.* Jakarta: Penerbit buku Kompas
- Ulmer, RR., Sellnow, TL & Seeger, MW. 2007. *Effective crisis communication: moving from crisis to opportunity.* London: Sage Publications
- UNWTO, 2020. "Secretary-General's Policy Brief on Tourism and COVID-19: Tourism and COVID-19 – unprecedented economic impacts."
<https://www.unwto.org/tourism-and-covid-19-unprecedented-economic-impacts>
- Wardhana, IH., Permana, CE., Puspitasari, M., & Chotib. 2022. "Adaptation of Betawi traditional music performers to preserve their existence in a new normal," dalam Humaniora, 13(3), November 2022, 225-230
- Zhang, K.; Hou, Y., Li, G. 2020 "Threat of infectious disease during an outbreak: Influence on tourists' emotional responses to disadvantaged price inequality" dalam *Annals of Tourism Research*



MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA

BAB 10: PENGUKURAN KINERJA DESTINASI

Hanni Adriani, S.P., M.Si & Ray March Syahadat, S.P., S.Ling., M.Si., M.M

Institut Pariwisata Trisakti & Institut Sains dan Teknologi Nasional

BAB 10

PENGUKURAN KINERJA DESTINASI

A. PENDAHULUAN

Industri pariwisata selalu mengalami perubahan dan sangat dinamik mengikuti *trend* global dari waktu ke waktu. Industri ini banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya perubahan teknologi, *trend* media sosial, isu politik, sosial, keamanan, dan juga kesehatan. Destinasi pariwisata lahir karena adanya satu atau beberapa daya tarik yang unik, indah, dan menarik bagi wisatawan (Octaviani *et al.*, 2023). Sumber daya destinasi pariwisata dibagi menjadi tiga yaitu alam, budaya, dan buatan (Undang-Undang Republik Indonesia, 2007). Potensi daya tarik wisata alam berupa bentukan alam seperti pegunungan, hutan, danau, pantai, laut, keindahan alam bawah laut termasuk didalamnya (Adriani, Syahadat, *et al.*, 2021; Syahadat, 2022). Potensi wisata budaya mencakup juga sejarah pada suatu daerah, kesenian, mata pencaharian, arsitektur rumah tradisional, legenda, cerita rakyat, keagamaan, dan makanan khas daerah (Adriani, Nurnaeti, *et al.*, 2021; Syahadat, 2022). Selanjutnya potensi daya tarik wisata buatan menjadi salah satu destinasi wisata yang unik dan spesial dengan konsep yang berbeda disajikan untuk kesenangan dan kenyamanan dari wisatawan ataupun pengunjung yang datang, seperti *theme park*, *resort*, alun-alun kota, museum, teater, dan kebun binatang (Adriani *et al.*, 2016). Beragam destinasi pariwisata ini terus menerus harus melakukan manajemen yang baik dengan melakukan evaluasi dan pengukuran dari kinerjanya, sehingga perbaikan akan terus dilakukan demi kepuasan dari wisatawan atau pengunjung di destinasi pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, H., & Nurtanio, T. L. (2022). Evaluation of landscape visual quality: Waduk Darma Kuningan tourism destinations, Indonesia. *Current Issues in Tourism, Gastronomy, and Tourist Destination Research*, 26–32. <https://doi.org/10.1201/9781003248002-4>
- Adriani, H., Hadi, S., & Nurisjah, S. (2016). Perencanaan Lanskap Kawasan Wisata Berkelanjutan Di Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor. *Jurnal Lanskap Indonesia*, 8(2), 53–69. <https://doi.org/10.29244/JLI.2016.8.2.53-69>
- Adriani, H., Nurbaiti, Wibowo, D., Maryam, H., & Hutri Baskoro, H. (2021). Pemetaan Potensi Lingkungan sebagai Sumber Daya Wisata di Desa Marga Sungasang, Banyuasin, Sumatera Selatan. *Jounal of Enviromental Science Sustainable*, 2(2), 74–83. <https://doi.org/10.31331/ENVOIST.V2I2.2065>
- Adriani, H., Syahadat, R. M., & Yulianti, S. D. (2021). A Visual Impression Assessment: Tourists Perception on Tourism Attractions in Kebun Raya Cibodas West Java. *JURNAL PENDIDIKAN DAN KELUARGA*, 12(02), 38–49. <https://doi.org/10.24036/JPK/VOL12-ISS02/830>
- Aujirapongpan, S., & Pattanasing, K. (2020a). Integrated performance measurement of local hotels in the context of a global tourism destination: A case study of Samui Island, Thailand. *Asian Academy of Management Journal*, 25(1), 1–23. <https://doi.org/10.21315/aamj2020.25.1.1>
- Aujirapongpan, S., & Pattanasing, K. (2020b). Strategic performance measurement toward high performance organizations of local hotel businesses in world tourism destination context: Case study in Samui Island, Thailand. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, 13(2), 1–16.
- Bakar, A. (2022). Pemodelan pengukuran kinerja pemda dalam menaikkan pendapatan pajak dalam perspektif pendapatan asli daerah kota wisata dan kota bisnis. *Mediastima*, 28(1), 52–71. <https://doi.org/10.55122/mediastima.v28i1.416>

- Hidayatullah, S., Dahda, S. S., & Ismiyah, E. (2022). Pengukuran kinerja perusahaan menggunakan metode objective matriks (OMAX) dan analytical hierarchy process (AHP). *JUSTI*, 2(2), 270–277.
<https://doi.org/10.30587/justicb.v2i2.3668>
- Karnawati, H., Purnama, P. D., & Azmi, T. U. (2020). Analisis kinerja aset destinasi wisata waduk, studi kasus: Waduk Cijere, Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, 4(4), 299–316. <https://doi.org/10.12962/j26151847.v4i4.7903>
- Ngafif, A., Pramono, S. N. W., & Wicaksono, P. A. (2018). Adopsi model value chain untuk pengembangan sistem pengukuran kinerja industri pariwisata (Studi kasus: PT Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko). *Industrial Engineering Online Journal*, 7(1), 1–12.
- Novintara, I. A. V., Hudoyo, A., & Sulaiman, A. (2022). Analisis kepentingan - kinerja atribut destinasi Wisata Pantai Mutun di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 10(1), 108–155. <https://doi.org/10.23960/jia.v10i1.5698>
- Octaviani, L. K., Sari, D. P., Madjid, R., Rohani, E. D., Nugraha, I. G. P., Sinurat, J., Utami, M. M., Syahadat, R. M., Adriani, H., Mahardhani, A. J., Nugroho, L., Sarbini, Fitri, E. S. M., Yudawisastra, H. G., & Susanty, S. (2023). *KEBIJAKAN PENGEMBANGAN PARIWISATA (TINJAUAN KONSEP DAN PRAKTIK)*. 319.
<https://repository.penerbitwidina.com/publications/563800/>
- Syahadat, R. M. (2022). Inventarisasi dan Identifikasi Objek Daya Tarik Wisata dalam Perencanaan Pariwisata Wakatobi: *Journal of Regional and Rural Development Planning (Jurnal Perencanaan Pembangunan Wilayah Dan Perdesaan)*, 6(1), 30–46.
<https://doi.org/10.29244/JP2WD.2022.6.1.30-46>
- Undang-Undang Republik Indonesia. (2007). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2007 Tentang Pengelolaan Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil*. Undang-Undang Negara Republik Indonesia.
<https://peraturan.bpk.go.id/Download/29502/UU%20Nomor%202027%20Tahun%202007.pdf>

- Yulianti, S. D., Adriani, H., & Syahadat, R. M. (2020). Evaluasi Daya Tarik Wisata di Kebun Raya Cibodas dalam Sudut Pandang Kualitas Visual. *Jurnal Lanskap Indonesia*, 12(1), 33–40.
<https://doi.org/10.29244/JLI.V12I1.32578>
- Yuniawati, Y. (2013). Pengukuran daya saing destinasi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 22(2). <https://doi.org/10.17509/jpis.v22i2.2195>



MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA

BAB 11: PENGEMBANGAN DESTINASI BERKELANJUTAN

Heni Dwi Lestari, S.Pd., M.Par

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta

BAB 11

PENGEMBANGAN DESTINASI BERKELANJUTAN

A. PENDAHULUAN

Berdasarkan UU No.10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, kinerja pembangunan pariwisata seharusnya tidak hanya dievaluasi berdasarkan pada pertumbuhan ekonomi, namun juga terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat, pengurangan pengembangan budaya,cinta tanah air, identitas nasional, perbaikan atas citra bangsa, serta kesatuan dan persahabatan internasional. Berdasarkan UNWTO dalam Rencana Strategis Pariwisata Berkelanjutan dan *Green Jobs* untuk Indonesia (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia) pedoman dan praktik dalam pengelolaan pembangunan pariwisata berkelanjutan bisa diterapkan diseluruh bentuk pariwisata dan semua destinasi. Pariwisata berkelanjutan berfokus pada masyarakat lokal yang harus terlibat dalam berbagai kegiatan pariwisata dan berbagi dengan adil dalam manfaat yang didapatkan baik dalam segi sosial ataupun budaya, ekonomi, serta dapat menciptakan lapangan pekerjaan secara langsung maupun tidak langsung. Pariwisata berkelanjutan merupakan bagian dari kegiatan wisata yang saat ini berkembang dengan bertambahnya kapasitas akomodasi, populasi, dan berkembangnya investasi di bidang pariwisata yang dapat diharapkan tidak akan membawa dampak negatif bagi lingkungan dan aspek lain kedepannya. Yang mana perlu untuk mengurangi dampak negatif dengan memaksimalkan potensi yang ada dengan mengatur pengembangan pariwisata agar lebih baik dan juga terbentuknya keberlanjutan pariwisata yang melindungi sumber penting

DAFTAR PUSTAKA

- A.Yoeti, oka. Dkk. 2006. Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya. PT. Pratnya Paramita.
- Anastasia, M. H. R. 2014. Kebijakan Pengembangan Pariwisata Berbasis Democratic Governance. Surabaya: Pustaka Radja.
- Ardika, I Gede. 2018. Kepariwisataan Berkelanjutan: Rintis Jalan Lewat Komunitas. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Cooper, Chris and Stephen Jackson. 1997. Destination Life Cycle: The Isle Of Man Case Study. In:Lesley France The Earthscan Reader In Sustainable Tourism. Uk: Earthscan Publication Limited
- Hadiwijoyo, Suryo Sakti. 2012. Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hunger, David. J. and Thomas Wheelen. 2001. Manajemen Strategis. Andi. Yogyakarta.
- I Gede Pitana dan I Ketut Surya Diarta. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. 2012. Rencana Strategis Pariwisata Berkelanjutan dan Green Jobs untuk Indonesia. ILO Country Office: Jakarta
- Kementrian Pariwisata. 2009. Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan
- National Geograpic Online dalam The Global Development Research Center. 2012.
- Paturusi, Samsul A, 2001, Perencanaan Tata Ruang Kawasan Pariwisata, Materi Kuliah Perencanaan Kawasan Pariwisata, Program Pasca Sarjana Universitas Udayana Denpasar, Bali.
- Pendit, Nyoman S, 1990.Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana, Jakarta: PT. Pradana Paramita.
- Sugiaman, A. G. 2011. Ecotourism: Pengembangan Pariwisata berbasis konservasi alam. Bandung: Guardaya Intimarta.
- Sutiarto, M.A, dkk. 2017. Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya di Desa Selumbung, Karangasem-Bali. Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional, Denpasar.

- Suwantoro, Gamal. 2004. Dasar-dasar Pariwisata. Andi: Yogyakarta.
- Suwarti, S., & Yuliamir, H. 2017. Pengembangan Daya Tarik Wisata Desa Wisata Kampung Keji Sebagai Atraksi Wisata Guna Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Semarang. Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata, 13(1). <http://ejournal.stipram.net>
- Weaver, David B. 2012. Organic, Incremental and Induced Paths to Sustainable Mass Tourism Convergence. Journal Tourism Management. Griffith university Australia
- Yoeti, Oka. 2006. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa



MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA

BAB 12: DESTINASI PARIWISATA DIGITAL

Nina Putri Hayam Dey, S.Sos., M.Si., C.Ed

Universitas Antakusuma

BAB 12

DESTINASI PARIWISATA DIGITAL

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang sangat pesat diera globalisasi telah membawa banyak dampak positif bagi masyarakat khususnya dalam bidang kepariwisataan. Menurut Yanti (2019), 70% para wisatawan akan melakukan *search* dan *research* menggunakan platform media sosial untuk mencari informasi yang berhubungan dengan objek wisata yang akan dikunjungi. Dengan adanya teknologi digital dapat mempengaruhi wisatawan dalam mencari informasi wisata, merencanakan perjalanan wisata dan berinteraksi dengan masyarakat di destinasi wisata. Selain itu dengan tersedianya platform pemesanan *online*, tersedianya aplikasi perjalanan dan media sosial membuat perubahan yang sangat signifikan dalam sektor pariwisata (Murdana dkk, 2023).

Dalam bab ini, penulis akan membahas garis besar mengenai destinasi pariwisata yang berkaitan dengan penggunaan teknologi digital dalam mempromosikan destinasi pariwisata. Untuk lebih jelasnya maka dapat dilihat dalam pembahasan dibawah ini.

B. KONSEP PARIWISATA DIGITAL

Pariwisata digital merupakan bagian dari pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan daya guna dalam bidang kepariwisataan, memberikan berbagai macam jasa layanan pariwisata kepada *customers*, memberikan informasi digital dan pemasaran pariwisata lebih mudah diakses dalam bentuk digital (Yanti, 2019). Menurut Benyon dkk (2013), Pariwisata digital (*digital tourism*)

DAFTAR PUSTAKA

- Ashoer, M; Revisa, E; Dewi, I. K; Sinarmata, M. MT; Nasrullah; Mistiani, N; Samosir, R. S; Purba, S; Islahuddin; Meganingratna, A; Permadi, L. A; Purba, B; Muurdana, I. M; Sinarmata, H. M. P. (2021). *Ekonomi Pariwisata*. Yayasan Kita Menulis. Medan
- Benyon, D; Quigley, A; O'keefe, B; Riva, G. (2013). *Presence And Digital Tourism*. AI & Society. DOI: 10.1007/s00146-013-0493-8
- Bessie, J. L. D. (2019). *Implementasi E-Commerce Dalam Industri Pariwisata*. Journal Of Management (SME's), Volume 8 Nomor 1. Halaman 45-62
- Dewi, I. J. (2011). *Pengembangan Destinasi Pariwisata Yang Berkelanjutan (Sustainable Development Of Tourism Destinations)*. Pinus Book Publisher. Yogyakarta
- Ernawati, H dan Hananto, K. (2023). *Pariwisata Digital: Perspektif dan Agenda Riset Masa Depan*. Kepariwisataan: Jurnal Ilmiah, Volume 17, Nomor 2. Halaman 144-156
- Hidayah, N. (2021). *Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan Di Era Digital: Targeting, Positioning, Branding, Selling, Marketing Mix, Internet Marketing*. Kreasi Cendekia Pustaka. Jakarta
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. Media Online: Datareportal, 9 Februari 2023.
<https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Kurnia, A. (2021). *Strategi Pemasaran Digital Sebagai Destinasi Desa Wisata; Pemanfaatan Pemasaran berbasis Digital sebagai Upaya Pemasaran Desa Wisata di Indonesia*. Seri Matching Found Kedaireka Universitas Bakrie dan PT. Energi Mega Persada. Penerbit Universitas Bakrie. Jakarta
- Mumtaz, A. T dan Karmilah, M. (2021). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. Jurnal Kajian Ruang, Volume 1 Nomor 1. Maret 2021. Halaman 1-15
- Murdana, I. M; Kurniawan, R; Rainanto, B. H; Soewandi, E; Marlin, T; Rusata, T; Misnawati, D; Abdurohim; Suryantari, Y; Satyarini, N. W. M. (2023). *Perencanaan Periwisata*. Get Press Indonesia. Medan

- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosa Rekatama Media. Bandung
- Nasrullah; Susanty, S; Rusli, M; Sudarso, A; Purba, P. B; Noviastuti, N; Roza, D. K; Kausar; Simarmata, H. M. P; Hutama, P. S; dan Sudiarta, I. N. (2020). *Pemasaran Pariwisata: Konsep, Perencanaan dan Implementasi*. Yayasan Kita Menulis. Medan
- Pradianto, F. E. (2023). *Mayoritas Turis Cari Destinasi Wisata Lewat Internet*. Media Online: RM.id.
<https://rm.id/baca-berita/life-style/141575/mayoritas-turis-cari-destinasi-wisata-lewat-internet>
- Rizaty, M. A. (2023). *Pengguna Internet Di Indonesia Sentuh 212 Juta Pada 2023*. Media Online: DataIndonesia.id. Februari 3, 2023.
<https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>
- Simanjuntak, M; Setiawan, A; Nasrullah; Abdillah, L. A; Mistriani, N; Sinarmata, J; Tjahjana, D; Sari, O. H; Banjarnahor, A. R; Triharjono, B. A; Purba, B; dan Yendrianof, D. (2021). *Pemasaran Digital Pariwisata Indonesia*. Yayasan Kita Menulis. Medan
- Surentu, Y. Z; Warouw, D. M. D; dan Rembang, M. (2020). *Pentingnya Website Sebagai Media Informasi Destinasi Wisata Di Dinas Kebudayaaan Dan Pariwisata Kabupaten Minahasa*. Acta Diurna Komunikasi, volume 2, Nomor 4, pp. 1–17,
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/31117/29843>
- Widada, C. K. (2018). *Mengambil Manfaat Media Sosial dalam Pengembangan Layanan*. Journal of Documentation and Information Science, Volume 2, Nomor 1. halaman 23–30.
<https://doi.org/10.33505/jodis.v2i1.130>
- Yanti, Dewi. (2019). *Analisis Strategi Pengembangan Digital Tourism Sebagai Promosi pariwisata di Toba Samosir*. Jurnal Darma Agung, Volume XXVII, Nomor 1. April; Halaman 814-821



MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA

BAB 13: HUBUNGAN ANTAR DESTINASI

Brian L. Djumaty, S.Si., M.Si

Universitas Antakusuma

BAB 13

HUBUNGAN ANTAR DESTINASI

A. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor penyumbang terbesar devisa negara. Oleh karena itu diperlukan pola perencanaan dan pengelolaan pariwisata yang berkesinambungan supaya keuntungan yang diperoleh dari sektor pariwisata bisa didapatkan secara maksimal. Berdasarkan hal tersebut maka materi tentang hubungan antar destinasi berkaitan dengan peran *stakeholder* dalam mengembangkan tata kelola pariwisata. Dalam bab ini maka penulis akan membahas tentang *Destination Management Organization* (DMO) sebagai salah satu program pengelolaan pengembangan destinasi pariwisata yang bertujuan meningkatkan tata kelola destinasi pariwisata dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan seperti pemerintah dan swasta.

Awal mula munculnya konsep *Destination Management Organization* (DMO) dikarenakan oleh kompleksitas organisasi pengelolaan pariwisata yang melibatkan banyak *stakeholder* sehingga berdampak pada perebutan keuntungan. Kelompok *stakeholder* yang fokus pada kepentingan dan keuntungan kelompok berdampak pada konflik pada pengelolaan destinasi pariwisata. Menurut Suharto (2011), akar konflik terjadi karena kurangnya integrasi pengelolaan organisasi destinasi pariwisata sehingga menciptakan kesenjangan kepentingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bangun, Louis Borneo., Kawengian, Debby., & Tulung Lingkan. (2018). *Peranan Komunikasi Organisasi Pada Unit tata Kelola Destinasi Wisata Bunaken Dalam Pengembangan Kawasan Taman Laut Nasional Bunaken*. Jurnal Online Acta Diurna Komunikasi, Volume 7 Nomor 4
- Bhudiharty, Susy. (2020). *Studi Komparatif: Penerapan Program Destination Management Organization (DMO) Kementerian Pariwisata Pada Destinasi Wisata Kota Tua Jakarta*. Jurnal Industri Pariwisata, Volume 3 Nomor 1: 23-35
- Dwianto, Janitra Yondha (2019) *Pengelolaan Pariwisata Pulau Bunaken Berbasis Destination Management Organization*. Sarjana thesis, Universitas Brawijaya. Malang
- Hanief, Shofwan & Pramana, Dian. (2018). *Pengembangan Bisnis Pariwisata Dengan Media Sistem Informasi*. Cv. Andi Offset. Yogyakarta
- Heliani, Leni Sophia. (2016). *Pengembangan Potensi Sumberdaya Alam, Budaya dan UMKM Dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat Dan Mempercepat Terealisasinya Program DMO (Destination management Organization)* Derawan, Di Kecamatan Biduk-Biduk Berau Kalimantan Timur. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta
- Hidayat, Yayat D. (2019). *Disrupsi Digital Dan Pariwisata Di Toraja*. Prosiding Seminar Nasional Komunikasi Dan Informasi. #3 tahun2019: 168-178
- Hutajulu, Cristine Pratidine., & Harahap, Rahma Hayati. (2023). *The Impact Of Floating Craft Cultivation On The Ecosystem Of Lake Toba*. Aquacoastmarine: Journal Of Aquatic And Fisheries Sciences, Volume 2 Nomor 1: 8-15
- Kasikoen, Ken Martina. (2022). *Pengaruh Kegiatan Pariwisata Terhadap pengembangan Wilayah Studi Kasus Kabupaten Raja Ampat*. Kendali: Economics nad social humanities, Volume 1 Nomor 2, November 2022: 109-115

- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2010). *Pedoman Pengembangan Destination Management Organization*. Jakarta
- Nugroho, Arif Setyo. (2023). *Riset Biodiversitas Untuk Mendukung Pariwisata Berkelanjutan Di Taman nasional Tanjung Putting*. Prosiding Semnas Biologi XI Tahun 2023 FMIPA Universitas Negeri Semarang
- Pakpahan, Elvira Fitriyani., Sebayang, Mira handayani Br., Sibarani, Erwin Mendes., & Saragih, Ayu Mustika. (2023). *Danau Toba Sebagai UNESCO Global Geopark Dalam Perspektif Hukum Lingkungan*. Jurnal AI Adl: Jurnal Hukum, Volume 15 Nomor 1, januari 2023: 70-86
- Parhani, Rizki. (2016). *Manajemen Pengelolaan Objek Wisata Kota Tua Jakarta Berbasis Masyarakat*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Serang
- Pusat Studi Pariwisata Universitas Gadjah Mada. (2021). *Kajian rapid Assessment Destination Management Organization Destination Governance (DMO-DG)*. Direktorat Kajian Strategis Deputi Bidang Kebijakan Strategis. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif.
- Putra, Prakoso Bhairawa., Mulatsih, Sri., & Rahayu, Sri. (2009). *Destination Management Organization (DMO): Paradigma Baru Pengelolaan Pariwisata Daerah Berbasis Teknologi Informasi*. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2009 (SNATI 2009) ISSN: 1907-5022 Yogyakarta, 20 Juni 2009
- Putri, Anya Risnawati Soerya., & Munawaroh, Nunung. (2018). *Koordinasi Pemangku Kepentingan Dalam Meningkatkan Strategi Pengembangan Destination Management Organization (DMO) Di Pangandaran (Studi Pada Disparperindagkop UMKM Dan Kecamatan Pangandaran Kabupaten Pangandaran, Provinsi Jawa Barat)*. Jurnal Manajemen Pemerintahan Volume 5 Nomor 1. Juni 2018: 19-33
- Putro, Heru Purboyo., & Briliyanti, Astri. (2019). *The Effectivity Of Stakeholders Collaboration On Tourism Destination Governance In Pangandaran, West Java, Indonesia*. ASEAN Journal On Hospitality And Tourism, Volume 17 Nomor 1: 25-37

- Rahmi, Sri Nur., Kahar., & Karnay, Sudirman. (2016). *Aktivitas Promosi Toraja Destination Management Organization (DMO) Dalam Mempromosikan Objek Wisata Di Toraja*. Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 5 Nomor 1. Juni 2016: 49-58
- Ramadhani, Annisa magfirah., & Indriati, Dini. (2023). *Analisis Linier Responsibility Pada Pengelolaan Wisata Heritage (Studi Lokasi: Kawasan Heritage Kota Tua Jakarta)*. Jurnal Arsitektur: Arcade, Volume 7, Nomor 2. Juni 2023: 242-249
- Ratih, Susiana Dewi. (2022). *Budaya Pariwisata Dalam Manajemen Destinasi*. Cv. Azka Pustaka. Sumatera Barat
- Rohana, Lasma. (2016). *Implementasi Destination Management Organization (DMO): Studi Pada Taman Nasional Bromo Tengger Semeru Periode 2010-2014*. Skripsi. Fakultas Ilmu Administrasi, Jurusan Administrasi Bisnis Pariwisata. Universitas Brawijaya. Malang
- Rosita., Karim, M & Haq, Nasrul. (2016). *Strategi Pemerintah Dalam Peningkatan Destinasi Manajemen Organisasi (Dmo) Pariwisata Di Kabupaten Tana Toraja*. Kolaborasi: Jurnal Administrasi Publik, Volume 2 Nomor 2. Agustus 2016
- Salim, Hadiwijaya Lesmana., & Purbani, Dini. (2015). *Pengembangan Pariwisata Bahari Berbasis Masyarakat Di Pulau Kaledupa, Kabupaten Wakatobi Provinsi Sulawesi Tenggara*. Jurnal Manusia Dan Lingkungan, Volume 22 Nomor 3, November 2015: 380-387
- Siregar, Rizky Arimazona., Wiranegara, Hanny Wahidin., & Hermantoro, Henky. (2018). *Toba lake Tourism Area Development In Toba Samosir Regency*. Tata Loka, Volume 20 Nomor 2, Mei 2018: 100-112
- Suharto, Bambang. (2011). *Tata Kelola Organisasi Destinasi Candi Borobudur*. Daya Saing: Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, Volume. 12, Nomor. 1, Juni 2011
- Tobing, Anggiyatma, P. M., & Maksum, Irfan Ridwan. (2013). *Implementasi Strategi Pengembangan Pariwisata Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif (Kajian: Destination Management Organization Raja Ampat)*. Jurnal Fisip UI

- Tobing, S. J., Sariguna, P., & Kennedy, J. (2017). *Pengelolaan Ekosistem Danau Toba secara Berkelanjutan (Sustainable Development)*. Seminar Inovasi Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi. Blue Economy. Menembus Gobalisasi. ISBN: 978-602-72937-1. Sekolah Pascasarjana Universitas Pancasila. Sabtu, 12 Agustus 2017. Jakarta.
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2019). *Guidelines for Institutional Strengthening of Destination Management Organizations (DMOs)*. UNWTO org.
- Utami, Pratita Budi., & Dewi, Dian Ayunita N. N. (2022). Pengembangan Wisata Pulau Derawan, Kalimantan Timur: Perspektif Small Island Tourism Economies. Book Chapter: Pengembangan Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat yang Selaras dengan Peningkatan Kualitas Lingkungan. Penerbit LPPM Universitas Negeri Semarang. ISSN 2829-3843
- Zahara, Zulfina., & Yusuf, Mohammad. (2020). *Persepsi Stakeholder Terhadap Konsepsi Pariwisata Halal Di Kota Sabang*. Skripsi. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta
- Zalikha. (2015). *Peluang Dan Tantangan Pelaksanaan Wisata Di Kota Sabang*. Jurnal Al-Bayan, Volume 22, Nomor 31, Januari-Juni 2015; 90-107

PROFIL PENULIS

Dr. Sri Susanty, S.ST.Par., M.Par



Penulis dosen LLDIKTI VIII dpk Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram. Menyelesaikan studi D4 Pariwisata, S2 Kajian Pariwisata dan S3 Pariwisata di Universitas Udayana Bali. Pernah Mengikuti *Short Course Sustainable Tourism Award* di Griffith University. *Lecturer vocational lecturer exchange* di Thailand. Sebagai konsultan pariwisata di PT. ThinQ Konsultan Indonesia dan aktif dalam melakukan pembinaan dan pengembangan Desa Wisata bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Daerah/Kota dan Provinsi NTB. Sejak tahun 2022 sebagai narasumber program sosialisasi Sadar Wisata kemenparekraf/Barekraf RI. Mengajar MK. Manajemen Destinasi Pariwisata dan Geografi Pariwisata.

Dr. Putu Herny Susanti, S.E., M.Par



Penulis adalah dosen tetap di Program Studi D4 Manajemen Pariwisata Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional (IPBI) Denpasar, mengampu mata kuliah pengantar pariwisata, bisnis pariwisata, dan pariwisata dan ekonomi kreatif. Penulis juga mengajar di Prodi S2 Pariwisata. Penulis dilahirkan di Tabanan pada tanggal 20 Maret 1979, menyelesaikan studi S1 di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Udayana Denpasar pada tahun 2000. Pada tahun 2009 penulis menyelesaikan studi S2 di prodi Magister Kajian Pariwisata Universitas Udayana Denpasar. Studi S3 pada program Doktor Pariwisata Universitas Udayana diselesaikan pada tahun 2019. Penulis merupakan anggota *team* penyusun ranperda pengembangan daya tarik wisata spiritual di Kabupaten Karangasem Bali dan Tim Penilai Jabatan Akademik di Lingkungan Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah VIII Tahun 2021 sampai sekarang.

Dr. Agus Supandi Soegoto, S.E., M.Si



Penulis adalah dosen tetap pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi (S-1), Program Pascasarjana (S-2) Magister Manajemen (MM) dan Program Doktor Ilmu manajemen (S-3) Universitas Sam Ratulangi Manado. Mendapatkan gelar Insinyur, pada jurusan Sosek Peternakan Universitas Padjadjaran Bandung (1992) Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen, FEB Universitas Sam Ratulangi Manado (2002). Mendapatkan gelar Magister Sains Jurusan Manajemen Sumber Daya Program Pascasarjana Universitas Sam Ratulangi Manado (2004), dan Doktor Manajemen Pemasaran di Pascasarjana Universitas Padjadjaran Bandung (2010). Buku yang telah ditulis: Manajemen Pemasaran, Penerbit CV. Patra Media Grafindo, (ISBN. 9786026529657). Keunggulan Posisional (2022), Penerbit Bintang Semesta Media, (ISBN. 9786235925769). Pendidikan Kewarganegaraan (2022): "Hakikat, Konsep dan Urgensi" Penerbit Widina Bhakti Persada ISBN 978-623-459-085-2. Manajemen Pemasaran Jasa (2022). Penerbit Widina Bhakti Persada. ISBN 978-623-459-126-2. Manajemen Pemasaran Kontemporer (2022). Penerbit Widina Bhakti Persada ISBN 978-623-459-111-8. Manajemen Koperasi dan UMKM (2022). Penerbit Widina Bhakti Persada ISBN 978-623-459-174-3. Pendidikan Kewarganegaraan (2022). Penerbit Widina Bhakti Persada ISBN 978-623-459-085-2. Manajemen Strategi Korporasi (2023), Penerbit Widina Bhakti Persada ISBN 978-623-459-822-3. Bidang minat dan spesialisasi adalah Manajemen, *Marketing Management* dan *Entrepreneurship*, *Management Science*, *Statistics for Business*, and *Research Methodology*. Pengalaman profesional yaitu sebagai Analis Kredit Bank DEKA (*Head Office*) Jakarta (1993-1994), *Credit Reviewer* PT. Bank Surya Tbk. (*Head Office*) Jakarta (1994-1995), *Senior Account Officer* PT. Bank BDNI Tbk Cabang Sunter (1996-1997). Pengalaman pengelola Pendidikan tinggi, sebagai: Pembantu Direktur II-IGI Bandung (1998), Pembantu Ketua II STIE-STEMIK IGI Bandung (1999), Pembantu Rektor II UNIKOM (2000). Kepala Lab. Manajemen FEB Universitas Sam Ratulangi (2012-2015); Kepala Penjaminan Mutu FEB Universitas Sam Ratulangi (2015-2020), dan Rektor Universitas Dumoga Kotamobagu (2020-sekarang).

Dr. Vany Octaviany, S.Par., M.M.Par



Penulis lahir di Kota Bandung pada tahun 1987. Menyelesaikan Program Sarjana bidang Pariwisata di Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung pada tahun 2010, mendapatkan gelar Magister Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung pada tahun 2013 dan S3 pada Program Pariwisata di Universitas Udayana Denpasar Bali pada tahun 2022. Saat ini Vany bekerja sebagai dosen tetap pada prodi D3 Perhotelan Universitas Telkom, Bandung.

Feriyadin, S.Pd., M.M



Penulis lahir di Bima tanggal 12 Juni 1994. Telah menyelesaikan studi Magister Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Pariwisata Halal di Universitas Mataram tahun 2021. Pada tahun yang sama, setelah lulus Strata-2 penulis langsung mengajar di Sekolah Tinggi Pariwisata Soromandi Bima, dan sejak itu mendalami dan mengajar mata kuliah–mata kuliah Pariwisata. Kemudian pada tahun 2023 menerima amanah untuk menjabat sebagai Kaprodi Pariwisata. Penulis telah mengikuti pelatihan Asesor Nasional yang dilaksanakan oleh BNSP dan juga telah mengikuti pelatihan Asesor ASEAN yang diselenggarakan oleh Kemenparekraf RI tahun 2021. Disamping itu, pernah diundang sebagai Narasumber pada kegiatan ASEAN *Youth Interfaith Camp* yang diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata RI tahun 2020, dan menjadi Pelatih Pemasaran Online (*Online Marketing*) untuk para pelaku UMKM di NTB dan Labuan Bajo. Alhamdulillah...

Dr. Erna Ningsih Mokodongan, S.Pi., M.Si



Penulis dilahirkan di Upai Kota Kotamobagu Kecamatan Kotamobagu Utara Propinsi Sulawesi Utara pada tanggal 16 Januari 1973, adalah putri bungsu dari 5 (lima) bersaudara pasangan dari Bapak Montol. Dj. Mokodongan (almarhum) semasa hidupnya bekerja sebagai guru SMA dan Ibu Nunsiha Pundong (almarhumah). Memiliki 4 orang kakak kandung Yusdi, Lien, Kartini dan Revol. Menyelesaikan SD N 1 Upai Kecamatan Kotamobagu tahun 1985, SMP Negeri 1 Kotamobagu tahun 1988, SMA Negeri 1 Kotamobagu 1991. Pada Tahun 1991 mengikuti pendidikan S1 di IKIP Negeri Manado pada fakultas pendidikan dan teknologi kejuruan jurusan Teknik Elektro, Pada tahun 1992 Menempuh Pendidikan S1 di Fakultas Perikanan Universitas Sam Ratulangi Manado lulus pada tahun 1998, melanjutkan pendidikan S2 di Program Pascasarjana Universitas Sam Ratulangi Manado pada tahun 2002 sebagai mahasiswa tugas belajar utusan Pemerintah Kabupaten Bolaang Mongondow dan mendapatkan beasiswa budaya dan masyarakat di Indonesia tahun 2003 dari *The Indonesian International Education Foundation* (Yayasan Pendidikan Internasional-Indonesia) dan lulus pada tahun 2004. Selanjutnya pada tahun 2010 melanjutkan pendidikan akademik strata 3 dan menyelesaikan pendidikan Strata 3 tahun 2013 di Program Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta, Program studi Ilmu Manajemen Konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia. Pengalaman pekerjaan mengajar sebagai dosen tetap pada Universitas Dumoga Kotamobagu di Kota Kotamobagu pada tahun 1999 dan tahun 2023 di berikan kepercayaan sebagai ketua LPPM Universitas Dumoga Kotamobagu sampai dengan sekarang. Mengawali karier di dunia birokrasi pada tahun 2000 menjadi Calon Pegawai Negeri Sipil di lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Bolaang Mongondow ditempatkan pertama kali sebagai staf Sekretariat Daerah Bagian Humas Kabupaten Bolaang Mongondow yang diberikan kepercayaan sebagai konseptor pembuatan sambutan resmi bupati tahun 2000, pada tahun 2001 di berikan kepercayaan sebagai pelaksana harian Kepala seksi kesejahteraan sosial dan pemberdayaan perempuan pada Kantor Camat Kotamobagu Kabupaten Bolaang Mongondow, pada tahun 2002-2004

sebagai staf Badan Kepegawaian Daerah Pemerintah Kabupaten Bolaang Mongondow. selanjutnya dilantik sebagai Kepala seksi pelayanan umum pada Kantor Camat Kotamobagu Barat Pemerintah Kabupaten Bolaang Mongondow tahun 2005-2006, di lantik dalam jabatan sebagai Sekretaris Kecamatan (Sekcam) pada Kantor Camat Modayag Barat Pemerintah Kabupaten Bolaang Mongondow tahun 2007-2008, pada tahun 2008-2010 di lantik kembali dalam jabatan sebagai sekretaris kecamatan Modayag Barat Pemerintah Kabupaten Bolaang Mongondow Timur sekaligus merangkap dua jabatan selain sebagai sekcam Modayag Barat dilantik juga dalam jabatan sebagai Penjabat Kepala Desa (*Sangadi*) Desa Moyongkota Baru Kecamatan Modayag Barat Pemerintah Kabupaten Bolaang Mongondow Timur pada bulan Maret tahun 2008-2010, pada bulan Maret tahun 2010 dilantik dalam jabatan sebagai kepala Bidang Diklat pada Badan Kepegawaian Daerah dan Diklat sekaligus diberikan kepercayaan oleh bupati sebagai anggota Tim Badan Pertimbangan Jabatan (Baperjakat) Pemerintah Kabupaten Bolaang Mongondow Timur, bulan Januari tahun 2011 menjabat sebagai kepala Bidang Perikanan Tangkap Dinas Kelautan dan Perikanan Pemerintah Kabupaten Bolaang Mongondow Timur, bulan Januari tahun 2012 kembali lagi menjabat sebagai kepala Bidang Diklat Badan Kepegawaian Daerah dan Diklat, pada tanggal 11 Januari tahun 2013 di lantik dalam jabatan sebagai Sekretaris Dinas Kelautan dan Perikanan Pemerintah Kabupaten Bolaang Mongondow Timur, tahun 2017 di lantik sebagai kepala Dinas Kelautan dan Perikanan sampai dengan tahun 2021, selanjutnya Tahun 2022 di lantik sebagai sekretaris Badan Riset dan Inovasi Daerah Kabupaten Bolaang Mongondow Timur sampai dengan sekarang. Selain itu juga menjadi widyaiswara pada Diklat prajabatan dan Kepemimpinan bagi pegawai negeri sipil. Selain itu pula aktif di berbagai kegiatan organisasi kepemudaan, organisasi senat mahasiswa, organisasi kemasyarakatan dan organisasi profesi baik ditingkat kabupaten, tingkat provinsi maupun tingkat nasional adalah sebagai berikut: Ketua Badan Pengawas Badan Tazkir Fakultas Perikanan Universitas Sam Ratulangi Tahun 1994-1995, Wakil Ketua KNPI Kabupaten Bolaang Mongondow Tahun 2002-2005, sekretaris *multi stakeholders* Kabupaten Bolaang Mongondow Tahun 2002-2006, Sekretaris Umum Pemuda Pancasila Kabupaten Bolaang Mongondow Tahun 2002-2007,

Wakil ketua Pemuda Pancasila Propinsi Sulawesi Utara Tahun 2002-2007, Wakil Ketua BKPRMI Kabupaten Bolaang Mongondow Tahun 2003-2005, Bendahara Pramuka Kabupaten Bolaang Mongondow tahun 2005-2007. Wakil Ketua Karang Taruna Kabupaten Bolaang Mongondow Tahun 2004-2008, Kongres pertama himpunan wanita tani nelayan Indonesia terpilih sebagai Wakil Ketua Dewan Pimpinan Pusat Himpunan Wanita Tani Nelayan Tahun 2004-2009, Ketua MPC Pemuda Pancasila Kabupaten Bolaang Mongondow Timur Tahun 2019 sampai dengan sekarang. Adapun penghargaan yang diterima yaitu sebagai berikut: (1) Menerima penghargaan dari Gubernur Sulawesi Utara sebagai Pemuda Teladan Karang Taruna tingkat Propinsi Sulawesi Utara tahun 2000 (2) Menerima penghargaan dari Bupati Bolaang Mongondow sebagai Pemuda Pelopor Kabupaten Bolaang Mongondow pada tahun 2001, (3). Menerima penghargaan dari DPD I KNPI Sulawesi Utara sebagai Pemuda Produktif dan Kreatif tingkat Propinsi Sulawesi Utara tahun 2002, (4). Menerima penghargaan dari Kepala Lembaga Administrasi Negara sebagai peserta Widyaishwara terbaik pada Diklat Media Pembelajaran untuk Widyaishwara se-Indonesia Timur di LAN Makasar tahun 2006. (5) Menerima penghargaan Satyalancana karya satya X tahun masa kerja dari Presiden Republik Indonesia tahun 2011. Selanjutnya menerima penghargaan *woman of the year 2019 In Apprecition Of Dedication and Achievement and The Best in The Field dari International Human Resources Development Program.*

Lenny Kurnia Octaviani, S.Par., M.Par



Penulis perempuan kelahiran Gunungkidul pada Tanggal 1 Oktober 1987, yang semasa kecil tinggal di sebuah Dusun bernama Gedoro, Desa Nglegi, Kapanewon Patuk, Kabupaten Gunungkidul. Masa pendidikan dari TK sampai Sekolah Menengah Atas diselesaikan di Kabupaten Gunungkidul, setelah tamat SMA kemudian melanjutkan Kuliah di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta pada Prodi S1 *Hospitality*, kemudian melanjutkan Program Magister di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta pada Prodi S2 Pariwisata dengan konsentrasi MICE and EVENT.

Selama Kuliah aktif mengikuti berbagai kegiatan seperti HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia) devisi Bahasa Mandarin, *Tour Guide*, dan *Event Pariwisata* baik Nasional maupun Internasional. Pernah Bekerja di Jakarta, Malaysia dan Taiwan. Untuk saat ini tercatat sebagai Dosen Tetap di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta pada Mata Kuliah *Sustainable Tourism* dan *Foreign Language: Mandarin*, selain itu juga aktif menulis jurnal nasional maupun internasional. Untuk bisa berkomunikasi dengan penulis dapat melalui email penulis:
lennykurniaoctaviani@stipram.ac.id

Dr. Rahmawati Madjid, S.Sos., M.M.Par., CHE



Penulis adalah seorang Dosen Tetap program studi Destinasi Pariwisata (DEPS) Politeknik Pariwisata Bali, mengampu mata kuliah Pengantar Pengelolaan Destinasi dan Pengetahuan Pariwisata. Penulis dilahirkan di Barru pada tanggal 10 Agustus 1977. Penulis menyelesaikan studi S1 pada Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Program Studi Manajemen Sumber Daya Manusia tahun 2003. Pada Tahun 2010 menyelesaikan studi S2 pada Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung Konsentrasi Manajemen Bisnis Perjalanan. Pada tahun 2020 menyelesaikan studi S3 pada Universitas Udayana Bali program Doktor Pariwisata.

Dr. Maria Puspitasari



Penulis merupakan dosen tetap di Kajian Ketahanan Nasional, Sekolah Kajian Strategik dan Global, Universitas Indonesia. Pendidikan S1 hingga S3 dijalani di FISIP Universitas Indonesia. Selain itu mengajar untuk Program studi S3 Sekolah Tinggi Ilmu Kepolisian, Sempat mengampu mata kuliah etika komunikasi & manajemen komunikasi krisis dan manajemen reputasi, di Universitas Multimedia Nusantara dan Institut Bisnis & Komunikasi London *School of Public Relations*; komunikasi visual di Akademi Televisi Indonesia; serta Filsafat damai dan resolusi konflik di Universitas Pertahanan. Buku karya diantaranya adalah Komunikasi Krisis: Strategi

mengelola & memenangkan citra di mata publik (2016) dan Taman Arkeologi *Onrust*: Merentang sejarah pertahanan hingga wisata budaya berkelanjutan (2023). Turut berpartisipasi dalam beberapa *book chapter*: Komunikasi Politik (2023); Manajemen komunikasi (2023); Praktik *Public Relations* (2023); Strategi media komunikasi di masa pandemi (2023); Sosiologi ruang publik perkotaan (2023); Cara kerja ilmu filsafat dan filsafat ilmu (2022); Perilaku konsumen dalam era *e-commerce* (2023); Menyemai Pancasila dalam keluarga (2023); Metodologi penelitian (2023); Manajemen Risiko (2023); Kepemimpinan dalam Bisnis (2023); Perilaku organisasi (2023); Manajemen SDM Internasional (2023); Kewirausahaan: pendekatan teoritis (2023); Manajemen pemasaran jasa (2023); Perilaku konsumen (2023); Pengantar ilmu komunikasi (2022); Aku cinta desaku: nilai-nilai Pancasila di Desa Citengah untuk PAUD (2022); Dosen berkisah: jangan pernah menyerah (2021); Hidup menjadi cerita: teknologi informasi & komunikasi sebagai sarana untuk menjahit kembali yang putus dan terbelah (2020) dan Ancaman radikalisme dalam negara Pancasila (2016). Email: mipuspita@gmail.com

Hanni Adriani, S.P., M.Si



Penulis merupakan Dosen di Departemen Usaha Perjalanan Wisata Institut Pariwisata Trisakti. Pada tahun 2011 penulis menyelesaikan program sarjana S1 Program Studi Arsitektur Lanskap di Departemen Arsitektur Lanskap, Fakultas Pertanian, IPB University, kemudian tahun 2012 melanjutkan pendidikan S2 pada Program Studi Arsitektur Lanskap di Sekolah Pasca Sarjana, IPB University. Penulis menjadi Ahli Perencana Lanskap Wisata pada Pekerjaan *Grand Design Pengembangan Kawasan Ekowisata Sunggang Kabupaten Banyuasin 2020-2070*. Menjadi Ahli Perencanaan Destinasi Wisata pada Pekerjaan Perencanaan Destinasi Wisata Kampung Tugu Jakarta Utara di Tahun 2022. Penulis aktif dalam menulis karya tulis ilmiah dalam bentuk artikel jurnal, *prosiding*, *bookchapter*, dan buku. Beberapa tulisan yang sudah dipublikasi yaitu *bookchapter* Destinasi Pariwisata pada buku berjudul Kebijakan Pengembangan Pariwisata (Tinjauan Konsep dan Praktik), *The Jakarta-Semarang Railway Tour*, Pohon

Tepi Jalan: Kriteria dan Penataan (*Roadside Trees: Criteria and Arrangement*), dan Tanaman Memanjat untuk Pergola (*Climbing Plants for Pergola*). Penulis mendapatkan penghargaan sebagai *Excellent Mentor in the China-ASEAN College Student International Tourism Innovation Competition 2021* Guilin Tourism University dan Tahun 2020 menjadi *Best Presenter in The 4th Bali International Tourism Conference at Udayana University*. Penulis bekerja sebagai *Landscape Coordinator* di Pekerjaan Pemeliharaan/Perawatan Taman dan Halaman di Istana Kepresidenan Jakarta (2020). Penulis tergabung dalam Asosiasi Profesi Dosen Indonesia (ADI), Ikatan Arsitek Lanskap Indonesia (IALI), dan sebagai Representatif Indonesia di *Asian Cultural Landscape Association (ACLA)*.

Ray March Syahadat, S.P., S.Ling., M.Si., M.M



Penulis merupakan dosen, peneliti, dan praktisi di bidang arsitektur lanskap. Penulis merupakan dosen tetap di Program Studi Arsitektur Lanskap, ISTN Jakarta dan juga aktif menjadi dosen tamu di beberapa institusi pendidikan tinggi di Indonesia. Sebagai seorang peneliti, penulis telah menghasilkan puluhan artikel ilmiah yang telah dipublikasikan dalam jurnal, *prosiding*, dan buku.

Selanjutnya sebagai praktisi, penulis memiliki riwayat terlibat dalam beberapa proyek pembangunan baik skala lokal, regional, maupun nasional. Saat ini penulis aktif sebagai pengurus Ikatan Arsitek Lanskap Indonesia (IALI) Provinsi Jawa Tengah sebagai wakil ketua bidang kerja sama dan *Asian Cultural Landscape Association (ACLA)* sebagai *vice president*. Adapun riwayat pendidikan yang telah ditamatkan olehnya antara lain Sarjana Pertanian dari Mayor Agronomi dan Hortikultura serta Minor Komunikasi IPB 2012, Sarjana Lingkungan dari Program Studi Ilmu Lingkungan Universitas Ivet 2023, Magister Sains dari Program Studi Arsitektur Lanskap IPB 2014, dan Magister Manajemen dari Program Studi Manajemen STIE Bank BPD Jateng 2023. Saat ini penulis tercatat sebagai mahasiswa Program Doktor Kajian Pariwisata UGM. Topik ekspertisnya adalah perencanaan lanskap wisata, sejarah, dan budaya serta hortikultura lanskap.

Heni Dwi Lestari, S.Pd., M.Par



Penulis lahir di Klaten pada tanggal 27 November 1995. Pendidikan yang telah ditempuh penulis sebagai berikut: S1 Sarjana Pendidikan lulus pada tahun 2017 dari Fakultas Ekonomi pada Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta. S2 Magister Pariwisata lulus pada tahun 2019 dari Program Studi Pariwisata pada Jurusan Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta Saat ini penulis adalah *staff* pengajar pada Program Studi D3 Perhotelan dan S1 Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta sejak tahun 2019.

Nina Putri Hayam Dey, S.Sos., M.Si., C.Ed



Penulis merupakan Dosen pada Program Studi Ekonomi Pembangunan di Universitas Antakusuma Pangkalan Bun. Bidang kajian yang menjadi fokus penulis adalah Sosiologi Pembangunan, Antropologi Sosial dan Kajian Gender. Selain mengajar, penulis juga terlibat sebagai Tim editor Jurnal JURISTEK Universitas Antakuma dan Jurnal JESPEN: Jurnal Ekonomi Dan Sosial Pembangunan, Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Universitas Antakusuma. Penulis juga aktif melakukan penelitian serta menulis di beberapa jurnal Nasional dan Internasional. Pernah menulis beberapa buku diantaranya (1). "Ritus Manuba Ba Adat: Praktik Kontrol Ekologi Masyarakat Dayak Tomun Lamandau Di Desa Batu Tunggal Kalimantan Tengah" (Penerbit Satya Wacana University Press, 2015); (2). Ilmu Sosial Budaya Dasar (Penerbit Deepublish, 2023); (3). Sosiologi Ruang Virtual (Penerbit Widina, 2023). (4). Sosiologi Ruang Publik Perkotaan (Penerbit Widina, 2023). Selain itu penulis juga pernah mendapatkan hibah penelitian dosen dari KEMENRISTEKDIKTI pada tahun 2018, tahun 2019 dan KEMENDIKBUDRISTEK tahun 2023.

Brian L. Djumaty, S.Si., M.Si



Penulis lahir di Idamdehe, pada 7 Oktober 1990. Saat ini bekerja sebagai Dosen dan menjabat Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Antakusuma. Saat ini penulis sedang mengambil Program Doktor (S3) di Universitas Brawijaya Malang. *Focus* dalam melakukan penelitian adalah Modal Sosial dalam pembangunan, Gerakan Sosial dalam Pembangunan, *Community Based Tourism*. Penulis juga sebagai Pimpinan Dewan Redaksi *The Journal of Research* (JURISTEK) dan Jurnal Ekonomi dan Sosial Pembangunan (JESPEN). Selain itu menjadi *Reviewer* Pada Jurnal Terakreditasi Sinta 4. Pada kegiatan penelitian telah mendapatkan Hibah Penelitian dari Kemenristek Dikti sebanyak empat kali. Penulis juga aktif menulis pada jurnal Nasional, jurnal Nasional Terakreditasi, jurnal International dan Buku. Pada bidang kepariwisataan Penulis juga menjabat sebagai Sekretaris Pusat Studi Pariwisata Kalimantan (PUSAKA) Universitas Antakusuma.

MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA

Perkembangan pariwisata dalam dekade terakhir melonjak tajam seiring tingginya mobilitas manusia untuk melakukan perjalanan. Industri ini berkembang dinamis kini didukung oleh megatrend jaringan digital dan kemajuan teknologi yang signifikan. Teknologi dan pariwisata kini laksana keping mata uang yang saling berkaitan. Internet merupakan alat yang paling efektif dalam mengakses berbagai informasi dalam tahapan perjalanan wisata mulai dari perencanaan perjalanan, saat berada di suatu daerah tujuan wisata, hingga mereka kembali ke negara asalnya dan menyudahi perjalanan wisata mereka. Tidak dapat dipungkiri bahwa wisatawan akan mencari perjalanan wisata yang memberikan pengalaman yang unik dan berbeda. Kecenderungan pariwisata massal yang menjadi prioritas pemerintah untuk mengejar kuantitas wisatawan yang berkunjung mulai berubah menjadi pariwisata yang berkualitas sejak pandemi Covid-19

Mewujudkan pariwisata berkualitas dan menerapkan pariwisata berkelanjutan di suatu destinasi wisata tidak mudah untuk dilaksanakan. Pariwisata Indonesia menghadapi berbagai aspek mulai dari pembangunan infrastruktur, keberlanjutan lingkungan, tantangan sosial budaya, hingga pengelolaan destinasi wisata. Menghadapi berbagai persoalan tersebut, destinasi pariwisata memerlukan perencanaan terpadu yang melibatkan seluruh komponen terkait atau pemangku kepentingan (*stakeholders*) seperti pemerintah, akademisi, pebisnis, komunitas masyarakat lokal, industri, media, serta pemangku kepentingan wisata lainnya.

Keberhasilan dalam pengelolaan destinasi bergantung pada kolaborasi antara pemerintah, industri pariwisata, dan masyarakat lokal. Semua pengambil kebijakan bertanggung jawab untuk mengembangkan destinasi berkelanjutan, memperkuat komunitas lokal, infrastruktur dan fasilitas pariwisata, dan juga berupaya menciptakan pengalaman perjalanan yang positif bagi wisatawan.