

MANAJEMEN PADA PARIWISATA BERKELANJUTAN DI ERA DIGITAL

UNTUNG NOVIANTO S.PAR., MM

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014

tentang Hak Cipta

Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf i untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h, untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g, untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Manajemen Pada Pariwisata Berkelanjutan di Era Digital

Penulis:

Untung Novianto S.Par.,MM

Manajemen Pada Pariwisata Berkelanjutan di Era Digital

Penulis:
Untung Novianto S.Par.,MM

Email: untung.novianto@unisa-bandung.ac

Copyright@2026

Penata Letak : Alcearose

Pendesain Sampul :Tim Madani

Diterbitkan oleh : Yayasan Marwah Madani Riau

Alamat :Dusun IV Kasang Kulim Desa Kubang Jaya, Kec. Suak Hulu Kabupaten Kampar, Riau Indonesia, Kp. 28452

ISBN:

Telp. 0851-1720-7375

Email: admin@madanipublisher.id

Cetakan Pertama November 2026
96 Halaman, Ukuran A5

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang
Dilarang memperbanyak atau mengutip sebagian atau seluruh ini buku ini tanpa izin tertulis dan Penerbit.

Daftar Isi

BAB I KONSEP DASAR MANAJEMEN DAN PARIWISATA BERKELANJUTAN DI ERA DIGITAL 1

1.1 Konsep Dasar Manajemen dalam Perspektif Modern 1

1.2 Konsep Pariwisata Berkelanjutan dan Evolusinya 4

1.3 Integrasi Manajemen dan Pariwisata Berkelanjutan 8

1.4 Transformasi Digital dalam Manajemen Pariwisata Berkelanjutan 12

BAB II STRATEGI MANAJEMEN PARIWISATA BERKELANJUTAN DI ERA DIGITAL.....15

2.1 Perencanaan Strategis dalam Pariwisata Berkelanjutan 15

2.2 Pengelolaan Destinasi Berbasis Keberlanjutan 18

2.3 Peran Inovasi Digital dalam Strategi Pariwisata 19

2.4 Kolaborasi dan Tata Kelola dalam Pariwisata Berkelanjutan 22

2.5 Evaluasi dan Pengukuran Kinerja Pariwisata Berkelanjutan 24

2.6 Penguatan Kapasitas Sumber Daya Manusia dalam Pariwisata Berkelanjutan.....26

2.7 Pemasaran Pariwisata Berkelanjutan di Era Digital.....28

2.8 Adaptasi terhadap Tantangan Global dalam Pariwisata Berkelanjutan.....31

2.9 Integrasi Teknologi dan Keberlanjutan dalam Pengalaman Wisata 33

2.10 Penguatan Kebijakan dan Regulasi dalam Pariwisata Berkelanjutan.....35

2.11 Pengemangan Produk Wisata Berbasis Keberlanjutan 36
2.12 Penguatan Daya Saing Destinasi Pariwisata..... 39
2.13 Kesimpulan Strategis Manajemen Pariwisata Berkelanjutan..... 41
BAB III IMPLEMENTASI MANAJEMEN PARIWISATA BERKELANJUTAN DI ERA DIGITAL 43
3.1 Konsep Implementasi dalam Manajemen Pariwisata Berkelanjutan 43
3.2 Peran Teknologi Digital dalam Implementasi Pariwisata Berkelanjutan 46
3.3 Keterlibatan Masyarakat dalam Implementasi Pariwisata Berkelanjutan 47
3.4 Implementasi Kebijakan Pariwisata Berkelanjutan 49
3.5 Monitoring dan Evaluasi Implementasi Pariwisata Berkelanjutan..... 50
3.6 Integrasi Sistem Informasi dalam Implementasi Pariwisata Berkelanjutan 53
3.7 Manajemen Risiko dalam Implementasi Pariwisata Berkelanjutan..... 54
3.8 Inovasi Layanan dalam Implementasi Pariwisata Berkelanjutan..... 56
3.9 Sinergi Implementasi sebagai Pilar Keberlanjutan Pariwisata 58
BAB IV INOVASI, TRANSFORMASI, DAN MODEL BISNIS PARIWISATA BERKELANJUTAN DI ERA DIGITAL..... 60
4.1 Inovasi sebagai Penggerak Transformasi Pariwisata Berkelanjutan..... 60
4.2 Transformasi Digital dalam Model Bisnis Pariwisata 62

4.3 Pengembangan Ekosistem Pariwisata Berkelanjutan 63
4.4 Model Bisnis Berbasis Keberlanjutan dalam Pariwisata 65
4.5 Transformasi Pengalaman Wisata dalam Era Digital.....67
4.6 Strategi Diferensiasi dan Positioning Destinasi Berbasis Keberlanjutan.....69
4.7 Peran Ekonomi Kreatif dalam Pariwisata Berkelanjutan 71
4.8 Penguatan Branding Pariwisata Berkelanjutan 72
4.9 Model Transformasi Berkelanjutan dalam Industri Pariwisata 74
BAB V TANTANGAN, PELUANG, DAN MASA DEPAN PARIWISATA BERKELANJUTAN DI ERA DIGITAL.....76
5.1 Dinamika Tantangan Global dalam Pariwisata Berkelanjutan 76
5.2 Peluang Inovasi dalam Pariwisata Berkelanjutan.....78
5.3 Peran Teknologi Masa Depan dalam Pariwisata 80
5.4 Strategi Adaptasi dan Resiliensi Destinasi Pariwisata 82
5.5 Arah Masa Depan Manajemen Pariwisata Berkelanjutan 83
DAFTAR PUSTAKA.....85

BAB I
KONSEP DASAR MANAJEMEN DAN PARIWISATA BERKELANJUTAN DI ERA DIGITAL

1.1 Konsep Dasar Manajemen dalam Perspektif Modern

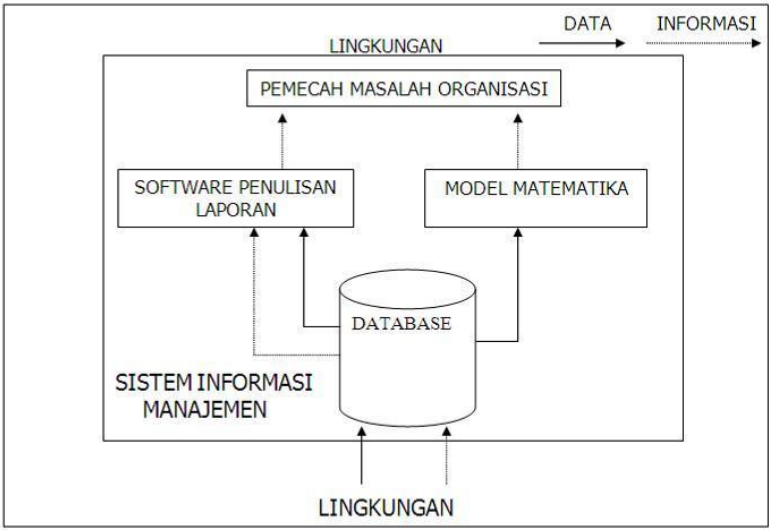
Manajemen dalam konteks modern tidak lagi dipahami sebagai sekadar proses administratif yang berfokus pada perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya, melainkan berkembang menjadi suatu pendekatan strategis yang adaptif terhadap perubahan lingkungan global yang dinamis. Perspektif ini menempatkan manajemen sebagai sistem terpadu yang melibatkan interaksi antara manusia, teknologi, dan lingkungan eksternal yang kompleks. Transformasi digital telah memperluas ruang lingkup manajemen dengan menghadirkan konsep data-driven decision making, di mana pengambilan keputusan didasarkan pada analisis data yang akurat dan real-time. Kondisi ini mengindikasikan bahwa manajemen tidak hanya berorientasi pada efisiensi internal organisasi, tetapi juga pada kemampuan untuk merespons perubahan eksternal secara cepat dan tepat. Literatur terbaru menunjukkan bahwa organisasi yang mampu mengintegrasikan teknologi digital dalam praktik

manajemennya cenderung memiliki tingkat daya saing yang lebih tinggi dibandingkan dengan organisasi yang masih mengandalkan pendekatan konvensional (Kotler et al., 2021).

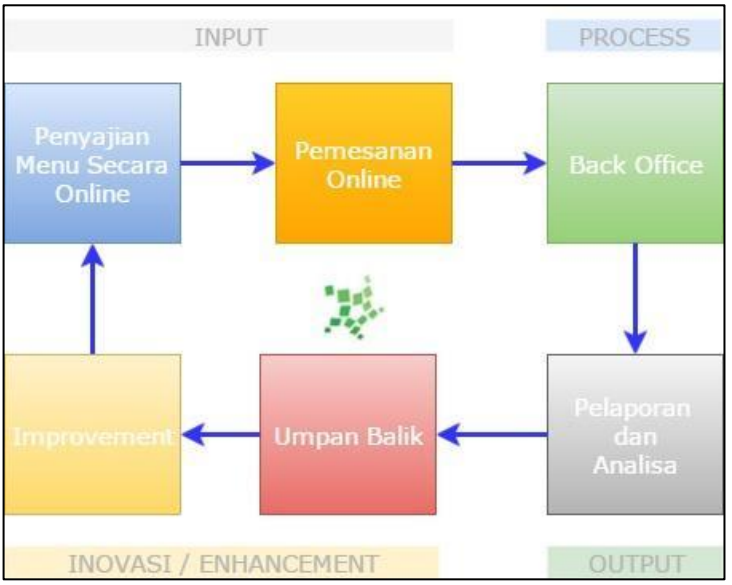
Asumsi yang mendasari perkembangan ini adalah bahwa lingkungan bisnis dan industri, termasuk sektor pariwisata, mengalami disrupsi yang signifikan akibat kemajuan teknologi digital. Asumsi lain yang perlu dikritisi adalah anggapan bahwa digitalisasi secara otomatis meningkatkan kinerja organisasi, padahal tanpa kesiapan sumber daya manusia dan sistem tata kelola yang baik, digitalisasi justru dapat menimbulkan inefisiensi baru. Alternatif pandangan menunjukkan bahwa pendekatan manajemen hybrid yang menggabungkan metode tradisional dan digital lebih relevan dalam konteks negara berkembang yang memiliki keterbatasan infrastruktur teknologi. Analisis ini menegaskan bahwa konsep manajemen modern harus bersifat kontekstual dan tidak dapat diterapkan secara universal tanpa mempertimbangkan karakteristik lokal.

Interpretasi terhadap konsep ini mengarah pada pemahaman bahwa manajemen modern merupakan proses dinamis yang menuntut fleksibilitas tinggi dalam menghadapi perubahan. Kemampuan adaptasi menjadi indikator utama keberhasilan manajemen dalam era digital.

Gambar 1. Visualisasi Sistem Manajemen Modern Berbasis Digital



Gambar 2. Input dan Output Manajemen Modern Berbasis Digital



1.2 Konsep Pariwisata Berkelanjutan dan Evolusinya

Pariwisata berkelanjutan merupakan konsep yang berkembang sebagai respons terhadap dampak negatif dari aktivitas pariwisata massal terhadap lingkungan, sosial, dan ekonomi. Konsep ini menekankan keseimbangan antara kebutuhan wisatawan, industri pariwisata, lingkungan alam, dan masyarakat lokal. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada pelestarian sumber daya alam, tetapi juga pada pemberdayaan masyarakat dan distribusi manfaat ekonomi yang adil. Dalam perkembangan terkini, pariwisata berkelanjutan tidak lagi dipandang sebagai pilihan, melainkan sebagai keharusan dalam pengelolaan destinasi wisata yang bertanggung jawab. Studi terbaru menunjukkan bahwa wisatawan global semakin mempertimbangkan aspek keberlanjutan dalam memilih destinasi, sehingga mendorong pelaku industri untuk mengadopsi praktik yang lebih ramah lingkungan (UNWTO, 2022).

Asumsi utama dalam konsep ini adalah bahwa semua pemangku kepentingan memiliki kepentingan yang sama terhadap keberlanjutan, padahal dalam praktiknya sering terjadi konflik antara kepentingan ekonomi jangka pendek dan pelestarian lingkungan jangka panjang. Perspektif kritis menunjukkan bahwa implementasi pariwisata berkelanjutan seringkali bersifat simbolik atau greenwashing tanpa perubahan substansial dalam praktik operasional. Alternatif pendekatan menekankan pentingnya indikator kinerja keberlanjutan yang terukur dan

transparan untuk memastikan bahwa konsep ini benar-benar diterapkan secara efektif.

Analisis yang lebih mendalam memperlihatkan bahwa keberhasilan implementasi pariwisata berkelanjutan ditentukan oleh kemampuan berbagai aktor dalam membangun keterpaduan peran yang saling melengkapi, terutama antara kebijakan pemerintah, keterlibatan masyarakat, dan komitmen sektor swasta. Pemerintah berperan sebagai pengarah utama melalui regulasi, perencanaan, serta pengawasan yang memastikan bahwa pengembangan pariwisata tetap berada dalam koridor keberlanjutan. Kebijakan yang adaptif dan berbasis kebutuhan lokal memungkinkan terciptanya keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan pelestarian lingkungan. Dalam konteks ini, tata kelola yang transparan dan akuntabel menjadi fondasi penting agar setiap kebijakan tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga dapat diimplementasikan secara efektif dalam praktik pengelolaan destinasi (UNWTO, 2022).

Partisipasi masyarakat memiliki posisi yang tidak kalah strategis karena masyarakat lokal merupakan pihak yang paling dekat dengan sumber daya pariwisata. Keterlibatan aktif masyarakat dalam proses perencanaan, pengelolaan, dan evaluasi kegiatan pariwisata mendorong terciptanya rasa memiliki terhadap destinasi yang pada akhirnya berdampak pada keberlanjutan jangka panjang. Masyarakat tidak hanya berfungsi sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai pelaku utama yang

berkontribusi dalam menjaga nilai budaya, kearifan lokal, serta kelestarian lingkungan. Pendekatan ini memperkuat konsep inklusivitas dalam pariwisata, di mana pembangunan tidak bersifat top-down, melainkan kolaboratif dan partisipatif.

Komitmen sektor swasta menjadi faktor penggerak yang mempercepat implementasi prinsip keberlanjutan melalui inovasi, investasi, dan efisiensi operasional. Perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata memiliki kapasitas untuk mengadopsi teknologi ramah lingkungan, meningkatkan kualitas layanan, serta menciptakan produk wisata yang bertanggung jawab. Orientasi bisnis yang tidak hanya berfokus pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan, menunjukkan adanya pergeseran paradigma menuju praktik bisnis yang lebih berkelanjutan. Keterlibatan sektor swasta juga membuka peluang kolaborasi lintas sektor yang memperkuat daya saing destinasi.

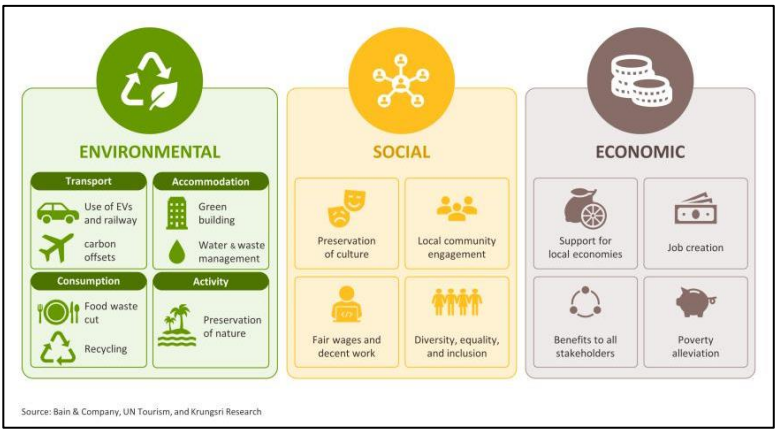
Keterpaduan antara ketiga elemen tersebut membentuk suatu sistem yang saling bergantung dan tidak dapat dipisahkan. Ketidakseimbangan dalam salah satu elemen berpotensi menghambat efektivitas keseluruhan sistem. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan pariwisata berkelanjutan bukan hanya ditentukan oleh satu pihak, melainkan oleh kualitas interaksi dan koordinasi di antara seluruh pemangku kepentingan. Pendekatan yang terintegrasi memungkinkan terciptanya

pengelolaan destinasi yang adaptif, responsif terhadap perubahan, serta mampu menjaga keberlanjutan dalam jangka panjang.

Gambar 3. Model Integrasi Pariwisata Berkelanjutan



Gambar 4. Suistanable Tourism



1.3 Integrasi Manajemen dan Pariwisata Berkelanjutan

Integrasi antara konsep manajemen dan pariwisata berkelanjutan menciptakan paradigma baru dalam pengelolaan destinasi wisata. Pendekatan ini menekankan pentingnya penerapan prinsip-prinsip manajemen strategis dalam mencapai tujuan keberlanjutan. Pengelolaan destinasi tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga pada kualitas pengalaman wisata dan dampak jangka panjang terhadap lingkungan dan masyarakat. Literatur terbaru menunjukkan bahwa pendekatan manajemen berbasis keberlanjutan mampu meningkatkan daya saing destinasi sekaligus menjaga kelestarian sumber daya (Hall, 2020).

Asumsi yang perlu diuji dalam integrasi ini adalah bahwa semua organisasi pariwisata memiliki kapasitas yang sama dalam

menerapkan prinsip keberlanjutan. Realitas menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara destinasi yang memiliki sumber daya besar dengan destinasi yang memiliki keterbatasan. Perspektif alternatif menekankan pentingnya pendekatan berbasis komunitas yang lebih inklusif dan adaptif terhadap kondisi lokal. Pendekatan ini memberikan ruang bagi masyarakat untuk berperan aktif dalam proses pengambilan keputusan dan pengelolaan destinasi.

Kesimpulan yang dapat ditarik menunjukkan bahwa integrasi antara manajemen dan pariwisata berkelanjutan menuntut suatu pendekatan yang menyeluruh, yang tidak hanya melihat aspek operasional secara parsial, tetapi juga mempertimbangkan keterkaitan antar elemen dalam sistem pariwisata secara utuh. Pendekatan ini menempatkan keberlanjutan sebagai prinsip dasar dalam setiap proses pengelolaan, mulai dari perencanaan strategis hingga implementasi di lapangan. Manajemen tidak lagi sekadar berfungsi sebagai alat pengendali, melainkan sebagai kerangka koordinatif yang mampu menyatukan berbagai kepentingan secara harmonis. Kompleksitas dalam sektor pariwisata menuntut adanya keselarasan antara dimensi ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan agar setiap keputusan yang diambil tidak menimbulkan dampak yang kontraproduktif di masa depan.

Keberhasilan implementasi tidak dapat dilepaskan dari peran kebijakan yang memberikan arah dan batasan dalam pengelolaan pariwisata. Kebijakan yang dirancang secara

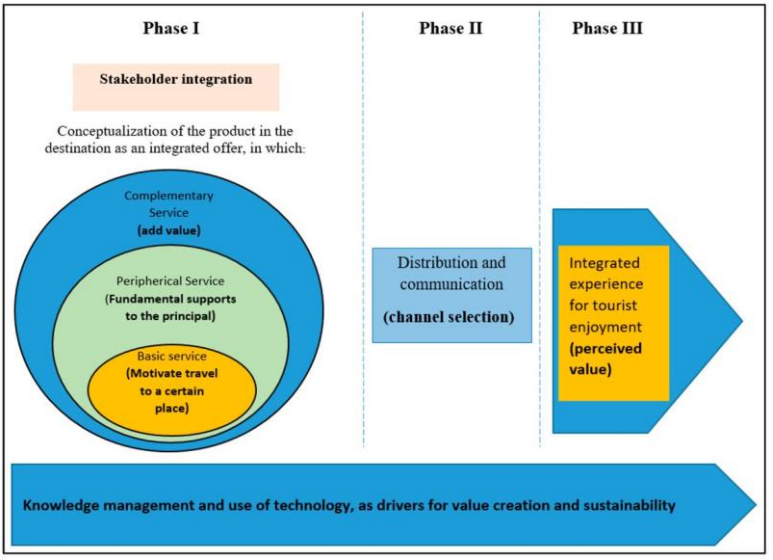
komprehensif mampu menciptakan lingkungan yang kondusif bagi penerapan prinsip keberlanjutan. Meskipun demikian, keberadaan kebijakan saja tidak cukup untuk menjamin tercapainya tujuan yang diharapkan. Implementasi yang efektif sangat dipengaruhi oleh sejauh mana kebijakan tersebut dipahami, diterima, dan dijalankan oleh para pemangku kepentingan di berbagai tingkatan. Kondisi ini menunjukkan bahwa aspek struktural dan kultural memiliki peran yang sama pentingnya dalam mendukung keberhasilan pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan.

Komitmen dari setiap pihak yang terlibat menjadi faktor penentu yang memperkuat keberlangsungan implementasi di lapangan. Komitmen tersebut tercermin dalam konsistensi tindakan, kesediaan untuk beradaptasi, serta kemampuan untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan jangka pendek dan keberlanjutan jangka panjang. Kesadaran kolektif juga menjadi elemen penting yang mendorong terbentuknya perilaku yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat. Ketika seluruh pemangku kepentingan memiliki pemahaman yang sama mengenai pentingnya keberlanjutan, maka proses pengelolaan akan berjalan lebih terarah dan terintegrasi.

Sinergi yang terbentuk dari interaksi antar pemangku kepentingan menciptakan suatu sistem yang dinamis dan adaptif terhadap perubahan. Hubungan yang saling mendukung antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta memungkinkan

terciptanya inovasi dalam pengelolaan destinasi serta peningkatan kualitas pengalaman wisata. Pendekatan yang kolaboratif ini memperkuat daya tahan destinasi dalam menghadapi tantangan global, sekaligus memastikan bahwa manfaat pariwisata dapat dirasakan secara berkelanjutan oleh berbagai pihak.

Gambar 5. Integrasi Manajemen dan Keberlanjutan dalam Pariwisata





1.4 Transformasi Digital dalam Manajemen Pariwisata Berkelanjutan

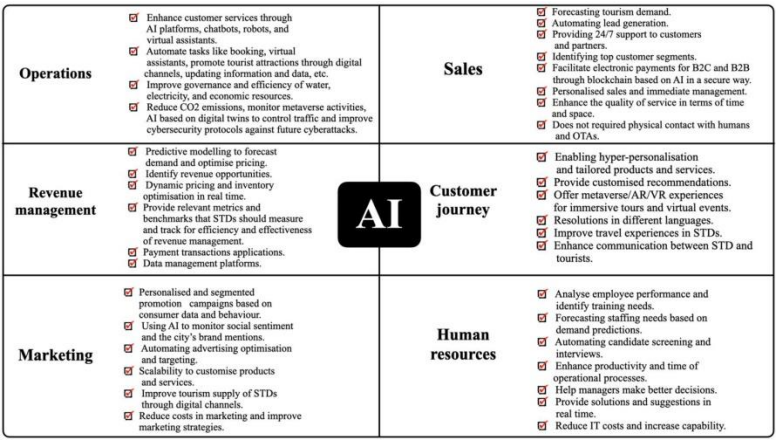
Transformasi digital telah mengubah secara fundamental cara destinasi wisata dikelola dan dipromosikan. Teknologi seperti big data, artificial intelligence, dan Internet of Things memungkinkan pengelolaan destinasi yang lebih efisien dan responsif terhadap kebutuhan wisatawan. Sistem digital memungkinkan pengumpulan data secara real-time yang dapat digunakan untuk memantau dampak pariwisata terhadap lingkungan dan masyarakat. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan efisiensi operasional sekaligus mendukung praktik keberlanjutan melalui pengelolaan sumber daya yang lebih optimal (Gretzel et al., 2020).

Asumsi yang sering muncul adalah bahwa digitalisasi selalu memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan. Perspektif kritis menunjukkan bahwa penggunaan teknologi juga memiliki dampak lingkungan, seperti konsumsi energi yang tinggi dan limbah elektronik. Alternatif pendekatan menekankan pentingnya green technology yang lebih ramah lingkungan dalam mendukung transformasi digital.

Analisis menunjukkan bahwa transformasi digital dalam pariwisata berkelanjutan harus dilakukan secara selektif dan strategis. Teknologi harus digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan keberlanjutan, bukan sebagai tujuan itu sendiri.

Gambar 6. Transformasi Digital dalam Pariwisata




Operations
Enhance customer services through AI platforms, chatbots, robots, and virtual assistants.
Automate tasks like booking, virtual assistants, promote tourist attractions through digital channels, updating information and data, etc.
Improve governance and efficiency of water, electricity, and economic resources.
Reduce CO2 emissions, monitor metaverse activities, AI based on digital twins to control traffic and improve cybersecurity protocols against future cyberattacks.
Sales
Forecasting tourism demand.
Automating lead generation.
Providing 24/7 support to customers and partners.
Identifying top customer segments.
Facilitate electronic payments for B2C and B2B through blockchain based on AI in a secure way.
Personalised sales and immediate management.
Enhance the quality of service in terms of time and space.
Does not required physical contact with humans and OTAs.
Revenue management
Predictive modelling to forecast demand and optimise pricing.
Identify revenue opportunities.
Dynamic pricing and inventory optimisation in real time.
Provide relevant metrics and benchmarks that STDs should measure and track for efficiency and effectiveness of revenue management.
Payment transactions applications.
Data management platforms.
AI
Customer journey
Enabling hyper-personalisation and tailored products and services.
Provide customised recommendations.
Offer metaverse/AR/VR experiences for immersive tours and virtual events.
Resolutions in different languages.
Improve travel experiences in STDs.
Enhance communication between STD and tourists.
Marketing
Personalised and segmented promotion campaigns based on consumer data and behaviour.
Using AI to monitor social sentiment and the city's brand mentions.
Automating advertising optimisation and targeting.
Scalability to customise products and services.
Improve tourism supply of STDs through digital channels.
Reduce costs in marketing and improve marketing strategies.
Human resources
Analyse employee performance and identify training needs.
Forecasting staffing needs based on demand predictions.
Automating candidate screening and interviews.
Enhance productivity and time of operational processes.
Help managers make better decisions.
Provide solutions and suggestions in real time.
Reduce IT costs and increase capability.

BAB II

STRATEGI MANAJEMEN PARIWISATA BERKELANJUTAN DI ERA DIGITAL

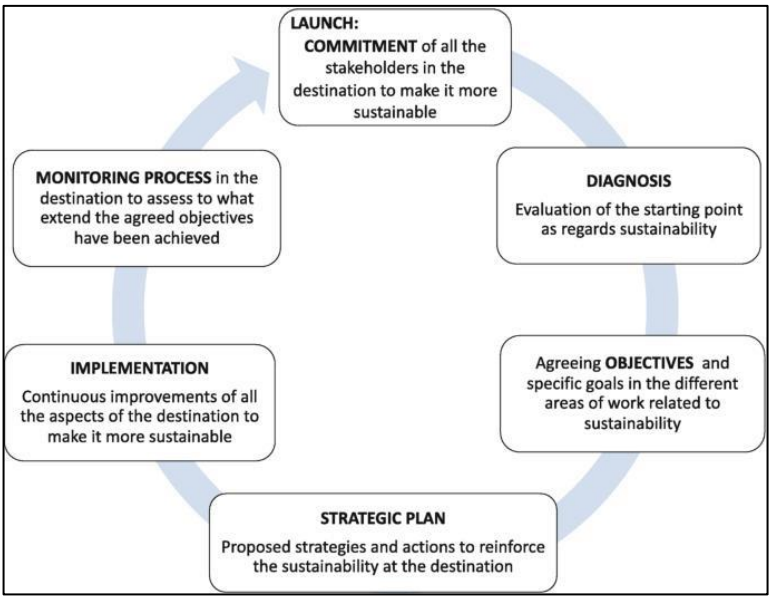
2.1 Perencanaan Strategis dalam Pariwisata Berkelanjutan

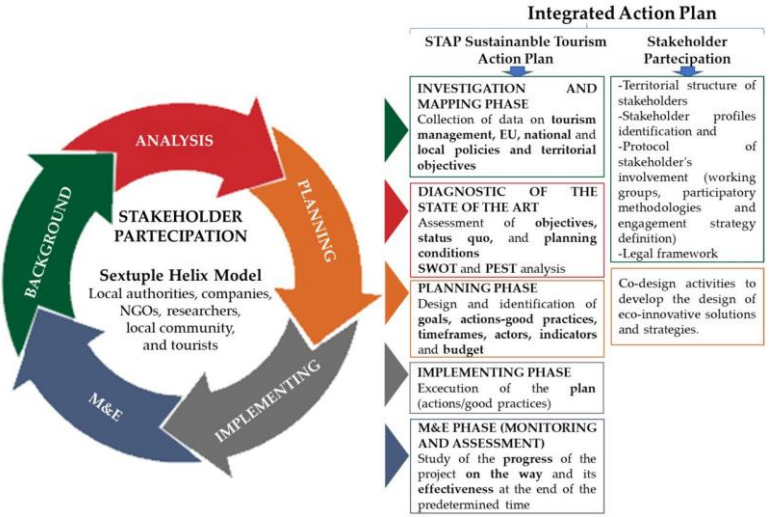
Perencanaan strategis dalam pariwisata berkelanjutan merupakan fondasi utama yang menentukan arah pengembangan destinasi secara jangka panjang dengan mempertimbangkan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan. Perencanaan ini tidak lagi bersifat statis, melainkan berkembang menjadi proses dinamis yang harus mampu merespons perubahan tren wisatawan, perkembangan teknologi, serta tantangan global seperti perubahan iklim dan krisis lingkungan. Pendekatan strategis menuntut adanya analisis mendalam terhadap potensi dan keterbatasan destinasi, termasuk daya dukung lingkungan, karakteristik masyarakat lokal, serta peluang pasar yang dapat dikembangkan secara berkelanjutan. Perencanaan yang efektif juga mengintegrasikan data dan informasi berbasis digital, sehingga keputusan yang diambil lebih akurat dan relevan dengan kondisi aktual di lapangan. Penggunaan teknologi seperti big data

dan sistem informasi geografis memungkinkan pemetaan potensi wisata secara lebih komprehensif, sekaligus membantu dalam mengidentifikasi risiko yang mungkin muncul dalam proses pengembangan destinasi (Gretzel et al., 2020).

Asumsi yang sering muncul dalam perencanaan strategis adalah bahwa semua destinasi memiliki kapasitas yang sama dalam mengimplementasikan rencana yang telah disusun. Kenyataannya menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan dalam hal sumber daya, infrastruktur, dan kemampuan manajerial antar destinasi. Perspektif ini mengarah pada pentingnya pendekatan yang kontekstual, di mana perencanaan harus disesuaikan dengan kondisi lokal agar dapat diimplementasikan secara realistis. Alternatif pendekatan menekankan pentingnya fleksibilitas dalam perencanaan, sehingga strategi yang disusun dapat disesuaikan dengan perubahan yang terjadi di lapangan. Perencanaan strategis yang adaptif akan mampu mengakomodasi dinamika industri pariwisata yang terus berkembang, sekaligus menjaga keberlanjutan sebagai prinsip utama dalam setiap keputusan yang diambil.

Gambar 7. Proses Perencanaan Strategis Pariwisata Berkelanjutan





2.2 Pengelolaan Destinasi Berbasis Keberlanjutan

Pengelolaan destinasi berbasis keberlanjutan menekankan pada upaya menjaga keseimbangan antara peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dengan pelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat lokal. Pendekatan ini menuntut adanya sistem pengelolaan yang terintegrasi, di mana setiap aktivitas pariwisata dirancang untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan manfaat yang dapat diperoleh oleh berbagai pihak. Pengelolaan destinasi tidak hanya berfokus pada aspek operasional, tetapi juga mencakup pengembangan produk wisata yang berkualitas, pengelolaan sumber daya alam secara bijaksana, serta pelestarian nilai budaya yang menjadi daya tarik utama destinasi. Dalam konteks era digital, pengelolaan destinasi semakin didukung oleh teknologi yang memungkinkan monitoring secara real-time terhadap kondisi lingkungan dan aktivitas wisatawan, sehingga pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan lebih cepat dan tepat (UNWTO, 2022).

Asumsi bahwa peningkatan jumlah wisatawan selalu berdampak positif terhadap ekonomi lokal perlu dikaji secara kritis, karena tanpa pengelolaan yang baik, lonjakan kunjungan justru dapat menimbulkan tekanan terhadap lingkungan dan infrastruktur. Perspektif alternatif menunjukkan bahwa kualitas wisatawan lebih penting dibandingkan kuantitas, sehingga strategi pengelolaan perlu diarahkan pada segmentasi pasar yang sesuai dengan karakteristik destinasi. Pendekatan ini memungkinkan

terciptanya pengalaman wisata yang lebih bermakna, sekaligus menjaga keberlanjutan destinasi dalam jangka panjang. Pengelolaan yang efektif juga memerlukan koordinasi yang baik antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat, sehingga setiap kebijakan yang diambil dapat diimplementasikan secara konsisten di lapangan.

Gambar 8. Model Pengelolaan Destinasi Berkelanjutan



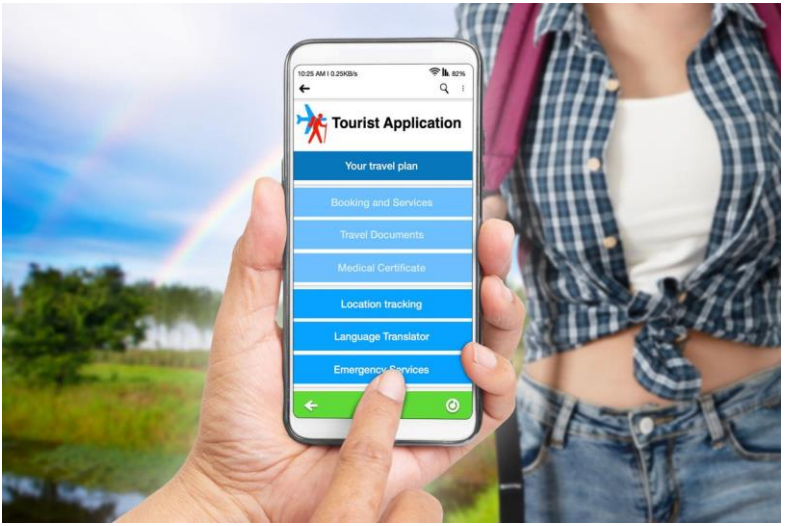
2.3 Peran Inovasi Digital dalam Strategi Pariwisata

Inovasi digital telah menjadi elemen kunci dalam strategi pengelolaan pariwisata berkelanjutan, terutama dalam meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan kepada wisatawan. Teknologi digital memungkinkan pelaku industri

untuk mengembangkan berbagai solusi inovatif, seperti platform pemesanan online, aplikasi panduan wisata berbasis lokasi, serta sistem manajemen destinasi yang terintegrasi. Penggunaan teknologi ini tidak hanya meningkatkan aksesibilitas informasi bagi wisatawan, tetapi juga membantu dalam pengelolaan arus kunjungan, sehingga dapat mengurangi tekanan terhadap destinasi yang memiliki kapasitas terbatas. Selain itu, teknologi digital juga mendukung pengembangan produk wisata yang lebih personal dan interaktif, sehingga mampu meningkatkan kepuasan wisatawan sekaligus memperkuat daya saing destinasi di pasar global (Buhalis & Amaranggana, 2021).

Asumsi bahwa teknologi digital dapat menggantikan seluruh proses konvensional dalam pengelolaan pariwisata perlu dipertimbangkan secara kritis. Realitas menunjukkan bahwa teknologi hanyalah alat yang harus didukung oleh sumber daya manusia yang kompeten dan sistem manajemen yang baik. Perspektif alternatif menekankan pentingnya integrasi antara teknologi dan pendekatan human-centered, di mana pengalaman wisatawan tetap menjadi fokus utama dalam pengembangan layanan. Inovasi digital yang berhasil adalah yang mampu menggabungkan kemudahan teknologi dengan nilai-nilai lokal yang autentik, sehingga menciptakan pengalaman yang unik dan berkesan bagi wisatawan.

Gambar 9. Inovasi Digital dalam Pariwisata



Gambar 10. Sistem Pemesanan Online



Gambar 11. Sistem Virtual dalam Pariwisata Digital



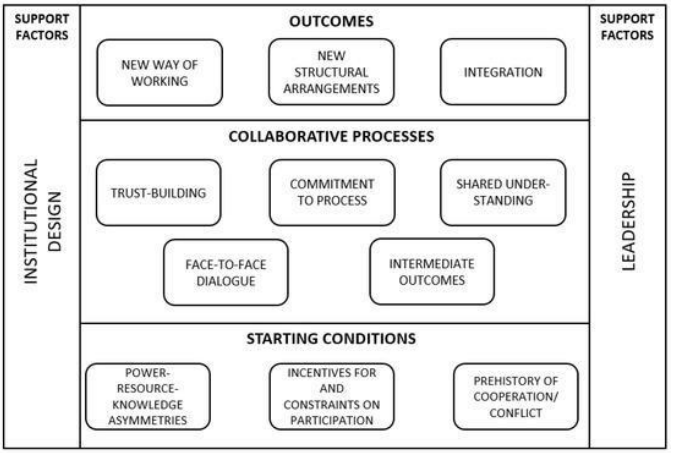
2.4 Kolaborasi dan Tata Kelola dalam Pariwisata Berkelanjutan

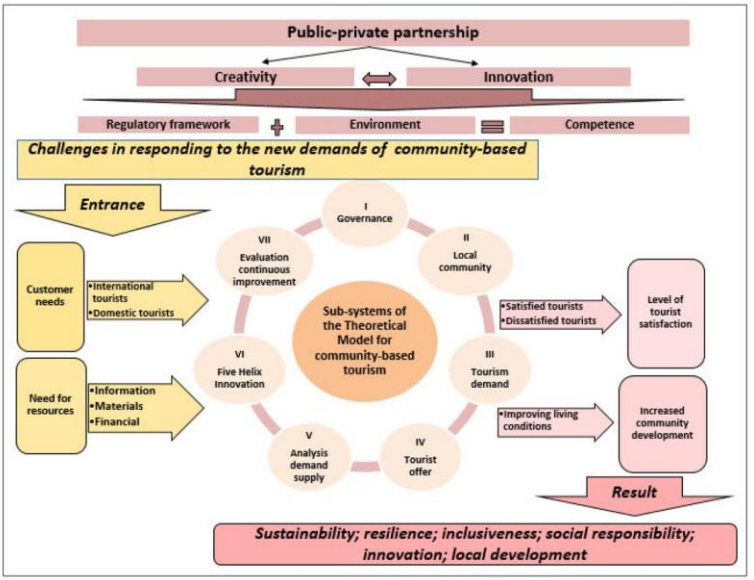
Kolaborasi dan tata kelola merupakan aspek penting dalam memastikan keberhasilan strategi pariwisata berkelanjutan. Tata kelola yang baik mencerminkan adanya koordinasi yang efektif antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat lokal. Kolaborasi ini memungkinkan terciptanya sinergi dalam pengelolaan destinasi, sehingga setiap pihak dapat berkontribusi sesuai dengan peran dan kapasitasnya. Pendekatan kolaboratif juga membuka peluang untuk berbagi sumber daya, pengetahuan, dan pengalaman, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kualitas pengelolaan destinasi secara keseluruhan. Dalam era digital, kolaborasi semakin

dipermudah melalui penggunaan platform komunikasi dan sistem informasi yang memungkinkan pertukaran data secara cepat dan efisien (Hall, 2020).

Asumsi bahwa kolaborasi dapat terwujud secara otomatis tanpa adanya mekanisme yang jelas perlu dikaji ulang. Kolaborasi yang efektif memerlukan struktur tata kelola yang transparan, serta adanya kepercayaan antara para pihak yang terlibat. Perspektif alternatif menekankan pentingnya kepemimpinan yang mampu mengkoordinasikan berbagai kepentingan yang berbeda, sehingga konflik yang mungkin muncul dapat dikelola dengan baik. Tata kelola yang inklusif juga memberikan ruang bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan, sehingga kebijakan yang dihasilkan lebih representatif dan sesuai dengan kebutuhan lokal.

Gambar 12. Model Kolaborasi Pariwisata Berkelanjutan





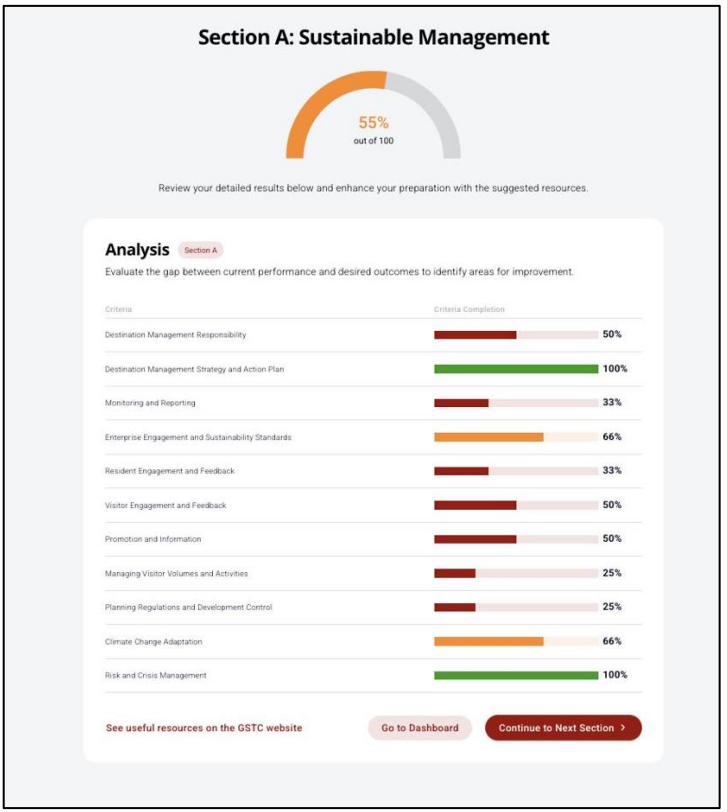
2.5 Evaluasi dan Pengukuran Kinerja Pariwisata Berkelanjutan

Evaluasi dan pengukuran kinerja menjadi bagian penting dalam memastikan bahwa strategi pariwisata berkelanjutan berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Proses evaluasi tidak hanya berfokus pada hasil akhir, tetapi juga pada efektivitas proses yang dilakukan dalam pengelolaan destinasi. Indikator kinerja yang digunakan harus mencakup berbagai aspek, termasuk dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan, sehingga memberikan gambaran yang komprehensif mengenai keberhasilan implementasi strategi. Dalam era digital,

pengukuran kinerja semakin didukung oleh teknologi yang memungkinkan pengumpulan data secara real-time, sehingga evaluasi dapat dilakukan secara lebih akurat dan berkelanjutan (UNWTO, 2022).

Asumsi bahwa keberhasilan dapat diukur hanya melalui indikator ekonomi perlu dikritisi, karena keberlanjutan menuntut adanya keseimbangan antara berbagai dimensi. Perspektif alternatif menunjukkan bahwa indikator non-ekonomi, seperti kepuasan masyarakat dan kualitas lingkungan, memiliki peran yang sama pentingnya dalam menilai keberhasilan pariwisata. Pendekatan ini mendorong penggunaan indikator yang lebih holistik, sehingga evaluasi yang dilakukan dapat memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai kondisi destinasi. Hasil evaluasi juga harus digunakan sebagai dasar untuk perbaikan berkelanjutan, sehingga strategi yang diterapkan dapat terus disesuaikan dengan perubahan yang terjadi.

Gambar 13. Grafik Pengukuran Kinerja Pariwisata Berkelanjutan



2.6 Penguatan Kapasitas Sumber Daya Manusia dalam Pariwisata Berkelanjutan

Penguatan kapasitas sumber daya manusia menjadi elemen krusial dalam memastikan bahwa strategi manajemen pariwisata berkelanjutan dapat diimplementasikan secara efektif dan berkelanjutan. Sumber daya manusia tidak hanya diposisikan

sebagai pelaksana teknis, tetapi juga sebagai aktor utama yang menentukan kualitas layanan, inovasi, serta keberhasilan adaptasi terhadap perubahan. Dalam konteks era digital, kompetensi yang dibutuhkan tidak hanya mencakup keterampilan operasional, tetapi juga literasi digital, kemampuan analisis data, serta pemahaman terhadap prinsip keberlanjutan. Pengembangan kapasitas ini perlu dilakukan secara sistematis melalui pendidikan, pelatihan, dan pembelajaran berkelanjutan yang disesuaikan dengan kebutuhan industri pariwisata yang terus berkembang. Studi menunjukkan bahwa peningkatan kualitas sumber daya manusia secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan daya saing destinasi serta kualitas pengalaman wisatawan (Buhalis & Amaranggana, 2021).

Asumsi bahwa peningkatan kapasitas sumber daya manusia dapat dicapai hanya melalui pelatihan formal perlu dikaji secara kritis, karena pembelajaran dalam sektor pariwisata juga sangat dipengaruhi oleh pengalaman langsung di lapangan. Perspektif alternatif menekankan pentingnya pendekatan experiential learning yang memungkinkan individu untuk belajar melalui praktik dan interaksi langsung dengan wisatawan serta lingkungan destinasi. Pendekatan ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam dibandingkan dengan pembelajaran teoritis semata. Selain itu, penguatan kapasitas juga harus mempertimbangkan konteks lokal, sehingga materi pelatihan yang diberikan relevan dengan kebutuhan dan karakteristik

destinasi. Hal ini penting untuk memastikan bahwa pengembangan sumber daya manusia tidak bersifat generik, tetapi mampu memberikan dampak nyata dalam pengelolaan pariwisata.

Gambar 14. Pengembangan Kapasitas SDM Pariwisata



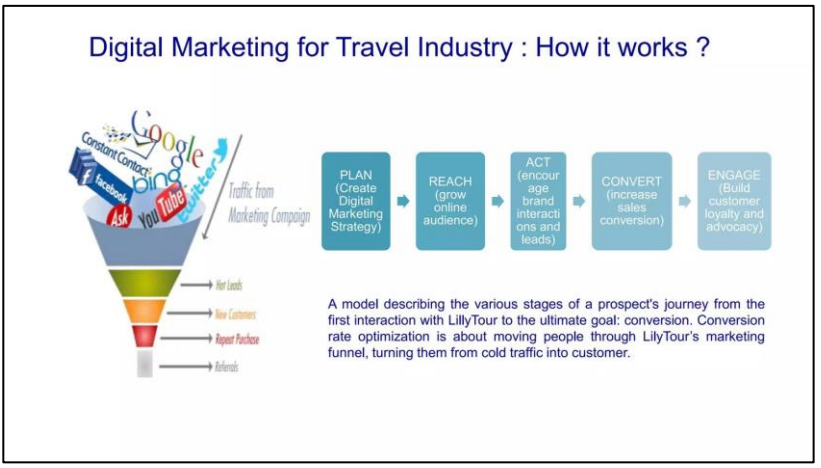
2.7 Pemasaran Pariwisata Berkelanjutan di Era Digital

Pemasaran pariwisata berkelanjutan mengalami transformasi signifikan dengan hadirnya teknologi digital yang memungkinkan penyampaian informasi secara lebih luas, cepat, dan tersegmentasi. Strategi pemasaran tidak lagi berfokus pada promosi massal, tetapi lebih diarahkan pada pendekatan yang personal dan berbasis data. Platform digital seperti media sosial,

website, dan aplikasi perjalanan memungkinkan destinasi untuk menjangkau wisatawan secara global dengan biaya yang relatif efisien. Dalam konteks keberlanjutan, pemasaran tidak hanya bertujuan untuk menarik wisatawan, tetapi juga untuk mengedukasi mereka mengenai pentingnya menjaga lingkungan dan menghormati budaya lokal. Narasi yang dibangun dalam pemasaran harus mencerminkan nilai-nilai keberlanjutan, sehingga wisatawan yang datang memiliki kesadaran untuk berperilaku secara bertanggung jawab selama berkunjung (Kotler et al., 2021).

Asumsi bahwa pemasaran digital selalu memberikan dampak positif perlu dipertimbangkan secara kritis, karena promosi yang tidak terkontrol dapat menyebabkan overtourism pada destinasi tertentu. Perspektif alternatif menekankan pentingnya strategi pemasaran yang selektif dan terarah, dengan mempertimbangkan kapasitas destinasi serta segmentasi pasar yang sesuai. Pendekatan ini memungkinkan pengelolaan arus wisatawan yang lebih seimbang, sehingga tidak menimbulkan tekanan berlebihan terhadap lingkungan dan masyarakat lokal. Selain itu, pemasaran yang efektif juga harus didukung oleh kualitas produk wisata yang ditawarkan, sehingga pengalaman yang diperoleh wisatawan sesuai dengan ekspektasi yang dibangun melalui promosi.

Gambar 15. Strategi Pemasaran Digital Pariwisata





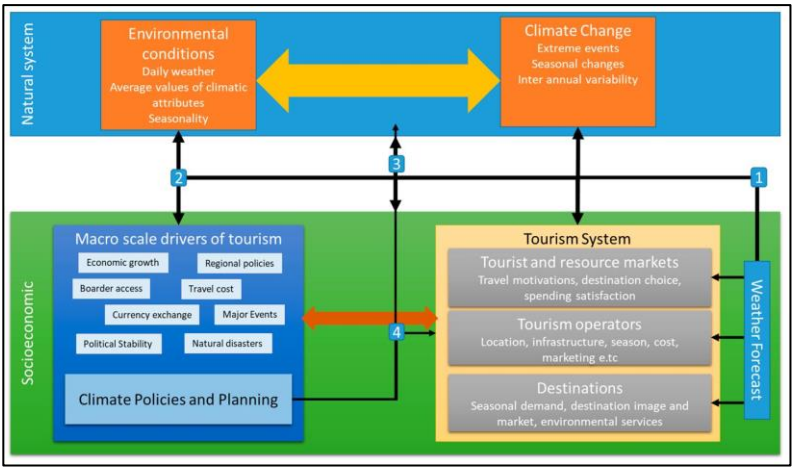
2.8 Adaptasi terhadap Tantangan Global dalam Pariwisata Berkelanjutan

Adaptasi terhadap tantangan global menjadi bagian penting dalam strategi manajemen pariwisata berkelanjutan, terutama dalam menghadapi dinamika yang tidak dapat diprediksi seperti perubahan iklim, krisis kesehatan global, dan perubahan perilaku wisatawan. Kondisi ini menuntut adanya fleksibilitas dalam pengelolaan destinasi, sehingga strategi yang diterapkan dapat disesuaikan dengan situasi yang berkembang. Pendekatan adaptif memungkinkan destinasi untuk tetap bertahan dan berkembang meskipun menghadapi berbagai tekanan eksternal. Teknologi digital berperan penting dalam mendukung proses adaptasi ini, terutama dalam menyediakan informasi secara real-time yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan yang lebih cepat dan tepat (Gretzel et al., 2020).

Asumsi bahwa semua destinasi memiliki kemampuan yang sama dalam beradaptasi terhadap perubahan global perlu dikaji ulang, karena terdapat perbedaan signifikan dalam hal sumber daya dan kapasitas manajerial. Perspektif alternatif menunjukkan bahwa kolaborasi antar destinasi dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kapasitas adaptasi, melalui pertukaran pengetahuan dan pengalaman. Pendekatan ini memungkinkan terciptanya jaringan yang saling mendukung, sehingga setiap destinasi dapat belajar dari praktik terbaik yang telah diterapkan di tempat lain. Adaptasi yang efektif juga memerlukan kesiapan dalam

mengelola risiko, sehingga dampak negatif yang mungkin muncul dapat diminimalkan.

Gambar 16. Adaptasi Pariwisata terhadap Tantangan Global





2.9 Integrasi Teknologi dan Keberlanjutan dalam Pengalaman Wisata

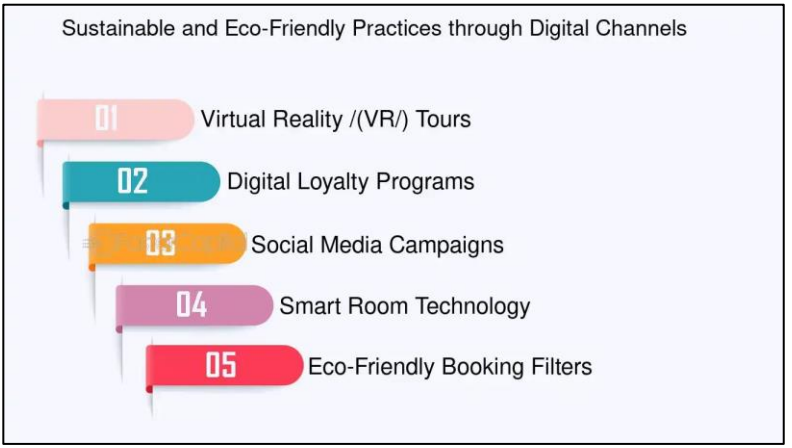
Integrasi teknologi dan keberlanjutan dalam pengalaman wisata menjadi tren yang semakin berkembang dalam industri pariwisata modern. Teknologi tidak hanya digunakan untuk meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga untuk menciptakan pengalaman wisata yang lebih bermakna dan bertanggung jawab. Penggunaan aplikasi digital, augmented reality, dan sistem informasi interaktif memungkinkan wisatawan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai destinasi, termasuk nilai-nilai budaya dan lingkungan yang perlu dijaga. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kualitas pengalaman wisata, tetapi juga mendorong wisatawan untuk lebih menghargai destinasi yang mereka kunjungi. Penelitian menunjukkan bahwa pengalaman wisata yang berbasis teknologi dan keberlanjutan memiliki potensi untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas wisatawan (UNWTO, 2022).

Asumsi bahwa teknologi selalu meningkatkan kualitas pengalaman wisata perlu dikaji secara kritis, karena penggunaan teknologi yang berlebihan justru dapat mengurangi interaksi langsung dengan lingkungan dan budaya lokal. Perspektif alternatif menekankan pentingnya keseimbangan antara penggunaan teknologi dan pengalaman autentik, sehingga wisatawan tetap dapat merasakan keunikan destinasi secara langsung. Integrasi yang tepat antara teknologi dan keberlanjutan

memungkinkan terciptanya pengalaman wisata yang tidak hanya menarik, tetapi juga memberikan nilai edukatif bagi wisatawan.

Gambar 17. Integrasi Teknologi dalam Pengalaman Wisata





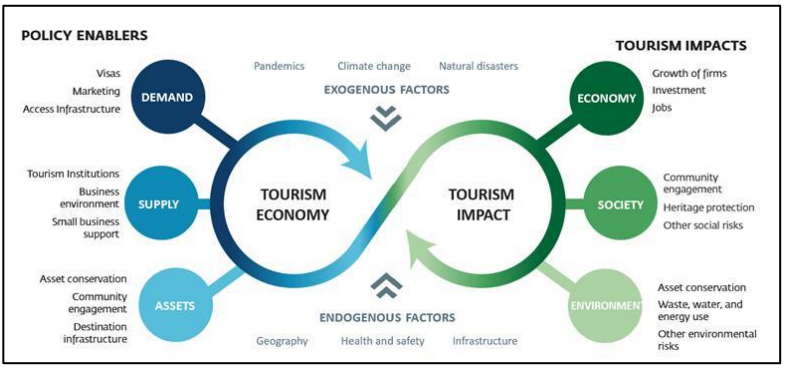
2.10 Penguatan Kebijakan dan Regulasi dalam Pariwisata Berkelanjutan

Penguatan kebijakan dan regulasi merupakan elemen strategis yang menentukan arah dan konsistensi pengelolaan pariwisata berkelanjutan dalam jangka panjang. Kebijakan yang dirumuskan secara komprehensif berfungsi sebagai kerangka normatif yang mengatur hubungan antara berbagai pemangku kepentingan, sekaligus memastikan bahwa setiap aktivitas pariwisata berjalan sesuai dengan prinsip keberlanjutan. Regulasi tidak hanya berperan sebagai alat kontrol, tetapi juga sebagai instrumen yang mendorong inovasi dan praktik terbaik dalam industri pariwisata. Dalam konteks era digital, kebijakan perlu mengakomodasi perkembangan teknologi yang cepat, termasuk pengaturan terkait penggunaan data, perlindungan privasi wisatawan, serta pemanfaatan platform digital dalam promosi dan pengelolaan destinasi. Kebijakan yang adaptif memungkinkan terciptanya lingkungan yang kondusif bagi pengembangan pariwisata yang bertanggung jawab dan berdaya saing tinggi di tingkat global (Hall, 2020).

Asumsi bahwa keberadaan regulasi secara otomatis menjamin keberhasilan implementasi perlu dikaji secara kritis, karena efektivitas kebijakan sangat bergantung pada mekanisme pengawasan dan tingkat kepatuhan dari para pelaku industri. Perspektif alternatif menunjukkan bahwa pendekatan berbasis insentif dapat menjadi pelengkap regulasi yang bersifat wajib,

sehingga pelaku usaha memiliki motivasi untuk mengadopsi praktik keberlanjutan secara sukarela. Pendekatan ini mendorong terciptanya keseimbangan antara kontrol dan fleksibilitas, sehingga kebijakan yang diterapkan tidak bersifat kaku dan dapat menyesuaikan dengan dinamika industri. Selain itu, proses perumusan kebijakan yang melibatkan berbagai pihak akan menghasilkan regulasi yang lebih inklusif dan sesuai dengan kebutuhan di lapangan.

Gambar 18. Kerangka Kebijakan Pariwisata Berkelanjutan



2.11 Pengemangan Produk Wisata Berbasis Keberlanjutan

Pengembangan produk wisata berbasis keberlanjutan merupakan strategi penting dalam menciptakan daya tarik destinasi yang tidak hanya kompetitif, tetapi juga bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat. Produk wisata yang dikembangkan harus mencerminkan nilai-nilai keberlanjutan,

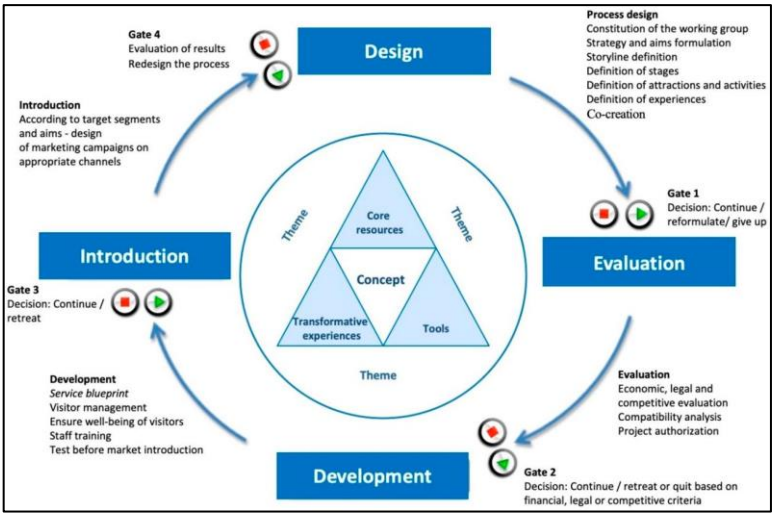
seperti pelestarian budaya lokal, penggunaan sumber daya secara efisien, serta pemberdayaan masyarakat. Pendekatan ini menekankan pentingnya inovasi dalam menciptakan pengalaman wisata yang autentik dan bermakna, sehingga wisatawan tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga berperan sebagai pihak yang turut menjaga keberlanjutan destinasi. Dalam era digital, pengembangan produk wisata juga didukung oleh teknologi yang memungkinkan personalisasi pengalaman, sehingga setiap wisatawan dapat memperoleh layanan yang sesuai dengan preferensi mereka (Kotler et al., 2021).

Asumsi bahwa semua produk wisata dapat dengan mudah diadaptasi menjadi berbasis keberlanjutan perlu ditinjau ulang, karena setiap destinasi memiliki karakteristik yang berbeda. Perspektif alternatif menekankan pentingnya identifikasi potensi lokal sebagai dasar dalam pengembangan produk, sehingga produk yang dihasilkan memiliki keunikan dan nilai tambah yang tidak dapat ditiru oleh destinasi lain. Pendekatan ini juga memperkuat identitas destinasi, sehingga mampu menarik segmen wisatawan yang lebih spesifik dan berkualitas. Pengembangan produk yang berkelanjutan tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap lingkungan dan masyarakat.

Gambar 19. Produk Wisata Berkelanjutan



Gambar 20. Tahapan Wisata Berkelanjutan



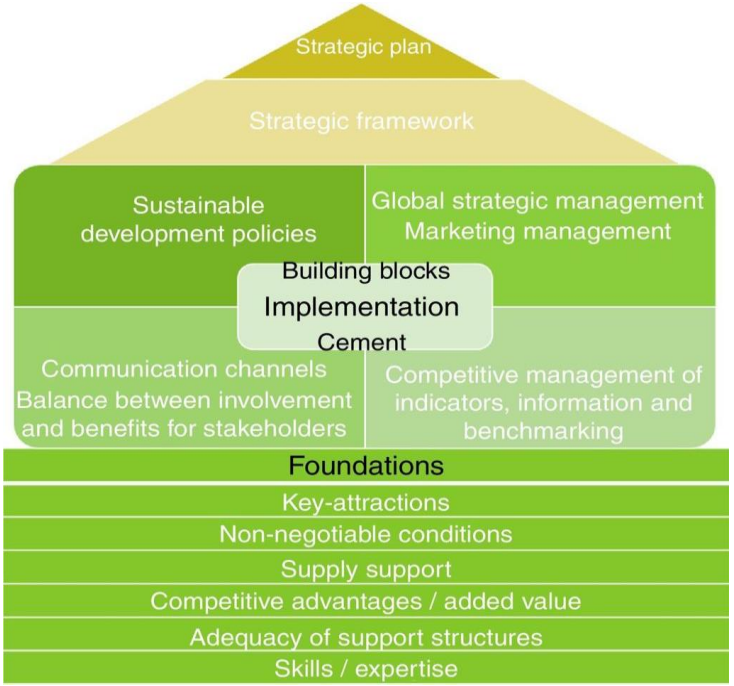
2.12 Penguatan Daya Saing Destinasi Pariwisata

Penguatan daya saing destinasi pariwisata menjadi tujuan utama dalam penerapan strategi manajemen pariwisata berkelanjutan. Daya saing tidak hanya diukur dari jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga dari kualitas pengalaman yang ditawarkan, keberlanjutan lingkungan, serta kesejahteraan masyarakat lokal. Destinasi yang mampu mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam pengelolaannya cenderung memiliki keunggulan kompetitif yang lebih kuat, karena mampu memenuhi tuntutan wisatawan yang semakin peduli terhadap isu lingkungan dan sosial. Dalam era digital, daya saing destinasi juga dipengaruhi oleh kemampuan dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan visibilitas, aksesibilitas, serta kualitas layanan. Platform digital memungkinkan destinasi untuk mempromosikan keunggulannya secara global, sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas (UNWTO, 2022).

Asumsi bahwa daya saing hanya ditentukan oleh faktor internal destinasi perlu dikaji secara kritis, karena faktor eksternal seperti kondisi ekonomi global, kebijakan pemerintah, dan tren wisatawan juga memiliki pengaruh yang signifikan. Perspektif alternatif menunjukkan bahwa kolaborasi antar destinasi dapat menjadi strategi untuk meningkatkan daya saing secara kolektif, melalui pengembangan paket wisata terpadu dan promosi bersama. Pendekatan ini memungkinkan terciptanya sinergi yang memperkuat posisi destinasi dalam pasar global. Penguatan daya

saing juga memerlukan inovasi berkelanjutan, sehingga destinasi dapat terus beradaptasi dengan perubahan yang terjadi.

Gambar 21. Daya Saing Destinasi Pariwisata





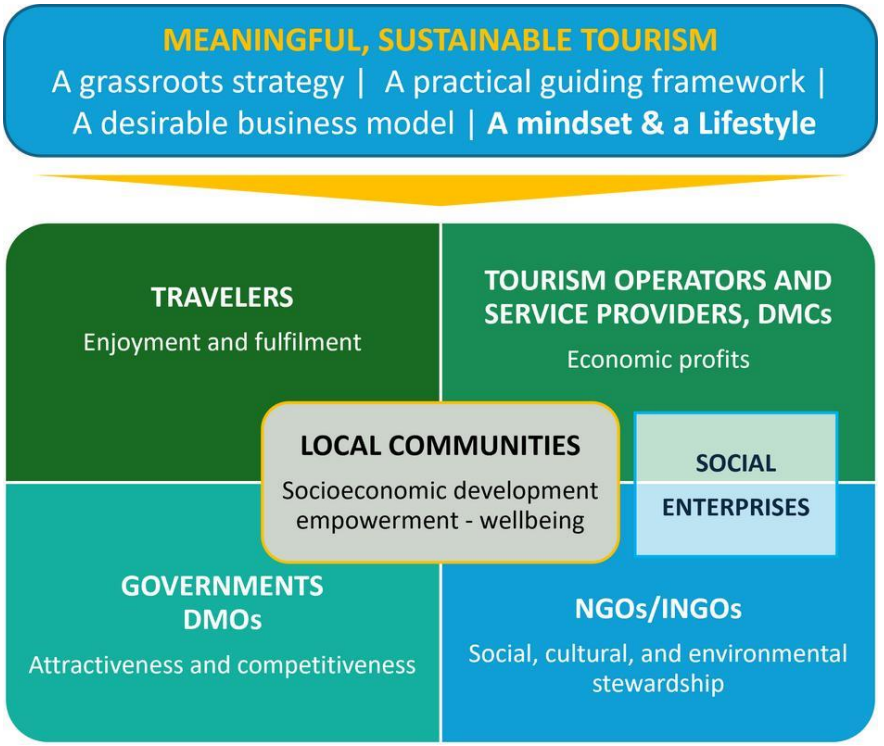
2.13 Kesimpulan Strategis Manajemen Pariwisata Berkelanjutan

Kesimpulan strategis dalam manajemen pariwisata berkelanjutan menegaskan bahwa keberhasilan pengelolaan destinasi tidak dapat dicapai melalui pendekatan yang parsial atau sektoral, melainkan memerlukan integrasi berbagai aspek secara sistematis dan berkelanjutan. Strategi yang efektif harus mampu menggabungkan perencanaan yang matang, pengelolaan yang adaptif, inovasi teknologi, serta kolaborasi antar pemangku kepentingan. Pendekatan ini memungkinkan terciptanya sistem pengelolaan yang tidak hanya efisien, tetapi juga responsif terhadap perubahan yang terjadi di lingkungan eksternal. Keberlanjutan menjadi prinsip utama yang harus diintegrasikan dalam setiap keputusan, sehingga pengembangan pariwisata tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga menjaga keberlangsungan sumber daya untuk generasi mendatang.

Asumsi bahwa strategi yang telah dirumuskan dapat langsung diimplementasikan tanpa penyesuaian perlu dipertimbangkan secara kritis, karena setiap destinasi memiliki dinamika yang berbeda. Perspektif alternatif menekankan pentingnya evaluasi dan pembelajaran berkelanjutan, sehingga strategi yang diterapkan dapat terus disempurnakan sesuai dengan kebutuhan. Pendekatan ini memungkinkan terciptanya sistem manajemen yang fleksibel dan adaptif, sehingga mampu menghadapi berbagai tantangan yang muncul. Kesimpulan ini

mengarah pada pemahaman bahwa manajemen pariwisata berkelanjutan merupakan proses yang dinamis dan memerlukan komitmen jangka panjang dari seluruh pemangku kepentingan.

Gambar 22. Model Strategi Pariwisata Berkelanjutan



DAFTAR PUSTAKA

Bramwell, B., & Lane, B. (2020). Sustainable tourism governance: From policy to practice. *Journal of Sustainable Tourism, 28*(1), 1–15.

Buhalis, D. (2020). Technology in tourism: From information to smart tourism ecosystems. *Tourism Management, 76*, 103–112.

Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2021). Smart tourism destinations: Enhancing tourism experience through digital innovation. *Journal of Tourism Futures, 7*(2), 1–15.

Dolnicar, S. (2021). Sustainable tourism marketing: The role of responsible consumer behavior. *Journal of Travel Research, 60*(2), 1–14.

Goodwin, H. (2020). *Responsible tourism: Using tourism for sustainable development* (2nd ed.). Goodfellow Publishers.

Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19 impacts. *Journal of Sustainable Tourism, 29*(1), 1–20.

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2020). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets, 30*(3), 553–564.

Hall, C. M. (2020). *Tourism planning: Policies, processes and relationships* (3rd ed.). Pearson.

Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies, 22*(3), 610–623.

Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2021). *Marketing for hospitality and tourism* (8th ed.). Pearson.

Novianto, U. (2026). *Industri pariwisata dan implementasi pada era ekonomi kreatif*. PT MAFY Media Literasi Indonesia.

OECD. (2021). *Rebuilding tourism for the future: COVID-19 policy responses and recovery*. OECD Publishing.

Peeters, P., Gössling, S., & Hall, C. M. (2021). Tourism's climate mitigation challenge: How can the industry reduce emissions? *Journal of Sustainable Tourism, 29*(1), 1–18.

Scott, D., Hall, C. M., & Gössling, S. (2022). *Tourism and climate change: Impacts, adaptation and mitigation* (2nd ed.). Routledge.

Sharpley, R. (2020). *Tourism development and the environment: Beyond sustainability?* Routledge.

Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research, 117*, 312–321.

UNEP. (2021). *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*. United Nations Environment Programme.

UNWTO. (2022). *Global report on sustainable tourism development*. World Tourism Organization.

Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2020). Big data analytics, tourism design and smart tourism. *Journal of Travel Research, 59*(1), 1–13.

Baggio, R., & Cooper, C. (2020). Knowledge transfer in a tourism destination: The effects of a network structure. *Service Industries Journal, 40*(1–2), 1–19.

Benckendorff, P., Xiang, Z., & Sheldon, P. (2020). *Tourism information technology* (3rd ed.). CABI Publishing.

Fennell, D. A. (2021). *Sustainable tourism: Principles, contexts and practices* (5th ed.). Channel View Publications.

Gretzel, U., & Koo, C. (2021). Smart tourism cities: A duality of place where technology supports tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 26*(1), 1–12.

Hjalager, A. M. (2020). Innovation patterns in sustainable tourism. *Tourism Management, 77*, 104–113.

Jamal, T., & Camargo, B. A. (2021). Tourism governance and policy: Whither justice? *Tourism Management Perspectives, 38*, 100–107.

Lee, T. H. (2021). How recreation involvement, place attachment and conservation commitment affect environmentally responsible behavior. *Journal of Sustainable Tourism, 29*(2–3), 1–20.

Mihalic, T. (2020). Conceptualising overtourism: A sustainability approach. *Annals of Tourism Research, 84*, 102–111.

Okumus, F., Koseoglu, M. A., & Ma, F. (2021). Food and gastronomy research in tourism and hospitality. *International Journal of Hospitality Management, 97*, 102–115.

Sheldon, P. J. (2020). Designing tourism experiences for sustainable futures. *Tourism Recreation Research, 45*(1), 1–13.

Xiang, Z. (2021). Smart tourism and big data analytics: Implications for tourism management. *Tourism Management Perspectives, 37*, 100–105.

Zehrer, A., & Hallmann, K. (2020). A stakeholder perspective on policy indicators of destination competitiveness. *Journal of Destination Marketing & Management, 17*, 100–112.