

Pengelolaan Sustainability Ekonomi pada Pariwisata Berkelanjutan

Amarta Retreat & Recreation

I Gede Rai Palguna ^{1*}, I Gede Mudana ², Ni Gst Nym Suci Murni ³

¹ Perencanaan Pariwisata, Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

² Perencanaan Pariwisata, Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

³ Perencanaan Pariwisata, Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

*Corresponding Author: raipalguna@gmail.com

Abstrak: Jumlah kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara ke Bali mengalami penurunan yang cukup signifikan selama masa Covid-19. Amarta Retreat & Recreation adalah salah satu destinasi wisata berbentuk resort yang terletak di Tabanan, Bali memiliki kecenderungan penurunan jumlah wisatawan dan tingkat hunian vila bambu pada tahun 2020 dan 2021. Angka kunjungan terendah mencapai 43 orang dan tingkat hunian vila bambu yaitu 45% pada Oktober 2021. Namun, pada pertengahan tahun 2022 peningkatan jumlah wisatawan mulai terlihat, hal ini mengartikan bahwa bisnis mulai berkembang kembali. Berdasarkan permasalahan ini, pengelolaan bisnis perlu dianalisis sesuai indikator pariwisata berkelanjutan terutama aspek ekonomi karena dampak Covid-19. Kriteria yang termasuk dapat mempengaruhi aspek ekonomi menjadi fokus penelitian untuk mencapai sustainability bisnis secara ekonomi pada Amarta. Tujuan dari penelitian ini yaitu 1) Untuk menganalisis pengelolaan Amarta Retreat & Recreation dalam kriteria sustainability ekonomi pariwisata berkelanjutan. 2) Untuk merancang model pengelolaan Amarta Retreat & Recreation dalam kriteria sustainability ekonomi pariwisata berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, studi dokumentasi, dan *focus group discussion* (FGD). Berdasarkan aktivitas analisis data model interaktif dengan alat analisis NVivo 12 Plus, maka hasil penelitian yang memfokuskan pada lima indikator aspek ekonomi pariwisata berkelanjutan yaitu mempertahankan kepuasan wisatawan, rute berjalan dalam resort, menyediakan berbagai pengalaman, pemasaran untuk pariwisata berkelanjutan, dan perlindungan citra destinasi telah mampu diimplementasikan dengan baik oleh pengelola Amarta.

Terdapat beberapa aspek pada indikator yang harus ditingkatkan yaitu pengembangan sistem pengelolaan komentar/*feedback* dari wisatawan, pengembangan rute perjalanan dalam resort dengan mengembangkan produk paket wisata, meningkatkan kinerja *website* sebagai alat pemasaran, mengoptimalkan strategi untuk proses *rebranding*, dan mempertimbangkan untuk perlindungan *brand* sebagai kekayaan intelektual. Penelitian ini menghasilkan produk penelitian berupa model pengelolaan khususnya pada kriteria sustainability ekonomi yang membutuhkan faktor pendukung berupa *cooperation and integration*, *management organization*, serta *expense for development* sehingga mampu mempertemukan antara layanan yang disediakan oleh pengelola bisnis dengan *tourist expectation*. Jika kepuasan wisatawan mampu dicapai, maka diharapkan akan meningkatkan *percentage of return visitors* yang secara langsung mempengaruhi *profitability* untuk mencapai sustainability secara ekonomi.

Hasil penelitian dapat berkontribusi bagi pengelola bisnis serupa untuk memperhatikan faktor-faktor yang menjadi evaluasi, untuk mampu meningkatkan sustainability secara ekonomi. Penelitian berikutnya, diharapkan mampu mengembangkan dengan penggunaan indikator yang lebih luas, sehingga mampu menganalisis lebih banyak aspek

Kata Kunci: atraksi wisata, pariwisata berkelanjutan, resort, sustainability ekonomi.

Abstract: The number of domestic and foreign tourist visit to Bali has significantly declined during the Covid-19. Amarta Retreat & Recreation is a tourist destination in the form of a resort located in Tabanan, Bali, which has a tendency to decrease the number of tourists visiting and the occupancy rate of bamboo villas in 2020 and 2021. The lowest number of visits reached 43 people and the occupancy rate of bamboo villas was 45% in October 2021. However, in the middle of 2022, an increase in the number of tourists began to appear, which means that business is starting to grow again. Based on this issue, business management needs to be analyzed according to sustainable tourism indicators, especially economic aspects because of the impact of Covid-19. The criteria that can affect the economic aspect are the focus of research to achieve economic sustainability in Amarta's business. The objectives of this research are to analyze the management of Amarta Retreat and Recreation in economic sustainability criteria for sustainable tourism and to design the model in economic sustainability.

This research uses a qualitative approach, with interview data collection, observations, documentation studies, and focus group discussions. Based on interactive model analysis with the NVivo 12 Plus analysis tool, the results of the

research focus on five indicators of the economic aspects of sustainable tourism that have been able to well implemented by the manager of Amarta.

Several aspects of the indicators must be improved, namely the development of a feedback management system for tourists, the development of resort routes by developing tour packages, improving website performance as a marketing tool, optimizing strategies for the rebranding process, and considering brand protection as intellectual property. This research produces a model, especially on the criteria of economic sustainability that requires supporting factors are cooperation and integration, management organization, also expense for development to be able to reconcile the services provided by business with tourist expectations. If tourist satisfaction can be achieved, it is expected to increase the percentage of return visitors which will directly affect profitability to achieve economic sustainability.

The results of the research can contribute to similar businesses paying attention to the factors being evaluated. The next research is expected to be able to develop with wider use of indicators, to be able to analyze more aspects.

Keywords: economic sustainability, resorts, sustainable tourism, tourist attractions.

Informasi Artikel: Pengajuan Repository pada September 2022/ Submission to Repository on September 2022

Pendahuluan

Isu mengenai keberlanjutan dalam segala aspek menjadi permasalahan banyak perusahaan bisnis yang tersebar di berbagai negara yang memiliki tingkat produktivitas berbagai sektor industri yang tinggi, termasuk industri pariwisata. Perkembangan bisnis pariwisata yang pesat telah menjadi fenomena sosial dan ekonomi yang dinamis dan berdampak bagi masyarakat (Johari et al., 2021). Sebelum situasi pandemi Covid-19 membawa pengaruh negatif bagi sektor pariwisata, pelaksanaan bisnis pada sektor pariwisata itu sendiri pada prinsipnya juga dapat membawa pengaruh negatif bagi beberapa aspek kehidupan manusia. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Zhao & Li (2018) mengenai dampak negatif pariwisata di Cina, utamanya pengembangan objek wisata mempengaruhi lanskap geologi dan tanah lokasi objek wisata dikembangkan. Ketika wisatawan berpergian ke tempat-tempat wisata, hal tersebut mempengaruhi udara, hewan, dan tumbuhan. Jumlah wisatawan di objek wisata yang melebihi kapasitas, objek wisata buatan, urbanisasi, dan komersialisasi pada kawasan pemandangan alam menjadi beberapa permasalahan yang cukup serius. Tidak hanya terjadi di berbagai belahan negara lain tetapi terjadi juga di Bali. Persepsi masyarakat lokal tentang perkembangan akomodasi di Seminyak telah membawa dampak negatif yang signifikan bagi kawasan Seminyak pada aspek lingkungan, salah satunya isu tentang alih fungsi dan kepemilikan lahan. Isu alih fungsi lahan dapat mempengaruhi mata pencaharian masyarakat lokal, perubahan fisik (struktur dan porsi), pencemaran pada daerah persawahan dan sungai, serta mempengaruhi ketersediaan air bersih (Arcana, 2016).

Berbagai ide dan gagasan dikemukakan sebagai solusi untuk penanggulangan pariwisata yang masif, salah satunya tentang konsep pariwisata berkelanjutan. Definisi tentang keberlanjutan mampu mengarahkan pada gagasan peningkatan kesejahteraan atau kualitas hidup. Konsep keberlanjutan akan menjelaskan tentang pentingnya berbagai modal dalam bisnis pariwisata, tidak hanya modal finansial tetapi modal sumber daya alam adalah hal yang juga sangat penting (Moscardo & Murphy, 2014). Berdasarkan *World Commission on Environmental and Development*, yang dikutip dalam Benevene & Buonomo (2020), konsep berkelanjutan secara sederhana dapat diartikan sebagai sebuah pembangunan untuk memenuhi kebutuhan saat ini, tanpa merusak sumber daya yang mampu mempengaruhi kemampuan memenuhi kebutuhan dimasa mendatang. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) dalam Durovic & Lovrentjev (2014) mendefinisikan pariwisata berkelanjutan sebagai pariwisata yang sepenuhnya memperhitungkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan saat ini dan dimasa depan. Dalam penerapan konsep pariwisata berkelanjutan terdapat berbagai indikator yang dapat dijadikan alat ukur apakah sebuah bisnis pariwisata telah dikatakan memenuhi konsep berkelanjutan atau tidak. Salah satunya yaitu indikator yang diatur secara internasional oleh UNWTO (Guidebook, 2004), diadopsi oleh Sulistyadi, et al (2019) dan disesuaikan dengan situasi pariwisata di Indonesia dalam buku dengan judul “Indikator Perencanaan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan” tahun 2019. Secara lebih dalam, buku tersebut juga memaparkan berbagai indikator yang dapat dijadikan pedoman dalam merancang pengembangan pariwisata berkelanjutan baik ditinjau dari aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Penelitian terapan ini, yang berfokus pada pengelolaan sustainabilitas aspek ekonomi menggunakan indikator yang tertuang dalam buku tersebut sebagai pedoman.

Amarta Retreat & Recreation yang selanjutnya disebut Amarta adalah salah satu destinasi wisata di Bali yang memiliki konsep resort. Fenomena yang terjadi dalam proses bisnis pariwisata di Amarta bahwa jumlah

kedatangan wisatawan cenderung menurun dari tahun 2020 hingga 2021. Selain akibat dari situasi pandemi dan aturan pemerintah tentang pembatasan aktivitas masyarakat, menurut hasil wawancara dengan pemilik dan salah satu konsultan yang ikut mengembangkan destinasi Amarta Retreat & Recreation ini, bahwa faktor lain yang menyebabkan tingkat kunjungan wisatawan menurun, seperti belum adanya strategi *marketing* yang kuat dan terarah. Hal tersebut bertentangan dengan hasil penelitian dari Natasha (2021) tentang strategi *marketing* pada Hotel Bali Paragon untuk meningkatkan pendapatan dimasa pandemi Covid-19. Penelitian Natasha menemukan bahwa strategi *marketing* adalah hal penting yang harus mampu dimodifikasi oleh pemilik bisnis pariwisata. Berbagai strategi *marketing* dapat diterapkan untuk meningkatkan pendapatan hotel, salah satunya yang ditemukan pada Hotel Bali Paragon adalah paket *staycation*. Selain pada aspek pengelolaan strategi *marketing*, bahwa terdapat aktivitas *rebranding* yang dilakukan oleh pemilik Amarta yang belum maksimal dan direncanakan secara baik. Proses *rebranding* merupakan sebuah tindakan riskan yang diputuskan oleh pemilik bisnis. Jika proses *rebranding* dilakukan dengan tidak optimal, maka dapat berisiko bagi kelangsungan bisnis. Konsumen yang telah percaya dan mengetahui produk lama, maka akan tidak mudah percaya dengan *brand* baru, jika proses *rebranding* tidak optimal. hal tersebut didukung oleh hasil penelitian dari Santoso, et al (2021) tentang pentingnya *branding* dalam menunjang kegiatan pemasaran pada usaha Mina Giri. Hasil penelitian Santoso, et al (2021) menunjukkan bahwa dibutuhkan peranan bagian pemasaran untuk menstimulus proses pemasaran, sehingga dapat meningkatkan *brand awareness* terhadap produk yang dimiliki oleh perusahaan. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model pariwisata berkelanjutan terutamanya pada aspek ekonomi untuk mencapai konsep pariwisata berkelanjutan. Model sustainability ekonomi pariwisata berkelanjutan merupakan hasil dari berbagai fenomena yang didapatkan dilapangan yang diabstraksi dengan berbagai teori, sehingga diharapkan dapat memberikan konsep terbaru tentang pengelolaan sustainability ekonomi pariwisata berkelanjutan pada Amarta.

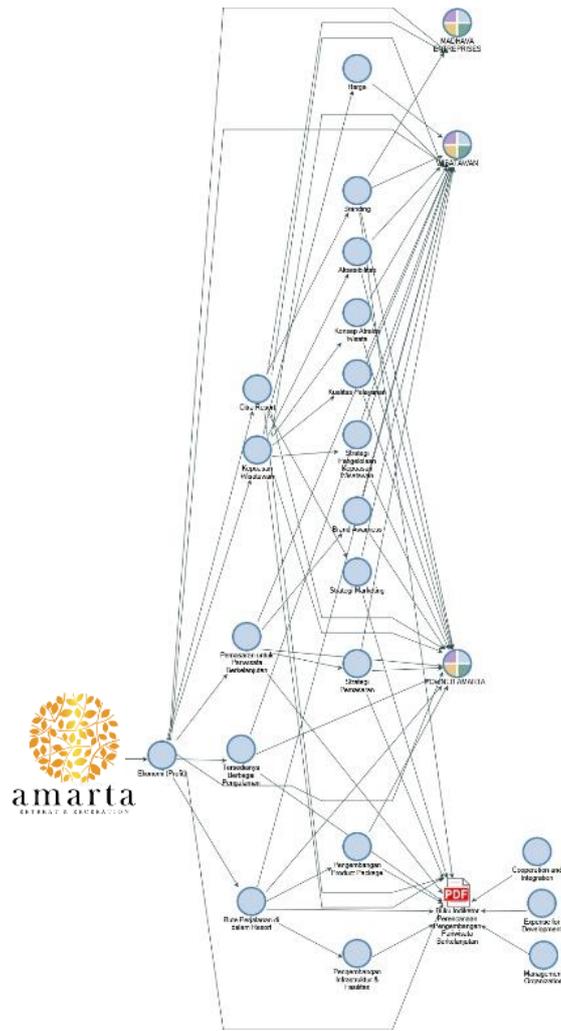
Metode

Penelitian ini dilakukan di Amarta Retreat & Recreation yang terletak Desa Munduk Juwet, Pesagi, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali. Amarta Retreat & Recreation dapat diakses dengan waktu tempuh kurang lebih 1 jam 45 menit dari Denpasar sebagai ibu kota Provinsi Bali. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan mulai tanggal 17 September 2021 sampai 6 Februari 2022, namun secara berkelanjutan jika terdapat informasi penting yang dapat menunjang hasil penelitian dan sesuai dengan topik penelitian ini, maka tetap dilakukan perubahan atau penambahan informasi penting, sehingga akan menghasilkan penelitian dengan informasi terbaru dan aktual. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, studi dokumentasi, dan *focus group discussion* (FGD). Analisis deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini sebagai teknik analisis data, menggunakan model interaktif. Teknik analisis deskriptif kualitatif dibantu dengan alat analisis data NVivo 12 Plus menggunakan konten analisis.

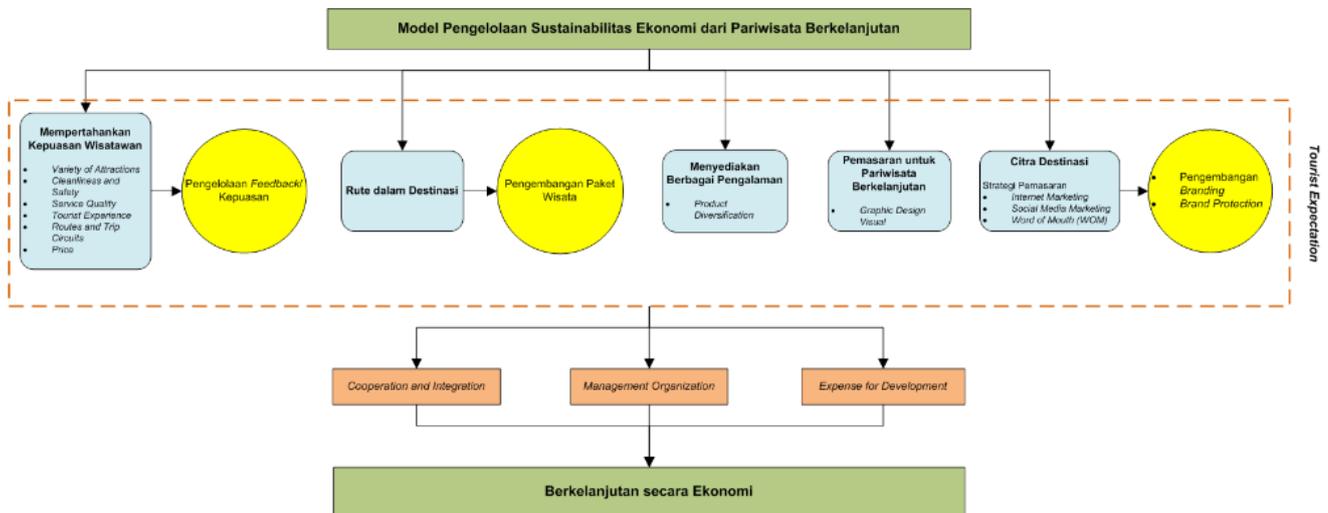
Hasil dan Pembahasan

Pada Gambar 1, yakni sebagai *output* penelitian terapan ini tentang model pengelolaan untuk meningkatkan aspek sustainability ekonomi sesuai indikator pariwisata berkelanjutan dengan mengacu pada model sebelumnya dan ditambah dengan entitas dokumen *Guide Book Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations* oleh UNWTO.

Pada Gambar 2, model penelitian yang telah dihasilkan dari visualisasi data pada alat analisis data menggunakan NVivo 12 Plus kemudian didiskusikan kembali dalam teknik pengumpulan data FGD untuk menghasilkan *output* penelitian yang tepat diterapkan pada destinasi wisata. Proses FGD dilakukan secara *online* bersama pihak-pihak terkait pada tanggal 19 April 2022 melalui *Google Meet*. Maka dari hasil FGD, untuk memudahkan visualisasi berikut disajikan model pengelolaan untuk meningkatkan aspek sustainability ekonomi yang dapat diterapkan oleh bisnis pariwisata terutama bagi pengelola bisnis pariwisata dengan konsep *resort*, sebagai bentuk *output* hasil penelitian terapan ini.



Gambar 1. Output NVivo 12 Plus untuk Model Pengelolaan Sustainabilitas Ekonomi pada Pariwisata Berkelanjutan Amarta Retreat & Recreation



Gambar 2. Model Pengelolaan Sustainabilitas Ekonomi pada Pariwisata Berkelanjutan Hasil Focus Group Discussion

Kepuasan wisatawan adalah faktor utama yang akan menentukan apakah wisatawan tersebut akan kembali lagi atau tidak. Jika wisatawan merasa puas, maka akan meningkatkan peluang wisatawan akan kembali, begitu pula sebaliknya. Terdapat beberapa aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan, yaitu *variety of attractions*, *cleanliness and safety*, *service quality*, *tourist experiences*, *routes and trip circuits*, dan *price* (Guidebook, 2004). Beberapa aspek tersebut juga merupakan indikator utama yang sekaligus mendukung sebagai indikator pariwisata berkelanjutan pada aspek ekonomi, yakni *variety of attractions* yang selaras dengan indikator ketiga yakni menyediakan berbagai pengalaman, dengan berbagai pengalaman, maka akan mempengaruhi *tourist experience*. Aspek lainnya yang berhubungan dengan indikator inti lainnya, yaitu *routes and trip circuits* yang selaras dengan indikator kedua yakni rute dalam destinasi.

Indikator pariwisata berkelanjutan kedua yang dapat mempengaruhi sustainabilitas ekonomi yaitu rute dalam destinasi. Perencanaan rute untuk setiap atraksi wisata dalam sebuah destinasi perlu dilakukan untuk memberikan pengalaman lebih kepada wisatawan. Rute dalam destinasi dapat diterjemahkan sebagai paket wisata dalam sebuah destinasi. Rute akan mengintegrasikan antara satu atraksi wisata dengan atraksi wisata lainnya yang relevan dan cocok untuk dinikmati oleh wisatawan. Untuk mengoptimalkan indikator rute dalam destinasi, dapat dilakukan dengan cara pengembangan paket wisata. Memanfaatkan paket wisata yang cukup beragam dan menarik dapat menambah minat wisatawan (Sari et al., 2016)

Indikator ketiga yaitu menyediakan berbagai pengalaman atau *variety of attractions*. Pengelola bisnis wisata diharapkan dapat menyediakan berbagai pengalaman untuk meningkatkan sustainabilitas ekonomi. *Variety of attractions* dapat diwujudkan melalui *product diversification*. Semakin bervariasi sebuah produk, maka akan memberikan banyak pilihan kepada wisatawan, sehingga akan meningkatkan peluang terbelinya sebuah produk wisata. Tidak hanya ditinjau dari segi produk, strategi diversifikasi juga dapat dilakukan melalui diversifikasi pelayanan, sehingga sangat penting bagi pengelola bisnis pariwisata untuk menetapkan diversifikasi pada bagian mana yang ingin dilakukan untuk mencapai efektivitas (Vumbunu et al., 2021).

Indikator berikutnya adalah pemasaran untuk pariwisata berkelanjutan. Secara lebih luas yang dijabarkan dalam Guidebook, (2004) pemasaran untuk pariwisata berkelanjutan tidak hanya bagaimana pengelola bisnis pariwisata mampu menerapkan strategi-strategi untuk mengkomunikasikan kepada khalayak luas, bahwa destinasi wisata mereka telah mengadopsi konsep pariwisata berkelanjutan. Lebih dalam dari hal tersebut indikator ini juga menekankan tentang produk dan pengalaman yang menekankan pada keberlanjutan, penetrasi pasar, mengukur respon wisatawan, dan pengukuran efektivitas strategi pemasaran. Jika pengelola bisnis pariwisata telah memiliki perencanaan terhadap hal-hal tersebut, maka salah satu hal terpenting dalam strategi pemasaran untuk pariwisata berkelanjutan yaitu desain grafis sebagai alat komunikasi visual, sehingga mampu mengkomunikasikan pesan secara optimal pada khalayak luas.

Indikator kelima yang dapat mempengaruhi aspek sustainabilitas ekonomi adalah citra destinasi. Pada konsep awal bahwa sustainabilitas ekonomi ditentukan oleh kepuasan wisatawan, berdasarkan hasil penelitian Sitepu & Rismawati (2021) ditemukan bahwa *destination image* (citra destinasi) secara signifikan dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan. Dalam penjelasan yang lebih luas bahwa citra destinasi dapat ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu *branding*, visi, dan strategi pemasaran. Usaha-usaha pemasaran terhadap destinasi wisata akan berbarengan dengan pembentukan citra destinasi tersebut, sehingga pengelola bisnis wisata harus mampu mengkonsepkan strategi pemasaran (*internet marketing*, *social media marketing*, atau *words of mouth*) yang tepat untuk mampu membangun citra destinasi yang baik (Guidebook, 2004).

Jika seluruh indikator pariwisata berkelanjutan mampu dilaksanakan dengan baik, maka diharapkan mampu mencapai kepuasan wisatawan secara keseluruhan. Pengukuran yang sesuai dari dampak kepuasan wisatawan yaitu persentase pengunjung kembali (*percentage of return visitors*) ke sebuah destinasi wisata (Guidebook, 2004). Semakin banyak wisatawan yang berkunjung berulang, maka kemungkinan besar artinya pengunjung tersebut puas akan destinasi wisata yang telah dikunjungi. Hal ini akan mempengaruhi pendapatan destinasi wisata dan meningkatkan keuntungan (*profitability*) bagi pengelola bisnis pariwisata.

Simpulan

Pada indikator pengelolaan kepuasan wisatawan terdapat aspek yang harus ditingkatkan yaitu mekanisme pengelolaan komentar/*feedback* wisatawan, aspek aksesibilitas memerlukan peran pemerintah dalam pembenahan akses jalan, sedangkan aspek kualitas pelayanan mendapatkan respon positif dari wisatawan. Pada indikator sirkuit dan rute perjalanan perlu dilakukan pengembangan dan penyesuaian be-

berapa atraksi wisata sehingga dapat membentuk sebuah paket wisata dalam resor. Pada indikator penyediaan berbagai pengalaman, pengelolaan Amarta sudah sangat menarik dengan berbagai variasi atraksi wisata yang dimiliki dengan konsep yang konsisten aktivitas berbaur dengan alam.

Pada indikator pemasaran untuk pariwisata berkelanjutan telah diimplementasikan dengan baik oleh pengelola Amarta, salah satunya dengan digunakannya peralatan penunjang yang ramah lingkungan, sehingga menampilkan bahwa Amarta memang fokus terhadap keberlanjutan. Konten yang ditampilkan pada *social media* sebagai alat pemasaran juga telah dikonsepsikan untuk memberikan kesan visual yang sesuai pada khalayak luas. Tetapi pada aspek efektivitas strategi pemasaran dengan *website*, perlu untuk meningkatkan kinerja *website* agar proses pemasaran semakin optimal. Indikator terakhir bagi pengelolaan Amarta dalam kriteria sustainabilitas ekonomi pariwisata berkelanjutan yaitu perlindungan citra destinasi. Menciptakan citra destinasi yang baik dilakukan sejalan dengan aktivitas pemasaran. Strategi pemasaran yang diterapkan telah menampilkan citra yang baik tentang destinasi, terutama pada *social media marketing*. Aspek yang perlu ditingkatkan yakni *brand protection* bagi keberlangsungan jangka panjang ketika bisnis pariwisata ini telah semakin besar.

Pengembangan bisnis pariwisata untuk mencapai sustainabilitas secara ekonomi membutuhkan kerjasama dan integrasi berbagai pihak. Peran pihak internal dalam organisasi dibutuhkan manajemen dan pengelolaan yang baik. Salah satunya dengan mengimplementasikan fungsi-fungsi manajemen POAC. Evaluasi dan pengembangan berbagai aspek manajemen organisasi sangat diperlukan untuk memastikan setiap fungsi manajemen dilakukan dengan efisien dan efektif. Selain pihak internal perusahaan, peran pihak eksternal seperti pemerintah dan media juga dibutuhkan untuk pengembangan bisnis pariwisata. Pada setiap usaha pengembangan bisnis pariwisata, tentu dibutuhkan biaya untuk memaksimalkan usaha pengembangan yang diinginkan, peran pengelola dalam perencanaan keuangan sangat diperlukan pada fase ini. Saat ekspektasi wisatawan dapat terpenuhi, maka wisatawan dapat menjadi puas dan meningkatkan peluang kembalinya wisatawan. Kondisi ini diharapkan meningkatkan profitabilitas dan menjamin sustainabilitas secara ekonomi

Ucapan Terima Kasih

Dalam penulisan penelitian ini banyak pihak yang telah berkontribusi, diantaranya I Made Purbayoga selaku pemilik Amarta Retreat & Recreation yang telah banyak memfasilitasi data dan waktu untuk pengembangan penelitian ini. Tidak lupa kepada Dr. I Gede Mudana, M.Si dan Dr. Dra. Ni Gst Nym Suci Murni, M.Par sebagai pembimbing yang telah memberikan saran dan masukan terkait penyelesaian penelitian. Pihak-pihak lainnya yang telah mendukung secara moral orang tua, seluruh dosen, dan teman-teman penulis sangat berdampak dalam penyelesaian penelitian ini.

Referensi

- Arcana, K. T. P. (2016). Persepsi Masyarakat Lokal Terhadap Perkembangan Akomodasi Pariwisata Studi Kasus: Desa Adat Seminyak, Kecamatan Kuta Kabupaten Badung, Bali. *Analisis Pariwisata*, 16(1), 52–60.
- Benevene, P., & Buonomo, I. (2020). Green Human Resource Management: An Evidence-Based Systematic Literature Review. *Sustainability*, 12(15), 5974.
- Durovic, M., & Lovrentjev, S. (2014). Indicators of sustainability in cultural tourism. *The Macrotheme Rev (A Multidisciplinary Journal of Global Macro Trends)*, 3(7), 180–189.
- Guidebook, A. (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations*.
- Johari, M., Azizurrohman, M., & Al-Qusyairi, Y. S. (2021). Supporting and inhibiting factors of community based tourism management: A case study of Setanggor Village. *Journal of Applied Sciences in Travel and Hospitality*, 4(2), 60–66.
- Moscardo, G., & Murphy, L. (2014). There is no such thing as sustainable tourism: Re-conceptualizing tourism as a tool for sustainability. *Sustainability*, 6(5), 2538–2561.
- Natashia, M. A. (2021). *Strategi Bali Paragon Resort Hotel Untuk Meningkatkan Pendapatan Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pemasaran Staycation*. Universitas Pendidikan Ganesha.
- Santoso, S., Wahyuni, N. M. S. I., & Enisari, N. K. A. (2021). Analisis Keberadaan Branding Dalam Menunjang Digital Marketing Pada Usaha Mina Giri. *Management and Sustainable Development Journal*, 3(2), 70–80.
- Sari, A. P., Negara, I. M. K., & Suardana, I. W. (2016). Strategi Pemasaran Paket Wisata Melalui Media Online Di

Truly Asia Tour and Travel. *Jurnal IPTA* ISSN, 2338, 8633.

Sitepu, E. S., & Rismawati, R. (2021). The Influence of Service Quality, Destination Image, and Memorable Experience on Revisit Intention with Intervening Variables of Tourist Satisfaction. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 5(1), 77–87.

Vumbunu, T., Viviers, P.-A., & Du Plessis, E. (2021). A demand-based analysis of ecotourism product diversification in Botswana. *African Journal of Wildlife Research*, 51(1), 19–40.

Yohanes Sulistyadi, Y., Fauziah Eddyono, F., & Derinta Entas, D. (2019). *Buku Indikator Perencanaan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan*.

Zhao, J., & Li, S.-M. (2018). The impact of tourism development on the environment in China. *Acta Sci. Malays*, 2, 1–4.