

## STRATEGI MANAJEMEN PARIWISATA BERKELANJUTAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DESTINASI WISATA DI ERA DIGITAL: SUATU KAJIAN PUSTAKA

Riani Winarni<sup>1</sup>, Umban Adi Jaya<sup>2</sup>, Galih Raspati<sup>3</sup>,  
Tri Sanatha Wahyu Akbar<sup>4</sup>, Nisa Septiani<sup>5</sup>, Eka Septianus Nakiza<sup>6</sup>  
<sup>1,2,3,4,6</sup>Universitas Sains Indonesia, Bekasi Jawa Barat  
<sup>5</sup>STIE Gema Widya Bangsa, Bandung Jawa Barat

Email Korespondensi: [riani.winarni@lecturer.sains.ac.id](mailto:riani.winarni@lecturer.sains.ac.id)

### Abstrak

Perkembangan transformasi digital berperan penting dalam pengelolaan destinasi wisata berkelanjutan. Namun, sebagian besar penelitian sebelumnya masih menempatkan digitalisasi dan keberlanjutan sebagai dua konsep yang terpisah, sehingga belum menghasilkan model manajemen terintegrasi yang mampu menjelaskan peningkatan daya saing destinasi secara komprehensif. Penelitian ini bertujuan menelaah strategi manajemen pariwisata berkelanjutan berbasis transformasi digital, mengidentifikasi dimensi dan indikator utama dalam model pengelolaan terintegrasi, serta menganalisis hubungan antara digitalisasi, keberlanjutan, dan daya saing destinasi. Metode penelitian menggunakan studi kepustakaan melalui penelusuran literatur secara sistematis pada publikasi periode 2020–2025 yang bersumber dari Google Scholar, Scopus, Web of Science, dan ScienceDirect, dengan pendekatan analisis isi dan analisis tematik. Hasil kajian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital, seperti Internet of Things, artificial intelligence, big data analytics, serta augmented dan virtual reality, berfungsi sebagai faktor pendukung utama dalam penguatan praktik keberlanjutan melalui peningkatan efisiensi operasional, keterbukaan informasi, dan keterlibatan komunitas lokal. Model pengelolaan terintegrasi mencakup lima komponen kunci, yaitu infrastruktur digital, pengembangan kapasitas sumber daya manusia, kolaborasi pemangku kepentingan berbasis penta-helix, regulasi yang adaptif, serta strategi promosi digital. Keterkaitan antarvariabel menunjukkan bahwa transformasi digital berperan sebagai pengungkit strategis, keberlanjutan sebagai landasan normatif, dan daya saing sebagai luaran utama. Temuan ini menegaskan pentingnya pendekatan integratif dalam pengelolaan destinasi wisata serta memberikan implikasi konseptual dan praktis bagi pengembangan pariwisata berkelanjutan di era digital.

**Kata Kunci:** Daya Saing Destinasi, Digitalisasi Pariwisata, Keberlanjutan, Model Pengelolaan Terintegrasi, Transformasi Digital

### Abstract

*Digital transformation plays a crucial role in the management of sustainable tourism destinations. However, most previous studies have tended to treat digitalization and sustainability as separate constructs, resulting in a limited understanding of integrated management models that comprehensively explain destination competitiveness. This study aims to examine sustainable tourism management strategies within the context of digital transformation, identify key dimensions and indicators of an integrated management model, and analyze the interrelationships between digitalization, sustainability, and destination competitiveness. The study employs a library research method through a systematic review of*

literature published between 2020 and 2025, sourced from Google Scholar, Scopus, Web of Science, and ScienceDirect, using content analysis and thematic analysis techniques. The findings indicate that digital technologies such as the Internet of Things, artificial intelligence, big data analytics, and augmented and virtual reality function as key enablers in strengthening sustainability practices by improving operational efficiency, information transparency, and local community engagement. The integrated management model comprises five core components: digital infrastructure, human resource capacity development, stakeholder collaboration based on the penta-helix approach, adaptive regulation, and digital promotion strategies. The interrelationship among variables reveals that digital transformation acts as a strategic catalyst, sustainability serves as a normative foundation, and competitiveness emerges as the primary outcome. These findings highlight the importance of an integrative approach to destination management and provide conceptual and practical implications for the development of sustainable tourism in the digital era.

**Keywords:** Destination Competitiveness, Digital Transformation, Integrated Management Model, Sustainability, Tourism Digitalization

## 1. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah lanskap industri pariwisata global secara fundamental, menciptakan paradigma baru dalam pengelolaan destinasi wisata yang mengintegrasikan teknologi dengan prinsip keberlanjutan. Pariwisata sebagai sektor strategis yang berkontribusi signifikan terhadap ekonomi global menghadapi tantangan kompleks untuk menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi dengan pelestarian lingkungan dan kesejahteraan sosial. Digitalisasi pariwisata mendorong adopsi teknologi seperti *artificial intelligence*, *big data analytics*, *virtual reality*, dan *Internet of Things* yang mengoptimalkan pengalaman wisatawan sekaligus mempengaruhi struktur pasar dan tanggung jawab lingkungan. Platform digital meningkatkan personalisasi layanan dan efisiensi operasional, namun implementasinya menimbulkan kesenjangan ekonomi dan tantangan regulasi yang memerlukan kerangka tata kelola komprehensif (McKenna, Cai, & Tuunanen, 2021).

Penelitian terkini menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital dalam pariwisata

berkelanjutan berdampak signifikan terhadap daya saing destinasi. Studi empiris mengungkapkan bahwa infrastruktur digital dan kesiapan teknologi informasi memainkan peran krusial dalam meningkatkan daya saing pariwisata, sementara praktik keberlanjutan berbasis teknologi digital berkontribusi terhadap pengalaman berkesan wisatawan. Pandemi COVID-19 mempercepat adopsi teknologi di seluruh rantai nilai pariwisata, memaksa destinasi beradaptasi dengan model bisnis digital yang lebih *resilient* dan berkelanjutan. Era pasca-pandemi menuntut transformasi mendasar dalam manajemen pariwisata, di mana teknologi menjadi elemen integral dalam merancang sistem pariwisata yang berkelanjutan, inklusif, dan kompetitif (Rodrigues, Eusébio, & Breda, 2023).

Namun demikian, terdapat *gap* penelitian signifikan terkait model pengelolaan terintegrasi yang menghubungkan strategi manajemen pariwisata berkelanjutan dengan peningkatan daya saing destinasi di era digital. Penelitian terdahulu cenderung fokus pada aspek parsial tanpa mengeksplorasi integrasi elemen dalam kerangka manajemen koheren. Penelitian daya saing destinasi masih

didominasi perspektif *supply side*, sementara aspek manajemen strategis yang menghubungkan kapabilitas digital dengan praktik keberlanjutan belum dieksplorasi mendalam. Literatur belum cukup mengidentifikasi bagaimana destinasi dengan tingkat pembangunan berbeda dapat mengadaptasi model pengelolaan terintegrasi dalam konteks digitalisasi yang disruptif (Jokom, Semuel, & Wijaya, 2025).

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada pengembangan kerangka konseptual model pengelolaan terintegrasi yang menghubungkan strategi manajemen pariwisata berkelanjutan, transformasi digital, dan peningkatan daya saing destinasi. Studi ini menawarkan perspektif integratif dengan mengidentifikasi mekanisme keterkaitan antar-variabel dan mengeksplorasi sinergi keberlanjutan dengan digitalisasi untuk menciptakan keunggulan kompetitif jangka panjang. Penelitian ini berkontribusi teoretis dengan mengadaptasi model daya saing destinasi klasik ke konteks era digital, mengintegrasikan teori *Resource-Based View* dan konsep *smart destination* dalam kerangka analisis kohesif (Winarni et al., 2025). Kajian pustaka ini memberikan *state-of-the-art review* literatur periode 2020-2025, menyediakan *roadmap* untuk memahami tren, tantangan, dan peluang dalam implementasi manajemen pariwisata berkelanjutan berbasis digital (Xia, Muskat, Karl, Li, & Law, 2024).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut: Bagaimana strategi manajemen pariwisata berkelanjutan diimplementasikan dalam konteks transformasi digital untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata? Apa saja dimensi dan indikator kunci dalam model pengelolaan terintegrasi yang menghubungkan

keberlanjutan pariwisata, digitalisasi, dan daya saing destinasi?, dan Bagaimana mekanisme keterkaitan antara transformasi digital, praktik keberlanjutan, dan peningkatan daya saing destinasi wisata dalam model pengelolaan terintegrasi?. Sejalan dengan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk: Menganalisis implementasi strategi manajemen pariwisata berkelanjutan dalam konteks transformasi digital untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata berdasarkan kajian literatur terkini, Mengidentifikasi dan mengevaluasi dimensi serta indikator kunci dalam model pengelolaan terintegrasi yang menghubungkan keberlanjutan pariwisata, digitalisasi, dan daya saing destinasi, serta Mengkaji mekanisme keterkaitan antara transformasi digital, praktik keberlanjutan, dan peningkatan daya saing destinasi wisata dalam kerangka model pengelolaan terintegrasi (Wu, Xu, Zhao, Li, & Law, 2024).

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi signifikan baik secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur manajemen pariwisata berkelanjutan dengan menawarkan kerangka konseptual model pengelolaan terintegrasi yang menghubungkan tiga dimensi strategis: keberlanjutan, digitalisasi, dan daya saing destinasi. Kajian pustaka komprehensif ini memperkaya diskursus akademik dengan mensintesis perkembangan terkini dalam literatur periode 2020-2025, mengidentifikasi *research gap*, dan memberikan arah riset masa depan. Bagi praktisi, penelitian ini menyediakan *insights* strategis bagi *policymakers*, pengelola destinasi, dan pelaku industri pariwisata dalam merancang dan mengimplementasikan strategi manajemen yang mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dengan inovasi teknologi digital untuk meningkatkan daya saing destinasi. Secara

metodologis, studi ini memberikan contoh pendekatan kajian pustaka sistematis yang dapat diadaptasi untuk penelitian serupa di bidang pariwisata dan manajemen destinasi. Pada tataran kebijakan, temuan penelitian ini dapat menjadi referensi dalam perumusan kebijakan pembangunan pariwisata berkelanjutan yang responsif terhadap dinamika transformasi digital dan kebutuhan peningkatan daya saing nasional maupun regional(Maulana, Yuda, Muchsam, & Raspati, 2025).

## Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *library research* atau studi kepustakaan yang bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mensintesis literatur ilmiah terkait strategi manajemen pariwisata berkelanjutan dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata di era digital (Agarwal et al., 2024). Metode studi kepustakaan dipilih karena kemampuannya dalam mengeksplorasi fenomena kompleks melalui analisis mendalam terhadap sumber-sumber literatur eksisting, memungkinkan peneliti untuk membangun kerangka konseptual komprehensif berdasarkan teori dan temuan empiris yang telah dipublikasikan(Akbar, Sari, Winarni, Raspati, & Jaya, 2025). Sumber data penelitian ini berasal dari jurnal-jurnal ilmiah bereputasi baik nasional maupun internasional, buku referensi, dan publikasi akademik lainnya yang diterbitkan dalam rentang waktu 2020 hingga 2025, dengan fokus pada literatur yang membahas keberlanjutan pariwisata, transformasi digital, daya saing destinasi, dan model pengelolaan terintegrasi (Prayag, Spector, Orchiston, & Chowdhury, 2020).

Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran sistematis menggunakan berbagai basis data akademik seperti *Google Scholar*, *Scopus*, *Web of Science*, dan *Science Direct* dengan kata kunci utama meliputi "sustainable

*tourism management*", "digital transformation", "destination competitiveness", "integrated management model", dan kombinasinya. Kriteria inklusi yang ditetapkan mencakup artikel yang dipublikasikan dalam jurnal terindeks dan *peer-reviewed*, relevansi topik dengan fokus penelitian, serta ketersediaan akses penuh terhadap naskah publikasi(Winarni & Akbar, 2025). Analisis data menggunakan teknik *content analysis* dan analisis tematik untuk mengidentifikasi tema-tema utama, pola keterkaitan antar-variabel, serta mengekstraksi temuan-temuan kunci dari literatur yang dikaji (Madzik, Falat, Copus, & Valeri, 2023). Proses sintesis dilakukan dengan mengintegrasikan berbagai perspektif teoretis dan temuan empiris untuk membangun pemahaman holistik mengenai model pengelolaan terintegrasi pariwisata berkelanjutan di era digital. Validitas dan reliabilitas penelitian dijaga melalui triangulasi sumber, dengan membandingkan temuan dari berbagai literatur untuk memastikan konsistensi dan kredibilitas kesimpulan yang dihasilkan(Raspati et al., 2025).

## Hasil dan Pembahasan

### Implementasi Strategi Manajemen Pariwisata Berkelanjutan dalam Konteks Transformasi Digital

#### a) Integrasi Teknologi Digital dalam Praktik Keberlanjutan Pariwisata

Perkembangan transformasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pengelolaan dan promosi destinasi pariwisata melalui penyediaan berbagai teknologi yang mendukung penerapan prinsip keberlanjutan secara lebih sistematis. Pemanfaatan media sosial, aplikasi mobile, dan analitik data memungkinkan destinasi menjangkau pasar global sekaligus menyesuaikan layanan wisata tanpa harus meningkatkan tekanan terhadap

sumber daya alam (Adhawiyah et al., 2024). Di samping itu, teknologi Augmented Reality (AR) berkontribusi dalam memperkaya pengalaman wisatawan sekaligus meningkatkan pemahaman mereka terhadap pentingnya pelestarian lingkungan (Adiatma et al., 2025).

Meski demikian, kajian terdahulu memperlihatkan bahwa penggunaan teknologi digital sering kali masih berorientasi pada fungsi tertentu saja. Sebagian penelitian menitikberatkan teknologi sebagai sarana promosi dan peningkatan kualitas pengalaman wisata, sementara penelitian lain lebih memfokuskan pada efisiensi operasional melalui layanan digital, sistem reservasi, dan pengurangan penggunaan sumber daya fisik (Sugiarti et al., 2025). Sementara itu, IoT dan artificial intelligence (AI) digunakan untuk memantau kapasitas destinasi, kondisi lingkungan, serta perilaku wisatawan secara waktu nyata sehingga mendukung pengambilan keputusan yang lebih akurat (Nyoman & Sana, 2025). Variasi pendekatan ini menunjukkan bahwa keterpaduan antara teknologi dan tujuan keberlanjutan masih belum sepenuhnya terwujud.

Dalam konteks ini, digital governance memiliki peran strategis sebagai penghubung antara teknologi dan tata kelola pariwisata berkelanjutan. Melalui digital governance, integrasi data, kelembagaan, serta aspek sosial-ekonomi dapat diwujudkan dalam pengelolaan destinasi yang lebih terbuka dan bertanggung jawab (Nugraha, 2025). Selain memperluas jangkauan wisatawan, penggunaan media sosial dan aplikasi berbasis lokasi juga dapat dimanfaatkan untuk menanamkan nilai-nilai pariwisata ramah lingkungan (Sintia & Nurhayati, 2025). Di sisi lain, teknologi digital turut mendorong keterlibatan masyarakat dan meningkatkan akuntabilitas pemangku kepentingan dalam pelaksanaan program

keberlanjutan (Aldi Friyatna Dira et al., 2025). Walaupun digitalisasi membawa tantangan, seperti kesiapan teknologi dan keamanan data, manfaat jangka panjangnya jauh lebih besar bagi pembangunan pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan (Adhawiyah et al., 2024).

#### b) Model Tata Kelola Pariwisata Digital Berkelanjutan

Penerapan tata kelola pariwisata digital yang berkelanjutan menuntut adanya kerangka kerja yang mampu menyatukan unsur teknologi, keberlanjutan, dan kerja sama lintas aktor ke dalam suatu sistem pengelolaan yang terkoordinasi (Maulana et al., 2025). Penelitian menunjukkan bahwa kemitraan antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat lokal menjadi landasan utama dalam pengembangan dan promosi destinasi wisata di era digital (Adhawiyah et al., 2024). Pendekatan ini diperkuat melalui model Penta-Helix yang melibatkan akademisi, pemerintah, industri, komunitas, dan media sebagai aktor utama dalam mendukung pariwisata berbasis teknologi dan keberlanjutan (Tobondo & Walenta, 2024).

Namun demikian, keberhasilan tata kelola juga sangat bergantung pada kekuatan institusi dan kapasitas sumber daya manusia. Upaya reformasi kelembagaan melalui peningkatan koordinasi antar lembaga, penguatan fungsi regulasi, serta peningkatan literasi dan edukasi pariwisata menjadi faktor penting dalam mendukung pariwisata berkelanjutan di era digital (Margaretha, 2024). Dalam kerangka tersebut, peran masyarakat lokal sangat krusial dalam menjaga keunikan dan keberlanjutan destinasi sehingga manfaat ekonomi dapat dinikmati secara lebih adil (Adiatma et al., 2025).

Berdasarkan berbagai temuan tersebut, tata kelola pariwisata digital berkelanjutan dapat dipahami sebagai sistem kolaboratif berbasis

teknologi yang mengintegrasikan aktor, aturan, dan praktik keberlanjutan dalam satu kerangka kerja operasional. Unsur-unsur utama dari model ini, sebagaimana dirangkum dalam Tabel 1, disusun dengan mengadaptasi berbagai referensi yang relevan dengan konteks transformasi digital dan keberlanjutan destinasi wisata (Akbar et al., 2025).

mekanisme governan  
pengawasa ce  
n

Promosi AR, VR, Jangkauan  
digital, aplikasi promosi,  
dan influencer mobile, tingkat  
Branding marketing, platform engagement  
media media , citra  
sosial sosial destinasi

*Sumber: Diadaptasi dari (Adhawiyah et al., 2024); (Nugraha, 2025); (Sugiarti et al., 2025); (Margaretha, 2024); (Nyoman & Sana, 2025)*

**Tabel 1. Komponen Model Tata Kelola Pariwisata Digital Berkelanjutan**

Komponen Tata Kelola	Elemen Utama	Instrumen Digital	Indikator Keberhasilan
Infrastruktur Digital	Jaringan internet, sistem reservasi daring, platform informasi	IoT, AI, big data analytics	Aksesibilitas layanan digital, kecepatan respons sistem
Kapasitas SDM	Literasi digital, kompetensi teknologi, keterampilan manajemen	Pelatihan daring, sertifikasi digital, program inkubasi	Tingkat literasi digital, partisipasi dalam pelatihan
Kolaborasi Pemangku Kepentingan	Kemitraan swasta, partisipasi komunitas, koordinasi lintas sektor	Platform kolaborasi digital, sistem monitorin g terintegrasi	Jumlah kemitraan aktif, frekuensi koordinasi
Regulasi dan Kebijakan	Standar operasional, kerangka regulasi digital,	Sistem monitorin g digital, e-	Kepatuhan terhadap regulasi, efektivitas pengawasan

Implementasi model tata kelola ini memerlukan strategi *capacity building* untuk memperkuat kapasitas pemerintah dan pelaku pariwisata dalam mengelola destinasi secara berkelanjutan. Pengembangan sumber daya manusia dilakukan melalui pelatihan dan pendidikan, sertifikasi, serta pendekatan partisipatif yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan (Margaretha, 2024). Tantangan seperti literasi digital yang rendah, kurangnya akses ke pelatihan berbasis industri, dan infrastruktur teknologi yang terbatas menjadi hambatan signifikan yang perlu diatasi melalui strategi pemberdayaan yang komprehensif (Rosyadi, Farisi, & Safitri, 2025). Ketersediaan infrastruktur digital yang memadai, kapasitas sumber daya manusia yang mumpuni, serta standar operasional baku dalam promosi wisata digital menjadi prasyarat penting untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi dalam tata kelola pariwisata berkelanjutan (Nugraha, 2025). Model tata kelola yang efektif harus mampu mengintegrasikan aspek teknologi dengan prinsip keberlanjutan dan inklusi untuk menciptakan sistem pariwisata yang adaptif, manusiawi, dan berdaya saing tinggi di pasar global (Nyoman & Sana, 2025).

## Dimensi dan Indikator Kunci Model Pengelolaan Terintegrasi

### a) Dimensi Keberlanjutan dalam Pariwisata Digital

Dimensi keberlanjutan dalam pariwisata digital mencakup tiga pilar utama yang saling berkaitan yaitu keberlanjutan ekonomi, lingkungan, dan sosial-budaya yang harus diintegrasikan dalam setiap aspek pengelolaan destinasi wisata. Keberlanjutan ekonomi berfokus pada penciptaan nilai tambah bagi masyarakat lokal melalui pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah yang berbasis pariwisata dengan memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan akses pasar dan daya saing (Rosyadi et al., 2025). Daya saing, produktivitas, dan kreativitas UMKM pariwisata dapat ditingkatkan secara signifikan melalui pengembangan kapasitas SDM yang berkualitas tinggi dan memiliki kompetensi digital yang memadai (Rosyadi et al., 2025). Keberlanjutan lingkungan menekankan pada pelestarian sumber daya alam dan minimalisasi dampak negatif pariwisata melalui praktik *green tourism* yang didukung oleh teknologi monitoring dan manajemen lingkungan berbasis digital (Nyoman & Sana, 2025). Teknologi digital tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memperluas partisipasi komunitas lokal, meningkatkan transparansi pengelolaan, serta memperkuat ketahanan destinasi terhadap krisis lingkungan dan sosial (Nyoman & Sana, 2025).

Keberlanjutan sosial-budaya berkaitan dengan pelestarian kearifan lokal, pemberdayaan masyarakat, dan peningkatan kesejahteraan komunitas melalui partisipasi aktif dalam pengelolaan destinasi wisata. Partisipasi komunitas lokal memastikan bahwa pengembangan pariwisata sejalan dengan nilai-nilai budaya setempat dan memberikan manfaat ekonomi yang adil kepada masyarakat (Adiatma et al., 2025). Pemberdayaan masyarakat lokal

melalui program-program pendidikan dan wisata edukasi menjadi strategi penting untuk meningkatkan kapasitas lokal dalam mengelola destinasi secara berkelanjutan (Tobondo & Walenta, 2024). Digitalisasi memberikan peluang bagi generasi muda lokal untuk mengambil peran dalam inisiatif digital yang mendukung promosi dan pengelolaan destinasi dengan pendekatan yang lebih inovatif dan relevan dengan tren pasar (Sugiarti et al., 2025). Kolaborasi antara pemangku kepentingan, inovasi produk wisata, dan edukasi kepada wisatawan menjadi kunci keberhasilan dalam meningkatkan daya tarik sekaligus menjaga kelestarian lingkungan dan budaya lokal (Sintia & Nurhayati, 2025). Integrasi ketiga dimensi keberlanjutan ini menciptakan ekosistem pariwisata yang holistik, di mana pertumbuhan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan kesejahteraan sosial-budaya berjalan secara seimbang dan saling mendukung dalam konteks transformasi digital (Aldi Friyatna Dira et al., 2025).

### b) Dimensi Transformasi Digital dan Daya Saing Destinasi

Dimensi transformasi digital dalam pariwisata mencakup berbagai aspek teknologi yang secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan daya saing destinasi di pasar global yang semakin kompetitif. Media sosial terbukti berpengaruh signifikan dalam memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan interaksi dengan calon wisatawan, serta membangun citra destinasi secara *real time* yang responsif terhadap dinamika pasar (Adhawiyah et al., 2024). Pemasaran melalui *influencer* efektif menjangkau audiens luas dan dapat menyebarkan pesan pariwisata ramah lingkungan dengan sentuhan personal yang lebih autentik dan meyakinkan bagi target pasar milenial dan generasi Z (Adiatma et al., 2025). Teknologi seperti realitas virtual dan pemasaran

digital meningkatkan pengalaman belajar dan daya tarik wisatawan dengan menawarkan preview destinasi yang menarik sebelum kunjungan aktual dilakukan (Tobondo & Walenta, 2024). Pendekatan *smart tourism* memanfaatkan infrastruktur digital untuk mengoptimalkan interaksi pengunjung dengan destinasi melalui aplikasi berbasis lokasi, sistem rekomendasi personal, dan layanan informasi yang terintegrasi (Tobondo & Walenta, 2024).

Daya saing destinasi wisata di era digital tidak hanya ditentukan oleh keindahan alam atau kekayaan budaya, tetapi juga oleh kemampuan destinasi dalam memanfaatkan teknologi untuk memberikan pengalaman wisatawan yang superior dan berkesan. Integrasi kemitraan yang kuat dengan strategi pemasaran digital adaptif mampu meningkatkan visibilitas dan daya saing destinasi secara signifikan di pasar global yang semakin digital dan kompetitif (Adhawiyah et al., 2024). Kolaborasi antara sektor publik dan swasta dinilai penting untuk meningkatkan daya saing destinasi melalui investasi infrastruktur digital, pengembangan konten promosi yang berkualitas, dan implementasi sistem manajemen destinasi yang terintegrasi (Parmanto, 2025). Strategi pemasaran terdiri dari analisis, pengembangan, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan dalam pengembangan destinasi wisata yang harus dilakukan secara sistematis dan berbasis data untuk memastikan efektivitas program (Dewi et al., 2024). Kemampuan destinasi untuk beradaptasi dengan teknologi baru, merespons perubahan perilaku wisatawan, dan berinovasi dalam produk wisata menjadi faktor kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan global yang semakin intensif (Fatmawati & Sulistyo, 2022). Digitalisasi pengelolaan pariwisata diharapkan mampu meningkatkan daya saing destinasi dan menciptakan pengalaman wisata yang lebih

adaptif terhadap tuntutan era digital dengan tetap memperhatikan aspek keberlanjutan jangka panjang (Sugiarti et al., 2025).

## Mekanisme Keterkaitan Transformasi Digital, Praktik Keberlanjutan, dan Daya Saing Destinasi

### a) Model Integrasi Keberlanjutan-Digitalisasi-Daya Saing

Mekanisme keterkaitan antara transformasi digital, praktik keberlanjutan, dan daya saing destinasi membentuk sebuah model integrasi yang kompleks namun sinergis dalam menciptakan ekosistem pariwisata yang berkelanjutan dan kompetitif. Transformasi digital berperan sebagai enabler yang memperkuat implementasi praktik keberlanjutan melalui penyediaan data, transparansi informasi, dan efisiensi operasional yang pada akhirnya meningkatkan daya saing destinasi (Aldi Friyatna Dira et al., 2025). Teknologi digital tidak hanya meningkatkan citra destinasi dan minat kunjungan wisatawan, tetapi juga memfasilitasi praktik pengelolaan yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat lokal (Nugraha, 2025). Integrasi teknologi AR, pemasaran *influencer*, dan partisipasi komunitas lokal dapat saling melengkapi di mana teknologi menciptakan daya tarik inovatif, *influencer* memperluas jangkauan promosi, dan komunitas memastikan keberlanjutan jangka panjang (Adiatma et al., 2025). Model integrasi ini mengakui bahwa daya saing yang berkelanjutan tidak dapat dicapai hanya melalui teknologi semata, tetapi memerlukan harmonisasi antara inovasi digital, praktik keberlanjutan, dan partisipasi aktif seluruh pemangku kepentingan dalam ekosistem pariwisata (Sintia & Nurhayati, 2025). Tabel 2. mengilustrasikan mekanisme keterkaitan antara ketiga dimensi utama dalam model integrasi

pariwisata digital berkelanjutan yang komprehensif.

& Nurhayati, 2025); (Tobondo & Walenta, 2024)

**Tabel 2. Mekanisme Integrasi Keberlanjutan-Digitalisasi-Daya Saing**

Dimensi	Komponen Kunci	Peran dalam Integrasi	Output Strategis
Transformasi Digital	Platform digital, AR/VR, big data, IoT, AI	<i>Enabler teknologi untuk efisiensi dan transparansi</i>	Visibilitas tinggi, operasional efisien, data-driven decision
Praktik Keberlanjutan	<i>Green tourism, pemberdayaan masyarakat, pelestarian budaya</i>	Fondasi etis dan jangka panjang pengelolaan	Destinasi berkelanjutan, manfaat merata, lingkungan terjaga
Daya Saing Destinasi	<i>Branding, inovasi produk, kualitas layanan, kolaborasi</i>	Hasil akhir integrasi digital dan keberlanjutan	Kompetitif global, loyalitas wisatawan, pertumbuhan berkelanjutan
Kolaborasi Multi-pihak	Pemerintah swasta, komunitas, akademisi, media	Sinergi dan koordinasi, implementasi	Ekosistem terintegrasi, kebijakan adaptif
Kapasitas SDM	Literasi digital, kompetensi manajerial, keterampilan teknis	Penggerak utama transformasi dan keberlanjutan	SDM berkualitas, inovasi berkelanjutan

Sumber: Disintesis dari (Adhawiyah et al., 2024); (Adiatma et al., 2025); (Nyoman & Sana, 2025); (Aldi Friyatna Dira et al., 2025); (Sintia

Model integrasi ini menunjukkan bahwa keberhasilan pengelolaan pariwisata berkelanjutan di era digital sangat bergantung pada kemampuan destinasi untuk menyelaraskan ketiga dimensi secara simultan dan terkoordinasi. Sinergi antara pendidikan tinggi dan pariwisata berbasis teknologi digital berpotensi meningkatkan daya saing perguruan tinggi dan kontribusi terhadap pariwisata berkelanjutan melalui penelitian, inovasi, dan pengembangan SDM yang berkualitas (Tobondo & Walenta, 2024). Integrasi kurikulum berbasis pariwisata, peran teknologi digital, dan kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah, serta pelaku industri pariwisata menjadi strategi penting untuk menciptakan ekosistem yang berkelanjutan dan adaptif (Tobondo & Walenta, 2024). Model ini menekankan bahwa transformasi digital perlu diiringi dengan tata kelola yang responsif, kolaboratif, dan kontekstual sesuai dengan karakteristik lokal untuk memastikan bahwa teknologi tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga memperkuat nilai-nilai keberlanjutan dan inklusivitas (Nyoman & Sana, 2025).

#### b) Strategi Implementasi Model Pengelolaan Terintegrasi

Implementasi model pengelolaan terintegrasi memerlukan strategi yang komprehensif dan sistematis untuk memastikan bahwa transformasi digital, praktik keberlanjutan, dan peningkatan daya saing dapat berjalan secara harmonis dan efektif. Strategi pemasaran berbasis digital menjadi salah satu bentuk usaha yang dapat dilakukan untuk menjaga motivasi pengelolaan dan menciptakan inovasi dalam menghadapi tantangan seperti penurunan kunjungan wisatawan dan keterbatasan pengelolaan (Fatmawati &

Sulistyo, 2022). Pengembangan infrastruktur digital, pelatihan SDM, dan kolaborasi lintas sektor menjadi rekomendasi utama untuk menciptakan sistem pengelolaan wisata yang inovatif, efisien, dan berkelanjutan (Sugiarti et al., 2025). Strategi pemberdayaan SDM meliputi pelatihan literasi digital, penyediaan akses ke teknologi, program inkubasi, dan peningkatan kerja sama antar-pemangku kepentingan untuk mengatasi hambatan dalam pengembangan kapasitas lokal (Rosyadi et al., 2025). Perlunya integrasi antara kebijakan pemerintah, pelaku usaha, dan komunitas lokal untuk menciptakan ekosistem pariwisata yang berkelanjutan dengan dukungan kerangka kerja regulasi yang adaptif (Sintia & Nurhayati, 2025).

Strategi implementasi juga harus memperhatikan aspek perencanaan yang matang dengan melakukan berbagai analisis seperti analisis lingkungan makro, lingkungan mikro, kompetitor, dan pasar untuk memahami potensi dan tantangan yang dihadapi destinasi (Dewi et al., 2024). Dalam pengembangan manajemen pariwisata berkelanjutan, perlu diperhatikan aspek daya tarik tempat wisata, akses menuju lokasi, fasilitas utama dan pendukung, serta kelembagaan yang mendukung operasional destinasi secara terintegrasi (Dewi et al., 2024). Pemberdayaan komunitas, perbaikan infrastruktur, dan promosi digital menjadi strategi kunci yang saling memperkuat dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata berbasis masyarakat (Parmanto, 2025). Evaluasi berkala diperlukan untuk memastikan efektivitas program pengembangan SDM dan implementasi strategi digital agar dapat dilakukan penyesuaian yang responsif terhadap perubahan kondisi pasar dan teknologi (Rosyadi et al., 2025). Keberhasilan implementasi model pengelolaan terintegrasi pada akhirnya ditentukan oleh komitmen dan konsistensi seluruh pemangku kepentingan dalam menjalankan strategi yang

telah dirancang dengan tetap fleksibel terhadap dinamika lingkungan eksternal dan internal destinasi wisata (Margaretha, 2024).

### **Simpulan**

Transformasi digital telah menjadi enabler strategis dalam implementasi manajemen pariwisata berkelanjutan yang mampu meningkatkan daya saing destinasi wisata melalui integrasi teknologi seperti IoT, AI, big data analytics, AR/VR, dan platform digital. Model pengelolaan terintegrasi menunjukkan bahwa keberhasilan pariwisata berkelanjutan di era digital sangat bergantung pada sinergi antara tiga dimensi utama: transformasi digital sebagai katalis efisiensi operasional, praktik keberlanjutan sebagai fondasi etis pengelolaan yang mencakup pilar ekonomi-lingkungan-sosial budaya, dan daya saing destinasi sebagai output akhir dari harmonisasi kedua dimensi tersebut. Kerangka tata kelola yang efektif memerlukan kolaborasi multi-pihak melalui model Penta-Helix, penguatan kapasitas SDM dengan literasi digital memadai, pengembangan infrastruktur teknologi yang aksesibel, serta regulasi adaptif yang mendukung inovasi. Mekanisme keterkaitan menunjukkan bahwa teknologi digital tidak hanya meningkatkan visibilitas dan efisiensi destinasi, tetapi juga memfasilitasi transparansi, partisipasi komunitas lokal, dan praktik green tourism yang pada akhirnya menciptakan ekosistem pariwisata yang kompetitif, inklusif, dan berkelanjutan secara jangka panjang.

### **Saran**

Berdasarkan temuan kajian, disarankan kepada pemerintah untuk memprioritaskan pengembangan infrastruktur digital yang merata dan aksesibel di seluruh destinasi wisata, serta merumuskan regulasi yang adaptif terhadap dinamika teknologi dan keberlanjutan. Pelaku industri perlu mengintensifkan investasi pada

capacity building SDM melalui pelatihan literasi digital, sertifikasi kompetensi, dan program inkubasi yang berkelanjutan. Akademisi diharapkan dapat berkontribusi melalui riset kolaboratif yang menghasilkan model tata kelola kontekstual sesuai karakteristik lokal destinasi. Komunitas lokal perlu diberdayakan melalui partisipasi aktif dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan destinasi berbasis kearifan lokal. Diperlukan evaluasi berkala terhadap implementasi strategi digital dan program keberlanjutan untuk memastikan efektivitas dan fleksibilitas terhadap perubahan kondisi pasar. Pengembangan platform kolaborasi terintegrasi yang menghubungkan seluruh pemangku kepentingan menjadi krusial untuk memperkuat sinergi dan koordinasi dalam menciptakan ekosistem pariwisata yang inovatif, berkelanjutan, dan berdaya saing tinggi di pasar global.

## Daftar Pustaka

- Adhawiyah, R., Istiandari, D. N., & Azkiyah, N. (2024). Kemitraan dan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing Destinasi Pariwisata di Era Digitalisasi. *Jurnal Penelitian Ekonomi, Bisnis Dan Pariwisata*, 1(2), 54–62.
- Adiatma, D., Susilawati, W., & iyadh Sabilul Muminin. (2025). Menuju Branding Pariwisata Berkelanjutan: Integrasi AR, Pemasaran Influencer, dan Partisipasi Komunitas dalam Promosi Destinasi. *Journal of Economics* ..., 14(4), 976–991.
- Agarwal, R., Mehrotra, A., Mishra, A., Rana, N. P., Nunkoo, R., & Cho, M. (2024). Four decades of sustainable tourism research: Trends and future research directions. *International Journal of Tourism Research*, 26(2), 1–14. <https://doi.org/10.1002/jtr.2643>
- Akbar, T. S. W., Sari, A., Winarni, R., Raspati, G., & Jaya, U. A. (2025). Analisis sistem pemasaran titip jual melalui tengkulak dan keberlanjutan ekonomi petani di desa pawenang, kecamatan nagrak, kabupaten sukabumi. *Management, Business*

*Administration, and Accounting Journal*, 02(01).

- Akbar, T. S. W., Winarni, R., Raspati, G., Yuda, M. S., & Nurdiana, B. P. (2025). The impact of consignment-based marketing through middlemen on the economic sustainability of farmers in Pawenang Village, Nagrak Subdistrict, Sukabumi Regency. *Priviet Social Sciences Journal*, 5(5), 122–138. <https://doi.org/10.55942/pssj.v5i5.511>

- Aldi Friyatna Dira, Zulganeff, Pratminingsih, S. A., & Kurniawan Prambudi Utomo. (2025). Transformasi Pariwisata Hijau: Inovasi di Era Digital dan Pemberdayaan Masyarakat dalam Mewujudkan Ekowisata Desa Berkelanjutan di Jawa Barat. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 3(3), 256–266. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v3i3.410>

- Dewi, R., Musdawina, M., Musdawina, M., Ahmady, Z., HR, M., & Sakir, S. (2024). Strategi Manajemen Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan: Suatu Kajian Literatur. *Jurnal Bisnisman : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(03), 111–121. <https://doi.org/10.52005/bisnismans.v5i03.169>

- Fatmawati, I., & Sulistyo, A. (2022). Peningkatan Daya Saing Objek Wisata Berbasis Masyarakat melalui Strategi Digital Marketing. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 6(2), 383. <https://doi.org/10.30595/jppm.v6i2.12400>

- Jokom, R., Semuel, H., & Wijaya, S. (2025). Sustainable tourism experiences: the role of digital technology and government support in creating tourists' memorable experiences. *Cogent Business and Management*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2482026>

- Madzik, P., Falát, L., Copuš, L., & Valeri, M. (2023). Digital transformation in tourism: bibliometric literature review based on machine learning approach. *European Journal of Innovation Management*, 26(7), 177–205. <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2022-0531>

- Margaretha, R. (2024). Strategi Capacity Building dalam Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jemba)*, 4(1), 247–255.

- Maulana, M. A., Yuda, M. S., Muchsam, Y., & Raspati, G. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengetahuan Konsumen terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Ride-Hailing GrabCar Hemat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(2), 58–70. Retrieved from <https://journal.stekom.ac.id/index.php/Bisnis>
- Mckenna, B., Cai, W., & Tuunanen, T. (2021). *Call for Papers for a Special Issue of the Information Systems Journal Transforming to a sustainable visitor economy with information systems.* (September).
- Nugraha, D. S. (2025). Peran Digital Governance dalam Peningkatan Daya Saing dan Branding Pariwisata Sumedang. *PERSPEKTIF Available*, 14(4), 834–852. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v14i4.16194>
- Nyoman, I., & Sana, L. (2025). Journal of Mandalika Social Science Transformasi Manajemen Pariwisata Berbasis Teknologi Digital Menuju Green Tourism yang Tangguh dan Inklusif. *Mandalika Social Science*, 3, 102–108. Retrieved from <https://journal.institutemandalika.com/index.php/jomss>
- Parmanto, C. (2025). Optimalisasi Strategi Bisnis Dalam Pengelolaan Destinasi Wisata Analisis Kasus Pada Objek Wisata Air Panas Cisolong. *Entrepreneurship and Business Strategy Journal*, 1(1), 1–10.
- Prayag, G., Spector, S., Orchiston, C., & Chowdhury, M. (2020). Psychological resilience, organizational resilience and life satisfaction in tourism firms: insights from the Canterbury earthquakes. *Current Issues in Tourism*, 23(10), 1216–1233. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1607832>
- Raspati, G., Agustiansyah, F., Jaya, U. A., Fahrurrazi, F., Winarni, R., & Akbar, T. S. W. (2025). Pengaruh Live Streaming Selling, Dan Discount, Terhadap Impulsive Buying Pada Pengguna E- Commerce Tiktok Di Bekasi. *MBA Journal: Management, Business Administration, and Accounting Journal*, 02(01), 11–21.
- Rodrigues, V., Eusébio, C., & Breda, Z. (2023).

- Enhancing sustainable development through tourism digitalisation: a systematic literature review. In *Information Technology and Tourism* (Vol. 25). Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/s40558-022-00241-w>
- Rosyadi, M. A., Farisi, H., & Safitri, A. (2025). Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Dalam Pengembangan Umkm Pariwisata Di Purwokerto: Tantangan Dan Strategi Untuk Era Digital. *Jurnal Dinamika Sosial Dan Sains*, 2(4), 670–676.
- Sintia, B., & Nurhayati. (2025). Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Untuk Meningkatkan Daya Saing Destinasi Lokal. *Jurnal Dinamika Sosial Dan Sains*, 2(4), 670–676.
- Sugiarti, I., Rahman, B., Rosadi, H., Tasikmalaya, U. P., Lampung, P. N., Digital, P., ... Digital, T. (2025). *Pengelolaan Pariwisata Berbasis Digital di Objek Wisata Pantai Minang Rua Kabupaten Lampung Selatan : Studi Kasus Manajemen Destinasi*. 4(3), 271–279. <https://doi.org/10.55123/toba.v4i3.6126>
- Tobondo, Y. A., & Walenta, A. S. (2024). Sinergi Pendidikan Tinggi dan Pariwisata Berbasis Teknologi Digital: Studi Literatur tentang Inovasi Promosi Destinasi Wisata Akademik. *Jurnal Ambisi P-NA Universitas Kristen Tentena*, 1(2), 26–34.
- Winarni, R., & Akbar, T. S. W. (2025). Digital transformation in the financial system: A comprehensive review of the literature on fintech and financial inclusion. *Priviet Social Sciences Journal*, 5(8), 100–114. <https://doi.org/10.55942/pssj.v5i8.479>
- Winarni, R., Sanatha, T., Akbar, W., Jaya, U. A., Raspati, G., Simanjuntak, M. P., & Fahrurrazi, F. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pakaian Merek Zara). 02(01), 41–53.
- Wu, W., Xu, C., Zhao, M., Li, X., & Law, R. (2024). Digital Tourism and Smart Development: State-of-the-Art Review. *Sustainability (Switzerland)*, 16(23), 1–19. <https://doi.org/10.3390/su162310382>
- Xia, H., Muskat, B., Karl, M., Li, G., & Law, R. (2024). Destination competitiveness research

---

over the past three decades: a computational literature review using topic modelling.

*Journal of Travel & Tourism Marketing,*  
41(5), 726–742.

<https://doi.org/10.1080/10548408.2024.23322>

78