



Strategi Tata Kelola Kawasan Daya Tarik Wisata Khusus (KDTWK) Gilimanuk Menuju Destinasi Pariwisata Berkelanjutan +

Rega Aldiaz Wahyundi^{1*}, Ida Bagus Gede Agung Widana², Anom Hery Suasapha³

Program Studi Destinasi Pariwisata, Jurusan Kepariwisataan, Politeknik Pariwisata Bali
Jalan Dharmawangsa, Kampial, Nusa Dua, Kabupaten Badung

^{1*}aldiazrega@gmail.com, ²ibgawidana@ppb.ac.id, ³anom_hs@ppb.ac.id

*Corresponding Author: aldiazrega@gmail.com

ABSTARCT

Objective: This research aims to determine priority strategies for the Gilimanuk Tourism Destination Area in its efforts towards sustainable tourism destination. Methodology: This methodology employs a qualitative approach using SWOT and QSPM analysis techniques. Data were collected through structured interviews with informants, direct observation in the field, and documentation. Results: The results of the study show that there are 28 internal and external conditions obtained from data collection. SWOT analysis resulted in ten strategies from internal and external conditions, namely integrating unique products with the port, forming a sustainable tourism task force, themed nature-based events, prioritizing management of the village tourism object, planting endemic plants, branding strategy, focusing on domestic tourist length of stay, conducting risk planning, conducting market research, and participating in human resource training programs. QSPM analysis indicates that the prioritized strategy is to design and package unique tourism products that integrate with the Gilimanuk Port. Limitations: This study has not discussed each aspect of sustainable tourism in greater depth with a focus on the Gilimanuk Tourism Destination Area.

Keywords: KDTWK, sustainable tourism, governance, gilimanuk.

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi prioritas bagi KDTWK Gilimanuk dalam upaya menuju destinasi pariwisata berkelanjutan. Metodologi: Metodologi menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik analisis SWOT dan QSPM. Data dikumpulkan dengan cara wawancara terstruktur dari para narasumber, serta observasi dari pengamatan langsung di lapangan, dan dokumentasi. Hasil: Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 28 kondisi internal dan eksternal dari pengumpulan data yang dilakukan. Analisis SWOT menghasilkan sepuluh strategi dari kondisi eksternal dan internal, yakni integrasi produk unik dengan pelabuhan, pembentukan satuan tugas pariwisata berkelanjutan, konsep event bertema alam, pengedepanan pengelolaan pokdarwis, aktivitas penanaman tanaman endemik, menetapkan strategi branding, fokus pada lama tinggal

wisatawan domestik, melakukan perencanaan resiko, melakukan riset pasar, dan mengikuti program pelatihan SDM. Analisis QSPM menyatakan bahwa strategi yang diprioritaskan adalah merancang dan mengemas produk-produk wisata yang unik serta berintegrasi dengan Pelabuhan Gilimanuk. Batasan Penelitian: Penelitian ini belum membahas mengenai tiap aspek pariwisata berkelanjutan secara lebih mendalam dengan fokus di KDTWK Gilimanuk.

Kata Kunci: *KDTWK, pariwisata berkelanjutan, tata kelola, gilimanuk*

PENDAHULUAN

Efek negatif yang ditimbulkan dari kasus COVID-19 dan kebijakan pemerintah di Indonesia sendiri sudah memberikan banyak permasalahan, seperti pengangguran, gangguan kesehatan, hingga resesi ekonomi. Angka pengangguran dikarenakan COVID-19 sebesar 1,82 juta orang. Sedangkan mereka yang sementara tidak bekerja karena COVID-19 sebesar 1,39 juta orang (BPS, 2021). Tentu para pekerja di sektor pariwisata termasuk di dalam data tersebut sebagai penerima dampak yang sangat parah. Kebijakan pembatasan-pembatasan aktivitas di sektor bisnis tidak lain untuk menekan penyebaran COVID-19, seperti pengurangan jumlah konsumen, pengurangan jumlah karyawan di kantor, hingga pembatasan jam malam menjadi pemicu pengangguran terjadi.

Industri pariwisata internasional mengalami kejatuhan yang sangat besar karena penurunan kunjungan wisatawan. Selama periode 2020 dan 2021, kedatangan wisatawan internasional menurun sebesar -76% dan telah mengakibatkan hilangnya pendapatan dari ekspor sebesar USD 1,3 triliun (UNWTO, 2021). Sektor pariwisata di Indonesia tidak terkecuali menjadi salah satu korban terbesar di pandemi COVID-19. Industri ini mengalami kerugian yang sangat drastis. Kunjungan wisatawan secara signifikan menurun, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Bagi wisatawan nusantara sendiri, penurunan terjadi sebesar 29,9%.

KDTWK sendiri mengacu pada sebuah perwilayahan destinasi pariwisata yang secara khusus dikelola karena memiliki keunikan demi menunjang pembangunan destinasi pariwisata daerah. Sebagai destinasi pariwisata yang sedang dalam masa perkembangan, KDTWK Gilimanuk telah dihadapkan kepada berbagai perubahan lanskap di sektor pariwisata. Namun, KDTWK Gilimanuk tetap memiliki potensi besar dalam mengikuti arus tren ke depannya. Hal ini sesuai dengan pasal 14 ayat 3(f) pada RIPPARDA Kabupaten Jembrana yang berbunyi, "pengembangannya sangat dibatasi untuk lebih diarahkan kepada upaya pelestarian budaya dan lingkungan hidup," sehingga hal ini sangat mendukung dengan apa yang dimaksud dengan pariwisata berkelanjutan. Walaupun demikian, jika melihat kondisi aktual pengelolaan KDTWK Gilimanuk yang saat ini terjadi pembagian kepentingan di berbagai daya tarik wisata di dalamnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal KDTWK Gilimanuk, mengetahui strategi tata kelola yang tepat untuk KDTWK

Gilimanuk dalam upaya menuju pariwisata berkelanjutan, serta mengetahui strategi prioritas yang akan dipilih untuk direkomendasikan kepada pengelola KDTWK Gilimanuk.

KAJIAN LITERATUR

Manajemen Strategi

Dalam menghasilkan sebuah formulasi dan implementasi rencana yang dirancang untuk meraih tujuan (Pearce II & Robinson, 2000), manajemen strategis berperan sebagai satu set keputusan dan juga tindakan. Sejalan dengan hal tersebut, Certo (2020) menambahkan bahwa perusahaan atau organisasi perlu menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif dengan melakukan manajemen strategis sebagai sebuah analisis, keputusan, dan juga aksi. David (dalam Yunus, 2016) mengatakan manajemen strategis sebagai seni dan ilmu untuk memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi.

Secara sederhana, manajemen strategis diungkapkan dengan proses tindakan hingga kepada pengambilan keputusan yang memerlukan waktu sehingga nantinya mampu menghasilkan sebuah rencana yang komprehensif.

Organisasi Pengelolaan Destinasi (DMO)

Menurut Visit England dalam Morrison (2019), manajemen destinasi adalah sebuah proses memimpin, mempengaruhi, dan mengkoordinasi manajemen dari berbagai aspek destinasi yang berkontribusi pada pengalaman pengunjung, bertanggung jawab pada kebutuhan pengunjung, penduduk lokal, bisnis dan lingkungan. Sejatinnya DMO telah berevolusi dari sebuah tempat yang dulunya hanya agensi promosi di pertengahan abad ke-19, kepada organisasi pariwisata profesional dengan jangkauan tanggung jawab yang luas dari pemasaran dan manajemen (Pike and Page, 2014; Presenza et al., 2005).

Di samping itu, UNWTO (2019) berpendapat bahwa DMO adalah entitas organisasi yang memimpin, serta mampu mencakup berbagai jenis wewenang, pemangku kepentingan dan profesional, dan kerjasama fasilitas. Morrison (2019) juga menyampaikan bahwa terdapat tujuh peran utama dari sebuah DMO, yaitu kepemimpinan dan koordinasi, kerjasama dan team building, hubungan dan keterlibatan masyarakat dan pemangku kepentingan, pengelolaan pengunjung, perencanaan dan penelitian, pengembangan produk, dan pemasaran dan promosi.

Ketahanan Destinasi Pariwisata

Secara umum, ketahanan pariwisata berarti adalah bisnis, destinasi atau masyarakat memiliki kapasitas untuk beradaptasi, mengatur dan berkembang karena perubahan keadaan (Hall et al., 2017). Ketahanan atau resilience sendiri

dipertimbangkan sebagai faktor penting dalam meningkatkan keberlanjutan di dalam pariwisata, baik di level bisnis maupun masyarakat (Sheppard, 2022).

Pariwisata Berkelanjutan

Pada prinsip pembangunan pariwisata berkelanjutan, masyarakat berperan sebagai aktor utama untuk menggerakkan pembangunan kepariwisataan, masyarakat harus mendapatkan keuntungan dari perkembangan industri pariwisata di daerahnya (Sedarmayanti, 2018). Dalam mempromosikan *Sustainable Tourism Development*, UNWTO (2020) menyampaikan beberapa hal untuk diikuti, yakni penggunaan sumber daya alam secara efisien, menjaga keautentikan sosiokultur dari masyarakat sebagai tuan rumah, dan memastikan kelangangan ekonomi jangka panjang.

Pariwisata berkelanjutan sendiri mampu menyelesaikan berbagai permasalahan pariwisata. Tou (2022) menjelaskan salah satu bentuk pariwisata berkelanjutan berupa pariwisata pedesaan yang dapat berkontribusi untuk mengurangi urbanisasi penduduk dari daerah pedesaan dan menciptakan lapangan pekerjaan, serta mempromosikan pembangunan sosial-ekonomi daerah pedesaan.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan lokus penelitian di KDTWK Gilimanuk. Objek penelitian berfokus pada tata kelola destinasi pariwisata menuju destinasi pariwisata berkelanjutan. Teknik penentuan informan berupa *purposive sampling* dengan pendekatan pentahelix (ABCGM) dengan fokus stakeholder pemerintah terbagi menjadi dua, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jembrana dan Balai Taman Nasional Bali Barat. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi dengan instrumen checklist, wawancara terstruktur dengan instrumen pedoman wawancara, dan juga dokumentasi. Dalam melakukan analisis data, teknik yang digunakan adalah analisis SWOT untuk menentukan strategi alternatif, dilanjutkan dengan analisis QSPM untuk menentukan urutan strategi prioritas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

KDTWK Gilimanuk dapat dikatakan berada di posisi yang strategis, namun juga minim akses. Di sebelah utara dan barat, KDTWK Gilimanuk berbatasan langsung dengan laut atau Selat Bali yang menghubungkan logistik antara Pulau Bali dan Pulau Jawa. Sedangkan di timur, berbatasan dengan hutan dan pemukiman Desa Sumber Klampok yang terletak di Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng. KDTWK Gilimanuk berbatasan dengan pemukiman Desa Melaya di Kecamatan Melaya di bagian selatan.

Akses menuju KDTWK Gilimanuk terbagi menjadi dua jalur. Jalur darat yang merupakan jalan provinsi dari seluruh Bali, dan jalur laut yang

menghubungkan akses Pulau Jawa ke Pulau Bali melalui Pelabuhan Ketapang ke Pelabuhan Gilimanuk. Akses darat menuju KDTWK Gilimanuk dapat terbilang cukup jauh dari area-area vital, namun kualitas termasuk baik jika dilihat dari kondisinya sendiri. Jika menggunakan kendaraan umum, menuju KDTWK Gilimanuk dapat menggunakan bus dari Terminal Ubung maupun Terminal Mengwi. Kemudian akses laut melalui kapal-kapal penumpang atau ferry dapat ditempuh dengan 45 menit sampai satu jam penyebrangan, dan penyebrangan tersedia hampir tiap saat.

KDTWK Gilimanuk yang sejatinya memang disiapkan untuk tujuan pariwisata menjadikannya memiliki kelengkapan amenities ataupun fasilitas yang cukup baik. Pada bagian akomodasi, KDTWK Gilimanuk dilengkapi oleh pondok wisata (home stay) dengan jumlah 1 buah sampai hotel non bintang yang berjumlah 6 buah (Kecamatan Melaya Dalam Angka).

Gilimanuk juga terkenal dengan kuliner khas sehingga menjadi pusat kuliner yang terkenal di Bali, yakni kuliner Ayam Betutu yang ditandai dengan keberadaan Anjungan Betutu Gilimanuk (ABG). Kawasan kuliner ABG memfasilitasi banyak usaha ayam betutu khas Gilimanuk, seperti Ayam Betutu Men Tempeh yang sudah melegenda. Total keseluruhan rumah makan atau restoran di Gilimanuk berjumlah 50 buah. Selain kuliner, KDTWK Gilimanuk juga dilengkapi oleh berbagai toko-toko penjual cinderamata dan oleh-oleh makanan seperti pie susu dengan jumlah yang cukup banyak.

1. Kekuatan

Kekuatan dari tempat pariwisata ini adalah antara lain terkenal dengan kuliner ayam betutu, rencana pelabuhan berkelas internasional, libur hari raya menjadi momentum peningkatan jumlah kunjungan, penataan kawasan sudah teratur, keterlibatan masyarakat sebagai pelaku pariwisata sudah berjalan, deversifikasi produk wisata alam (Daratan dan bahari), dan fokus pada pelestarian budaya dan lingkungan.

2. Kelemahan

Kelemahan terakhir dari KDTWK Gilimanuk adalah kurangnya pemasaran dan promosi yang efektif. Di sisi lain, saat ini organisasi yang seharusnya menyatukan dan menyinergikan para pemangku kepentingan yang tentu terarah tentang pengelolaan wisata yang lebih baik sedang dalam masa pasif dikarenakan pandemi COVID-19 dalam dua tahun terakhir yang menyebabkan tidak ada wisatawan datang. Hal tersebut juga didorong oleh kualitas SDM masyarakat yang masih belum cukup untuk tujuan jangka panjang.

3. Peluang

Peluang yang ada di dalam sektor pariwisata ini adalah, antara lain distribusi wisatawan dari Bali bagian selatan untuk mencegah overtourism, posisi strategis KDTWK Gilimanuk yang berada di pelabuhan ASDP, pembukaan borders dan wisatawan semakin masif berpergian dan diterbitkannya Permenparekraf No. 9 Tahun 2021 tentang Pedoman Pariwisata Berkelanjutan.

4. Ancaman

Ancaman dalam sector pariwisata ini adalah antara lain kompetisi destinasi sekitar dalam implementasi pariwisata berkelanjutan (Contoh: Banyuwangi, Buleleng), COVID-19 yang terus mengeluarkan varian baru, peningkatan harga bahan bakar dan komoditas barang kebutuhan pokok, perubahan kebiasaan dan sikap wisatawan dalam berwisata karena pengaruh pembatasan sosial.

Tabel 1: Analisis SWOT

Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terkenal dengan kuliner ayam betutu. 2. Rencana pelabuhan berkelas internasional. 3. Libur hari raya menjadi momentum peningkatan jumlah kunjungan. 4. Penataan kawasan sudah teratur. 5. Pelibatan masyarakat sebagai pelaku pariwisata sudah berjalan. 6. Deversifikasi produk wisata alam (Daratan dan bahari). 7. Fokus pada pelestarian budaya dan lingkungan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengelola terpecah tanpa satu koordinasi khusus. 2. Minim investasi besar seperti hotel berbintang. 3. SDM pariwisata belum sesuai dengan standar. 4. Abrasi dan sampah kiriman. 5. Kelompok sadar wisata pasif selama pandemi. 6. Pendanaan Pokdarwis melalui BUMDes belum ada. 7. Kurang promosi dan pemasaran. 8. Perawatan sarana prasarana tidak terjamin.
Eksternal	Peluang (O)	Strategi S/O
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Distribusi wisatawan dari Bali bagian selatan untuk mencegah <i>overtourism</i>. 2. Posisi strategis KDTWK Gilimanuk yang berada di pelabuhan ASDP. 3. Pembukaan <i>borders</i> dan wisatawan semakin masif berpergian. 4. Diterbitkannya Permenparekraf No. 9 Tahun 2021 tentang Pedoman Pariwisata Berkelanjutan. 5. Komitmen Kemenparekraf untuk menuju <i>net zero carbon</i>. 6. Perkembangan teknologi digital (<i>metaverse, AI, marketing analytical</i>, dan lain-lain). 7. Tren NEWA (<i>nature, ecotourism, wellness</i>, dan <i>adventure</i>). 8. Perkembangan sektor MICE di Indonesia. 9. Peluang konektivitas melalui Jalan Tol Gilimanuk-Mengwi. 	Strategi W/O
Ancaman (T)	Strategi S/T	Strategi W/T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kompetisi destinasi sekitar dalam implementasi pariwisata 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merancang dan mengemas produk-produk wisata yang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan fokus pada pengelolaan dan perencanaan

<p>berkelanjutan (Contoh: Banyuwangi, Buleleng)</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. COVID-19 yang terus mengeluarkan varian baru. 3. Peningkatan harga bahan bakar dan komoditas barang kebutuhan pokok. 4. Perubahan kebiasaan dan sikap wisatawan dalam berwisata karena pengaruh pembatasan sosial. 	<p>unik serta berintegrasi dengan Pelabuhan Gilimanuk (S2, T1)</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Fokus target pemasaran ke pasar domestik dengan meningkatkan lama tinggalnya di KDTWK Gilimanuk (S3, T3) 	<p>resiko agar memiliki ketahanan destinasi (W4, T2, T3)</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Melakukan riset pasar wisatawan yang eksis dan potensial (W7, T1) 3. Mengikuti program pelatihan peningkatan kapasitas dan kualitas SDM bagi masyarakat (W1, T1) 4. Menetapkan <i>brand</i> dan menerapkan strategi <i>branding</i> bagi KDTWK Gilimanuk (W7, T1)
---	--	---

Berdasarkan analisis SWOT yang sebelumnya dilakukan dan telah menghasilkan sepuluh strategi alternatif, yakni integrasi produk unik dengan pelabuhan, pembentukan satuan tugas pariwisata berkelanjutan, konsep event bertema alam, pengedepanan pengelolaan pokdarwis, aktivitas penanaman tanaman endemik, menetapkan strategi branding, fokus pada length of stay wisatawan domestik, melakukan perencanaan resiko, melakukan riset pasar, dan mengikuti program pelatihan SDM. Strategi tersebut divalidasi dengan cara pengukuran menggunakan analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Analisis ini menghasilkan urutan strategi prioritas atas strategi-strategi yang sudah dianalisis sebelumnya di analisis SWOT antara lain:

1. Merancang dan Mengemas Produk-Produk Wisata yang Unik serta Berintegrasi dengan Pelabuhan Gilimanuk, Pembentukan Satuan Tugas Khusus Pariwisata Berkelanjutan (W1, O4)
2. Menyusun dan Menyiapkan Konsep Event Bertema Alam Pada Saat Momentum Libur Hari Raya (S3, O8)
3. Mengedepankan Peran Pokdarwis dalam Mengelola Destinasi Pariwisata Sesuai dengan Pedoman Pariwisata Berkelanjutan (W5, O4)
4. Menyiapkan Kawasan Bakau/Area Penanaman Endemik yang Dikelola Masyarakat dan BTNBB Sebagai Lokasi Aktivitas Wisata dan Mendukung Program Dekarbonisasi (S6, O5)
5. Menetapkan Brand dan Menerapkan Strategi Branding bagi KDTWK Gilimanuk (W7, T1), Mengikuti Program Pelatihan Peningkatan Kapasitas dan Kualitas SDM bagi Masyarakat (W1, T1)

Pembahasan

Strategi tata kelola pariwisata berkelanjutan diperlukan bagi destinasi yang spesifik memiliki lanskap pariwisata untuk konservasi alam. Kişi (2019) mengilustrasikan destinasi yang struktur ekonominya bergantung pada industri pariwisata memerlukan inisiasi strategis untuk mencapai pariwisata berkelanjutan. Inisiasi tersebut tentu memerlukan peran-peran kunci karena destinasi pariwisata memiliki faktor-faktor kendala dalam jangkauan yang luas sehingga perlu perwujudan aksi dari para pemangku kepentingan di dalam hubungannya dengan

prinsip pariwisata berkelanjutan (Brokaj, 2014). Hal demikian karena konflik terjadi pada saat kolaborasi yang seringkali dimanifestasikan dengan perbedaan pendapat antara pengembangan pariwisata melawan perlindungan lingkungan.

Dunets et al (2019) menggarisbawahi bahwa tiap wilayah yang berbeda memiliki prioritas pengembangannya sendiri. Hal itu turut mendukung KDTWK Gilimanuk memiliki tata kelola khusus menuju pariwisata berkelanjutan. KDTWK Gilimanuk juga berintegrasi dengan pelabuhan yang direncanakan akan menjadi pelabuhan modern. Ivars-Baidal (2021) mengungkapkan bahwa terdapat kontribusi pengembangan pariwisata berkelanjutan yang dibuat melalui *smart destination* serta mampu membantu mengidentifikasi kelemahan dan peluang. KDTWK Gilimanuk

Sejalan dengan era pandemi saat ini, banyak tantangan berdatangan seperti cara mengubah lingkungan ke arah yang lebih positif, meningkatkan motivasi wisatawan ke pelayanan pariwisata berkelanjutan, dan mengubah kebiasaan wisatawan menuju keberlanjutan (Streimikiene, 2020). KDTWK Gilimanuk yang juga terletak berjauhan dengan pusat pariwisata Bali tentu menjadi tantangan tersendiri. Martinez et al (2018) menyebut tingkat stabilitas tahunan dari pariwisata pedesaan tidak jauh dari stabilitas dari pariwisata urban, terkecuali untuk daerah pesisir. Pernyataan tersebut merupakan kelebihan dan kekurangan yang perlu dipertimbangkan kembali untuk dicari peluangnya.

IMPLIKASI

KDTWK Gilimanuk perlu memberikan perhatian lebih pada kepariwisataan di destinasi. Hal tersebut bisa dilakukan dengan memiliki pengelolaan yang terstruktur dengan melibatkan seluruh stakeholder dalam pengambilan keputusan dan implementasi program- program. Pengelolaan ini haruslah terdiri dari para ahli atau professional yang memiliki cukup pengalaman dalam bidang pariwisata. Saran bagi pemerintah, kelemahan dapat dikurangi dengan dilakukannya identifikasi kelemahan secara mendalam, berintegrasi dan berkomunikasi dengan para stakeholder terkait rencana pengembangan secara jangka menengah hingga jangka panjang.

KESIMPULAN DAN LIMITASI

Kondisi internal menyangkut faktor kekuatan sebanyak 7 buah dan faktor kelemahan sebanyak 8 buah, serta pada kondisi eksternal terdapat 9 buah faktor peluang dan 4 buah faktor ancaman.

Strategi yang ditetapkan banyak berfokus pada bagaimana KDTWK Gilimanuk bisa meminimalkan kelemahannya sebagai destinasi pariwisata, dan menghindari ancaman eksternal yang akan memiliki pengaruh besar pada destinasi. Berdasarkan hasil analisis SWOT yang sebelumnya telah dilakukan, terdapat 10 (sepuluh) strategi yang dirumuskan.

Pengembangan produk diprioritaskan karena tujuan utama keberadaan KDTWK Gilimanuk adalah pelestarian budaya dan penjagaan lingkungan. Masalah pengelolaan pariwisata diprioritaskan karena pada dasarnya pengelolaan di KDTWK Gilimanuk belum berjalan secara maksimal. Pada penelitian ini, strategi yang diprioritaskan adalah merancang dan mengemas produk-produk wisata yang unik serta berintegrasi dengan Pelabuhan Gilimanuk.

Saran bagi pemerintah terkait strategi prioritas agar dilakukan kajian-kajian secara periodik terkait industri pariwisata agar data selalu up- to-date sehingga menambah peluang dalam menyesuaikan target rencana dan strategi. Lalu saran bagi masyarakat adalah untuk selalu memantau dan mendukung program dan rencana berjangka serta aktif memberi masukan.

REFERENSI

- Antošová, G., Hausmann, C., & Pfeifer, V. (2021). Collaborative Destination Management of V4 Countries and Germany During the Covid-19 Pandemic. *Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development*, 10(2), 75-80
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2021). *Jumlah Wisatawan Asing ke Indonesia dan Bali, 1969-2021*. Badan Pusat Statistik Provinsi Bali.
- Bertocchi, D., & Visentin, F. (2019). "The overwhelmed city": Physical and social over-capacities of global tourism in Venice. *Sustainability*, 11(24), 6937. <https://doi.org/10.3390/su11246937>
- Brokaj, Rezarta. (2014). Local Government's Role in the Sustainable Tourism Development of A Destination. *European Scientific Journal*, 10 (31)
- Certo, S. T., Busenbark, J. R., Kalm, M., & LePine, J. A. (2020). Divided we fall: How ratios undermine research in strategic management. *Organizational research methods*, 23(2), 211-237.
- Dunets, A. N., Vakhrushev, I. B., Sukhova, M. G., Sokolov, M. S., Utkina, K. M., & Shichiyakh, R. A. (2019). Selection of strategic priorities for sustainable development of tourism in a mountain region: concentration of tourist infrastructure or nature-oriented tourism. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(2), 1217.
- Foris, D., Florescu, A., Foris, T., & Barabas, S. (2020). Improving the management of tourist destinations: A new approach to strategic management at the DMO level by integrating lean techniques. *Sustainability*, 12(23), 10201.
- Ghanbari, A., & Ahmadian, F. (2018). The Study of Effective Factors in Introduction of Tabriz Market as a Tourism Brand.
- Ivars-Baidal, J. A., Vera-Rebollo, J. F., Perles-Ribes, J., Femenia-Serra, F., & Celdrán-Bernabeu, M. A. (2021). Sustainable tourism indicators: what's new within the smart city/destination approach?. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-24.
- Kementerian Kehutanan. (2003). Direktorat Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam & Direktorat Wisata Alam dan Pemanfaatan Jasa Lingkungan. Pedoman Rencana Pengembangan Pariwisata Alam Nasional Di Kawasan Hutan. Bogor: Kemenhut.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021). Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2021. Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi Kemenparekraf/Baparekraf.

- Kişi, N. (2019). A strategic approach to sustainable tourism development using the A'WOT hybrid method: A case study of Zonguldak, Turkey. *Sustainability*, 11(4), 964.
- Martínez, J. M. G., Martín, J. M. M., Fernández, J. A. S., & Mogorrón-Guerrero, H. (2019). An analysis of the stability of rural tourism as a desired condition for sustainable tourism. *Journal of Business Research*, 100, 165-174.
- Muyanto, R. 2021. Anak dan Rumah Tangga dalam Pandemi: Dampak Sosial-Ekonomi COVID-19. UNICEF Indonesia.
- Nguyen, QH. (2021). Dampak Investasi dalam Pembangunan Infrastruktur Pariwisata dalam Menarik Pengunjung Internasional: Pendekatan ARDL Panel Nonlinier Menggunakan Data Vietnam. *Ekonomi* 9(3), 1- 19. DOI: 10.3390/ekonomi9030131.
- Pearce, J. A., Robinson, R. B., & Subramanian, R. (2000). Strategic management: Formulation, implementation, and control. Columbus, OH: Irwin/McGraw-Hill.
- Sheehan, L., Vargas-Sánchez, A., Presenza, A., & Abbate, T. (2016). The use of intelligence in tourism destination management: An emerging role for DMOs. *International Journal of Tourism Research*, 18(6), 549-557.
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable development*, 29(1), 259-271.