
QUALITY TOURISM SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING PARIWISATA INDONESIA DI TENGAH KETIDAKPASTIAN GLOBAL

Putu Arya Reksa Anggratyas¹, Joko Prayitno², I Made Sugita Darmateja³

^{1,2,3}Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram, Indonesia

E-mail: ¹reksa.anggratyas@iahn-gdepudja.ac.id, ²jokopravitno.a22@gmail.com,

³darmateja.ims@iahn-gdepudja.ac.id

Article History:

Received: 09-04-2026

Revised: 28-04-2026

Accepted: 10-05-2026

Keywords:

Quality Tourism; Daya
Saing Destinasi;
Pariwisata
Berkelanjutan;
Ketidakpastian Global;
Indonesia.

Abstract: *The global tourism sector is currently facing various uncertainties driven by economic slowdown, geopolitical tensions, climate change, and the rapid advancement of digital technologies. These conditions have encouraged a shift in tourism development paradigms from a quantity-oriented approach to a quality-oriented approach. This study aims to analyze the role of Quality Tourism as a strategy for enhancing the competitiveness of Indonesian tourism amid global uncertainty. The study employed a qualitative approach using a descriptive method through document and content analysis. The research data were derived from the Indonesia Tourism Outlook 2025/2026 report and various scholarly publications related to Quality Tourism, destination competitiveness, and sustainable tourism development. The findings indicate that Quality Tourism serves as a strategic approach to improving destination competitiveness through enhanced tourist experiences, increased economic value creation, preservation of local culture, environmental sustainability, and the utilization of digital technologies. Furthermore, the implementation of Quality Tourism contributes to strengthening tourism resilience against global challenges while supporting sustainable tourism development goals. Therefore, strengthening destination governance, improving human resource quality, fostering tourism product innovation, and accelerating digital transformation are essential factors for the successful implementation of Quality Tourism in Indonesia*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi global, penciptaan lapangan kerja, dan pembangunan wilayah. World Travel and Tourism Council (WTTC) memperkirakan sektor perjalanan dan pariwisata menyumbang hampir 10% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dunia dan terus menunjukkan tren pertumbuhan pascapandemi¹. Namun demikian, perkembangan sektor ini berlangsung di tengah berbagai tantangan global seperti perlambatan ekonomi, inflasi, konflik geopolitik, perubahan iklim, serta disrupsi teknologi yang memengaruhi mobilitas wisatawan dan dinamika industri pariwisata^{1,2}. Kondisi tersebut menuntut setiap destinasi

untuk meningkatkan daya saing dan kemampuan adaptasinya dalam menghadapi ketidakpastian global.

Dengan berbagai tantangan tersebut, sektor pariwisata global tetap menunjukkan resiliensi yang cukup kuat. *UN (United Nation) Tourism* melaporkan bahwa perjalanan wisata internasional pada tahun 2026 masih mengalami pertumbuhan meskipun lebih lambat dibandingkan periode sebelumnya akibat meningkatnya ketidakpastian ekonomi dan geopolitik³. Kondisi tersebut juga menunjukkan bahwa sektor pariwisata memiliki tingkat resiliensi yang tinggi meskipun menghadapi tekanan ekonomi global^{1,3}. Hal tersebut mendorong perubahan paradigma pembangunan pariwisata dari orientasi kuantitas menuju orientasi kualitas. Destinasi wisata tidak lagi hanya berupaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga berfokus pada penciptaan nilai ekonomi yang lebih tinggi, keberlanjutan lingkungan, serta pengalaman wisata yang lebih bermakna bagi wisatawan.

Konsep *Quality Tourism* mendorong pergeseran paradigma dalam mengukur keberhasilan pembangunan pariwisata, yang kini tidak lagi bertumpu pada jumlah kunjungan melainkan pada kualitas pengalaman wisatawan dan manfaatnya bagi masyarakat lokal. Kualitas pengalaman ini bersifat multidimensional karena mencakup aspek produk, layanan, serta interaksi sosial selama perjalanan⁴, yang secara langsung berkontribusi pada peningkatan daya tarik dan daya saing destinasi⁵.

Penerapan *Quality Tourism* kini dipandang sebagai pendekatan yang sangat relevan untuk mewujudkan pembangunan pariwisata berkelanjutan yang selaras dengan target Sustainable Development Goals (SDGs). Hal ini didasari oleh fakta bahwa peningkatan kualitas destinasi yang mencakup dimensi autentisitas, kenyamanan, keamanan, keramahan, serta kelestarian lingkungan mampu memberikan dampak ganda⁶. Manfaat yang dihasilkan tidak hanya dirasakan oleh pengunjung, melainkan juga berkontribusi langsung pada proteksi ekologi, pelestarian budaya lokal, dan peningkatan kesejahteraan komunitas setempat.

Indonesia saat ini aktif mengadopsi paradigma *Quality Tourism* dalam pembangunan sektor pariwisatanya^{7,8}. Langkah ini ditunjukkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang menggeser indikator keberhasilan dari kuantitas kunjungan menjadi lama tinggal, tingkat pengeluaran, kepuasan wisatawan, dan keberlanjutan destinasi⁷. Guna mewujudkan pariwisata yang berkualitas dan berdaya saing global, strategi pemasaran nasional periode 2025–2029 difokuskan pada penguatan pemasaran digital, pengembangan pasar khusus (*niche market*), serta kolaborasi lintas pemangku kepentingan^{8,9}.

Kendati konsep *Quality Tourism* kian populer, penerapannya masih membentur beragam kendala konseptual maupun praktis. Hal ini dipicu oleh adanya variasi interpretasi yang berisiko menggeser fokus pariwisata menjadi sekadar wisata premium, sehingga gagal mendistribusikan keuntungan secara adil kepada komunitas lokal¹⁰. Terlepas dari hambatan tersebut, Fenomena ekspansi ekonomi digital serta tuntutan resiliensi industri pariwisata justru memperkuat urgensi perumusan strategi pembangunan yang mengedepankan mutu, keberlanjutan, dan keunggulan kompetitif destinasi^{11,12}. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk menganalisis bagaimana *Quality Tourism* dapat berperan sebagai strategi peningkatan daya saing pariwisata Indonesia di tengah ketidakpastian global yang terus berkembang.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan deskriptif dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami dan menjelaskan fenomena *Quality Tourism* sebagai strategi peningkatan daya saing pariwisata Indonesia di tengah ketidakpastian global tanpa melakukan pengujian hipotesis. Penelitian berfokus pada interpretasi kebijakan, tren, dan strategi pengembangan pariwisata yang tercermin dalam berbagai dokumen resmi dan literatur ilmiah.

Sumber Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini sepenuhnya menggunakan sumber data sekunder yang relevan dengan lokus kajian. Basis data utama diekstraksi dari laporan *Indonesia Tourism Outlook 2025/2026: Insight Report on Quality Tourism in Indonesia* terbitan Bank Indonesia dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Dokumen ini menjadi rujukan kunci dalam mengidentifikasi peta jalan *Quality Tourism*, tantangan industri, dan strategi penguatan daya saing pariwisata domestik. Guna memperluas cakupan teoretis mengenai keberlanjutan, daya saing, dan resiliensi sektor ini, riset turut mengeksplorasi literatur pendukung berupa jurnal internasional dan laporan organisasi dunia. Data komparatif tersebut disarikan dari publikasi teoretis para ahli^{4-6,8,10} serta laporan strategis global yang diterbitkan oleh *UN Tourism*³ dan *World Travel and Tourism Council (WTTC)*¹.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui teknik studi dokumentasi (*documentary study*) dan studi literatur (*literature review*). Studi dokumentasi dilakukan dengan menelaah isi *Indonesia Tourism Outlook 2025/2026* untuk memperoleh informasi mengenai kondisi pariwisata global dan nasional, arah pembangunan *Quality Tourism*, serta berbagai indikator yang berkaitan dengan daya saing pariwisata Indonesia. Selanjutnya, studi literatur dilakukan dengan mengkaji artikel ilmiah, buku, laporan internasional, dan dokumen kebijakan yang relevan guna memperkuat landasan teoritis dan memperkaya interpretasi hasil penelitian.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan teknik *content analysis* (analisis isi)¹³. Teknik ini digunakan untuk mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menginterpretasikan berbagai informasi yang terdapat dalam dokumen penelitian. Proses analisis dilakukan melalui empat tahapan, yaitu:

1. Reduksi Data, yaitu proses memilih dan menyederhanakan informasi yang relevan dengan fokus penelitian mengenai *Quality Tourism* dan daya saing pariwisata.
2. Kategorisasi Data, yaitu mengelompokkan data ke dalam beberapa tema utama yang meliputi kondisi pariwisata global, tantangan sektor pariwisata, konsep *Quality Tourism*, daya saing destinasi, serta strategi pengembangan pariwisata Indonesia.
3. Interpretasi Data, yaitu menafsirkan temuan berdasarkan teori *Quality Tourism*, *Sustainable Tourism Development*, dan *Destination Competitiveness* untuk menjelaskan hubungan antara kualitas destinasi dan peningkatan daya saing pariwisata.
4. Penarikan Kesimpulan, yaitu merumuskan temuan utama penelitian mengenai peran *Quality Tourism* sebagai strategi pembangunan pariwisata Indonesia yang berkelanjutan dan berdaya saing di tengah ketidakpastian global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dinamika dan Ketidakpastian Pariwisata Global

Sektor pariwisata global menunjukkan tren pemulihan yang positif setelah pandemi COVID-19¹¹. Namun demikian, proses pemulihan tersebut masih dihadapkan pada berbagai ketidakpastian yang berasal dari faktor ekonomi, geopolitik, lingkungan, dan teknologi. Dalam laporan Indonesia Tourism Outlook 2025/2026 mengidentifikasi beberapa tantangan utama yang memengaruhi perkembangan industri pariwisata global, antara lain perlambatan pertumbuhan ekonomi dunia, meningkatnya tensi geopolitik, perubahan iklim, serta transformasi digital yang berlangsung sangat cepat².

Di sisi lain, laporan UN Tourism menunjukkan bahwa jumlah perjalanan wisata internasional terus mengalami peningkatan meskipun laju pertumbuhannya cenderung melambat akibat meningkatnya ketidakpastian global. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sektor pariwisata memiliki tingkat resiliensi yang cukup tinggi, tetapi tetap memerlukan strategi pengelolaan yang adaptif agar mampu bertahan dalam situasi yang dinamis.

Perubahan kondisi global juga mendorong perubahan perilaku wisatawan. Wisatawan saat ini semakin memperhatikan aspek keamanan, keberlanjutan lingkungan, autentisitas budaya, kualitas layanan, serta pengalaman wisata yang lebih personal. Pergeseran preferensi tersebut menyebabkan destinasi wisata tidak lagi dapat mengandalkan strategi peningkatan jumlah kunjungan semata, tetapi harus mampu menciptakan pengalaman wisata yang bernilai dan berkualitas.

Hal ini selaras dengan argumen bahwa mutu dari pengalaman perjalanan merupakan determinan utama yang mengendalikan tingkat kepuasan sekaligus loyalitas pengunjung^{4,14}. Konsekuensinya, di tengah era ketidakpastian global saat ini, keunggulan kompetitif suatu kawasan wisata sangat bertumpu pada kapabilitasnya dalam menyajikan pengalaman yang bermutu dan berkelanjutan¹⁵.

Transformasi Paradigma Pariwisata Indonesia Menuju *Quality Tourism*

Sebagai respons terhadap perubahan lingkungan global dan perkembangan pasar wisata, Indonesia mulai menggeser paradigma pembangunan pariwisata dari orientasi quantity tourism menuju *Quality Tourism*. Pergeseran ini tercermin dalam berbagai kebijakan pembangunan pariwisata nasional yang menempatkan kualitas pengalaman wisatawan, keberlanjutan lingkungan, pelestarian budaya, dan kesejahteraan masyarakat sebagai prioritas utama.

Indonesia Tourism Outlook 2025/2026 menegaskan bahwa keberhasilan pembangunan pariwisata tidak lagi hanya diukur berdasarkan jumlah kunjungan wisatawan, melainkan melalui indikator yang lebih komprehensif seperti lama tinggal wisatawan (*length of stay*), pengeluaran wisatawan (*tourist spending*), tingkat kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*), dan manfaat ekonomi yang diterima masyarakat lokal.

Transformasi tersebut menunjukkan adanya perubahan orientasi dari mass tourism menuju high-value tourism. Dalam paradigma ini, peningkatan nilai ekonomi per wisatawan dianggap lebih penting dibandingkan peningkatan jumlah wisatawan secara masif yang berpotensi menimbulkan tekanan terhadap lingkungan dan sosial budaya destinasi. Strategi pemasaran pariwisata Indonesia periode 2025–2029 juga diarahkan untuk mendukung pembangunan *Quality Tourism* melalui pengembangan pasar khusus (*niche market*), pemasaran digital, serta penguatan kemitraan antar pemangku kepentingan⁸. Strategi tersebut menunjukkan bahwa *Quality Tourism* telah menjadi arah kebijakan utama pembangunan pariwisata Indonesia.

Peran *Quality Tourism* dalam Meningkatkan Daya Saing Pariwisata Indonesia

Analisis terhadap kondisi pariwisata global, arah kebijakan pariwisata Indonesia, serta konsep *Quality Tourism* menunjukkan bahwa peningkatan daya saing destinasi tidak dapat dilepaskan dari kemampuan destinasi dalam merespons berbagai tantangan eksternal secara adaptif dan berkelanjutan¹⁵⁻¹⁷. Dalam konteks tersebut, *Quality Tourism* berperan sebagai pendekatan strategis yang mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, budaya, lingkungan, dan teknologi untuk menciptakan nilai tambah bagi destinasi. Adapun sintesis hubungan antara tantangan global, respons *Quality Tourism*, dan dampaknya terhadap daya saing destinasi disajikan pada Tabel 1

Tabel 1. Sintesis Hubungan Tantangan Global, Respons *Quality Tourism*, dan Dampaknya terhadap Daya Saing Destinasi

Tantangan Global	Dampak terhadap Pariwisata	Respons <i>Quality Tourism</i>	Indikator Keberhasilan	Implikasi terhadap Daya Saing	Referensi
Perlambatan ekonomi global	Penurunan permintaan wisata dan investasi	High-value tourism dan diversifikasi produk wisata	Tourist spending, Length of Stay	Peningkatan nilai tambah ekonomi destinasi	Dwyer & Kim (2003) ¹⁸ ; Crouch & Ritchie (1999) ¹⁹ ; WTTC (2026) ¹
Perubahan preferensi wisatawan	Meningkatnya permintaan wisata autentik	Experience-based tourism	Tourist Satisfaction	Loyalitas dan revisit intention	Jennings et al. (2009) ⁴ ; Chen et al. (2023) ⁵
Perubahan iklim	Kerusakan sumber daya wisata	Sustainable tourism dan konservasi	Environmental Quality Index	Ketahanan destinasi	Mason et al. (2022) ⁶
Digitalisasi	Perubahan perilaku wisatawan	Smart tourism dan digital marketing	Digital Engagement	Keunggulan kompetitif digital	Zhu et al. (2026) ²⁰
Persaingan destinasi	Kompetisi pasar semakin tinggi	Peningkatan kualitas layanan dan inovasi	Service Quality Index	Destination Competitiveness	Dwyer & Kim (2003) ¹⁸ ; Crouch & Ritchie (1999) ¹⁹ ; Chin (2022)
Ketimpangan manfaat ekonomi	Rendahnya kesejahteraan masyarakat	Community-based tourism dan	Community Participation	Inclusive Tourism Development	UN Tourism (2026) ³ ;

Tantangan Global	Dampak terhadap Pariwisata	Respons <i>Quality Tourism</i>	Indikator Keberhasilan	Implikasi terhadap Daya Saing	Referensi
		pemberdayaan UMKM			OECD (2024) ²¹
Overtourism	Penurunan kualitas pengalaman	Visitor Management	Carrying Capacity	Sustainable Destination	Reinhold et al. (2023) ²² ; Veilleux & Sarrasin (2025) ¹⁰
Risiko krisis global	Penurunan kunjungan wisata	Tourism resilience dan adaptive governance	Destination Resilience	Ketahanan jangka panjang	UN Tourism (2026); ³ WTTC (2026) ¹

Sumber: Diolah penulis berdasarkan Dwyer dan Kim (2003), Crouch dan Ritchie (1999), Mason et al. (2022), Jennings et al. (2009), Chen et al. (2023), Indonesia Tourism Outlook 2025/2026, WTTC (2026), UN Tourism (2026), OECD (2024), dan Zhu et al. (2026).

Berdasarkan Tabel 1, dapat dipahami bahwa implementasi *Quality Tourism* tidak hanya berfungsi sebagai respons terhadap berbagai tantangan global yang dihadapi sektor pariwisata, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam meningkatkan daya saing destinasi secara berkelanjutan. Dampak tersebut tercermin melalui berbagai dimensi pembangunan pariwisata, mulai dari peningkatan nilai ekonomi, penguatan aspek sosial dan budaya, pelestarian lingkungan, hingga peningkatan daya saing destinasi secara keseluruhan. Oleh karena itu, pembahasan selanjutnya difokuskan pada analisis kontribusi *Quality Tourism* terhadap keempat dimensi tersebut sebagai faktor utama yang menentukan keberhasilan pembangunan pariwisata Indonesia di tengah ketidakpastian global.

a. Dimensi Ekonomi

Quality Tourism mampu meningkatkan nilai tambah ekonomi melalui peningkatan length of stay, tourist spending, dan distribusi manfaat ekonomi kepada masyarakat lokal. Destinasi yang berorientasi pada kualitas cenderung memperoleh pengeluaran wisatawan yang lebih tinggi dibandingkan destinasi yang hanya berorientasi pada volume kunjungan. Pendekatan ini juga meningkatkan ketahanan ekonomi destinasi melalui diversifikasi produk wisata dan pemberdayaan usaha lokal.

b. Dimensi Sosial dan Budaya

Quality Tourism juga berkontribusi terhadap pelestarian budaya dan penguatan identitas lokal. Wisatawan berkualitas umumnya memiliki ketertarikan terhadap budaya, tradisi, sejarah, dan kehidupan masyarakat setempat. Kondisi ini mendorong masyarakat untuk mempertahankan nilai-nilai budaya sebagai bagian dari daya tarik wisata. Mason *et al.*⁶ menjelaskan bahwa kualitas destinasi yang ditunjukkan melalui autentisitas, keramahan, keamanan, dan kenyamanan memiliki hubungan yang kuat dengan pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs). Oleh karena itu, *Quality Tourism* tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga memperkuat keberlanjutan sosial dan budaya

destinasi.

c. Dimensi Lingkungan

Salah satu karakteristik utama *Quality Tourism* adalah perhatian terhadap keberlanjutan lingkungan. Pendekatan ini mendorong pengelolaan destinasi yang lebih bertanggung jawab melalui pengurangan tekanan terhadap sumber daya alam, pengelolaan limbah yang lebih baik, serta konservasi ekosistem. Dalam konteks Indonesia yang memiliki kekayaan alam dan keanekaragaman hayati tinggi, penerapan *Quality Tourism* dapat menjadi instrumen penting dalam menjaga keseimbangan antara pemanfaatan sumber daya wisata dan upaya konservasi lingkungan.

d. Dimensi Daya Saing Destinasi

Daya saing destinasi merupakan hasil interaksi antara kualitas sumber daya, efektivitas manajemen destinasi, infrastruktur pendukung, kebijakan pemerintah, kondisi permintaan pasar, serta kemampuan destinasi dalam menciptakan pengalaman wisata yang bernilai bagi pengunjung^{16,18,22,23}. Sejalan dengan konsep tersebut, *Quality Tourism* menjadi pendekatan strategis yang menempatkan kualitas pengalaman wisatawan sebagai tujuan utama melalui penguatan kualitas layanan, pelestarian lingkungan, perlindungan warisan budaya, inovasi produk wisata, dan tata kelola destinasi yang berkelanjutan^{6,24}. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kepuasan dan loyalitas wisatawan, tetapi juga memperkuat nilai ekonomi destinasi, meningkatkan daya saing, serta mendukung pembangunan pariwisata yang berkelanjutan^{5,6,18,24,25}.

Implikasi Strategis bagi Pengembangan Pariwisata Indonesia Berkelanjutan

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Quality Tourism* merupakan strategi yang relevan untuk meningkatkan daya saing pariwisata Indonesia di tengah ketidakpastian global. Pendekatan ini memungkinkan Indonesia untuk beralih dari model pertumbuhan berbasis kuantitas menuju model pembangunan yang lebih berkelanjutan dan berorientasi pada nilai.

Implementasi *Quality Tourism* memerlukan dukungan kebijakan yang terintegrasi, peningkatan kualitas sumber daya manusia pariwisata, penguatan tata kelola destinasi, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dan pengelolaan destinasi. Selain itu, kolaborasi antara pemerintah, industri, masyarakat, akademisi, dan media menjadi faktor penting dalam memastikan keberhasilan implementasi *Quality Tourism*.

Dengan menerapkan pendekatan tersebut secara konsisten, Indonesia tidak hanya mampu meningkatkan daya saing destinasi wisata, tetapi juga memperkuat ketahanan sektor pariwisata terhadap berbagai perubahan dan ketidakpastian global pada masa mendatang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, *Quality Tourism* merupakan pendekatan strategis yang relevan dalam meningkatkan daya saing pariwisata Indonesia di tengah ketidakpastian global yang ditandai oleh perlambatan ekonomi, perubahan perilaku wisatawan, tekanan lingkungan, serta perkembangan teknologi digital. Paradigma ini tidak lagi berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan semata, tetapi menekankan kualitas pengalaman wisatawan, peningkatan nilai ekonomi, pelestarian budaya, keberlanjutan lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi *Quality Tourism* mampu memperkuat daya saing destinasi melalui peningkatan kualitas layanan, pengembangan produk wisata bernilai tinggi, pemberdayaan masyarakat, serta pengelolaan destinasi yang berkelanjutan. Dengan demikian, *Quality Tourism* dapat menjadi landasan

penting dalam mewujudkan pembangunan pariwisata Indonesia yang tangguh, berkelanjutan, dan berdaya saing global.

Upaya untuk mengoptimalkan implementasi *Quality Tourism*, pemerintah dan pemangku kepentingan pariwisata perlu memperkuat tata kelola destinasi, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, mendorong inovasi produk wisata berbasis budaya dan keberlanjutan, serta memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran dan pengelolaan destinasi. Selain itu, diperlukan pengembangan indikator pengukuran *Quality Tourism* yang lebih komprehensif guna mengevaluasi keberhasilan implementasinya pada tingkat destinasi. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan kajian empiris pada destinasi wisata tertentu di Indonesia sehingga dapat mengukur secara lebih spesifik pengaruh *Quality Tourism* terhadap daya saing destinasi, kepuasan wisatawan, dan kesejahteraan masyarakat lokal.

DAFTAR REFERENSI

- [1] *Economic Impact Research 2026. World Travel & Tourism Council *Economic Impact Research. Published online 2026.*
- [2] *Economic Outlook: Global Economy in the Shadow of War. International Monetary Fund *World. Published online 2026.*
- [3] *World Tourism Barometer. United Nations Tourism *World Tourism Barometer* Madrid: UN Tourism. Published online 2026.*
- [4] Jennings G, Lee YS, Ayling A, Lunny B, Cater C, Ollenburg C. *Quality Tourism experiences: Reviews, reflections, research agendas. Journal of Hospitality Marketing & Management. 2009;18(2-3):294-310. doi:10.1080/19368620802594169*
- [5] Chen B, Zhu Y, He X, Zhou C. *Analysis of high-Quality Tourism destinations based on spatiotemporal big data—A case study of Urumqi. Land (Basel). 2023;12(7):1425. doi:10.3390/land12071425*
- [6] Mason P, Augustyn M, Seakhwa-King A. *Tourism destination quality and the UN Sustainable Development Goals: Tourism Agenda 2030. Tourism Review. 2023;78(2):443-460. doi:10.1108/tr-05-2022-0259*
- [7] Indonesia B. *Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, Kementerian/Lembaga terkait. *Indonesia Tourism Outlook. Insight Report on Quality Tourism in Indonesia*. Published online 2025.*
- [8] Fauzi D, Sumirat PA. *Evaluation of Indonesian tourism marketing towards Quality Tourism. International Journal of Magistravitae Management. 2023;1(2):117-129. doi:10.33019/ijomm.v1i2.22*
- [9] Anggratyas PAR. *INOVASI DESTINASI DIGITAL DAN KONSEP WISATA NOMADIC. In: Purnama H, ed. Digitalisasi Pariwisata. Vol 1. 1st ed. Get Press; 2026:48-73. Accessed July 2, 2026. https://www.researchgate.net/publication/408316959_INOVASI_DESTINASI_DIGITAL_DAN_KONSEP_WISATA_NOMADIC*
- [10] Veilleux A, Sarrasin B. *Quality Tourism in Thailand: Towards sustainable tourism or further wealth concentration? Tourism and Hospitality. 2025;6(1):34. doi:10.3390/tourhosp6010034*
- [11] Chin CH. *Empirical research on the competitiveness of rural tourism destinations: a practical plan for rural tourism industry post-COVID-19. Consumer Behavior in Tourism*

- and Hospitality*. 2022;17(2):211-231. doi:10.1108/cbth-07-2021-0169
- [12] Suyasa IM, Suteja IW, Anggratyas PAR, Bratayasa IW, Ariyogi D. *Digitalisasi Pariwisata*. Vol 1. 1st ed. (Purnama H, ed.). Get Press; 2026. Accessed July 1, 2026. <https://getpress.co.id/product/DIGITALISASI-PARIWISATA>
- [13] Krippendorff K. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. SAGE Publications, Inc.; 2019. doi:10.4135/9781071878781
- [14] De Keyser A, Verleye K, Lemon KN, Keiningham TL, Klaus P. Moving the customer experience field forward: Introducing the touchpoints, context, qualities (TCQ) nomenclature. *J Serv Res*. 2020;23(4):433-455. doi:10.1177/1094670520928390
- [15] Bramwell B, Lane B. Towards innovation in sustainable tourism research? *Journal of Sustainable Tourism*. 2012;20(1):1-7. doi:10.1080/09669582.2011.641559
- [16] Andrades L, Dimanche F. Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges. *Tour Manag*. 2017;62:360-376. doi:10.1016/j.tourman.2017.05.008
- [17] Cracolici MF, Nijkamp P. The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions. *Tour Manag*. 2009;30(3):336-344. doi:10.1016/j.tourman.2008.07.006
- [18] Dwyer L, Kim C. Destination competitiveness: Determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*. 2003;6(5):369-414. doi:10.1080/13683500308667962
- [19] Crouch GI, Ritchie JRB. Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *J Bus Res*. 1999;44(3):137-152. doi:10.1016/s0148-2963(97)00196-3
- [20] Zhu J, Fang K, Sun Y, Yu J. The impact of the digital economy on tourism economic resilience and its spatial effects—evidence from the Yangtze River Basin, China. *Sustainability*. 2026;18(5):2299. doi:10.3390/su18052299
- [21] Oecd O. *Tourism Trends and Policies*. Organisation for Economic Co-operation and Development; 2024.
- [22] Reinhold S, Beritelli P, Fyall A, Choi HSC, Laesser C, Joppe M. State-of-the-art review on destination marketing and destination management. *Tourism and Hospitality*. 2023;4(4):584-603. doi:10.3390/tourhosp4040036
- [23] Crouch GI. Destination competitiveness: An analysis of determinant attributes. *J Travel Res*. 2011;50(1):27-45. doi:10.1177/0047287510362776
- [24] Xia H, Muskat B, Karl M, Li G, Law R. Destination competitiveness research over the past three decades: a computational literature review using topic modelling. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 2024;41(5):726-742. doi:10.1080/10548408.2024.2332278
- [25] Assaker G, Hallak R, Vinzi VE, O'Connor P. An empirical operationalization of countries' destination competitiveness using partial least squares modeling. *J Travel Res*. 2014;53(1):26-43. doi:10.1177/0047287513481275

HALAMAN INI SENGAJA DI KOSONG