

Editor:

Magister Alfatah Kalijaga, S.T., M.T., C.G.L.



# PEMASARAN INDUSTRI EKOWISATA

Memperkuat Citra Destinasi Ramah Lingkungan

Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M., C.B.L.D.M.

Dr. Drs. Agus Mulyono, B.Sc., M.M.

# Tentang Penulis

**Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M., C.B.L.D.M.**



Dosen Tetap Prodi Manajemen (S1) dan Magister Manajemen (S2), Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Janabadra. Anggota IKABADRA. Lulus Magister Manajemen (S2) dan Doktor (S3) Program Pasca Sarjana, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Pernah mengajar di Lembaga Pendidikan Komputer, Universitas Teknologi Yogyakarta (UTY), Universitas Mercu Buana (UMB), Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa (UST), AKPER Karya Husada Yogyakarta. Aktif Penelitian Jurnal Nasional dan Internasional, Pengabdian kepada Masyarakat dan menulis buku literature. Saat ini menjabat Ketua Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat (2021-2025) Universitas Janabadra, Yogyakarta. Email : danang\_sunyoto@janabadra.ac.id

**Dr. Drs. Agus Mulyono, B.Sc., M.M.**



Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Janabadra Yogyakarta, yang satu ini memang agak unik karena selain akademisi juga seorang Politisi, Akademisi yang Politisi. Pada bidang Akademik, Th 1996 Dosen Teladan UJB., Th 1999 Lulusan Cumlaude MM FE - UII. Th 2019 dan Th 2020 Dosen Kinerja Terbaik UJB. Th 2019 Dosen Terfavorit di Prodi. Akuntansi, Prodi. EP. Dosen terbaik FEB UJB versi Lembaga Mahasiswa FEB UJB. Th 2023 Lulus Program S3 Ilmu Ekonomi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII Yogyakarta, dengan IPK 3.8.

Penulis merupakan dosen terbanyak menjadi DPL (Dosen Pembimbing Lapangan) serta penulis artikel terbanyak di kolom Bisnis dan Investasi FBE UII. Pada Bidang Politisi, berkiprah sejak Th 2003 di Partai Golkar DIY, jabatan demi jabatan pernah di embannya, terakhir jadi Ketua Golkar Kota Yogyakarta, Th 2009 - 2014 DPRD - DIY, Sekretaris Komisi B DPRD DIY Th 2009 - 2014. Banyak kiprah di bidang ini yang dirasakan oleh masyarakat luas. Mengajar mata kuliah, Manajemen Pengantar, Manajemen Bisnis, Manajemen Pemasaran, Manajemen Bisnis Eceran, Manajemen Pemasaran Jasa, Manajemen Strategi, dan Perpajakan. Email : agus.agusmo@janabadra.ac.id

# Tentang Editor

**Magister Alfatah Kalijaga, S.T., M.T., C.GL.**



Lulus Sarjana Teknik Industri (S.T.) tahun 2021 dan Magister Teknik Industri (M.T.) Program Pasca Sarjana (PS) tahun 2022, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia (UII), Yogyakarta. Pengajar di Laboratorium Pemodelan dan Simulasi Industri, Prodi. Teknik Industri, Universitas Islam Indonesia. Pemegang Certified Great Leadership (C.GL). Pengalaman prestasi yang telah dicapai, antara lain; First Winner and Best Presentation Business Plan Competition Perbanas Institute, Second Winner LKTIN Metal Exist Universitas Sultan Agung Tirtayasa, Juara Harapan 2 LKTI AUC Bali Universitas Pendidikan Ganesaha Bali, Juara Harapan 1 Essay Compepetion "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Industri Jasa" Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta, Second Winner Industrial Paper and Action Universitas Sumatera Utara, Third Winner Business Plan Upcycle Product Fashion Universitas Katolik Parahyangan, Third Winner Eco-money Competition "Pengelolaan Sampah", Juara Harapan 1 Competition of Industrial Engineering, Universitas Hassanudin Makassar, Participant Asean Youth Conference Kuala Lumpur Malaysia. Email : malfatahkalijaga@gmail.com



☎ 0858 5343 1992  
✉ eurekaediaaksara@gmail.com  
📍 Jl. Banjaran RT.20 RW.10  
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-120-868-2



9 786231 208682

# **PEMASARAN INDUSTRI EKOWISATA**

## **Memperkuat Citra Destinasi Ramah Lingkungan**

**Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M., C.B.L.D.M.**

**Dr. Drs. Agus Mulyono, B.Sc., M.M.**



**eureka**  
**media aksara**

**PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA**

**PEMASARAN INDUSTRI EKOWISATA**  
**Memperkuat Citra Destinasi Ramah Lingkungan**

**Penulis** : Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M.,  
C.B.L.D.M.  
Dr. Drs. Agus Mulyono, B.Sc., M.M.

**Editor** : Magister Alfatah Kalijaga, S.T., M.T., C.G.L.

**Desain Sampul** : Ardyan Arya Hayuwaskita

**Tata Letak** : Nadhifa Khairusyifa

**ISBN** : 978-623-120-868-2

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, JUNI 2024**  
**ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH**  
**NO. 225/JTE/2021**

**Redaksi:**

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari  
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2024

**All right reserved**

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

## KATA PENGANTAR

Selamat datang dalam perjalanan kami dalam pembahasan mengenai pemasaran industri ekowisata. Buku ini, "Pemasaran Industri Ekowisata: Memperkuat Citra Destinasi Ramah Lingkungan", dirancang untuk menjelajahi peran pemasaran dalam memperkuat citra destinasi ekowisata yang berkelanjutan.

Industri ekowisata telah menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat di era modern ini, menggabungkan kebutuhan akan petualangan, keindahan alam, dan kesadaran lingkungan. Namun, di balik pesona keindahan alam dan petualangan yang ditawarkan, terdapat tantangan besar yang harus dihadapi dalam memastikan keberlanjutan destinasi wisata yang kita nikmati saat ini untuk generasi mendatang.

Buku ini membawa pembaca melalui serangkaian konsep, strategi, dan praktik terbaik dalam pemasaran industri ekowisata. Dari pembentukan citra destinasi hingga penggunaan teknologi digital, kami mengeksplorasi beragam aspek yang membentuk lanskap pemasaran ekowisata saat ini.

Kami berharap bahwa buku ini tidak hanya akan memberikan wawasan mendalam bagi para profesional pemasaran dan pelaku industri, tetapi juga akan menginspirasi pembaca untuk berkontribusi dalam upaya pelestarian lingkungan dan pengembangan ekowisata yang berkelanjutan.

Terima kasih telah bergabung dengan kami dalam perjalanan ini. Semoga buku ini memberikan manfaat yang berharga dan menjadi panduan yang berguna dalam menghadapi tantangan dan peluang yang ada di industri ekowisata saat ini dan masa depan. Selamat membaca!

Salam hangat Penulis

Danang Sunyoto  
Agus Mulyono

## DAFTAR ISI

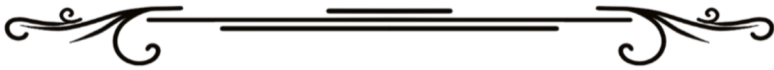
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>BAB 1 PENGANTAR EKOWISATA DAN PEMASARAN.....</b>	<b>1</b>
A. Definisi dan Konsep Ekowisata.....	1
B. Peran Pemasaran dalam Pembangunan Ekowisata ....	1
C. Tantangan dan Peluang dalam Pemasaran Destinasi Ramah Lingkungan .....	3
D. Tujuan dan Manfaat Memperkuat Citra Destinasi Ramah Lingkungan .....	4
E. Tinjauan Terhadap Isu-isu Lingkungan dalam Konteks Pemasaran Ekowisata.....	6
DAFTAR PUSTAKA.....	8
<b>BAB 2 ANALISIS PASAR DAN PENGEMBANGAN PRODUK EKOWISATA .....</b>	<b>9</b>
A. Penilaian Potensi Pasar untuk Destinasi Ekowisata....	9
B. Segmentasi Pasar dan Identifikasi Target Audience.....	11
C. Pemetaan Persaingan dalam Industri Ekowisata .....	12
D. Pengembangan Produk Ekowisata yang Berkelanjutan .....	14
E. Strategi Diferensiasi Produk dan Penentuan Harga..	16
DAFTAR PUSTAKA.....	19
<b>BAB 3 PEMASARAN DIGITAL DALAM EKOWISATA .....</b>	<b>20</b>
A. Peran Media Sosial dalam Mempromosikan Destinasi Ramah Lingkungan .....	20
B. Pembuatan Konten Digital yang Menarik dan Edukatif .....	22
C. Pemanfaatan Teknologi Augmented Reality dan Virtual Reality dalam Pemasaran Destinasi Ekowisata .....	23
D. Optimalisasi SEO untuk Meningkatkan Sistem Penelusuran Destinasi Ekowisata .....	25
E. Analisis Data dan Pengambilan Keputusan Berbasis Data dalam Pemasaran Ekowisata.....	27
DAFTAR PUSTAKA.....	30

<b>BAB 4</b>	<b>KOMUNIKASI BRANDING DAN CITRA</b>	
	<b>DESTINASI</b> .....	<b>32</b>
	A. Pengembangan Branding Destinasi Ekowisata .....	32
	B. Penentuan Pesan dan Cerita yang Mencerminkan Nilai Ekowisata .....	33
	C. Strategi Komunikasi Terpadu untuk Mempromosikan Citra Destinasi Ramah Lingkungan.....	35
	D. Kemitraan Branding dengan Organisasi Lingkungan dan Komunitas Lokal.....	37
	E. Evaluasi dan Penguatan Citra Destinasi melalui Komunikasi Berkelanjutan.....	39
	DAFTAR PUSTAKA .....	42
<b>BAB 5</b>	<b>KONSERVASI LINGKUNGAN DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL</b> .....	<b>43</b>
	A. Pentingnya Konservasi Lingkungan dalam Pembangunan Ekowisata .....	43
	B. Implementasi Prinsip-prinsip Konservasi dalam Manajemen Destinasi Ekowisata .....	44
	C. Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dalam Konteks Ekowisata .....	46
	D. Pemberdayaan Komunitas Lokal untuk Mendukung Praktik Ekowisata Berkelanjutan.....	48
	E. Monitoring dan Evaluasi Dampak Lingkungan dari Aktivitas Ekowisata .....	49
	DAFTAR PUSTAKA .....	52
<b>BAB 6</b>	<b>STRATEGI PROMOSI DAN PENJUALAN DALAM EKOWISATA</b> .....	<b>54</b>
	A. Pengembangan Strategi Promosi yang Kreatif dan Berkelanjutan.....	54
	B. Pemanfaatan Influencer dan Kemitraan untuk Meningkatkan Visibilitas Destinasi Ekowisata .....	55
	C. Event dan Festival sebagai Alat Promosi Destinasi Ekowisata.....	57
	D. Penjualan Paket Wisata Berbasis Nilai Ekowisata ....	58
	E. Evaluasi Efektivitas Strategi Promosi dan Penjualan.....	59

	DAFTAR PUSTAKA.....	61
<b>BAB 7</b>	<b>PENGALAMAN WISATA BERKELANJUTAN.....</b>	<b>63</b>
	A. Desain Pengalaman Wisata yang Berkelanjutan dan Bertanggung Jawab.....	63
	B. Pendidikan Lingkungan dan Pengalaman Interaktif untuk Wisatawan.....	65
	C. Pengembangan Infrastruktur Ramah Lingkungan dalam Destinasi Ekowisata.....	66
	D. Mengintegrasikan Budaya Lokal dan Kearifan Tradisional dalam Pengalaman Wisata.....	68
	E. Evaluasi dan Peningkatan Pengalaman Wisata Berkelanjutan.....	70
	DAFTAR PUSTAKA.....	72
<b>BAB 8</b>	<b>MENGELOLA RISIKO DAN KRISIS.....</b>	<b>74</b>
	A. Identifikasi Potensi Risiko dalam Operasional Ekowisata.....	74
	B. Pengembangan Rencana Krisis dan Protokol Keselamatan.....	75
	C. Komunikasi Krisis yang Efektif dengan Wisatawan dan Pihak Terkait.....	77
	D. Asuransi dan Perlindungan Bisnis dalam Industri Ekowisata.....	79
	E. Pembelajaran dari Studi Kasus dan Pengalaman dalam Menghadapi Krisis Pada Destinasi Ekowisata.....	80
	DAFTAR PUSTAKA.....	82
<b>BAB 9</b>	<b>KEMITRAAN DAN KOLABORASI UNTUK KEBERLANJUTAN.....</b>	<b>84</b>
	A. Pentingnya Kemitraan dengan Pihak Terkait dalam Mempromosikan Keberlanjutan.....	84
	B. Kerja Sama dengan Pemerintah dan LSM dalam Pembangunan Ekowisata.....	85
	C. Peran Sektor Swasta dalam Mendukung Proyek Ekowisata Berkelanjutan.....	87
	D. Jaringan Bisnis dan Aliansi Industri untuk Meningkatkan Efisiensi dan Efektivitas.....	89



E. Evaluasi Kemitraan dan Kolaborasi untuk Keberlanjutan Bisnis .....	91
DAFTAR PUSTAKA .....	93
<b>BAB 10 MASA DEPAN EKOWISATA DAN TANTANGAN GLOBAL .....</b>	<b>94</b>
A. Trend dan Inovasi Terbaru dalam Industri Ekowisata.....	94
B. Dampak Perubahan Iklim dan Upaya Adaptasi dalam Ekowisata .....	95
C. Peran Teknologi dan Digitalisasi dalam Masa Depan Ekowisata.....	97
D. Tanggung Jawab Global dalam Pembangunan Ekowisata Berkelanjutan .....	99
E. Tantangan dan Peluang untuk Industri Ekowisata di Abad ke-21.....	100
DAFTAR PUSTAKA .....	102
<b>TENTANG PENULIS .....</b>	<b>103</b>
<b>TENTANG EDITOR.....</b>	<b>104</b>



**PEMASARAN INDUSTRI EKOWISATA**  
**Memperkuat Citra Destinasi Ramah Lingkungan**

**Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M., C.B.L.D.M.**  
**Dr. Drs. Agus Mulyono, B.Sc., M.M.**



# BAB

# 1

# PENGANTAR EKOWISATA DAN PEMASARAN

## A. Definisi dan Konsep Ekowisata

Ekowisata adalah bentuk pariwisata yang bertujuan untuk melestarikan lingkungan alam dan budaya, sambil memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi komunitas lokal. Ekowisata menekankan pada pengalaman wisata yang bertanggung jawab, mendukung pelestarian alam, dan mempromosikan pemahaman serta apresiasi terhadap keanekaragaman hayati dan budaya.

Konsep ekowisata muncul sebagai respons terhadap kebutuhan untuk melindungi lingkungan alam dan budaya dari dampak negatif pariwisata konvensional, seperti kerusakan lingkungan, kehilangan keanekaragaman hayati, dan perubahan sosial yang merugikan. Ekowisata mempromosikan praktik-praktik wisata yang berkelanjutan, termasuk pembangunan yang ramah lingkungan, partisipasi aktif masyarakat lokal, pendidikan lingkungan, dan pengembangan ekonomi berbasis lokal.

## B. Peran Pemasaran dalam Pembangunan Ekowisata

Pemasaran memainkan peran penting dalam pembangunan ekowisata dengan menyediakan platform untuk mempromosikan destinasi wisata yang berkelanjutan dan memperkuat kesadaran masyarakat tentang pentingnya pelestarian lingkungan dan budaya. Berikut adalah beberapa peran utama pemasaran dalam pembangunan ekowisata:

## DAFTAR PUSTAKA

- Buckley, R. (2019). *Sustainable Tourism: Research and Reality*. CABI.
- Fennell, D. A. (2014). *Ecotourism*. Routledge.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. B. (2012). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. John Wiley & Sons.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (Eds.). (2015). *Tourism and Water*. Channel View Publications.
- Hall, C. M., & Boyd, S. W. (Eds.). (2005). *Nature-based Tourism in Peripheral Areas: Development or Disaster?* Channel View Publications.
- Higham, J. E. S., & Lück, M. (Eds.). (2019). *Handbook of Ecotourism*. Routledge.
- Honey, M. (2008). *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* Island Press.
- Page, S. J., & Connell, J. (2006). *Tourism: A Modern Synthesis*. Thomson Learning.
- Prideaux, B. (2009). *Marketing in Tourism, Hospitality, and Events: A Global Perspective*. Routledge.
- Volo, S. (2017). *Marketing Tourism Destinations: A Strategic Planning Approach*. Wiley.
- Weaver, D. B. (2008). *Ecotourism*. John Wiley & Sons.

# BAB 2

## ANALISIS PASAR DAN PENGEMBANGAN PRODUK EKOWISATA

### A. Penilaian Potensi Pasar untuk Destinasi Ekowisata

Penilaian potensi pasar untuk destinasi ekowisata melibatkan analisis terhadap berbagai faktor yang dapat mempengaruhi minat dan permintaan wisatawan terhadap destinasi tersebut. Berikut adalah beberapa langkah dalam melakukan penilaian potensi pasar untuk destinasi ekowisata:

#### 1. Identifikasi Segmen Pasar

Identifikasi segmen pasar yang potensial untuk destinasi ekowisata, termasuk wisatawan yang peduli terhadap lingkungan, pencinta alam, penggemar petualangan, dan mereka yang mencari pengalaman wisata yang berbeda dan unik.

#### 2. Analisis Permintaan Pasar

Mengumpulkan data tentang permintaan pasar untuk destinasi ekowisata, termasuk tren wisatawan, pola perjalanan, preferensi tujuan, dan motivasi wisata.

#### 3. Pengumpulan Data Demografis

Mengumpulkan data demografis tentang segmen pasar potensial, seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, dan minat wisata, untuk memahami profil konsumen yang paling mungkin tertarik pada destinasi ekowisata.

#### 4. Evaluasi Potensi Daya Tarik

Menganalisis daya tarik alam dan budaya destinasi, serta uniknya pengalaman wisata yang ditawarkan, untuk menilai potensi daya tarik destinasi bagi berbagai segmen pasar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Buckley, R. (2019). *Sustainable Tourism: Research and Reality*. CABI.
- Fennell, D. A. (2014). *Ecotourism*. Routledge.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (Eds.). (2015). *Tourism and Water*. Channel View Publications.
- Hall, C. M., & Boyd, S. W. (Eds.). (2005). *Nature-based Tourism in Peripheral Areas: Development or Disaster?* Channel View Publications.
- Higham, J. E. S., & Lück, M. (Eds.). (2019). *Handbook of Ecotourism*. Routledge.
- Page, S. J., & Connell, J. (2006). *Tourism: A Modern Synthesis*. Thomson Learning.
- Prideaux, B. (2009). *Marketing in Tourism, Hospitality, and Events: A Global Perspective*. Routledge.
- Volo, S. (2017). *Marketing Tourism Destinations: A Strategic Planning Approach*. Wiley.
- Weaver, D. B. (2008). *Ecotourism*. John Wiley & Sons.

# BAB 3

## PEMASARAN DIGITAL DALAM EKOWISATA

### A. Peran Media Sosial dalam Mempromosikan Destinasi Ramah Lingkungan

Peran media sosial dalam mempromosikan destinasi ramah lingkungan dalam ekowisata sangat signifikan. Media sosial telah menjadi salah satu alat utama dalam pemasaran destinasi, dan untuk destinasi ekowisata, hal ini menjadi lebih penting karena kemampuannya untuk menyampaikan pesan tentang keberlanjutan dan konservasi lingkungan. Berikut adalah beberapa peran media sosial dalam mempromosikan destinasi ramah lingkungan dalam ekowisata:

#### 1. Menjangkau Audiens yang Lebih Luas

Media sosial memungkinkan destinasi ramah lingkungan untuk menjangkau audiens yang lebih luas secara global. Melalui platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter, destinasi dapat menarik wisatawan dari berbagai belahan dunia dengan membagikan foto, video, dan cerita tentang keindahan alam dan budaya yang unik.

#### 2. Membangun Komunitas Berbagi Minat

Media sosial memungkinkan destinasi untuk membangun komunitas online dari wisatawan, pelestari alam, dan pecinta lingkungan. Komunitas ini dapat digunakan sebagai wadah untuk berbagi informasi, pengalaman, dan motivasi dalam menjaga keberlanjutan destinasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Enge, E., Spencer, S., & Stricchiola, J. (2015). *The Art of SEO: Mastering Search Engine Optimization*. O'Reilly Media.
- Fan, Z. P., & Buhalis, D. (2019). *Tourism Marketing: An Asia-Pacific Perspective*. CABI.
- Fennell, D. (2014). *Ecotourism*. Routledge.
- Granka, L. A. (2018). *Introduction to Search Engine Optimization: A Guide for Absolute Beginners*. Apress.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (Eds.). (2015). *Social Media in Travel, Tourism and Hospitality: Theory, Practice and Cases*. Ashgate Publishing.
- Grigore, M. C., Petrescu, M., Talmaciu, M. I., & Ionescu, M. L. (2020). Virtual Reality and Augmented Reality Applications in Tourism and Hospitality Industry. *Sustainability*, 12(17), 7074.
- Hanrahan, D., & Khoo-Lattimore, C. (2020). Augmented reality in the tourism and hospitality industry: A review of advancements, implications, and future research directions. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 297-305.
- Higham, J., & Lück, M. (2019). *Handbook of Ecotourism*. Routledge.
- Honey, M. (2008). *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* Island Press.
- Honey, M., & Gilpin, R. (2009). *The Ecotourism and Sustainable Tourism Toolkit*. United Nations Environment Programme (UNEP) & The World Tourism Organization (UNWTO).
- Ioannides, M., Fritsch, D., Leissner, J., Davies, R., Remondino, F., Caffo, R., ... & Fresa, A. (Eds.). (2017). *Digital heritage. Progress in Cultural Heritage: Documentation, Preservation, and Protection*. Springer International Publishing.



- Ioannides, M., Magnenat-Thalmann, N., Papagiannakis, G., & Poullis, C. (Eds.). (2018). *Mixed and Augmented Reality in Cultural Heritage Virtual Travel between Virtual and Real from Greece to Australia*. Springer International Publishing.
- Morrison, A. M., Leung, D., & O'Leary, J. T. (2019). *Marketing and Managing Tourism Destinations*. Routledge.
- Scott, N., Laws, E., & Prideaux, B. (2018). *Understanding and Managing Tourism Impacts: An Integrated Approach*. Routledge.
- Weaver, D. (2008). *Ecotourism*. John Wiley & Sons.
- Werthner, H., & Ricci, F. (Eds.). (2019). *RecSys in Tourism*. Springer.

# BAB 4

## KOMUNIKASI BRANDING DAN CITRA DESTINASI

### A. Pengembangan Branding Destinasi Ekowisata

Pengembangan branding destinasi ekowisata memainkan peran kunci dalam menarik wisatawan yang peduli terhadap keberlanjutan lingkungan dan ingin berkontribusi pada pelestarian alam. Berikut adalah langkah-langkah untuk mengembangkan branding destinasi ekowisata:

#### 1. Penelitian dan Analisis

Lakukan penelitian pasar untuk memahami tren industri pariwisata, perilaku wisatawan, dan persepsi tentang ekowisata. Identifikasi keunikan dan keistimewaan destinasi Anda yang dapat menjadi landasan untuk branding.

#### 2. Menetapkan Identitas Merek

Tentukan nilai inti, misi, dan visi destinasi ekowisata Anda. Identifikasi cerita unik dan nilai-nilai yang ingin Anda komunikasikan kepada audiens Anda.

#### 3. Pengembangan Nama dan Logo

Pilih nama yang menarik dan mudah diingat untuk destinasi ekowisata Anda. Buat logo yang mencerminkan identitas dan nilai-nilai merek Anda, serta memberikan kesan tentang keberlanjutan dan keindahan alam.

#### 4. Pengembangan Pesan dan Cerita

Buat pesan pemasaran yang kuat dan kohesif yang mengkomunikasikan cerita unik dan nilai-nilai destinasi ekowisata Anda. Ceritakan kisah tentang kekayaan alam,

## DAFTAR PUSTAKA

- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897.
- Bramwell, B., & Lane, B. (Eds.). (2011). *Tourism Collaboration and Partnerships: Politics, Practice and Sustainability*. Channel View Publications.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (Eds.). (2015). *Social Media in Travel, Tourism and Hospitality: Theory, Practice and Cases*. Ashgate Publishing.
- Hall, C. M., & Higham, J. (2005). *Tourism, Recreation and Sustainability: Linking Culture and the Environment*. CABI.
- Hankinson, G. (2004). *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*. Elsevier.
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2002). *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*. Elsevier.
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2011). *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*. Elsevier.
- Pike, S. (2008). *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*. Elsevier.
- Scott, N., Laws, E., & Prideaux, B. (2018). *Understanding and Managing Tourism Impacts: An Integrated Approach*. Routledge.
- Weaver, D. B. (2006). *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. Elsevier.

# BAB

# 5

## KONSERVASI LINGKUNGAN DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL

### **A. Pentingnya Konservasi Lingkungan dalam Pembangunan Ekowisata**

Konservasi lingkungan memainkan peran kunci dalam pembangunan ekowisata yang berkelanjutan. Tanpa upaya pelestarian alam yang kuat, destinasi ekowisata tidak akan dapat mempertahankan daya tariknya dalam jangka panjang. Berikut adalah beberapa alasan mengapa konservasi lingkungan penting dalam pembangunan ekowisata:

#### **1. Memelihara Keanekaragaman Hayati**

Ekowisata seringkali berkaitan erat dengan pengalaman alam liar dan keanekaragaman hayati. Dengan menjaga ekosistem yang sehat, kita dapat memastikan bahwa wisatawan masih dapat menikmati keindahan dan kekayaan alam destinasi tersebut.

#### **2. Mempertahankan Ekosistem dan Layanan Ekosistem**

Ekowisata bergantung pada layanan ekosistem seperti udara bersih, air bersih, tanah yang subur, dan keanekaragaman hayati. Upaya konservasi lingkungan membantu mempertahankan fungsi ekosistem yang mendukung keberlangsungan kehidupan manusia dan kegiatan pariwisata.

#### **3. Melindungi Habitat Satwa Liar**

Banyak destinasi ekowisata terkenal karena keberadaan satwa liar yang unik dan langka. Melalui konservasi lingkungan, kita dapat melindungi habitat dan populasi

## DAFTAR PUSTAKA

- Ashley, C., & Roe, D. (2002). *Making Tourism Work for the Poor: Strategies and Challenges in Southern Africa*. Oxfam.
- Buckley, R. (2009). *Environmental Impacts of Ecotourism*. CABI.
- Cater, E., & Cater, C. I. (2018). *Sustainable Tourism in Island Destinations*. Routledge.
- Fennell, D. A. (2014). *Ecotourism*. Routledge.
- Garrod, B., & Gössling, S. (2018). *Routledge Handbook of Tourism and Sustainability*. Routledge.
- Goodwin, H. (2011). *Planning for Sustainable Ecotourism: A Tool Kit*. CABI.
- Hall, C. M., & Higham, J. (Eds.). (2005). *Tourism, Recreation and Sustainability: Linking Culture and the Environment*. CABI.
- Hall, C. M., & Saarinen, J. (Eds.). (2010). *Tourism and Change in Polar Regions: Climate, Environments and Experiences*. Routledge.
- Harris, R., & Leiper, N. (Eds.). (2001). *Sustainable Tourism: An Australian Perspective*. Pearson Education.
- Holden, A. (2017). *Environment and Tourism*. Routledge.
- Honey, M. (2008). *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* Island Press.
- Lindberg, K., Enriquez, J., & Sproule, K. (2013). *Eco-Tourism and Conservation in the Americas*. CABI.
- Newsome, D., Moore, S. A., & Dowling, R. K. (Eds.). (2013). *Natural Area Tourism: Ecology, Impacts and Management*. Channel View Publications.
- Scheyvens, R. (2011). *Tourism for Development: Empowering Communities*. Pearson.

Timothy, D. J., & Nyaupane, G. P. (2009). *Cultural Heritage and Tourism in the Developing World: A Regional Perspective*. Routledge.

Weaver, D. B. (2014). *The Encyclopedia of Ecotourism*. CABI.

Weaver, D. B. (2016). *Sustainable Tourism*. Pearson.

# BAB 6

## STRATEGI PROMOSI DAN PENJUALAN DALAM EKOWISATA

### A. Pengembangan Strategi Promosi yang Kreatif dan Berkelanjutan

Pengembangan strategi promosi yang kreatif dan berkelanjutan dalam ekowisata merupakan kunci untuk menarik wisatawan yang peduli terhadap keberlanjutan lingkungan dan memperkuat citra destinasi sebagai tujuan pariwisata yang bertanggung jawab. Berikut adalah beberapa strategi promosi yang dapat diterapkan, beserta referensinya:

#### 1. Kampanye Media Sosial

Menggunakan platform media sosial untuk mempromosikan destinasi ekowisata, berbagi konten berkualitas tinggi tentang keindahan alam, kegiatan berkelanjutan, dan praktik konservasi. Memanfaatkan fitur-fitur seperti live streaming, stories, dan video untuk meningkatkan keterlibatan pengguna.

#### 2. Kemitraan dengan Influencer

Berkolaborasi dengan influencer atau pembuat konten yang memiliki minat dan nilai yang sejalan dengan ekowisata untuk menyebarkan pesan tentang keberlanjutan dan daya tarik destinasi.

#### 3. Kampanye Video Berkelanjutan

Membuat kampanye video yang menyoroti keindahan alam, kegiatan ekowisata, dan kisah sukses dalam pelestarian lingkungan. Video-video ini dapat menjadi sumber inspirasi bagi wisatawan yang mencari pengalaman berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Beeton, S. (Ed.). (2016). *Best Practice Guidelines for Great Barrier Reef Tourism*. CRC Press.
- Brown, J. (2018). *Influencer Marketing: Building Brand Communities and Engagement*. Taylor & Francis.
- Cater, E., & Cater, C. I. (2018). *Sustainable Tourism in Island Destinations*. Routledge.
- Drell, L. (2018). *Influencer Marketing for Dummies*. John Wiley & Sons.
- Epler Wood, M. (2018). *Sustainable Tourism on a Finite Planet: Environmental, Business and Policy Solutions*. Routledge.
- Evans, D. (2017). *Social Media Marketing: An Hour a Day*. John Wiley & Sons.
- Garrod, B., & Gössling, S. (Eds.). (2018). *Routledge Handbook of Tourism and Sustainability*. Routledge.
- Getz, D., & Page, S. J. (2016). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. Routledge.
- Gössling, S., & Hall, C. M. (Eds.). (2016). *Tourism and Water*. Channel View Publications.
- Hall, C. M., & Higham, J. (Eds.). (2005). *Tourism, Recreation and Sustainability: Linking Culture and the Environment*. CABI.
- Hall, C. M., & Page, S. J. (2014). *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space*. Routledge.
- Higham, J., & Lück, M. (2019). *Cruise Tourism and the Polar Regions: Politics, Practice, and Infrastructure*. Channel View Publications.
- Holden, A. (2017). *Environment and Tourism*. Routledge.
- Jamal, T., & Robinson, M. (Eds.). (2009). *The SAGE Handbook of Tourism Studies*. SAGE Publications.



- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social-Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- McKercher, B., & du Cros, H. (2002). *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. Routledge.
- Page, S. J., & Connell, J. (2019). *The Routledge Handbook of Events*. Routledge.
- Petersen, R. A. (2019). *Social Media Marketing: Strategies for Engaging in Facebook, Twitter & Other Social Media*. Independent Publishers Group.
- Raj, R., & Musgrave, J. (Eds.). (2009). *Event Management and Sustainability*. CABI.
- Richards, G. (2019). *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*. Routledge.
- Sehlinger, B., & Castleman, S. (2018). *Unofficial Guide to Walt Disney World 2019*. Unofficial Guides.
- Weaver, D. B. (2014). *The Encyclopedia of Ecotourism*. CABI.
- Weaver, D. B. (2016). *Sustainable Tourism*. Pearson.

# BAB

# 7

# PENGALAMAN WISATA BERKELANJUTAN

## A. Desain Pengalaman Wisata yang Berkelanjutan dan Bertanggung Jawab

Desain pengalaman wisata yang berkelanjutan dan bertanggung jawab merupakan suatu pendekatan yang memperhatikan dampak lingkungan, sosial, dan ekonomi dari setiap aspek perjalanan wisata. Berikut adalah beberapa prinsip dan elemen yang dapat diterapkan dalam desain pengalaman wisata yang berkelanjutan dan bertanggung jawab:

### 1. Prinsip Desain

#### a. Konservasi Lingkungan

Memastikan bahwa setiap kegiatan wisata tidak merusak atau merugikan lingkungan alam lokal, melainkan justru berkontribusi pada pelestarian alam dan konservasi biodiversitas.

#### b. Kesejahteraan Masyarakat Lokal

Memperhatikan kepentingan dan kesejahteraan masyarakat lokal dengan menghormati budaya, tradisi, dan hak asasi manusia mereka, serta memberikan manfaat ekonomi yang adil dan berkelanjutan bagi komunitas.

#### c. Pemberdayaan Komunitas

Melibatkan komunitas lokal dalam perencanaan, pengembangan, dan pengelolaan destinasi wisata, serta memberikan kesempatan bagi mereka untuk berperan aktif dalam kegiatan pariwisata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ballantyne, R., Packer, J., & Falk, J. (Eds.). (2011). *Researching with children: Perspectives and practices*. Routledge.
- Beck, L., Cable, T. T., & Butler, B. J. (Eds.). (2002). *The practice of coastal tourism: Resort development, management, and markets*. CABI Publishing.
- Brochu, L., & Merriman, D. (2017). *Personal Interpretation: Connecting Your Audience to Heritage Resources*. Routledge.
- Buckley, R. (2009). *Environmental impacts of ecotourism*. CABI.
- Cater, E., & Cater, C. I. (2018). *Sustainable Tourism in Island Destinations*. Routledge.
- Eagles, P. F., McCool, S. F., & Haynes, C. D. (2002). *Sustainable tourism in protected areas: Guidelines for planning and management*. IUCN.
- Fennell, D. A. (2014). *Ecotourism*. Routledge.
- Garrod, B., & Gössling, S. (Eds.). (2018). *Routledge Handbook of Tourism and Sustainability*. Routledge.
- Gössling, S., & Hall, C. M. (Eds.). (2016). *Tourism and Water*. Channel View Publications.
- Hall, C. M., & Higham, J. (Eds.). (2005). *Tourism, Recreation and Sustainability: Linking Culture and the Environment*. CABI.
- Ham, S. H. (2005). *Environmental interpretation: A practical guide for people with big ideas and small budgets*. University of New Hampshire Press.
- Holden, A. (2017). *Environment and Tourism*. Routledge.
- Honey, M. (2008). *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* Island-Press.
- Jamal, T., & Robinson, M. (Eds.). (2009). *The SAGE Handbook of Tourism Studies*. SAGE Publications.

- Richards, G., & Munsters, W. (Eds.). (2010). *Cultural Tourism Research Methods*. CABI.
- Smith, M. K. (2017). *Routledge Handbook of Cultural Tourism*. Routledge.
- Timothy, D. J., & Nyaupane, G. P. (2009). *Cultural Heritage and Tourism in the Developing World: A Regional Perspective*. Routledge.
- Weaver, D. B. (2014). *The Encyclopedia of Ecotourism*. CABI.

# BAB 8

## MENGELOLA RISIKO DAN KRISIS

### A. Identifikasi Potensi Risiko dalam Operasional Ekowisata

Identifikasi potensi risiko dalam operasional ekowisata penting untuk memastikan bahwa destinasi tersebut dapat beroperasi secara berkelanjutan dan mengelola risiko-risiko yang mungkin timbul dengan tepat. Berikut adalah beberapa risiko umum yang dapat diidentifikasi dalam operasional ekowisata, beserta referensi yang relevan:

#### 1. Risiko Lingkungan

##### a. Degradasi Habitat

Risiko kerusakan atau degradasi habitat alami akibat aktivitas wisata yang berlebihan atau tidak dikelola dengan baik.

##### b. Kontaminasi Lingkungan

Risiko pencemaran air, udara, atau tanah oleh limbah domestik, limbah industri, atau limbah dari aktivitas wisata.

#### 2. Risiko Sosial dan Budaya

##### a. Ketidaksetaraan Manfaat

Risiko ketidaksetaraan distribusi manfaat ekonomi dan sosial dari pariwisata, yang dapat mengakibatkan konflik sosial atau ketidakpuasan masyarakat lokal.

##### b. Kehilangan Identitas Budaya

Risiko hilangnya identitas budaya lokal atau pengaruh negatif terhadap nilai-nilai tradisional akibat globalisasi dan komersialisasi pariwisata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, D. (2018). *Principles of Emergency Management: Hazard Specific Issues and Mitigation Strategies*. CRC Press.
- Beirman, D. (2003). *Restoring Tourism Destinations in Crisis*. CABI.
- Beirman, D. (2012). *Restoring Tourism Destinations in Crisis: A Strategic Marketing Approach*. CABI.
- Bick, R. J. (2015). *Understanding Health Insurance: A Guide to Billing and Reimbursement*. Cengage Learning.
- Buckley, R. (2009). *Environmental Impacts of Ecotourism*. CABI.
- Cater, E., & Cater, C. I. (2018). *Sustainable Tourism in Island Destinations*. Routledge.
- Coombs, W. T. (2012). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*. SAGE Publications.
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (Eds.). (2012). *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. University of Chicago Press.
- Drabek, T. E. (2013). *The Human Side of Disaster*. CRC Press.
- Drennan, L. (2013). *Public Liability Insurance*. Routledge.
- Faulkner, B., & Vikulov, S. (Eds.). (2001). *Kakadu: Natural and Cultural Heritage and Tourism*. Channel View Publications.
- Fearn-Banks, K. (2016). *Crisis Communications: A Casebook Approach*. Routledge.
- Fennell, D. A. (2014). *Ecotourism*. Routledge.
- Garrod, B., & Gössling, S. (Eds.). (2018). *Routledge Handbook of Tourism and Sustainability*. Routledge.
- Hall, C. M. (2016). *Tourism and Resilience*. Routledge.
- Hodson, M., & Marvin, S. (2017). *After Sustainable Cities?* Routledge.

- Højlund Pedersen, K., & Martinuzzi, A. (2016). *Environmental Management and Governance: Advances in Corporate Governance*. Emerald Group Publishing Limited.
- Holden, A. (2017). *Environment and Tourism*. Routledge.
- Hystad, P. W., & Keller, P. C. (2008). *Communication and Management of Risk and Crisis*. Routledge.
- Kaufman, R. (2007). *Insurance and Risk Management*. McGraw-Hill Education.
- King, J. (2003). *Liability Insurance and Risk Management*. CCH Australia Limited.
- Page, S., & Connell, J. (2014). *Tourism: A Modern Synthesis*. Cengage Learning.
- Ritchie, B. W., & Jiang, Y. (Eds.). (2019). *Crisis Management in Tourism*. CABI.
- Sigala, M., & Leslie, D. (2018). *Crisis Management in the Tourism Industry*. CABI.
- Sonmez, S. F., Apostolopoulos, Y., & Tarlow, P. (2012). *Tourism in Crisis: Managing the Effects of Terrorism*. CABI.
- Tang, C. (2019). *Tourism Crisis and Disaster Management in the Asia-Pacific*. CABI.
- Tebbutt, J. (2012). *Managing Workplace Health and Safety: A Guide for Small and Medium Enterprises*. CCH Australia Limited.
- Ulmer, R. R., Sellnow, T. L., & Seeger, M. W. (2015). *Effective Crisis Communication: Moving From Crisis to Opportunity*. SAGE Publications.
- Uwagwuna, C. C., & Ofoegbu, O. N. (2017). *Risk Management in Small and Medium Enterprises (SMEs)*. IntechOpen.
- Weaver, D. B. (2014). *The Encyclopedia of Ecotourism*. CABI.

# BAB 9

## KEMITRAAN DAN KOLABORASI UNTUK KEBERLANJUTAN

### A. Pentingnya Kemitraan dengan Pihak Terkait dalam Mempromosikan Keberlanjutan

Pentingnya kemitraan dengan pihak terkait dalam mempromosikan keberlanjutan dalam konteks ekowisata tidak bisa diabaikan. Kemitraan yang kuat antara berbagai pihak dapat membawa manfaat yang signifikan bagi destinasi ekowisata, lingkungan, dan masyarakat lokal. Berikut adalah beberapa alasan mengapa kemitraan sangat penting:

#### 1. Pengetahuan dan Sumber Daya yang Beragam

Kemitraan memungkinkan untuk menggabungkan pengetahuan, keahlian, dan sumber daya dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga nirlaba, bisnis, dan masyarakat lokal. Hal ini dapat menghasilkan solusi yang lebih komprehensif dan inovatif dalam mempromosikan keberlanjutan di destinasi ekowisata.

#### 2. Dukungan dan Komitmen yang Lebih Besar

Dengan melibatkan berbagai pihak dalam upaya keberlanjutan, akan ada dukungan dan komitmen yang lebih besar untuk melaksanakan proyek-proyek dan inisiatif yang bertujuan untuk melindungi lingkungan alam, melestarikan budaya lokal, dan meningkatkan kesejahteraan komunitas.

#### 3. Pengelolaan Risiko yang Lebih Baik

Kemitraan memungkinkan untuk berbagi risiko antara berbagai pihak terkait. Dengan melibatkan banyak pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan, akan



## DAFTAR PUSTAKA

- Bramwell, B., & Lane, B. (2012). *Tourism Collaboration and Partnerships: Politics, Practice and Sustainability*. Channel View Publications.
- Buckley, R. (2019). *Sustainable Tourism: Research and Reality*. Cambridge University Press.
- Cater, E., & Cater, C. I. (2018). *Sustainable Tourism in Island Destinations*. Routledge.
- Font, X., & Buckley, R. (Eds.). (2001). *Tourism Ecolabelling: Certification and Promotion of Sustainable Management*. CABI.
- Gössling, S., & Hall, C. M. (Eds.). (2019). *Tourism and Water*. Channel View Publications.
- Higham, J., & Lück, M. (2019). *Marine Tourism and World Heritage Sites*. Channel View Publications.
- Honey, M. (2008). *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* Island Press.
- Prideaux, B., & Cooper, M. (2017). The Sustainability of Coastal Tourism: Environmental Management Practices of Spanish Accommodation Providers. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(8), 1140-1155.
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2018). *Partnerships for Tourism: Leveraging for Sustainable Development*.
- UNWTO & UNEP. (2012). *Tourism in the Green Economy: Background Report*.
- UNWTO. (2017). *Tourism for Sustainable Development: Global Report on Public-Private Cooperation*.
- Weaver, D. B. (2014). *Tourism and Development: Concepts and Issues*. Channel View Publications.

# BAB 10

## MASA DEPAN EKOWISATA DAN TANTANGAN GLOBAL

### A. Trend dan Inovasi Terbaru dalam Industri Ekowisata

Tren dan inovasi terbaru dalam industri ekowisata terus berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran akan keberlanjutan dan pentingnya pelestarian lingkungan. Berikut adalah beberapa tren dan inovasi terbaru yang signifikan dalam industri ekowisata:

#### 1. Wisata Berbasis Nilai Ekowisata

Terdapat peningkatan minat dalam pengembangan paket wisata yang berfokus pada pengalaman yang mendalam dan berarti, seperti program pendidikan lingkungan, partisipasi dalam kegiatan konservasi alam, dan interaksi dengan masyarakat lokal untuk memahami budaya dan kehidupan sehari-hari mereka.

#### 2. Teknologi Digital untuk Edukasi Lingkungan

Pemanfaatan teknologi digital seperti aplikasi mobile, virtual reality (VR), dan augmented reality (AR) untuk memberikan pengalaman pendidikan interaktif kepada wisatawan tentang pentingnya pelestarian lingkungan dan budaya. Teknologi ini memungkinkan wisatawan untuk belajar secara langsung tentang lingkungan yang mereka kunjungi.

#### 3. Pengembangan Destinasi Berkelanjutan

Semakin banyak destinasi ekowisata yang berkomitmen untuk mengembangkan praktik berkelanjutan dalam pengelolaan destinasi, termasuk penggunaan energi terbarukan, pengelolaan air yang efisien, dan pengelolaan limbah yang bertanggung jawab. Destinasi juga mengambil

## DAFTAR PUSTAKA

- Bramwell, B., & Lane, B. (2012). *Tourism Collaboration and Partnerships: Politics, Practice and Sustainability*. Channel View Publications.
- Buckley, R. (2019). *Sustainable Tourism: Research and Reality*. Cambridge University Press.
- Buhalis, D., & Costa, C. (Eds.). (2021). *Tourism Management, Marketing, and Development: The Importance of Networks and ICTs*. Springer.
- Gössling, S., & Hall, C. M. (Eds.). (2019). *Tourism and Water*. Channel View Publications.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (Eds.). (2020). *Tourism and Water*. Channel View Publications.
- Hall, C. M., & Gössling, S. (Eds.). (2020). *eTourism Cases*. Springer.
- Hall, C. M., & Page, S. J. (2014). *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space*. Routledge.
- Higham, J., & Lück, M. (Eds.). (2019). *Marine Tourism and World Heritage Sites*. Channel View Publications.
- Jamal, T., & Camargo, B. A. (Eds.). (2021). *Cultural Heritage and Tourism in the Developing World: A Regional Perspective*. Springer.
- Prideaux, B., & Cooper, M. (2017). The Sustainability of Coastal Tourism: Environmental Management Practices of Spanish Accommodation Providers. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(8), 1140-1155.
- Wang, D., & Gössling, S. (2017). *Handbook of Research on Technological Developments for Cultural Heritage and eTourism Applications*. IGI Global.
- Weaver, D. B. (2014). *Tourism and Development: Concepts and Issues*. Channel View Publications.

## TENTANG PENULIS



**Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M., C.B.L.D.M.**

Dosen Tetap Prodi Manajemen (S1) dan Magister Manajemen (S2), Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Janabadra. Anggota IKABADRA. Lulus Magister Manajemen (S2) dan Doktor (S3) Program Pasca Sarjana, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Pernah mengajar di Lembaga Pendidikan Komputer, Universitas Teknologi Yogyakarta (UTY), Universitas Mercu Buana (UMB), Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa (UST), AKPER Karya Husada Yogyakarta. Aktif Penelitian Jurnal Nasional dan Internasional, Pengabdian kepada Masyarakat dan menulis buku literature. Saat ini menjabat Ketua Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat (2021-2025) Universitas Janabadra, Yogyakarta.

Email : danang\_sunyoto@janabadra.ac.id



**Dr. Drs. Agus Mulyono, B.Sc., M.M.**

Doktor (S3) Pasca Sarjana Program Doktor Fakultas Bisnis dan Ekonomi (FBE) Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, lulus tahun 2023. Mantan sekretaris komisi B DPRD DIY dan Tenaga Ahli Komisi VII A-281 DPR RI. Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Janabadra Yogyakarta. Mengajar mata kuliah, Manajemen Pengantar, Manajemen Bisnis, Manajemen Pemasaran, Manajemen Bisnis Eceran, Manajemen Pemasaran Jasa, Manajemen Strategi, dan Perpajakan. Aktif penelitian dan pengabdian masyarakat khususnya dari dana BRIN. Selain itu juga aktif menulis artikel di media massa. Banyak penghargaan yg diterimanya.

Email : agus.agusmo@janabadra.ac.id

## TENTANG EDITOR



### **Magister Alfatah Kalijaga, S.T., M.T., C.G.L.**

Lulus Sarjana Teknik Industri (S.T.) tahun 2021 dan Magister Teknik Industri (M.T.) Program Pasca Sarjana (PS) tahun 2022, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia (UII), Yogyakarta. Pengajar di Laboratorium Pemodelan dan Simulasi Industri, Prodi. Teknik Industri, Universitas Islam Indonesia. Pemegang *Certified Great Leadership (C.GL)*.

Pengalaman prestasi yang telah dicapai, antara lain; *First Winner and Best Presentation Business Plan Competition* Perbanas Institute, *Second Winner LKTIN Metal Exist* Universitas Sultan Agung Tirtayasa, *Juara Harapan 2 LKTI AUC Bali* Universitas Pendidikan Ganesaha Bali, *Juara Harapan 1 Essay Compepetition "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Industri Jasa"* Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta, *Second Winner Industrial Paper and Action* Universitas Sumatera Utara, *Third Winner Business Plan Upcycle Product Fashion* Universitas Katolik Parahyangan, *Third Winner Eco-money Competition "Pengelolaan Sampah"*, *Juara Harapan 1 Competition of Indsutrial Engineering* Universitas Hassanudin Makassar, *Participant Asean Youth Conference* Kuala Lumpur Malaysia.

Email : [malfatahkalijaga@gmail.com](mailto:malfatahkalijaga@gmail.com)