

Strategi Pariwisata Berkelanjutan di Destinasi Pantai Parangtritis: Perspektif Komunitas dan Pemasaran Digital

Nining Yuniati¹, Dimas Budi Prakoso², Farrel Ahmad Jayyidi³

^{1,2,3} Bachelor's Program Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM), Indonesia

E-mail: niningyuniati@gmail.com¹, niningyuniati@stipram.ac.id²

Article History:

Received: 17 Juli 2026

Revised: 19 Juli 2026

Accepted: 21 Juli 2026

Keywords: *Pariwisata Berkelanjutan, Digital Marketing, Wisata Bahari, Wisata Pantai.*

Abstrak: *Studi ini menganalisis implementasi pengembangan pariwisata berkelanjutan dan strategi pemasaran digital di Pantai Parangtritis, Yogyakarta. Penelitian ini membahas tantangan menyeimbangkan pertumbuhan pariwisata, keberlanjutan lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat di destinasi pantai utama. Pendekatan kualitatif digunakan sepanjang proses observasi, wawancara, dan dokumentasi. Temuan menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata di Parangtritis semakin mengadopsi prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan melalui peningkatan infrastruktur, partisipasi masyarakat, dan promosi berbasis media sosial. UMKM lokal memberikan kontribusi signifikan terhadap keberlanjutan ekonomi regional, sementara pemasaran digital melalui Instagram, TikTok, dan YouTube memperkuat citra destinasi dan menarik wisatawan muda. Namun, masalah lingkungan, khususnya pengelolaan sampah dan rendahnya kesadaran wisatawan, tetap menjadi hambatan utama bagi pengelolaan destinasi berkelanjutan. Hasil wawancara mengungkapkan bahwa baik masyarakat lokal maupun wisatawan mengharapkan kebersihan lingkungan dan tata letak destinasi yang lebih baik. Studi ini menyimpulkan bahwa pengelolaan pariwisata berkelanjutan membutuhkan kolaborasi yang lebih kuat antara lembaga pemerintah, pemangku kepentingan pariwisata, masyarakat lokal, dan wisatawan.*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor strategis yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pembangunan wilayah. Dalam beberapa tahun terakhir, paradigma pembangunan pariwisata mengalami pergeseran dari pendekatan mass tourism menuju sustainable tourism yang menekankan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat lokal. United Nations World Tourism Organization (UNWTO, 2013) menjelaskan bahwa sustainable tourism merupakan bentuk pengelolaan destinasi yang mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan secara simultan guna menjamin

keberlanjutan jangka panjang.

Di Indonesia, kawasan wisata pesisir menjadi salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan signifikan pascapandemi COVID-19. Pantai Parangtritis di Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, merupakan destinasi wisata unggulan yang memiliki potensi besar dari aspek alam, budaya, dan ekonomi masyarakat pesisir. Peningkatan jumlah wisatawan memberikan dampak positif terhadap aktivitas ekonomi lokal, terutama pada sektor UMKM, jasa wisata, dan perdagangan. Namun demikian, pertumbuhan wisata juga memunculkan tantangan berupa tekanan terhadap lingkungan pesisir, pengelolaan sampah, dan kualitas tata kelola destinasi. Yahya et al. (2024) menegaskan bahwa pengembangan wisata pesisir di Indonesia masih menghadapi kendala berupa keterbatasan infrastruktur, rendahnya kualitas pelayanan, dan lemahnya pengelolaan lingkungan berkelanjutan.

Selain aspek lingkungan, perkembangan teknologi digital juga mengubah pola pemasaran destinasi wisata secara signifikan. Strategi pemasaran digital berbasis media sosial kini menjadi instrumen utama dalam membangun destination branding dan meningkatkan daya tarik wisatawan, khususnya generasi muda. Archi et al. (2023) menjelaskan bahwa media sosial dan *influencer marketing* memiliki pengaruh besar dalam membangun kesadaran pariwisata berkelanjutan di kawasan wisata pesisir melalui penyebaran konten edukatif dan promosi berbasis pengalaman wisatawan. Temuan tersebut diperkuat oleh Hosseinzadeh et al. (2025) dan Wibawa et al. (2022) yang menunjukkan bahwa pemasaran digital mampu mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan melalui promosi yang lebih efisien, interaktif, dan ramah lingkungan.

Dalam konteks wisata bahari Indonesia, strategi pemasaran digital tidak hanya berfungsi meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga menjadi sarana edukasi mengenai pelestarian lingkungan dan budaya lokal. Menurut Hosseinzadeh et al. (2025) bahwa model pemasaran digital berbasis pariwisata bahari yang berkelanjutan perlu mengintegrasikan edukasi konservasi, *community engagement*, dan promosi digital secara simultan agar destinasi memiliki daya saing yang berkelanjutan. Selain itu, Ariyanto et al. (2024) dan Hanif and Widodo (2024) menegaskan bahwa destinasi wisata pantai memerlukan strategi pengembangan terpadu yang menghubungkan aspek lingkungan, promosi digital, dan penguatan partisipasi masyarakat lokal.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas tentang *sustainable tourism* dan *digital marketing* pada destinasi pesisir, sebagian besar penelitian masih memisahkan pembahasan antara strategi pemasaran digital, pengelolaan lingkungan, dan partisipasi masyarakat. Penelitian mengenai Pantai Parangtritis sendiri umumnya berfokus pada daya tarik wisata dan perilaku wisatawan, sementara kajian yang mengintegrasikan *sustainable tourism*, *digital destination marketing*, dan *community-based tourism* masih relatif terbatas. Dengan demikian, terdapat research gap berupa belum optimalnya kajian yang menghubungkan strategi pengembangan destinasi, pemasaran digital, dan keberlanjutan lingkungan secara terpadu dalam konteks wisata pesisir.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam strategi pengembangan dan pemasaran wisata berkelanjutan di Pantai Parangtritis. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggambarkan fenomena sosial secara kontekstual dan alamiah melalui interpretasi terhadap perilaku, pengalaman, dan persepsi para pelaku pariwisata. Menurut Sugiyono (2019) penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena sosial dengan menekankan makna dan proses yang terjadi di lapangan.

Lokasi penelitian dilaksanakan di Pantai Parangtritis, Kecamatan Kretek, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kawasan ini dipilih karena merupakan destinasi wisata unggulan yang memiliki karakteristik unik berupa perpaduan wisata alam, budaya, dan ekonomi masyarakat pesisir. Penelitian dilakukan pada periode Agustus hingga Oktober 2025.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati kondisi lingkungan, aktivitas wisatawan, fasilitas wisata, dan praktik pengelolaan destinasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur terhadap pelaku UMKM, wisatawan, dan masyarakat lokal untuk memperoleh informasi mengenai strategi pengembangan dan tantangan keberlanjutan. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari laporan Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul, data Badan Pusat Statistik (BPS), jurnal ilmiah, dan dokumen terkait *sustainable tourism*.

Teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi empat tahap, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas data dilakukan melalui triangulasi sumber dan triangulasi metode dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pendekatan ini digunakan untuk memastikan konsistensi dan keabsahan informasi yang diperoleh selama penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pengembangan Pariwisata Pantai Parangtritis

Pantai Parangtritis merupakan destinasi wisata unggulan yang memiliki daya tarik alam, budaya, dan ekonomi yang kuat. Kawasan ini menjadi pusat aktivitas wisata pantai di wilayah selatan Yogyakarta serta memiliki fungsi ekonomi penting bagi masyarakat lokal. Berdasarkan data kunjungan wisatawan tahun 2021–2023, terjadi peningkatan signifikan jumlah wisatawan domestik maupun mancanegara

Tabel 1. Data Kunjungan Wisatawan Pantai Parangtritis Tahun 2021–2023

Tahun	Wisatawan Domestik	Wisatawan Mancanegara	Total Kunjungan
2021	1.212.646	1.042	1.213.688
2022	2.145.730	1.268	2.146.998
2023	3.112.580	1.397	3.113.977

Sumber: BPS Kabupaten Bantul (2024)

Peningkatan kunjungan tersebut menunjukkan bahwa Pantai Parangtritis memiliki daya tarik yang terus berkembang pascapandemi. Perbaikan infrastruktur, promosi digital, dan meningkatnya minat wisata domestik menjadi faktor utama peningkatan jumlah wisatawan. Namun demikian, pertumbuhan wisatawan juga menimbulkan tekanan terhadap kapasitas lingkungan dan kualitas pengelolaan destinasi.

Implementasi Pariwisata Berkelanjutan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik pengelolaan Pantai Parangtritis telah mengarah pada prinsip-prinsip *sustainable tourism* melalui peningkatan fasilitas publik, keterlibatan masyarakat lokal, dan penguatan promosi digital. Namun demikian, implementasi keberlanjutan di kawasan ini masih menghadapi kontradiksi antara pertumbuhan kunjungan wisatawan dan kapasitas pengelolaan lingkungan destinasi. Peningkatan jumlah wisatawan yang signifikan dari tahun 2021 hingga 2023 memperlihatkan keberhasilan pengembangan destinasi dari sisi ekonomi,

tetapi secara simultan juga meningkatkan tekanan terhadap ekosistem pesisir dan kualitas pengalaman wisatawan.

Dalam perspektif *sustainable tourism*, keberhasilan destinasi wisata tidak dapat hanya diukur melalui peningkatan jumlah kunjungan dan pendapatan ekonomi, tetapi juga dari kemampuan destinasi menjaga keseimbangan ekologis dan sosial dalam jangka panjang. UNWTO (2013) menegaskan bahwa pembangunan pariwisata berkelanjutan harus mempertimbangkan carrying capacity destinasi agar pertumbuhan wisata tidak menimbulkan degradasi lingkungan maupun konflik sosial. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Pantai Parangtritis mulai menghadapi gejala overuse tourism, terutama pada periode liburan ketika volume wisatawan meningkat secara signifikan sementara pengelolaan sampah dan pengawasan lingkungan masih terbatas.

Permasalahan tersebut diperkuat oleh hasil observasi lapangan yang menunjukkan adanya penumpukan sampah di area bibir pantai serta rendahnya disiplin wisatawan terhadap kebersihan lingkungan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pendekatan pembangunan yang masih berorientasi pada peningkatan kunjungan wisatawan belum sepenuhnya diimbangi dengan strategi environmental management yang memadai. Dalam konteks destinasi pesisir, degradasi lingkungan memiliki dampak yang jauh lebih kompleks dibanding destinasi perkotaan karena menyangkut keberlanjutan ekosistem laut, abrasi pantai, dan kualitas lanskap alam yang menjadi daya tarik utama wisata.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Yudiani and Dewi (2026) yang menyatakan bahwa destinasi wisata pesisir di Asia Tenggara cenderung menghadapi dilema antara pertumbuhan ekonomi pariwisata dan kapasitas konservasi lingkungan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kunjungan wisatawan tanpa penguatan regulasi lingkungan berpotensi menyebabkan penurunan kualitas destinasi secara bertahap. Selain itu, penelitian Sutikno et al. (2018) mengenai wisata pantai di Indonesia menemukan bahwa pengelolaan sampah menjadi faktor paling krusial dalam menentukan tingkat kepuasan dan loyalitas wisatawan terhadap destinasi pesisir.

Dalam penelitian ini, persoalan keberlanjutan tidak hanya muncul dari sisi wisatawan, tetapi juga dari lemahnya integrasi antar-pemangku kepentingan dalam pengelolaan destinasi. Pemerintah daerah telah menyediakan fasilitas kebersihan dan papan imbauan, tetapi implementasi di lapangan masih bersifat parsial dan belum didukung oleh sistem monitoring yang berkelanjutan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sustainable tourism di Pantai Parangtritis masih berada pada tahap transitional sustainability, yaitu kondisi ketika prinsip keberlanjutan mulai diterapkan tetapi belum menjadi budaya kolektif dalam tata kelola destinasi.

Hasil wawancara memperlihatkan bahwa masyarakat lokal memiliki kesadaran yang relatif tinggi terhadap pentingnya kualitas lingkungan bagi keberlanjutan ekonomi wisata. Salah satu pelaku UMKM menyatakan:

“Pantainya sekarang kotor banget, apalagi pas musim liburan. Harapanku, pantai iki dibersihkan lebih sering, supaya nyaman untuk dikunjungi dan tidak berkesan ‘jorok’

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa masyarakat lokal memahami hubungan langsung antara kualitas lingkungan dengan keberlanjutan ekonomi wisata. Dalam perspektif *community-based tourism* (CBT), kondisi ini menunjukkan adanya *local environmental awareness* yang menjadi modal sosial penting dalam pengembangan destinasi berkelanjutan. Menurut Muda (2025) dan Sayuti (2023) keberhasilan CBT sangat dipengaruhi oleh kemampuan masyarakat lokal dalam menjaga keseimbangan antara aktivitas ekonomi dan pelestarian lingkungan.

Selain itu, perspektif wisatawan juga menunjukkan bahwa kualitas lingkungan memiliki pengaruh besar terhadap destination image. Wisatawan asal Bali menyampaikan bahwa:

“Saya baru pertama kali ke sini, tapi agak kaget karena pantainya kotor sekali. Banyak sampah

berserakan, pasirnya hitam, dan suasananya terlalu ramai. Sayang sekali, padahal potensinya bagus kalau lebih tertata dan bersih.”

Pernyataan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara ekspektasi wisatawan dengan kondisi aktual destinasi. Dalam teori *tourist experience management* (Kotler et al., 2017; Sutikno et al., 2018), kualitas lingkungan merupakan elemen utama yang memengaruhi kepuasan wisatawan dan *electronic word of mouth* (e-WOM). Apabila pengalaman wisatawan negatif akibat kondisi lingkungan yang buruk, maka hal tersebut dapat memengaruhi citra destinasi secara digital melalui ulasan media sosial dan *platform* perjalanan.

Penelitian Muda (2025) menunjukkan bahwa wisatawan generasi muda cenderung memiliki sensitivitas lebih tinggi terhadap isu keberlanjutan lingkungan dibanding generasi sebelumnya. Wisatawan saat ini tidak hanya mencari keindahan visual destinasi, tetapi juga mempertimbangkan aspek kebersihan, konservasi lingkungan, dan tanggung jawab sosial destinasi wisata (Sayuti, 2023). Temuan tersebut relevan dengan kondisi Pantai Parangtritis yang mulai mengandalkan digital marketing untuk menarik wisatawan muda melalui media sosial.

Secara empiris, penelitian ini memperlihatkan bahwa *sustainable tourism* di Pantai Parangtritis masih berada dalam situasi paradoks pembangunan. Di satu sisi, peningkatan kunjungan wisata berhasil menggerakkan ekonomi masyarakat lokal dan memperkuat posisi destinasi sebagai ikon wisata pesisir Yogyakarta. Namun di sisi lain, peningkatan intensitas wisata juga memperbesar tekanan terhadap lingkungan dan kualitas tata kelola destinasi. Dengan demikian, strategi pengembangan wisata di Pantai Parangtritis tidak cukup hanya berfokus pada promosi dan peningkatan jumlah kunjungan, tetapi perlu diarahkan pada model *quality tourism* yang menekankan kualitas pengalaman wisatawan, konservasi lingkungan, dan keberlanjutan sosial-ekonomi masyarakat lokal.

Strategi Pengembangan Destinasi

Strategi pengembangan Pantai Parangtritis difokuskan pada peningkatan fasilitas, penataan kawasan, dan penguatan partisipasi masyarakat. Pemerintah daerah telah melakukan berbagai program pengembangan seperti revitalisasi fasilitas publik dan pelatihan sadar wisata. Namun, berdasarkan wawancara dengan pelaku UMKM, peningkatan infrastruktur saja belum cukup tanpa pengelolaan lingkungan yang konsisten.

Salah satu informan (Ibu Lili sebagai pelaku usaha lokal) menyatakan bahwa keberhasilan pengembangan destinasi sangat dipengaruhi oleh kenyamanan wisatawan terhadap kondisi lingkungan pantai. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat lokal tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memahami pentingnya kualitas destinasi dalam mempertahankan kunjungan wisatawan.

Dalam prinsip *community-based tourism*, masyarakat lokal memiliki posisi strategis sebagai aktor utama dalam menjaga keberlanjutan destinasi. Oleh karena itu, keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan kebersihan dan edukasi wisatawan menjadi faktor penting untuk memperkuat kualitas pengembangan destinasi.

Digital Marketing dan Persepsi Wisatawan

Pemasaran digital melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube terbukti membantu meningkatkan popularitas Pantai Parangtritis di kalangan wisatawan muda. Konten visual mengenai panorama pantai, *sunset*, dan aktivitas wisata menjadi daya tarik utama dalam promosi destinasi (Ariyanto et al., 2024; Ghazali et al., 2025). Namun demikian, dari hasil wawancara menunjukkan bahwa ekspektasi wisatawan yang terbentuk melalui media digital

terkadang tidak sepenuhnya sesuai dengan kondisi lapangan. Pernyataan salah satu wisatawan asal Bali (Niwayan Swastika Putri) menunjukkan hal tersebut:

“Sayang sekali, padahal potensinya bagus kalau lebih tertata dan bersih.”

Pernyataan tersebut mengindikasikan bahwa strategi pemasaran digital perlu diimbangi dengan peningkatan kualitas destinasi secara nyata. Dalam konteks destination branding, pengalaman langsung wisatawan memiliki pengaruh besar terhadap e-WOM yang dapat membentuk citra destinasi secara luas di media sosial. Jika pengalaman wisatawan tidak sesuai dengan ekspektasi promosi digital, maka citra destinasi berpotensi mengalami penurunan.

Oleh karena itu, strategi pemasaran digital Pantai Parangtritis perlu diarahkan tidak hanya pada peningkatan jumlah kunjungan, tetapi juga pada komunikasi mengenai wisata berkelanjutan, edukasi lingkungan, dan pengalaman autentik wisatawan. Dengan demikian, citra destinasi dapat dibangun secara lebih kredibel dan berkelanjutan.

Partisipasi Masyarakat dan Keberlanjutan Sosial

Hasil wawancara menunjukkan bahwa masyarakat lokal memiliki ketergantungan ekonomi yang tinggi terhadap sektor pariwisata. Aktivitas perdagangan, penyewaan jasa wisata, dan penjualan souvenir menjadi sumber pendapatan utama masyarakat pesisir. Kondisi ini menunjukkan bahwa pariwisata terbukti memiliki manfaat terhadap ekonomi lokal. Namun demikian, keterlibatan masyarakat juga memperlihatkan adanya kesadaran sosial terhadap pentingnya keberlanjutan lingkungan. Pernyataan pelaku usaha lokal mengenai kebersihan pantai menunjukkan bahwa masyarakat memahami hubungan langsung antara kualitas lingkungan dengan keberlangsungan ekonomi wisata.

Dalam konsep *community-based tourism*, partisipasi masyarakat tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, tetapi juga mencakup tanggung jawab sosial dalam menjaga keberlanjutan destinasi. Oleh karena itu, penguatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan sadar wisata, pengelolaan sampah, dan *digital literacy* menjadi penting agar masyarakat mampu berperan lebih aktif dalam pengembangan wisata berkelanjutan.

KESIMPULAN

Strategi pengembangan dan pemasaran wisata di Pantai Parangtritis telah mengarah pada penerapan prinsip *sustainable tourism* melalui peningkatan fasilitas, partisipasi masyarakat lokal, dan pemanfaatan digital marketing. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan menunjukkan bahwa Pantai Parangtritis memiliki daya tarik yang kuat sebagai destinasi wisata unggulan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Keterlibatan masyarakat lokal dalam aktivitas ekonomi wisata memperlihatkan implementasi *community-based tourism* yang mendukung keberlanjutan ekonomi masyarakat pesisir. Selain itu, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi digital mampu memperkuat destination branding dan memperluas jangkauan pasar wisatawan muda.

Namun demikian, masih terdapat tantangan utama berkaitan dengan pengelolaan sampah, rendahnya kesadaran wisatawan terhadap kebersihan, dan belum optimalnya pengelolaan pemasaran digital secara profesional. Oleh karena itu, diperlukan penguatan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, masyarakat lokal, dan wisatawan dalam menjaga keberlanjutan lingkungan dan kualitas destinasi wisata.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan pendekatan kualitatif dengan jumlah informan terbatas sehingga belum menggambarkan keseluruhan persepsi wisatawan secara luas. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan *mixed methods* atau dapat juga

secara kuantitatif untuk mengukur efektivitas strategi *digital marketing* dan tingkat kepuasan wisatawan terhadap implementasi *sustainable tourism* di Pantai Parangtritis.

DAFTAR REFERENSI

- Archi, Y. E., Benbba, B., Kabil, M., & Dávid, L. D. (2023). Digital Technologies for Sustainable Tourism Destinations: State of the Art and Research Agenda *Administrative Sciences (MDPI)*, 13(8), 184. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/admsci13080184>
- Ariyanto, F., Ferdiansyah, D., Darmawan, A. K., Wahyurini, E. T., Daryanto, E., & Muqaddas, Z. (2024). *Decision Support System for Selecting a Digital Marketing Model for Indonesian Sustainable Marine Tourism with the SWOT-AHP Approach* 9th International Conference on Informatics and Computing, ICIC 2024 - Hybrid, Medan, Indonesia.
- Ghazali, R., Ariyandani, N., Wulandari, F. A., Irawati, & Rivai, D. R. (2025). Social media and influencer marketing strategies in building sustainable tourism awareness in the coastal region of West Sulawesi. *Jurnal Ilmiah Global Education (JIGE)*, 6(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.55681/jige.v6i4.4665>
- Hanif, S. M., & Widodo, S. (2024). SWOT Analysis of Indonesian Coastal Tourism Destination Marketing in the International Office *Sinergi International Journal*, 2(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.61194/economics.v2i3.207>
- Hosseinzadeh, H., Ferdowsi, S., Pourahmad, A., & Warren, N. L. (2025). Digital Marketing Strategies for Sustainable Tourism Destination Management (Case Study: Noor Coastal City). *Dynamic Management in Business Analysis*, 4(1), 146-162. <https://doi.org/https://doi.org/10.61838/dmbaj.179>
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism* (7 ed.). Pearson Education
- Muda, F. P. (2025). Community participation in Indonesian sustainable tourism: A systematic review of models, impacts, and gaps. *Priviet Social Sciences Journal*, 5(8), 125-139. <https://doi.org/https://doi.org/10.55942/pssj.v5i8.462>
- Sayuti, R. H. (2023). Community Readiness in Implementing Sustainable Tourism on Small Islands: Evidence from Lombok, Indonesia *Sustainability (MDPI)*, 15(12). <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su15129725>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sutikno, Yusuf, M., Soedarso, Sukardi, & Azmi, D. A. (2018). *Integrated coastal tourism development strategy in Parigi Moutong, Central Sulawesi* 2017 CITIES International Conference: Multi Perspectives on Peri-Urban Dynamics Towards Sustainable Development Surabaya, Indonesia.
- UNWTO. (2013). *Sustainable Tourism for Development Guidebook - Enhancing capacities for Sustainable Tourism for development in developing countries* UNWTO.
- Wibawa, I. P. A., Astawa, I. P., Sukmawati, N. M. R., Arjana, I. W. B., & Sutarma, I. G. P. (2022). Digital Marketing and Sustainable Tourism for Tourist Villages in Bangli Regency *International Journal of Global Tourism*, 3(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.58982/injogt.v3i2.209>
- Yahya, N. F., Sahabuddin, R., Amin, A. N., & Sulolipu, A. A. (2024). Analysis of Coastal Tourism Development Strategy in Indonesia to Improve Community Economy *Economics and Business Journal (ECBIS)*, 2(6). <https://doi.org/https://doi.org/10.47353/ecbis.v2i6.199>
- Yudiani, N. W., & Dewi, N. D. U. (2026). Plastic Waste Management Due to Tourism Activities as an Efforts to Control Marine Pollution on Kuta Beach, Badung Regency *Jurnal*

Dialektika - Jurnal Ilmu Sosial, 14(1403-407).
<https://doi.org/https://doi.org/10.63309/dialektika.v24i1.939>