

## Revisit intention and tourist orientation: a sustainable tourism development framework for natural and built attractions

### Model pengembangan sustainable tourism pada objek wisata alam dan buatan berbasis orientasi berwisata wisatawan dan minat berkunjung kembali

Mardiatul Jannah<sup>1\*</sup>, Mirandha Ariesca Riana<sup>2</sup>, St. Aisyah<sup>1</sup>

<sup>1,3</sup>Program Studi Kewirausahaan, Insitut Teknologi dan Bisnis Kalla, Makassar, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen Ritel, Insitut Teknologi dan Bisnis Kalla, Makassar, Indonesia

---

#### ARTICLE INFO

##### Keywords:

natural tourism; revisit intention; sustainable tourism; tourist orientation

##### Katakunci:

orientasi wisatawan; minat kunjungan ulang; pariwisata berkelanjutan; wisata alam

##### DOI:

<https://doi.org/10.26905/jpp.v9i2.14367>

##### Corresponding Author:

Mardiatul Jannah  
[jmardiatul@kallabs.ac.id](mailto:jmardiatul@kallabs.ac.id)

#### ABSTRACT

*Sustainable tourism is the development of a tourism concept that can provide long-term impacts on the environment, society, culture and economy. This study aims to determine the direction of sustainable tourism development models for natural and artificial tourist attractions in South Sulawesi, focusing on tourist orientation and their interest in revisiting. The approach used is the quantitative Analytical Hierarchy Process (AHP) method and qualitative methods through surveys and interviews. A total of 145 tourist respondents were involved to measure their priorities in choosing tourist destinations. The research results show that tourists' orientation priorities are dominated by the desire to overcome boredom, followed by the search for new experiences, the need for healing, and knowledge. Natural tourism, particularly beaches and mountains in Bulukumba, Tana Toraja, Gowa, Maros, and Pangkep, is the respondents' top choice. Additionally, tourist attractions are the main factor influencing tourists' interest in revisiting, followed by service quality, facilities, and accessibility. This study recommends that destination managers focus more on developing sustainable natural tourism and improving services and facilities to attract tourists' revisits.*

#### HOW TO CITE ITEM

Jannah, M., Riana, M. A., & Aisyah, S. (2025). Revisit intention and tourist orientation: a sustainable tourism development framework for natural and built attractions. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 9(2). Retrieved from <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jpp/article/view/14367>

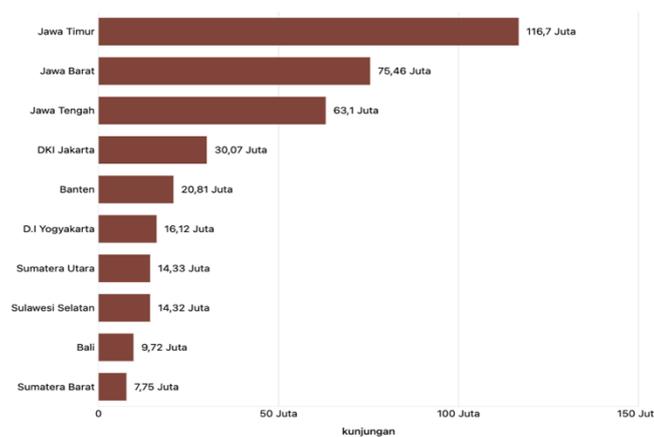
#### ABSTRAK

Pariwisata berkelanjutan atau *sustainability tourism* merupakan pengembangan konsep berwisata yang dapat memberikan dampak jangka panjang baik terhadap lingkungan, sosial, budaya dan ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan arah pengembangan model pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) pada objek wisata alam dan buatan di Sulawesi Selatan, dengan fokus pada orientasi wisatawan dan minat mereka untuk berkunjung kembali. Pendekatan yang digunakan adalah metode kuantitatif Analytical Hierarchy Process (AHP) dan kualitatif melalui survei dan wawancara. Sebanyak 145 responden wisatawan dilibatkan untuk mengukur prioritas mereka dalam memilih destinasi wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prioritas orientasi wisatawan didominasi oleh keinginan untuk mengatasi kejenuhan, disusul oleh pencarian pengalaman baru, kebutuhan healing dan pengetahuan. Wisata alam, khususnya pantai dan pegunungan di Bulukumba, Tana Toraja, Gowa, Maros, dan Pangkep, menjadi pilihan utama responden. Selain itu, daya tarik wisata merupakan faktor utama yang mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung kembali, diikuti oleh kualitas pelayanan, fasilitas, dan aksesibilitas. Penelitian ini memberikan rekomendasi kepada pengelola destinasi untuk lebih berfokus pada pengembangan wisata alam yang berkelanjutan serta meningkatkan pelayanan dan fasilitas guna menarik minat kunjungan ulang wisatawan.

## PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi salah satu sektor yang paling terdampak saat pandemi COVID-19. Seperti yang dilansir dalam buku *Tren Pariwisata 2021* oleh Kemenparekraf dimana terjadi penurunan angka wisatawan di Indonesia bukan hanya jumlah wisatawan mancanegara tapi juga terhadap jumlah wisatawan domestik (Kemenparekraf RI, 2022). Hal tersebut berlangsung kurang lebih dua tahun sampai pada era new normal, pariwisata Indonesia yang sempat mati suri pada tahun 2020, kemudian mencoba beradaptasi pada tahun 2021 dan berdasarkan data terbaru dari buku *Tren pariwisata 2022-2023* di Indonesia sendiri telah terjadi peningkatan kunjungan wisatawan sebesar 926% dengan 743 ribu kunjungan (Kemenparekraf RI, 2021). Hal tersebut didorong oleh adanya fenomena *revenge tourism* di mana orang-orang melakukan perjalanan sebagai bentuk balas dendam terhadap pandemi COVID-19 yang membatasi perjalanan selama lebih dari dua tahun (Panzer-Krause, 2022).

Indonesia merupakan salah satu negara yang kaya akan potensi pariwisata sehingga menjadi salah satu negara dengan tujuan berwisata bagi wisatawan, potensi wisata Indonesia tidak hanya menyajikan destinasi wisata yang berfokus pada alam namun juga memiliki destinasi wisata buatan yang tidak kalah menarik untuk dikunjungi (Heryati, 2019). Kekayaan destinasi wisata yang dimiliki tidak hanya menarik bagi wisatawan mancanegara namun juga bagi wisatawan domestik yang memiliki banyak alternatif pilihan untuk berwisata (Swesti *et al.*, 2020; Wibisono *et al.*, 2020). Berdasarkan data dari BPS berikut provinsi dengan tujuan turis lokal terbanyak di Indonesia seperti pada gambar 1 (Badan Pusat Statistik, 2023):



**Gambar 1.** Data 10 Provinsi dengan kunjungan turis terbanyak di Indonesia  
Source : Databoks, 2023 (Muhammad, 2023)

Kebangkitan pariwisata Indonesia khususnya sejak dilanda pandemi kian memberikan catatan positif, usaha yang massif dilakukan oleh Kemenparekraf dalam menyelamatkan wajah pariwisata Indonesia yang sempat ikut terpuruk efek pandemi COVID-19, melalui Kemenparekraf arah pariwisata Indonesia saat ini tidak hanya fokus mengejar angka kunjungan wisatawan di Indonesia saja, tapi juga fokus pada usaha mendorong pariwisata berkelanjutan atau *sustainable tourism* (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2021).

Berdasarkan pada data diatas, Provinsi Sulawesi Selatan menjadi satu-satunya provinsi di pulau Sulawesi yang mendapat kunjungan turis terbanyak. Pariwisata di Sulawesi Selatan memiliki potensi besar berkat keanekaragaman budaya, sejarah, dan keindahan alam yang menjadi daya tarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Namun, tantangan utama adalah memastikan pengembangan sektor ini selaras dengan prinsip keberlanjutan, yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Konsep pariwisata berkelanjutan semakin relevan di Sulawesi Selatan sebagai bagian dari strategi pemulihan pasca-pandemi COVID-19. Kota Makassar, misalnya, mulai menerapkan strategi pariwisata berkelanjutan melalui program seperti *Makassar F8*, yang menonjolkan integrasi budaya lokal, pelibatan UMKM, dan upaya untuk meminimalkan dampak lingkungan. Inisiatif ini bertujuan untuk mendorong pariwisata yang tidak hanya menghasilkan keuntungan ekonomi tetapi juga mendukung pelestarian lingkungan dan warisan budaya. Pada tingkat provinsi, Sulawesi Selatan mengadopsi strategi pembangunan pariwisata berbasis *3A2P* (Akses, Atraksi, Amenitas; Promosi, dan Pelaku Pariwisata), yang diintegrasikan dalam Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah hingga 2030. Pendekatan ini menekankan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat untuk menciptakan dampak ekonomi yang meluas dan berkesinambungan.

Dengan melibatkan destinasi unggulan seperti Bulukumba, Tana Toraja, dan Makassar, langkah ini tidak hanya berfokus pada pertumbuhan wisatawan, tetapi juga pada peningkatan kualitas hidup masyarakat setempat. Pendekatan berbasis komunitas dan inovasi teknologi turut menjadi bagian penting dalam membangun pariwisata yang adaptif terhadap perubahan global. Dukungan pemerintah pusat dalam pengembangan destinasi wisata

berkualitas di Sulawesi Selatan juga ditunjukkan dengan adanya berbagai program seperti Bimtek Peningkatan Kapasitas Pengelola Homestay di Desa Wisata Rumbia, Kabupaten Jeneponto, Kabupaten Jeneponto, Provinsi Sulawesi Selatan (Penyangga Destinasi Pariwisata Pengembangan Toraja-Makassar-Selayar) serta Pemberian Dukungan Pengembangan 3A Pariwisata di Geopark Maros-Pangkep, Provinsi Sulawesi Selatan (Kemenparekraf RI, 2023).

Dalam membantu pengembangan sustainable tourism di Indonesia perlu juga diperhatikan kepuasan wisatawan pada obyek wisata yang dikunjungi dengan melakukan analisis terhadap orientasi mereka dalam berwisata, tidak hanya itu keputusan wisatawan untuk berkunjung kembali juga menjadi variabel penting (Supatmana & Suwanti, 2022; Suprihatin, 2020). Orientasi berwisata adalah sikap dan perilaku wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata. Untuk mendorong pariwisata berkelanjutan, wisatawan perlu mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan terhadap wisatawan, industri, lingkungan, dan kebutuhan masyarakat tuan rumah (Suliyanto, 2019). Dengan memahami orientasi berwisata wisatawan dan minat mereka untuk berkunjung kembali, pemerintah dan pelaku pariwisata dapat mengembangkan model strategi yang lebih baik untuk meningkatkan kepuasan wisatawan dan mempromosikan pariwisata yang berkelanjutan (Harianja *et al.*, 2022). Dengan mempromosikan dan mengembangkan destinasi wisata alam dan buatan yang menarik, Indonesia dapat meningkatkan angka kunjungan pariwisata dan memperkenalkan keindahan alam dan budaya Indonesia kepada dunia. Indikator orientasi berwisata dapat dianalisis melalui kepuasan wisatawan pada obyek wisata yang dikunjungi (Suliyanto, 2019; Suliyanto & Musthofa, 2020).

Berdasarkan paparan diatas, menjadi latar belakang peneliti untuk menganalisa kecenderungan orientasi berwisata wisatawan dan factor yang menjadi pertimbangan mereka dalam melakukan kunjungan kembali, hasil tersebut kemudian akan dikaji lebih mendalam dengan membandingkan hasil olah data dari kuesioner yang dibagi kepada wisatawan serta hasil wawancara yang diperoleh dari para pengelola tempat wisata, olehnya dengan kombinasi tersebut maka dapat memberikan gambaran model pengembangan *sustainable tourism* yang tepat dan fokusnya terhadap pengembangan wisata alam atau wisata buatan di Indonesia khususnya bagi objek wisata yang ada Sulawesi selatan.

Pengembangan sustainable tourism atau pariwisata berkelanjutan adalah konsep pengembangan pariwisata yang memberikan dampak jangka panjang (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2021). Selain berfokus pada empat pilar pengembangan sustainable tourism dari Kemenparekraf/Baparekraf yakni pengelolaan berkelanjutan (bisnis pariwisata), ekonomi berkelanjutan (sosio ekonomi) jangka panjang, keberlanjutan budaya (sustainable culture) yang harus selalu dikembangkan dan dijaga, serta aspek lingkungan (environment sustainability) (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2021; Włodarczyk & Cudny, 2022). Penelitian ini juga akan berusaha menjawab apa yang menjadi orientasi berwisata wisatawan dan kaitannya terhadap minat berkunjung kembali. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yakni memadukan antara pendekatan secara kuantitatif dengan analytical hierarchy process (AHP) serta pendekatan kualitatif.

Tema penelitian yang membahas terkait pengembangan sustainable tourism di Indonesia yang berdasarkan pada perspektif kebutuhan wisatawan masih cenderung jarang dilakukan, kajian terkait sustainable tourism pun masih belum banyak dikaji terlebih di era pasca pandemic. Olehnya penelitian ini dianggap memiliki urgensi untuk dilaksanakan agar para pelaku wisata, pengelola sampai pada pemerintah dapat lebih terarah fokusnya dalam melakukan pengembangan sustainable tourism terlebih dalam penelitian ini sudah melibatkan perspektif dari wisatawan yang notabeneanya akan menjadi konsumen akhir dari objek wisata yang akan dikembangkan.

## METODE

Penelitian ini ingin melihat bagaimana kecenderungan orientasi berwisata wisatawan dan faktor dominan yang membuat mereka ingin melakukan kunjungan kembali, olehnya untuk mengetahui hasil pengambilan keputusan wisatawan tersebut maka dalam penelitian ini digunakan pendekatan *Analytical Hierarchy Process* (AHP), AHP memungkinkan peneliti untuk menilai bobot setiap elemen dalam hierarki berdasarkan perbandingan berpasangan (*pairwise comparison*). Hasil dari perbandingan berpasangan digunakan untuk menghitung bobot prioritas dari setiap elemen. Indeks konsistensi (CI) dan rasio konsistensi (CR) dihitung untuk memastikan bahwa perbandingan tersebut konsisten. Nilai CR yang dapat diterima nilainya kurang dari 10% atau dibawah 0,1. Adapun dalam penelitian ini, dilakukan perbandingan berpasangan terhadap kriteria orientasi berwisata wisatawan dan juga terhadap minat wisatawan dalam berkunjung kembali ke tempat wisata, alternatif yang diberikan lebih fokus pada beberapa lokasi wisata di Sulawesi Selatan yang termasuk dalam objek wisata alam dan objek wisata buatan. Data dalam penelitian ini bersumber dari kuesioner yang disebar kepada 145 pelaku wisata yang tersebar di provinsi Sulawesi Selatan dan diolah menggunakan *expert choice* dan *microsoft excel* untuk menentukan ranking tiap kriteria yang ada.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Orientasi Berwisata Wisatawan

Salah satu aspek yang dikaji dalam penelitian ini adalah orientasi berwisata wisatawan, aspek ini berfokus pada preferensi atau motivasi yang mendorong wisatawan melakukan perjalanan wisata, berdasarkan

data dari Kemenparekraf kajian terkait orientasi berwisata wisatawan saat ini menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam perilaku dan preferensi terutama pasca pandemi, fenomena balas dendam atau revenge tourism menjadi salah satu pendorong serta beberapa fenomena lainnya yang menunjukkan perubahan terhadap orientasi berwisata wisatawan secara signifikan, dalam penelitian ini aspek orientasi berwisata wisatawan dikaji menggunakan empat kriteria yang di rangking untuk melihat kriteria mana yang menjadi prioritas orientasi wisatawan dalam berwisata, berikut hasil olah data perbandingan berpasangan terhadap kriteria dalam orientasi berwisata wisatawan.

**Tabel 1.** Matriks Perbandingan Berpasangan Kriteria Orientasi Berwisata Wisatawan

	Kejenuhan	Pengalaman Baru	Healing	Pengetahuan	Prioritas
Kejenuhan	0,56	0,65	0,47	0,42	0,53
Pengalaman Baru	0,19	0,22	0,35	0,33	0,27
Healing	0,14	0,07	0,12	0,17	0,12
Pengetahuan	0,11	0,05	0,06	0,08	0,08

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Hasil temuan pada tabel 1 menunjukkan urutan prioritas orientasi wisatawan berdasarkan nilai bobot yang diperoleh. Empat kriteria yang diajukan kepada responden, mayoritas menjadikan kejenuhan sebagai prioritas utama yang berarti mayoritas wisatawan cenderung berwisata untuk melepaskan diri dari rutinitas dan kebosanan. Dalam literatur pariwisata, kejenuhan sering dikaitkan dengan konsep *escapism*, di mana wisatawan mencari pelarian dari rutinitas sehari-hari yang monoton. Sebuah studi oleh Cohen et al. (2014) tentang fenomena wisatawan modern mengemukakan bahwa salah satu motivasi utama wisatawan adalah pelarian dari lingkungan yang sudah terlalu biasa dan tekanan pekerjaan. Penelitian oleh Gholipour Soleimani & Einolahzadeh (2018) menunjukkan bahwa banyak wisatawan memilih bepergian sebagai bentuk pelarian dari kejenuhan dan tekanan pekerjaan. Mereka mencari kesempatan untuk bersantai dan beristirahat dari beban sehari-hari. Penelitian lainnya oleh Nawijn & Biran (2019) juga menemukan bahwa wisatawan sering kali melakukan perjalanan untuk mengatasi kejenuhan emosional. Wisata memberikan peluang bagi orang untuk merefresh pikiran mereka dan mendapatkan kembali energi, terutama ketika liburan dianggap sebagai mekanisme untuk melepaskan ketegangan.

Faktor kedua yang mempengaruhi orientasi wisatawan adalah pengalaman baru. Wisatawan memiliki keinginan yang kuat untuk mengeksplorasi hal-hal baru, baik dari segi budaya, aktivitas, maupun kuliner di tempat wisata. Hal ini mengisyaratkan bahwa daya tarik wisata yang menawarkan sesuatu yang unik, atau kegiatan yang jarang mereka temukan di tempat asal, memiliki daya tarik tersendiri. Temuan ini sejalan dengan tren wisata modern di mana wisatawan cenderung menghindari destinasi konvensional dan lebih tertarik pada eksplorasi destinasi yang unik, belum dikenal, atau memberikan pengalaman yang berbeda. Mehmetoglu & Engen (2011) dalam penelitian mereka tentang *experience economy* menyatakan bahwa wisatawan saat ini tidak hanya mencari layanan dan produk wisata, tetapi juga pengalaman yang unik dan berkesan. Wisata berbasis pengalaman ini meliputi wisata petualangan, budaya, atau partisipasi dalam aktivitas lokal yang autentik. Zhu et al. (2022) juga menekankan pentingnya pengalaman baru bagi wisatawan milenial, yang sering mencari destinasi yang memungkinkan mereka untuk terlibat dalam aktivitas yang tidak biasa atau menantang.

Healing atau pemulihan emosional menempati urutan ketiga. Wisatawan menganggap bahwa kegiatan berwisata juga berfungsi sebagai cara untuk menyegarkan kembali kondisi mental dan emosional mereka, temuan ini mencerminkan tren meningkatnya minat pada wisata kesehatan dan *wellness tourism*. Diekmann et al. (2020) menemukan bahwa banyak wisatawan sekarang lebih memperhatikan kesehatan mental dan fisik mereka, dan sering kali melakukan perjalanan ke tempat-tempat yang menawarkan suasana yang tenang dan menenangkan. Fenomena pasca Pandemi COVID-19 memperkuat tren ini, di mana wisatawan mulai memprioritaskan destinasi yang mendukung kesehatan dan kesejahteraan mereka. Menurut Mishra et al. (2022), wisata healing kini menjadi bagian penting dari industri pariwisata global.

Faktor pengetahuan berada di peringkat terakhir, meskipun bobotnya paling rendah, wisata berbasis edukasi masih memiliki pengaruh pada orientasi wisatawan, terutama bagi mereka yang ingin memperluas wawasan tentang sejarah, budaya, dan ilmu pengetahuan. Richards menemukan bahwa wisata budaya dan edukasi tetap relevan, terutama di kalangan wisatawan yang tertarik pada museum, situs sejarah, dan tempat-tempat yang menawarkan program-program edukatif (Richards, 2018). Banyak wisatawan menganggap perjalanan sebagai cara untuk belajar, baik itu mempelajari bahasa baru, mengenal tradisi lokal, atau memperdalam pengetahuan tentang warisan budaya suatu tempat. Sangpikul dalam studi mereka juga mengungkap bahwa wisatawan sering kali memilih destinasi yang memberikan kesempatan untuk belajar dan memperluas wawasan, baik melalui tur terorganisir, pameran budaya, atau partisipasi dalam festival lokal (Sangpikul, 2018).

### Minat Berkunjung Kembali

Pengalaman wisata yang memuaskan sering kali berhubungan langsung dengan niat wisatawan untuk kembali ke destinasi yang sama. Studi menunjukkan bahwa kualitas layanan, keunikan atraksi, dan pengalaman

positif secara keseluruhan memiliki dampak signifikan terhadap minat berkunjung kembali (Chen *et al.*, 2020). Dalam penelitian ini terdapat beberapa kriteria yang diajukan kepada responden dan dari kriteria tersebut dilakukan perbandingan berpasangan untuk mengetahui mana mayoritas yang menjadi prioritas utama mendorong minat berkunjung kembali wisatawan ke tempat wisata.

**Tabel 2.** Matriks Perbandingan Berpasangan Kriteria Minat Berkunjung Kembali

	Daya Tarik	Pelayanan	Fasilitas	Akses	Keamanan	Jarak	Biaya	Prioritas
Daya Tarik	0,39	0,45	0,41	0,36	0,36	0,31	0,28	<b>0,37</b>
Pelayanan	0,19	0,22	0,27	0,27	0,24	0,22	0,21	<b>0,23</b>
Fasilitas	0,13	0,11	0,14	0,18	0,18	0,18	0,17	<b>0,16</b>
Akses	0,10	0,07	0,07	0,09	0,12	0,13	0,14	<b>0,10</b>
Keamanan	0,07	0,06	0,05	0,05	0,06	0,09	0,10	<b>0,07</b>
Jarak	0,06	0,04	0,03	0,03	0,03	0,04	0,07	<b>0,04</b>
Biaya	0,05	0,04	0,03	0,02	0,02	0,02	0,03	<b>0,03</b>

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Hasil pada tabel 2 menunjukkan daya tarik wisata menjadi prioritas utama yang mendorong minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke suatu tempat wisata. Daya tarik bisa meliputi keindahan alam, keunikan budaya, atau atraksi khusus yang hanya bisa ditemukan di destinasi tersebut. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Chiu *et al.* (2016), yang menunjukkan bahwa destinasi wisata dengan daya tarik visual dan pengalaman yang luar biasa memiliki potensi besar untuk menarik kunjungan ulang. Destinasi yang mampu menawarkan pengalaman yang otentik dan menarik akan lebih mampu membangun loyalitas wisatawan. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa daya tarik destinasi adalah salah satu faktor utama dalam memengaruhi minat wisatawan untuk kembali. Studi oleh Zhang *et al.* (2018) mengungkap bahwa daya tarik destinasi yang unik, terutama yang melibatkan unsur budaya lokal dan keindahan alam, menjadi motivator utama dalam keputusan wisatawan untuk berkunjung kembali. Wisatawan mencari pengalaman yang berbeda, autentik, dan memikat, yang membuat mereka ingin mengulang kunjungan di masa depan. Penekanan pada pengalaman autentik yang tak terlupakan menjadi salah satu tren wisata global yang berkembang dalam beberapa tahun terakhir.

Faktor pelayanan menempati posisi kedua, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berperan penting dalam menciptakan minat berkunjung kembali. Pelayanan mencakup interaksi yang ramah, efisien, dan profesional dari staf di destinasi wisata. Penelitian oleh Syarifuddin & Priyanto (2020) menegaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki korelasi kuat dengan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang dalam konteks pariwisata berarti pengunjung yang puas dengan layanan cenderung kembali Naing Myo & Khalifa (2019) juga menemukan bahwa kualitas pelayanan, terutama keramahan staf dan kecepatan layanan, memiliki dampak yang signifikan pada loyalitas wisatawan. Pengalaman positif yang diterima wisatawan dari pelayanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas mereka, dan ini sering kali menjadi alasan utama mereka untuk kembali berkunjung ke destinasi yang sama. Pelayanan yang buruk, sebaliknya, dapat menghancurkan niat wisatawan untuk berkunjung lagi meskipun daya tarik destinasi tinggi. Hal ini menunjukkan pentingnya pelatihan dan pengembangan staf pariwisata untuk menjaga kualitas interaksi dengan wisatawan.

Fasilitas, seperti infrastruktur yang mendukung kenyamanan pengunjung, berada di posisi ketiga. Hal ini mencakup fasilitas umum seperti toilet, tempat parkir, pusat informasi, atau tempat makan yang tersedia di destinasi wisata. Penelitian oleh Baker dan Crompton mendukung temuan ini, di mana fasilitas yang memadai dan terawat baik meningkatkan kepuasan wisatawan dan mendorong mereka untuk kembali berkunjung (Baker & Crompton, 2000). Menurut Manyangara *et al.* (2023), fasilitas yang nyaman dan memadai merupakan elemen penting dalam pengalaman wisata yang positif. Ketika fasilitas di destinasi terjaga dengan baik, wisatawan merasa lebih nyaman dan cenderung mempertimbangkan untuk kembali di masa depan. Wisatawan cenderung memilih kembali ke tempat yang memberikan kenyamanan dan kemudahan selama kunjungan mereka.

Akses ke destinasi wisata, juga menjadi salah satu pertimbangan penting dengan menempati urutan prioritas ke empat. Studi oleh Aduce *et al.* (2021) menegaskan pentingnya aksesibilitas sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk kembali berkunjung. Penelitian ini menunjukkan bahwa destinasi wisata yang mudah diakses dengan infrastruktur jalan yang baik, serta transportasi publik yang efisien, lebih menarik bagi wisatawan. Di era modern, wisatawan cenderung menghindari destinasi yang sulit dijangkau atau membutuhkan waktu perjalanan yang terlalu lama, kecuali daya tariknya sangat luar biasa. Menurut penelitian oleh (Crouch & Ritchie, 1999), kemudahan akses sangat mempengaruhi keputusan wisatawan, terutama bagi mereka yang berasal dari luar kota atau luar negeri. Destinasi yang sulit dijangkau atau memiliki infrastruktur transportasi yang kurang memadai akan cenderung kurang diminati untuk kunjungan ulang.

Faktor keamanan menempati urutan kelima dalam skala prioritas wisatawan, hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun keamanan penting, namun itu bukanlah faktor dominan yang memengaruhi minat kunjungan ulang. Penelitian oleh Kozak mengungkapkan bahwa keamanan menjadi perhatian khusus bagi wisatawan, terutama saat memilih destinasi wisata internasional (Kozak, 2001). Shin *et al.* menemukan bahwa persepsi terhadap keamanan destinasi, terutama terkait protokol kesehatan dan kebersihan, telah menjadi salah satu faktor

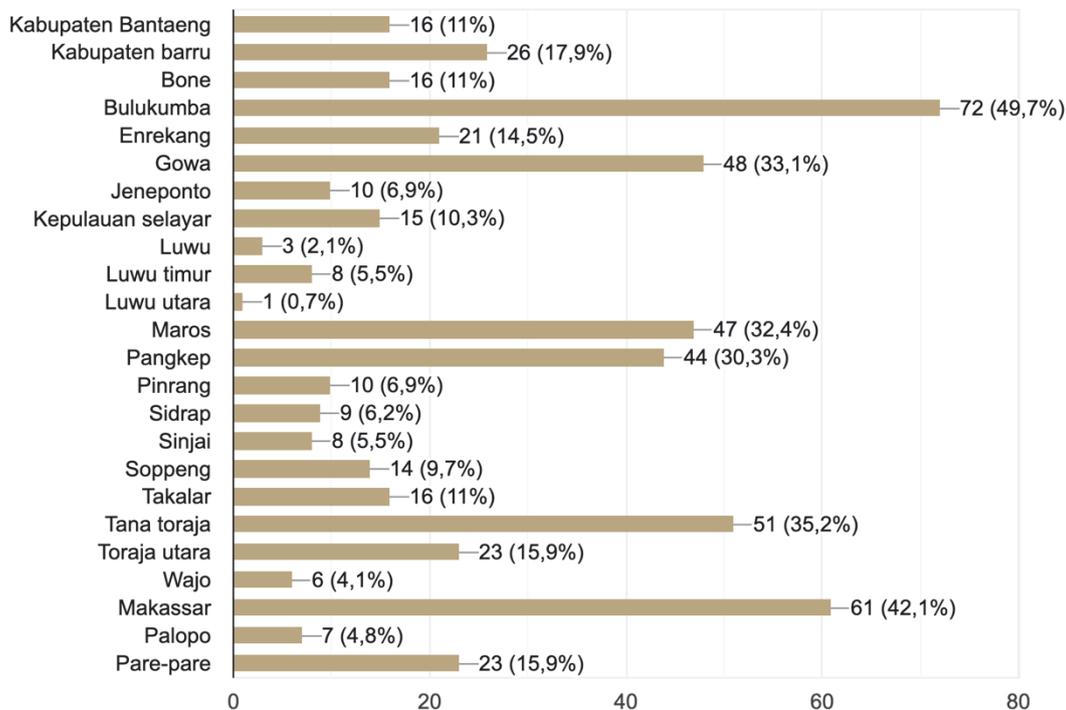
penting yang dipertimbangkan oleh wisatawan dalam memilih destinasi dan memutuskan apakah mereka akan kembali berkunjung, temuan tersebut utamanya berlaku setelah pandemi Covid-19 melanda. Selain itu, keamanan juga mencakup perlindungan dari bahaya fisik, kejahatan, atau bencana alam (Shin *et al.*, 2022). Destinasi yang memiliki reputasi baik dalam hal keamanan cenderung lebih dipercaya oleh wisatawan dan bisa meningkatkan kemungkinan kunjungan ulang.

Jarak ke destinasi wisata memiliki bobot prioritas yang cukup kecil, hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun jarak dapat menjadi pertimbangan, hal ini bukanlah faktor utama yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk kembali. Wisatawan cenderung mengabaikan faktor jarak jika destinasi menawarkan pengalaman yang sangat menarik dan memuaskan. Tsai *et al.*, menemukan bahwa wisatawan cenderung lebih memperhatikan faktor-faktor seperti daya tarik dan pelayanan dibandingkan dengan jarak. Namun, wisatawan yang berkunjung ke destinasi yang lebih dekat secara geografis mungkin lebih cenderung untuk kembali berulang kali, terutama untuk kunjungan akhir pekan atau liburan singkat. Ini menunjukkan bahwa jarak menjadi lebih penting untuk jenis perjalanan tertentu, terutama wisatawan lokal (Tsai *et al.*, 2020).

Faktor biaya juga menunjukkan bobot terendah dan menjadi prioritas terakhir dari kriteria yang ada, hal itu menunjukkan bahwa biaya perjalanan, tiket masuk, atau harga-harga di destinasi wisata tidak menjadi pertimbangan utama bagi wisatawan dalam memutuskan kunjungan ulang. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Yoon dan Uysal, yang menunjukkan bahwa faktor-faktor non-finansial seperti pengalaman emosional dan keterikatan psikologis lebih mempengaruhi loyalitas wisatawan daripada pertimbangan biaya (Yoon & Uysal, 2005). Meskipun biaya tetap penting, wisatawan yang puas dengan pengalaman cenderung bersedia membayar lebih untuk kunjungan berikutnya. Meskipun wisatawan memperhatikan biaya pada kunjungan pertama, loyalitas mereka lebih dipengaruhi oleh pengalaman yang mereka dapatkan, seperti pelayanan dan daya tarik destinasi, daripada pertimbangan finansial (Huong *et al.*, 2024).

### Model Pengembangan Sustainable Tourism

Berdasarkan hasil ranking prioritas wisatawan terhadap orientasi seperti terlihat pada gambar 2, mereka dalam berwisata serta kecenderungan minat berkunjung kembali, maka hal tersebut menjadi salah satu dasar untuk menentukan arah pengembangan pariwisata berkelanjutan khususnya di Sulawesi Selatan, melihat kecenderungan berwisata wisatawan dan daerah prioritas yang sering mereka kunjungi maka diharapkan hal tersebut menjadi pertimbangan bagi pengelola wisata dan penyedia paket perjalanan wisata agar bisa lebih fokus pada pengembangan tersebut, berikut sajian data Kabupaten/kota prioritas wisatawan di Sulawesi Selatan.



**Gambar 2.** Kabupaten/Kota prioritas di Sulawesi Selatan yang dikunjungi untuk tujuan berwisata

Sulawesi Selatan merupakan salah satu destinasi wisata unggulan di Indonesia, dengan beragam daya tarik mulai dari keindahan alam, warisan budaya, hingga destinasi religi. Gambar diatas menunjukkan daerah prioritas kunjungan para wisatawan di Sulawesi Selatan dimana Kabupaten Bulukumba masih menjadi prioritas utama tujuan wisata. Kabupaten Bulukumba dikenal sebagai pusat wisata bahari di Sulawesi Selatan, dengan pantai-

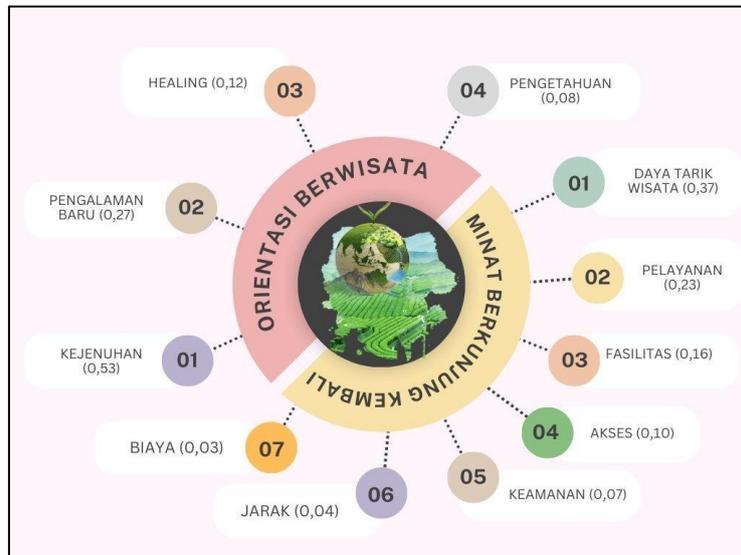
pantainya yang indah, seperti Pantai Bira, Pantai Bara, dan Tanjung Bira yang menjadi magnet utama wisatawan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa 53,1 % wisatawan dalam dua tahun terakhir lebih memilih untuk berkunjung ke wisata Pantai dengan salah satu alternatifnya adalah gugusan Pantai yang ada di Bulukumba, selain itu dalam penelitian ini Mesjid Islamic Center Dato' Tiro juga menjadi salah satu destinasi wajib untuk disinggahi sebagai icon Bulukumba, dimana 53,8% responden pernah mengunjunginya dalam kurun dua tahun terakhir. Selain itu, Bulukumba juga dikenal dengan tradisi pembuatan perahu Pinisi yang mendunia, yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan lokal dan mancanegara. Menurut (Syahrial & Badollahi, 2020), destinasi wisata bahari di Bulukumba terus berkembang dan menarik minat wisatawan karena keindahan alam bawah laut serta akses yang semakin membaik. Menurut Luthfi *et al.* Bulukumba, khususnya Tanjung Bira, telah mengalami peningkatan signifikan dalam jumlah kunjungan wisatawan berkat promosi yang dilakukan secara masif oleh pemerintah daerah dan pengelola wisata (Luthfi *et al.*, 2023).

Selain Bulukumba, kota Makassar menjadi prioritas kedua bagi wisatawan sebagai destinasi yang sering dikunjungi, Kota Makassar sebagai ibu kota Sulawesi Selatan menjadi pusat wisata budaya, sejarah, dan kuliner. Sastrawati & Asano (2021) dalam penelitiannya menyoroti bahwa Makassar terus berkembang sebagai pusat wisata yang multifaset, menawarkan wisata sejarah, budaya, dan kuliner yang berkontribusi pada peningkatan kunjungan wisatawan domestik maupun internasional. Prioritas ketiga sebagai daerah tujuan wisata ditempati oleh Tana Toraja yang dikenal dengan keunikannya budayanya. Adams (2003) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa Tana Toraja tetap menjadi destinasi prioritas bagi wisatawan yang tertarik pada wisata budaya dan alam. Festival-festival budaya yang digelar secara berkala juga meningkatkan daya tarik Tana Toraja sebagai destinasi yang menawarkan pengalaman unik dan berbeda. Selain itu, Tana Toraja juga menawarkan wisata alam pegunungan yang menawan, seperti Londa dan Kete Kesu yang menjadi situs budaya favorit wisatawan.

Destinasi prioritas responden selanjutnya adalah Kabupaten Gowa, Maros dan Pangkep. Kabupaten Gowa menjadi salah satu tujuan wisata yang menarik karena warisan sejarah Kerajaan Gowa dan peninggalan Benteng Somba Opu. Selain itu, wisata alam di daerah Malino dengan keindahan alam pegunungan dan perkebunan teh juga menjadi daya tarik utama. Basri (2018) mengungkapkan bahwa potensi wisata sejarah dan alam di Gowa semakin berkembang dengan adanya program-program pemulihan dan pengembangan infrastruktur pariwisata yang dilakukan pemerintah setempat. Malino Highland juga dikenal sebagai destinasi wisata alam yang populer di kalangan wisatawan yang mencari kesejukan dan pemandangan pegunungan. Adapun untuk kabupaten Maros dan Pangkep masing-masing memiliki daya tarik wisata alam yang kuat, kabupaten Maros dengan Taman Nasional Bantimurung-Bulusaraung yang dikenal sebagai "kerajaan kupu-kupu" dan memiliki keindahan air terjun serta gua karst yang terbesar di Asia Tenggara. Kawasan Rammang-Rammang dengan formasi karst juga menjadi daya tarik wisatawan. Kabupaten Pangkep dengan potensi wisata bahari dan ekowisata yang kaya, termasuk gugusan pulau-pulau kecil di Kepulauan Spermonde yang terkenal dengan keindahan bawah lautnya, serta wisata gua di Leang-Leang yang menawarkan pengalaman sejarah dan prasejarah. Jaya *et al.* (2022) dalam studinya menunjukkan bahwa Pangkep memiliki daya tarik besar bagi wisatawan yang tertarik pada wisata bahari dan arkeologi. Lokasi seperti Pulau Samalona dan Pulau Kapoposang sangat populer di kalangan penyelam dan wisatawan yang mencari wisata pulau.

Dari lima kabupaten/kota yang menjadi destinasi prioritas tujuan wisatawan di Sulawesi Selatan, mayoritas masing-masing dikenal dengan destinasi wisata alam yang menarik, walaupun destinasi wisata buatan tidak kalah banyak namun dari penelitian yang dilakukan ditemukan bahwasanya tujuan dari masing-masing wisatawan ke kabupaten/kota tersebut karena destinasi wisata alamnya. Dari data yang diolah ditemukan bahwa 53,1% menjadikan Pantai Tanjung Bira sebagai destinasi wisata yang sering dikunjungi dalam kurun dua tahun terakhir, disusul oleh Desa Wisata Rammang-rammang di Kabupaten Maros yang 44,1% responden memilihnya sebagai destinasi yang pernah dikunjungi dalam kurun waktu dua tahun terakhir, selain itu ada Benteng Rotterdam dan Mesjid 99 Kubah yang terletak di Kota Makassar, disusul oleh Taman Purbakala Sumpangbitta yang ada di Kab. Pangkep, serta Malino Highland yang terletak di Kabupaten Gowa. Dari beberapa alternatif yang diberikan kepada responden, mayoritas mereka cenderung dalam kurun waktu dua tahun terakhir lebih memilih untuk melakukan perjalanan wisata ke destinasi wisata alam dibandingkan destinasi wisata buatan, hal tersebut nampak dari alternatif yang kurang banyak dilirik untuk dikunjungi dalam dua tahun terakhir oleh responden seperti Gowa Discovery Park, Maros Highland, Zulu Park dan Bugis Waterpark.

Dari temuan dilapangan pavor dari objek wisata buatan masih cenderung sulit mengalahkan pavor dari objek wisata alam. Menurut Jones *et al.*, wisatawan cenderung lebih tertarik pada destinasi alam karena mereka mencari pengalaman yang otentik, di mana mereka dapat merasakan kedamaian dan ketenangan yang tidak bisa disediakan oleh lingkungan buatan (Fredman *et al.*, 2012). Keunikan ini membuat setiap destinasi alam memiliki daya tariknya sendiri yang tidak bisa ditemukan di tempat lain. Wisata alam umumnya dianggap lebih menarik dibandingkan wisata buatan karena beberapa faktor utama seperti keindahan alami yang unik, pengalaman sensorik, relaksasi, serta nilai keberlanjutan yang lebih tinggi. Wisatawan seringkali mencari keaslian, ketenangan, dan hubungan yang lebih dekat dengan alam, yang sulit didapatkan dari wisata buatan. Hal tersebut nampak pada gambar berikut yang menyajikan prioritas dari orientasi berwisata wisatawan dan juga kecenderungan yang menarik minat wisatawan untuk berkunjung kembali.



**Gambar 3.** Model prioritas orientasi berwisata dan kecenderungan minat berkunjung Kembali

Orientasi berwisata wisatawan yang menjadi prioritas utama diantara semua responden adalah untuk mengurangi kejenuhan, hal tersebut sejalan dengan pilihan wisatawan terhadap alternatif destinasi prioritas yang cenderung memilih destinasi wisata alam untuk dikunjungi, selain untuk mengurangi kejenuhan destinasi wisata alam juga sangat cocok untuk wisatawan yang orientasinya untuk mendapatkan pengalaman baru dan hanya sekedar healing. Wisata alam seringkali memberikan suasana yang lebih tenang dan relaksasi yang lebih mendalam dibandingkan wisata buatan. Suara alam seperti desiran angin, gemericik air, dan kicauan burung memberikan efek terapeutik yang dapat membantu wisatawan meredakan stres dan kelelahan dari kehidupan perkotaan yang sibuk. Wisatawan yang berkunjung ke destinasi alam mengalami peningkatan kesejahteraan emosional dan mental karena alam berfungsi sebagai "pelarian" dari rutinitas sehari-hari yang penuh tekanan (Yao *et al.*, 2021). Wisata alam memberikan lingkungan yang lebih damai dan alami untuk beristirahat dan memulihkan diri. Pengalaman sensorik yang dihadirkan oleh wisata alam memiliki dampak lebih besar pada kesejahteraan wisatawan dibandingkan dengan wisata buatan, kontak dengan alam secara langsung dapat meningkatkan suasana hati, mengurangi kecemasan, dan memicu perasaan kagum yang berdampak pada kesejahteraan emosional (Hartig *et al.*, 2011).

Temuan ini sejalan dengan banyak literatur pariwisata yang menunjukkan bahwa orientasi wisatawan dalam memilih destinasi semakin kompleks, namun alasan utama tetap pada kebutuhan untuk pelarian dari rutinitas, penemuan pengalaman baru, dan pencarian ketenangan emosional. Dari temuan tersebut, setidaknya arah pengembangan *sustainable tourism* bisa fokus pada optimalisasi keberadaan wisata alam dan juga semi buatan yang masih menonjolkan daya tarik alamiah. Dari persepektif praktis temuan ini memberikan implikasi penting bagi pengelola destinasi wisata. Destinasi yang ingin menarik lebih banyak wisatawan harus fokus pada 1) Menyediakan suasana yang mendukung pelarian dari kejenuhan, seperti menawarkan keindahan alam, ketenangan, dan fasilitas yang membantu pengunjung "beristirahat" dari kehidupan sehari-hari, 2) Menciptakan pengalaman wisata yang unik dan berbeda untuk memuaskan wisatawan yang berorientasi pada pencarian pengalaman baru, 3) Menyediakan fasilitas dan program yang mendukung pemulihan mental dan fisik, 4) Menyertakan elemen edukatif sebagai tambahan, meskipun ini bukan prioritas utama bagi sebagian besar wisatawan, hal ini tetap memberikan nilai tambah bagi pengalaman mereka.

Selain itu dari aspek minat wisatawan untuk kembali berkunjung, ada beberapa implikasi praktis bagi pengelola destinasi wisata dalam upaya meningkatkan minat berkunjung kembali wisatawan diantaranya; 1) Pengembangan daya tarik wisata harus menjadi prioritas utama. Pengelola destinasi perlu terus memperbarui dan memperkaya atraksi yang ada agar tetap menarik bagi wisatawan yang pernah berkunjung, 2) Pelayanan yang berkualitas harus ditingkatkan, dengan fokus pada keramahan dan efisiensi staf. Ini akan menciptakan kesan yang baik dan membuat wisatawan ingin kembali, 3) Fasilitas pendukung perlu terus diperbaiki dan diperluas, termasuk penyediaan fasilitas umum yang nyaman dan terawat baik, karena ini memberikan kenyamanan bagi pengunjung, 4) Kemudahan aksesibilitas juga harus diperhatikan. Pengelola perlu memastikan infrastruktur yang mendukung, seperti jalan dan transportasi umum yang baik, tersedia bagi wisatawan, 5) Keamanan harus tetap menjadi prioritas, meskipun bukan faktor dominan, untuk menjaga reputasi destinasi sebagai tempat yang aman dan nyaman bagi pengunjung. Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut, destinasi wisata dapat meningkatkan loyalitas wisatawan dan mendorong lebih banyak kunjungan ulang.

## KESIMPULAN

Pengembangan model pariwisata berkelanjutan yang diperoleh dari hasil penelitian ini cenderung pada pengembangan pariwisata yang berbasis wisata alam. Penelitian ini menemukan kecenderungan wisatawan dalam memilih destinasi wisata dimana para wisatawan yang menjadi responden cenderung lebih memilih destinasi wisata alam untuk dikunjungi dibandingkan destinasi wisata buatan. Hal tersebut tidak lepas dari orientasi berwisata mereka yang dari prioritas menjadikan alasan kejenuhan sebagai orientasi prioritas dalam melakukan perjalanan wisata, disusul dengan alasan mendapatkan pengalaman baru, healing dan alasan pengetahuan yang tidak terlalu menjadi prioritas. Adapun kabupaten/kota prioritas yang dijadikan tujuan berwisata di Sulawesi Selatan dengan enam peringkat teratas diantaranya Bulukumba, Kota Makassar, Tana Toraja, Gowa, Maros dan Pangkep yang dimana keenam kabupaten/kota prioritas tersebut cenderung dikenal dengan destinasi wisata alamnya yang melimpah, tidak hanya itu dalam penelitian ini juga mengkaji kecenderungan minat berkunjung kembali wisatawan yang temuannya menjadikan daya tarik wisata sebagai prioritas utama yang mempengaruhi wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali, disusul oleh pelayanan, fasilitas, akses, keamanan, jarak dan biaya. Dari temuan-temuan tersebut, terdapat beberapa implikasi yang bisa dijadikan pertimbangan oleh pengelola destinasi wisata agar bisa fokus pada pengembangan *sustainable tourism* khususnya pada objek wisata alam.

## DAFTAR RUJUKAN

- Adams, K. M. (2003). The politics of heritage in Tana Toraja, Indonesia: Interplaying the local and the global. *Indonesia and the Malay World*, 31(89), 91–107. <https://doi.org/10.1080/13639810304444>
- Adruce, S. A. Z., Ting, H., Hong, P. C., Tze-Yin, L., & Kichin, S. (2021). Visit, revisit, or stay longer? A case of emerging tourism destination. *Asian Journal of Business Research*, 11(2), 122–136. <https://doi.org/10.14707/ajbr.210110>
- Badan Pusat Statistik. (2023, August 1). *Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Nasional Juni 2023*.
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785–804. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00108-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00108-5)
- Chen, X., Cheng, Z., & Kim, G.-B. (2020). Make It Memorable: Tourism Experience, Fun, Recommendation and Revisit Intentions of Chinese Outbound Tourists. *Sustainability*, 12(5), 1904. <https://doi.org/10.3390/su12051904>
- Chiu, W., Zeng, S., & Cheng, P. S.-T. (2016). The influence of destination image and tourist satisfaction on tourist loyalty: a case study of Chinese tourists in Korea. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 10(2), 223–234. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-07-2015-0080>
- Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M. (2014). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 17(10), 872–909. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.850064>
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137–152. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3)
- Diekmann, A., Smith, M. K., & Ceron, J.-P. (2020). From welfare to wellness: European spas at the crossroads. In *Handbook of Social Tourism*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781788112437.00020>
- Fredman, P., Wall-Reinius, S., & Grundén, A. (2012). The Nature of Nature in Nature-based Tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(4), 289–309. <https://doi.org/10.1080/15022250.2012.752893>
- Gholipour Soleimani, A., & Einolazadeh, H. (2018). The influence of service quality on revisit intention: The mediating role of WOM and satisfaction (Case study: Guilan travel agencies). *Cogent Social Sciences*, 4(1), 1560651. <https://doi.org/10.1080/23311886.2018.1560651>
- Harianja, R., Rahmanda Putra, R., Nurul, A., Mustofa, A., Pratami, M., Syahputra, A., Tri, S., & Wira Utama, E. (2022). Perilaku Berwisata Wisatawan Nusantara Pasca Pandemi Covid-19. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 7(1), 34–44. <http://ojs.uhnsugriwa.ac.id/index.php/parbud>

- Hartig, T., van den Berg, A. E., Hagerhall, C. M., Tomalak, M., Bauer, N., Hansmann, R., Ojala, A., Syngollitou, E., Carrus, G., van Herzele, A., Bell, S., Podesta, M. T. C., & Waaseth, G. (2011). Health Benefits of Nature Experience: Psychological, Social and Cultural Processes. In *Forests, Trees and Human Health* (pp. 127–168). Springer Netherlands. [https://doi.org/10.1007/978-90-481-9806-1\\_5](https://doi.org/10.1007/978-90-481-9806-1_5)
- Heryati, Y. (2019). Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapandullu di Kabupaten Mamuju. In *GROWTH Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan* (Vol. 1, Issue 1).
- Huong, K. T., Trang, B. T. Q., & Phuong, T. M. (2024). Factors Affecting International Tourist's Revisit Intention in Vietnamese Tourist Destinations. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(1), e06380. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n1-138>
- Jaya, A., Sumantri, I., Bachri, D. I., & Maulana, B. R. (2022). Understanding and Quantitative Evaluation of Geosites and Geodiversity in Maros-Pangkep, South Sulawesi, Indonesia. *Geoheritage*, 14(2), 40. <https://doi.org/10.1007/s12371-022-00678-9>
- Kemenparekraf RI. (2021). Trend Industri Pariwisata 2021. In *wonderful indonesia*. [https://s3-kemenparekraf.s3.ap-southeast-1.amazonaws.com/Buku\\_Tren\\_Pariwisata\\_2122\\_825b87ea0f.pdf](https://s3-kemenparekraf.s3.ap-southeast-1.amazonaws.com/Buku_Tren_Pariwisata_2122_825b87ea0f.pdf)
- Kemenparekraf RI. (2022). *Buku Tren Pariwisata 2022-2023*.
- Kemenparekraf/Baparekraf RI. (2021, November 12). *Destinasi Wisata Berbasis Sustainable Tourism di Indonesia*. <https://Kemenparekraf.Go.Id/Ragam-Pariwisata/Destinasi-Wisata-Berbasis-Sustainable-Tourism-Di-Indonesia>.
- Kozak, M. (2001). Repeaters' behavior at two distinct destinations. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 784–807. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00078-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00078-5)
- Luthfi, A., Putra, I. M. A. W. W., Roziqin, A., Naufal, M. F., Hidayat, A. R., & Widjaja, Y. A. (2023). Government's Role in Managing Marine Tourism in Tanjung Bira Bulukumba Regency: Collaborative Governance Perspective. *Jurnal Public Policy*, 9(3), 183. <https://doi.org/10.35308/jpp.v9i3.7543>
- Manyangara, M. E., Makanyeza, C., & Muranda, Z. (2023). The effect of service quality on revisit intention: The mediating role of destination image. *Cogent Business & Management*, 10(3). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2250264>
- Mehmetoglu, M., & Engen, M. (2011). Pine and Gilmore's Concept of Experience Economy and Its Dimensions: An Empirical Examination in Tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 12(4), 237–255. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2011.541847>
- Mishra, S., Malhotra, G., Johann, M., & Tiwari, S. R. (2022). Motivations for participation in active sports tourism: a cross-national study. *International Journal of Event and Festival Management*, 13(1), 70–91. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-06-2021-0045>
- Muhammad, N. (2023, August 3). *Provinsi Tujuan Turis Lokal Terbanyak hingga Juni 2023, Jatim Kalahkan Bali*. Databoks.
- Naing Myo, Y., & Khalifa, G. S. A. (2019). The Impact of Service Quality on Customer Loyalty of Myanmar Hospitality Industry: The Mediating Role of Customer Satisfaction. In *International Journal of Management and Human Science (IJMHS)* (Vol. 3, Issue 3).
- Nawijn, J., & Biran, A. (2019). Negative emotions in tourism: a meaningful analysis. *Current Issues in Tourism*, 22(19), 2386–2398. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1451495>
- Panzer-Krause, S. (2022). Rural Tourism in and after the COVID-19 Era: "Revenge Travel" or Chance for a Degrowth-Oriented Restart? Cases from Ireland and Germany. *Tourism and Hospitality*, 3(2), 399–415. <https://doi.org/10.3390/tourhosp3020026>

- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Sangpikul, A. (2018). The effects of travel experience dimensions on tourist satisfaction and destination loyalty: the case of an island destination. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 12(1), 106–123. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-06-2017-0067>
- Sastrawati, I., & Asano, J. (2021). The Implication of Land Use Change on the Site Shape of Urban Tourism Amenities. *Urban and Regional Planning Review*, 8(0), 123–146. <https://doi.org/10.14398/urpr.8.123>
- Shin, H., Nicolau, J. L., Kang, J., Sharma, A., & Lee, H. (2022). Travel decision determinants during and after COVID-19: The role of tourist trust, travel constraints, and attitudinal factors. *Tourism Management*, 88, 104428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104428>
- Suliyanto. (2019). *Analisis Orientasi Berwisata Dan Kepuasan Wisatawan Pada Obyek Wisata Alam Dan Obyek Wisata Buatan*.
- Suliyanto, & Musthofa, A. H. (2020). *Bauran Wisata (Tourism Mix)*. UNSOED Press.
- Supatmana, R., & Suwarti. (2022). Pengembangan Daya Tarik Wisata Alam dan Buatan Berbasis Community Based Tourism Sebagai Destinasi Unggulan di Kalibening Kabupaten Jepara. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(1), 40–48.
- Suprihatin, W. (2020). *Analisis Perilaku Konsumen Wisatawan Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pariwisata di Nusa Tenggara Barat)*.
- Swesti, W., Soeprihanto, J., & Widiyastuti, D. (2020). Model Pengembangan Pariwisata Kreatif untuk Mencapai Keberlanjutan di Desa Wisata Kasongan. *Jurnal Kawistara*, 10(3), 295. <https://doi.org/10.22146/kawistara.44157>
- Syahrial, S., & Badollahi, Muh. Z. (2020). Development of a Community-Based Marine Tourism Attraction in the Samboang Beach in Bulukumba Regency. *Journal La Bisecoman*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.37899/journallabisecoman.v1i2.83>
- Syarifuddin, D., & Priyanto, R. (2020). Membangun Fasilitas, Membangun Minat Kunjungan Ulang (Studi Tentang Minat Kunjungan Ulang Wisatawan ke Villa Kancil Kampoeng Soenda Kabupaten Bandung). In *Jurnal Sain Manajemen* (Vol. 2, Issue 2). <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Tsai, C.-F., Chen, K., Hu, Y.-H., & Chen, W.-K. (2020). Improving text summarization of online hotel reviews with review helpfulness and sentiment. *Tourism Management*, 80, 104122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104122>
- Wibisono, N., Setiawati, L., Raka Siwi Utomo Putri, S., Studi Manajemen Pemasaran, P., Negeri Bandung, P., & Studi Usaha Perjalanan Wisata, P. (2020). Model Pengembangan Destinasi Pariwisata Pedesaan Studi Kasus: Desa Wisata Gambung Mekarsari. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 16(1), 34–43. <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/GBK>
- Włodarczyk, B., & Cudny, W. (2022). Individual Low-Cost Travel as a Route to Tourism Sustainability. *Sustainability (Switzerland)*, 14(17). <https://doi.org/10.3390/su141710514>
- Yao, W., Zhang, X., & Gong, Q. (2021). The effect of exposure to the natural environment on stress reduction: A meta-analysis. *Urban Forestry & Urban Greening*, 57, 126932. <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2020.126932>
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45–56. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016>

- Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D. (2018). A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 326–336. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.06.004>
- Zhu, C., Hoc Nang Fong, L., Gao, H., Buhalis, D., & Shang, Z. (2022). How does celebrity involvement influence travel intention? The case of promoting Chengdu on TikTok. *Information Technology & Tourism*, 24(3), 389–407. <https://doi.org/10.1007/s40558-022-00233-w>