

Sustainable Tourism Versus Massive Tourism: Skenario **Penggerak Industri Pariwisata Pasca Covid-19**

Lastiani Warih Wulandari

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo (STIPRAM)
Jl. Ringroad Timur No. 52, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55198

**Corresponding Email:* wulan.stipram@gmail.com

*Corresponding Author

Received: 4 September 2021, Revised: 24 September 2021, Accepted: 24 September 2021

Published online: 24 September 2021

Abstrak: Situasi pandemi Covid-19 telah membuat dampak, salah satunya bagi Industri pariwisata. Dampak yang terjadi bukan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, politisi namun juga akademisi dan profesional di bidang pariwisata secara menyeluruh di dunia. Adaptasi kebiasaan baru juga telah diterapkan sebagai solusi untuk menghidupkan kembali industri pariwisata menjadi sangat penting. Dalam artikel ini menunjukkan bagaimana pengembangan Pariwisata Berkelanjutan (*Sustainable Tourism*) dapat membantu kelangsungan industri pariwisata, karena salah satu premis yang mendasari Pariwisata Berkelanjutan adalah tujuan wisata yang tidak terlalu padat (faktor penting dalam konteks saat ini) dan bukan mendorong pariwisata dengan kunjungan wisatawan yang banyak (*massive tourism*). Mempertimbangkan argumen ini dengan diikuti oleh peraturan yang ada tentang adaptasi kebiasaan baru di era Covid-19 berupa penerapan protokoler kesehatan, menjaga jarak dan aktivitas sosial dengan meminimalkan pertemuan dianggap bahwa praktik Pariwisata Berkelanjutan (*Sustainable Tourism*) ini dapat menjadi solusi potensial untuk merangsang pergerakan wisatawan dan membantu kebangkitan industri pariwisata. Oleh karena itu, secara lebih spesifik, tujuan utama dari artikel ini adalah untuk mengetahui persepsi wisatawan tentang *Sustainable Tourism* dan untuk menentukan faktor-faktor apa saja yang membantu perkembangannya. Penggunaan model skenario telah menentukan bagaimana faktor-faktor yang terkait dengan sikap wisatawan, motivasi dan manfaat yang dirasakan yang diberikan oleh pengembangan Pariwisata Berkelanjutan dapat meningkatkan niat wisatawan untuk mengkonsumsi pariwisata ini.

Kata Kunci: *Sustainable Tourism, Massive Tourism, Pariwisata Pasca Covid-19*

1. Pendahuluan

Industri pariwisata menjadi salah satu yang paling terpengaruh oleh krisis yang disebabkan oleh Covid19 di masa sekarang. Banyak pihak bertanggung jawab dalam hal ini, termasuk profesional di

bidang pariwisata, akademi, politisi maupun peneliti dan pihak lainnya yang berhubungan dengan pariwisata. Semua pihak telah bersama mencari solusi untuk menghidupkan kembali industri vital ini. Dalam artikel ini, menunjukkan bagaimana pengembangan Pariwisata Berkelanjutan dapat membantu kelangsungan industri pariwisata, karena salah satu tempat yang menjadi dasar Pariwisata Berkelanjutan adalah tujuan wisata yang tidak terlalu padat sebagai faktor penting dalam konteks pertimbangan pendapat, aturan tentang protokoler kesehatan, *lockdown*, menjaga jarak dan pertemuan serta masih banyak lagi protokoler yang harus dipatuhi selama pandemi Covid-19 ini.

Upaya dalam penerapan Pariwisata Berkelanjutan (*sustainable tourism*) dapat menjadi solusi potensial untuk merangsang pergerakan wisatawan dan membantu kebangkitan industri pariwisata, secara lebih spesifik dalam artikel ini dapat mengetahui tujuan utama dari persepsi wisatawan tentang *Sustainable Tourism* dan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang membantu perkembangannya. Faktor-faktor yang berhubungan dengan sikap wisatawan (*tourist behaviour*), motivasi dan manfaat yang diperoleh dari pengembangan Pariwisata Berkelanjutan dapat meningkatkan motivasi wisatawan dalam mengkonsumsi wisata tersebut.

Pengembangan *Sustainable Tourism* yang telah banyak diterima secara luas adalah melawan kepadatan di beberapa destinasi wisata tertentu dan menghindari kerusakan yang terkait dilakukan oleh wisatawan atau lainnya, bahkan pariwisata berkelanjutan telah lama mencoba menempatkan dirinya sebagai solusi untuk aspek negatif dengan melibatkan pariwisata dalam pengembangannya dan kritik yang sering diterimanya (Sharpley, 2020). Era saat ini, saat pasca Covid-19 dengan persepsi yang lebih masuk akal daripada sebelumnya dengan telah membuat masif destinasi wisata yang disebut Massifikasi tujuan wisata dengan berbagai kerusakan yang ditimbulkan baik lingkungan alam maupun sumber daya lainnya.

Kritikan keras ditujukan pada pariwisata yang mengacu pada pengertian pariwisata berkelanjutan didasarkan pada salah satunya adalah promosi dan pengembangan tujuan wisata yang kurang masif atau dengan kata lain Pariwisata Massal Berkelanjutan sebagai tujuan besar di masa yang akan datang. Weaver (2012) mengemukakan bahwa konsep Pariwisata Massal Berkelanjutan (*Massive Sustainable Tourism*) masih berlaku di Indonesia, sebagai negara pariwisata yang sedang berkembang. Tipe pariwisata ini dianggap sebagai hasil yang diinginkan untuk destinasi dengan fokus pada keberlanjutan dan menunjukkan tiga dimensi perkembangan yang konvergen untuk mencari solusi yang konkret yaitu secara organik, inkremental (berkembang perlahan secara teratur) dan diinduksi (diberikan stimulasi untuk mempercepat proses yang diharapkan).

Dari pandangan lainnya, menurut Organisasi Kesehatan Dunia, 2020 dapat ditunjukkan bahwa langkah-langkah yang diambil untuk memerangi Covid-19 dengan melakukan pembatasan pertemuan dan menjaga jarak, mematuhi protokoler kesehatan dan lainnya sebagai langkah sosial yang diambil ditengah pandemi Covid-19 saat ini. Mengapa diperlukan langkah-langkah seperti ini sebagai rujukan? Penjelasannya sederhana, karena artikel ini menjadi dasar untuk memerangi kepadatan wisatawan di tempat tujuan wisata dengan menghubungkan langkah-langkah protokoler kesehatan yang diadopsi di seluruh dunia yaitu membuat jarak sosial yang disebabkan oleh Covid-19. Secara fakta, banyak

wisatawan mengurungkan niatnya berwisata karena ketakutan bepergian, yang menjadi hal penting sebagai pencegahan datangnya wisatawan secara massal, mencegah tujuan wisata yang terlalu padat dan dapat memperkuat Sustainable Tourism.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa industri pariwisata sangat sensitif terhadap guncangan yang signifikan seperti pandemi Covid-19 (Chang *et al.*, 2020). Secara khusus bahwa pariwisata sangat rentan terhadap langkah-langkah untuk melawan pandemi karena mobilitas terbatas dengan jarak sosial, terjadi pembatasan perjalanan global secara serempak yang sebelumnya belum pernah terjadi, lockdown di beberapa kawasan yang menyebabkan kondisi paling parah terhadap perekonomian global saat ini.

2. Landasan Teori dan Kerangka Berfikir

Menurut UNWTO pada situs webnya, pada bulan April menyatakan bahwa 96% dari tujuan di seluruh dunia telah terjadi penerapan pembatasan perjalanan. Banyak tujuan wisata mengalami pembatasan parsial, penutupan tempat wisata. Secara tidak terduga bahwa situasi ini mendesak untuk segera diambil langkah terbaik untuk kelangsungan hidup di sektor pariwisata ini. Seiring berjalannya waktu pasca covid-19 maka skenario Pariwisata Berkelanjutan dapat memberikan peluang besar untuk pengembangan (Higgins-Desbiolles, 2020; Petrizzo, 2020). Faktor penentu dalam promosi pariwisata berfokus pada persepsi wisatawan untuk tetap mau melakukan perjalanan wisata tanpa ketakutan akan Covid-19.

Konsep Pariwisata Berkelanjutan dalam UNWTO pada tahun 2005 sebagai suatu prinsip yang dapat diterapkan pada semua bentuk pariwisata di semua jenis destinasi,

termasuk pariwisata massal dan berbagai segmen pariwisata minat khusus (*special interest*). Prinsip-prinsip keberlanjutan mengacu pada aspek lingkungan, ekonomi, dan sosial budaya dari pengembangan pariwisata, dan keseimbangan yang sesuai harus ditetapkan antara ketiga dimensi tersebut untuk menjamin keberlanjutan jangka panjang, (UNWTO, 2005). Selain organisasi internasional, kami juga menemukan banyak penulis yang telah memperjuangkan konsep Pariwisata Berkelanjutan

Sejak awal, pengembangan Pariwisata Berkelanjutan didasarkan pada pelestarian lingkungan (Ciacci *et al.*, 2021), keaslian budaya dan profitabilitas demokratis dari kegiatan wisata di destinasi. Hanya pariwisata inilah yang mengakui tempat prioritas kesejahteraan sosial, sebagai indeks kesejahteraan masyarakat yang sejalan dengan tujuan wisata yang dikunjungi; dan juga pemulihan ekonomi secara eksklusif, yaitu, apakah kegiatan wisata menghasilkan pendapatan yang cukup bagi penduduk lokal, baik dalam hal pekerjaan maupun pemanfaatan sumber daya yang tersedia.

Artikel ini akan mengidentifikasi faktor-faktor yang membantu pengembangan Pariwisata Berkelanjutan (dari sudut pandang persepsi wisatawan), karena pemanfaatan sumber daya wisata yang lebih besar dari jenis pariwisata, dapat membantu kebangkitan industri pariwisata. Pertimbangan pedoman WHO (Organisasi Kesehatan Dunia) di seluruh dunia merekomendasikan untuk menghindari datangnya wisatawan secara massal, yang tentu saja dapat mendukung pengembangan pariwisata itu sendiri. Namun, secara umum, pariwisata menyiratkan bahwa *massive tourism* yang berkonsentrasi pada orang yang banyak datang ke suatu wisata, dan dianggap membuat "penuh sesak" kota besar, pantai,

lokasi desa wisata, taman hiburan, bandara dan lainnya. Oleh karena itu untuk memerangi konsekuensi sosial, ekonomi, keuangan dan budaya dari akibat pandemi merupakan tantangan bagi sektor pariwisata. Penilaian yang cermat terhadap dimensi dampaknya, serta peninjauan kembali terhadap hal-hal baru yang sampai saat ini belum diketahui. Dengan demikian, perkembangan pariwisata seperti yang diketahui saat ini akan mengalami perubahan dalam tahun-tahun mendatang, yang akan berdampak serius pada profitabilitas industri pariwisata (Hancock, 2020).

Artikel ini memberikan penilaian tentang Pariwisata Berkelanjutan (*sustainable tourism*) dan beberapa skenarionya yang memungkinkan percepatan pembangunan (yang menjadi lebih penting dalam konteks krisis ini dalam industri pariwisata). Skenarionya mencakup analisis faktor-faktor kualitas yang dirasakan, motivasi, sikap, dan kepuasan sebagai atribut yang berpotensi mempengaruhi niat dalam pemilihan jenis wisata. Kontribusi utama dari artikel ini terletak pada penggalan semua aspek positif dari pariwisata berkelanjutan ke pariwisata pengembangan yang sedang berjalan ini dan menyoroti nilainya di masa kritis dan krisis di era pandemi covid-19. Skenario sebagai model kerangka berfikir yang dapat menggerakkan industri pariwisata pasca Covid-19 antara lain:

2.1. Hubungan Antara Dampak Positif dan Sikap Terhadap Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan, Persepsi Kualitas Layanan dan Motivasi Wisatawan

Faktor yang mempengaruhi masyarakat dapat menerima wisatawan adalah faktor ekonomi, lingkungan, dan sosial. Dampak sosial dari pariwisata, dapat diartikan sebagai perubahan pada kehidupan masyarakat yang bertempat tinggal di komunitas yang merupakan bagian dari destinasi dan terkait dengan aktivitas pariwisata (Mathieson & Wall, 1982). Manfaat lainnya adalah manfaat sosial dan budaya (Besculides *et al.*, 2002) yaitu pariwisata meningkat dikarenakan adanya identitas budaya dan kebanggaan atas kearifan lokal yang dimiliki, kohesi dan pertukaran ide dan peningkatan pengetahuan budaya daerah (Esman, 1984), serta menciptakan peluang untuk pertukaran budaya, merevitalisasi tradisi lokal, meningkatkan kualitas hidup dan meningkatkan citra masyarakat (Besculides *et al.*, 2002). Salah satu fokus pariwisata adalah tentang lingkungan, pariwisata mungkin menjadi alasan untuk melindungi alam dengan sumber daya yang ada dan melestarikan desain pariwisata (dalam perkotaan) yang homogen, sehingga dapat dimungkinkan untuk mempromosikan pengembangan wisata yang teratur berdasarkan model yang terintegrasi dalam lingkungan. Miller *et al.*, (2014) serta mengacu pada konsep perilaku pro-lingkungan.

Pemahaman tindakan untuk melindungi lingkungan, wisatawan yang pro lingkungan membawa dampak perilaku yang terhubung ke wisata berbasis alam dan ekowisata. Ciacci *et al.*, (2021). Kesuksesan pembangunan pariwisata berkelanjutan menambah faktor lingkungan, logistik dan dimensi infrastruktur mengarah pada kualitas lingkungan yang dapat disusun oleh komponen obyektif dan subyektif, dapat diterima secara luas oleh masyarakat (wisatawan) dan terjadi hubungan yang baik antara perlindungan lingkungan, logistik dan pembangunan infrastruktur strategi pengembangan pariwisata. Gagasan pembangunan berkelanjutan adalah konsep yang relatif baru, pertama kali didefinisikan pada tahun 1987 dalam laporan Brundtland oleh PBB-WHO. Laporan ini, juga disebut "*Masa Depan Kita Bersama*",

yang menyatakan bahwa pembangunan berkelanjutan mencoba untuk “*memenuhi kebutuhan generasi sekarang*” tanpa kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri, menyusul munculnya konsep pembangunan berkelanjutan pada tahun 1987 tersebut di atas, diterapkan pada bidang pariwisata.

Jenis pariwisata ini menekankan pentingnya pemangku kepentingan dan, meskipun peran kuncinya penduduk (masyarakat) diakui juga menarik untuk menganalisis perspektif wisatawan itu sendiri. Memang, mengetahui sikap wisatawan terhadap pengembangan Pariwisata Berkelanjutan dan mengangkat budaya, lingkungan dan kesadaran ekonomi masyarakat yang dikunjungi merupakan faktor vital untuk melindungi destinasi wisata dan mengurangi dampak negatif (Othman *et al.*, 2010).

Beberapa penelitian melaporkan hubungan positif antara sikap terhadap pengembangan pariwisata berkelanjutan dan persepsi dampak positifnya terhadap penyediaan layanan berkualitas tinggi dan ramah lingkungan telah diidentifikasi sebagai faktor penting bagi keberhasilan sebuah tujuan wisata (Miller *et al.*, 2014). Kualitas layanan didefinisikan sebagai tingkat kepuasan yang dihasilkan oleh suatu peristiwa atau pengalaman sesuai dengan kebutuhan atau harapan individu (Michael, 2013). Ada 6 (enam) komponen utama untuk menganalisis kualitas layanan wisata yaitu atraksi dan lingkungan, pariwisata berkelanjutan sebagai penggerak industri pariwisata, fasilitas dan layanan, aksesibilitas, citra destinasi, dan harga.

Daya tarik dan lingkungan destinasi merupakan elemen yang sangat menentukan pilihan wisatawan dan memotivasi kunjungan ke destinasi ini, termasuk atraksi alam dan buatan. Fasilitas dan jasa termasuk akomodasi, restoran, transportasi, olahraga atau kegiatan lainnya sebagai titik penjualan wisata. Aksesibilitas meliputi unsur-unsur yang berkaitan dengan transportasi dan infrastrukturnya. Citra destinasi adalah interpretasi subyektif dari realitas oleh wisatawan dan komponen harga memungkinkan untuk mengukur kualitas layanan yang berbeda.

Atribut lain yang harus diperhitungkan adalah keamanan dan keserasian lingkungan serta kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan secara andal dengan cara yang akurat. Oleh karena itu motivasi wisata merupakan daya dorong yang memotivasi orang untuk pergi berlibur atau berkunjung ke tujuan wisata. Beerli dan Martin (2004) menggambarkan motivasi untuk bepergian sebagai kebutuhan internal yang mendorong individu untuk bertindak dengan cara tertentu untuk mencapai kepuasan yang diinginkannya. Yoona dan Uysal (2005) menemukan bahwa motivasi adalah faktor terpenting yang meningkatkan kepuasan bersama dengan layanan dan loyalitas terhadap suatu destinasi. Motivasi untuk melakukan perjalanan juga secara signifikan mempengaruhi pemahaman niat kunjungan wisatawan (Li *et al.*, 2010; Mohaidin, *et al.*, 2017). Motivasi untuk melakukan perjalanan ke suatu destinasi akan semakin tinggi baik yang disadari oleh wisatawan akibat dampak positif dari Pariwisata Berkelanjutan di sana (Crouch & Ritchie, 1999).

2.2. Hubungan Antara Sikap Terhadap Pembangunan Berkelanjutan Pariwisata dan Niat Memilih Destinasi Wisata Berkelanjutan

Definis Niat adalah kemungkinan yang dinyatakan untuk terlibat dalam perilaku tertentu (Oliver,1997). Upaya untuk mengenali dan menarik pengunjung yang tepat sangat penting dalam memastikan berkelanjutan pariwisata. Niat perilaku wisatawan merupakan isu penting dalam bidang pariwisata, karena perlu mengetahui dan memahami loyalitas wisatawan, yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi tindakan positif yakni niat menuju suatu tujuan (Mohaidin *et al.*, 2017). Ventakesh (2006) dan Mohaidin, *et al.* (2017) menunjukkan bahwa, di antara faktor psikologis yang mempengaruhi wisatawan dalam niat mereka untuk memilih tujuan wisata yang berkelanjutan, sikap hormat terhadap lingkungan memiliki efek positif. Luo dan Deng (2008) menyatakan bahwa orang yang menunjukkan sikap positif terhadap lingkungan selama perjalanan dapat mentransmisikan keinginan yang lebih besar untuk pengalaman *sustainable tourism* dengan alam.

Miller, *et al.* (2014) menunjukkan bahwa ada beberapa jenis variabel yang berhubungan dengan perilaku pro-lingkungan dalam konteks tujuan wisata perkotaan massal besar, termasuk faktor latar belakang individu, kebiasaan, sikap dan faktor kontekstual eksternal. Studi menunjukkan bahwa faktor psikologis seperti sikap mungkin lebih penting daripada faktor sosio-demografis dan kontekstual dalam menentukan perilaku pro-lingkungan di tujuan wisata perkotaan yang berkelanjutan.

2.3. Hubungan Motivasi Dengan Sikap Terhadap Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan

Motivasi wisatawan seiring dengan kepuasan dalam melakukan perjalanan wisata menjadi dasar pemahaman tren wisatawan yang mengalami proses dua fase di mana faktor internal dan eksternal bertemu. Faktor internal menyangkut keinginan untuk melakukan perjalanan. Kim *et al.*, (2007) menggabungkan alasan psikologis seperti pemutusan dan relaksasi. Faktor eksternal mempromosikan pilihan destinasi, termasuk fitur budaya dan keunikan destinasi (Pesonen *et al.*, 2011).

Motivasi wisatawan berpengaruh positif terhadap niat berkunjung mereka, seperti komitmen untuk menjaga lingkungan, perawatan alam dan konservasi dalam pengembangan Pariwisata Berkelanjutan (Hunter, 2000). Huang dan Liu (2017) menerapkan konstruksi ini pada ekowisata untuk menegaskan bahwa sensitivitas lingkungan yang lebih besar dari wisatawan terkait dengan motivasi dan niat untuk mengulang kunjungan. Demikian pula, Zhang dan Lei (2012) berpendapat bahwa lingkungan pengetahuan dan kepedulian berhubungan langsung dengan motivasi dan niat berkunjung wisatawan.

2.4. Hubungan Antara Persepsi Kualitas Pelayanan dan Memuaskan Pengalaman

Memahami faktor apa yang mempengaruhi kepuasan wisatawan adalah salah satu yang paling relevan, karena dampaknya terhadap keberhasilan setiap produk pariwisata atau layanan. Kualitas yang dirasakan adalah ukuran yang mewakili kualitas yang diperoleh dari atribut produk atau layanan dan terkait dengan kepuasan kebutuhan pelanggan dan ketersediaan produk atau layanan wisata tersebut. Kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan secara langsung mempengaruhi kepuasan pengalaman wisatawan

2.5. Hubungan Antara Sikap Terhadap Pembangunan Berkelanjutan Pariwisata dan Pengalaman yang Memuaskan

Kepuasan eksperimental atau kepuasan terhadap pengalaman berwisata melampaui konsep kepuasan layanan, dengan mempertimbangkan pada evaluasi pelanggan mengenai pengalaman mereka setelah layanan tersebut telah dikonsumsi (Wu *et al.*, 2016). Jika ini diterapkan pada pembangunan berkelanjutan maka konsep kepuasan menjadi sangat relevan.

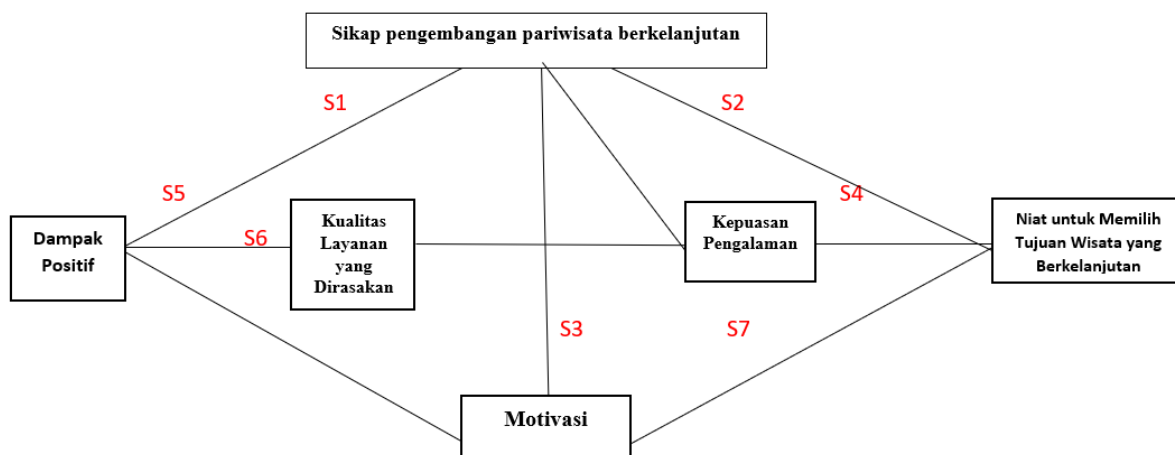
Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan harus memenuhi kebutuhan wisatawan dan masyarakat (penduduk) bersamaan dengan pemenuhan kebutuhan ekonomi, sosial budaya dan lingkungan (UNWTO, 2005). Kepuasan wisatawan atas pengalaman berwisata untuk merujuk pada evaluasi umum klien mengenai pengalaman mereka dengan aspek menghormati lingkungan dan harapannya pada pengembangan berkelanjutan dari tujuan atau layanan wisata.

2.6. Hubungan Antara Pengalaman yang Memuaskan dan Niat Memilih Destinasi Wisata Berkelanjutan

Faktor yang mempengaruhi niat untuk mengunjungi suatu tempat adalah kepuasan. Menurut Oliver (1980), mengemukakan bahwa kepuasan sebagai keseimbangan harapan dan persepsi sebelum dan sesudah kunjungan ke suatu destinasi, yang kepentingannya terletak pada kemampuan untuk mempengaruhi perilaku masa depan (Ohn & Supinit, 2016; Choo *et al.*, 2016). Kepuasan yang dihasilkan oleh pengalaman kegiatan wisata sangat penting, karena ini adalah yang paling berkesan dan dipahami sebagai pembeda elemen dari kunjungan ke tempat wisata yang lain (Walls *et al.*, 2011). Beberapa penelitian yang membuktikan hubungan antara kepuasan wisatawan berniat untuk kembali dan fokus pada jenis wisata tertentu, misalnya wisata ke desa wisata.

2.7. Hubungan Antara Motivasi dan Niat Memilih Wisatawan Berkelanjutan

Tujuan motivasi merupakan faktor internal individu yang dapat mempengaruhi perilaku wisatawan dengan mempengaruhi penilaian perjalanan mereka. Konstruksi ini dapat dianggap sebagai faktor kunci dalam proses memilih tujuan wisata dan niat untuk berkunjung (Chang *et al.*, 2014; Hsu dan Huang 2009). Motivasi dan kepuasan mempengaruhi keputusan wisatawan ketika memilih tujuan (Chiu *et al.*, 2016; Yoon & Uysal, 2005). Motivasi secara positif mempengaruhi niat untuk memilih tujuan wisata yang berkelanjutan, sejalan dengan hasil yang dikemukakan oleh Beerli dan Martin (2004), dan Prebensen (2006). Di bawah ini model *diamond* pada gambar dibawah sebagai Skenario Penggerak Industri Pariwisata Pasca Covid-19 yang ditunjukkan pada Gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1: Model Skenario

3. Metode Penelitian

Model skenario dalam metode penelitian mengembangkan data yang dikumpulkan dari wisatawan yang mengunjungi tempat wisata monumental yang berada di wilayah Yogyakarta antara bulan Oktober dan November 2020. Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi salah satu wilayah utama penerima wisatawan, dalam hal ini menjadi tantangan utama yang dihadapinya adalah massifikasi dan masalah yang terkait (Weaver, 2012). Sampel termasuk total 300 wisatawan, yang menerima kuesioner secara pribadi dandi tempat di daerah monumental kota. Kuesioner dibagikan secara acak ke beberapa orang yang mengunjungi area monumental, setelah meminta kolaborasi dan verifikasi mereka bahwa mereka adalah turis dan bukan sekadar orang yang lewat. Terlepas dari kemungkinan keterbatasannya, kami menganggap prosedur ini sebagai yang paling tepat untuk tujuan penelitian ini. Sampel non-probabilistik digunakan untuk membantu skenario yang ada dengan menggunakan skala likert. Semua variabel diukur pada skala Likert dari 1 sampai 5. Dimana 1 = sangat tidak setuju dan 5 = sangat setuju. Item dalam kuesioner diterjemahkan dan disesuaikan untuk konstruksi yang berbeda. Hal-hal yang berdampak positif terhadap sosial budaya, ekonomi dan lingkungan adalah diadaptasi dari Pavlič *et al.* (2017), Hal yang terkait dengan kepuasan pengalaman diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh Wu & Li (2015), Hal tentang Sikap Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan diadaptasi dari studi Wei-San Su *et al.* (2017).

Skenario berikutnta adalah hal tentang Sikap Pengembangan Pariwisata Berkelanjutam diadaptasi dari studi Wei-San Su *et al.* (2017); dimana konstruksi "kualitas layanan yang dirasakan, niat untuk memilih tujuan wisata berkelanjutan dan motivasi" diadaptasi dari studi Mohaidin *et al.* (2017). Tabel dalam lampiran menunjukkan aspek-aspek utama yang terkait dengan profil responden yang relatif diamati mengenai asal wisatawan yang disurvei, yang pada umumnya adalah wisatawan yang datang berlibur, membiayai sendiri dan mereka berwisata atas keputusan mereka sendiri. Lebih dari 60% wisatawan berusia 35 tahun atau lebih, memiliki pasangan yang stabil (menikah dan hidup sebagai pasangan), memiliki kurang lebih anak 2 (dua) orang anak dengan penghasilan berkisar kurang lebih antara Rp 25.000.00-50.000.000 per tahun, mayoritas responden menyatakan baru pertama kali berkunjung ke tempat wisata monumental seperti museum, istana negara, malioboro, pasar beringharjo dan lainnya

(62,7%), persentase yang tinggi (mendekati 40%) mengulangi tujuan mereka. Rata-rata wisatawan yang berpartisipasi dalam penelitian tinggal di kota selama 2-3 hari.

Analisis hubungan antara variabel model yang diusulkan, struktural pemodelan persamaan telah digunakan menggunakan teknik Partial Least Squares (PLS), berdasarkan varians. Secara khusus memilih teknik ini karena alasan berikut (Cepeda-Carrion dan Roldan, 2004): (a) semakin baik kesesuaian teknik untuk penelitian dalam ilmu-ilmu sosial (ekonomi, organisasi bisnis, pemasaran, dll.); (b) tidak adanya persyaratan yang ketat tentang distribusi data; dan (c) kemungkinan menggunakan variabel komposit. Model pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah penggunaan PLS dengan perangkat lunak PLS Smart PLS 3.2.8 (Ringle *et al.*, 2015). Penggunaan kuesioner tunggal dalam format laporan diri untuk mendapatkan data laten variabel membuatnya perlu untuk memverifikasi keberadaan varian secara umum di antara mereka. Semua saran para ahli (Huber dan Power, 1985; Podsakof *et al.*, 2003) tentang prosedur langkah-langkah mengenai desain kuesioner telah diikuti. Langkah-langkah yang berbeda digunakan dipisahkan dan, di sisi lain, anonimitas responden dijamin. Uji Harman (1967) telah digunakan untuk mendeteksi adanya pengaruh umum dalam tanggapan. Hasil analisis faktor eksploratori menunjukkan bahwa 40 unsur kuesioner dikelompokkan menjadi total 12 faktor, di mana yang terbesar menjelaskan 17% dari varians. Hal ini memungkinkan kita untuk mengkonfirmasi tidak adanya faktor umum yang mempengaruhi di antara skenario tersebut diatas.

4. Hasil dan Pembahasan

Sustainable Tourism dapat menjadi solusi dari krisis yang diakibatkan oleh COVID-19. pariwisata dapat mempromosikan tujuan peduli lingkungan serta memahami istilah ini tidak hanya sebagai ekologi, tetapi juga menunjukkan bahwa saat ini banyak tujuan wisata utama lebih mementingkan kepentingan kunjungan wisatawan semata dan akan segera bergeser serta berevolusi menjadi pariwisata massal berkelanjutan (*massive sustainable tourism*) yang menggabungkan munculnya keberlanjutan sebagai norma masyarakat dengan norma yang mengakar untuk mendukung pertumbuhan (Weaver, 2012).

Pemerintah yang seringkali memiliki perbedaan pada ruang untuk hidup berdampingan bukan karena kesadaran lingkungan yang lebih besar ditanamkan pada wisatawan, tetapi karena kewajiban memaksakan fakta ini untuk wisatawan. Pada sisi lainnya, karena persyaratan baru dalam hal keamanan, wisatawan akan memaksakan diri ketika bepergian dan memilih tujuan.

Krisis ini akan memaksa perubahan dalam Pariwisata Berkelanjutan, di beberapa negara bahkan di Indonesia. Setelah kurungan (*lockdown*) dan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) berakhir maka hanya pariwisata internal yang dapat dikembangkan. Adaptasi ini akan membantu mengatasi masalah lama yaitu eksklusivitas pariwisata akan dihadapi berupa ketakutan akan keramaian, sehingga pembangunan destinasi pedalaman akan meningkat, merevitalisasi daerah-daerah yang tidak berpenghuni untuk ditawarkan sebagai destinasi baru dan menarik untuk dikunjungi wisatawan. Oleh karena itu, krisis COVID-19 seharusnya secara tidak langsung mendorong *Sustainable* yang telah lama ditunggu-tunggu pariwisata, sehingga diperlukan untuk pelestarian dan pemulihan lingkungan. jenis

pariwisata ini akhirnya akan memiliki kesempatan yang telah lama diharapkan (Petruzzo, 2020). Ini adalah waktu yang tepat untuk memposisikan merek (*brand positioning*) pariwisata di Indonesia yang berkelanjutan dan berfokus pada keunggulan kompetitif yang sudah ada sebelumnya.

Pentingnya *massive sustainable tourism* serta merta tidak berhasil membangun dari awal motivasi wisatawan, ada faktor positif pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) sebagai hal penting yang dapat mewujudkan sikap yang menguntungkan terhadap perkembangan pariwisata, khususnya dalam tujuan pemilihan tipe destinasi.

Berdasarkan model skenario yang diusulkan dalam artikel ini, kita dapat melihat bagaimana niat untuk memilih tujuan wisata berkelanjutan didukung oleh motivasi (S2) dan kepuasan wisatawan (S7) untuk mengembangkan minat yang menguntungkan (dampak positif) terhadap sikap pengembangan Pariwisata Berkelanjutan. Terjalin hubungan positif dan signifikan antara sikap wisatawan terhadap pengembangan Pariwisata Berkelanjutan yang dapat diamati, dipupuk oleh dampak positif generik yang menyertainya (S1). Penghargaan terhadap kepuasan wisatawan yang dialami ketika mengkonsumsi Pariwisata Berkelanjutan (S5), ini dihasilkan oleh motivasi wisatawan untuk mengembangkan Pariwisata Berkelanjutan (S3) dan oleh kualitas layanan yang dirasakan di atasnya (S4). Kualitas layanan yang dirasakan ini disebabkan oleh peran aktif positif berupa kepuasan pengalaman berwisata dari dampak yang dihasilkan dari pengembangan Pariwisata Berkelanjutan yang mengharapakan wisatawan memiliki niat untuk memilih tujuan wisata yang berkelanjutan (S6).

5. Penutup

5.1. Simpulan

Artikel dalam *chapter* ini memberikan simpulan bahwa menggali pendekatan industri pariwisata saat ini tetap memperhatikan prospek yang sangat dramatis, karena industri ini memiliki kepentingan vital yaitu menjadi poros utama kekuatan ekonomi nasional. Oleh karena itu, para pakar pariwisata dan akademisi memiliki tugas untuk mencari solusi atas krisis yang diakibatkan oleh virus Covid-19 ini.

Oleh karena itu, bahwa mempromosikan tujuan yang tidak terlalu ramai dan, pada akhirnya, mendorong pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) dapat menjadi salah satu solusi untuk krisis yang belum pernah terjadi sebelumnya. Singkatnya, pariwisata berkelanjutan dapat membangun momentum yang diberikan oleh konteks krisis kesehatan ini untuk meningkatkan sikap yang baik terhadap pengembangan pariwisata berkelanjutan. Pencapaian sikap ini akan memungkinkan peningkatan kesadaran wisatawan, yang diterjemahkan sebagai persepsi wisatawan tentang dampak positif dan kepuasan yang dialami.

Pemerintah dan lembaga publik lainnya, selain mengelola pembatasan di berbagai wilayah, juga harus memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan kebijakan untuk menyelamatkan sektor pariwisata dari krisis saat ini. Pariwisata Berkelanjutan (*sustainable tourism*) dapat membantu mempromosikan pergerakan wisatawan yang juga menjadi tanggung jawab pemerintah atau lembaga publik lain untuk mempromosikannya. Oleh karena itu, penting untuk menentukan faktor-faktor yang memotivasi wisatawan untuk terlibat dalam pariwisata berkelanjutan ini, sehingga pemerintah atau lembaga publik

juga dapat mendorong pengembangannya, melakukan kebijakan yang berfokus pada promosi dan dorongan terhadap pariwisata. Kontribusi utama terletak pada penggalan semua aspek positif bahwa Pariwisata Berkelanjutan membawa dampak positif untuk pengembangan pariwisata dan menyoroti nilainya dalam saat-saat krisis yang dialami industri saat pandemi Covid-19 ini.

Artikel ini masih memiliki keterbatasan yaitu keterbatasan pertama dalam penulisan artikel ini adalah bahwa banyak penelitian telah dilakukan sebelum krisis yang disebabkan oleh COVID-19 ini. Oleh karena itu, aspek-aspek seperti perubahan dalam sikap, motivasi, dan persepsi yang terkait dan disebabkan oleh situasi baru ini adalah tidak dipertimbangkan setiap saat. Namun fokus artikel ini untuk menganalisis pentingnya pariwisata berkelanjutan dari pendekatan persepsi wisatawan dan sangat relevansi dengan situasi baru saat pandemi Covid-19 ini.

Keterbatasan kedua berasal dari karakter non-probabilistik sampel, karena hasil yang diperoleh tidak dapat digeneralisasikan; sehingga tidak menjamin keterwakilan seluruh masyarakat (wisatawan), tingkat subjektivitas masih terwakili dalam artikel ini sehingga masih perlu penelitian lebih mendalam.

5.2. Saran

Saran penulis secara singkat masih perlu dicari formula yang bisa mendongkrak industri pariwisata. Dengan langkah pengembangan Pariwisata Berkelanjutan (*Sustainable Tourism*) yang dapat membantu mengurangi rasa takut yang dirasakan wisatawan untuk berkunjung ke tujuan wisata dengan tingkat kunjungan orang/wisatawan yang banyak (padat) atau *massive tourism*. Karena itu, bisakah krisis ini menjadi yang terakhir dan akan memberikan peluang besar untuk pengembangan Pariwisata Berkelanjutan (*sustainable tourism*) untuk selanjutnya?

Akan sangat mudah untuk mereplikasi studi ini di masa depan, ketika mobilitas total dalam wilayah nasional mulai diperbolehkan dan kunjungan wisatawan diperbolehkan secara nasional maupun internasional. Aspek yang masih memerlukan dukungan adalah pentingnya dampak positif suatu destinasi tidak dapat dianggap sebagai motivasi untuk memilih kunjungan wisata saja namun perlu dukungan berbagai kampanye pemerintah yang baru-baru ini diluncurkan dengan tujuan untuk mencapai dampak positif dari wisatawan untuk mengunjungi destinasi tertentu, aspek ini bisa berubah karena meningkatnya kepekaan yang dirasakan oleh wisatawan.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan *chapter* artikel ini. Penulisan artikel ini dilakukan dalam rangka memenuhi **Call for Book Chapter**. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan masukan dari berbagai pihak, cukup sulit bagi saya untuk menyelesaikan *chapter* artikel ini. Oleh sebab itu saya mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Suhendroyono, S.H.,M.M.,M.Par, CHE.,CGSP. selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM) Yogyakarta

2. Ibu Dr. Dra. Damiasih, M.M.,M.Par.,CHE.,CGSP. selaku Wakil Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM) Yogyakarta.
3. Bapak Tutut Herawan, selaku editor buku ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM) Yogyakarta.
5. Seluruh Staff dan Jajaran di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM) Yogyakarta.
6. Seluruh mahasiswa-mahasiswi di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM) Yogyakarta.
7. Dan semua pihak yang tidak dapat saya sebut satu persatu yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan *chapter* artikel ini.

Penulis menyadari dalam penulisan *chapter* artikel ini masih terdapat kekurangan, untuk itu diharapkan kritik dan saran yang membangun untuk dapat menyempurnakan *chapter* artikel ini. Akhir kata, penulis mengucapkan banyak terimakasih dan semoga *chapter* artikel ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan

Daftar Pustaka

- Beerli, A., & Martin, J. D. (2004). "Factors Influencing Destination Image". *Annals of Tourism Research*, 31(5), 657–681.
- Besculides, A., Lee, M., & McCormick, P. (2002). "Resident's Perceptions of the Cultural Benefits of Tourism," *Annals of Tourism Research*, 29, 303–319.
- Beatriz Palacios-Florencio *et al* (2021) "Sustainable Tourism as a Driving force of the Tourism Industry in a Post-Covid-19 Scenario," *Journal of Social Indicators Research* <https://doi.org/10.1007/s11205-021-02735-2>
- B. Palacios-Florencio *et al.* 3 Cotrell, S., Duim, R., Ankersmid, P., & Kelder, L. (2004). "Measuring the sustainability of tourism in manuel antonio and texel: a tourist perspective,". *Journal of Sustainable Tourism.*, 12(5), 409–431.
- Chang, C. L., McAleer, M., & Ramos, V. (2020). "A charter for sustainable tourism after COVID-19,". *Sustainability*, 12, 3671.
- Chang, N. J., & Fong, C. M. (2010). "Green product quality, green corporate image, green customer satisfaction and green customer loyalty," *African Journal of Business Management.*, 4(13), 2836–2844.
- Chang, K.-C., Kuo, N. T., Hsu, C. L., & Cheng, Y.-S. (2014). "The impact of website quality and perceived trust on customer purchase intention in the hotel sector: Website brand and perceived value as moderators," *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 5, 255–260.
- Chi-Ming, H., Chang, H., & Sung Hee, P. A. (2017). "Study of two stakeholders' attitudes toward sustainable tourism development: A comparison model of Penghu Island in Taiwan," *Pacific Journal Business Research*, 8, 2–28.

- Ciacci, A., Ivaldi, E., Mangano, S., & Ugolini, G. (2021). "Environment, logistics and infrastructure: the three spheres of influence of Italian coastal tourism." *Journal of Sustainable Tourism*. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1876715>
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). "Tourism competitiveness, and societal prosperity," *Journal of Business Research*, 44, 137–152.
- Esman, M. (1984). "Tourism as ethnic preservation: The Cajuns of Louisiana," *Annals of Tourism Research*, 11, 451–467.
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). "Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19," *Tourism Geographies*. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757748>
- Hancock, A. (2020). "Grounded fights force Tui to cut staf hours and wages." *Financial Times. Online*.
- Hsu, C., & Huang, S. (2009). "Effects of travel motivation, past experience, perceived constraint, and attitude on revisit intention," *Journal of Travel Research*, 48, 29–44.
- Huang, Y., & Liu, C. S. (2017). "Moderating and mediating roles of environmental concern and ecotourism experience for revisit intention." *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(7), 1854–1872.
- Hunter, L. M. (2000). "A comparison of the environmental attitudes, concern, and behaviors of native-born and foreign-born US residents." *Population and Environment*, 21(6), 565–580.
- Kim, K., Oh, I., & Jogaratnam, G. (2007). "College student travel: A revised model of push motives." *Journal of Vacation Marketing*, 13(1), 73–85.
- Luo, Y., & Deng, J. (2008). "The new environmental paradigm and nature-based tourism motivation," *Journal of Travel Research*, 46(4), 392–402.
- Michael, J.M., (2013). "Power Hand Tool customers' Determination of Service Quality and Satisfaction in Repair/return Process." *Dissertation at Campella University; Ann Arbor: PreQuest LLC*.
- Miller, D., Merrilees, B., & Coughlan, A. (2014). "Sustainable urban tourism: Understanding and developing pro-environmental behaviours." *Journal of Sustainable Tourism*, 23(1), 26–46.
- Mohaidin, Z., Tze Wei, K., & Ali Murshi, M. (2017). "Factors influencing the tourists' intention to select Sustainable Tourism destination: A case study of Penang Malaysia," *International Journal of Tourism Cities*, 3(4), 442–465.
- Ohn, P., & Supinit, V. (2016). "Factors influencing tourist loyalty of international graduate students: A study on tourist destination in Pattaya Thailand." *International Journal of Thesis Projects and Dissertations*, 4(1), 45–55.
- Oliver, R. L. (1980). "A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions." *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.
- Oliver, R. L. (1997). "Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer." *New York: The McGraw-Hill Companies Inc*.
- Othman, N., Anwar, N. A. M., & Kian, L. L. (2010). "Sustainability analysis: Visitors impact on taman negara." *Journal of Tourism, Hospitality and Culinary Arts*, 2(1), 67–79.

- Palacios-Florencio, B., García del Junco, J., Castellanos-Verdugo, M., & Rosa-Díaz, I. M. (2018). "Trust as mediator of corporate social responsibility, image and loyalty in the hotel sector." *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), 1273–1289. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1447944>
- Pesonen, J., Raija, K., Kronenberg, C., & Peters, M. (2011). "Understanding the relationship between push and pull motivations in rural tourism," *Tourism Review*, 66(3), 32–49.
- Podsakof, P., MacKenzie, S., Lee, J. Y., & Podsakof, N. (2003). "Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies," *Journal of Applied Psychology*, 88, 879–903.
- Prebensen, N. K. (2006). "Segmenting the group tourist heading for warmer weather-a Norwegian example." *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 19(4), 27–40.
- Pavlič, I., Portolan, A., & Puh, B. (2017). Supported current tourism development in UNESCO protected site: The case of old city of dubrovnik. *Economies*, 5, 9.
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.-M. (2015). "SmartPLS 3." *Boenningstedt: SmartPLS GmbH*.
- Roldán, J. L., & Sanchez-Franco, M. J., (2012). "Variance-based structural equation modeling. In M. Mora, *et al.* (Eds.)," *Research methodologies, innovations and philosophies in software systems engineering and information systems* (pp. 193–221). USA: IGI Global.
- Sharpley, R. (2020). "Tourism, sustainable development and the theoretical divide: 20 years on," *Sustainable Tourism*, 28(11), 1932–1946.
- Weaver, D. B. (2012). "Organic, incremental and induced paths to sustainable mass tourism convergence." *Tourism Management*, 33(5), 1030–1037.
- World Travel and Tourism Council, (2019). <https://wttc.org/en-gb/>
- World Health Organization (2020): <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public>
- Wu, H.-C., & Li, T. (2015). "An empirical study of the effects of service quality, visitor satisfaction, and emotions on behavioral intentions of visitors to the museums of macau," *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 16(1), 80–102.
- Wu, H.-C., Ai, C.-H., & Cheng, C.-C. (2016). "Synthesizing the effects of green experiential quality, green equity, green image and green experiential satisfaction on green switching intention." *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(9), 2080–2107.
- 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.
- Zhang, H., & Lei, S. L. (2012). "A structural model of residents' intention to participate in ecotourism: The case of a wetland community." *Tourism Management*, 33(4), 916–925.

LAMPIRAN - LAMPIRAN

Tabel 1. Karakteristik Responden

Keterangan	Absolute Frequency	Presentase
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	142	46,3
Perempuan	166	53,9
Wisatawan		
DIY	163	52,9
Luar DIY	145	47,1
Tujuan Wisata		
Belajar	23	7,5
Liburan	150	48,7
Kunjungan Teman	47	15,3
Acara Keluarga	25	8,1
Perjalanan Sendiri	39	12,7
Lainnya	24	7,8
Pembayaran		
Diri Sendiri	140	45,5
Perusahaan	29	9,4
Pasangan	63	20,5
Teman	10	3,2
Keluarga	60	19,5
Lainnya	6	1,9
Pemilihan Destinasi		
Diri Sendiri	111	36,0
Perusahaan	31	10,1
Pasangan	55	17,9
Teman	36	11,7
Keluarga	71	23,1
Lainnya	4	1,3
Pekerjaan		

Pelajar/Mahasiswa	50	25,0
Karyawan	140	70,0
Pensiunan	10	5
Umur		
>64 Tahun	21	6,8
55-64 Tahun	45	14,6
45-54 Tahun	79	25,6
35-44 Tahun	57	18,5
26-34 Tahun	43	14,0
18-25 Tahun	62	20,1
Status Pernikahan		
Tidak Menikah	75	75,0
Menikah	25	25,0
Jumlah Wisatawan		
Individual	37	12,0
2-5 Orang	257	82,8
5< Orang	16	5,1
Penghasilan		
<Rp25 Juta	71	23,1
Rp25Juta-Rp50 Juta	96	31,2
>Rp 50 Juta	60	23,4

Tabel 2. Rerata, Standar Deviasi, Kehandalan, AVE Konstruksi dan Indikator

Keterangan	Rata-Rata	SD	Kehandalan	AVE
<i>Global Positive Impact (GIP)</i>	3,35	1,110	0,885	0,719
<i>Perceived Service Quality (PSQ)</i>	3,69	0,857	0,797	0,665
<i>Sustainable Tourism Development Attitude (SUS)</i>	3,43	0,991	0,800	0,668
<i>Experiential Satisfaction (SAT)</i>	4,02	0,803	0,772	0,633
<i>Intention to Select Sustainable Tourist Destination (INT)</i>	3,88	0,722	0,823	0,538
<i>Motivation (MOT)</i>	4,46	0,585	0,757	0,610

Keterangan:

Lampiran ini menjelaskan indikator tentang hasil dari model *diamond* diatas sebagai Skenario Penggerak Industri Pariwisata Pasca Covid-19 dengan hasil yang diperoleh bahwa:

Indikator GIP (Dampak Positif)

1. Promosi pariwisata untuk kesadaran dalam perlindungan sumber daya alam
2. Promoso pariwisata untuk kesadaran perlindungan sumber daya budaya.
3. Promosi pariwisata untuk meningkatkan fasilitas dan sumber daya rekreasi lokal

Indikator PSQ (Kualitas Layanan yang dirasakan)

1. Jasa pelayanan wisata pada destinasi pariwisata berkelanjutan seperti alam.
2. Destinasi wisata Tujuan wisata yang menyediakan layanan tepat waktu.

Indikator SUS (Sikap Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan)

1. Sikap dan perilaku wisatawan lokal cukup memuaskan dan tidak mengganggu masyarakat setempat
2. Aspek positif dari pengembangan pariwisata berkelanjutan lebih besar daripada aspek negatifnya

Indikator SAT (Kepuasan Pengalaman Berwisata)

1. Wisatawan layak untuk mengunjungi tempat wisata berkelanjutan di kota
2. Kontribusi wisatawan terhadap perlindungan lingkungan dan pariwisata berkelanjutan

Indikator INT (Niat Memilih Tujuan Wisata yang Berkelanjutan)

1. Wisatawan berniat untuk melakukan kegiatan yang ramah lingkungan di masa yang akan datang (seperti yang berhubungan dengan daur ulang, konservasi, pemanfaatan energi dan lainnya)
2. Wisatawan berniat untuk mendukung inisiatif lingkungan dan mengunjungi situs web pariwisata berkelanjutan di masa yang akan datang.

3. Wisata berniat untuk mencari cara mendukung dan mempromosikan pendekatan pariwisata yang berkelanjutan.
4. Wisatawan berniat berpartisipasi dalam mengurangi kerusakan lingkungan di masa depan untuk pembangunan pariwisata berkelanjutan.

Indikator MOT (Motivasi)

1. Wisatawan termotivasi ingin bepergian ke suatu tempat yang menawarkan lingkungan ekologis.
2. Wisatawan termotivasi ingin merasakan tentang hal berkaitan dengan budaya yang berbeda dengan yang mereka miliki sebelumnya.