JIHHP: Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik
E-ISSN: 2747-1993
P-ISSN: 2747-2000
https://dinastirev.org/JIHHP dinasti.info@gmail.com +62 811 7404 455
DOI: https://doi. org/10. 38035/jihhp.v6i3
https://creativecommons. org/licenses/by/4.0/
Received: 11 Februari 2026 | **Revised**: 4 Maret 2026 | **Accepted**: 15 Maret 2026

Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Kolaborasi melalui Teknologi Digital dalam Menjamin Kepastian Hukum

Fariha Anabila Islami[1], Ayub Torry Satriyo Kusumo[2]
[1]Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Indonesia, farinhaislami@gmail.com
[2]Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Indonesia, ayub.kusumo@staff.uns.ac.id

Corresponding author: farinhaislami@gmail.com

Abstract: *This study analyzes strategies for developing cultural tourism destinations as an effort to increase visitation while ensuring sustainable tourism preservation. The research focuses on the integration of cultural performances as a tourist attraction that is not only recreational but also educational and conservative. Developing this strategy requires multi-stakeholder collaboration that can unite all potentials in a single, focused design. This collaborative model brings together the government, local businesses, travel agents, and cultural communities on a single platform. Multi-stakeholder collaboration-based cultural tourism destination management requires the support of digital technology, particularly artificial intelligence (AI), to improve promotional efficiency, data management, and the quality of tourism services. However, the lack of clear regulations raises issues of legal certainty, data protection, and legal liability, necessitating comprehensive regulations to ensure sustainable cultural tourism management. This study uses a normative legal research method with a statutory and conceptual approach. Data were obtained through a literature review of relevant primary, secondary, and tertiary legal materials, then analyzed qualitatively to examine legal regulations and the urgency of establishing regulations related to the use of artificial intelligence (AI) in the management of cultural tourism destinations. The results of this study are expected to provide conceptual and normative contributions to tourism development strategies and the formulation of legal policies related to the use of Artificial Intelligence (AI) in the management of cultural tourism destinations. This will strengthen legal certainty, protect the interests of stakeholders, and support the sustainability of cultural preservation and tourism development.*

Keywords: *cultural tourism, digitalization, legal vacuum, sustainability.*

Abstrak: Penelitian ini menganalisis tentang strategi pengembangan destinasi wisata budaya sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan sekaligus memastikan keberlanjutan pelestarian wisata. Fokus penelitian terletak pada integrasi pertunjukan budaya, sebagai daya tarik wisata yang tidak hanya bersifat rekreatif tetapi juga edukatif dan konservatif.

Pengembangan strategi ini memerlukan kolaborasi multipihak yang mampu menyatukan seluruh potensi dalam satu desain yang terarah. Model kolaborasi ini mempertemukan pemerintah, pelaku usaha lokal, agen perjalanan, dan komunitas budaya dalam satu platform bersama. Pengelolaan destinasi wisata budaya berbasis kolaborasi multipihak memerlukan dukungan teknologi digital, khususnya kecerdasan buatan *Artificial Intelligence*, untuk meningkatkan efisiensi promosi, pengelolaan data, dan kualitas layanan wisata. Namun, ketiadaan regulasi yang jelas menimbulkan persoalan kepastian hukum, perlindungan data, dan tanggung jawab hukum, sehingga diperlukan pengaturan yang komprehensif guna menjamin pengelolaan wisata budaya yang berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan peraturan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Data penelitian diperoleh melalui studi kepustakaan terhadap bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang relevan, kemudian dianalisis secara kualitatif untuk mengkaji pengaturan hukum serta urgensi pembentukan regulasi terkait pemanfaatan kecerdasan buatan *Artificial Intelligence* dalam pengelolaan destinasi wisata budaya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual dan normatif dalam strategi pengembangan pariwisata serta perumusan kebijakan hukum terkait pemanfaatan kecerdasan buatan *Artificial Intelligence* pada pengelolaan destinasi wisata budaya, sehingga mampu memperkuat kepastian hukum, melindungi kepentingan para pihak, serta mendukung keberlanjutan pelestarian budaya dan pengembangan pariwisata.

Kata kunci: wisata budaya, digitalisasi, kekosongan hukum, keberlanjutan.

PENDAHULUAN

Industri pariwisata mengalami pertumbuhan signifikan dalam beberapa dekade terakhir dan telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang paling menonjol di tingkat global (Suban & Madhan, 2025). tidak lagi dipahami sekadar sebagai aktivitas rekreasi, melainkan sebagai fenomena multidimensi yang melibatkan mobilitas manusia, penyediaan jasa, interaksi sosial, budaya, serta dinamika ekonomi di tingkat lokal dan nasional (Pertiwi & Harmawan, 2022). Kompleksitas tersebut menempatkan pariwisata sebagai sektor strategis yang membutuhkan pengelolaan terencana, terintegrasi, dan berkelanjutan. Secara normatif, pariwisata di Indonesia memperoleh legitimasi hukum melalui Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, yang mendefinisikan pariwisata sebagai berbagai kegiatan wisata yang didukung oleh fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pelaku usaha, serta pemerintah pusat dan daerah. Kerangka hukum ini menjadi dasar bagi perencanaan, pengaturan kewenangan, dan perlindungan pelaku usaha, khususnya UMKM di sektor pariwisata. Sejak diberlakukannya kebijakan otonomi daerah, pemerintah daerah memiliki ruang yang lebih luas untuk mengelola potensi wisata sebagai bagian dari strategi pembangunan daerah (Rahma & Pariwisata, 2020).

Secara teoritis, Pitana menjelaskan bahwa pariwisata memberikan pengaruh ekonomi yang dapat dilihat melalui tujuh aspek utama, yaitu: kontribusi terhadap penerimaan devisa, peningkatan pendapatan masyarakat, perluasan kesempatan kerja, pemerataan manfaat atau keuntungan ekonomi, perubahan pada struktur kepemilikan dan kontrol ekonomi masyarakat, dorongan terhadap proses pembangunan secara umum, dan peningkatan pendapatan pemerintah (Yusuf Adam Hilman, 2020). Jika tujuh aspek tersebut diterapkan dalam konteks daerah, maka pengaruh ekonomi pariwisata dapat terlihat melalui peningkatan Pendapatan Asli Daerah PAD, berkembangnya aktivitas UMKM, tumbuhnya lapangan kerja baru, serta meningkatnya kebutuhan layanan pendukung seperti transportasi dan akomodasi. Sedangkan secara empiris, sektor pariwisata juga berperan sebagai penggerak pembangunan infrastruktur (Purba, 2022), dan pemicu tumbuhnya sektor pendukung lainnya, termasuk industri kreatif

(Wibowo & Belia, 2023). Keunggulan pariwisata dalam negeri ini menjadi modal penting untuk meningkatkan daya saing Indonesia di kancah global. Kekayaan alam, maritim, budaya, dan warisan sejarah yang dimiliki Indonesia menempatkannya sebagai salah satu negara dengan potensi pariwisata terbesar di Kawasan (Mardiyantoro & Herlina, 2023).

Meskipun memiliki potensi ekonomi yang besar, pengembangan pariwisata di Indonesia masih menghadapi persoalan struktural, terutama akibat pengelolaan yang bersifat parsial dan sectoral (Holgado-ramos et al., 2022). Banyak destinasi wisata dikelola oleh berbagai aktor yang berjalan sendiri tanpa koordinasi yang terintegrasi, sehingga memicu inefisiensi, tumpang tindih kebijakan, dan konflik kepentingan (Grilli et al., 2021). Kondisi ini menghambat terbentuknya ekosistem pariwisata yang berkelanjutan, khususnya dalam pengembangan destinasi wisata budaya yang menuntut keseimbangan antara aspek ekonomi dan pelestarian nilai budaya. Sebagai respons atas persoalan tersebut, pendekatan kolaborasi multipihak *(multi-stakeholder collaboration)* menjadi strategi yang relevan dalam pengelolaan destinasi wisata budaya. Model ini mempertemukan pemerintah sebagai regulator dan fasilitator (Zulitsnayarti et al., 2025), pelaku usaha lokal sebagai penggerak ekonomi (Rizal, 2025), agen perjalanan dan *tour* operator juga berfungsi sebagai penghubung pasar dengan merancang paket wisata, mempromosikan destinasi, serta memperluas akses wisatawan terhadap penawaran pariwisata lokal (Hossain et al., 2025), Sementara itu, komunitas lokal memiliki peran penting dalam pelestarian nilai budaya dan pengelolaan destinasi wisata sebagai subjek yang aktif dalam pembangunan pariwisata (Lestari et al., 2024). Kolaborasi multipihak memungkinkan terjadinya hubungan saling tarik-menarik yang konstruktif, di mana setiap aktor memiliki peran dan tanggung jawab yang saling terkait dalam satu desain pengelolaan yang terarah. Apabila kolaborasi ini berjalan secara efektif, manfaat yang dihasilkan tidak hanya berupa peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga pemerataan manfaat ekonomi, penguatan kapasitas pelaku usaha lokal, serta keberlanjutan pelestarian budaya. Namun demikian, efektivitas kolaborasi multipihak dalam praktiknya sangat bergantung pada dukungan teknologi digital.

Dalam era transformasi digital, teknologi merupakan alat strategis untuk mempercepat koordinasi, meningkatkan efisiensi pengelolaan, serta memperluas jangkauan promosi pariwisata. Teknologi digital dalam hal ini adalah *Artificial Intellegence* (Yang selanjutnya disebut AI) yang telah terbukti meningkatkan pengalaman wisata digital melalui personalisasi layanan, sistem rekomendasi, dan *chatbots* yang memperkuat keterlibatan wisatawan serta efisiensi operasional (Ibrahim et al., 2023). Selain itu, AI berperan dalam pengembangan destinasi berbasis komunitas melalui analisis data dan pengelolaan informasi pasar (Ibrahim et al., 2023). serta membantu merancang personalisasi pengalaman wisatawan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Nugroho et al., 2024). Pemanfaatan AI juga terbukti optimal dalam manajemen pemasaran destinasi untuk meningkatkan daya saing pariwisata melalui teknologi digital (Wahyuni et al., 2025).

Dalam konteks kolaborasi multipihak, AI dapat berfungsi sebagai penghubung antar aktor melalui integrasi data dan informasi dalam satu platform bersama. AI dapat membantu pemerintah dalam perumusan kebijakan berbasis data, mendukung pelaku usaha dalam strategi pemasaran dan pengelolaan layanan, serta membantu komunitas budaya dalam dokumentasi dan promosi pertunjukan budaya secara berkelanjutan. Dengan demikian, pemanfaatan AI tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga memperkuat sinergi, transparansi, dan akuntabilitas dalam pengelolaan destinasi wisata budaya (Wang et al., 2025). Meskipun memiliki potensi besar, pemanfaatan AI dalam pengelolaan pariwisata di Indonesia masih menghadapi persoalan mendasar dari aspek hukum. Hingga saat ini, belum terdapat regulasi yang secara khusus mengatur pemanfaatan kecerdasan buatan dalam sektor pariwisata, khususnya terkait pengelolaan destinasi wisata budaya (Iqbal et al., 2025). Ketiadaan pengaturan tersebut menimbulkan kekosongan hukum yang berpotensi berdampak pada

ketidakpastian hukum, lemahnya perlindungan data wisatawan dan pelaku usaha, serta ketidakjelasan tanggung jawab hukum apabila terjadi penyalahgunaan teknologi (Hasanuddin & Nurfransiska, 2026).

Apabila strategi kolaborasi multipihak berbasis AI dijalankan tanpa landasan hukum yang memadai, maka risiko permasalahan hukum seperti pelanggaran privasi data, ketimpangan akses teknologi, dominasi aktor tertentu, hingga konflik kewenangan antar pemangku kepentingan menjadi tidak terhindarkan. Kondisi ini pada akhirnya dapat menghambat tujuan utama pengembangan pariwisata, yaitu keberlanjutan ekonomi, sosial, dan budaya. Oleh karena itu, urgensi pembentukan regulasi yang komprehensif terkait pemanfaatan AI dalam pengelolaan destinasi wisata budaya menjadi kebutuhan yang tidak dapat diabaikan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menganalisis strategi pengembangan destinasi wisata melalui kolaborasi multipihak yang didukung oleh pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisata sekaligus memastikan keberlanjutan pelestarian budaya. Fokus penelitian diarahkan pada pengkajian aspek hukum terkait ketiadaan regulasi pemanfaatan Artificial Intelligence dalam pengelolaan pariwisata, serta dampaknya terhadap kepastian hukum dan perlindungan kepentingan para pihak.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif yang bertujuan untuk mengkaji aspek hukum dalam pengembangan destinasi wisata budaya melalui strategi kolaborasi multipihak berbasis pemanfaatan AI. Penelitian hukum normatif dipilih karena fokus penelitian diarahkan pada analisis norma hukum, asas hukum, serta konsep hukum yang berkaitan dengan kepastian hukum dan perlindungan kepentingan para pihak dalam pengelolaan pariwisata. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi; Pertama, pendekatan peraturan perundang-undangan digunakan untuk mengkaji ketentuan hukum yang mengatur sektor pariwisata, sistem elektronik, dan perlindungan data, serta untuk mengidentifikasi adanya kekosongan hukum terkait pemanfaatan AI dalam pengelolaan destinasi wisata budaya; Kedua, pendekatan konseptual digunakan untuk menelaah konsep kolaborasi multipihak, pemanfaatan AI dalam tata kelola pariwisata, serta teori kepastian hukum dan perlindungan hukum sebagai landasan analisis normative; Ketiga, pendekatan analitis-kritis digunakan untuk menilai implikasi hukum dari ketiadaan regulasi AI terhadap kepastian hukum dan perlindungan kepentingan pemerintah, pelaku usaha, komunitas lokal, dan wisatawan. Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas bahan hukum primer, berupa peraturan perundang-undangan yang relevan dengan kepariwisataan dan pemanfaatan teknologi digital; bahan hukum sekunder, berupa buku, jurnal ilmiah, dan karya ilmiah lain yang berkaitan dengan hukum pariwisata, AI, dan kolaborasi multipihak; serta bahan hukum tersier sebagai bahan pendukung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pengembangan ekonomi melalui pariwisata

Dalam kerangka pembangunan ekonomi daerah, sektor pariwisata diposisikan sebagai sektor strategis yang memiliki kemampuan menciptakan efek berganda (*multiplier effect*) terhadap sektor lain seperti perdagangan, transportasi, industri kreatif, dan UMKM (Rakhmi et al., 2025). Studi empiris menunjukkan bahwa aktivitas wisata membuka peluang usaha baru, meningkatkan permintaan terhadap bahan baku lokal, dan memperluas perputaran ekonomi pada UMKM serta jasa pendukung lainnya di tingkat lokal (Aprilianto et al., 2024; Pajriah et al., 2025). Kondisi ini menegaskan bahwa pariwisata tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan kunjungan wisatawan, tetapi juga terhadap penguatan struktur ekonomi daerah secara menyeluruh (Rosidi et al., 2020). Transformasi sektor pariwisata pascapandemi semakin memperjelas perannya sebagai instrumen strategis dalam pemulihan dan penguatan ekonomi local (Hall et al., 2020). Oleh karena itu, strategi pengembangan pariwisata harus diarahkan

tidak semata-mata pada kuantitas kunjungan, melainkan pada penciptaan sistem ekonomi lokal yang berkelanjutan dan resilien terhadap berbagai dinamika global.

Dalam konteks tersebut, strategi dan kebijakan pengembangan pariwisata perlu dirancang secara komprehensif dengan mempertimbangkan daya tarik destinasi, nilai budaya masyarakat, serta kebutuhan dan preferensi pasar. Pendekatan ini harus berlandaskan prinsip keberlanjutan, partisipasi aktif masyarakat, serta memperhatikan daya dukung lingkungan agar pertumbuhan pariwisata tidak mengorbankan kelestarian ekosistem maupun keseimbangan sosial-ekonomi. Lebih lanjut, pengembangan pariwisata tidak dapat berjalan efektif tanpa kolaborasi antar pemangku kepentingan. Sinergi multipihak inilah yang pada akhirnya menentukan keberhasilan strategi pengembangan ekonomi melalui sektor pariwisata. Agar rantai nilai berjalan efektif, diperlukan kolaborasi erat antarpemangku kepentingan dalam mengembangkan paket wisata. Setiap aktor memiliki fungsi spesifik yang saling melengkapi:

1) Pengelola Destinasi

Pengelola destinasi memiliki peran sentral dalam memastikan bahwa daya tarik wisata tetap terjaga dan berkembang secara berkelanjutan. Tanggung jawab tersebut mencakup pemeliharaan kebersihan dan keamanan kawasan, penyediaan informasi yang akurat, pengelolaan fasilitas umum, serta penerapan standar pelayanan yang konsisten. Selain itu, pengelola destinasi juga perlu melakukan evaluasi berkala terhadap kualitas layanan melalui pemantauan kepuasan wisatawan sebagai dasar perbaikan berkelanjutan. Kualitas tata kelola kawasan menjadi indikator penting dalam menentukan daya saing destinasi di tengah persaingan industri pariwisata yang semakin kompetitif.

Pengelola destinasi wajib memahami bahwa kepuasan wisatawan adalah syarat utama keberlanjutan usaha pariwisata (Arlinda et al., 2021). Destinasi tidak akan bertahan tanpa kunjungan ulang, dan kunjungan ulang hanya terjadi jika pengalaman yang diterima pengunjung sesuai atau melebihi harapan mereka (Uuh Sukaesih, 2020). Tingkat kepuasan ini secara langsung memengaruhi pendapatan daerah, karena destinasi yang gagal memenuhi ekspektasi pengunjung akan kehilangan daya tarik dan melemahkan kinerja ekonomi pariwisatanya (Remya Hari, 2025). Sebaliknya, pengelolaan destinasi yang profesional dan responsif terhadap kebutuhan pengunjung mampu menciptakan citra positif serta meningkatkan daya saing kawasan wisata secara berkelanjutan (Bramwell & Lane, 2021). Link juDengan kata lain, keberhasilan suatu destinasi sangat ditentukan oleh kemampuan memenuhi standar layanan yang benar-benar dirasakan pengunjung, bukan sekadar janji promosi (Silalahi et al., 2023).

Selain aspek pelayanan, pengelola destinasi juga memiliki tanggung jawab dalam menjaga keseimbangan antara peningkatan kunjungan dan daya dukung lingkungan. Pengelolaan yang tidak terencana dapat menyebabkan overcapacity, degradasi lingkungan, dan konflik sosial di kawasan wisata. Oleh karena itu, pengelola destinasi harus menerapkan prinsip tata kelola berkelanjutan dengan mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan secara terpadu (Dangi & Jamal, 2022). Pendekatan ini memastikan bahwa keberhasilan destinasi tidak hanya diukur dari jumlah kunjungan, tetapi juga dari keberlanjutan manfaat ekonomi dan kelestarian sumber daya dalam jangka panjang. Dengan demikian, peran pengelola destinasi tidak terbatas pada fungsi operasional semata, melainkan mencakup fungsi strategis dalam menjaga kualitas pengalaman wisata, memperkuat loyalitas pengunjung, serta menopang keberlanjutan ekonomi daerah melalui tata kelola yang profesional dan berorientasi pada keberlanjutan

2) Pemerintah Daerah

Pemerintah memiliki peran penting dalam mengembangkan sekaligus mempromosikan potensi pariwisata yang ada (E. D. Lestari et al., 2023). Untuk memastikan keberlanjutan sektor ini, diperlukan perencanaan lingkungan yang terpadu, mulai dari pengelolaan destinasi, peningkatan kualitas layanan, hingga penguatan promosi

yang konsisten (Mali, 2021). Selain itu, Pemerintah juga mengatur regulasi, memberikan insentif bagi pelaku usaha lokal, serta menyusun rencana induk pariwisata yang mendorong keberlanjutan dan keterlibatan Masyarakat (Marwan, 2022). Sebagai regulator, pemerintah menetapkan pedoman dasar yang menjadi instrumen pengaturan dalam pengembangan potensi pariwisata (Wibowo & Belia, 2023). Langkah ini diperlukan agar berbagai persoalan yang muncul dalam pengelolaan destinasi dapat ditangani secara efektif (Tui et all., 2023). Tanpa intervensi pemerintah yang terarah, pariwisata sulit berkembang secara berkelanjutan.

3) UMKM Kuliner, Kerajinan, dan Souvenir

UMKM yang bergerak di kuliner, kerajinan tangan, dan souvenir memegang peran strategis dalam mendukung ekosistem pariwisata. (Evita Hayatun Nufus, Idah Zuhroh, 2021). Kehadiran UMKM tidak hanya menyajikan produk yang mencerminkan budaya lokal, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi langsung bagi masyarakat. (Toni Ari Wibowo, Agung Setiawan, 2023). Selain menciptakan lapangan kerja, UMKM berperan menguatkan identitas destinasi karena produk yang mereka hasilkan menjadi representasi langsung dari karakter dan tradisi setempat (Rania, 2025). Melalui produk makanan khas, kerajinan tangan, serta berbagai jenis souvenir, UMKM memperkuat rantai pasok lokal karena bahan baku, tenaga kerja, dan proses produksinya sebagian besar berasal dari komunitas setempat. Hal ini menciptakan perputaran ekonomi yang lebih merata dan meningkatkan ketahanan ekonomi daerah (Niode, 2022). Selain itu, keberadaan UMKM memberi pengalaman wisata yang lebih autentik karena wisatawan dapat menikmati cita rasa, estetika, dan kreativitas lokal secara langsung (Putra, 2021).

Seringkali, kualitas produk UMKM menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan wisatawan, karena ketika produk yang ditawarkan memiliki rasa yang baik, tampilan menarik, keunikan khas lokal, serta konsistensi dalam kualitas, wisatawan tidak hanya menikmati produk itu sendiri, tetapi juga merasa pengalaman wisatanya menjadi lebih berkesan dan bernilai. (Juniarta, 2023). Kondisi ini bukan hanya mendorong minat beli secara langsung, tetapi juga memengaruhi kecenderungan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang pada destinasi yang sama (Santoso & Haryansyah, 2025). Lebih jauh, pengalaman positif terhadap produk UMKM sering menjadi alasan utama wisatawan merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain, baik melalui cerita personal maupun melalui media sosial.

Hal ini menunjukkan bahwa UMKM bukan sekadar pelengkap dalam ekosistem pariwisata, melainkan menjadi elemen strategis yang membentuk citra destinasi dan memperkuat daya saing kawasan wisata. Kualitas dan keunikan produk UMKM membantu membedakan destinasi, memperkaya pengalaman wisatawan, serta meningkatkan dampak ekonomi lokal melalui pembelian langsung, penciptaan lapangan kerja, dan perputaran rantai pasok di masyarakat. Dengan kata lain, semakin baik kualitas dan karakter produk UMKM, semakin besar kemampuan destinasi untuk mempertahankan posisi kompetitifnya di tengah persaingan pariwisata yang kian ketat.

4) Penyedia Jasa Perjalanan dan Transportasi

Transportasi publik dalam konteks pariwisata bukan sekadar sarana teknis yang menghubungkan wisatawan dari satu titik ke titik lain.(Narotama & Wihastuti, 2024) Model transportasi ini membentuk bagian penting dari pengalaman perjalanan itu sendiri, karena kenyamanan, keterjangkauan, ketepatan waktu, dan kualitas layanan turut memengaruhi persepsi wisatawan terhadap sebuah destinasi.(Efendhi Prih Raharjo, I Kadek Surya Putra Adidana, Anisa Mahadita Candrarahayu, 2023) Ketika sistem transportasi publik dikelola dengan baik, ia tidak hanya meningkatkan aksesibilitas, tetapi juga memperkuat citra destinasi sebagai tempat yang ramah, efisien, dan layak dikunjungi.(Peong & Astawa, 2023) Sebaliknya, layanan transportasi yang kurang

memadai dapat menurunkan minat wisatawan, membatasi mobilitas mereka, serta mengurangi nilai ekonomis dan daya saing pariwisata daerah.

Dalam diskusi mengenai pembangunan pariwisata berkelanjutan, perhatian sering kali hanya tertuju pada atraksi, fasilitas, atau kebijakan konservasi, sementara peran travel agent kerap terabaikan. Padahal, travel agent merupakan aktor strategis dalam ekosistem pariwisata karena merekalah yang mengemas, memasarkan, dan menghubungkan destinasi dengan pasar wisata yang lebih luas. (Mohamad Rachmadian Narotama, et al, 2024) Dukungan mereka terhadap penyusunan paket wisata, promosi terarah, hingga penyediaan informasi yang valid sangat menentukan kemampuan sebuah daerah untuk menarik wisatawan dan menjadi perantara aliran manfaat ekonomi.(Hossain et al., 2025) Tanpa travel agent yang profesional dan terintegrasi dengan destinasi, potensi wisata sebesar apa pun akan sulit berkembang secara optimal.(Iamtrakul et al., 2025)

5) Komunitas Budaya dan Masyarakat Lokal

Komunitas budaya dan masyarakat lokal bukan sekadar pelengkap estetika dalam pariwisata, tetapi fondasi yang menentukan otentisitas sebuah destinasi. Atraksi seperti pertunjukan seni tradisional, ritual adat, kuliner khas, hingga narasi sejarah setempat menghadirkan pengalaman yang tidak bisa digantikan teknologi atau promosi digital. Wisatawan datang untuk merasakan perbedaan, dan perbedaan itu hanya eksis jika identitas lokal dirawat oleh komunitas yang hidup di dalamnya. Keberagaman atraksi wisata akan semakin kuat ketika wisatawan tidak hanya menikmati lanskap alam, tetapi juga dapat merasakan budaya dan kesenian lokal yang terus hidup di masyarakat. Ketika unsur pertunjukan seni terlibat dalam industri wisata, kualitas pengalaman wisatawan meningkat dan identitas lokal ikut menguat. Dalam konteks ini, struktur organisasi pariwisata berperan penting karena mendorong penguatan desa berbasis budaya serta mempercepat berkembangnya desa ekowisata secara lebih terarah dan berkelanjutan. (Mulyasari et al., 2023)

Pada tataran strategis, kolaborasi ini memperkuat ketahanan budaya. Tradisi tidak hanya dipertunjukkan, tetapi diwariskan. Seni tidak hanya dipamerkan, tetapi dihidupkan. Nilai-nilai yang terbingkai dalam ritual, tari, musik, dan kerajinan tangan bertahan karena pariwisata memberi ruang ekonomi yang menopang keberlanjutan praktik tersebut. Ketika pasar menghargai kebudayaan, masyarakat punya alasan kuat untuk mempertahankannya, bukan meninggalkannya. Pada akhirnya, keberlanjutan pariwisata bertumpu pada hubungan timbal balik: komunitas menyediakan otentisitas dan identitas, sementara pariwisata menyediakan sumber daya yang menjaga keberlanjutan komunitas. Ekosistem ini berjalan baik hanya jika masyarakat lokal ditempatkan sebagai subjek, bukan objek. Kalau tidak, ya pariwisatanya cuma gimmick yang cepat bosan seperti tren media sosial yang kedaluwarsa dalam tiga hari

Pengelola destinasi wajib memahami bahwa kepuasan wisatawan adalah syarat utama keberlanjutan usaha pariwisata.(Arlinda et al., 2021) Destinasi tidak akan bertahan tanpa kunjungan ulang, dan kunjungan ulang hanya terjadi jika pengalaman yang diterima pengunjung sesuai atau melebihi harapan mereka.(Uuh Sukaesih, 2020) Tingkat kepuasan ini secara langsung memengaruhi pendapatan daerah, karena destinasi yang gagal memenuhi ekspektasi pengunjung akan kehilangan daya tarik dan melemahkan kinerja ekonomi pariwisatanya.(Remya Hari, 2025) Dengan kata lain, keberhasilan suatu destinasi sangat ditentukan oleh kemampuan memenuhi standar layanan yang benar-benar dirasakan pengunjung, bukan sekadar janji promosi.(Silalahi et al., 2023)

Salah satu unsur krusial dalam pengelolaan destinasi wisata berkelanjutan adalah penguatan kapasitas kelembagaan karena struktur kelembagaan yang solid dibutuhkan untuk mengelola sumber daya secara efektif serta mengoordinasikan berbagai aktivitas pariwisata secara terintegrasi (Kurniawan & Iriani, 2024). Dalam pelaksanaannya,

pengelolaan destinasi wisata berkelanjutan harus memperhatikan dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan. Dalam pelaksanaannya, pengelolaan destinasi berkelanjutan juga harus memperhatikan dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan, di mana secara sosial diperlukan pelibatan dan pemberdayaan masyarakat lokal, secara ekonomi destinasi diharapkan memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian daerah (Ahmad Ramadhan, 2025). Sementara itu, secara lingkungan menuntut adanya pelestarian sumber daya alam agar lingkungan tetap terjaga bagi generasi mendatang (Camilleri, 2021).

Strategi kolaborasi multipihak ini akan semakin efektif apabila dikelola melalui pemanfaatan teknologi digital, khususnya Artificial Intelligence (Selanjutnya disebut AI), yang mampu mengintegrasikan data kunjungan, preferensi wisatawan, pola konsumsi, kapasitas destinasi, hingga umpan balik layanan secara real time dalam satu sistem terpadu. Pemanfaatan AI memungkinkan proses pengambilan keputusan yang lebih akurat dan berbasis data dalam perencanaan promosi, pengelolaan arus wisatawan, personalisasi pengalaman, serta mitigasi risiko overcapacity dan degradasi lingkungan. Integrasi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat kualitas pengalaman wisatawan dan ketahanan ekonomi local (Gretzel et al., n.d.). Dengan demikian, kolaborasi yang ditopang oleh sistem digital cerdas mampu menciptakan tata kelola destinasi yang adaptif, responsif, transparan, dan berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang di tengah dinamika transformasi digital global.

Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Pengembangan Pariwisata

Dalam upaya meningkatkan kualitas layanan sekaligus menjaga keberlanjutan destinasi, pemanfaatan teknologi digital menjadi instrumen yang semakin relevan dalam tata kelola pariwisata modern. Teknologi digital tidak hanya mempermudah akses informasi bagi pengunjung, misalnya seperti jadwal kegiatan, peta lokasi, harga tiket, dan fasilitas yang tersedia, tetapi juga meningkatkan transparansi serta kecepatan pelayanan. Melalui integrasi sistem digital, pengelola dapat menyediakan layanan yang lebih responsif, personal, dan efisien, sehingga mengurangi ketergantungan pada prosedur manual yang memakan waktu. Selain itu, platform digital berperan penting dalam strategi promosi dan branding destinasi melalui media sosial, website resmi, maupun aplikasi berbasis data. Interaksi digital yang terkelola dengan baik memungkinkan terbangunnya komunikasi dua arah antara pengelola dan pengunjung, yang pada akhirnya berkontribusi langsung terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas wisatawan.

Berdasarkan temuan lapangan yang dilakukan oleh Ramdan Kurniawan dan rekan-rekannya (Kurniawan & Iriani, 2024) menunjukkan bahwa penerapan prinsip keberlanjutan wisata terbukti meningkatkan berbagai aspek pengelolaan destinasi melalui perbaikan fasilitas serta pemberdayaan masyarakat lokal berbasis pemanfaatan teknologi digital. Selain itu penelitian empiris juga dilakukan oleh (Maulana et al., 2025) menunjukkan bahwa keterlibatan aktif masyarakat lokal dalam pengelolaan pariwisata terbukti meningkatkan efektivitas pemasaran, memaksimalkan potensi aset daerah, serta mendukung keberlanjutan sumber daya alam dalam jangka panjang melalui pemanfaatan teknologi digital. Sementara itu temuan oleh Agung Sulistyo dan rekan lainnya (Sulistyo et al., 2024) menunjukkan bahwa hasil evaluasi kegiatan, sebanyak 27 peserta (90%) menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai pentingnya kerja sama, peningkatan kapasitas, dan penguatan keterampilan sumber daya manusia dalam pengelolaan kampung wisata berbasis teknologi digital.

1) Promosi pariwisata

Di era digital saat ini, informasi mengenai destinasi pariwisata dapat tersebar secara cepat dan luas melalui berbagai platform daring, sehingga berperan signifikan dalam membentuk persepsi, preferensi, serta memengaruhi proses pengambilan keputusan calon wisatawan (Rudiansyah et all., 2024). Perkembangan internet telah merevolusi promosi

pariwisata dengan membuka peluang yang luas bagi UMKM dan pelaku usaha untuk memasarkan produk serta layanan mereka secara lebih efektif dan efisien. Dengan jumlah pengguna internet di Indonesia yang mencapai sekitar 55 juta orang dan tingkat penetrasi sebesar 22,1%, potensi ini menjadi momentum strategis bagi penguatan promosi destinasi wisata sekaligus pengembangan e-commerce di sektor pariwisata (Aw et al., 2023). Pemanfaatan media digital memungkinkan pelaku usaha meningkatkan visibilitas produk lokal, menjangkau pasar yang lebih luas, serta memperkuat daya saing destinasi dalam persaingan industri pariwisata yang semakin kompetitif.

2) Penggunaan ChatBot

Chatbot merupakan sistem otomatis yang memungkinkan pengguna berinteraksi melalui pesan teks atau suara untuk memperoleh informasi secara cepat dan interaktif (Rika Rizki1, 2025). Terutama di sektor pariwisata, pemanfaatan chatbot menjadi peluang strategis untuk meningkatkan kualitas layanan secara efisien. Chatbot mampu merespons pertanyaan, permintaan, atau masalah yang dimiliki wisatawan secara otomatis, cepat, dan konsisten tanpa harus bergantung pada pelayanan manual yang memakan waktu (Harisi & Hiwono, 2024). Chatbot juga mampu menangani permintaan pelanggan secara konsisten, sehingga meminimalkan potensi kesalahan manusia dalam penyampaian informasi maupun pemberian solusi. Pengakuan terhadap efektivitas teknologi ini terus meningkat; laporan Marketing Platform menunjukkan tingkat keberhasilan hingga 80%, dengan 1.500 pelanggan meminta bantuan melalui bot dan 1.000 di antaranya bahkan memberikan respons positif berupa ucapan terima kasih (Ukpabi et all., 2019). Dengan sistem ini, pengelola destinasi dapat dengan mudah mengidentifikasi pertanyaan yang paling sering diajukan, kebutuhan wisatawan, serta potensi keluhan secara terstruktur melalui analisis data otomatis, sehingga pengambilan keputusan menjadi lebih cepat, tepat, dan tidak lagi bergantung pada proses manual yang kurang efisien. Oleh karena itu, promosi memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing destinasi, karena melalui aktivitas promosi yang efektif, suatu objek wisata dapat lebih mudah dikenali, melekat dalam ingatan wisatawan, dan menjadi pilihan utama dalam proses pengambilan keputusan perjalanan (Natasya et all., 2025).

3) Big Data dan Analisis Perilaku Wisatawan

Industri pariwisata saat ini mengalami transformasi signifikan akibat perkembangan teknologi digital serta ketersediaan data dalam jumlah besar. Perubahan ini menghadirkan berbagai peluang sekaligus tantangan bagi destinasi wisata yang ingin meningkatkan daya saing dan keberlanjutan. Dalam konteks tersebut, analisis big data berperan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional destinasi pariwisata karena melalui pengolahan data yang dihasilkan dari berbagai aktivitas wisata, pengelola dapat mengidentifikasi tren perilaku, preferensi, serta pola perjalanan wisatawan secara lebih mendalam sebagai dasar perencanaan dan pengembangan destinasi yang lebih terarah dan berkelanjutan (Widarti & Erkamim, 2024). Pemanfaatan big data dalam sektor pariwisata menjadi instrumen strategis dalam memahami perilaku, preferensi, dan pola konsumsi wisatawan secara lebih akurat dan terukur. Data yang bersumber dari pencarian daring, transaksi e-commerce, sistem reservasi, ulasan digital, hingga interaksi media sosial dapat diolah untuk mengidentifikasi tren kunjungan, karakteristik demografis wisatawan, pola pengeluaran, serta tingkat kepuasan terhadap layanan destinasi. Melalui analisis tersebut, pengelola dapat menyusun segmentasi pasar yang lebih spesifik dan merancang strategi promosi yang berbasis kebutuhan nyata wisatawan, bukan sekadar asumsi.

Selain mendukung efektivitas pemasaran, big data juga berperan dalam perencanaan kapasitas dan pengendalian dampak lingkungan. Pemantauan jumlah kunjungan secara real time memungkinkan pengelola mengantisipasi kepadatan berlebih, mengatur distribusi wisatawan ke titik-titik alternatif, serta menjaga keseimbangan antara

pertumbuhan ekonomi dan daya dukung lingkungan. Dengan pendekatan berbasis data, kebijakan pariwisata menjadi lebih adaptif, prediktif, dan transparan. Oleh karena itu, big data tidak hanya berfungsi sebagai alat analisis pemasaran, tetapi juga sebagai fondasi dalam membangun tata kelola destinasi yang berkelanjutan dan berbasis bukti.

4) Platform E-Tourism dan Sistem Reservasi Digital

Saat ini, sebagian besar reservasi tempat wisata masih dilakukan secara manual, sehingga wisatawan harus menghubungi masing-masing pengelola secara terpisah, yang membuat perencanaan perjalanan sulit, informasi mengenai fasilitas terbatas, dan meningkatkan risiko kesalahan dalam pencatatan reservasi karena prosesnya belum otomatis (Fitriastuti, 2025). Ketiadaan informasi secara real-time tentang ketersediaan tempat wisata menimbulkan ketidakpastian bagi wisatawan dalam merencanakan kunjungan, sehingga banyak yang harus datang langsung tanpa kepastian mengenai tiket atau kapasitas yang tersedia, yang pada akhirnya berdampak pada kenyamanan dan kepuasan pengunjung serta menurunkan efisiensi pengelolaan bagi pihak pengelola (Ndoloe & Sudarmadji, 2025). Selain itu, pengunjung masih harus membeli tiket langsung di lokasi, yang sering menimbulkan antrean panjang, kesulitan dalam pengelolaan data, dan risiko kebocoran pendapatan akibat pencatatan yang tidak transparan, selain itu metode pembelian konvensional ini juga kurang mendukung perkembangan pariwisata digital yang semakin diminati wisatawan modern (Pratiwi et al., 2025). Hal seperti ini menunjukkan bahwa, membutuhkan sesuatu yang dapat mempermudah layanan. Perkembangan e-tourism mendorong transformasi sistem distribusi dan pemasaran pariwisata menuju ekosistem digital yang terintegrasi. Melalui platform e-tourism, wisatawan dapat mengakses informasi destinasi secara komprehensif, membandingkan harga, membaca ulasan pengguna lain, serta melakukan pemesanan tiket transportasi, akomodasi, dan paket wisata dalam satu sistem yang saling terhubung. Sistem reservasi digital ini meningkatkan efisiensi transaksi, mempercepat proses layanan, serta memberikan transparansi yang lebih besar dalam hal harga dan ketersediaan layanan.

Bagi pelaku usaha dan UMKM, platform ini memperluas jangkauan pasar tanpa batas geografis serta menekan biaya promosi konvensional. Integrasi dengan sistem pembayaran digital dan manajemen inventori memungkinkan pencatatan transaksi yang lebih akurat, sehingga memudahkan evaluasi kinerja dan perencanaan strategi bisnis. Lebih jauh, sistem reservasi digital juga dapat dimanfaatkan untuk mengatur kuota kunjungan, mengendalikan distribusi wisatawan, serta menghindari penumpukan pada periode tertentu. Dengan demikian, e-tourism tidak hanya meningkatkan kenyamanan wisatawan, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam mendukung pengelolaan destinasi yang efisien, terkontrol, dan berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang.

Semua inovasi digital yang diterapkan dalam pengelolaan pariwisata, mulai dari promosi destinasi, pelayanan interaktif melalui chatbot, analisis perilaku wisatawan dengan big data, hingga sistem reservasi digital, dapat diringkas dan dioptimalkan melalui penerapan teknologi kecerdasan buatan (AI). AI memungkinkan integrasi seluruh sistem ini dalam satu ekosistem cerdas yang mampu memproses informasi secara otomatis, memprediksi kebutuhan pengunjung, menyesuaikan rekomendasi layanan secara personal, serta meningkatkan efisiensi operasional. Dengan AI, pengelola destinasi dapat melakukan analisis tren kunjungan, evaluasi kepuasan wisatawan, pengelolaan kapasitas, dan distribusi wisatawan secara real-time. AI juga memperkuat strategi promosi berbasis data, sehingga pemasaran lebih tepat sasaran dan responsif terhadap preferensi wisatawan. Dengan demikian, pemanfaatan AI tidak hanya menyederhanakan proses digitalisasi pariwisata, tetapi juga menjadi fondasi penting dalam mewujudkan destinasi yang efisien, responsif, dan berkelanjutan.

Artificial Intellegence dalam Pengelolaan Destinasi

Fungsi dari kepariwisataan tertuang pada Pasal 3 Undang-undang (UU) Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan yang menegaskan untuk pemenuhan atas kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual kepada setiap wisatawan dengan cara rekreasi dan perjalanan serta peningkatan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Secara konkrit, sektor publik dan swasta merupakan perpaduan yang relevan untuk menjadikan pembangunan ekonomi berjalan lebih berkembang dalam langkah-langkah kolaboratif yang saling menjaga relasi hak dan kewajiban (Manuhutu Fadillah et al., 2024). Ukuran keberhasilan dari kolaborasi tentunya bergantung kepada sejauh mana berbagai pihak terlibat, mempunyai kejelasan pengelolaan, serta mampu menyediakan penyelesaian untuk berbagai tantangan, dalam konteks ini keikutsertaan media dan akademisi akan sangat berdampak pada pencapaian langkah kolaborasi tersebut (PF et al., 2024). Promosi digital melalui media sosial telah terbukti mampu meningkatkan minat kunjungan wisatawan dan kepuasan mereka terhadap suatu destinasi (Widyastuti & Yomi Satifa Putri, 2023). Penggunaan media sosial berperan sangat penting dalam pembentukan citra destinasi melalui berbagai strategi yang berkaitan dengan penggunanyua seperti pembuatan konten, pemasaran melalui *influencer*, serta penceritaan strategis untuk menyebarkan narasi dan visual akan berpengaruh kepada persepsi dan keterlibatan para calon wisatawan (Junaedi et al., 2025). Kepariwisataan yang bertujuan sebagai pendorong meningkatnya pertumbuhan ekonomi tidak bisa berdiri sendiri tanpa melibatkan sektor-sektor lainnya yang dalam perkembangannya memiliki potensi untuk saling mendukung satu sama lain.

AI telah semakin berkembang dalam membaca algoritma yang telah tersedia. Dalam konteks algoritma sosial media, AI telah berkembang pesat untuk memperbarui sistemnya sebagai peningkatan pengalaman pengguna sosial media, selain itu juga pengguna AI itu sendiri di mana sistem teknologi kecerdasan buatannya yang adaptif memungkingkan kemudahan bagi manusia untuk menggunakannya bagi semua kalangan melalui konsep *machine learning* dan *swarm intelligence* (Febryan et al., 2024). Meski demikian, dibalik potensi AI tersebut, adapun kekurangan yang menyertainya, misalnya bias algoritma yang pada konteks media sosial penyajian informasinya cenderung eksklusif dan menjadi penyebab penghambapat literasi kritis mayarakat jika tidak diimbangi dengan kemampuan kritis pribadi mengenai informasi digital (Hidayat et al., 2025). Penggunaan teknologi AI melalui sosial media dan aplikasi perjalanan rupanya membawa dampak positif bagi promosi pariwisata yang mendukung wisatawan untuk berpergian secara mandiri tanpa *travel agent* yang konsep pekerjaannya adalah untuk memesan hotel, tiket pesawat, sampai mengatur jadwal perjalanan wisatawan, kondisi ini tentu menciptakan dilema pada kemajuan teknologi AI, antara pro dan kontra akan keberadaannya (Ratna et al., 2025).

Adapun dampak negatif pada konteks kepariwisatraan dari penggunaan AI seperti data pribadi dari pengumpulan data wisatawan terkait dengan histori perjalanan, preferensi konsumsi, sampai informasi keuangan (Putri et al., 2025). Ada juga dampak sosial akibat ketergantungan penggunaan AI yang berupa minimnya interaksi wisatawan kepada budaya lokal dan dengan otomatis akan menghilangkan pengalamannya secara personal dari interaksi antar manusia sebagai sumber pengetahuan atau melalui pelayanan yang tersedia dari layanan wisata (Putri et al., 2025). Ketergantungan tersebut tidak hanya dialami oleh pengguna sebagai wisatawan, tetapi juga dirasakan oleh pengguna sebagai pelaku usaha kecil di mana paradoksnya berimbas kepada pihak-pihak tertentu semial berkaitan dengan keterbatasan dana karena perlu investasi yang besar (Putri et al., 2025). Tetapi akibat dari adanya kemampuan adopsi AI ditingkat pelaku usaha yang lebih lanjut rupanya juga mendatangkan dilemma lain semial pengurangan kebutuhan akan tenaga kerja manusia terkhusu dalam konteks layanan pelanggan dan administrasi (Putri et al., 2025). Selain itu penggunaan AI meninggalkan jejak karbon dari konsumsi energinya yang besar untuk penyimpanan data serta *overtourism* sebagai konsekuensi logis akibat penggunaan AI sebagai media pemasaran yang tentu akan berdampak

kepada lingkungan wisata di sekitar (Putri et al., 2025). Potensi AI yang memiliki manfaat untuk menunjang berbagai sektor harus juga diikuti dengan melihat kemungkinan-kemungkinan risiko dalam penggunaannya,

Perkembangan kepariwisataan yang ada membutuhkan pendekatan yang berbeda sesuai lingkungannya. Relevansi AI dengan pariwisata akan menemukan titik hubungan ditingkat nasional terutama di kota-kota besar dan wilayah-wilayah strategis padat penduduk, lantas bagaimana konteksnya dalam wilayah daerah dalam konteks persaingan dengan destinasi lain, misalnya desa wisata (Setiawan, 2024b). Secara konteks adopsi AI, penyesuaian perlu dilakukan bagi masyarakat lokal dalam hal infrastruktur digital yang memadai harus disediakan seperti koneksi internet dan aksesibilitas teknologi (Setiawan, 2024a). Ukuran keberhasilan AI di tingkat lokal bergantung kepada setiap daerah itu sendiri, kebutuhan, keunikan, dan karakteristik yang berbeda-beda antara satu daerah dengan daerah lainnya memerlukan pendekatan berbeda juga untuk menyesuaikan serta memahami lingkungan masyarakat lokal tersebut (Setiawan, 2024a). Peluang AI dalam peningkatan keberlanjutan jangka panjang desa wisata perlu didukung dalam menangani tantangan literasi digital di wilayah lokal untuk terwujudnya pariwisata lokal yang cerdas, efisien, serta ramah lingkungan (Dewi et al., 2025). Teknologi AI secara mendasar harus bisa digunakan sebagai upaya peningkatan lingkungan hidup yang baik serta peningkatan pemasukan ekonomi di mana pelaku usaha dan wisatawan sama-sama memenuhi hak dan kewajibannya pariwisata berkelanjutan dapat tercipta beserta pengawasaannya, harapannya lingkungan menjadi lebih sehat, pengalaman wisatawan meningkat, serta mendukung tumbuhnya perekonomian lokal secara berkelanjutan (Djamhur et al., 2024).

Meskipun pemanfaatan Artificial Intelligence dalam pengelolaan destinasi wisata budaya menawarkan berbagai manfaat, mulai dari efisiensi pengelolaan data hingga personalisasi pengalaman wisatawan, ketiadaan regulasi yang jelas menimbulkan ketidakpastian hukum. Kondisi ini dapat menimbulkan risiko terhadap perlindungan data, tanggung jawab hukum, dan kepentingan para pihak yang terlibat. Oleh karena itu, diperlukan kajian tentang prinsip-prinsip hukum yang dapat menjadi landasan dalam menciptakan kepastian regulasi serta perlindungan hukum bagi seluruh pemangku kepentingan.

Analisis Kepastian Hukum dalam Penggunaan AI di Sektor Pariwisata

Secara konstitusional Pasal 28D Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 telah menjamin warga negaranya untuk mendapatkan apa yang sudah ditetapkahn di dalam peraturan perundang-undangan sebagaimana tertulis di dalamnya yaitu, ”*Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama di hadapan hukum*,” hal ini menjadi dasar bahwa setiap warga negara Indonesia mempunyai hak untuk mendapatkan kepastian hukum yang didapatkan secara adil dan negara memiliki kewajiban untuk memperlakukan warga negaranya secara sama di hadapan hukum. Gustav Radbruch merumuskan tiga tujuan hukum sebagai nilai dasar untuk mengukur suatu norma hukum, yaitu Keadilan (*Gerechtigkeit*), Kemanfaatan (*Zweckmassigkeit*), dan Kepastian Hukum (*Rechtssicherheit*) (Julyano & Sulistyawan, 2019). Pada prinsipnya asas hukum berbeda dengan norma hukum, sementara asas hukum merupakan inti kehidupan dari peraturan hukum, asas hukum tidak dapat dipersamakan dengan norma hukum yang berbentuk hukum positif; asas hukum sifatnya hanya mengatur dan menjelaskan dan bukan termasuk hukum positif karena tidak konkrit menyelesaikan sengkete hukum secara langsung (Julyano & Sulistyawan, 2019). Tujuan adanya asas kepastian hukum adalah untuk tercapainya seluruh kepentingan yang berfungsi sebagai alat penegak keadilan masyarakat, penegak kepercayaan warga negara kepada penguasa, dan penegak wibawa penguasa dihadapan pandangan warga negaranya (Julyano & Sulistyawan, 2019). Menurut Radbruch, pemaknaan atas kepastian hukum adalah dengan tafsir bahwa hukum harus berfungsi sebagai

peraturan yang harus ditaati (Prayogo, 2016). Tugas hukum adalah menciptakan kepastian hukum, sebab kepastian hukum merupakan ciri tak terpisah dari norma hukum tertulis (Prayogo, 2016). Asas kepastian hukum mendasari serta menggaris bawahi bagaimana sebuah peraturan perundang-undangan wajib untuk dilaksanakan.

Pasal 3 Undang-undang (UU) Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE) menjelaskan "*Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, iktikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi*," maka dapat diartikan bahwa UU ITE telah menjamin kepastian hukum berdasarkan apa yang diatur di dalamya. Pasal 1 ayat (2) UU ITE mendefinisikan transaksi elektronik sebagai perbuatan hukum yang kegiatannya dilakukan dengan menggunakan alat perantara berupa komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Sedangkan Pasal 1 ayat (3) memberi pengertian teknologi informasi sebagai suatu teknik yang dilakukan untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, mengumumkan, menganalisis, dan/atau menyebarkan informasi. Tahun 1950-an, Alan Turing memperkenalkan *turing test*, yaitu sebuah eksperimen untuk menguji apakah mesin dapat meniru kecerdasan manusia, dalam percobaan tersebut, seorang operator berkomunikasi melalui terminal tanpa mengetahui bahwa respons yang diterimanya berasal dari program komputer, operator tersebut sangat meyakini bahwasannya kepada mansuialah muasalan interaksi tersebut, maka dari situlah mesin dianggap memiliki kecerdasan (Lubis, 2021). Perkembangan konsep ini menunjukkan bahwa sistem komputer mampu melakukan fungsi kognitif seperti penalaran dan pemrosesan informasi, maka dengan demikian, penggunaan sistem berbasis AI dalam transaksi elektronik dan teknologi informasi tetap berada dalam kerangka kepastian hukum sebagaimana dijamin oleh UU ITE, meski demikian, adanya dua kali perubahan pada UU ITE juga belum memberikan kerangka hukum terbaru mengenai keberadaan AI ini.

Ketiadaan regulasi menimbulkan ketidakpastian menyoal bagaimana peraturan perundang-undangan melindungi warga negaranya dari risiko-risiko yang ditimbulkan akibat adanya AI. Melalui tujuan untuk dalam konteks perlindungan hukum mengenai perlindungan data pribadi, pemerintah telah mengundangkan Undang-Undang (UU) Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi (selanjutnya disebut UU PDP). Pasal 3 UU PDP memuat asas-asas yang tertulis "*Undang-Undang ini berasaskan: a. perlindungan; b. kepastian hukum; c. kepentingan umum; d. kemanfaatan; e. kehati-hatian; f. keseimbangan; g. pertanggungjawaban; dan h. kerahasiaan,*" melalui pasal ini, UU PDP menjamin kepastian hukum untuk melindungi segala subjek data pribadi orang perseorangan yang pada dirinya melekat data pribadi sebagaimana diartikan definisinya dalam Pasal 6 UU PDP di mana selanjutnya dijelaskan bahwa setiap Orang adalah orang perseorangan atau korporasi sebagaimana terdapat pada Pasal 7 UU PDP. Meskipun demikian, belum ada pengaturan lebih lanjut yang membahas mengenai bagaimana pertanggungjawaban jika terjadi suatu kebocoran data yang melibatkan AI misalnya, saiapa yang bertanggung jawab dan menjadi subjek hukumnya. Dengan demikian, meskipun UU PDP telah meletakkan asas perlindungan dan kepastian hukum sebagai landasan utama dalam pengelolaan data pribadi, pengaturan tersebut belum secara eksplisit mengatur konstruksi pertanggungjawaban hukum apabila pelanggaran data melibatkan sistem berbasis AI.

Asas kepastian hukum pengimplementasiannya mencakup aspek prediktabilitas, transparansi, dan konsistensi penerapan norma hukum, maka secara mendasar hal ini dibutuhkan untuk menciptakan tertib sosial dan terwujudnya keadilan prosedural. Dalam konteks pengembangan pariwisata berkelanjutan, penerapan kecerdasan buatan harus diiringi dengan kerangka hukum yang kuat untuk memastikan bahwa inovasi teknologi AI tidak mengorbankan hak-hak wisatawan dan kewajiban pemerintah serta pelaku usaha, demi tercapainya keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum bagi semua pihak (Islami & Kusumo,

2025). Lebih lanjut bahwa ketidakadilan dan kekosongan hukum dalam penggunaan AI, termasuk risiko bias, ketimpangan akses, dan dampak hukumnya pada masyarakat daerah yang kurang teregulasi (Islami & Kusumo, 2025) jelas memerlukan kepastian hukum sebagai hak yang seharusnya didapat warga negara Indoensia. Asas kepastian hukum sudah dijadikan landasan dalam pembuatan peraturan Undang-Undang dan juga dijamin secara konstitusional, tetapi secara hukum positif, kewajiban tersebut baru dapat dianggap terpenuhi jika secara nyata ada aturan tertulis dan pelaksanaan yang konkrit dari negara, positivisme hukum memandang bahwa keberadaan regulasi spesifik digunakan sebagai dasar utama bagi terciptanya kepastian hukum (Basuki Putra & Hermawan, 2025). Pengembangan regulasi yang lebih terstruktur pengelolaan risiko-risiko yang kemungkinan ditimbulkan oleh AI seharusnya segera dibuat tanpa menghambat inovasi, ketiadaan kejelasan regulasi terhadap AI dapat menimbulkan risiko terhadap privasi yang berpotensi terjadi karena kesalahan atau kegagalan sistem AI (Sri Wulandari, 2025). Kekosongan norma yang ada ini berpotensi menimbulkan ketidakpastian mengenai siapa yang harus dimintai pertanggungjawaban, apakah pengembang sistem, penyelenggara sistem elektronik, pengguna, atau korporasi sebagai pengendali data (Failaq, 2022). Oleh karena itu, diperlukan pengaturan yang lebih konkrit dan spesifik guna memastikan bahwa perkembangan teknologi AI tetap berada dalam kerangka perlindungan hukum yang berlandaskan kepastian hukum, keadilan, untuk menjamin kepastian bagi setiap subjek data pribadi.

KESIMPULAN

Pengembangan destinasi wisata budaya melalui kolaborasi multipihak yang didukung teknologi digital, khususnya Artificial Intelligence (AI), terbukti menjadi strategi efektif untuk meningkatkan kunjungan wisatawan sekaligus menjaga keberlanjutan pelestarian budaya. Kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha lokal, agen perjalanan, dan komunitas budaya memungkinkan integrasi sumber daya, penguatan kapasitas lokal, serta pemerataan manfaat ekonomi. Pemanfaatan AI mendukung efisiensi pengelolaan, personalisasi pengalaman wisatawan, dan pengambilan keputusan berbasis data. Namun, ketiadaan regulasi khusus terkait pemanfaatan AI dalam pariwisata menimbulkan kekosongan hukum, yang berpotensi menimbulkan risiko bagi kepastian hukum, perlindungan data, dan tanggung jawab hukum para pihak. Oleh karena itu, keberhasilan strategi ini sangat bergantung pada sinergi multipihak yang terencana dan dukungan kerangka hukum yang jelas.

REFERENSI

Ahmad Ramadhan, S. M. (2025). Implementasi Prinsip Pariwisata Berkelanjutan dalam Pengelolaan Destinasi Wisata Pesisir. *Tourism and Hospitality Research Vol.*, *1*(2), 65–71. https://doi.org/10.70716/thr.v1i2.98 Implementasi

Aprilianto, S. K., Panjawa, J. L., & Laut, L. T. (2024). Boosting Income for Magelang's Creative Sector. *EFFICIENT Indonesian Journal of Development Economics*, *7*(3), 292–301. https://doi.org/10.15294/efficient.v7i3.9118

Arlinda, F., Sulistyowati, R., Pengunjung, K., & Pariwisata, P. E. (2021). Pengaruh Penerapan Program Adaptasi Chse (Cleanliness, Health, Safety, Environment) terhadap Kepuasan Pengunjung Destinasi Wisata Kabupaten Kediri di Era New Normal serta Dampaknya Pada Pengembangan Ekonomi Pariwisata & Industri Kreatif. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, *9*(3), 1405. https://doi.org/10.26740/jptn.v9n3.p1404-1416

Aw, S., Agustinova, D. E., Fitriana, K. N., Arif, N., Lailly, N., & Wulansari, T. (2023). E-tourism : A communication strategy of Yogyakarta ' s tourism potential marketing in industrial revolution 4.0 Era. *Informasi*, *53*(2), 189–196. https://doi.org/10.21831/informasi.v53i2.54019

Basuki Putra, T. P., & Hermawan, S. (2025). Kepastian Hukum Pendidikan Hukum

Penggunaan Artificial Intelligence dalam. *PROSIDING SENADIKA : Seminar Nasional Akademik*, *2*(1), 286.

Camilleri, M. A. (2021). The circular economy's closed loop and product service systems for sustainable development : A review and appraisal. *Sustainable Development*, *27*(3), 1–7. https://doi.org/10.1002/sd.1909

Candra Mardiyantoro, Herlina Herlina, S. M. (2023). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Ekonomi Kreatif dalam Peningkatan Pariwisata. *Jurnal Soshum Insentif DOI:*, *6*(1), 63. https://doi.org/10.36787/jsi.v6i1.1201 |

Dandison C. Ukpabi, Bilal Aslam, H. K. (2019). Chatbot adoption in tourism services: A conceptual exploration In Robots, artificial intelligence, and service automation in travel, tourism and hospitality. *Merald Publishing Limited*, 105–121. https://doi.org/10.1108/978-1-78756-687-320191006

Dewi, L. K. C., Putra, I. B. U., Widodo, S., Yudithia, Y., & Soares, A. (2025). An Empirical Study on the Artificial Intelligence Practices on the Digital Marketing Effectiveness within Tourism Village in Bali, Indonesia. *Journal of Digitainability, Realism & Mastery (DREAM)*, *4*(01), 1–8. https://doi.org/10.56982/dream.v4i01.290

Djamhur, I. G., Pujilestari, S., & Ismawat, N. (2024). Future Jakarta: Artificial Intelligence dan Kebijakan Inovatif untuk Kota Pintar. In *Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Wilayah DKI Jakarta dengan Kecerdasan Buatan* (p. 777). https://doi.org/10.46576/wdw.v19i2.6289

Efendhi Prih Raharjo, I Kadek Surya Putra Adidana, Anisa Mahadita Candrarahayu, Y. F. (2023). Pengaruh pembangunan infrastruktur transportasi dalam mendukung kunjungan wisatawan mancanegara di provinsi bali. *Jurnal Teknologi Transportasi Dan Logistik Volume*, *4*(1), 2. https://doi.org/10.52920/jttl.v4i1.103

Elizabeth Natasya, Nabila Kartika Nurani, A. J. (2025). Digital Destination Branding melalui Media Sosial: Persepsi dan Keputusan Wisatawan pada Wisata Alam dan Buatan. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi*, *05*(02), 67–75. https://doi.org/10.69957/relasi.v5i02.2297

Evita Hayatun Nufus, Idah Zuhroh, and M. S. W. S. (2021). Analysis of COVID-19 Impact on Micro , Small , and Medium Enterprises (MSMEs) Credit Distribution in East Java Banks. *Journal of Accounting and Investment*, *22*(2), 345. https://doi.org/10.18196/jai.v22i2.10701

Failaq, M. R. F. (2022). Transplantasi Teori Fiksi dan Konsesi Badan Hukum terhadap Hewan dan Kecerdasan Buatan sebagai Subjek Hukum. *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains*, *1*(02), 121–133.

Febryan, P. H., Negara, A. K., & Ramadhan, M. F. A. (2024). Analisis Penggunaan AI dalam Algoritma Sosial Media : Systematic Literature Review. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, *9*(1), 1095–1102. https://doi.org/10.36040/jati.v9i1.12613

Fenti Prihatini Tui, Rosman Ilato, Rusli Isa, Juriko Abdussamad, Arif Bobihu, M. H. (2023). Peran pemerintah dalam pengembangan potensi pariwisata di kawasan pesisir kabupaten bone bolango. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitrasi Dan Pelayanan Publik Universitas*, *10*(1), 337. https://doi.org/10.37606/publik.v10i1.682

Fitriastuti, D. (2025). Implementation of a Web-Based Booking and Monitoring Information System at Tirta Jawi Resort Using Laravel and Midtrans Payment Gateway Integration. *International Journal Software Engineering and Computer Science (IJSECS)*, *5*(2), 879–886. https://doi.org/10.35870/ijsecs.v5i2.5135.

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (n.d.). Smart tourism : foundations and developments. *Elekton Markets*, *25*(3), 1–10. https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8

Grilli, G., Tyllianakis, E., Luisetti, T., Ferrini, S., & Turner, R. K. (2021). Prospective tourist preferences for sustainable tourism development in Small Island Developing States.

Tourism Management, *82*(June 2020), 104178. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104178

Hall, C. M., Scott, D., Gössling, S., Hall, C. M., Scott, D., & Pandemics, S. G. (2020). Pandemics , transformations and tourism : be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, *22*(1), 1–22. https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131

Harisi, M. R., & Hiwono, E. M. (2024). Pengaruh Chatbot Usage terhadap Customer Satisfaction. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, *1*(2), 66–73. https://doi.org/10.62017/jimea.v1i2.338

Hasanuddin, M., & Nurfransiska, F. (2026). Pengaturan Artificial Intelligence (AI) Dalam Perspektif Hukum Indonesia : Analisis Normatif Atas Tntangan , Implikasi , Dan Model Regulasi Ideal. *Judge : Jurnal Hukum*, *06*(06), 1890–1897. https://doi.org/10.54209/judge.v6i06.1632

Hidayat, T., Nugraha, H. D., & Ramzi, M. N. (2025). Penggunaan Artificial Intelligence dalam Media dan Literasi Digital: Peluang dan Tantangan. *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, *2*(6), 11831–11840.

Holgado-ramos, D., Alieva, D., & Maya-jariego, I. (2022). Bridging tourist services and clients : A personal networks-based description of the roles of travel agents. *Tourism Management Perspectives*, *41*(August 2021), 100947. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100947

Hossain, S., Hussain, N., Ahmed, T., Gain, N., & Islam, A. (2025). The Role of Travel Agencies and Tour Operators in the Development of the Tourism Sector : An Empirical Study on Bangladesh. *American Journal of Tourism and Hospitality (AJTH)*, *3*(1), 67. https://doi.org/10.54536/ajth.v3i1.4587

Iamtrakul, P., Chayphong, S., Seo, D., & Trinh, T. A. (2025). Promoting accessibility for sustainable tourism : a spatial analysis of tourist attractions and public transportation networks in Bangkok. *City, Territory and Architecture*, *12*(13), 2. https://doi.org/10.1186/s40410-025-00266-8

Ibrahim, A., Hassan, F., & Usman, Z. (2023). The Role of Artificial Intelligence in Enhancing Digital Tourism Experiences. *International Conference On Digital Advanced Tourism, Management, And Technology (ICTMT)*, *1*(2). https://doi.org/10.56910/ictmt.v1i2.176

Islami, F. A., & Kusumo, A. T. S. (2025). Ketidakadilan Akibat Ketiadaan Regulasi Artificial Intellegence dalam Pengembangan Pariwisata Indonesia. *PROSIDING SENADIKA : Seminar Nasional Akademik*, *2*(2), 260.

Julyano, M., & Sulistyawan, A. Y. (2019). Pemahaman Terhadap Asas Kepastian Hukum Melalui Konstruksi Penalaran Positivisme Hukum. *Jurnal Crepido*, *01*(01), 13–22.

Junaedi, R. A., Rahmatullah, M. A., Anggoro, A. D., & Safira, J. Z. (2025). Peran Media Sosial dalam Membentuk Citra Destinasi Pariwisata Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, *6*(1), 45–55. https://doi.org/10.36722/jaiss.v6i1.3933

Juniarta, P. P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk UMKM terhadap Minat Beli Wisatawan Domestik di Desa Wisata Penglipuran. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *7*(1), 54184. https://doi.org/10.31004/jptam.v7i1.5909

Kurniawan, R., & Iriani, F. (2024). Sustainable Tourism Destination Management Strategy : Improving Service Quality and Visitor Satisfaction Strategi Pengelolaan Destinasi Wisata Berkelanjutan : Meningkatkan Kualitas Layanan dan Kepuasan Pengunjung. *SIPAKATAU Inovasi Pengabdian Masyarakat*, *2*(1), 333–342. https://doi.org/10.61220/jsipakatau.v1i6.2448

Lestari, D. A., Restama, A., Subarkah, J., & Huda, E. (2024). Partisipasi Masyarakat Lokal dalam Pengembangan Pariwisata Budaya di Kampung Batik Laweyan Solo Kampung Batik Laweyan di Kota Solo merupakan salah satu kawasan wisata budaya yang memiliki nilai historis dan budaya tinggi dalam perkembangan batik yang ada. *Gema Wisata:*

Jurnal Ilmiah Pariwisata, *20*(September). https://doi.org/10.56910/gemawisata.v20i3.729

Lestari, E. D., Boari, Y., Bonsapia, M., & Anes, S. M. (2023). Peran Pemerintah Terhadap Pengembangan Sektor Pariwisata di Kabupaten Biak Numfor. *Journal of Economics Review (JOER)*, *3*(1), 22. https://doi.org/10.55098/joer.3.1.21-35

Lubis, M. S. Y. (2021). Implementasi Artificial Intelligence pada System Manufaktur Terpadu. *Prosiding Seminar Nasional Teknik UISU*, *Semnastek UISU*, 1–7.

Mali, M. G. (2021). Peram Pemerintah daam Pengembangan Pariwisata Era New Normal di Daerah Istimewa Yogyakarta melalui Aplikasi Visiting Jogja. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, *3*(1), 6. https://doi.org/10.31334/jd.v3i1.1796

Manuhutu Fadillah, Rediyasa I Wayan, & Pricilla Jeanny. (2024). Analisis Peraturan Undang-Undang Kepariwisataan Republik Indonesia. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, *7*(4), 14173–14179.

Marwan, N. I. (2022). Bringing environmental state back in: menakar sentralitas peran pemerintah dalam kemitraan multipihak untuk pembangunan pariwisata berkelanjutan pasca covid-19 (studi kasus wakatobi). *Intermestic: Journal of International Studies*, *7*(1), 136. https://doi.org/10.24198/intermestic.v7n1.7

Maulana, M., Deliana, D., & Indah, T. (2025). Integrating Digital Marketing Communication and Community Participation for Sustainable Tourism Development : A Case Study of Sumberbulu Tourism Village , Indonesia. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, *13*(1), 76–87. https://doi.org/10.12928/channel.v13i1.1061

Moch Iqbal, Ratih Trisiana, Mohammad Surya Trias Wijaya, R. H. (2025). Kesenjangan Tata Kelola AI di Indonesia: Antara Regulasi Lemah dan Implementasi Teknologi yang Melesat. *YURIJAYA, Jurnal Ilmiah Hukum*, *7*(3), 414–420. https://doi.org/10.51213/yurijaya.v7i3.229

Mulyasari, R., Maizida, K., & Purwandani, I. (2023). Peran Komunitas Seni dan Budaya dalam Pengembangan Desa Mandiri Budaya di Desa Ekowisata Pancoh. *Gadjah Mada Journal of Tourism Studies*, *5*(1), 27. https://doi.org/10.22146/gamajts.v5i1.87338 | 20-36

Narotama, M. R., & Wihastuti, L. (2024). Pengembangan Layanan Transportasi Publik Pendukung Pariwisata Keberlanjutan di Kawasan Pantai Selatan Kabupaten Bantul. *Jurnal ALTASIA: Pariwisata Indonesia*, *6*(2), 134. https://doi.org/10.37253/altasia.v6i2.9149

Ndoloe, L. A., & Sudarmadji, P. W. (2025). Digitalisasi layanan reservasi wisata tts melalui sistem informasi berbasis web. *Hoaq: Jurnal Teknologi Informasi*, *16*(1), 109–115. https://doi.org/10.52972/hoaq.vol16no1.p109-115

Niode, I. Y. (2022). Desain Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Bahari dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Ekonomi Wilayah (Studi di Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo). *Jurnal Ketahanan Nasional*, *28*(3), 278. https://doi.org/10.22146/jkn.77943

Nugroho, I. S., Priyanto, D., & Purnama, Y. (2024). Exploring the Role of Artificial Intelligence (AI) in Designing and Optimizing Personalization Strategies to Enhance Customer Ex- perience in the Tourism Industry. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, *2*(3), 292–298. https://doi.org/10.61100/tacit.v2i3.247

Pajriah, P. N., Sulaksana, J., Umyati, S., Agribisnis, S., Pertanian, F., Majalengka, U., Kh, J., Halim, A., & Barat, J. (2025). Dampak Berganda (Multiplier Effect) Objek Wisata terhadap Perekonomian Masyarakat Lokal. *MAHATANI Jurnal Agribisnis*, *8*(1), 203–212. https://doi.org/10.52434/mja.v8i1.42443

Peong, H. K., & Astawa, I. N. D. (2023). Pengaruh Aksesibilitas Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisata Di Desa Adat Wae Rebo. *JAVOK: Jurnal Akademisi Vokasi*, *2*(1), 4. https://doi.org/10.63604/javok.v2i1.23

Pertiwi, V. I., & Harmawan, B. N. (2022). Tourism Management Issues and its Relationship with the Sustainable Development Goals. *Jurnal Borneo Administrator*, *18*(148), 51–64. https://doi.org/10.24258/jba.v18i1.997

PF, L. S. R., Suaib, E., Rahman, Larisu, Z., & Farlin, W. O. N. (2024). Proses Kolaboratif dalam Pengembangan Desa Wisata di Desa Wasuemba, Kecamatan Wabula, Kabupaten Buton. *Jurnal Administrasi Pembangunan Dan Kebijakan Publik*, *15*(2), 301–309.

Pratiwi, F., Ilmu, I., Lamaddukelleng, E., & Sealatan, S. (2025). Smart Tourism : Digitalisasi Sistem E-Ticketing Meningkatkan Pengalaman Wisata di Desa Waetuwo untuk. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, *4*(1), 7052–7060. https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2780

Prayogo, T. (2016). Penerapan Asas Kepastian Hukum Dalam Peraturan Mahkamah Agung Nomor 1 Tahun 2011 Tentang Hak Uji Materiil Dan Dalam Peraturan Mahkamah Konstitusi Nomor 06/Pmk/2005 Tentang Pedoman Beracara Dalam Pengujian Undang-Undang. *Jurnal Legislasi Indonesia*, *13*(2), 191–202. https://doi.org/10.54629/jli.v13i2.151

Purba, H. (2022). User Generated Content dan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Perkembangan Industri Pariwisata : Literature Review. *Jurnal Komunikasi & Administrasi Publik*, *9*(2), 230. https://doi.org/10.37676/professional.v9i2.3065

Putra, E. S. (2021). Potensi Pengembangan Souvenir Di Sulawesi Tengah (Potential Souvenir Development In Central Sulawesi). *Jurnal Pariwisata PaRAMA : Panorama, Recreation, Accomodation, Merchandise, Accessbility*, *2*(1), 17. https://doi.org/10.36417/JPP.V2I1.367

Putri, A. W., Kawiana, I. G. P., & Wimba, I. G. A. (2025). Pemanfaatan AI dan Teknologi Informasi Komunikasi: Inovasi, Dampak, dan Keberlanjutan dalam Pengembangan Pariwisata Digital. *National Conference on Tourism (NCT)*, *Prosiding Konferensi Nasional Pariwisata*, 1–12.

Rahma, A. A., & Pariwisata, S. (2020). Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata di Indonesia. *Jurnal Nasional Pariwisata*, *12*(April), 2. https://doi.org/10.22146/jnp.52178

Rakhmi, A., Hamdani, T., Rachmawati, D., Pandu, Y., & Wibowo, P. (2025). Analisis Multiplier Effect Pariwisata Berkelanjutan Labuan Bajo sebagai Destinasi Super Prioritas. *Jurnal ALTASIA*, *7*(1), 66–79. https://doi.org/10.37253/altasia.v7i1.10085

Rania, S. (2025). Peran Pariwisata dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Lokal : Studi pada UMKM di Desa Kute Lombok Tengah. *ARMADA Jurnal Penelitian Multidisiplin*, *3*(7), 232. https://doi.org/10.55681/armada.v2i6.1680

Ratna, P. A. D., Mustari, N., & Manuhutu, F. (2025). Pengaruh Teknologi AI terhadap Melemahnya Peran Travel Agent dalam Promosi Pariwisata di Bali. *National Conference on Tourism (NCT)*, *Prosiding Konferensi Nasional*, 136–139.

Remya Hari, R. M. (2025). Tourist Satisfaction and Revisit Intention in Responsible Tourism Destinations : Insights for Sustaining Engagement and Growth. *International Journal of Environmental Sciences*, *11*(22), 1221. https://doi.org/10.64252/v95rn963

Rika Rizki1, J. A. R. (2025). Implementasi Chatbot Rekomendasi Tempat Wisata di Klaten Metode Natural Language Processing Menggunakan Dialogflow. *Jurnal Informatika Teknologi Dan Sains (JINTEKS)*, *7*(2), 635–643. https://doi.org/10.51401/jinteks.v7i2.5657

Rizal, M. (2025). Strategi UMKM Lokal dalam Memanfaatkan Potensi Ekonomi Pariwisata. *Jurnal Economia*, *4*(April), 143–149.

Rosidi, E. A., Bagus, I., & Purbadharmaja, P. (2020). Pengaruh Kontribusi Sektor Pariwisata, Investasi terhadap PAD dan Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Bandung. *Ekonomi Pembangunan*, *12*(1), 1–23. https://doi.org/10.24843/EEP.2023.v12.i01.p01

Rudiansyah, Diah Retno Dwi Hastuti, Citra Ayni Kamaruddin, Muhammad Syafri, S. A. (2024). Peran Promosi Dan Citra Destinasi Dalam Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Puncak Tinambung Bissoloro Kab. Gowa. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, *4*(4), 536–542. https://doi.org/10.47233/jebs.v4i4.1900

Santoso, F., & Haryansyah, S. E. (2025). Pengaruh kualitas layanan dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan dalam meningkatkan daya saing umkm di sektor pariwisata. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, *4*(6), 3368. https://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i6.2543

Setiawan, B. (2024a). *Sentuhan Artificial Intellegence dalam Promosi Digital pada Desa Wisata di Indonesia*. *8*(3), 90–100.

Setiawan, B. (2024b). The Augmented Reality (AR) Based on Artificial Intellegence (AI) in Integrated Marketing Communication (IMC) in Tourism Villages. *Media Wisata*, *22*(2), 341–352. https://doi.org/10.36276/mws.v22i2.695

Silalahi, A. T., Tri, S., & Wira, E. (2023). Peran Kepuasan Pengunjung Sebagai Mediator Atribut Pariwisata dan Kualitas Layanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali (Studi Kasus : Pantai Pulo Silalahi - Sumatera Utara). *TOBA (Journal of Tourism, Hospitality and Destination)*, *2*(4), 98. https://doi.org/10.55123/toba.v2i4.2636

Sri Wahyuni, Yuyun Yuniarsih, Anggita Rismayanti, F. F. (2025). Utilization of Artificial Intelligence in Tourism Marketing Management of Palembang City to Enhance Destination Competitiveness. *MULTIFINANCE Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, *3*(2), 1–15. https://doi.org/10.61397/mfc.v3i2.436

Sri Wulandari, Y. (2025). Kecerdasan Buatan dan Perlindungan Data: Analisis Regulasi yang Adil Untuk Sistem Hukum Indonesia. *The Juris*, *9*(1), 24–31. https://doi.org/10.56301/juris.v9i1.1518

Suban, S. A., & Madhan, K. (2025). A bibliometric analysis of Halal and Islamic tourism. *International Hospitality Review*, *37*(2), 219. https://doi.org/10.1108/IHR-05-2021-0038

Sulistyo, A., Yudiandri, T. E., & Kusumawati, F. D. (2024). Penguatan Kapasitas SDM melalui Sadar Wisata 5 . 0 dalam Menciptakan Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, *8*(2), 251–264. https://doi.org/10.30595/jppm.v8i2.21127

Toni Ari Wibowo, Agung Setiawan, N. A. I. (2023). Strategi Pengembangan Pariwisata Desa Leuweunggajah Kecamatan Ciledug Kabupaten Cirebon. *Jurnal Mata Pariwisata*, *2*(1), 24. https://doi.org/10.59193/terapan_pariwisata_4

Uuh Sukaesih, M. (2020). Analisis kepuasan dan loyalitas wisatawan mengunjungi destinasi wisata pulau harapan di kepulauan seribu jakarta. *Jurnal Industri Pariwisata*, *3*(1), 12. https://doi.org/10.36441/pariwisata.v3i1.41

Wang, S., Wang, Q., Cui, Q., & Lan, T. (2025). Artificial Intelligence in Tourism : A Systematic Literature Review and Future Research Agenda. *Sustainability*, *17*(20), 9080. https://doi.org/10.3390/su17209080

Wibowo, M. S., & Belia, L. A. (2023). Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, *6*(1), 25. https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i1.58108

Widarti, E., & Erkamim, M. (2024). Big Data in Tourism Destinations : A Systematic Literature Review. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, *4*(July), 719–724. https://doi.org/10.57152/malcom.v4i3.1263

Widyastuti, H., & Yomi Satifa Putri. (2023). The Effect of Electronic Word of Mouth, Destination Image on Tourist Visiting Decisions at Nagari Tuo Pariangan Tourism Object. *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*, *7*(1), 104–114. https://doi.org/10.20473/tijab.v7.i1.2023.43333

Yusuf Adam Hilman, T. K. (2020). Dinamika Kelembagaan Sektor Pariwisata di Kabupaten

Ponorogo. *Indonesian Journal OfTourism and Leisure*, *1*(1), 28. https://doi.org/https://doi.org/10.36256/ijtl.v1i1.82

Zulitsnayarti, A., Syam, M., S, S. H. A., & Damasinta, A. (2025). Struktur Pembagian Kerja dan Implikasinya terhadap Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan : Studi Kasus Kabupaten Bulukumba. *Titian Ilmu: Jurnal Ilmiah Multi Sciences*, *17*(2), 61–67. https://doi.org/10.30599/x18ptj04