

ISSN 3109-9068



INDONESIA

Tourism Outlook

2025/
2026

Insight Report on The Quality Tourism in Indonesia



Vol. 01, Tahun 2025



Tim Penyusun

Penasehat

Menteri Pariwisata RI

Wakil Menteri Pariwisata RI

Pengarah

Martini Mohamad Paham, Kementerian Pariwisata

Aida S. Budiman, Bank Indonesia

Vivi Yulaswati, Kementerian PPN/Bappenas

Penanggung Jawab

I Gusti Ayu Dewi Hendriyani, Kementerian Pariwisata

Firman Mochtar, Bank Indonesia

Tri Yanuarti, Bank Indonesia

Wahyu Wijayanto, Kementerian PPN/Bappenas

Editor

Mores Strategics

Desain Layout

Modus Reform Studio

Penyusun

Kementerian Pariwisata

Mahardhika Berliandaldo

Muhammad Iqbal Rosyidi

Fransiska Sibarani

Melyanawati

Andika Julian

Bank Indonesia

Handri Adiwilaga

Zulfia Fathma Suhairini

Ramadhani Pratama Guna

Ayi Supriyadi

Sinta Atharinanda

Bambang Indra Ismaya

Leinnia Fawaqa

Lucky Christ Nugroho

Mohammad Akmal Abdillah

Raisya Ayu Widiyanti

Archie Flora Anisa

Kementerian PPN/Bappenas

Istasius Angger Anindito

M.Abdurrachman Rafi

Della Aprilia Prisanti

M. Thufail Mukhairiq

Berliana Apriyanti

Vania Darasalsabila Ritonga

Daftar Isi

Kata Pengantar	i
Prakata	iv
Bab 1	
Lanskap Pariwisata Global	1
Ekonomi Dunia di Persimpangan: Risiko Global dan Dampak Bagi Pariwisata	3
Prospek Pariwisata Dunia: Tumbuh di Tengah Fragmentasi	21
Bab 2	
Lanskap Pariwisata Indonesia	27
Menjaga Momentum dan Memperluas Manfaat Pariwisata Indonesia	29
Menuju 2026: Menakar Harapan dengan Menjaga Kewaspadaan	63
Menjahit Peluang Menuju Quality Tourism 2026	79

Bab 3	Penerapan Pariwisata Berkualitas di Destinasi Pariwisata Indonesia	87
	Temuan Umum	91
	Hasil Pengukuran Penerapan QT di Destinasi Pariwisata Prioritas	95
	Hasil Pengukuran Penerapan QT di Destinasi Pariwisata Regeneratif	107
Bab 4	Peluang Perubahan Tren Pariwisata Global dan Indonesia	121
	Megatren Pariwisata Global	123
	Tren Pariwisata Indonesia	135
	Proyeksi Segmentasi Wisatawan Indonesia	155
Bab 5	Masa Depan Pariwisata Indonesia	161



Kata Pengantar

Widiyanti Putri Wardhana

Menteri Pariwisata
Republik Indonesia



Puji syukur kita panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas diluncurkannya Indonesia Tourism Outlook 2025/2026 yang menjadi refleksi bersama atas perjalanan sektor pariwisata nasional di tengah dinamika global yang terus berubah. Dokumen ini menegaskan bahwa pariwisata Indonesia telah melangkah dari fase pemulihan menuju fase transformasi yang lebih berkualitas, berdaya saing, dan berkelanjutan.

Sektor pariwisata Indonesia terus menunjukkan kinerja yang positif pada tahun 2025. Kunjungan wisatawan mancanegara terus meningkat, perjalanan wisatawan nusantara semakin menanjak, investasi di destinasi prioritas semakin menggeliat, dan kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian nasional semakin menguat. Fakta-fakta ini menegaskan bahwa pariwisata bukan hanya vital bagi sektor ekonomi nasional, tetapi juga sumber kesejahteraan bagi masyarakat termasuk membuka lapangan kerja hijau (*green jobs*).

Keberhasilan ini tidak boleh membuat kita berhenti berbenah. Ke depan keberhasilan sektor pariwisata Indonesia bergantung pada kemampuan kita membangun ekosistem pariwisata berkualitas. Artinya, pengembangan pariwisata ke depan perlu lebih menumbuhkan nilai tambah ekonomi, menghargai lingkungan, dan memberdayakan masyarakat sekitar destinasi wisata. Dalam semangat ini, pada tahun ini kami mengusung "*Quality Sustains Future*" yang menunjukkan bahwa kualitas adalah landasan penting untuk keberlanjutan dan masa depan sektor pariwisata. Hanya dengan mengedepankan kualitas dalam pelayanan, destinasi, maupun pengalaman wisatawan, kita dapat memastikan pariwisata Indonesia tumbuh selaras dengan alam, budaya, dan kesejahteraan masyarakat.

Kami mengapresiasi dukungan dari Bank Indonesia dan Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Bappenas dalam penyusunan dokumen ini. Kolaborasi ini adalah wujud nyata dan komitmen bersama dalam mengembangkan pariwisata nasional yang berkualitas dan berkelanjutan. Dukungan keilmuan, data, dan analisis yang diberikan menjadi modal penting untuk menghasilkan *insight* yang relevan, aktual, dan menginspirasi.

Melalui *Indonesia Tourism Outlook 2025/2026*, kami mengajak seluruh pemangku kepentingan, pelaku industri, dan akademisi untuk memanfaatkan wawasan yang ada di dalam buku ini. Harapan besar kami dokumen ini menjadi kompas oleh seluruh pihak untuk berkolaborasi dalam merumuskan kebijakan dan strategi yang adaptif, inovatif, serta berkelanjutan.

Prakata



Aida S. Budiman
Deputi Gubernur
Bank Indonesia

Dalam kerangka Asta Cita, pariwisata memegang peran strategis sebagai salah satu sumber pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, penciptaan lapangan kerja, serta penguatan struktur ekonomi nasional menuju visi Indonesia tahun 2045. Pengembangan sektor ini tidak hanya mendorong aktivitas ekonomi, tetapi juga menjadi jembatan dalam pemerataan pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di berbagai daerah.

Bank Indonesia berkomitmen memperkuat sinergi dan memberikan dukungan penuh melalui berbagai inisiatif untuk mendorong terwujudnya pariwisata yang berkualitas, kompetitif, dan tetap berlandaskan pada prinsip keberlanjutan. Kami meyakini bahwa penerapan pariwisata berkualitas secara lebih luas akan mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan sekaligus meningkatkan penerimaan devisa sehingga memperkuat ketahanan sektor eksternal Indonesia. Aspek keberlanjutan dari sisi lingkungan, sosial, maupun ekonomi akan menjadi fondasi penting dalam pengembangan destinasi di seluruh tanah air.

Ke depan, kami percaya bahwa kolaborasi yang konsisten dan inovatif akan menjadi kunci keberhasilan transformasi pariwisata nasional. Mari bersinergi!



Martini Mohamad Paham

Deputi Bidang Sumber Daya dan Kelembagaan
Kementerian Pariwisata

Atas berkat rahmat Allah Swt, dengan penuh rasa syukur dan kebanggaan, kami persembahkan *Indonesia Tourism Outlook 2025/2026*. Laporan tahunan ini kembali hadir di tengah lanskap pariwisata global yang terus bergerak dinamis, yang dipicu oleh percepatan teknologi, kesadaran keberlanjutan, dan perubahan perilaku wisatawan yang semakin bernuansa personal.

Outlook tahun ini merupakan hasil kolaborasi strategis antara Kementerian Pariwisata, Bank Indonesia, dan Kementerian PPN/Bappenas. Melalui pendekatan kolaboratif, buku ini tidak hanya memotret kondisi terkini, tetapi juga menghadirkan prospek sektor pariwisata yang semakin menuju ke arah berkualitas dan berkelanjutan.

Kami percaya, dengan semangat gotong royong dan komitmen bersama, pariwisata Indonesia dapat bertransformasi menjadi sektor unggulan yang inklusif, bernilai tambah tinggi, dan berdampak signifikan terhadap perekonomian bangsa. Kami juga berharap laporan ini menjadi referensi dan rujukan bagi pembuat kebijakan, pelaku industri, akademisi, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan langkah konkret untuk kemajuan sektor pariwisata yang berkualitas dan berkelanjutan.



Vivi Yulaswati

Deputi Bidang Ekonomi dan Transformasi Digital
Kementerian PPN/Bappenas

Pariwisata Indonesia tengah memasuki fase penting transformasi menuju pariwisata yang lebih berkualitas, berkelanjutan, dan berorientasi masa depan. Setelah melalui periode pemulihan pasca pandemi, pariwisata saat ini adalah merupakan *low hanging fruit* untuk menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi menuju 8 persen dan mendukung transformasi sosial, kelestarian lingkungan, dan percepatan digitalisasi.

Kementerian PPN/Bappenas mendukung penulisan "*Buku Outlook Pariwisata Indonesia 2025-2026: Insight Report on the Quality Tourism in Indonesia*" yang menempatkan keberlanjutan sebagai prinsip utama dalam pengembangan pariwisata ke depan dan menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi, kelestarian lingkungan, dan kelestarian budaya luhur bangsa. Outlook Pariwisata ini diharapkan menjadi panduan strategis bagi pemangku kepentingan dalam meningkatkan kolaborasi untuk membangun ekosistem pariwisata yang tangguh, inklusif, dan menyejahterakan.

Melalui kolaborasi lintas sektor dan inovasi berkelanjutan, kita optimis pariwisata Indonesia dapat menjadi salah satu destinasi pariwisata berkelas dunia yang tidak hanya menarik menjadi pembangkit ekonomi, tetapi juga bermakna bagi manusia dan alam.



BAB 1

Lanskap Pariwisata Global

Pariwisata global terus menunjukkan perkembangan yang positif di tengah tingginya ketidakpastian. Perjalanan wisata global terus meningkat dan telah melampaui level prapandemi di sebagian besar kawasan. Perkembangan kinerja pariwisata dunia yang positif ini terjadi di tengah dinamika ketidakpastian global yang meningkat akibat tensi geopolitik yang terus berlanjut. Berbagai isu yang mengemuka, seperti perubahan perilaku wisatawan pascapandemi, perubahan iklim, dan perkembangan teknologi digital yang pesat didukung oleh keberadaan *Artificial Intelligence* (AI) turut memengaruhi dinamika pariwisata global.

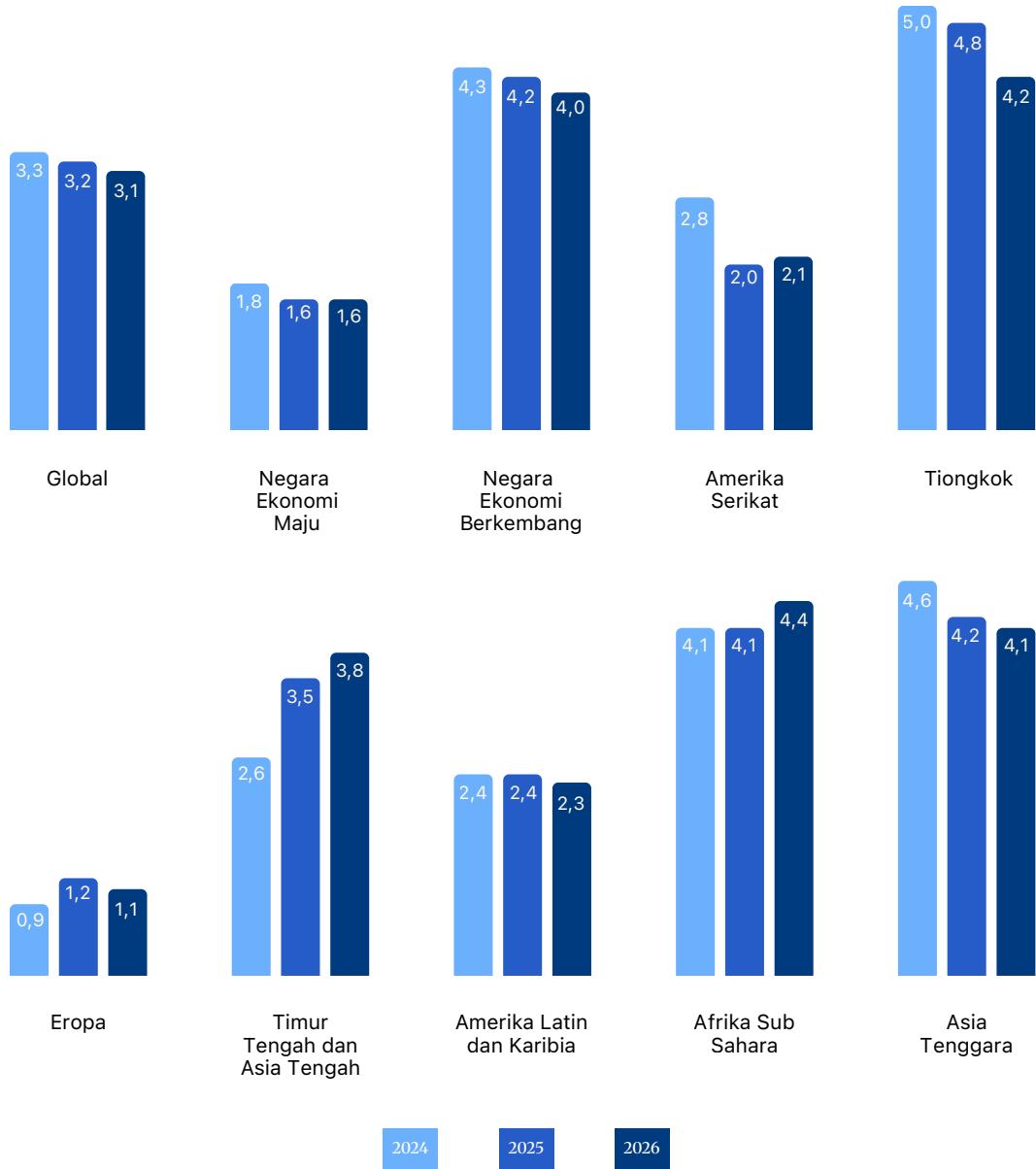


1.1 Ekonomi Dunia di Persimpangan: Risiko Global dan Dampak Bagi Pariwisata Dunia

Pertumbuhan ekonomi global diprakirakan melambat dengan disertai ketidakpastian yang tinggi. International Monetary Fund (IMF) pada rilis *World Economic Outlook* (WEO) Oktober 2025 memprakirakan pertumbuhan ekonomi global 2025 dan 2026 melambat menjadi masing-masing sebesar 3,2% dan 3,1% setelah pada tahun 2024 tumbuh 3,3%. Prospek pertumbuhan ekonomi global tersebut masih diliputi kerentanan yang tinggi seiring dengan ketidakpastian yang masih berlanjut. Meskipun demikian, pengaruh ketidakpastian global cenderung menurun seiring dampak kebijakan tarif Amerika Serikat (AS) yang tidak seburuk prakiraan sebelumnya.

Perlambatan pertumbuhan ekonomi global pada 2025–2026, dipengaruhi oleh kombinasi faktor struktural dan siklikal. Polarisasi ekonomi dan fragmentasi dagang yang meningkat karena dipicu kebijakan tarif AS, melambatnya produktivitas global, serta isu aliran tenaga kerja dan demografi merupakan faktor struktural yang membayangi prospek ekonomi global. Sementara itu, faktor yang mengikuti siklus ekonomi (siklikal) berkaitan dengan perbedaan arah kebijakan moneter di berbagai negara seiring dengan kecepatan penurunan inflasi yang berbeda antarnegara, volatilitas pasar keuangan yang masih tinggi, serta risiko tensi geopolitik yang kembali meningkat.

Proyeksi Ekonomi Dunia 2024–2026



Sumber: World Economic Outlook Update
(IMF, Oktober 2025)

Melambatnya pertumbuhan ekonomi terjadi baik di negara maju maupun berkembang. Pertumbuhan ekonomi di negara maju pada 2025-2026 diprakirakan tertahan di kisaran 1,6%, setelah pada tahun sebelumnya tumbuh 1,8% terutama karena melambatnya ekonomi AS. Sementara itu, negara berkembang diprakirakan menjadi motor utama pertumbuhan global, dengan proyeksi 4,2% pada 2025 dan 4,0% pada 2026. Di kawasan Asia, perekonomian Indonesia diprakirakan masih akan tumbuh tinggi di sekitar 6,6% pada 2025 dan 6,2% pada 2026, sementara Tiongkok diprakirakan tumbuh 4,8% pada 2025 dan 4,2% pada 2026.

Inflasi global diprakirakan terus menurun pada 2025 dan 2026 dengan laju yang bervariasi antarnegara. Di negara maju, inflasi masih akan berada di atas sasarnya terutama di AS. Sementara di negara berkembang, penurunan inflasi terus berlangsung dan bahkan telah berada di bawah rata-rata historisnya. Kendati demikian, risiko kenaikan inflasi yang muncul dari gangguan rantai pasok akibat fragmentasi, ketidakpastian pasar tenaga kerja, dan tekanan upah, serta harga komoditas tetap terus diwaspadai. Demikian halnya dengan inflasi yang berkaitan dengan aktivitas pariwisata, yang meskipun diprakirakan menurun, masih berada pada level yang relatif tinggi sebagaimana terindikasi dari UN Tourism Confidence Index. Hal ini akan memengaruhi perilaku wisatawan global yang akan semakin mengedepankan *value for money* serta memilih destinasi yang lebih dekat dengan waktu perjalanan yang lebih singkat.

Pariwisata global saat ini tengah memasuki fase pertumbuhan yang baik di tengah tantangan yang masih mengemuka. Momentum ini membuka peluang besar bagi penciptaan lapangan kerja, dengan potensi tambahan lebih dari 100 juta pekerjaan baru hingga 2034. Namun demikian, sejumlah tantangan struktural masih perlu mendapat perhatian, antara lain terkait ketimpangan upah, ketidakpastian jam kerja, serta tingginya tingkat turnover dan informalitas tenaga kerja. Di sisi lain, kesenjangan keterampilan juga meningkat seiring percepatan kebutuhan terhadap kompetensi di bidang teknologi digital, prinsip keberlanjutan, dan layanan premium pariwisata.



Peluang pariwisata ke depan perlu dioptimalkan untuk dapat menyerap tenaga kerja. Dengan proyeksi pertumbuhan pariwisata global yang mencapai sekitar 1,5 kali lebih cepat dibandingkan pertumbuhan ekonomi dunia hingga 2034, penguatan kualitas SDM menjadi elemen strategis untuk mewujudkan pariwisata yang inklusif dan berdaya saing, antara lain melalui *upskilling-reskilling*, pelatihan vokasional, dan adopsi teknologi digital. Melalui pengelolaan tenaga kerja yang adaptif serta kebijakan yang berpihak pada peningkatan kesejahteraan, aktivitas pariwisata berpotensi menjadi motor pertumbuhan ekonomi masa depan yang mampu menciptakan pekerjaan layak dan berkelanjutan.

Faktor Pendorong Pertumbuhan dan Peluang Strategis

<i>Evolving Traveller Profiles</i>	<i>Growing Segments as Drivers</i>	<i>Technology Development as an Enabler</i>
Kelas menengah yang berkembang pesat, misalnya di India dan Tiongkok, menciptakan pola perjalanan baru dan diperkirakan akan mencapai lebih dari 25% pangsa dari total perjalanan internasional pada tahun 2030.	Segmen baru akan muncul dan menjadi pendorong pertumbuhan, misalnya <i>live event tourism</i> (CAGR 16%), ekowisata (CAGR 14%), MICE (CAGR 9%), dan <i>wellness</i> (CAGR 8%).	Teknologi perjalanan (pasar sekitar 10 miliar dolar AS pada 2024) diperkirakan akan berlipat ganda, berfungsi sebagai pengungkit untuk menarik pengunjung baru dengan fokus berkelanjutan pada fleksibilitas dan transparansi, tetapi juga membawa risiko yang melekat.

Sumber: Travel and Tourism at a Turning Point 2025 (WEF, 2025)



Sumber: Simon Spring/Unsplash

Arus Wisatawan dalam Fragmentasi Geopolitik

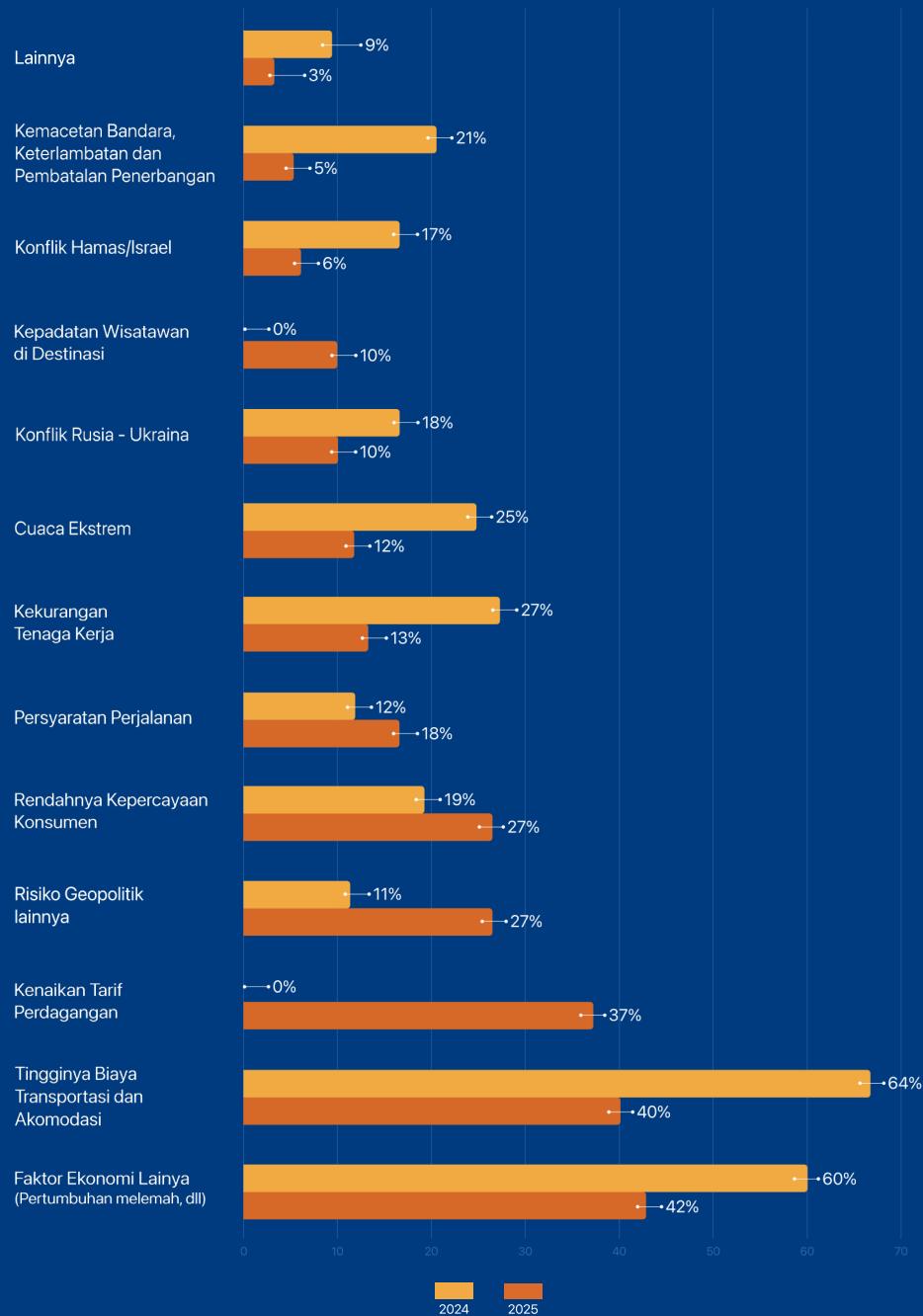
Ketegangan geopolitik dan perubahan konfigurasi kekuatan global semakin membentuk arah dan dinamika perekonomian dunia. Meningkatnya aliansi baru antarblok politik internasional, eskalasi konflik di Timur Tengah, serta perang dagang antara dua kekuatan utama (Tiongkok dan Amerika Serikat) mendorong terus terjadinya fragmentasi global. Perkembangan tersebut tidak hanya akan menekan arus perdagangan dan investasi lintas negara, tetapi juga menimbulkan efek rambatan terhadap rantai pasok dan pergerakan harga komoditas, hingga dapat meningkatkan ketidakpastian pasar keuangan internasional.

Ketidakpastian geopolitik dan perlambatan ekonomi global masih akan menjadi faktor yang membayangi prospek kinerja pariwisata global. Sepanjang 2024 dan 2025, meningkatnya ketegangan di berbagai kawasan (terutama Rusia–Ukraina dan Palestina–Israel) turut memengaruhi arus mobilitas wisatawan internasional (UN Tourism, 2025). Meskipun ketegangan Rusia–Ukraina mulai mereda, konflik di Timur Tengah yang masih mengemuka masih menjadi risiko yang dapat memengaruhi pola perjalanan wisatawan global. Lebih lanjut, ketidakpastian yang terus berlanjut disertai kebijakan penerapan tarif AS diperkirakan turut memengaruhi kemampuan dan perilaku perjalanan wisatawan global. Penerapan kebijakan tarif oleh AS ini pada gilirannya akan berimplikasi pada kenaikan biaya logistik dan transportasi, yang kemudian mendorong naiknya biaya perjalanan.



Sumber: Kurt Cotoaga/Unsplash

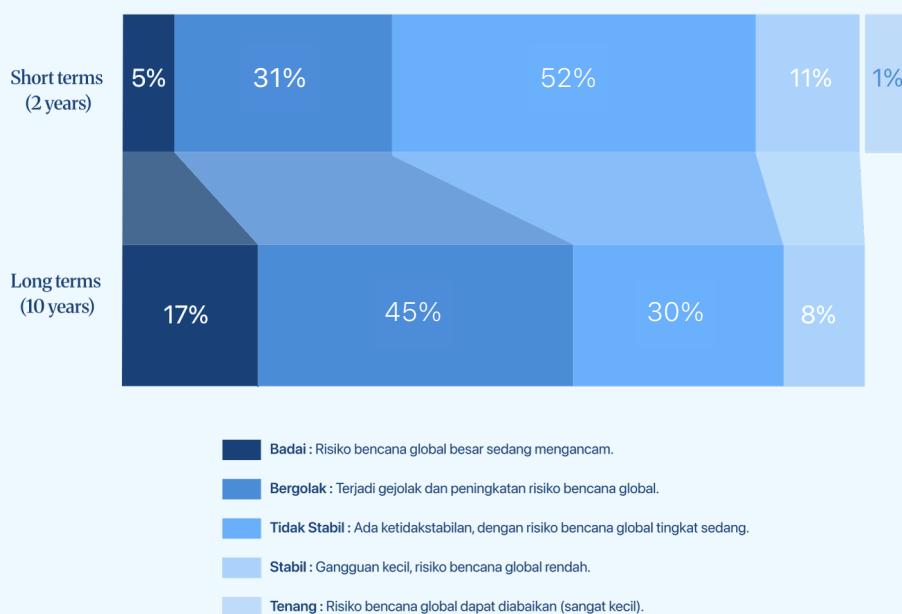
Faktor Utama yang Membebani Pariwisata International (%)



Sumber: World Tourism Barometer (UN Tourism, 2025)

Masih tingginya ketidakpastian global dan persepsi risiko terhadap dinamika global menuntut sektor ekonomi terkait pariwisata dapat semakin beradaptasi. Berdasarkan *Global Risks Report 2025*, persepsi terhadap risiko ketidakpastian global masih sangat tinggi. Risiko ini diyakini belum akan banyak berubah dalam jangka panjang. Persepsi terhadap ketidakpastian global ini pada akhirnya akan memengaruhi perilaku perjalanan wisatawan global, termasuk frekuensi dan jarak tempuh perjalanan wisata. Untuk menghadapi hal tersebut maka pelaku pariwisata global akan memperkuat strategi mitigasi risiko dan ketahanan jangka panjangnya.

Persepsi Kondisi Global Jangka Pendek dan Jangka Panjang



Sumber: The Global Risks Report 2025
(World Economic Forum, 2025)



Sumber: Megaswara Rizqy/Unsplash

Krisis Lingkungan dan Tren Pariwisata Hijau

Isu lingkungan diperkirakan terus mengemuka dan semakin nyata sebagai risiko global yang perlu menjadi perhatian. Berdasarkan *Global Risks Report 2025*, empat risiko teratas dalam sepuluh tahun mendatang seluruhnya berasal dari kategori lingkungan, yaitu cuaca ekstrem, kerusakan ekosistem, perubahan sistem bumi, dan kelangkaan sumber daya alam. Pergeseran ini menunjukkan bahwa ancaman global kini bergerak menuju krisis lingkungan yang bersifat sistemik, berdampak luas, dan memerlukan penanganan lintas sektor. Dengan demikian, krisis iklim dan ekologi menjadi tantangan struktural yang tidak hanya mengancam keberlanjutan ekonomi dan sosial, tetapi juga keseimbangan ekosistem global.

Peringkat Risiko Global Berdasarkan Tingkat Keparahan dalam Waktu

2 Years



10 Years



Risk Categories

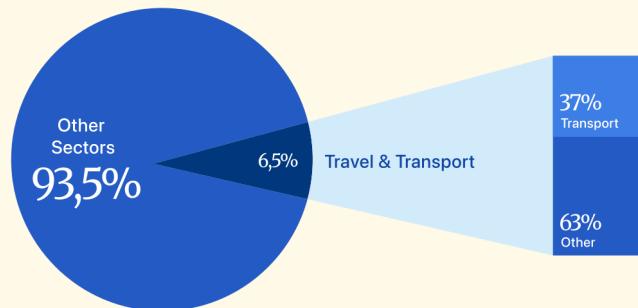
█ Economic █ Environmental █ Geopolitical █ Societal █ Technological

Sumber: The Global Risks Report 2025
(World Economic Forum, 2025)

Sektor-sektor strategis seperti pariwisata, energi, dan pangan cukup rentan terhadap dinamika risiko lingkungan global dan karenanya perlu dimitigasi. Kompleksitas tantangan yang bersumber dari keterkaitan antara faktor lingkungan, sosial, dan ekonomi menuntut perumusan kebijakan yang lebih adaptif dan terintegrasi. Strategi mitigasi ke depan perlu berorientasi pada ketahanan (*resilience*) dan keberlanjutan, agar sektor-sektor tersebut mampu beradaptasi serta mempertahankan daya saing di tengah tekanan perubahan iklim dan ketidakpastian global yang meningkat.

Perhatian terhadap risiko lingkungan juga menguat dalam konteks emisi karbon, terutama dari sektor transportasi udara yang merupakan salah satu kontributor signifikan terhadap perubahan iklim. Industri pariwisata memiliki peran penting karena ketergantungannya pada mobilitas lintas negara. Dalam menjawab tantangan ini, sektor aviasi internasional menempatkan transisi menuju bahan bakar penerbangan berkelanjutan (*sustainable aviation fuel*, SAF) sebagai pilar utama dekarbonisasi, dengan kontribusi sekitar 65% terhadap target emisi nol bersih. Upaya tersebut dilengkapi dengan pengembangan teknologi pesawat listrik dan hidrogen (13%), peningkatan efisiensi infrastruktur transportasi udara (3%), serta mekanisme *carbon offset* dan *carbon capture* (19%).

Emisi Gas Rumah Kaca dari Sektor Pariwisata dan Perjalanan



Sumber: Scaling up Sustainable Fuel
(World Travel & Tourism Council, 2025)

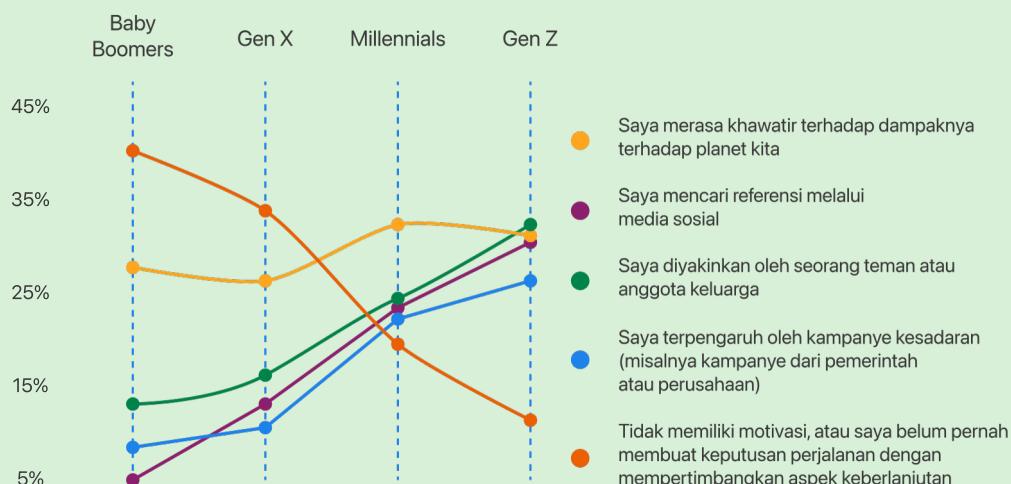
Strategi IATA untuk Net Zero Emisi Karbon



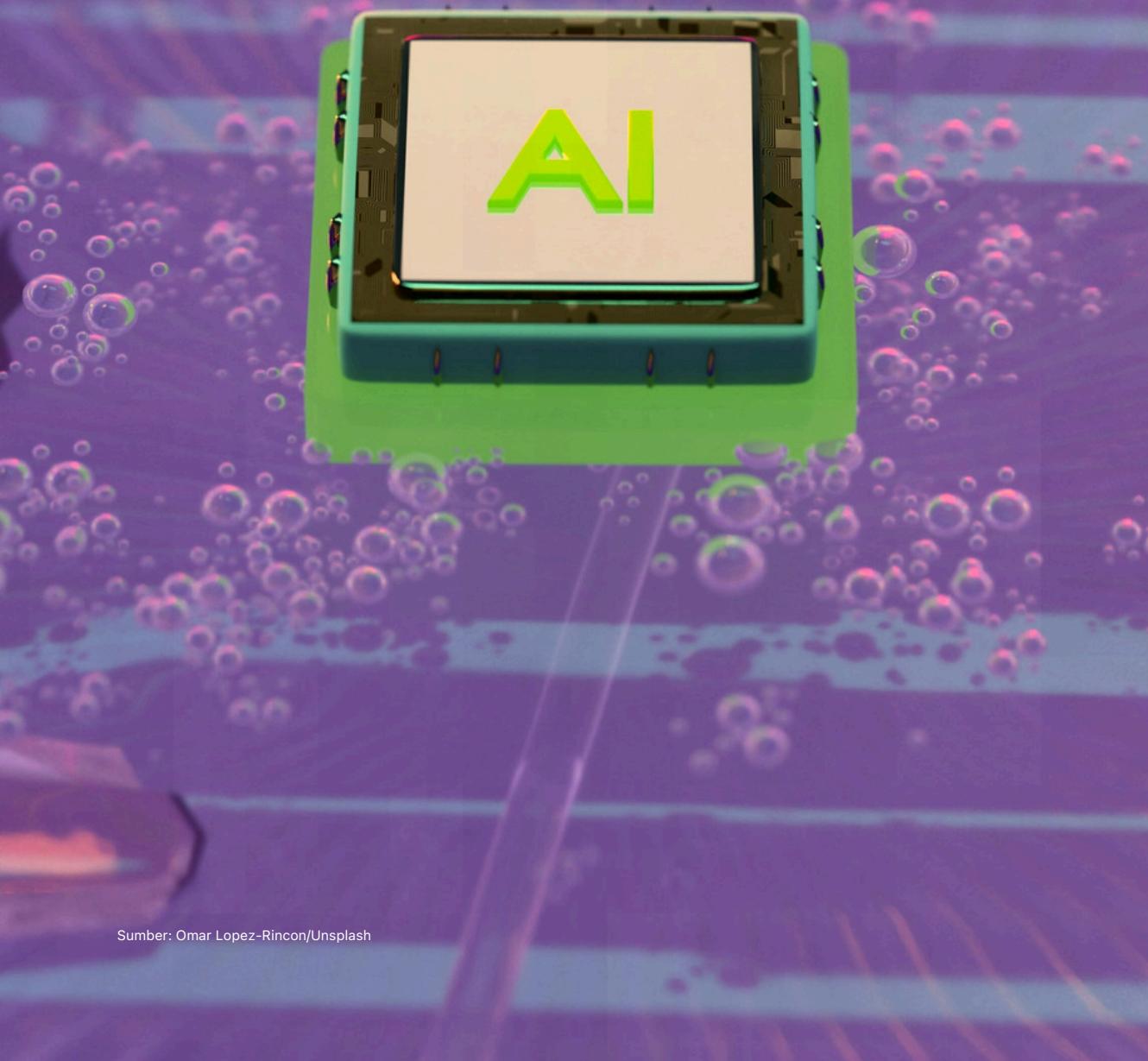
Sumber: Scaling up Sustainable Fuel
(World Travel & Tourism Council, 2025)

Transisi menuju pariwisata rendah karbon menuntut adanya perubahan menyeluruh baik dari sisi teknologi, kebijakan, maupun perilaku industri. Keberhasilan strategi dekarbonisasi sangat bergantung pada kolaborasi lintas pelaku. Pemerintah, industri transportasi, dan penyedia jasa pariwisata memegang peranan penting dalam mewujudkan efisiensi energi dan pengelolaan operasional yang bertanggung jawab. Transformasi menuju energi bersih bukan hanya menjadi tuntutan lingkungan, tetapi juga bagian dari respons strategis terhadap tantangan global yang semakin kompleks.

Sejalan dengan hal tersebut, kesadaran wisatawan terhadap dampak perubahan iklim dan kerusakan lingkungan juga semakin tinggi. Pasar wisatawan, khususnya generasi Milenial dan Gen Z, semakin menuntut praktik berwisata yang berkelanjutan dan rendah emisi. Destinasi yang tidak melakukan adaptasi terhadap tren ini berisiko kehilangan daya tariknya di pasar global. Wisatawan kini semakin mempertimbangkan jejak karbon dari penerbangan, pengelolaan sampah plastik, hingga keberlanjutan aktivitas wisata di destinasi. Fenomena ini menunjukkan bahwa keberhasilan pariwisata masa depan akan sangat ditentukan oleh kemampuan destinasi dan pelaku industri dalam mengintegrasikan prinsip keberlanjutan ke seluruh rantai nilai pariwisata.



Sumber: EY Future Travel Behaviors Observatory: 2025 Edition



Sumber: Omar Lopez-Rincon/Unsplash

Liburan di Era Kecerdasan Buatan

Transformasi digital yang ditandai oleh kemajuan pesat kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*, AI) kian mengubah arah dan tren pariwisata global. Perkembangan AI menjadikan pariwisata memasuki babak baru yang kompetitif dengan kecepatan dan kemampuan adaptasi menentukan posisi suatu negara dalam peta persaingan global. Dalam konteks ini, AI tidak lagi sekadar alat bantu teknologi, tetapi menjadi faktor strategis yang berpotensi menentukan siapa yang akan menjadi magnet wisata dunia. Algoritma kini perlahan menggantikan peran promosi dan agen tur konvensional, membantu wisatawan menyusun rencana perjalanan, menentukan destinasi, hingga memprediksi tren liburan. Dari personalisasi layanan hingga *chatbot* multibahasa, industri pariwisata tengah bergerak dalam arus inovasi digital yang berlangsung tanpa henti.

Nilai pasar AI pariwisata pada tahun 2025 mencapai
\$4,3 miliar
dengan CAGR mencapai
26,7%

Adopsi AI di sektor pariwisata menunjukkan perkembangan yang sangat pesat dan diyakini akan menjadi salah satu pendorong utama efisiensi dan inovasi industri. Berdasarkan *Grand View Research* (2025), nilai pasar industri AI di sektor pariwisata diperkirakan mencapai 4,3 miliar dolar AS pada 2025 dan melonjak menjadi 13,9 miliar dolar AS pada 2030, dengan pertumbuhan tahunan rata-rata (CAGR) sebesar 26,7% selama periode tersebut. Pelaku utama yang mendorong perkembangan ini adalah *Online Travel Agents* (OTAs), yang semakin banyak memanfaatkan AI untuk memberikan rekomendasi secara *real-time*, mempersonalisasi paket perjalanan, mengotomasi layanan pelanggan, hingga mendukung sistem pembayaran digital yang lebih efisien dan aman.

Penerapan *Generative AI* (Gen AI) juga terus berkembang dan berperan penting dalam transformasi digital industri pariwisata global terutama di Asia Pasifik. Berdasarkan survei *Amadeus* (2024), sekitar 46% pelaku industri menempatkan Gen AI sebagai prioritas utama pada 2025, bahkan lebih tinggi di kawasan Asia Pasifik (61%), menandakan kesiapan kawasan ini untuk memimpin transformasi digital pariwisata. Gen AI, sebagai bentuk AI yang mampu menghasilkan konten baru seperti teks, gambar, musik, kode, dan video, menjadi pendorong utama inovasi. Teknologi pendukung lainnya meliputi manajemen data (38%), arsitektur *cloud* (36%), AI non-generatif (34%), dan biometrik (23%). Saat ini, sekitar 41% pelaku usaha pariwisata telah mengalokasikan anggaran dan sumber daya khusus untuk implementasi Gen AI.

48%

Wisatawan yang akan menggunakan asisten virtual berbasis AI untuk merencanakan perjalanan.



Untuk tujuan apa Anda akan menggunakan asisten virtual berbasis kecerdasan buatan?



Sumber: EY Future Travel Behaviors Observatory: 2025 Edition

Contoh penerapan AI di industri pariwisata



Pada 2023, diluncurkan chatbot perencanaan perjalanan berbasis AI di aplikasi mobile. Anggota Expedia bisa menerima rekomendasi tempat dikunjungi, akomodasi, serta hal-hal yang dilihat dan dilakukan berdasarkan percakapan chat.



Meluncurkan produk perencanaan perjalanan berbasis AI yang membuat itinerary perjalanan pribadi dengan memanfaatkan teknologi AI generatif.



Pada 2023, memperkenalkan TripGen, chatbot AI untuk "generate your dream trip." TripGen memberikan tips perjalanan instan, inspirasi, dan saran rute.



Program piloting Green Breakfast pada 2023 menggunakan AI untuk mengurangi limbah makanan sebesar 62% di 13 hotel berbasis UAE, mencegah sekitar 726 ton CO2 terhindar dalam satu tahun.

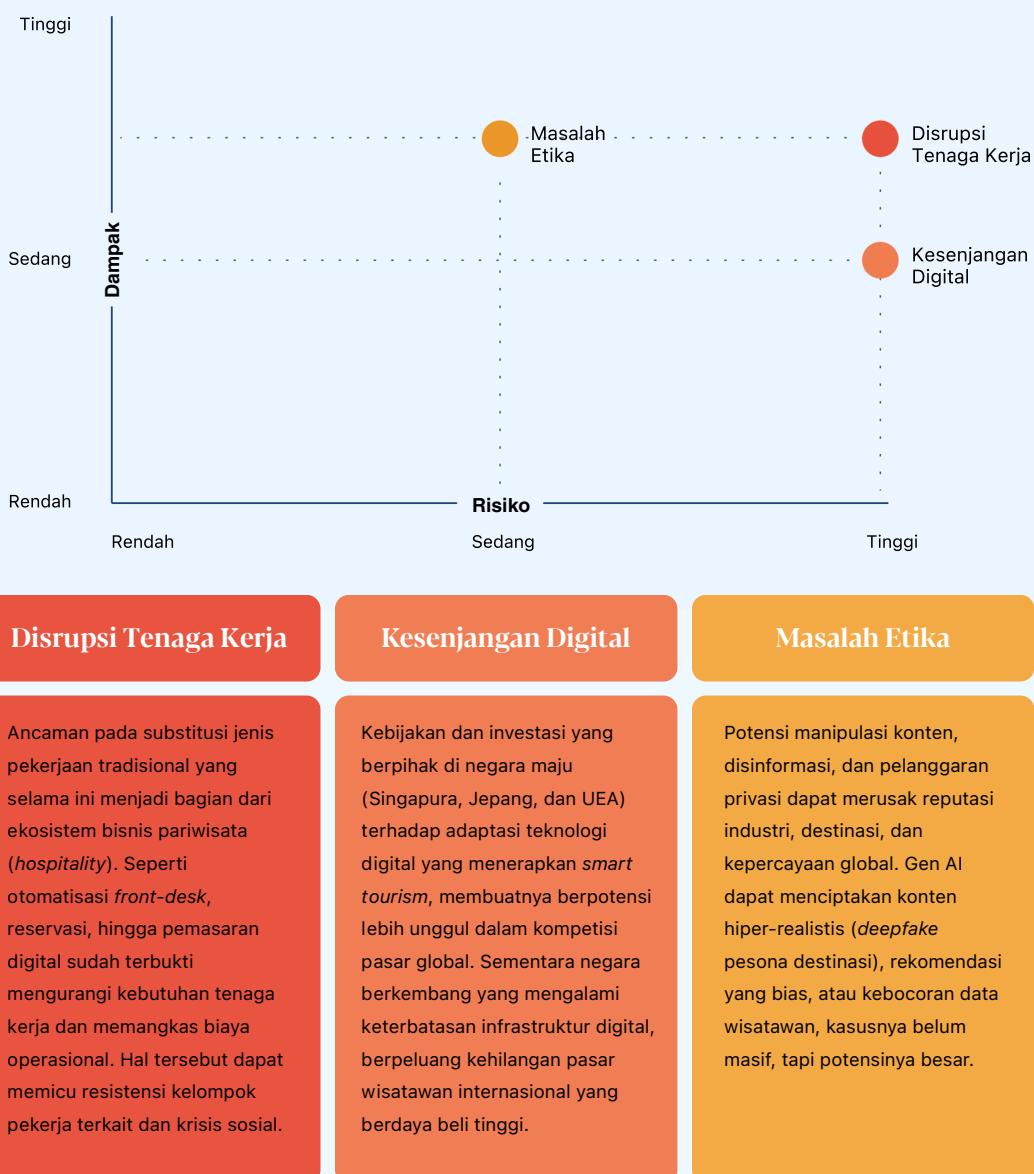


Meluncurkan Photo Tour berbasis AI untuk membantu tuan rumah membuat tur foto listing secara instan. Pada 2023, Airbnb juga mengakuisisi GamePlanner.AI untuk mempercepat beberapa proyek AI di platformnya.

Sumber: Artificial Intelligence (AI) in Action
(WTTC, 2024)

Meskipun perkembangan AI membuka peluang besar bagi efisiensi dan inovasi, namun juga membawa tantangan yang perlu dikelola secara hati-hati. Ketidakseimbangan dalam penerapan teknologi ini berpotensi menimbulkan isu terkait keadilan, etika, keamanan data, serta keberlanjutan sosial dan ekonomi. Oleh karena itu, pemahaman terhadap potensi risiko dari adopsi AI menjadi krusial agar inovasi digital di sektor pariwisata tidak hanya berorientasi pada efisiensi, tetapi juga selaras dengan prinsip tata kelola yang bertanggung jawab dan berkeadilan.

Matriks Risiko Adopsi Gen AI dalam Industri Pariwisata





1.2 Prospek Pariwisata Dunia: Tangguh di tengah Ketidakpastian

Pariwisata global menunjukkan ketangguhan di tengah tantangan ketidakpastian ekonomi dan dinamika geopolitik dunia. Tantangan tersebut justru menjadi momentum bagi pariwisata untuk bertransformasi semakin adaptif dan relevan. Pariwisata tidak lagi hanya berorientasi pada keindahan alam dan atraksi budaya, tetapi juga pada aspek keamanan, pengalaman yang autentik, dan nilai yang bermakna dalam setiap perjalanan wisatawan di berbagai belahan dunia.

Kontribusi pariwisata terhadap PDB dunia diperkirakan naik menjadi
\$11,7 triliun
pada tahun 2025

Di tengah perlambatan ekonomi global, pariwisata justru tumbuh kuat dan kontribusi ekonomi yang semakin besar. Pada 2025, kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dunia diperkirakan meningkat menjadi 11,7 triliun dolar AS, dari 11,1 triliun dolar AS pada 2024, didorong oleh pengeluaran wisatawan internasional yang mencapai 2,1 triliun dolar AS. Capaian ini menandakan bahwa sektor pariwisata tidak hanya pulih sepenuhnya dari pandemi, tetapi juga melampaui level prapandemi, mencerminkan daya dorong baru bagi ekonomi global.

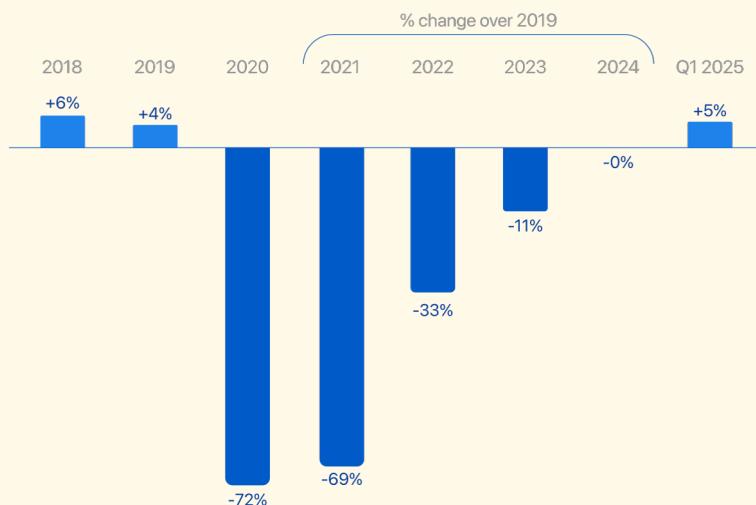
Momentum positif pariwisata global didukung naiknya volume perjalanan internasional. Sepanjang kuartal I 2025, perjalanan lintas negara tercatat melebihi 300 juta perjalanan, meningkat 5% dibandingkan tahun sebelumnya dan 3% lebih tinggi dari tingkat prapandemi. Kinerja tersebut memperpanjang tren positif 2024, ketika jumlah kunjungan telah kembali ke level 2019 dan devisa pariwisata internasional mencapai rekor 1,7 triliun dolar AS atau naik 15% dibandingkan periode sebelum pandemi. Dengan ketahanan yang kuat di tengah tekanan inflasi dan ketegangan geopolitik, proyeksi pertumbuhan pariwisata global sebesar 3–5% pada 2025 dinilai realistik.

Jumlah Perjalanan Wisata dan Penerimaan Devisa Pariwisata Global



Sumber: UN Tourism Data Dashboard (2025)

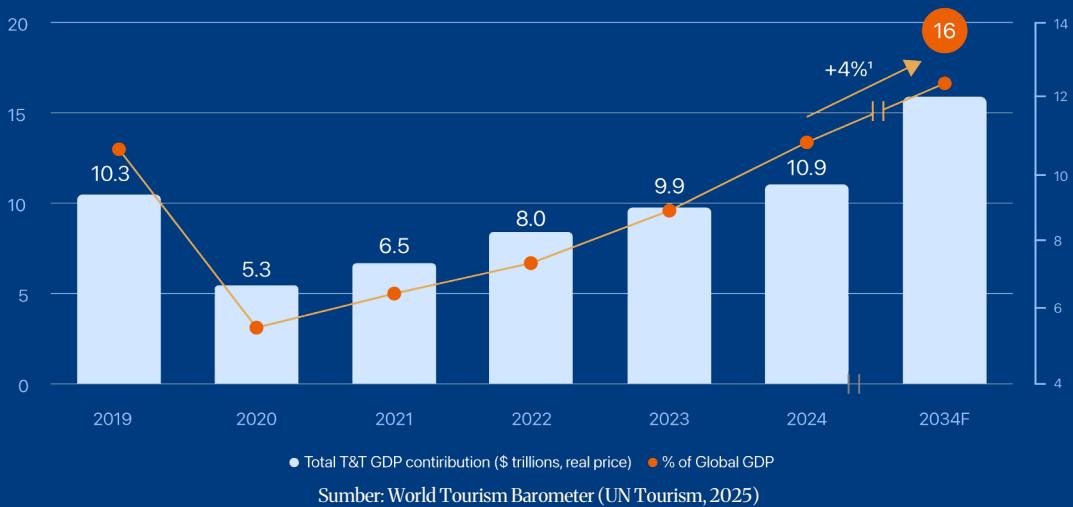
Pertumbuhan Perjalanan Wisata Global



Sumber: World Tourism Barometer (UN Tourism, 2025)

Dalam jangka menengah, kontribusi pariwisata terhadap perekonomian global diprakirakan terus meningkat. World Economic Forum memproyeksikan nilai kontribusi sektor-sektor terkait pariwisata akan mencapai 16 triliun dolar AS pada 2034, tumbuh sekitar 47% dibandingkan estimasi 2024. Pertumbuhan tersebut terjadi secara bertahap, dengan pangsa sektor pariwisata terhadap total PDB dunia yang menunjukkan tren kenaikan konsisten sejak 2021 dan diprakirakan terus menguat hingga satu dekade mendatang.

Total Kontribusi Pariwisata ke PDB Dunia



Permintaan perjalanan wisata diperkirakan tetap tumbuh positif meski dibayangi ketidakpastian global. Berdasarkan proyeksi UN Tourism (September 2025), jumlah perjalanan wisatawan internasional meningkat sekitar 3–5% dibandingkan tahun sebelumnya, dengan total kunjungan mencapai 1,51–1,54 miliar wisatawan pada 2025. Proyeksi ini sejalan dengan tren pemulihan yang stabil dan peningkatan permintaan perjalanan pascapandemi di berbagai kawasan.

Mobilitas wisatawan global memasuki fase normalisasi pada periode 2025–2026, setelah lonjakan signifikan pascapandemi 2022–2023. Pertumbuhan kunjungan mulai melandai seiring tercapainya titik keseimbangan baru di pasar global. Kawasan Asia Pasifik tetap menjadi penggerak utama, dengan Asia Timur Laut, Asia Tenggara, dan Oseania mencatat pertumbuhan paling dinamis didukung oleh peningkatan daya beli kelas menengah dan konektivitas yang semakin baik. Sebaliknya, Eropa dan Amerika bergerak lebih lambat, meskipun Eropa Timur menonjol karena daya tarik biaya rendah. Amerika Utara sempat mengalami perlambatan pada 2025 sebelum kembali pulih setahun berikutnya, sementara Karibia dan Amerika Latin cenderung stabil. Gambaran ini menunjukkan bahwa meskipun euforia pemulihan mulai mereda, momentum pariwisata dunia tetap terjaga, terutama dengan kontribusi besar dari kawasan Asia.

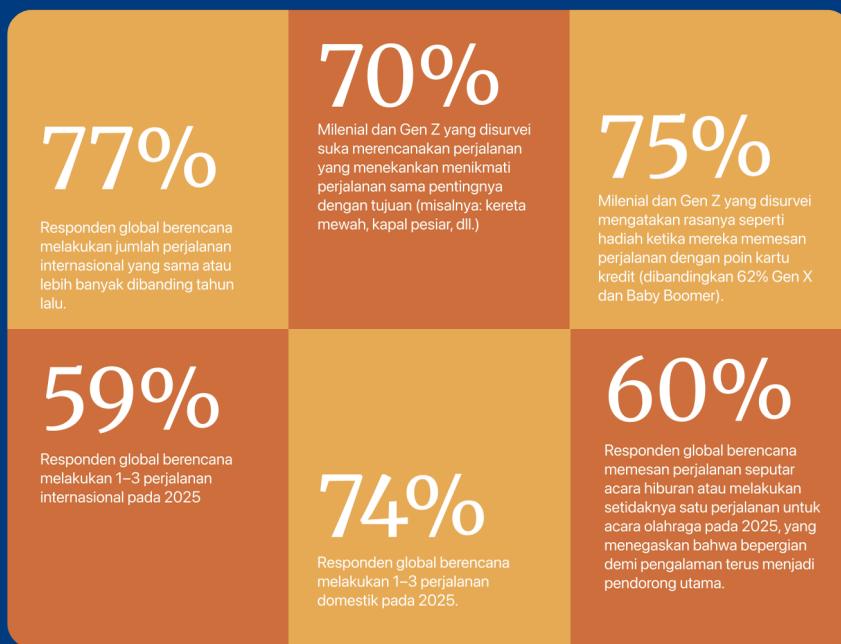
Prospek tahun 2026 mengindikasikan pola perjalanan wisatawan global mulai bergeser menuju preferensi jarak dekat (*short-haul travel*[1]), terutama di kawasan Asia. Wisatawan India, misalnya, cenderung memilih destinasi yang berjarak dekat dan terjangkau seperti Asia Tenggara, Bhutan, Sri Lanka, dan Nepal. Pergeseran ini didorong oleh tingginya biaya perjalanan jarak jauh dan ketegangan geopolitik di Timur Tengah serta Eropa Timur. Minat perjalanan *long-haul* ke Eropa menurun dari 49% menjadi 44% pada 2025. Hambatan utama perjalanan jarak jauh meliputi tingginya biaya (46%), waktu liburan terbatas (17%), preferensi domestik (15%), dan kekhawatiran geopolitik (5%). Perubahan ini menandakan orientasi wisatawan yang semakin rasional dan berorientasi pada efisiensi biaya dan waktu.



Motivasi perjalanan wisatawan global semakin beragam dan berorientasi pada pengalaman yang bermakna. Survei American Express Travel menunjukkan bahwa wisatawan, khususnya generasi Milenial dan Gen Z, cenderung melakukan lebih banyak perjalanan domestik maupun internasional pada 2025. Dorongan utama mencakup pencarian pengalaman baru, pemanfaatan poin kartu kredit, serta partisipasi dalam acara hiburan dan olahraga, yang memperkuat peran pariwisata sebagai bagian dari gaya hidup dan konsumsi modern.

[1] Berbagai sumber mendefinisikan Short-Haul Travel bisa berarti perjalanan antarnegara dalam satu kawasan regional (misalnya antarnegara ASEAN, Eropa, atau antarnegara bagian di Australia).

Persepsi dan Preferensi Wisatawan Global



Sumber: 2025 Global Travel Trends Report
(American Express Travel, 2025)

Secara keseluruhan, berbagai dinamika permintaan perjalanan global menuntut industri pariwisata untuk semakin memperkuat strategi adaptasinya. Pelaku industri perlu mengoptimalkan alokasi kapasitas serta menerapkan strategi produk dan harga yang fleksibel, seperti *bundling*, *dynamic pricing*, dan paket *all-inclusive* untuk merespons sensitivitas biaya wisatawan. Selain itu, diversifikasi pasar melalui penguatan konektivitas dan kerja sama lintas kawasan, khususnya di Asia Tenggara dan Eropa Timur, menjadi langkah strategis. Dukungan kebijakan seperti pelonggaran visa, perpanjangan jam operasi bandara, serta optimalisasi *slot rights* akan menjadi faktor kunci dalam mendorong peningkatan arus kunjungan wisatawan internasional.

Ke depan, prospek pariwisata global diperkirakan terus tumbuh kuat meski dibayangi ketidakpastian yang tinggi, disrupti teknologi, dan meningkatnya proteksionisme. Kemajuan teknologi seperti AI serta perubahan konfigurasi aliansi global terus membentuk lanskap ekonomi dan geopolitik dunia, yang berdampak langsung maupun tidak langsung terhadap sektor pariwisata. Interaksi berbagai faktor tersebut menunjukkan bahwa pariwisata tidak dapat berdiri sendiri, melainkan sangat bergantung pada stabilitas dan koordinasi lintas sektor. Dalam kondisi ini, daya saing pariwisata suatu negara akan sangat ditentukan oleh kemampuannya beradaptasi terhadap perubahan, membaca arah tren global, dan menyusun strategi pembangunan pariwisata yang komprehensif dan berkelanjutan.



BAB 2

Lanskap Pariwisata Indonesia

Pariwisata nasional terus menunjukkan perkembangan yang positif didukung wisatawan nusantara (wisnus) dan wisatawan mancanegara (wisman) yang terus meningkat, serta investasi yang terus meluas, terutama di destinasi prioritas. Arah kebijakan pengembangan pariwisata akan terus diperkuat, terutama pada aspek pelestarian lingkungan, inklusivitas, dan daya saing infrastruktur untuk menuju pariwisata berkualitas guna mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan.



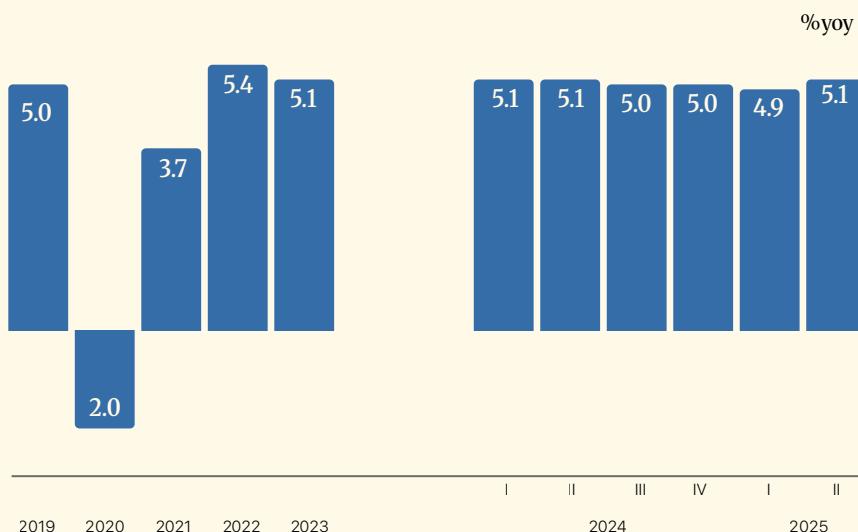
2.1 Menjaga Momentum dan Memperluas Manfaat Pariwisata Indonesia

Perkembangan Makroekonomi dan Implikasinya bagi Pariwisata

Pariwisata Indonesia terus tumbuh pascapandemi dengan dukungan mobilitas wisnus dan wisman yang tinggi. Dinamika perkembangan pariwisata yang tumbuh tinggi berkontribusi positif pada kinerja perekonomian nasional yang kian membaik. Perekonomian nasional kembali tumbuh di atas 5% pascapandemi dengan didukung stabilitas yang terjaga. Kinerja perekonomian nasional ini turut didukung oleh peningkatan aktivitas pariwisata sebagaimana tercermin pada aktivitas sektor-sektor ekonomi terkait, seperti: akomodasi, makanan, dan minuman; transportasi dan pergudangan; perdagangan besar dan eceran; serta jasa terkait lainnya. Stabilitas makroekonomi yang terjadi dengan inflasi yang berada pada level rendah dan terkendali, serta nilai tukar yang terjaga dapat menopang dinamika pariwisata nasional untuk terus bangkit. Perkembangan pariwisata pada gilirannya memberikan dampak positif pada penyerapan tenaga kerja yang meningkat (inklusivitas), kendati di sisi lain informalitas masih cukup tinggi.

Pertumbuhan ekonomi yang tetap baik dengan disertai terjaganya stabilitas makroekonomi mendukung berkembangnya aktivitas pariwisata. Aktivitas mobilitas masyarakat tercatat tinggi pada kuartal II 2025 dan turut menopang kinerja ekonomi nasional yang tumbuh mencapai 5,12% (oy), setelah pada kuartal sebelumnya tumbuh 4,87%. Pada paruh kedua 2025, perekonomian nasional diprakirakan tetap tumbuh baik didukung stabilitas makroekonomi yang terjaga. Selain itu, inflasi yang terus terkendali memberi ruang besar bagi pariwisata untuk menjaga keterjangkauan harga dan mendorong minat perjalanan wisatawan. Inflasi yang terus terjaga pada level yang rendah juga memberikan kepastian harga yang krusial bagi sektor pariwisata. Stabilitas ini tidak hanya membantu menjaga biaya perjalanan dan akomodasi tetap terjangkau, tetapi juga memperkuat kepercayaan wisatawan domestik dan mancanegara untuk meningkatkan mobilitas dan belanja wisata.

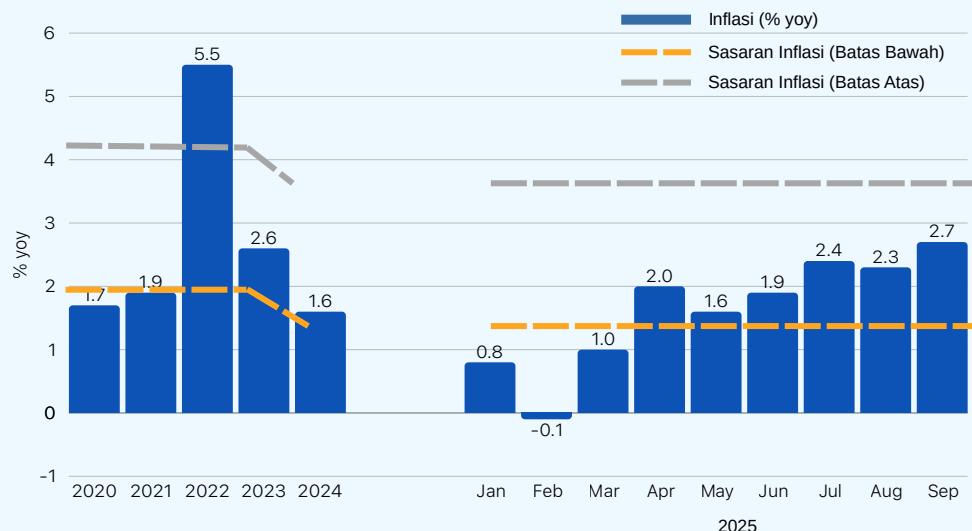
Pertumbuhan Ekonomi Indonesia (2019-2025)



Sumber: BPS, diolah Bank Indonesia (2025)

Aktivitas pariwisata terus membaik di tengah tingginya ketidakpastian global yang telah menimbulkan tekanan terhadap berbagai mata uang dunia termasuk Rupiah. Nilai tukar Rupiah bahkan sempat mengalami tekanan tinggi akibat meningkatnya ketidakpastian ekonomi global sejalan dengan kebijakan tarif resiprokal Amerika Serikat (AS). Namun, pergerakan Rupiah kembali menguat pada Mei dan Juni 2025 didukung berbagai kebijakan Bank Indonesia untuk menahan dampak negatif dinamika global, sehingga secara keseluruhan stabilitas nilai tukar tetap terjaga. Momentum ini bisa menjadi peluang bagi pariwisata untuk meningkatkan efisiensi biaya dan menawarkan harga yang tetap kompetitif untuk wisatawan mancanegara, sekaligus memperkuat daya saing destinasi pariwisata nasional.

Perkembangan Inflasi Indonesia



Sumber: BPS & Bank Indonesia, diolah (2025)

Nilai Tukar Rupiah terhadap dolar AS



Sumber: Bank Indonesia diolah dari Reuters (2025)



Dinamika kinerja pariwisata Indonesia turut dipengaruhi oleh kapasitas angkutan udara dan harga bahan bakar aviasi. Sepanjang 2025, kapasitas angkutan udara untuk rute internasional telah melampaui level prapandemi, kendati untuk rute domestik masih belum sepenuhnya pulih. Hal ini antara lain dipengaruhi oleh proses pemulihan kapasitas armada domestik yang masih memerlukan waktu. Sementara itu, kenaikan harga bahan bakar aviasi yang sempat terjadi dan menekan biaya perjalanan kini berangsur mereda. Tren penurunan harga avtur membawa harapan positif untuk sektor pariwisata, terutama untuk mendorong keterjangkauan harga tiket. Namun, di sisi lain dinamika kapasitas angkutan udara yang belum sepenuhnya pulih menjadi tantangan yang perlu segera diatasi.

Harga Bahan Bakar Aviasi untuk Penerbangan Domestik (Rupiah/Liter)



Sumber: Harga Bahan Bakar Aviasi untuk Penerbangan Domestik (Rupiah/Liter) 2022–2025
(Pertamina, 2025)

Lanskap makro ekonomi Indonesia pada 2025 menunjukkan ketahanan ekonomi nasional di tengah berbagai tantangan yang mengemuka. Pertumbuhan ekonomi Indonesia perlu terus didorong agar sejalan dengan kapasitas potensialnya. Stabilitas makroekonomi dengan inflasi yang terjaga pada kisaran sasaran 2,5% dan nilai tukar Rupiah yang terkendali di tengah tingginya ketidakpastian keuangan global, memberikan peluang sekaligus tantangan bagi industri pariwisata nasional untuk mampu meningkatkan kinerja dan daya saingnya.



Sumber: Simon Spring/Unsplash

Investasi Menggeliat, Pariwisata Melaju

Realisasi investasi sektor
pariwisata mencapai
Rp34,02 triliun
atau
59,8%
dari target tahunan pada
semester I-2025

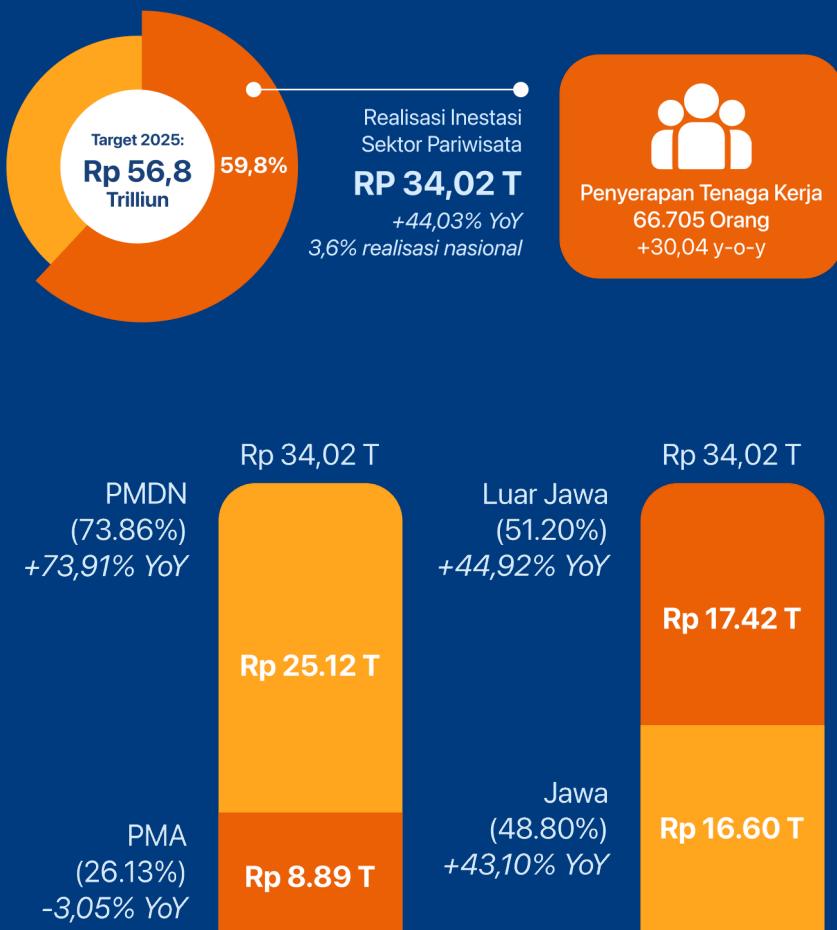
Kinerja investasi pariwisata menunjukkan perkembangan yang positif pada paruh pertama 2025. Realisasi investasi mencapai Rp34,02 triliun atau 59,8% dari target tahunan dengan tingkat pertumbuhan sebesar 44,0% (yoY) dan kontribusi 3,6% terhadap total investasi nasional. Kinerja ini menunjukkan pariwisata turut penopang perekonomian domestik dan mampu menciptakan lebih dari 66 ribu lapangan kerja baru. Momentum positif ini menjadi indikator meningkatnya kepercayaan investor domestik dan global terhadap stabilitas industri pariwisata Indonesia, di tengah ketidakpastian ekonomi global.

Pangsa PMDN mencapai
73,9%
dan tumbuh mencapai
73,91%
dari tahun sebelumnya
(yoY)

Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) menjadi motor utama investasi pariwisata. Pangsa PMDN mencapai 73,9% (Rp25,12 triliun) dan tumbuh tinggi hingga mencapai 73,91% (yoY) dari tahun sebelumnya. Sementara itu, Penanaman Modal Asing (PMA) justru turun 3,0% dari capaian periode yang sama pada 2024. Meski demikian, persebaran investasi semakin merata dengan 51,2% di luar Pulau Jawa dan 48,8% di Pulau Jawa. Hal ini menunjukkan berkembangnya pembangunan destinasi yang lebih merata ke berbagai daerah luar Jawa dan memberikan peluang untuk berkembangnya potensi daerah guna mendukung pertumbuhan ekonomi di daerah yang berkelanjutan ke depan.

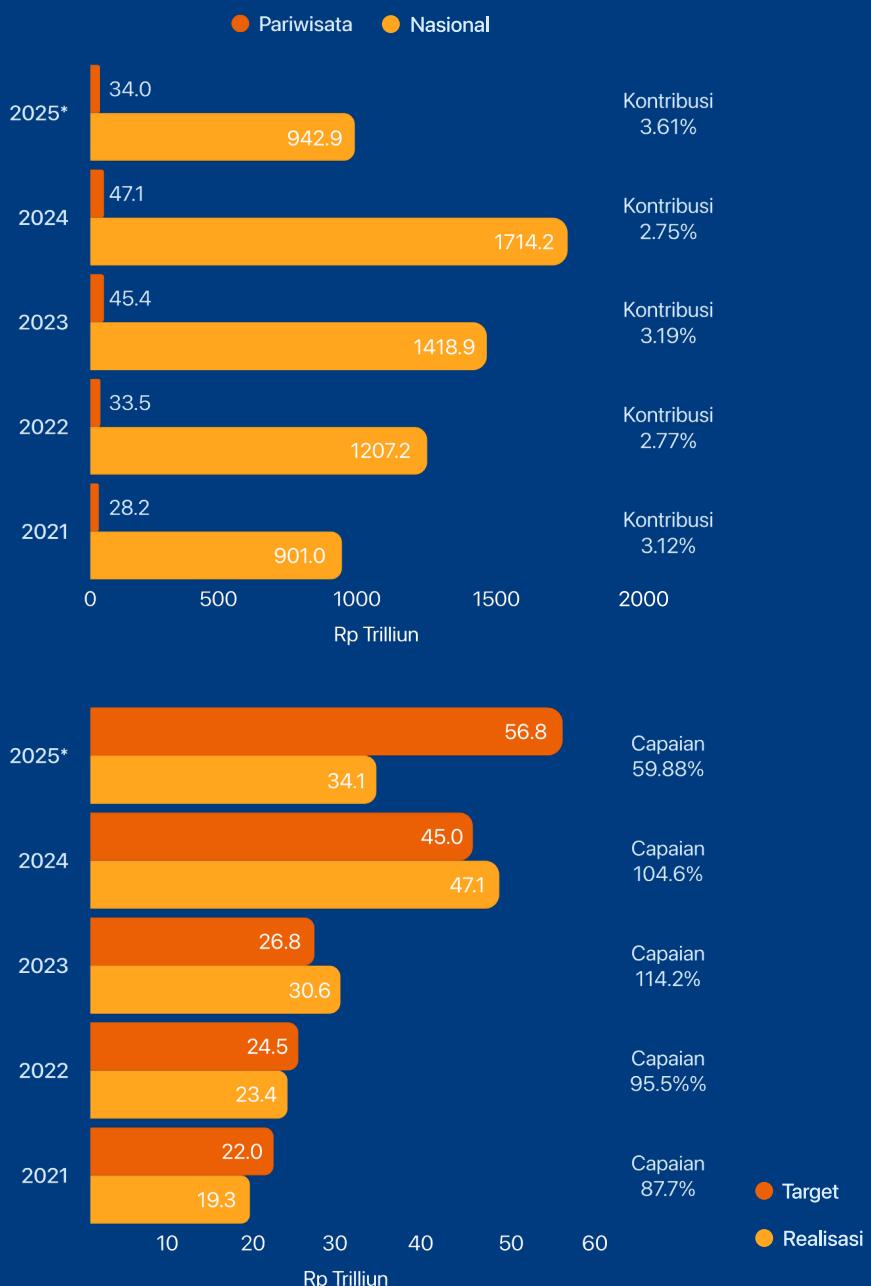
Tren pertumbuhan investasi pariwisata dalam lima tahun terakhir menunjukkan kecenderungan yang terus meningkat di tengah tingginya ketidakpastian. Realisasi investasi pariwisata pada 2023 dan 2024 bahkan mampu melampaui target yang ditetapkan. Demikian halnya dengan perkembangan hingga paruh pertama 2025 yang terus menunjukkan capaian yang menggembirakan di tengah dinamika ketidakpastian global. Hal ini menunjukkan masih kuatnya optimisme terhadap prospek perkembangan pariwisata nasional. Dengan kontribusi terhadap investasi nasional yang konsisten di kisaran 2,7–3,6%, tren ini menandakan sektor pariwisata telah kembali menjadi kepercayaan pemilik modal, didorong oleh meningkatnya keyakinan terhadap pemulihan destinasi dan percepatan proyek-proyek strategis.

Realisasi Investasi Sektor Pariwisata (Semester I 2025)



PMDN sangat mendominasi namun persebaran investasi cukup merata antara jawa dan luar jawa

Perkembangan Investasi dan Kinerja Sektor Pariwisata Indonesia Semester I 2025

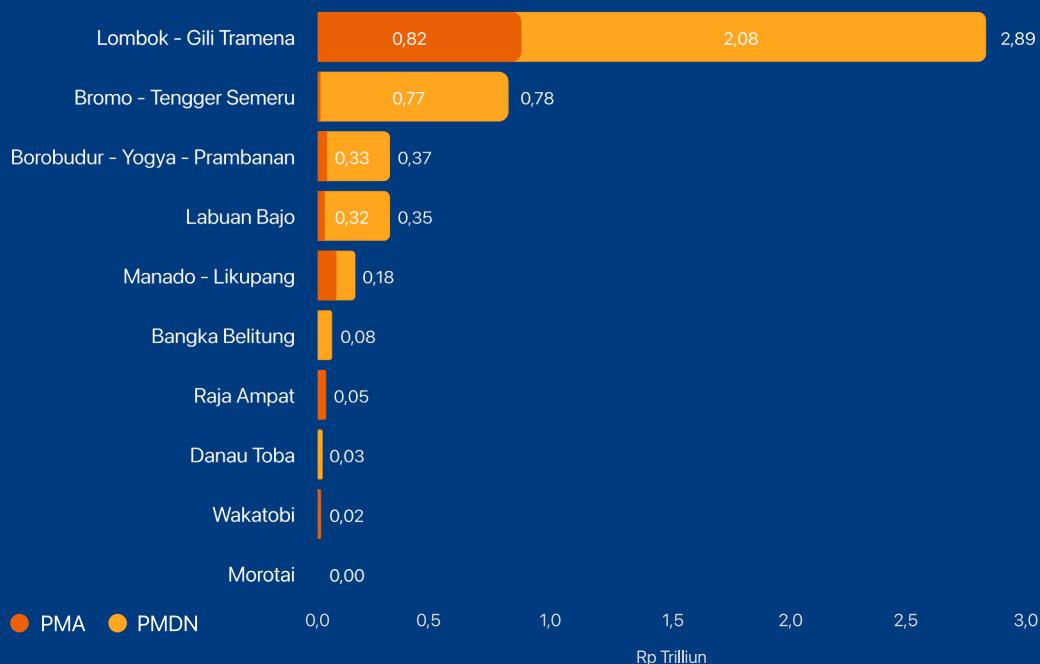


Catatan:
(*) Merupakan data sementara semester 1

Sumber: Realisasi Investasi Sektor Pariwisata Semester I-2025
(Kementerian Investasi dan Hiliriasi/BKPM & Kemenpar, 2025)

Menariknya, peta investasi pariwisata di destinasi prioritas menunjukkan arah yang semakin selektif dan berorientasi pada destinasi berdaya saing tinggi. Hingga semester I 2025, Lombok–Gili Tramena menjadi magnet terbesar dengan nilai investasi mencapai Rp2,89 triliun, disusul Bromo–Tengger–Semeru dan Borobudur–Yogyakarta–Prambanan yang masing-masing merealisasikan sekitar Rp0,78 triliun dan Rp0,37 triliun. Ketiga kawasan ini mencerminkan arah penguatan investasi pada destinasi dengan infrastruktur matang, memiliki *branding* global yang kuat, dan dukungan kegiatan unggulan seperti *sport tourism* dan *heritage tourism*. Sementara itu, peluang investasi di destinasi seperti Danau Toba, Wakatobi, dan Morotai juga terus berkembang. Ke depan, tren ini menjadi dasar bagi peluang peningkatan kinerja pariwisata yang perlu terus dioptimalkan dengan memastikan kesiapan destinasi baik dari aspek daya dukung infrastruktur, kepastian regulasi, dan daya tarik wisata tematik. Optimalisasi hal ini untuk meningkatkan investasi akan menjadi magnet pertumbuhan baru bagi daerah.

Prospek dan Realisasi Investasi Sektor Pariwisata di Destinasi Prioritas (Semester I 2025)



Sumber: Realisasi Investasi Sektor Pariwisata Semester I-2025
(Kementerian Investasi dan Hukum/BKPM & Kemenpar, 2025)



Sumber: Wonderful Images

Prospek investasi pariwisata diprakirakan terus berada dalam tren yang meningkat ke depan. Prakiraan ini didukung optimisme terhadap kinerja pariwisata nasional, disertai stabilitas makroekonomi yang tetap terjaga. Tren pemerataan investasi antara Jawa dan luar Jawa membuka peluang bagi munculnya pusat-pusat pertumbuhan baru yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Dengan dukungan tata kelola yang efisien, promosi investasi yang lebih adaptif, dan fokus pada sektor bernilai tambah, Indonesia berpotensi memperkuat posisinya sebagai poros investasi pariwisata di Asia Tenggara, sekaligus menjadikan 2026 sebagai momentum menuju lompatan pariwisata berkualitas dan berkelanjutan.



Mengukur Nilai Kepariwisataan: Dari Pulih ke Tumbuh

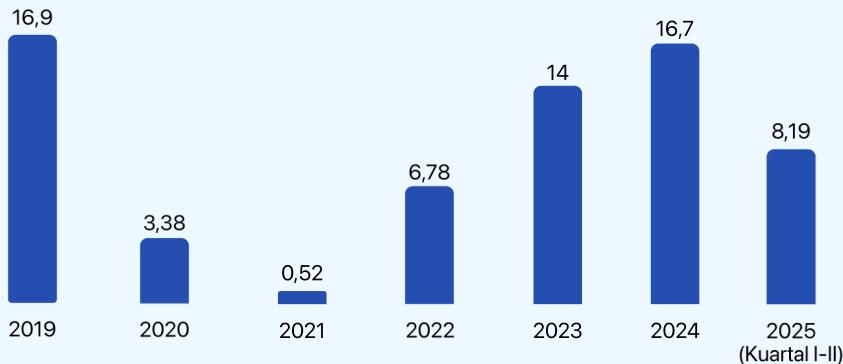
Pendapatan devisa
pariwisata nasional pada
2024 mencapai
16,7 miliar USD
atau hampir mendekati
level prapandemi

Pendapatan devisa pariwisata Indonesia berangsur meningkat pascapandemi sejalan dengan kenaikan kunjungan wisman. Setelah sempat mengalami penurunan yang sangat dalam pada 2021, pendapatan devisa pariwisata berangsur naik pada 2022 seiring dengan pembukaan kembali aktivitas pariwisata nasional. Pendapatan devisa pariwisata nasional pada 2024 bahkan mencapai 16,7 miliar dolar AS atau hampir mendekati level prapandemi sebesar 16,9 miliar dolar AS. Perkembangan positif ini tidak terlepas dari jumlah kunjungan wisman yang kembali tercatat mencapai 13,9 juta kunjungan pada 2024.

Capaian semester I 2025 yang berada di angka 8,19 miliar dolar AS menjadi sinyal peluang terus meningkatnya kinerja pariwisata nasional. Kinerja devisa tidak hanya dipengaruhi oleh jumlah wisatawan, tetapi juga oleh struktur pengeluaran per wisatawan serta stabilitas ekonomi global. Angka devisa pariwisata tersebut menunjukkan semakin besarnya kontribusi pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Untuk itu, penguatan *value-added experience* yang mampu mendorong belanja wisman lebih tinggi menjadi hal yang penting diperhatikan ke depan.

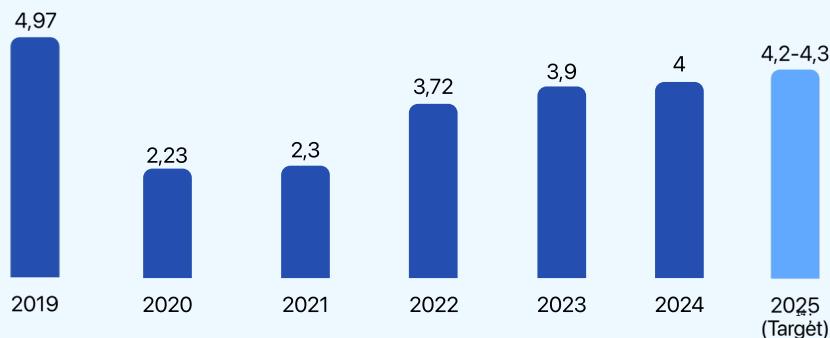
Kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB Indonesia terus meningkat. Kontribusi sektor pariwisata yang sempat mengalami penurunan cukup dalam dari level 4,97% pada 2019 menjadi 2,23% pada tahun 2020 berangsur kembali naik. Pemulihan kontribusi sektor pariwisata mulai terjadi pada 2022 yang tercatat sebesar 3,72%, dan terus meningkat ke kisaran 3,90% pada 2023, hingga dapat kembali mencapai 4,0% pada 2024. Perbaikan kontribusi tersebut menunjukkan bahwa pariwisata tidak hanya telah pulih, tetapi juga bertransformasi sebagai sektor yang kembali memainkan peran penting dalam ekonomi nasional. Ke depan, kontribusi pariwisata terhadap PDB diprakirakan terus meningkat dan akan berada pada kisaran 4,2–4,3% pada 2025. Namun, upaya untuk terus meningkatkan kontribusi pariwisata terhadap perekonomian tidak lagi hanya dapat bergantung pada peningkatan jumlah kunjungan wisman, tetapi juga pada kemampuan pariwisata dalam mendorong belanja per wisman, lama masa tinggal, dan memperluas pasar asal wisman.

Perkembangan Devisa Sektor Pariwisata 2019-2025 (Miliar Dolar AS)



Sumber: BPS & Kemenpar, 2025

Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap PDB 2019-2025 (%)



Sumber: BPS & Kemenpar, 2025





Sumber: Alief Priyanto/Unsplash

Transformasi Sumber Daya Manusia dan Model Bisnis Pariwisata

Perubahan keterampilan sumber daya manusia (SDM) pariwisata menjadi kunci dalam proses adaptasi industri terhadap dinamika global yang semakin kompleks. Transformasi ini ditandai oleh pergeseran dari pekerjaan bersifat rutin dan berintensitas rendah menuju peran yang menuntut kemampuan digital (*digital fluency*), kesadaran keberlanjutan (*sustainability awareness*), dan daya adaptasi teknologi. Jika sebelumnya pariwisata banyak bergantung pada layanan tatap muka dan tugas operasional dasar, kini arah perkembangannya dipengaruhi oleh tren global seperti perubahan iklim, revolusi digital, *remote working*, dan otomatisasi.

Perubahan tersebut turut mendorong munculnya jenis pekerjaan baru yang lebih berorientasi pada inovasi dan keberlanjutan. Berbagai peran baru seperti *sustainable tourism management*, *IT-oriented roles*, dan *digital customer support* mulai berkembang pesat, sejalan dengan pengaruh globalisasi dan preferensi wisata yang semakin terspesialisasi (*niche travel*). Perkembangan ini menegaskan pentingnya penyesuaian keterampilan SDM pariwisata agar tetap relevan dan kompetitif di pasar global yang terus berubah.

Transformasi SDM juga perlu diperkuat dengan dukungan investasi yang berorientasi pada peningkatan kapasitas manusia dan pengembangan infrastruktur pendukung. Sepanjang 2018–2024, sektor pariwisata berhasil menciptakan lebih dari 1,2 juta lapangan kerja baru dan melahirkan 84 ribu tenaga profesional bersertifikasi. Pembangunan fasilitas akomodasi dan pengembangan desa wisata turut memperluas manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal. Seiring meningkatnya investasi swasta, penguatan ekosistem pariwisata diharapkan dapat membuka peluang kerja dan kewirausahaan yang lebih inklusif, produktif, serta berkelanjutan.

Perkembangan Keterampilan di Sektor Pariwisata Waktu ke Waktu



Sumber: Tourism Watch Quarterly Report⁷ – June 2025 Edition (World Bank, 2025)

Prestasi Utama Proyek Indonesia (2025–2029)



Sumber: Tourism Watch Quarterly Report – April 2025 Edition (World Bank, 2025)

Arah transformasi SDM juga semakin berorientasi pada keberlanjutan seiring dengan berkembangnya *green jobs* di sektor pariwisata. Jenis pekerjaan ini berkontribusi langsung pada perlindungan lingkungan dan pembangunan berkelanjutan, mencakup aktivitas konservasi alam, efisiensi energi, pengelolaan limbah, penerapan prinsip ramah lingkungan dalam akomodasi dan transportasi, hingga perencanaan destinasi berbasis ekologi dan budaya lokal. Inisiatif tersebut sejalan dengan agenda transisi menuju ekonomi hijau nasional yang semakin diarusutamakan dalam kebijakan pembangunan pariwisata.

Proyeksi Jumlah Pekerjaan Hijau (2025-2029)



Sumber: Peta Jalan Pengembangan Tenaga Kerja Hijau Indonesia (Bappenas, 2025)

Kontribusi sektor pariwisata terhadap penciptaan *green jobs* menunjukkan tren yang terus meningkat. Pada 2022 tercatat sebanyak 3,45 juta pekerja hijau, meningkat menjadi 3,66 juta pada 2023, dengan rata-rata upah sekitar Rp300.000 lebih tinggi dibanding pekerja non-hijau. Lebih dari 70% tenaga kerja di sektor ini berpendidikan menengah ke atas, menunjukkan kualitas SDM yang relatif baik. Berdasarkan proyeksi Bappenas (2025), jumlah pekerja hijau diperkirakan terus meningkat hingga 4,8–5,3 juta orang pada 2029, membuka peluang besar bagi pariwisata berkelanjutan untuk menjadi motor penciptaan *green jobs* nasional.



Sumber: Kementerian Pariwisata

Berkembangnya *green jobs* menuntut SDM dapat memiliki penguasaan keterampilan hijau (*green skills*) dengan standar industri yang berorientasi keberlanjutan. Keterampilan ini mencakup pengetahuan, kemampuan, dan sikap dalam menerapkan praktik ramah lingkungan lintas sektor. Di sisi lain, standar *Green Quality* menjadi acuan baru dalam operasional industri pariwisata yang menekankan efisiensi sumber daya, keberlanjutan, serta kepedulian lingkungan sebagai bagian dari nilai bisnis dan etika profesi.

Dalam konteks SDM pariwisata, penguatan kompetensi hijau tercermin pada munculnya berbagai posisi strategis dan penguatan nilai etika profesi. Sedikitnya terdapat sembilan posisi utama berorientasi hijau, seperti *Green Tourism Specialist*, *Eco Tourism Specialist*, hingga *Sustainable Tour Guide*, yang menuntut kombinasi *employability skills*, antara lain komunikasi, kolaborasi, pemecahan masalah, adaptasi teknologi, dan pembelajaran berkelanjutan. Lebih jauh, penguatan *Green Citizen Skills* melalui kesadaran dan integritas hijau menjadi landasan penting agar transformasi pariwisata hijau tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga berakar pada tanggung jawab sosial dan moral pelaku industri.

Definisi, Posisi, dan Keterampilan Kunci untuk Transisi Hijau Pariwisata



Sumber: Green Jobs, Green Skills, and Green Quality: Mendorong Transisi Hijau Sektor Pariwisata (Kemenpar, 2025)



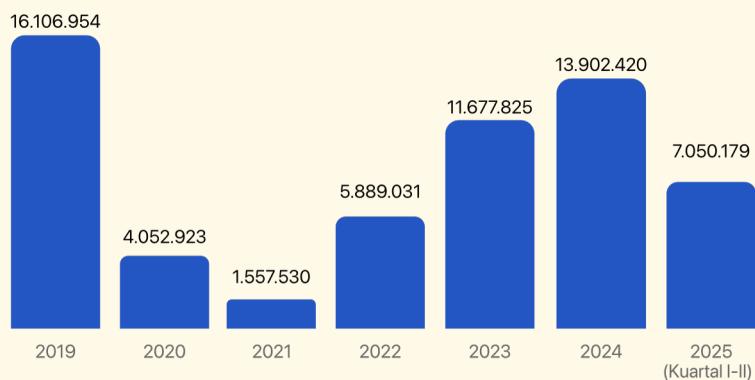
Pesona Indonesia Menarik Mata Dunia

Hingga Semester I 2025 kunjungan wisman mencapai **7,05 juta kunjungan** atau **50,36%** atau hampir mendekati level prapandemi

Pariwisata Indonesia menunjukkan kinerja yang terus meningkat. Sepanjang 2024, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) mencapai 13,9 juta kunjungan atau setara 86,31% dari capaian prapandemi, menandai kembalinya Indonesia ke jajaran destinasi utama dunia. Tren positif ini berlanjut pada tahun 2025, yang hingga Semester I telah mencapai 7,05 juta kunjungan atau sekitar 50,36% dari target tahunan. Capaian tersebut mengindikasikan bahwa meningkatnya pariwisata nasional tidak hanya bersifat temporer, tetapi juga semakin kuat dengan basis pertumbuhan yang lebih sehat dan terarah.

Kinerja pariwisata sepanjang 2024-2025 ditopang oleh pertumbuhan kunjungan wisman yang semakin tinggi. Setelah mengalami tekanan selama pandemi, pasar utama pariwisata kembali menunjukkan pemulihan signifikan seiring membaiknya ekonomi global, meningkatnya mobilitas internasional, serta kemudahan akses yang ditunjang oleh kebijakan visa dan ekspansi konektivitas penerbangan. Tren meningkatnya kunjungan wisman juga disertai perubahan pola kunjungan dengan karakteristik yang berbeda dari masing-masing kawasan. Hal ini perlu terus dicermati untuk dapat terus mengoptimalkan peluang meningkatnya kinerja pariwisata ke depan.

Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2019-2025



Sumber: BPS, 2025

Segmentasi Pasar Wisatawan Mancanegara Berdasarkan Kawasan Regional dan Karakteristik

Amerika

- 2025 1.077.235
- 2024 605.684

Karakteristik :
Pertumbuhan paling pesat; didominasi
wisatawan Amerika Serikat; *long-haul*
dengan *high spending*; durasi tinggal
lama.

Afrika

- 2025 37.550
- 2024 88.684

Karakteristik :
Volume masih terbatas;
terkendala visa dan
konektivitas; kontribusi
melalui bisnis,
pendidikan, dan arus
diaspora yang
meningkat melalui hub
internasional.

Europa

● 2025 1.374.782

● 2024 2.377.798

Karakteristik :

Long-haul market berorientasi high-value; karakter long-stay; tren slow travel dan sustainable tourism; dipengaruhi musim liburan Juli–September,

Timur Tengah

● 2025 90.768

● 2024 224.666

Karakteristik :

Segmen family travel dan muslim-friendly; daya beli tinggi; pola heat-escape travel pada musim panas; koneksi udara luas.

Asia Non-Asean

● 2025 2.071.607

● 2024 3.847.157

Karakteristik :

Didominasi Tiongkok, India, Korea Selatan, Jepang; kelas menengah atas dengan daya beli tinggi; aksesibilitas meningkat berkat kebijakan visa dan rute penerbangan langsung.

Asia Tenggara

● 2025 2.492.825

● 2024 4.801.694

Karakteristik :

Short-haul market dengan volume terbesar; mobilitas tinggi karena kedekatan geografis; biaya perjalanan rendah; ditopang low-cost carrier; kunjungan singkat dan repeat visit.

Australia & Oceania

● 2025 964.206

● 2024 1.956.643

Karakteristik :

Didominasi wisatawan Australia; leisure berbasis pesisir/bahari (sea-sand-sun); repeat visit tinggi; rute langsung ke Bali dan Lombok; puncak saat libur sekolah.



Malaysia

- 2025 1.240.906
- 2024 2.278.381

Karakteristik :
Wisatawan dengan volume terbesar; mobilitas tinggi karena kedekatan geografis; kunjungan singkat lintas batas; dominan untuk perjalanan keluarga, belanja, dan *short break*



Korea Selatan

- 2025 378.602
- 2024 710.688

Karakteristik :
Wisatawan dengan minat tinggi pada aktivitas rekreasi modern dan olahraga; koneksi langsung ke Bali; tingkat pertumbuhan konsisten.



Australia

- 2025 813.548
- 2024 1.671.222

Karakteristik :
Wisatawan *leisure* dengan intensitas kunjungan berulang; dominan ke destinasi pantai (Bali, Lombok); cenderung tinggal lebih lama dan berorientasi pada wisata alam.



Amerika Serikat

- 2025 227.945
- 2024 436.054

Karakteristik :
Wisatawan *long-haul* bernilai tinggi; durasi tinggal lebih lama; kontribusi devisa besar meskipun volume lebih kecil dibanding Asia.



Singapura

- 2025 708.769
- 2024 1.408.015

Karakteristik :
Wisatawan dengan intensitas perjalanan rutin; banyak didorong oleh bisnis, MICE, dan leisure singkat; memanfaatkan posisi Singapura sebagai hub transportasi regional.



Inggris Raya

- 2025 204.497
- 2024 418.190

Karakteristik :
Pasar tradisional Eropa; karakter *long-stay*; berfokus pada eksplorasi budaya dan keunikan destinasi.



Tiongkok

- 2025 619.804
- 2024 1.198.582

Karakteristik :
Pasar besar Asia dengan rebound kuat pascapandemi; didominasi kelompok menengah-atas; mobilitas meningkat karena kebijakan visa dan rute langsung.



Prancis

- 2025 194.214
- 2024 392.133

Karakteristik :
Pasar Eropa kontinental; karakteristik perjalanan jangka panjang; konsisten pada destinasi dengan daya tarik budaya dan alam.



India

- 2025 434.602
- 2024 776.294

Karakteristik :
Pasar potensial dengan pertumbuhan signifikan; mobilitas meningkat pasca-2022; kontribusi utama dari segmen urban dan menengah-atas.



Timor-Leste

- 2025 148.214
- 2024 346.337

Karakteristik :
Pasar khusus berbasis lintas-batas; motivasi utama bisnis, pendidikan, dan kunjungan keluarga; volume relatif kecil namun stabil.



Sumber: Aron Visuals/Unsplash

Struktur negara asal wisman didominasi beberapa negara utama yang mengarah pada kombinasi *short-haul* dan *long-haul*. Pasar teratas seperti Malaysia, Australia, Singapura, Tiongkok, dan India menjadi pendorong utama pertumbuhan kunjungan internasional, mencerminkan arah pemulihan yang mengarah pada diversifikasi pasar yang lebih seimbang antara kawasan *short-haul* dan *long-haul*. Ke depan, kompetisi antarnegara dalam menarik wisatawan global akan semakin ketat, di tengah strategi promosi agresif yang dilakukan oleh berbagai destinasi pesaing. Dalam konteks tersebut, penguatan promosi pariwisata nasional akan terus diakselerasi, termasuk melalui optimalisasi strategi komunikasi dan peningkatan *country brand index* Indonesia agar dapat menempati posisi lima besar di kawasan Asia.

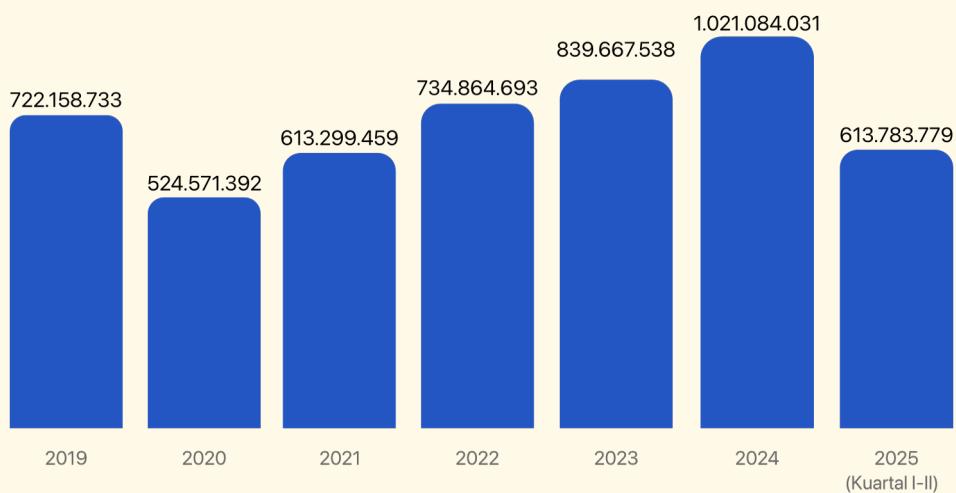


Bersemi dari Rumah Sendiri

Hingga Semester I 2025 perjalanan wisnus mencapai lebih dari **613 juta** perjalanan atau **60,11%** dari total tahun 2024

Kinerja pariwisata nasional pascapandemi ditopang oleh peran dominan wisatawan nusantara (wisnus) yang menjadi motor pemulihannya. Setelah sempat menurun tajam selama pandemi akibat pembatasan mobilitas, jumlah perjalanan wisnus kembali meningkat signifikan sejak 2022 dan menjadi pendorong utama pemulihannya. Pada 2024, mobilitas wisnus bahkan telah melampaui tingkat prapandemi dengan capaian rekor 1,02 miliar perjalanan. Momentum positif ini berlanjut pada semester I 2025, dengan lebih dari 613 juta perjalanan telah tercatat atau setara 60,11% dari total tahun sebelumnya. Jika tren ini berlanjut, 2025 berpotensi kembali mencatat rekor tertinggi dalam satu dekade terakhir. Capaian tersebut menegaskan bahwa wisnus bukan hanya berperan sebagai penyelamat sektor pariwisata di masa krisis, tetapi juga menjadi fondasi utama pertumbuhan pariwisata Indonesia ke depan.

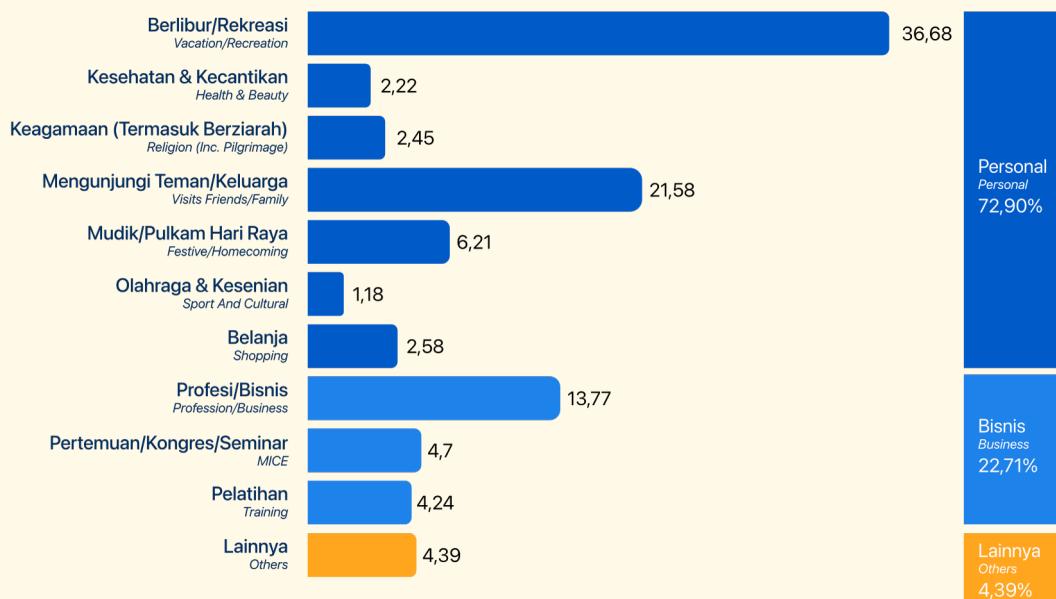
Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara 2019–2025



Sumber: Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara (BPS, 2025)

Perilaku perjalanan wisnus didorong terutama oleh motivasi personal, khususnya untuk rekreasi dan mempererat hubungan sosial. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024, liburan menjadi tujuan utama perjalanan, disusul kunjungan kepada keluarga atau teman, serta tradisi mudik yang menjadi ciri khas mobilitas nasional. Pola ini mencerminkan bahwa pariwisata nusantara tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga memiliki dimensi emosional dan sosial yang kuat, sekaligus memenuhi kebutuhan masyarakat akan ruang jeda dari rutinitas.

Proporsi Perjalanan Wisatawan Nusantara menurut Maksud Utama Perjalanan (%) 2024

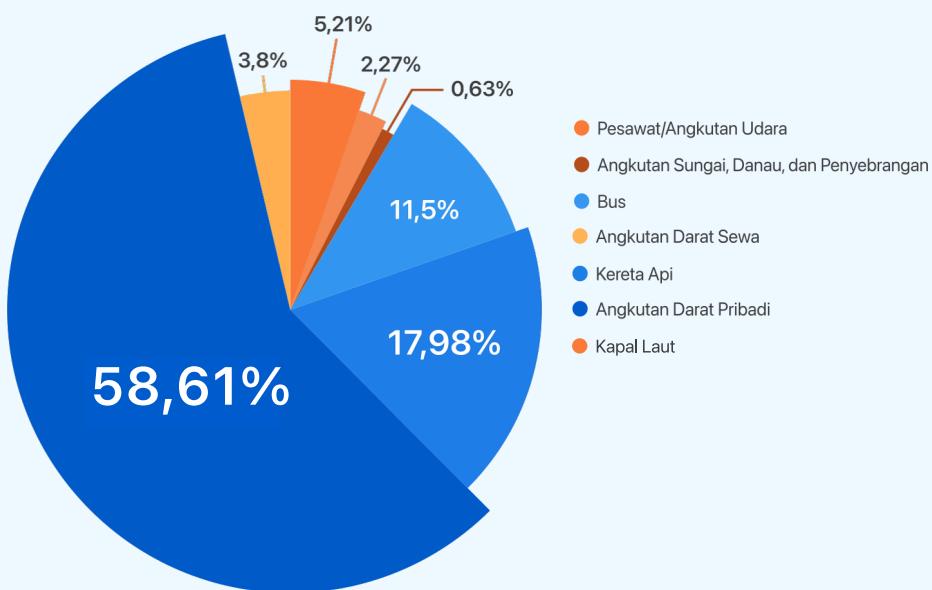


Sumber: Statistik Wisatawan Nusantara 2024 (BPS, 2025)

Selain untuk rekreasi, perjalanan yang berkaitan dengan bisnis dan profesi juga turut mendorong pergerakan wisnus. Aktivitas seperti pekerjaan dinas, pelatihan, serta penyelenggaraan *Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition* (MICE) memperluas fungsi pariwisata menjadi bagian dari ekosistem ekonomi produktif. Perkembangan konektivitas antarwilayah dan kemunculan kota-kota besar sebagai pusat bisnis dan konferensi turut memperkuat fenomena ini. Di sisi lain, keberagaman aktivitas wisata, mulai dari wisata religi, belanja, olahraga, hingga perawatan diri, menunjukkan semakin kompleksnya motivasi perjalanan wisnus di era pascapandemi, yang memperkaya lanskap pasar pariwisata domestik.

Mobilitas wisnus masih didominasi oleh penggunaan moda transportasi darat, khususnya kendaraan pribadi. Pilihan ini didorong oleh fleksibilitas, efisiensi biaya, dan kenyamanan yang lebih tinggi, terutama di Pulau Jawa dan Sumatra yang ditunjang jaringan jalan tol yang semakin luas. Hal ini menunjukkan bahwa infrastruktur darat tetap menjadi tulang punggung utama mobilitas domestik, khususnya untuk perjalanan jarak pendek hingga menengah. Sementara itu, moda transportasi massal seperti bus dan kereta api masih memegang peranan penting, terutama pada periode puncak perjalanan seperti musim liburan dan arus mudik. Untuk perjalanan jarak jauh antar-pulau, pesawat terbang menjadi pilihan utama meskipun porsi penggunaannya masih relatif kecil, mencerminkan keterbatasan rute dan sensitivitas wisnus terhadap harga tiket. Moda laut, sungai, dan penyeberangan juga berperan penting di wilayah kepulauan, sedangkan layanan *travel* dan penyewaan kendaraan pribadi menambah fleksibilitas bagi wisatawan yang menginginkan kenyamanan dan mobilitas kelompok (*group trip*).

Persentase Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Jenis Transportasi yang Digunakan



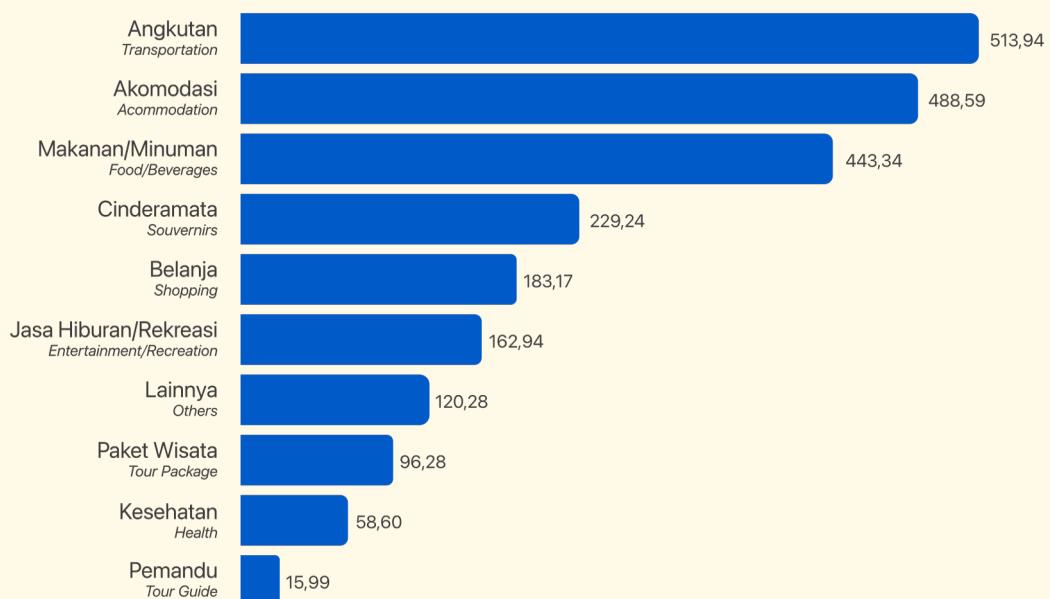
Sumber: Statistik Wisatawan Nusantara 2024 (BPS, 2025)



Sumber: Arya Krisdyantara/Unsplash

Struktur pengeluaran wisnus terutama untuk biaya transportasi diikuti akomodasi dan makanan-minuman. Besarnya alokasi pengeluaran untuk mobilitas menunjukkan bahwa koneksi merupakan faktor kunci dalam keputusan berwisata domestik. Sensitivitas terhadap tarif transportasi menjadi isu penting, karena perbedaan biaya dapat memengaruhi preferensi wisatawan untuk memilih destinasi luar negeri dengan harga yang kompetitif. Dominasi komponen transportasi dalam struktur pengeluaran juga berimplikasi pada terbatasnya ruang belanja untuk pos lain, seperti akomodasi, kuliner, dan rekreasi. Sementara itu, diversifikasi pengeluaran juga mulai tampak pada sektor hiburan, paket wisata, dan layanan kesehatan yang semakin populer bagi wisnus.

Rata-Rata Pengeluaran per Perjalanan Menurut Jenis Pengeluaran (ribu rupiah) 2024



Sumber: Statistik Wisatawan Nusantara 2024
(BPS, 2025)



2.2 Menuju 2026: Menakar Harapan dengan Memperkuat Kewaspadaan Ekonomi dan Mendorong Geliat Pariwisata

Pertumbuhan ekonomi tahun 2025 diprakirakan berkisar **4,6–5,4%**
dan meningkat pada 2026

Prospek perekonomian Indonesia ke depan akan terus membaik didukung stabilitas makroekonomi yang akan tetap terjaga. Pertumbuhan ekonomi pada 2025 diprakirakan berada sedikit di atas titik tengah kisaran 4,6–5,4% dan meningkat pada 2026. Stabilitas makroekonomi terjaga dengan inflasi yang rendah dalam kisaran sasarannya, stabilitas nilai tukar Rupiah yang terjaga, serta Neraca Pembayaran Indonesia yang tetap baik dengan didukung defisit transaksi berjalan yang sehat dan aliran modal yang meningkat. Kondisi makroekonomi yang tetap terjaga memberi ruang lebih luas bagi pariwisata untuk berperan sebagai motor pertumbuhan ekonomi yang merata hingga ke daerah. Selain itu, dukungan kebijakan afirmatif fiskal untuk pelaku usaha pariwisata dapat menopang kinerja pariwisata di tengah masih tingginya ketidakpastian.

Perekonomian 2026 akan didukung arah kebijakan fiskal yang difokuskan untuk mewujudkan Kedaulatan Pangan, Energi, dan Ekonomi dalam rangka menuju Indonesia Tangguh, Mandiri, dan Sejahtera. Untuk itu, strategi kebijakan fiskal 2026 diarahkan untuk dapat meredam dampak rambatan gejolak eksternal, sekaligus juga mampu mendukung agenda pembangunan jangka menengah secara optimal. Secara khusus terkait pariwisata, alokasi belanja fiskal diarahkan sebagai salah satu strategi peningkatan investasi dan pertumbuhan ekonomi nasional melalui peningkatan nilai tambah dari aktivitas pariwisata, pengembangan kawasan pariwisata, termasuk dukungan konektivitas yang selaras dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun 2025–2029.

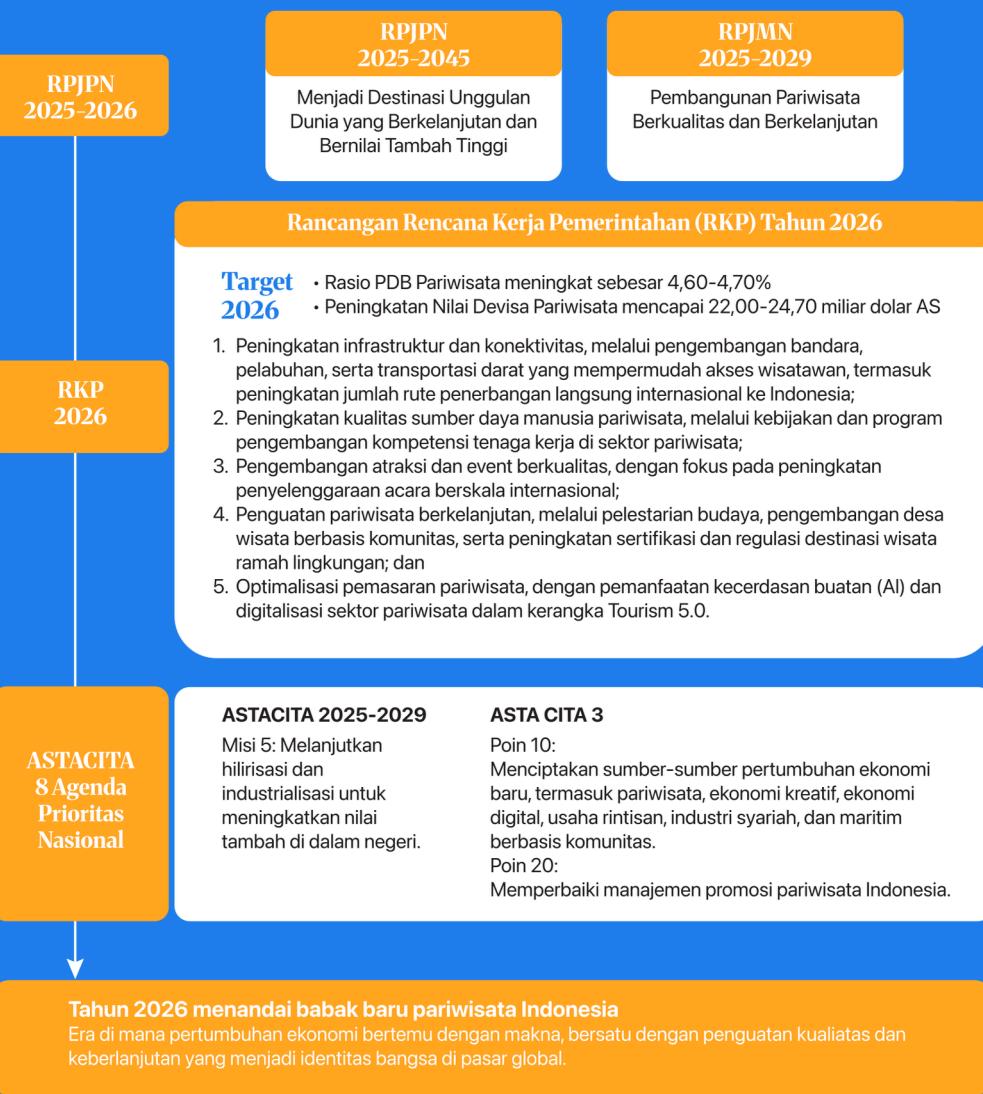


Arah kebijakan pariwisata dalam Rancangan Rencana Kerja Pemerintah (RKP) tahun 2026 diprioritaskan pada penguatan nilai tambah dan daya saing guna mendukung target RPJMN 2025–2029. RKP tahun 2026 menetapkan sasaran peningkatan rasio PDB pariwisata menjadi 4,6–4,7% dengan devisa mencapai 22,00–24,70 miliar dolar AS. Sasaran ini diselaraskan dengan target RPJMN 2025–2029 yang menargetkan rasio PDB pariwisata sebesar 4,9–5,0% dan devisa 32,00–39,40 miliar dolar AS pada 2029. Upaya pencapaian dilakukan melalui strategi pembangunan pariwisata yang berkualitas dan berkelanjutan, meliputi peningkatan konektivitas dan infrastruktur, penguatan kompetensi sumber daya manusia, pengembangan atraksi dan event internasional, pelestarian budaya serta pengembangan desa wisata berbasis komunitas, hingga optimalisasi promosi digital berbasis *Tourism 5.0*.

Kombinasi antara stabilitas makroekonomi dan kebijakan pemerintah yang proaktif dapat menempatkan pariwisata sebagai pilar strategis pertumbuhan nasional pada 2026. Prospek cerah tersebut merupakan hasil dari langkah-langkah konkret berupa investasi pada SDM yang unggul, pengembangan destinasi yang berkualitas, serta promosi yang gencar. Dengan demikian, pariwisata siap menjalankan perannya sebagai sektor andalan yang mampu menciptakan pertumbuhan ekonomi inklusif, memperluas lapangan kerja, dan memperkuat daya saing pariwisata Indonesia di kancah global.

Sasaran rasio PDB
pariwisata tahun 2026
sebesar
4,6-4,7%
dengan devisa sebesar
22,00-24,70
miliar dolar AS

Arah Kebijakan Pengembangan Pariwisata Berkualitas dan Berkelanjutan





Pasar Terus Berkembang, Destinasi Kian Gemilang

Proyeksi kinerja sektor pariwisata Indonesia tahun 2026 membuka ruang besar untuk perbaikan sekaligus peluang akselerasi. Arah perkembangan pariwisata nasional tergambar dari *Expert Survey* yang memetakan proyeksi kinerja, faktor penentu, risiko terbesar, pasar potensial, hingga destinasi yang diperkirakan tumbuh signifikan pada tahun 2026. *Expert Survey* atau survei pandangan pakar melibatkan 113 pakar dari kalangan akademisi, pemerintah, pelaku usaha, komunitas, dan media yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia.

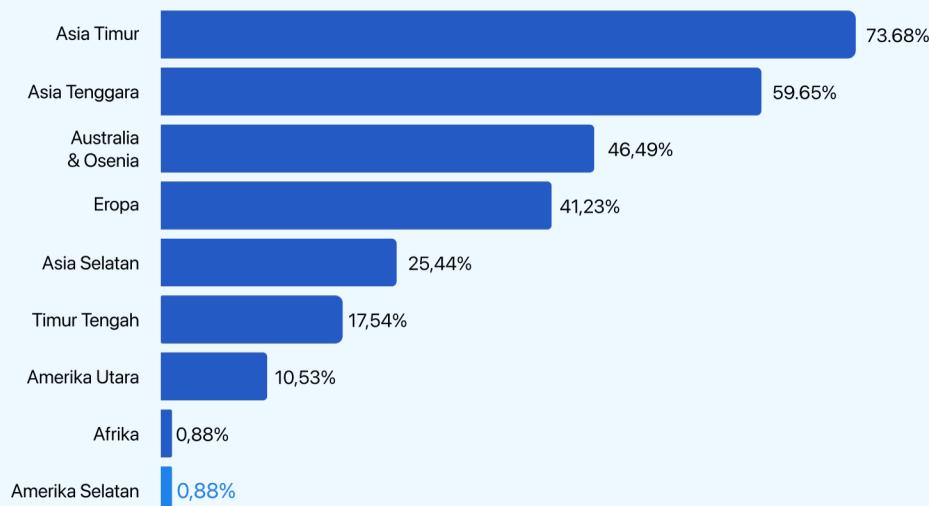
Kinerja sektor pariwisata diperkirakan masih akan menghadapi tantangan untuk dapat mengoptimalkan peluang yang dimilikinya. Berdasarkan hasil survei, mayoritas pakar menilai perlu penguatan langkah strategis untuk mengoptimalkan kinerja pariwisata 2026. Namun, optimisme yang kuat juga ditunjukkan oleh sebagian responden yang meyakini kinerja akan tumbuh lebih baik dari 2025. Kinerja pariwisata nasional 2026 akan dipengaruhi oleh beberapa faktor internal dan eksternal. Para pakar memandang bahwa kebijakan pemerintah dan isu global menjadi dua faktor penentu paling dominan yang memengaruhi kinerja sektor pariwisata nasional ke depan. Faktor pendukung daya saing lainnya mencakup dukungan infrastruktur, kesadaran perlunya aspek keberlanjutan dan lingkungan, dan *branding* destinasi. Kombinasi faktor-faktor tersebut diprediksi akan menentukan seberapa jauh pariwisata Indonesia mampu meningkatkan daya saing dan menguatkan posisi di kancah global.

Proyeksi Kinerja Sektor Pariwisata Indonesia 2026



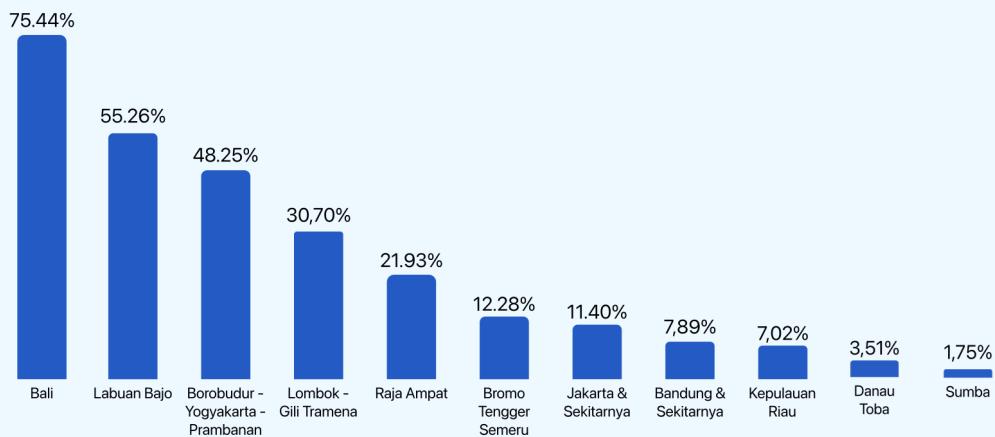
Sumber: Expert Survey (2025)

Pasar Wisman Potensial bagi Pertumbuhan Sektor Pariwisata 2026



Sumber: Expert Survey (2025)

Proyeksi Destinasi yang diperkirakan mengalami Pertumbuhan Signifikan pada Tahun 2026



Sumber: Expert Survey (2025)

Dari sisi permintaan, pasar wisatawan mancanegara pada 2026 diprediksi masih akan didominasi oleh kawasan Asia, bersamaan dengan peluang diversifikasi ke wilayah lain. Proyeksi pasar Asia Timur dan Asia Tenggara akan menjadi jangkar utama pertumbuhan, diikuti oleh Australia dan Oseania serta Eropa yang tetap signifikan melalui segmen berdaya beli tinggi. Sementara itu, pasar potensial seperti Asia Selatan dan Timur Tengah membuka peluang untuk diversifikasi produk wisata yang sesuai karakter pasar tersebut. Pola ini menegaskan bahwa pariwisata Indonesia memiliki spektrum pasar yang luas serta ketahanan untuk tumbuh di tengah dinamika global.

Dari sisi penawaran, destinasi-destinasi unggulan berpotensi tumbuh signifikan pada 2026. Bali dinilai akan tetap menjadi magnet utama pariwisata Indonesia. Keunggulan Bali juga diperkuat oleh pengakuan global sebagai destinasi populer kedua di dunia versi Tripadvisor 2025. Labuan Bajo dan Borobudur–Yogyakarta–Prambanan menunjukkan kapasitas menjadi ikon alternatif yang mampu mengimbangi dominasi Bali, sementara Lombok–Gili–Tramena dan Raja Ampat memperlihatkan momentum kuat sebagai destinasi berbasis alam dan wisata bahari kelas dunia. Bromo–Tengger–Semeru memperkaya variasi produk wisata dengan karakter kombinasi alam dan budaya. Temuan ini menegaskan peluang besar Indonesia untuk menampilkan wajah pariwisata yang lebih beragam, berkeadilan, dan berkelanjutan.

“Pasar wisatawan Indonesia yang luas dan keragaman destinasi yang tinggi memberikan optimisme terhadap kinerja pariwisata nasional ke depan”



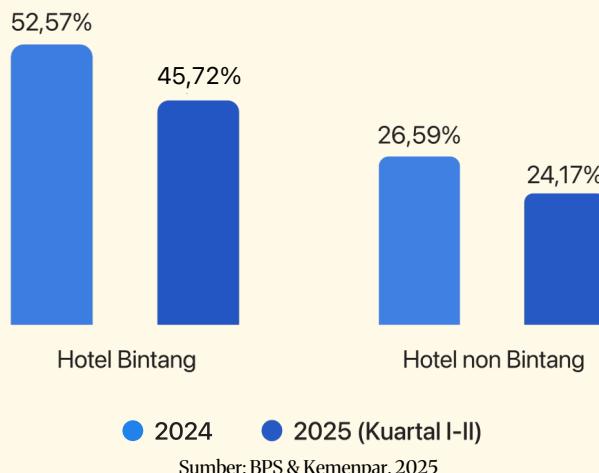
Sumber: Wayan Aditya/Unsplash

Industri Perhotelan 2026: Mengubah Tantangan Menjadi Peluang

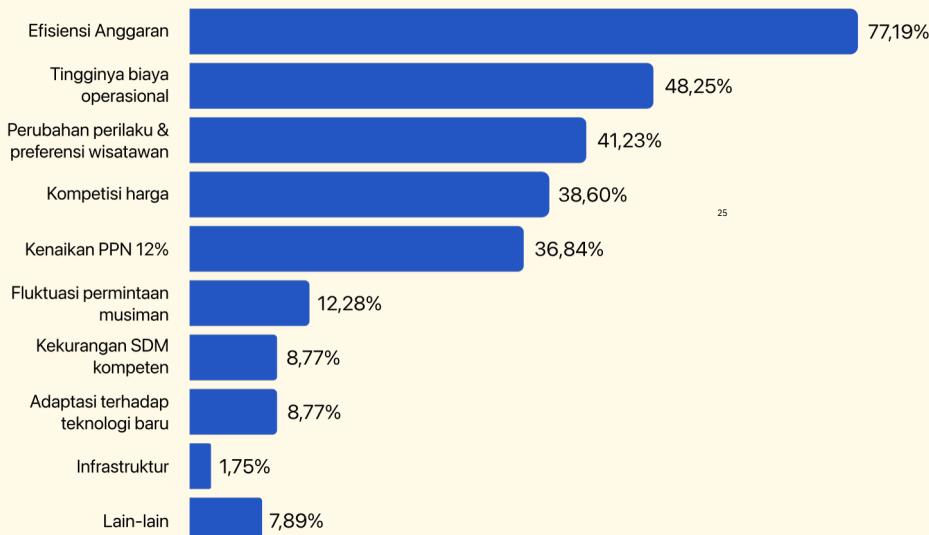
Tahun 2025 menjadi masa adaptasi bagi industri perhotelan nasional karena adanya dinamika kebijakan efisiensi anggaran. Hal ini ditandai dengan penurunan Tingkat Penghunian Kamar (TPK) sepanjang 2025 yang mendorong perhotelan untuk menempuh berbagai strategi adaptif. Pada kuartal I dan II 2025, terjadi penurunan rata-rata ke 45,7% untuk hotel bintang dan 24,17% untuk non-bintang. Kondisi ini jauh di bawah 2024 yang menunjukkan rata-rata okupansi hotel bintang mencapai 52,57% dan hotel non-bintang sebesar 26,59%. Kondisi ini tidak terlepas dari adanya kebijakan pemerintah, khususnya terkait dengan efisiensi anggaran yang perlu ditempuh untuk pengalihan belanja prioritas. Selain itu, adanya perubahan perilaku perjalanan wisatawan hingga faktor lain yang berkaitan dengan biaya perjalanan turut memengaruhi kinerja industri perhotelan.

Tantangan yang dihadapi industri perhotelan juga dapat dimaknai sebagai momentum untuk transformasi fundamental. Menurut survei, tantangan terbesar datang dari adanya efisiensi anggaran pemerintah yang menekankan ketergantungan industri perhotelan terhadap sektor publik. Biaya operasional yang tinggi dan perubahan perilaku wisatawan mempertegas bahwa strategi lama sudah tidak lagi relevan. Kompetisi harga yang ketat dan kenaikan PPN 12% kian mempersempit ruang marjin, membuat pelaku industri harus cermat menentukan strategi agar tidak terjebak perang harga semata.

Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel Bintang dan Non Bintang di Indonesia 2024–2025



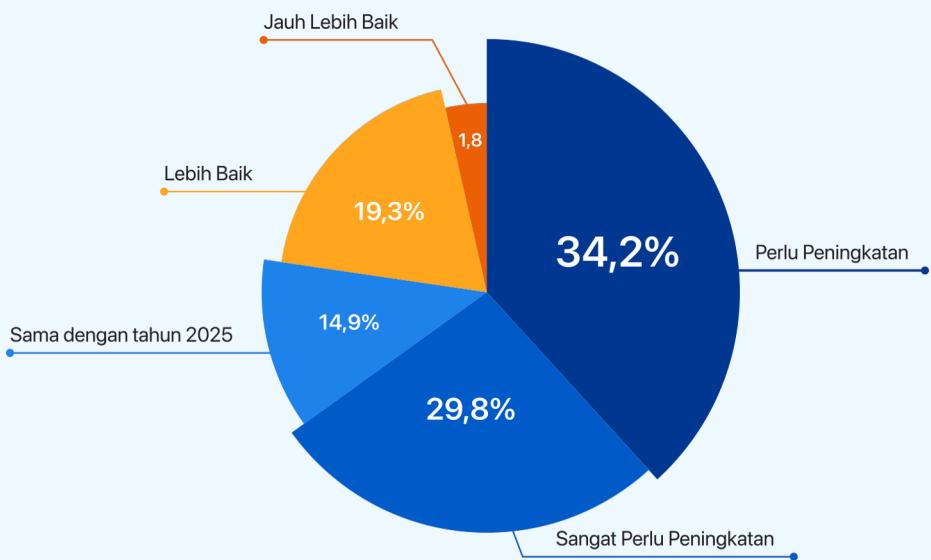
Tantangan Utama yang dihadapi Industri Perhotelan Indonesia Tahun 2025



Sumber: Expert Survey (2025)

Peluang untuk tumbuh tetap terbuka lebar apabila tekanan jangka pendek dikelola sebagai momentum pembaruan. Fluktuasi permintaan musiman, kekurangan SDM kompeten, dan adaptasi terhadap teknologi baru justru bisa menjadi titik balik jika dikelola dengan inovasi. Industri dapat memanfaatkan teknologi digital untuk menekan biaya, melatih SDM secara lebih efektif, dan membaca pola permintaan dengan analitik yang lebih presisi. Jika pelaku usaha mampu menjadikan tekanan ini sebagai momentum transformasi, industri perhotelan pada 2026 berpeluang tumbuh lebih gesit dan berdaya saing tinggi.

Proyeksi Kinerja Industri Perhotelan di Indonesia 2026



Sumber: Expert Survey (2025)

Hasil survei menunjukkan proyeksi kinerja industri perhotelan di tahun 2026 masih menghadapi tantangan. Mayoritas responden menyatakan masih dibutuhkan upaya penguatan untuk menghadapi tantangan yang ada. Meskipun demikian, sebagian responden memprediksi kinerja sektor perhotelan di 2026 akan jauh lebih baik dibandingkan kondisi saat ini. Hasil survei ini menyatakan bahwa industri perhotelan masih memerlukan upaya kolaboratif untuk arah yang lebih baik ke depan.

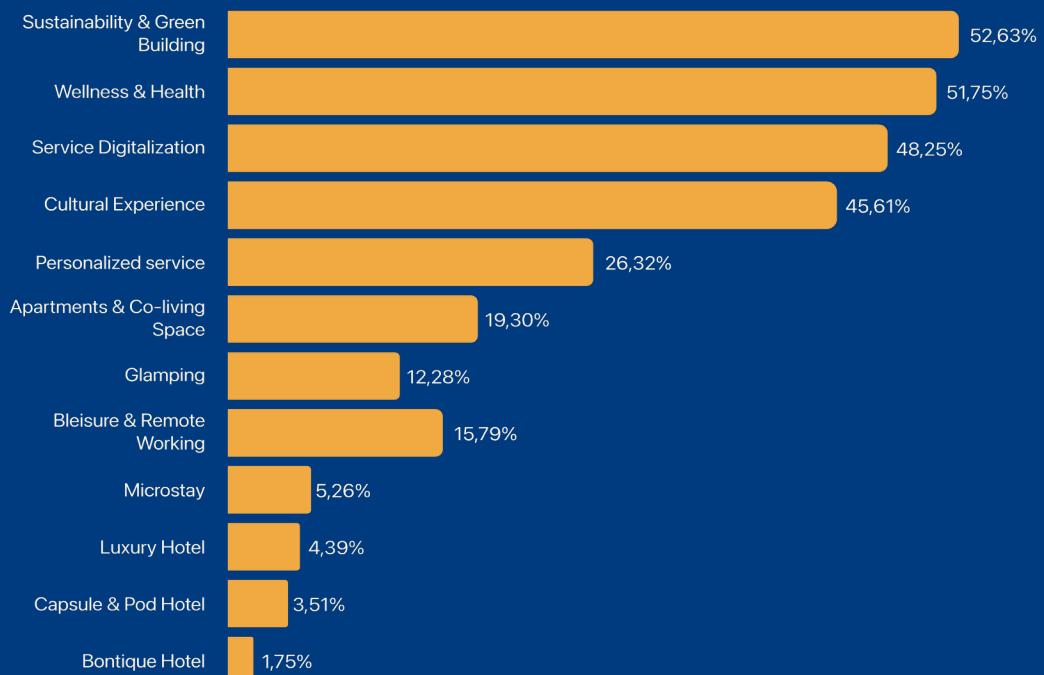


Sumber: Visualofdana/Unsplash

Intervensi kebijakan yang tepat menjadi faktor kunci dalam mempercepat laju pertumbuhan industri perhotelan nasional. Para ahli menilai bahwa insentif fiskal dan pajak bagi sektor perhotelan merupakan salah satu bentuk dukungan kebijakan yang paling mendesak saat ini. Selain itu, penguatan strategi keberlanjutan melalui penerapan prinsip ramah lingkungan, optimalisasi digitalisasi dalam operasional, serta peningkatan efektivitas program pemasaran dan promosi dinilai penting untuk menjaga daya saing industri. Kebijakan lain yang juga krusial mencakup penyederhanaan perizinan usaha, perlindungan terhadap praktik persaingan tidak sehat dari akomodasi non-formal, serta peningkatan kapasitas SDM melalui pelatihan dan sertifikasi. Langkah-langkah tersebut mencerminkan kesadaran bahwa industri perhotelan tidak hanya perlu efisien secara operasional, tetapi juga harus bertransformasi menuju pertumbuhan yang inklusif dan berkelanjutan.

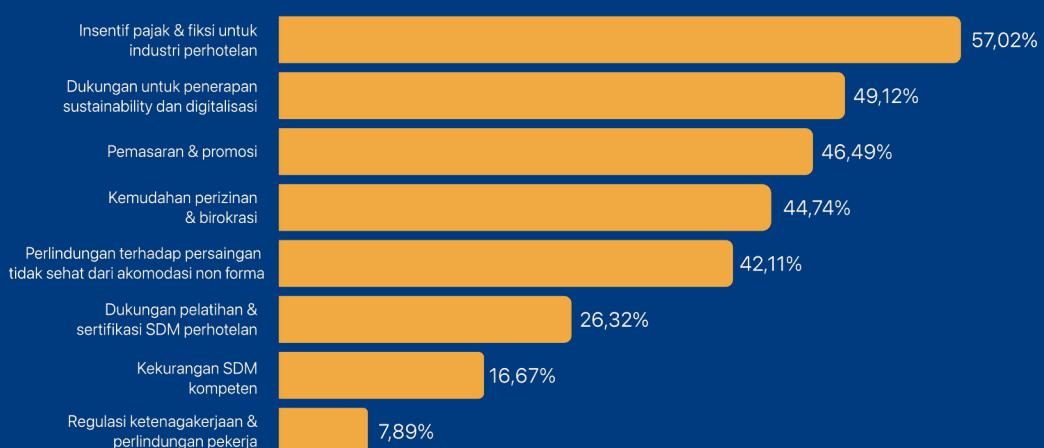
Kebijakan yang tepat tidak hanya berfungsi sebagai peredam tekanan, tetapi juga sebagai jembatan menuju transformasi industri dalam menghadapi tren pasar yang semakin beragam. Hasil *Expert Survey* menunjukkan *sustainability & green building*, *wellness & health*, dan *service digitalization* menjadi tiga pendorong utama yang akan mendominasi lanskap perhotelan. Hal ini selaras dengan prioritas kebijakan yang menuntut insentif fiskal, dukungan digitalisasi, dan promosi pariwisata, menegaskan bahwa industri harus siap menjawab minat wisatawan yang semakin peduli pada lingkungan, kesehatan, dan kenyamanan layanan. Lebih jauh, tren *cultural experience* dan *personalized service* memberikan peluang bagi destinasi lokal untuk mengedepankan kekuatan budaya serta keramahtamahan khas Indonesia. Di sisi lain, munculnya konsep baru seperti *co-living space*, *glamping*, dan *business+leisure (bleisure)* menandakan pola konsumsi wisata yang semakin fleksibel dan berorientasi pada pengalaman.

Tren Industri Perhotelan yang diprediksi akan Mendominasi di Indonesia 2026



Sumber: Expert Survey (2025)

Kebijakan yang paling Krusial untuk Merespon Tren Perhotelan 2026

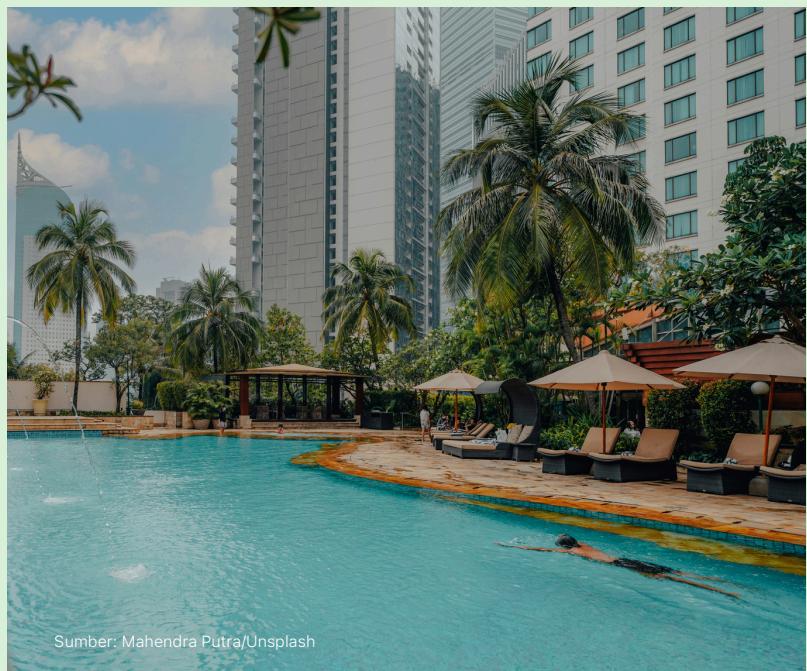


Sumber: Expert Survey (2025)



Tahun 2026 berpotensi menjadi era kebangkitan baru bagi perhotelan Indonesia, melalui sinergi antara kebijakan yang adaptif dan industri perhotelan yang inovatif. Apabila kebijakan strategis seperti insentif pajak hingga dukungan SDM berjalan optimal, tren di tahun 2026 bisa menjadi katalis yang mengubah industri perhotelan, dari sekadar penyedia akomodasi menjadi penggerak ekosistem pariwisata berkelanjutan.

Dinamika okupansi saat ini menjadi peluang strategis untuk mereformasi arah segmen perhotelan nasional. Kebijakan efisiensi pemerintah mendorong industri perhotelan untuk memfokuskan pasarnya kepada pelaku usaha swasta. Pergeseran ini diperlukan sebagai langkah adaptif untuk merespons dinamika kebijakan yang ada. Selain itu, strategi lain yang dapat dilakukan adalah penerapan harga fleksibel (*dynamic pricing*) yang merespons permintaan secara *real-time*. Pendekatan ini memungkinkan hotel untuk mengoptimalkan pendapatan saat permintaan tinggi, misalnya seperti saat event besar atau musim liburan, meskipun tingkat hunian secara umum belum stabil. Strategi ini, jika dipadukan dengan inovasi lain seperti paket *bundling* dan digitalisasi distribusi, akan menjadikan tahun 2026 sebagai momen kebangkitan. Peluang ini harus dimanfaatkan untuk mengakselerasi perputaran ekonomi dan merevitalisasi industri perhotelan secara holistik.



Sumber: Mahendra Putra/Unsplash



2.3 Menjahit Peluang Menuju *Quality Tourism* 2026

Pariwisata Indonesia memasuki fase strategis dengan menetapkan pariwisata berkualitas dan berkelanjutan sebagai pilar utama pembangunan dalam RPJMN 2025–2029. Fokus kebijakan diarahkan pada peningkatan nilai tambah dan daya saing sektor, melalui penguatan tata kelola destinasi, peningkatan kualitas layanan, dan pemanfaatan potensi ekonomi lokal secara optimal. Isu-isu strategis yang dihadapi meliputi: (i) degradasi lingkungan dan erosi nilai budaya lokal; (ii) keterbatasan amenitas, aksesibilitas, dan atraksi; (iii) kualitas layanan yang belum berorientasi pada pengalaman wisata; (iv) rendahnya tingkat pengeluaran wisatawan; serta (v) kapasitas sumber daya manusia dan optimalisasi ekonomi lokal yang masih terbatas.

Berbagai dinamika di sektor pariwisata sepanjang tahun 2025 menunjukkan perlunya penguatan efektivitas kebijakan. Sejumlah peristiwa seperti banjir di Bali, degradasi ekosistem di Raja Ampat, serta kecelakaan di beberapa lokasi wisata mencerminkan terbatasnya kapasitas tata kelola dalam menjaga keseimbangan antara pertumbuhan pariwisata dan daya dukung lingkungan. Kondisi tersebut menegaskan pentingnya penguatan koordinasi lintas sektor, penerapan standar keberlanjutan, dan pengawasan terpadu sebagai landasan bagi pembangunan pariwisata nasional yang tangguh dan berkelanjutan.

Meningkatnya perhatian publik terhadap berbagai isu pariwisata memperlihatkan perlunya penguatan tata kelola yang lebih terarah dan terintegrasi. Pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat diharapkan mampu membangun komitmen bersama untuk mengarahkan transformasi sektor menuju pariwisata berkualitas (*quality tourism*). Sinergi lintas pemangku kepentingan menjadi landasan penting untuk memastikan kebijakan tidak hanya menargetkan pertumbuhan kunjungan, tetapi juga menghasilkan dampak ekonomi yang inklusif serta mendukung kelestarian sosial dan lingkungan.

“Pariwisata mendatang digerakkan oleh kesadaran hidup berkualitas: memuliakan kemanusiaan dan melestarikan lingkungan hidup. Pengalaman yang otentik dan unik, dicari oleh wisatawan yang matang dan mumpuni dalam meningkatkan kegiatan wisata sebagai peningkatan kualitas hidup.”

— Prof. Dr. Muhammad Baiquni, M.A.
Universitas Gadjah Mada

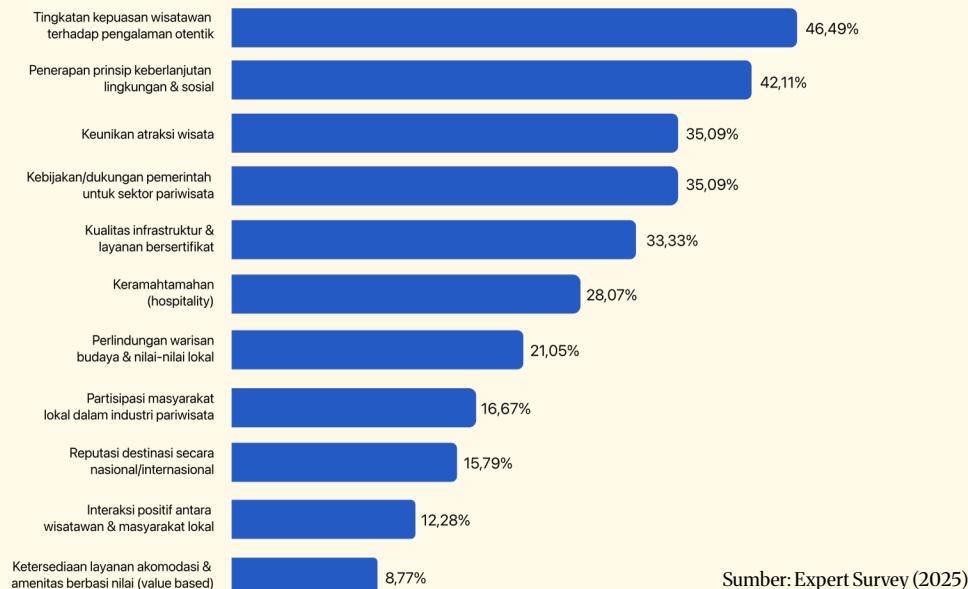
Quality Tourism Sebagai Kompas Pariwisata Nasional 2026

Perubahan lanskap preferensi wisatawan global menunjukkan pergeseran menuju pengalaman wisata yang autentik, bernilai, dan berkelanjutan. Hasil *expert survey* menegaskan bahwa pengalaman wisata autentik menjadi faktor dominan dalam menentukan arah pengembangan pariwisata Indonesia pada tahun 2026. Perubahan ini menandakan pergeseran struktural dalam pola permintaan pariwisata global, di mana keunikan atraksi, penerapan prinsip keberlanjutan, dan konsistensi kebijakan pemerintah menjadi tiga pilar utama dalam memperkuat fondasi pariwisata berkualitas di Indonesia.

Kebutuhan akan pariwisata yang berkualitas juga tercermin dari pentingnya peningkatan kualitas interaksi antarpelaku wisata. Standar layanan yang terukur, pelibatan masyarakat lokal, dan penerapan prinsip keramahan menjadi elemen pembentuk kepercayaan wisatawan serta citra destinasi yang berdaya saing. Perlindungan terhadap warisan budaya dan integrasi masyarakat dalam rantai nilai pariwisata memperkuat keberlanjutan sosial di tingkat lokal. Pada saat yang sama, reputasi destinasi dan inovasi dalam pengembangan amenitas perlu terus ditingkatkan guna memperluas daya saing pariwisata Indonesia di tingkat regional maupun global.

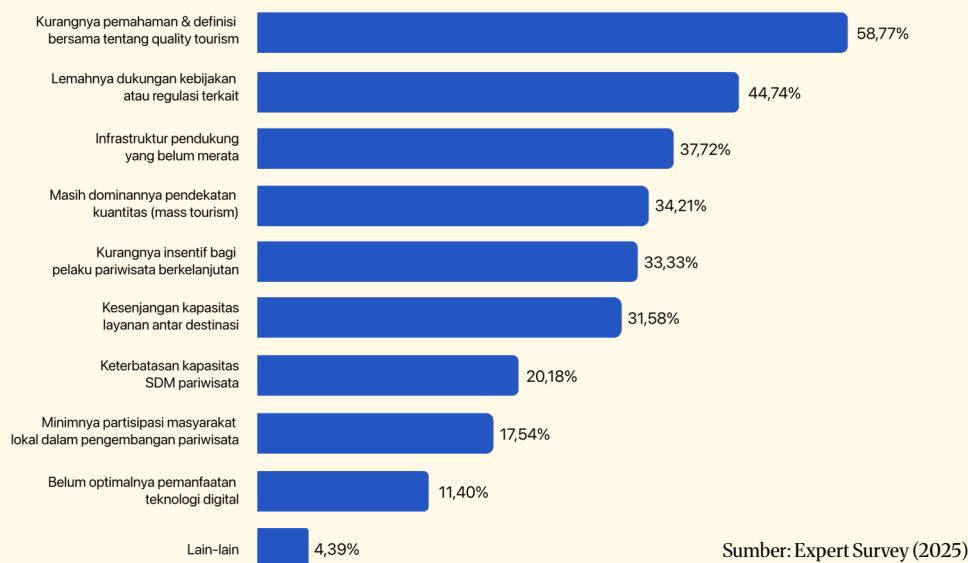
Mewujudkan pariwisata berkualitas menuntut koordinasi dan kolaborasi yang efektif antar pemangku kepentingan. Pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat perlu membangun sinergi dalam perencanaan dan pelaksanaan kebijakan agar arah pembangunan pariwisata lebih konsisten dan terukur. Upaya ini memerlukan perbaikan regulasi, insentif bagi pelaku usaha berkelanjutan, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia di seluruh rantai nilai sektor. Pemanfaatan teknologi digital perlu dioptimalkan untuk memperkuat tata kelola, transparansi, dan aksesibilitas informasi pariwisata.

Faktor yang paling mempengaruhi Penerapan Quality Tourism di Indonesia 2026



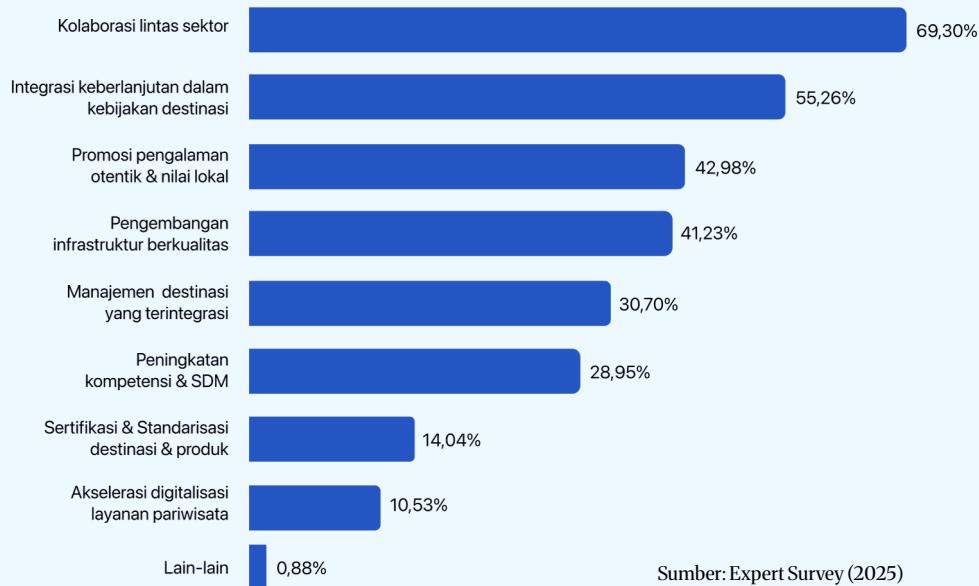
Sumber: Expert Survey (2025)

Tantangan utama yang diproyeksikan akan dihadapi dalam penerapan Quality Tourism di Indonesia 2026



Sumber: Expert Survey (2025)

Kebijakan untuk mendorong Pengembangan Quality Tourism di Indonesia 2026



Sumber: Expert Survey (2025)

Kerangka kebijakan tersebut dituangkan dalam peta jalan pembangunan pariwisata berkualitas yang menempatkan kolaborasi lintas sektor dan integrasi prinsip keberlanjutan sebagai landasan strategis. Pendekatan ini menjadi respons terhadap tantangan struktural sektor, seperti penurunan kualitas lingkungan, ketimpangan infrastruktur, dan paradigma pembangunan yang masih berorientasi pada volume kunjungan. Implementasi strategi dilakukan melalui penguatan nilai budaya lokal, pembangunan infrastruktur berdaya saing, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta penerapan tata kelola destinasi yang efisien dan berkelanjutan.

Sebagai bagian dari transformasi menuju pariwisata berkualitas, langkah-langkah implementatif perlu dijalankan secara terencana dan menyeluruh. Promosi berbasis pengalaman autentik dan nilai lokal menjadi instrumen strategis untuk memperkuat identitas destinasi dan meningkatkan kontribusi ekonomi daerah. Pengembangan infrastruktur berstandar tinggi serta pengelolaan destinasi terpadu menjadi solusi atas kesenjangan layanan dan keterbatasan amenitas. Dalam jangka menengah, peningkatan kompetensi sumber daya manusia dan penetapan standar layanan akan menjadi jaminan mutu, sementara transformasi digital berperan sebagai katalis untuk mempercepat proses modernisasi sektor pariwisata nasional.



Sumber: Arya Krisdyantara/Unsplash

Boks:**Penguatan Konektivitas Udara dalam Mendorong Pertumbuhan Pariwisata****7,05 juta**

Wisatawan mancanegara berkunjung ke Indonesia pada kuartal I dan II 2025

70,42%

Masuk melalui pintu udara, menegaskan pentingnya peran konektivitas udara sebagai tulang punggung pergerakan wisatawan mancanegara.

Melalui Keputusan Menteri Perhubungan Nomor KM 37 Tahun 2025, Pemerintah Indonesia menetapkan 36 bandara berstatus sebagai bandara internasional. Langkah ini merupakan inisiatif strategis untuk memperluas pintu masuk pariwisata Indonesia.

Pemerataan Akses Udara ke Destinasi Prioritas

Pemerataan akses udara melalui 40 bandara internasional menjadi langkah strategis memperkuat destinasi prioritas dan super prioritas seperti Labuan Bajo, Lombok, Belitung, dan Manado. Jalur langsung tanpa transit mempercepat arus wisatawan, menekan biaya perjalanan, serta mendorong pemerataan manfaat ekonomi dan daya saing pariwisata Indonesia di tingkat regional.

Penguatan Kolaborasi Infrastruktur dan Pasar Wisata

Penguatan konektivitas udara memerlukan sinergi pemerintah, operator bandara, dan pelaku pariwisata melalui peningkatan fasilitas, promosi terpadu, serta insentif penerbangan. Kolaborasi ini menempatkan bandara sebagai penggerak arus wisatawan dan investasi, sekaligus memperkuat daya saing pariwisata Indonesia di kawasan Asia Pasifik.

Optimalisasi Tata Kelola dan Efisiensi Operasional

Efisiensi dan adaptivitas tata kelola menjadi kunci konektivitas udara internasional yang berkelanjutan. Integrasi imigrasi, bea cukai, dan karantina yang cepat dan ramah wisatawan memperkuat daya saing serta produktivitas bandara, menjadikan Indonesia siap sebagai hub pariwisata modern di Asia Tenggara.

Bandara Internasional Yogyakarta, Komodo, dan Zainuddin Abdul Majid menjadi contoh penguatan konektivitas udara yang mendorong pemerataan wisata dan daya saing pariwisata Indonesia.

YOGYAKARTA

Pemberian status internasional Bandara Yogyakarta International Airport (YIA) menempatkannya pada posisi strategis sebagai gerbang utama menuju Destinasi Pariwisata Prioritas (DPP). YIA berpotensi menjadi simpul konektivitas berprospek global yang menghubungkan Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah dengan negara lain.

Dengan kapasitas yang direncanakan bertahap mencapai 20 juta penumpang per tahun, YIA memainkan peran vital sebagai motor penggerak potensi wisata di DPP Borobudur-Yogyakarta-Prambanan serta koridor selatan Jawa.

KOMODO

Bandara Komodo menempati posisi strategis sebagai gerbang utama menuju Taman Nasional Komodo. Keberlanjutan dan peningkatan status internasionalnya menjadi bagian dari agenda jangka panjang penguatan konektivitas lintas-negara untuk mempercepat pertumbuhan pariwisata dan ekonomi daerah.

Dengan proyeksi perluasan jaringan penerbangan internasional ke Singapura, Kuala Lumpur, Darwin, dan Seoul, Bandara Komodo memiliki prospek menjadi *hub* wisata bahari berstandar global, memperkokoh perannya dalam jejaring pariwisata internasional kawasan timur Indonesia.

ZAINUDDIN ABDUL MAJID

Bandara Zainuddin Abdul Majid di Praya, Lombok Tengah, berperan strategis sebagai gerbang utama menuju Mandalika, destinasi super prioritas nasional yang menjadi episentrum wisata olahraga, budaya, dan bahari di Nusa Tenggara Barat.

Dengan rute internasional aktif ke Kuala Lumpur dan Singapura serta rencana ekspansi ke Darwin dan Perth, bandara ini berpotensi tumbuh menjadi hub konektivitas Asia Pasifik, mempertegas peran Lombok-Gili Tramena sebagai destinasi pariwisata prioritas, sekaligus memperkuat Mandalika sebagai poros baru pariwisata internasional Indonesia bagian tengah.



BAB 3

Penerapan Pariwisata Berkualitas di Destinasi Pariwisata Indonesia

Asesmen Penerapan Pariwisata Berkualitas (QT) 2025 menunjukkan peningkatan di delapan destinasi utama dengan nilai empat pilar, yaitu daya saing dasar, keberlanjutan, keunikan, dan bernilai tinggi. Bali dan Borobudur–Yogyakarta–Prambanan (BYP) mencatat capaian tertinggi, terutama pada aspek keunikan yang didorong oleh keunikan atraksi alam dan budaya, serta keramahan masyarakat lokal. Meski demikian, aspek keberlanjutan masih menjadi tantangan terbesar di sebagian besar destinasi, khususnya terkait konservasi lingkungan dan pengelolaan limbah. Pilar bernilai tinggi dan daya saing dasar juga memerlukan penguatan melalui peningkatan fasilitas, layanan ramah lingkungan, dan kebijakan pendukung. Secara keseluruhan, asesmen ini menegaskan perlunya kolaborasi lintas kementerian untuk mempercepat transformasi menuju pariwisata berkualitas yang inklusif dan berdaya saing global.



Sumber: Filipe Freitas/Unsplash

Transformasi menuju pariwisata berkualitas terus diperkuat dalam pengembangan destinasi. Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2025-2029 menekankan arah kebijakan dan fokus penguatan prinsip pariwisata berkualitas di 10 Destinasi Pariwisata Prioritas (DPP) dan 3 Destinasi Pariwisata Regeneratif (DPR), dengan penekanan pada prinsip daya saing dasar, keberlanjutan, keunikan, dan bernilai tinggi. Strategi program pengembangan pariwisata secara nasional (*nation-wide*) juga telah diinisiasi melalui Pariwisata Naik Kelas, Gerakan Wisata Bersih (GWB), *Tourism 5.0, Event by Indonesia*, dan Pengembangan Desa Wisata. Penajaman arah kebijakan dan strategi program tersebut kemudian secara kontinyu diukur melalui Asesmen dan Pengkinian Indikator Penerapan Pariwisata Berkualitas pada tahun 2025 ini.

Asesmen penerapan pariwisata berkualitas menggunakan kombinasi data primer dan sekunder yang dibobot untuk memperoleh hasil yang komprehensif. Data sekunder dikumpulkan dari publikasi resmi kementerian/lembaga dan instansi terkait untuk menilai indikator kuantitatif secara *cross-sectional* pada 30 kabupaten/kota yang mewakili lima DPP dan tiga DPR. Sementara itu, data primer dikumpulkan melalui survei dan asesmen langsung yang melibatkan tim ahli dari kalangan akademisi dan pegiat pariwisata, khususnya untuk mengukur pilar keberlanjutan. Survei untuk data primer dilakukan terhadap wisatawan mancanegara dan nusantara berusia di atas 20 tahun, serta pelaku usaha pariwisata seperti hotel, restoran, agen perjalanan, dan toko suvenir. Secara umum, penilaian dilakukan dengan menggunakan skala Likert 1-7, sementara tim ahli menilai indikator keberlanjutan melalui wawancara mendalam dengan pengelola destinasi dan pemerintah daerah.

Metodologi pengukuran pariwisata berkualitas dikembangkan sejak 2020 dengan mengacu pada pendekatan di berbagai lembaga internasional. Pengukuran pariwisata berkualitas didasarkan pada empat pilar yang mencakup daya saing dasar, keberlanjutan, keunikan, dan bernilai tinggi, dengan total 107 indikator yang disusun mengacu pada *World Economic Forum* (WEF) dan *Global Sustainable Tourism Council* (GSTC). Setiap indikator dinormalisasi dan selanjutnya dibobot dengan pendekatan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Nusa Dua digunakan sebagai *benchmark* nasional karena menunjukkan capaian tertinggi dalam penerapan pariwisata berkualitas sehingga menjadi acuan dalam analisis *distance to frontier* (DTF). Hasil pengukuran kemudian dianalisis baik secara *time series* maupun *cross-section* dengan menggunakan skala Likert 1-7 untuk menilai kemajuan penerapan pariwisata berkualitas yang berorientasi pada keberlanjutan, inklusi, dan daya saing global.

Asesmen Penerapan Pariwisata Berkualitas (*Quality Tourism*, QT) pada 2025 ini digunakan sebagai acuan untuk memetakan ruang penguatan destinasi berdasarkan empat pilar utama. Asesmen Penerapan QT pada tahun 2025 ini diperluas menjadi 5 DPP (Danau Toba, Borobudur-Yogyakarta-Prambanan (BYP), Lombok-Gili Tramena, Labuan Bajo, Manado-Likupang) dan 3 DPR (Bali, Kepulauan Riau, Greater Jakarta). Sejalan dengan hal tersebut, terdapat pula perubahan ruang lingkup delineasi kabupaten/kota yang tercakup dalam pengukuran tahun ini, terutama di Danau Toba, BYP, Lombok-Gili Tramena, dan Manado-Likupang. Pelaksanaan asesmen QT 2025 dilakukan oleh tim kerja lintas kementerian/lembaga, yakni Kementerian PPN/Bappenas, Bank Indonesia, Kementerian Pariwisata, Kemenko Perekonomian, serta Badan Pusat Statistik. Kolaborasi ini merupakan bentuk komitmen bersama dalam mempercepat transformasi menuju pariwisata berkualitas yang inklusif dan berkelanjutan.

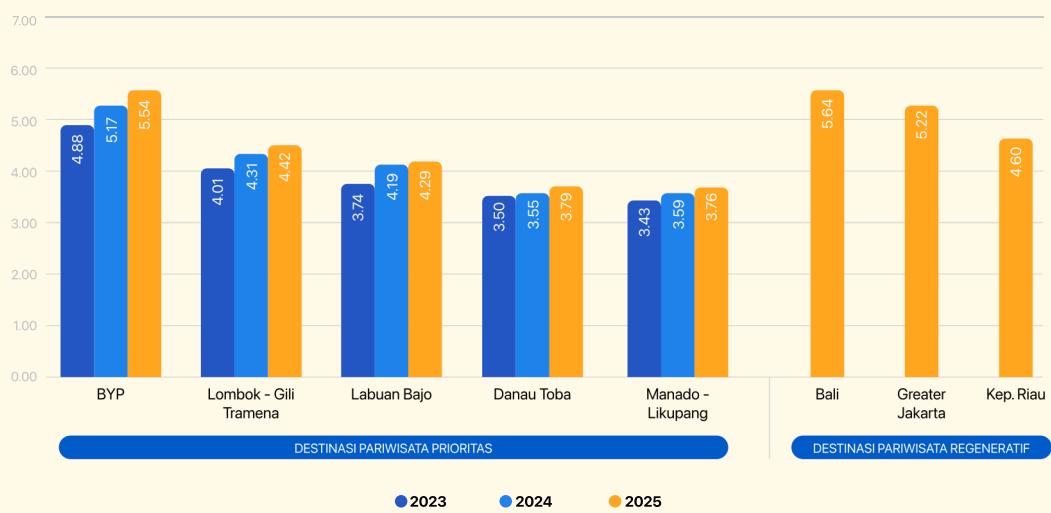




3.1 Temuan Umum

Penerapan pariwisata berkualitas di DPP dan DPR secara umum menunjukkan skor tertinggi di Bali dan disusul BYP. Penerapan pariwisata berkualitas di Bali terutama didukung oleh pilar keunikan dan keberlanjutan. Pada pilar keunikan, keramahan masyarakat lokal sekaligus keunikan budaya yang menonjol pada banyak aspek kehidupan di Bali, serta keunikan atraksi alam menjadi aspek penopang keunggulan. Selain itu, tersedianya kebijakan perlindungan atraksi wisata dan warisan budaya, pengawasan harian di destinasi yang dikelola Pemda, serta penerapan kebijakan zonasi mendukung terus membaiknya penerapan pilar keberlanjutan di destinasi ini. Selain Bali, pilar keunikan ini juga menjadi keunggulan DPP dan DPR lainnya. Sementara itu, pilar keberlanjutan terus membaik di hampir seluruh DPP dan DPR, kendati pilar daya saing dasar justru relatif menurun pada pengukuran 2025. Pilar bernilai tinggi juga menunjukkan tren positif di beberapa destinasi, terutama Labuan Bajo dan Danau Toba didukung aspek pengalaman bernalih tinggi yang meningkat.

Hasil Penilaian Pariwisata Berkualitas 2025



Sumber: Hasil Penilaian Pariwisata Berkualitas 2025

Pilar keunikan menjadi pilar dengan skor tertinggi di seluruh destinasi ditopang oleh keramahan masyarakat lokal. Keramahan masyarakat lokal menjadi penopang utama pilar keunikan, disertai atraksi alam dan budaya yang khas. Capaian ini menunjukkan karakter destinasi yang kuat dan beragam dengan keseimbangan antara keaslian budaya, pelayanan wisata, dan hubungan sosial yang harmonis. Nilai keunikan tertinggi dimiliki oleh destinasi Labuan Bajo. Keunggulan ini didorong oleh keunikan lanskap bahari dan satwa Komodo yang tidak ditemukan di destinasi lain. Penataan *Waterfront City* yang terintegrasi dengan panorama laut memperkuat daya tarik estetika. Secara umum, pilar keunikan di seluruh destinasi utamanya ditopang oleh aspek keramahan masyarakat lokal, didukung sikap terbuka masyarakat terhadap aktivitas pariwisata. Kegiatan seperti tur jelajah desa di Borobudur, penyambutan tarian Caci di Labuan Bajo, dan sapaan "Om Swastiastu" di Bali mencerminkan keramahan terhadap wisatawan. Labuan Bajo mencapai skor tertinggi pada kepercayaan masyarakat terhadap wisatawan melalui arahan pemandu lokal di Taman Nasional Komodo. Sementara, masyarakat Borobudur dan pecalang di Bali berperan aktif menjaga keamanan dan kenyamanan pengunjung. Selain itu, keterpaduan antara atraksi alam, desain ruang, dan pelestarian budaya yang memperkuat identitas pariwisata nasional menjadi faktor yang memperkuat aspek keunikan atraksi di seluruh destinasi, terutama Labuan Bajo, Bali, dan Danau Toba. Pilar keunikan turut diperkuat oleh keramahan pelaku usaha seiring reputasi pelaku usaha di lima destinasi utama yang tetap tinggi karena konsistensi menjaga kualitas dan keamanan wisatawan.

Penerapan pilar keberlanjutan menunjukkan perbaikan di seluruh destinasi. Perbaikan terutama didukung aspek pengelolaan destinasi berkelanjutan khususnya peran kelembagaan yang kuat, strategi yang terarah, serta kebijakan yang terstruktur. Inventarisasi aset dan atraksi wisata merupakan elemen penting bagi daya saing destinasi, sementara pelestarian budaya dan lingkungan turut memperkuat keberlanjutan sosial dan ekonomi masyarakat setempat. Berdasarkan hasil pengukuran tahun 2025, Bali menjadi destinasi yang paling unggul dalam penerapan pilar keberlanjutan dibandingkan destinasi lainnya, didukung aspek pelestarian budaya yang kuat dan pengelolaan destinasi yang menerapkan prinsip keberlanjutan. Kendati demikian, ruang penguatan pilar keberlanjutan perlu terus diprioritaskan mengingat *gap* yang masih cukup lebar dibandingkan dengan *benchmark* Nusa Dua. Prioritas penguatan dapat difokuskan pada aspek pelestarian lingkungan dan pelestarian budaya. Penerapan kebijakan pembatasan pengunjung juga perlu diimplementasikan secara lebih menyeluruh di DPP dan DPR terutama pada kawasan konsentrasi wisatawan di periode *peak season*.



Sumber: Fadhiba Nurhakim/Unsplash

Penguatan pada pilar bernilai tinggi dapat dioptimalkan pada aspek ketersediaan layanan akomodasi dan amenitas berbasis nilai. Adanya *gap* yang cukup lebar dengan Nusa Dua sebagai destinasi *benchmark* mencerminkan terbatasnya fasilitas bertaraf internasional di keseluruhan DPP dan Kepulauan Riau, khususnya untuk kegiatan MICE, olahraga, dan kesehatan. Sementara itu, Bali dan Greater Jakarta telah mencatatkan capaian yang lebih baik, bahkan melampaui capaian Nusa Dua pada penyediaan fasilitas yang berkualitas. Penguatan pada aspek ketersediaan layanan akomodasi dan amenitas berbasis nilai juga dapat ditingkatkan melalui akomodasi yang ramah lingkungan. Penambahan akomodasi yang tersertifikasi standar global dapat meningkatkan daya tarik destinasi bagi segmen wisatawan *high-spender* yang memiliki kepedulian terhadap keberlanjutan dan kualitas layanan. Selanjutnya penguatan pilar bernilai tinggi juga dapat terus didorong melalui peningkatan fasilitas *wellness* seperti spa dan pusat meditasi. Hal ini dapat dilakukan terutama pada Danau Toba, BYP, Lombok-Gili Tramena, Manado-Likupang, dan Greater Jakarta yang masih memiliki gap skor dengan Nusa Dua.

Penguatan pilar daya saing dasar perlu difokuskan pada aspek kebijakan pendukung. Penurunan skor pilar daya saing dasar yang terjadi pada 2025 lebih dipengaruhi oleh tantangan terkait dukungan kebijakan pusat dan daerah, termasuk dalam penyelenggaraan event, sejalan dengan efisiensi anggaran yang tengah ditempuh. Fokus penguatan juga perlu diarahkan pada aspek lingkungan pendukung dan infrastruktur fisik dasar, terutama terkait kebersihan lingkungan dan fasilitas kesehatan. Selain itu, terbatasnya tenaga kerja tersertifikasi di seluruh destinasi juga menjadi tantangan pada aspek lingkungan pendukung. Pada aspek infrastruktur fisik dasar, aksesibilitas menuju destinasi, ketersediaan layanan transportasi publik di destinasi, dan ketersediaan jumlah kamar di sekitar daya tarik wisata perlu ditingkatkan.



Sumber: Tohozi/Unsplash

3.2 Hasil Pengukuran Penerapan QT di Destinasi Pariwisata Prioritas

Danau Toba

Secara umum, skor penilaian pariwisata berkualitas di destinasi Danau Toba membaik, terutama didukung oleh pilar keunikan dan bernilai tinggi, terlebih pasca perbaikan yang dilakukan pemerintah dalam rangka revalidasi status UNESCO Global Geopark Toba Kaldera. Namun, penurunan skor pada pilar daya saing dasar perlu menjadi perhatian.

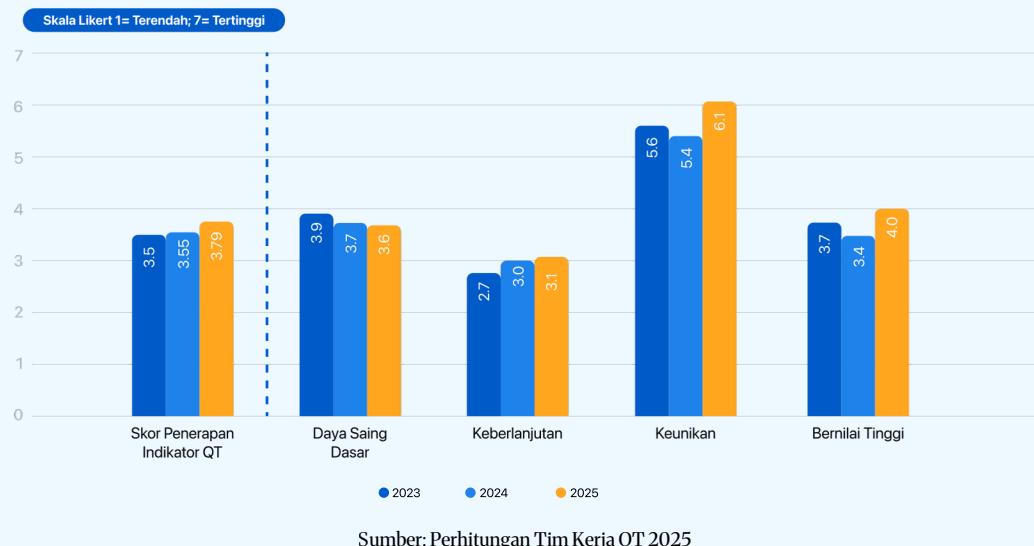
Pilar keunikan mencatat skor tertinggi di destinasi Danau Toba dengan peningkatan merata pada seluruh aspeknya. Aspek keramahan pelaku usaha dan masyarakat lokal meningkat cukup signifikan, mencerminkan perbaikan standar pelayanan dan kenyamanan wisatawan. Pelaku usaha di sektor transportasi, kuliner, dan suvenir menunjukkan sikap yang lebih baik dalam memberikan layanan pariwisata. Sementara itu, masyarakat lokal berkontribusi melalui interaksi yang cukup antusias, menjadikan pengalaman berwisata di Danau Toba perlahan lebih otentik dan berkesan.

Pilar bernilai tinggi di Danau Toba menunjukkan peningkatan signifikan dengan berkembangnya pengalaman wisata yang edukatif dan berdampak positif. Destinasi ini kini menawarkan atraksi eksklusif serta fasilitas *wellness*, juga dengan bertambahnya akomodasi bertaraf internasional. Perbaikan juga tampak pada layanan dan akomodasi bernilai dengan hadirnya hotel tersertifikasi ramah lingkungan, fasilitas MICE dan olahraga bertaraf internasional, serta layanan berbasis kearifan lokal. Segmen pasar premium dapat terlayani dengan tersedianya akomodasi eksklusif dan menjadikan Danau Toba lebih kompetitif sebagai destinasi prioritas.



Sumber: Fahrul Razi/Unsplash

Hasil Penilaian Pariwisata Berkualitas per Pilar pada Destinasi Pariwisata Prioritas Danau Toba



Pilar keberlanjutan di Danau Toba juga mengalami perbaikan. Pengelolaan destinasi kini lebih terarah dengan kebijakan dan kelembagaan yang menjaga keseimbangan antara pertumbuhan pariwisata dan kelestarian lingkungan. Upaya pelestarian budaya dan lingkungan diperkuat melalui panduan perilaku pengunjung, pengelolaan limbah, konservasi energi, serta promosi kesenian dan nilai lokal. Selain itu, keterlibatan masyarakat meningkat melalui desa wisata, Pokdarwis, dan dukungan terhadap UMKM, menjadikan mereka bagian penting dari ekosistem pariwisata berkelanjutan di Danau Toba.

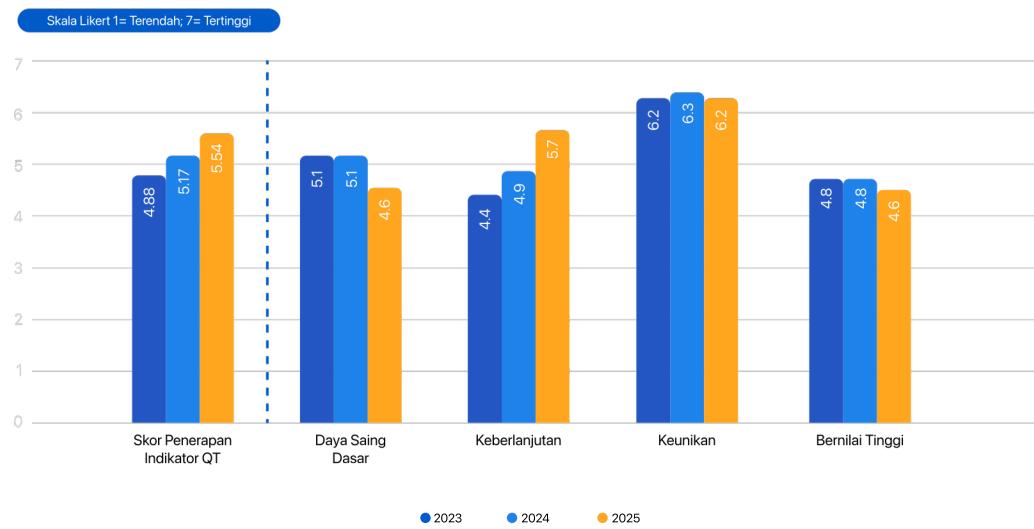
Pilar daya saing dasar di Danau Toba di sisi lain mengalami penurunan akibat belum optimalnya dukungan infrastruktur fisik dasar. Akses internasional saat ini masih terbatas, dan utamanya ditopang oleh Bandara Kualanamu yang berlokasi jauh dari kawasan destinasi. Konektivitas antarwilayah dan kualitas infrastruktur dasar seperti transportasi, jalan, dan fasilitas wisata juga belum merata. Selain itu, potensi alam dan budaya belum sepenuhnya dikembangkan menjadi produk wisata beragam dan berkelanjutan, sementara atraksi buatan masih belum mampu menarik segmen pasar baru secara konsisten. Beberapa atraksi buatan seperti Taman Mini Geopark dan *Trail of the Kings* belum mampu menarik segmen pasar baru secara konsisten, sementara itu diversifikasi atraksi masih terfokus di kawasan tertentu.

Borobudur-Yogyakarta-Prambanan

Skor penerapan pariwisata berkualitas di BYP menunjukkan perbaikan terutama didukung pilar keberlanjutan dan masih tingginya skor pilar keunikan. Sementara itu, pilar daya saing dasar dan bernilai tinggi mengalami penurunan di tengah pilar keunikan yang bertahan pada skor yang tertinggi di antara ketiga pilar lainnya.

Pilar keberlanjutan mencatat peningkatan tertinggi di BYP dengan perbaikan merata di seluruh aspek. Pengelolaan destinasi berkelanjutan didukung oleh kebijakan dan strategi organisasi, termasuk alokasi 85 hektar kawasan Borobudur sebagai zona hijau bebas kendaraan dan program Jogja Hijau. Inventarisasi aset dan atraksi pariwisata oleh pemerintah daerah juga memperkuat tata kelola destinasi. Hal ini menunjukkan komitmen *stakeholder* BYP dalam mengelola warisan budaya dunia secara berkelanjutan. Penguatan pilar ini difokuskan pada aspek pelestarian lingkungan, termasuk melalui penyediaan transportasi ramah lingkungan yang lebih luas, serta penerapan sistem *monitoring* konservasi energi, pengelolaan air, dan limbah yang terintegrasi. Penguatan pada aspek ini sangat penting untuk menjaga keseimbangan daya dukung lingkungan di sekitar destinasi.

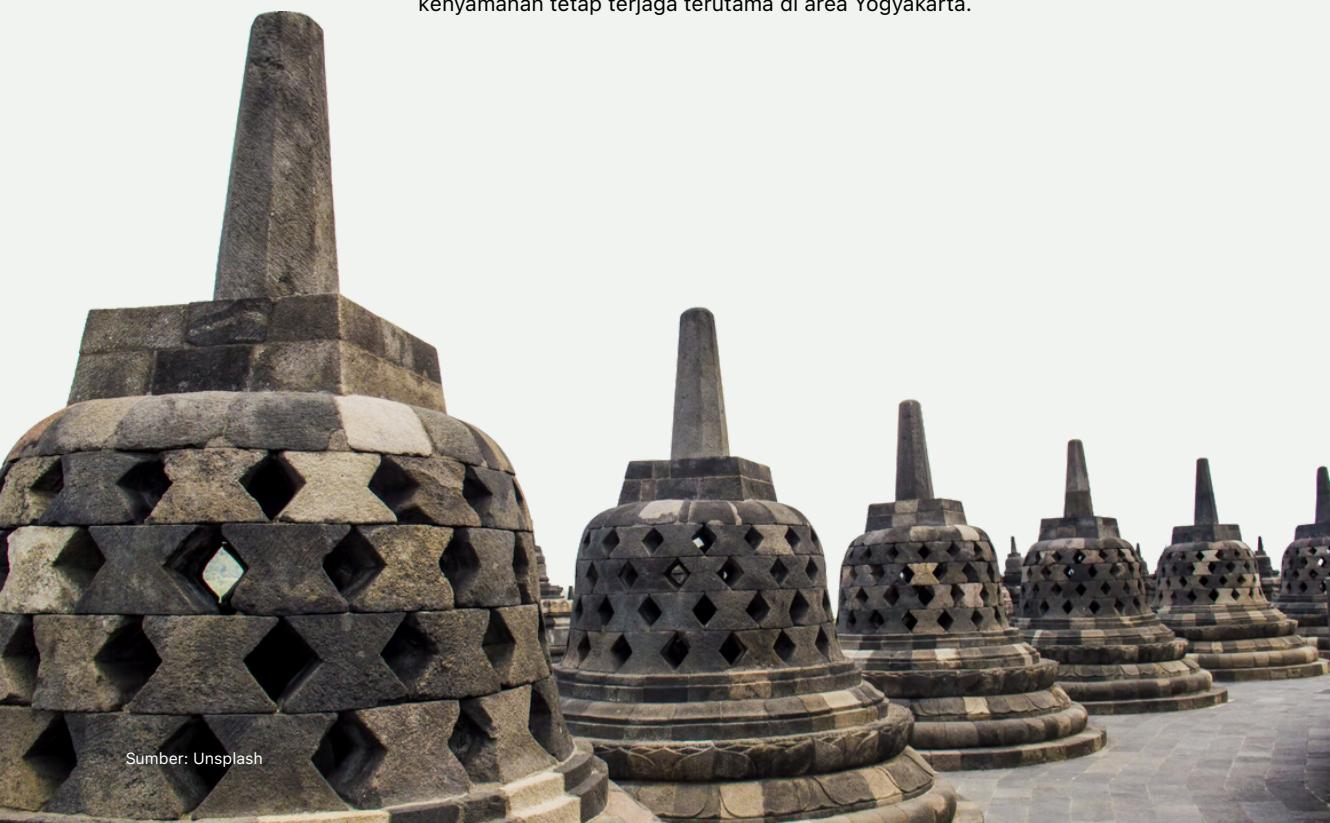
Hasil Penilaian Pariwisata Berkualitas per Pilar pada Destinasi Pariwisata Prioritas Borobudur-Yogyakarta-Prambanan



Sumber: Perhitungan Tim Kerja QT 2025

Pilar keunikan menjadi skor tertinggi di BYP yang didukung oleh keramahan masyarakat lokal. Sikap terbuka dan sopan santun menciptakan pengalaman wisata yang hangat dan personal. Pelaku usaha di BYP memiliki keunggulan dalam layanan berbasis kearifan lokal, seperti tur desa dan kerajinan yang terhubung dengan akomodasi. Nilai kearifan lokal memperkuat citra destinasi sebagai autentik, inklusif, dan berorientasi sosial-budaya. Kegiatan seperti tur jelajah desa di Borobudur, mencerminkan keramahan masyarakat lokal pada wisatawan. Namun, atraksi alam di luar kawasan candi masih perlu ditingkatkan, termasuk lanskap pedesaan, agrowisata, dan ekowisata di penyangga destinasi.

Pilar bernilai tinggi di BYP dapat terus diperkuat, terutama untuk menangkap peluang segmen pasar *high value*. Penguatan pilar bernilai tinggi ini dapat dilakukan dengan mengembangkan peluang investasi akomodasi premium dan eksklusif yang berstandar internasional di sekitar destinasi. Potensi BYP yang besar untuk menangkap peluang segmen ini terutama terlihat dari skor pilar bernilai tinggi di BYP yang tidak jauh berbeda dengan Bali dan Greater Jakarta. Namun, peningkatan pilar ini perlu memerhatikan keseimbangan jumlah pengunjung untuk memastikan kenyamanan tetap terjaga terutama di area Yogyakarta.



Lombok-Gili Tramena

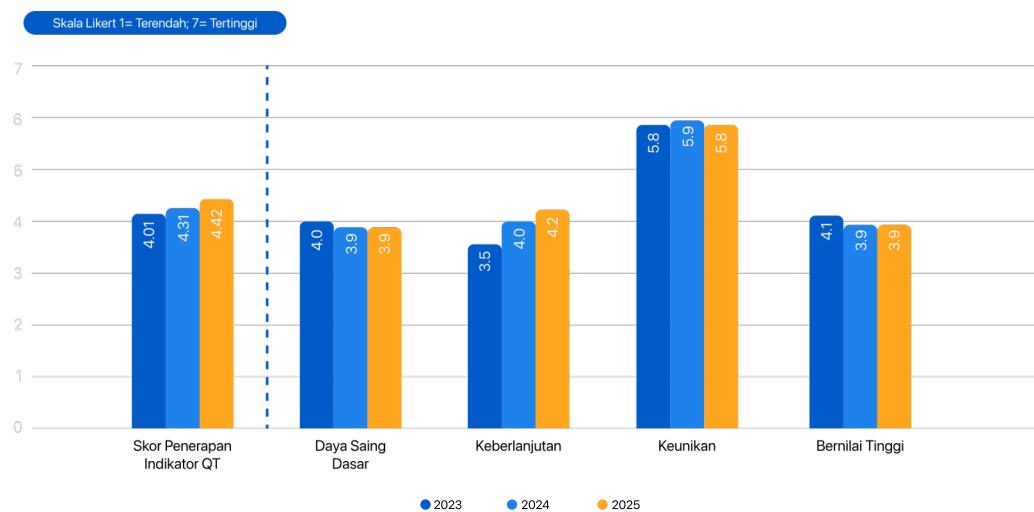
Penerapan prinsip pariwisata berkualitas di Lombok-Gili Tramena menunjukkan perbaikan dibandingkan dengan tahun sebelumnya terutama didorong oleh pilar keberlanjutan dan pilar keunikan, kendati di sisi lain Meskipun demikian, pilar daya saing dasar dan bernilai tinggi masih belum menunjukkan perbaikan berarti.

Pilar keberlanjutan menjadi pendukung peningkatan skor pariwisata berkualitas di Lombok-Gili Tramena. Peningkatan skor terutama didorong oleh aspek pelestarian budaya, seiring ketersediaan kebijakan, serta sistem perlindungan atraksi wisata dan budaya. Berbagai kesenian dan event budaya daerah di setiap kabupaten yang telah terinventarisasi dengan baik dalam kalender event merupakan bagian dari strategi promosi destinasi, seperti Bau Nyale, Festival Pesona Senggigi, dan Gendang Baleq Festival. Ketersediaan panduan untuk wisatawan, antara lain tata cara berkunjung dan pengaturan perilaku turut mendukung kenaikan skor pada aspek budaya. Lebih lanjut, perbaikan aspek pelestarian lingkungan didukung implementasi kebijakan *carrying capacity*, terutama di wilayah Mandalika.

Pilar keunikan masih menjadi keunggulan dalam penerapan pariwisata berkualitas di Lombok-Gili Tramena. Capaian skor yang tinggi pada pilar ini terutama ditopang oleh aspek keramahan masyarakat. Pelayanan yang bersifat personal dan bersahabat turut memperkuat citra destinasi sebagai kawasan yang ramah dan aman bagi berbagai segmen wisatawan. Persepsi positif terhadap pelaku usaha lokal juga menghadirkan pengalaman wisata yang autentik serta memperdalam pemahaman wisatawan terhadap budaya dan kehidupan masyarakat setempat. Selain itu, aspek keunikan atraksi menunjukkan perbaikan seiring meningkatnya keberagaman atraksi di destinasi wisata, termasuk berkembangnya *sport tourism*. Wisata bawah laut di Gili Tramena dan ekowisata di kawasan Taman Nasional Gunung Rinjani menjadi daya tarik utama yang memberikan pengalaman edukatif sekaligus memperkuat citra Lombok-Gili Tramena sebagai destinasi berkarakter dan berkelanjutan.

Pilar daya saing dasar di Lombok-Gili Tramena masih cenderung rendah terutama pada aspek kebijakan pendukung. Hal ini terutama dipengaruhi oleh jumlah MICE-event berskala besar yang relatif masih terbatas di destinasi Lombok-Gili Tramena, kendati keberadaan sirkuit Mandalika berpotensi untuk terus menarik berbagai event dan atraksi olahraga berkelas dunia. Lebih lanjut, keterbukaan dan kemudahan akses juga masih menjadi tantangan bagi destinasi Lombok-Gili Tramena. Frekuensi penerbangan domestik maupun internasional, terutama *direct flight* dinilai masih terbatas dibandingkan dengan destinasi lainnya.

Hasil Penilaian Pariwisata Berkualitas per Pilar pada Destinasi Pariwisata Prioritas Lombok-Gili Tramena



Sumber: Perhitungan Tim Kerja QT 2025

Pencapaian pada pilar bernilai tinggi didukung oleh ketersediaan atraksi wisata eksklusif yang memberikan pengalaman wisata edukatif di tengah terbatasnya akomodasi premium. Penguatan pada aspek bernilai tinggi turut tercermin dari aktivitas wisata, atraksi tematik, serta layanan *wellness* yang memperkaya pengalaman pengunjung. Lebih lanjut, hadirnya beragam atraksi edukatif turut memperkuat daya tarik pariwisata bernilai tinggi, seperti instalasi seni bawah laut di Gili Meno, ekowisata mangrove, serta inisiatif konservasi laut yang diusung Gili Eco Trust di Gili Trawangan. Namun demikian, ketersediaan akomodasi premium masih relatif terbatas. Rencana investasi pembangunan hotel berbintang di kawasan Pantai Tanjung Aan, diharapkan dapat meningkatkan daya tarik bagi wisatawan *high-spender*, serta mendukung peningkatan penerapan pariwisata berkualitas.

Labuan Bajo

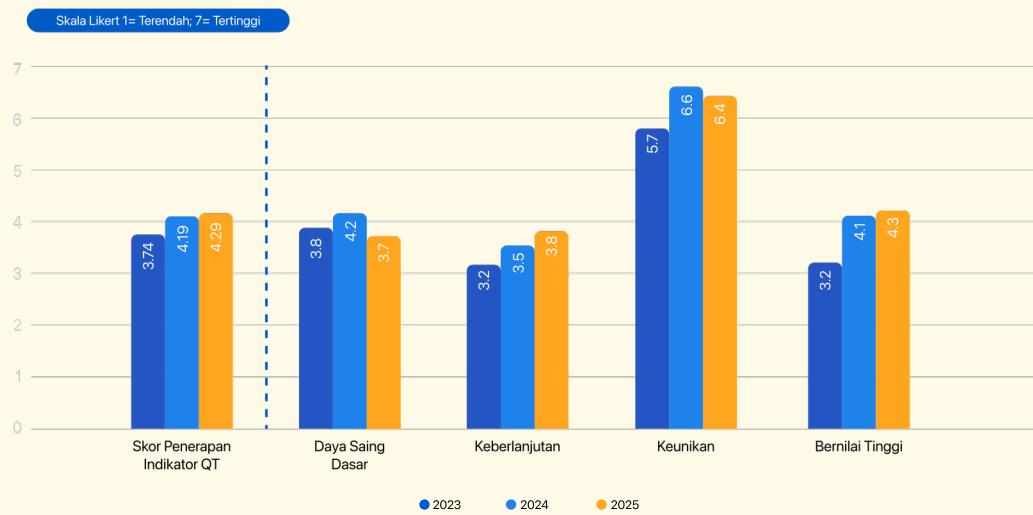
Skor penerapan pariwisata berkualitas di Labuan Bajo menunjukkan perbaikan terutama didukung oleh pilar keberlanjutan dan bernilai tinggi. Pilar keunikan masih menjadi keunggulan kendati mengalami penurunan skor. Sementara itu, pilar daya saing dasar menunjukkan penurunan akibat penerapan pajak bagi layanan akomodasi dan restoran di kapal phinisi serta rencana pembangunan resort di wilayah Taman Nasional Komodo.

Peningkatan skor pilar keberlanjutan di Labuan Bajo didorong oleh perbaikan pada aspek pengelolaan destinasi dan pelestarian lingkungan. Badan Pelaksana Otorita Labuan Bajo-Flores (BPOLBF) bersama Politeknik El Bajo Commodus secara rutin melakukan survei kepuasan pengunjung untuk mengevaluasi kualitas layanan. Pengelola kawasan The Golo Mori juga menjadikan hasil survei tersebut sebagai indikator kinerja utama dalam program kerja tahunan. Dari sisi lingkungan, penerapan sistem *monitoring* konservasi energi, pengelolaan air, dan limbah menunjukkan hasil positif. Inovasi seperti penggunaan pompa air tenaga surya dan pembangunan IPAL terpadu memperkuat efisiensi sumber daya dan pengendalian pencemaran. Selain itu, kebijakan *carrying capacity* mulai diterapkan melalui aplikasi SIORA untuk menjaga keseimbangan antara pertumbuhan pariwisata dan kelestarian lingkungan.

Peningkatan skor pada pilar bernilai tinggi mencerminkan perbaikan kualitas layanan akomodasi dan amenitas yang berbasis nilai. Penambahan fasilitas akomodasi ramah lingkungan yang telah memperoleh sertifikasi berstandar internasional dan peresmian rumah sakit untuk melayani kebutuhan wisatawan yang akan memperkuat kesiapan destinasi dalam menyediakan layanan kesehatan berstandar internasional. Peningkatan pilar bernilai tinggi turut didukung oleh implementasi kebijakan pembatasan jumlah pengunjung untuk mengelola arus wisatawan. Secara umum, wisatawan menilai bahwa kepadatan pengunjung di Labuan Bajo masih berada pada tingkat yang nyaman dan mencerminkan eksklusivitas destinasi.

Pilar keunikan masih menunjukkan skor tertinggi di Labuan Bajo, kendati mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan adanya persepsi negatif masyarakat terhadap destinasi akibat *scam* atau penipuan yang dilakukan oleh *travel agent* tidak resmi kepada wisatawan. Meskipun demikian, pilar ini tetap menunjukkan keunggulan, khususnya pada aspek keunikan atraksi dan keramahan pelaku usaha. Pengalaman unik menginap di atas kapal phinisi dan keberadaan hewan endemik di Taman Nasional Komodo masih menjadi daya tarik tersendiri bagi destinasi Labuan Bajo.

Hasil Penilaian Pariwisata Berkualitas per Pilar pada Destinasi Pariwisata Prioritas Labuan Bajo



Sumber: Perhitungan Tim Kerja QT 2025

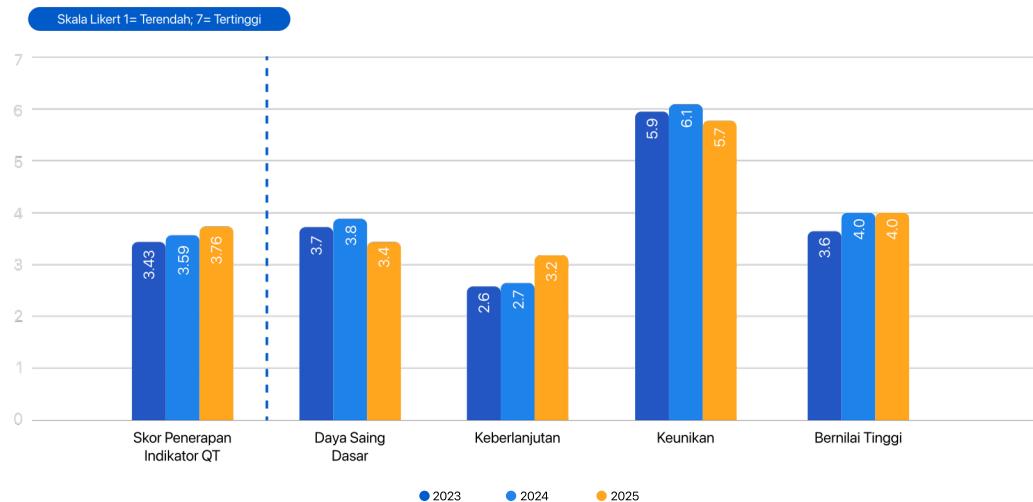
Penurunan pilar daya saing dasar di Labuan Bajo terutama disebabkan oleh aspek kebijakan pendukung. Hal ini terkait dengan rencana pembangunan *resort* di Pulau Padar yang menimbulkan kekhawatiran terhadap kelestarian ekosistem. Rencana tersebut dikhawatirkan dapat mengganggu kawasan konservasi Komodo dan meningkatkan risiko pencemaran serta erosi lahan. Selain itu, terbatasnya dukungan promosi destinasi juga menjadi perhatian dalam meningkatkan daya tarik destinasi. Meski demikian, perbaikan pada aspek sarana transportasi dapat menopang skor daya saing dasar melalui peningkatan layanan transportasi publik seperti bus Damri yang melayani rute Bandara Komodo ke beberapa lokasi strategis. Penambahan fasilitas akomodasi dan jumlah kamar juga memperkuat kinerja sektor pariwisata di Labuan Bajo.

Manado-Likupang

Penerapan indikator pariwisata berkualitas di destinasi Manado-Likupang secara umum membaik didukung terutama oleh pilar keberlanjutan dan skor pilar keunikan yang masih tinggi. Di sisi lain, pilar bernilai tinggi belum menunjukkan perbaikan yang berarti dan bahkan pada pilar daya saing dasar justru menurun.

Aspek keberlanjutan menunjukkan peningkatan meskipun tetap menjadi yang terendah di antara pilar lainnya. Skor positif terutama berasal dari pengelolaan destinasi yang berkelanjutan dan inventarisasi aset pariwisata yang cukup baik. Namun, pelestarian budaya dan lingkungan masih menjadi kendala utama. Peningkatan aspek ini dapat dilakukan melalui penerapan sistem *monitoring* sosial, ekonomi, dan lingkungan secara rutin, survei kepuasan wisatawan, serta kebijakan pembatasan kunjungan di kawasan utama dan konservatif seperti Taman Laut Bunaken. Langkah ini penting untuk menjaga keseimbangan antara pelestarian dan pertumbuhan wisata.

Hasil Penilaian Pariwisata Berkualitas per Pilar pada Destinasi Pariwisata Prioritas Manado-Likupang

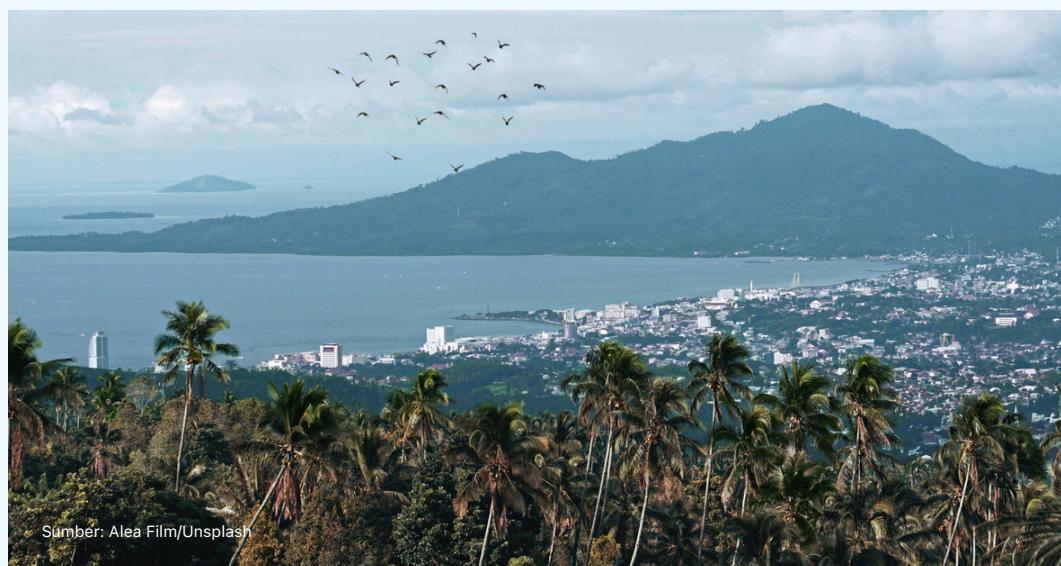


Sumber: Perhitungan Tim Kerja QT 2025

Aspek destinasi bernilai tinggi di Manado–Likupang masih relatif rendah, terutama pada segmen pasar premium. Pengalaman wisata bernilai tinggi lebih banyak ditopang oleh aktivitas yang berdampak positif bagi lingkungan sekitar, seperti kegiatan restorasi terumbu karang. Namun, keterbatasan akomodasi berstandar internasional menjadi kendala utama karena sebagian besar penginapan di destinasi masih berupa *homestay*. Walau kondisi ini menekan potensi pasar wisatawan berdaya beli tinggi, di satu sisi dapat memperkuat karakter unik destinasi berbasis komunitas yang menjadi ciri khas utama Manado–Likupang.

Pilar keunikan mencatat skor tertinggi dibandingkan tiga pilar lainnya. Keramahan masyarakat menjadi kekuatan utama yang membangun citra positif destinasi. Hubungan akrab antara wisatawan dan masyarakat didukung oleh keberadaan *guest house* di desa wisata dan kawasan Likupang. Pelaku usaha pariwisata juga dinilai memiliki pelayanan yang baik. Meski demikian, potensi keunikan atraksi masih perlu dieksplorasi dan didiversifikasi, terutama untuk memanfaatkan kekayaan daya tarik bawah dan budaya lokal agar tidak hanya bergantung pada atraksi laut yang sudah populer.

Penerapan pilar daya saing dasar destinasi Manado–Likupang masih relatif terbatas. Pilar ini terutama ditopang oleh lingkungan pendukung yang cukup baik, terutama fasilitas kesehatan yang relatif memadai. Namun dukungan kebijakan dalam mendorong kunjungan wisatawan masih perlu ditingkatkan, termasuk dalam hal inisiatif penyelenggaraan MICE dan event pemerintah, serta dukungan alokasi anggaran untuk mengakselerasi berkembangnya destinasi ini.



Sumber: Alea Film/Unsplash



Sumber: Anca/Unsplash

3.3 Hasil Pengukuran Penerapan QT di Destinasi Pariwisata Regeneratif

Bali

Penerapan pariwisata berkualitas di destinasi Bali didukung oleh keunggulan pilar keunikan serta pilar keberlanjutan dan bernilai tinggi.

Destinasi Bali mencatat skor tertinggi pada pilar keunikan, terutama didukung aspek keramahan masyarakatnya yang menghadirkan interaksi berkesan bagi wisatawan. Sapaan khas "Om Swastiastu" menjadi simbol penghormatan yang memperkuat citra Bali sebagai destinasi yang hangat dan terbuka. Keunikan ini juga tercermin dari perpaduan keindahan alam, penataan estetis, serta budaya hidup masyarakat. Seni tari, musik gamelan, dan upacara keagamaan bukan hanya tontonan, tetapi bagian integral dari kehidupan spiritual masyarakat yang menjadi tarik utama Bali.

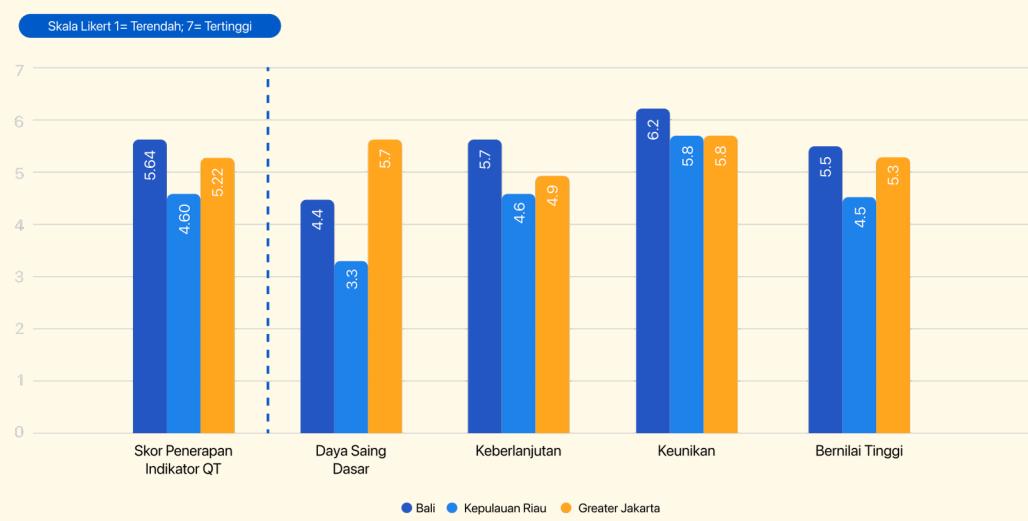
Aspek keberlanjutan juga menjadi keunggulan di Bali dengan adanya sistem perlindungan atraksi wisata. Hal ini turut mendukung keseimbangan antara pelestarian dan pemanfaatan sumber daya termasuk adanya pengawasan terhadap destinasi alam dan budaya yang dikelola. Namun, kebijakan terkait daya dukung wisata (*carrying capacity*) masih terbatas, khususnya di lokasi dengan tingkat kunjungan tinggi, serta mengemukanya isu pembangunan fasilitas wisata yang tidak sesuai dengan peruntukan ruang. Penguatan aspek ini penting agar kualitas pengalaman wisata tetap terjaga tanpa mengorbankan kelestarian jangka panjang.



Lebih lanjut, Bali menonjol dalam penerapan pilar bernilai tinggi. Pemanfaatan teknologi yang luas mendukung pengalaman wisata yang efisien, mulai dari perencanaan aktivitas wisata, komunikasi dengan masyarakat, hingga pemesanan layanan. Ketersediaan *convention center* bertaraf internasional dan akses layanan kesehatan berkualitas turut meningkatkan nilai destinasi. Meski demikian, kecukupan akomodasi ramah lingkungan bersertifikasi internasional belum sebanding dengan tingginya jumlah wisatawan.

Penerapan pariwisata berkualitas di Bali dari sisi pilar daya saing dasar masih perlu diperkuat terutama penyelenggaraan MICE berskala besar. Hal ini dilakukan melalui dukungan pemerintah dalam memfasilitasi penyelenggaraan MICE berskala besar, khususnya di Kabupaten Denpasar, Gianyar, dan Badung yang memiliki infrastruktur dan ekosistem pariwisata paling siap. Peran MICE ini berpotensi untuk semakin menarik kunjungan wisatawan *high spender*. Meskipun konektivitas Bali sangat kuat dengan banyak penerbangan langsung (domestik dan internasional), penyediaan layanan keuangan digital dan variasi atraksi budaya modern masih dinilai belum mengimbangi banyaknya wisatawan, termasuk taman rekreasi publik dan ruang kreatif.

Hasil Penilaian Pariwisata Berkualitas per Pilar pada Destinasi Pariwisata Regeneratif Bali



Sumber: Perhitungan Tim Kerja QT 2025

Greater Jakarta

Penerapan pariwisata berkualitas di destinasi Greater Jakarta menunjukkan skor yang cukup tinggi, terutama pada pilar keunikan dan daya saing dasar meskipun pada pilar keberlanjutan masih relatif rendah.

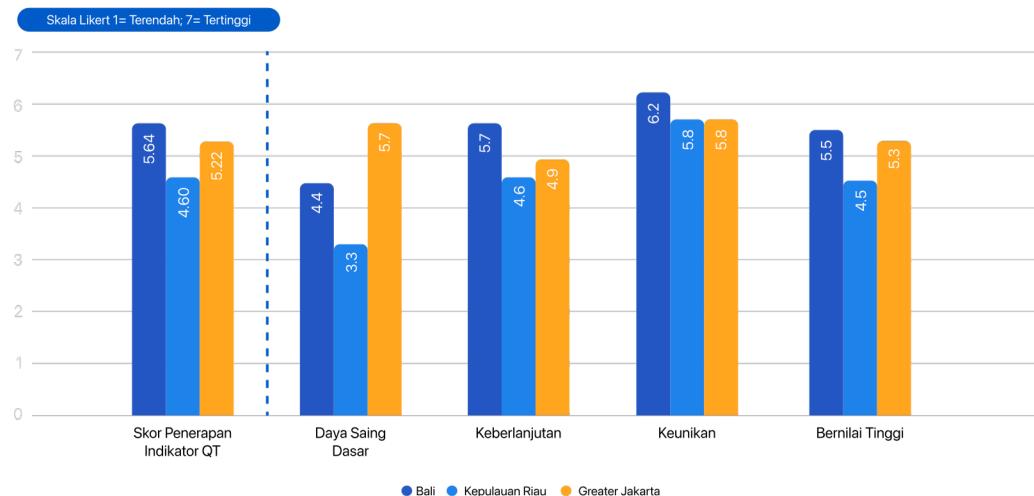
Pilar keunikan destinasi menunjukkan skor tertinggi, ditopang keramahan masyarakat dan keterlibatan warga dalam pariwisata berbasis komunitas. Keterbukaan dan partisipasi masyarakat lokal menjadi kekuatan utama dalam menciptakan pengalaman berkesan bagi wisatawan. Lebih lanjut, kualitas layanan pelaku usaha masih dapat ditingkatkan melalui integrasi antara atraksi belanja, kuliner, dan hiburan dalam satu peta atraksi wisata.



Sumber: Eko Herwanto/Unsplash

Daya saing dasar menjadi keunggulan utama destinasi Greater Jakarta, ditopang oleh infrastruktur fisik dan kebijakan pendukung yang kuat. Sebagai ibu kota sekaligus pusat bisnis nasional, Jakarta berperan sebagai gerbang utama wisatawan domestik dan mancanegara. Kualitas konektivitas tercermin dari tingginya frekuensi penerbangan dan kemudahan akses transportasi menuju destinasi utama. Aktivitas MICE berskala besar juga banyak terselenggara di wilayah ini. Meski demikian, integrasi konektivitas dengan wilayah sekitar Jakarta masih berpeluang untuk dapat ditingkatkan, didukung alokasi anggaran daerah. Selain itu, isu kepadatan penduduk yang tinggi dapat memengaruhi daya dukung Jakarta sehingga berdampak pada terhambatnya daya saing destinasi regeneratif.

Hasil Penilaian Pariwisata Berkualitas per Pilar pada Destinasi Pariwisata Regeneratif Greater Jakarta



Sumber: Perhitungan Tim Kerja QT 2025

Pilar bernilai tinggi di Greater Jakarta juga menunjukkan skor yang tinggi, didukung oleh peran strategis Jakarta sebagai pusat pemerintahan dan bisnis. Frekuensi event nasional dan internasional yang tinggi serta fasilitas berstandar global memperkuat citra destinasi urban bernilai tinggi. Penerapan teknologi yang memudahkan wisatawan turut meningkatkan daya tarik. Meski akomodasi premium melimpah, jumlah hotel ramah lingkungan masih terbatas. Sinergi antara pelaku usaha dan komunitas sosial-lingkungan menjadi modal penting dalam menciptakan inovasi wisata berdampak positif, mendukung visi Jakarta sebagai kota global dan berbudaya.

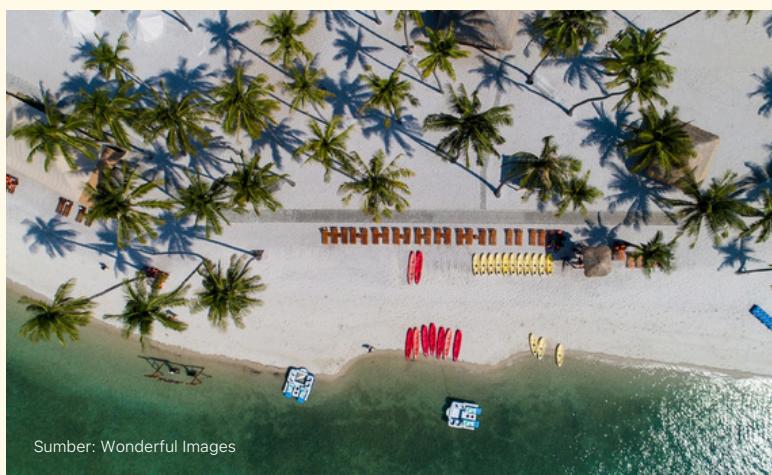
Aspek keberlanjutan menjadi tantangan terbesar bagi Greater Jakarta. Meskipun perencanaan dan sistem mitigasi risiko pariwisata cukup baik, aspek pelestarian budaya dan lingkungan masih perlu ditingkatkan. Hal ini dapat ditempuh antara lain melalui pengelolaan jumlah kunjungan di destinasi utama terutama pada periode musim puncak serta pengembangan sistem informasi yang edukatif bagi wisatawan. Sementara itu, aspek perlindungan kekayaan intelektual telah menunjukkan capaian yang cukup tinggi, didukung kesiapan regulasi untuk menjaga karya dan produk budaya serta ekonomi kreatif Jakarta.

Kepulauan Riau

Penerapan pariwisata berkualitas di destinasi Kepulauan Riau ditopang oleh skor pilar keunikan yang cukup tinggi, sementara pilar daya saing dasar dan bernilai tinggi masih relatif terbatas. Penguatan kedua pilar tersebut dapat difokuskan pada aspek penyelenggaraan MICE berskala internasional, kualitas SDM pendukung pariwisata, serta ketersediaan akomodasi dengan layanan premium dan ramah lingkungan.

Pilar keunikan destinasi Kepulauan Riau menunjukkan skor tertinggi dibandingkan tiga pilar lainnya. Pengembangan pariwisata di wilayah ini telah mendorong partisipasi aktif masyarakat lokal dalam pengelolaan destinasi. Nilai-nilai budaya Melayu pesisir seperti sopan santun, tenggang rasa, dan penghormatan terhadap tamu menciptakan citra keramahan khas daerah kepulauan. Pelaku usaha wisata bahari juga dinilai ramah oleh wisatawan. Namun, potensi atraksi bahari dan alam yang memiliki nilai keunikan masih belum dimanfaatkan secara optimal untuk memperkuat daya tarik destinasi.

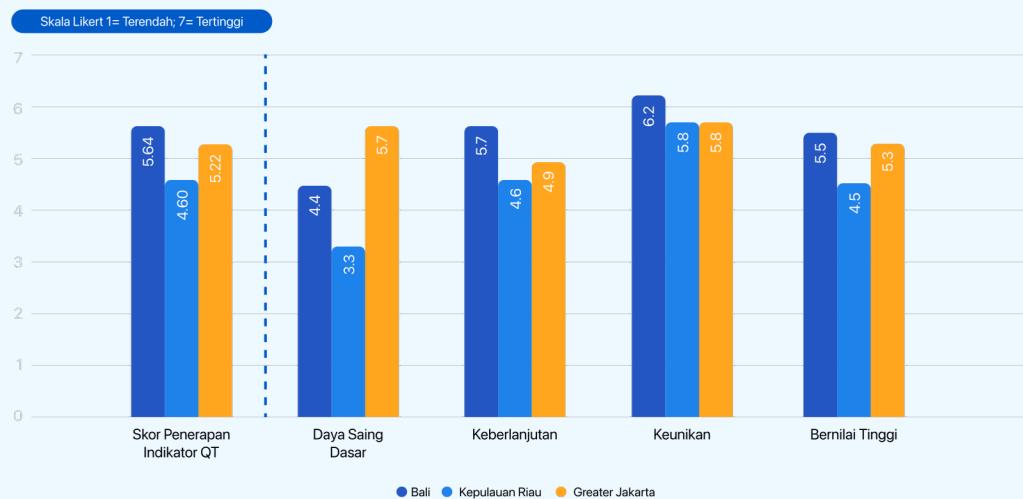
Pilar keberlanjutan di Kepulauan Riau juga menunjukkan kemajuan positif. Perencanaan pembangunan telah berorientasi pada keseimbangan antara ekonomi, lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat sebagaimana tercantum dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) dan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD). Namun, aspek pelestarian lingkungan masih perlu ditingkatkan, terutama untuk memastikan keseimbangan daya dukung destinasi pada saat puncak kunjungan wisata.



Sumber: Wonderful Images

Penerapan pilar bernilai tinggi di Kepulauan Riau cukup baik meski masih belum berkembang. Pilar ini didukung tersedianya hotel dan resor internasional, fasilitas spa tropis, serta olahraga bahari di destinasi. Hal ini memberikan pengalaman eksklusif bagi wisatawan. Namun, akomodasi premium yang masih terbatas dan belum merata sering kali tidak sebanding dengan jumlah kunjungan wisatawan pada musim puncak. Selain itu, penerapan prinsip ramah lingkungan di sektor akomodasi masih terbatas, sehingga diperlukan dorongan kebijakan dan insentif agar pengelolaan pariwisata di Kepulauan Riau semakin berorientasi pada keberlanjutan dan kualitas layanan.

Hasil Penilaian Pariwisata Berkualitas per Pilar pada Destinasi Pariwisata Regeneratif Kepulauan Riau



Sumber: Perhitungan Tim Kerja QT 2025

Penerapan pariwisata berkualitas di Kepulauan Riau pada pilar daya saing dasar masih terbatas. Kepulauan Riau cukup berhasil menciptakan iklim usaha yang kondusif dan menarik minat investor, memperkuat posisinya sebagai kawasan ekonomi dan pariwisata lintas batas. Meski demikian, tantangan utama terletak pada kualitas SDM pariwisata yang masih rendah. Upaya peningkatan kapasitas melalui sertifikasi, pelatihan vokasi, dan pendidikan perlu diperluas. Penyelenggaraan MICE berskala besar masih terbatas, dan belum mengoptimalkan posisi geografis Kepulauan Riau yang dekat dengan Singapura dan Malaysia.



Sumber: Filipe Freitas/Unsplash



Sumber: Danny de Groot/Unsplash

Sebagai penutup, hasil pengukuran penerapan *Quality Tourism* tahun 2025 menunjukkan bahwa transformasi menuju pariwisata berkualitas di destinasi pariwisata di Indonesia terus mengalami kemajuan, meskipun terdapat variasi kinerja antar destinasi. Pilar keunikan secara konsisten menjadi kekuatan utama di destinasi yang mencerminkan kekayaan budaya dan keramahan masyarakat lokal. Pilar keberlanjutan menunjukkan tren peningkatan melalui pengelolaan destinasi yang lebih terarah dan berwawasan lingkungan walaupun masih perlu ditingkatkan. Di sisi lain, pilar bernilai tinggi memperlihatkan potensi besar untuk dikembangkan, terutama melalui peningkatan fasilitas premium dan pengalaman wisata yang eksklusif. Sedangkan pilar daya saing dasar masih menghadapi tantangan pada aspek kebijakan, infrastruktur, dan kapasitas SDM.

Secara keseluruhan, hasil asesmen tahun ini menegaskan pentingnya sinergi lintas sektor dan konsistensi kebijakan dalam memperkuat penerapan prinsip pariwisata berkualitas agar setiap destinasi mampu tumbuh secara berkelanjutan, inklusif, dan berdaya saing global. Ke depan, kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, akademisi, dan komunitas perlu diperluas untuk mempercepat tercapainya transformasi menuju ekosistem pariwisata yang unggul dan berkelanjutan di tingkat nasional.

Boks:

Penyelenggaraan MotoGP sebagai Katalisator Pariwisata Berkualitas dan Berkelanjutan di NTB

Pendahuluan: Paradigma Baru Pariwisata NTB

Pengembangan sektor pariwisata di Nusa Tenggara Barat (NTB) kini memasuki babak baru, dengan fokus yang bergeser dari pariwisata massal menuju pariwisata berkualitas (*quality tourism*). Paradigma ini tidak hanya mengejar kuantitas kunjungan, tetapi lebih menekankan pada peningkatan nilai ekonomi, keberlanjutan lingkungan, dan dampak sosial-budaya yang positif bagi pelaku usaha lokal dan masyarakat setempat. Penetapan Mandalika sebagai salah satu Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Pariwisata menjadi episentrum dari strategi transformasi ini, termasuk penyelenggaraan ajang balap internasional bergengsi yaitu MotoGP Mandalika. Kehadiran Sirkuit Mandalika dirancang tidak hanya sebagai arena balap, tetapi sebagai titik balik bagi kesejahteraan masyarakat setempat. Dalam kerangka tersebut, penyelenggaraan MotoGP yang telah dilaksanakan sejak tahun 2022, tidak hanya diposisikan sebagai acara tunggal melainkan sebagai instrumen katalisator strategis untuk mengakselerasi pertumbuhan ekonomi wilayah dan pariwisata NTB dalam mencapai visi pariwisata berkualitas, dengan target dan dampak yang terukur hingga tahun 2025 dan seterusnya.

Visi pengembangan pariwisata berkualitas di NTB didasarkan pada premis bahwa sebuah event berkelas dunia dapat menjadi pendorong dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pencapaian cita-cita sektor ekonomi lokal melalui pembangunan infrastruktur baru. Analisis data dari tahun 2022 hingga 2025 menunjukkan bahwa premis ini terbukti, di mana MotoGP telah menjadi motor penggerak yang memicu efek domino di berbagai sektor krusial, mulai dari PDRB, investasi, penyerapan tenaga kerja, hingga aktivasi ekosistem pariwisata pendukung.

MotoGP sebagai Mesin Pertumbuhan Ekonomi Regional

Dampak paling langsung dan signifikan dari penyelenggaraan MotoGP terlihat pada lonjakan perekonomian wilayah. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan bahwa ajang ini secara efektif berfungsi sebagai pendorong visibilitas NTB di mata dunia, yang berbanding lurus dengan pertumbuhan ekonomi daerah dan kontribusi terhadap perekonomian nasional. Data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) menunjukkan lompatan signifikan pasca-kehadiran Sirkuit Mandalika.

Secara nasional, kontribusi event ini terhadap PDB Indonesia juga tidak dapat diabaikan. Pada tahun 2022, kontribusinya tercatat sebesar Rp4,5 Triliun, diikuti Rp4,3 Triliun pada 2023, dan mencapai Rp4,8 Triliun pada tahun 2024. Angka-angka ini mengonfirmasi bahwa MotoGP bukan sekadar pesta olahraga, melainkan sebuah aktivitas ekonomi bernilai tinggi yang menyuntikkan dana segar secara masif ke dalam perekonomian, baik melalui belanja penonton, hak siar, maupun operasional event itu sendiri. Pertumbuhan PDRB ini menjadi fondasi awal bagi pencapaian pariwisata berkualitas, karena menciptakan kapasitas fiskal daerah yang lebih kuat untuk pembangunan infrastruktur pendukung lainnya.

Transformasi Visibilitas Menjadi Magnet Investasi

Penyelenggaraan MotoGP telah sukses membangun reputasi internasional NTB dan Kawasan Mandalika sebagai destinasi "World-Class Sport Tourism Destination". Reputasi ini akan menjadi modal utama untuk menarik investasi jangka panjang, yang merupakan pilar fundamental dari pariwisata berkualitas. Data yang dirilis Administrator Dewan Nasional Kawasan Ekonomi Khusus (Indonesia SEZ) menunjukkan bahwa KEK Mandalika sendiri memiliki rencana kerja jangka panjang yang ambisius untuk terus menyerap investasi. Target investasi total pada tahun 2025 saja dipatok sebesar Rp4,430 Triliun. Ini adalah bukti nyata bahwa MotoGP telah berhasil mengubah *event exposure* menjadi *capital inflow* yang konkret untuk membangun fasilitas pariwisata permanen dan berkualitas tinggi.

Dampak Multiplier: Penyerapan Tenaga Kerja dan Kesejahteraan Sosial

Salah satu tolak ukur utama keberhasilan pariwisata berkualitas adalah kemampuannya mendistribusikan manfaat ekonomi secara inklusif kepada masyarakat lokal. Data penyerapan tenaga kerja Sirkuit Mandalika menunjukkan dampak sosial yang sangat positif dan terukur. Manfaat ini terlihat jelas dari kemampuan sirkuit dalam menyerap tenaga kerja dan secara langsung berkontribusi pada pengurangan tingkat kemiskinan. Tercatat, penyerapan tenaga kerja di NTB melonjak tajam dari 428.952 orang pada tahun 2022, menjadi 430.437 orang pada 2023.

Lonjakan ketersediaan lapangan kerja ini berdampak langsung pada penurunan angka kemiskinan di wilayah tersebut selama periode 2020-2024. Tingkat kemiskinan di Lombok Tengah berhasil ditekan dari 13,44% (2020) menjadi 12,07% (2024). Pada skala provinsi, angka kemiskinan NTB juga menyusut dari 13,97% (2020) menjadi 12,91% (2024). Data ini secara ilmiah memvalidasi bahwa KEK Mandalika, dengan MotoGP sebagai motor penggeraknya, telah berfungsi sebagai instrumen pemerataan kesejahteraan, mengubah kehidupan belasan ribu keluarga, dan membuktikan bahwa investasi besar di sektor pariwisata dapat berkorelasi langsung dengan pengentasan kemiskinan.

Tingkat kemiskinan di
Lombok Tengah
berhasil ditekan

13,44% ↘ **12,07%**
(2020) (2024)

Pada skala provinsi,
angka kemiskinan NTB
juga menurun

13,97% ↘ **12,91%**
(2020) (2024)

Aktivasi Ekosistem dan Arus Wisatawan Berkualitas

Kehadiran MotoGP tidak hanya berdampak pada pariwisata di dalam KEK Mandalika, tetapi juga mengaktifkan seluruh ekosistem pariwisata di NTB. Dari data yang dirilis oleh Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat, peningkatan perjalanan wisata ke NTB juga meningkat sejak diselenggarakannya MotoGP di Mandalika. Pada tahun 2021 (sebelum diselenggarakannya MotoGP) tercatat jumlah wisatawan yang masuk ke NTB hanya sebesar 964 ribu orang, lalu pada 2022 tercatat meningkat menjadi 1,38 juta orang, dan meningkat lagi pada 2023 menjadi 1,75 juta orang. Tren peningkatan ini juga berlanjut pada 2024 yaitu sebesar 2,32 juta orang. Ini menunjukkan event MotoGP memiliki pengaruh positif pada perjalanan wisata ke Nusa Tenggara Barat.

Arus wisatawan ini juga menunjukkan pergeseran ke arah yang lebih berkualitas, terlihat dari data moda transportasi dan okupansi hotel. Kunjungan wisatawan via udara internasional, yang cenderung memiliki daya beli lebih tinggi (*high-spending tourists*), meningkat dari 15 ribu kunjungan (2022) menjadi 81 ribu kunjungan (2024). Pertumbuhan ini turut mengerek tingkat penghuni hotel secara signifikan. Okupansi Hotel Berbintang naik dari 33,51% (2021) menjadi 40,39% (2024), sementara Hotel Non Bintang juga terdongkrak dari 14,61% (2021) menjadi 28,16% (2024). Data ini diperkuat dengan peta *multiplier effect* KEK Mandalika yang mencatat telah tumbuhnya 965 kamar hotel, 128 kamar *homestay*, 20 restoran, 18 bar, dan 56 UMKM Kreatif di sekitar kawasan, yang semuanya hidup dan berkelanjutan dari sirkulasi ekonomi yang diciptakan event.

Okupansi
Hotel Berbintang
naik

33,51% ➔ 40,39%

(2021) (2024)

Okupansi
Hotel Non Bintang
juga terdongkrak

14,61% ➔ 28,16%

(2021) (2024)



Tantangan Kritis dan Rekomendasi Strategis

Meskipun pencapaian yang telah diuraikan sangat impresif, evaluasi pengelolaan KEK Mandalika, termasuk Sirkuit Mandalika sebagai tuan rumah MotoGP, per periode Januari-Juni 2025 mengidentifikasi beberapa isu dan permasalahan krusial yang perlu ditangani untuk memaksimalkan dampak di masa depan. Tantangan ini sekaligus menjadi agenda strategis yang membutuhkan kolaborasi dari berbagai pemangku kepentingan.

- 1** Konektivitas dan Rantai Nilai (*Value Chain*). Tantangan pertama yang teridentifikasi adalah tidak hanya konektivitas fisik, tetapi juga mencakup perlunya strategi klaster yang lebih tepat, peningkatan inovasi, dan penguatan rantai nilai. Untuk mengatasi ini, KEK Mandalika didorong untuk secara serius mengembangkan rantai nilai agar dapat memberikan rantai nilai kepada pelaku usaha di sekitarnya untuk meningkatkan dampak pengganda.
- 2** Optimalisasi Dukungan Pemerintah Daerah. Dukungan dari pemerintah daerah menjadi isu sentral kedua. Diperlukan adanya visi yang sepenuhnya selaras antara semua pihak dalam pembangunan KEK Mandalika. Rekomendasi utamanya adalah pemerintah daerah harus berperan sebagai *matchmaker* dan mengembangkan koridor ekonomi yang terintegrasi. Lebih lanjut, diperlukan dukungan insentif yang dilegalisasi secara formal, misalnya dalam bentuk peraturan daerah (perda), serta komitmen terhadap pelatihan, pendidikan, dan transfer pengetahuan bagi SDM lokal.
- 3** Akselerasi Investasi dan Kolaborasi. Tantangan ketiga adalah kebutuhan untuk mempercepat investasi dan kolaborasi. Isu ini berakar pada perlunya peningkatan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*) dan dialog publik-swasta (*Public-Private Dialogue*) yang lebih intensif. Saran perbaikannya adalah penghapusan ego-sektoral antar lembaga, peningkatan transparansi, dan pengembangan jejaring yang kuat antara universitas, industri, dan pemerintah.
- 4** Penguatan Posisi Kompetitif. Isu terakhir yang perlu menjadi perhatian adalah penguatan posisi kompetitif KEK Mandalika. Untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya di tingkat nasional maupun internasional, KEK Mandalika perlu terus mendorong inovasi dan pengembangan yang berorientasi pada peningkatan nilai tambah serta diferensiasi destinasi. Rekomendasi strategis yang dapat ditempuh antara lain adalah memperkuat *strategic positioning* melalui optimalisasi pemanfaatan infrastruktur yang telah dibangun, serta memperluas penyelenggaraan event internasional tidak hanya satu kali dalam setahun, tetapi hingga dua atau tiga kali dalam satu tahun. Langkah ini diharapkan dapat meningkatkan manfaat ekonomi secara signifikan dan mendorong pemerataan dampak positif kegiatan pariwisata sepanjang tahun.

Kesimpulan: Konsolidasi Menuju Pariwisata Berkelanjutan 2025

Data dari tahun 2022 hingga 2025 menunjukkan bahwa penyelenggaraan MotoGP telah sukses menjadi katalisator dalam mendukung visi pariwisata berkualitas di NTB. Event ini telah terbukti mampu mentransformasi PDRB, menarik investasi bernilai triliun, menyerap belasan ribu tenaga kerja, mengurangi kemiskinan, dan mengaktifkan seluruh ekosistem pariwisata pendukung. Dalam penyelenggaraan MotoGP 2025, NTB tidak lagi memulai dari nol melainkan membangun di atas fondasi yang telah dibangun sangat kokoh, dengan rencana kerja yang lengkap dan target investasi yang jelas, serta target dampak ekonomi, sosial-budaya, dan lingkungan yang terukur.

Namun, tantangan ke depan adalah mengonsolidasikan pencapaian ini agar tidak bergantung pada event semata. Dengan mengatasi isu konektivitas dan rantai nilai, memperkuat sinergi pemerintah daerah melalui visi yang sama, menghilangkan ego-sektoral untuk percepatan investasi, dan mengembangkan keunggulan kompetitif seperti Green SEZ Zone atau Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) yang berfokus pada penerapan prinsip ekonomi hijau dan pembangunan berkelanjutan, KEK Mandalika dapat bertransformasi menjadi destinasi berkualitas yang hidup sepanjang tahun. MotoGP telah berhasil membuka pintu; kini adalah tugas seluruh pemangku kepentingan untuk berkolaborasi dan memastikan pintu tersebut tetap terbuka lebar bagi era baru pariwisata NTB yang sejahtera, berkualitas, dan berkelanjutan.



BAB 4

Peluang Perubahan Tren Pariwisata Global dan Indonesia

Pariwisata global akan terus berkembang dengan didorong oleh tiga faktor yang memengaruhi perilaku perjalanan wisata yakni: teknologi digital, aspek keberlanjutan, dan personalisasi perjalanan. Lanskap pariwisata Indonesia diprakirakan semakin didominasi oleh Generasi Milenial dan Gen Z, dengan preferensi pada Cultural Immersion, Eco-Friendly Tourism, Nature and Adventure-Based Tourism, Culinary and Gastronomy Tourism, Wellness Tourism, dan Bleisure. Untuk mengakomodasi peluang perubahan perilaku wisatawan ini, strategi pariwisata Indonesia ke depan harus tidak hanya berfokus pada penguatan promosi, tetapi juga penguatan pengalaman, koneksi digital, dan layanan yang dapat dipersonalisasi.



4.1 Megatren Pariwisata Global

Seperti ungkapan "habis gelap, terbitlah terang", dunia kini memasuki fase kebangkitan pascapandemi. Situasi ini mengingatkan kita pada semangat *The Roaring 20s* yang ditandai dengan optimisme, transformasi budaya, dan kemakmuran setelah badai Flu Spanyol dan Perang Dunia I. Pandemi Covid-19 memang memaksa kita berhenti sejenak, namun justru dari jeda itu lahir tatanan baru dalam cara kita berwisata: bukan sekadar pergi, tapi mencari makna. Wisatawan kini lebih memilih destinasi yang tenang, autentik, dan jarang dikunjungi. Fenomena ini membentuk paradigma baru yakni *untrending is the new trendy*. Gerakan ini bukan hanya soal selera, melainkan bentuk kesadaran kolektif untuk menghindari *overtourism* dan menghidupkan kembali esensi perjalanan sebagai ruang refleksi, bukan sekadar ajang unjuk diri di media sosial.

Tiga Faktor Utama Megatren Pariwisata Global



Teknologi
Digital



Aspek
Keberlanjutan

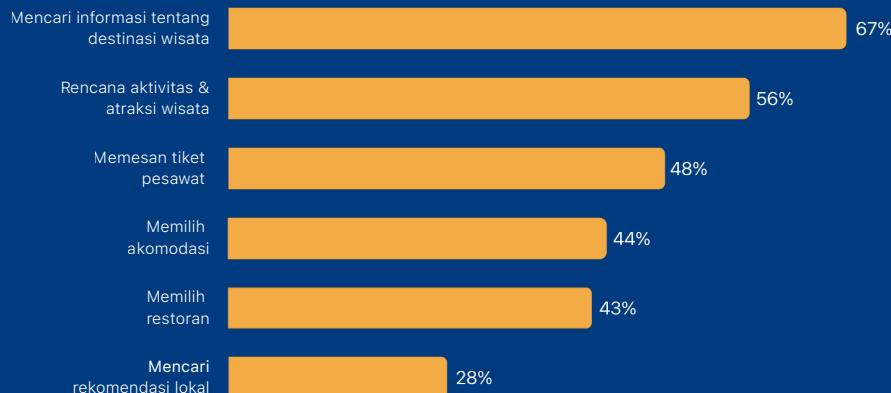


Personalisasi
Perjalanan

Pariwisata dunia ke depan mengalami pergeseran paradigma yang ditopang oleh tiga faktor utama yakni teknologi digital, aspek keberlanjutan, dan personalisasi perjalanan. Pertama, teknologi digital khususnya kecerdasan buatan/*artificial intelligence* (AI) menjadi motor personalisasi pengalaman wisata. Menurut survei terbaru Skyscanner, 54% wisatawan di seluruh dunia merasa percaya diri menggunakan AI untuk merencanakan dan memesan perjalanan pada 2026, naik dari 47% di tahun sebelumnya. Artinya, AI dan pengaruh konten media sosial tidak lagi hanya menjadi alat bantu, melainkan telah menjadi arsitek dalam keputusan berwisata. Pergeseran ini mendorong lahirnya wisatawan yang lebih cerdas, kritis, dan mencari pengalaman autentik yang mendalam. Bahkan, pergeseran tersebut mulai menggeser makna destinasi wisata dari sekadar "*where to go*" menjadi "*what to experience*".

Penggunaan Utama AI dalam Perjalanan

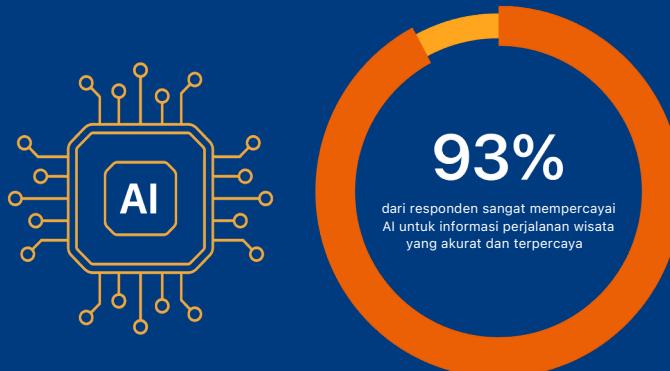
Percentase wisatawan yang menggunakan AI untuk berbagai tujuan



Sumber: State of Travel Report (Skift, 2025)

Sebagian Besar Wisatawan Lebih Memilih Metode *Full of Shared Control* atas Tindakan AI

Proporsi respons berdasarkan tingkat kontrol yang disukai



Sumber: State of Travel Report (Skift, 2025)

Faktor kedua pergeseran paradigma wisatawan global adalah semakin berkembangnya kesadaran akan aspek keberlanjutan. Gelombang transformasi pariwisata berada di titik temu antara pesatnya digitalisasi dan tumbuhnya generasi baru wisatawan. Generasi Z sebagai segmentasi wisatawan yang potensial di masa depan membawa serangkaian nilai yang dianut. Destinasi wisata yang dipilih sejalan dengan nilai-nilai inklusivitas dan kelestarian, sekaligus menuntut nilai-nilai yang ada di tempat tinggal serta bekerja. Dampaknya, isu seperti keberagaman, fleksibilitas, dan keseimbangan hidup bukan lagi sekadar pilihan, melainkan sebuah keharusan.

Lanskap perjalanan wisata ke depan akan diwarnai sebuah paradoks yang menjadi faktor terakhir: keinginan melepaskan diri dari rutinitas sembari tetap terhubung dengan dunia (*stay connected*). Perkembangan teknologi dalam dunia kerja menawarkan kemudahan dan fleksibilitas seseorang untuk berwisata sambil bekerja. Lebih lanjut, tren perilaku generasi milenial dan Gen Z dalam berwisata untuk terus terkoneksi dengan media sosial, juga menunjukkan kebutuhan koneksi digital yang *seamless*. Kebutuhan akan kenyamanan dan pencarian akan makna yang lebih dalam (*meaningful*) kini berjalan selaras di saat yang sama. Fenomena ini mendorong kebangkitan pariwisata bernilai tinggi, seperti perjalanan regeneratif dan *soulful travel*, di mana wisatawan mencari keterhubungan emosional dan tanggung jawab sosial.

Pergeseran ini menegaskan bahwa masa depan industri tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan teknologi, tetapi oleh kemampuannya mengemas pengalaman yang autentik, etis, dan menyentuh sisi kemanusiaan. Pertumbuhan pariwisata harus selaras dengan prinsip optimalisasi sumber daya dan dampak sosial yang positif. Secara kolektif, megatren pariwisata global mendorong industri pariwisata global menuju era baru. Secara keseluruhan, megatren pariwisata dunia ini mendorong industri pariwisata ke babak baru yang lebih bermakna, bertanggung jawab, dan mengedepankan sisi kemanusiaan.



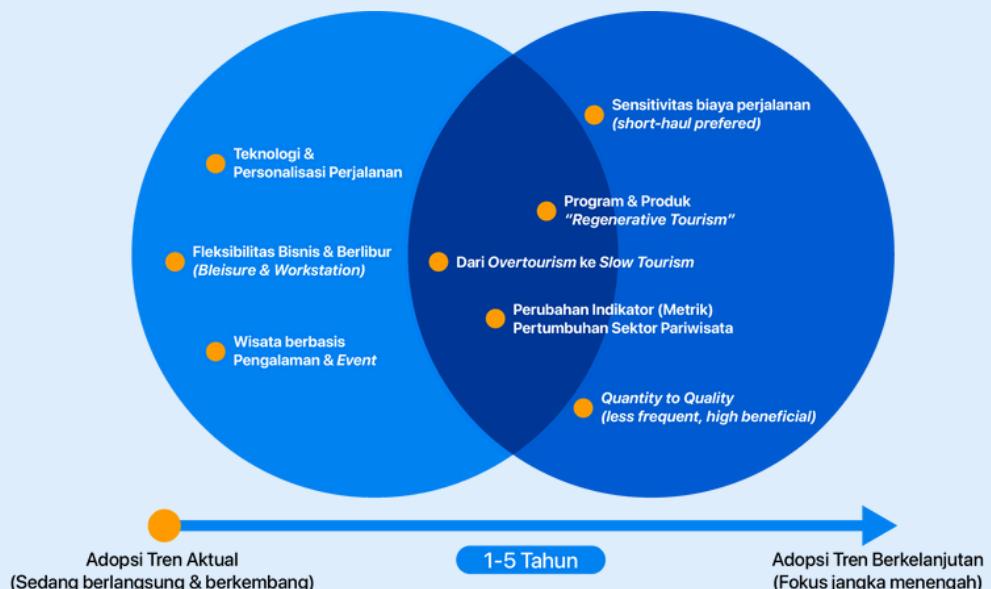
Sumber : Johnny Afnca/Unsplash



Gelombang Baru Pariwisata Dunia

Optimisme industri pariwisata yang diiringi dengan dukungan pemerintah menjadi dasar dalam mengadaptasi megatren pariwisata global. Realitas tekanan global pada aspek ekonomi, geopolitik, dan lingkungan menuntut sebuah model bisnis yang dapat beradaptasi dalam jangka panjang. Berbagai lembaga yang menaungi industri pariwisata global telah melakukan serangkaian survei dan penelitian untuk memetakan arah industri pariwisata dunia. Hasil kajian lembaga-lembaga tersebut dielaborasi untuk mendapatkan horizon pariwisata global dalam satu tahun (saat ini - jangka pendek) hingga kurang lebih lima tahun ke depan (jangka menengah).

Adaptasi Tren Pariwisata Global Mendatang



Sumber: State of Travel Report (Skift, 2025)

Penjelasan Adaptasi Tren Pariwisata Global Mendatang

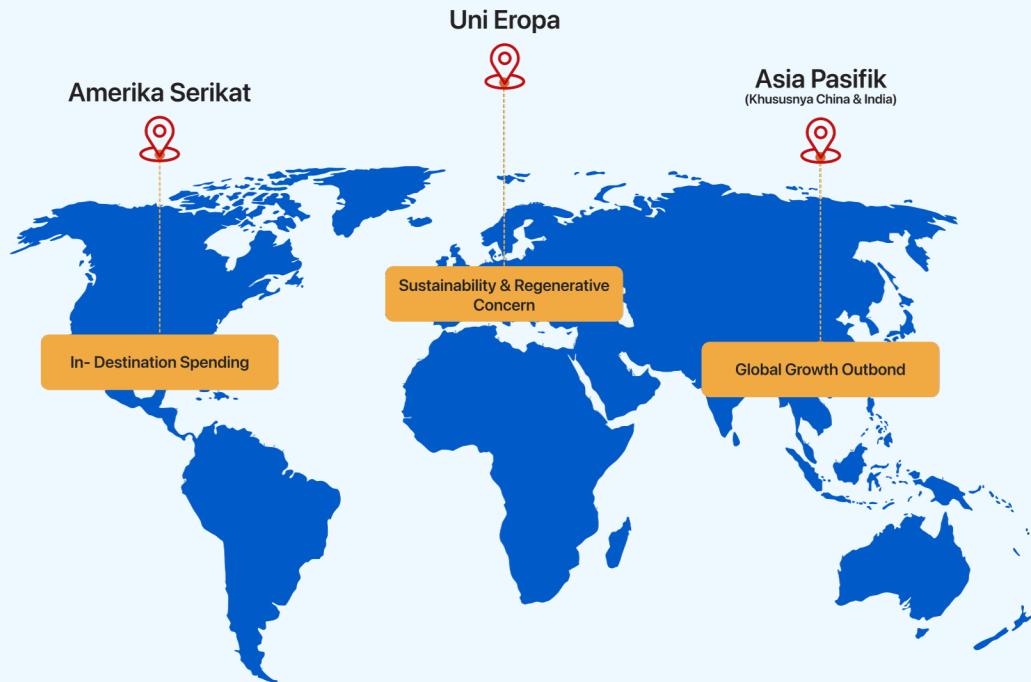
Dimensi Waktu	Kategori Tren Utama	Analisis
Adopsi Tren Aktual: Tren yang sedang berlangsung dan berkembang	Teknologi & Personalisasi (<i>Tech-Driven Transformation</i>)	<p><i>Generative AI</i> (GenAI) tengah mengubah rantai nilai pariwisata lewat personalisasi perjalanan dan efisiensi operasional. Sepanjang 2025–2026, hotel, maskapai, dan OTA memprioritaskan integrasi GenAI dalam produk dan layanan; adopsinya tumbuh 46% secara global dan 61% di Asia-Pasifik. Teknologi ini mendorong <i>hyper-personalization</i>, dari penyusunan <i>itinerary</i> hingga rekomendasi akomodasi dan aktivitas. Sebanyak 43% wisatawan memanfaatkan rekomendasi dari AI untuk memesan akomodasi.</p>
	Fleksibilitas Bisnis dan Berlibur (<i>Bleisure & Workation</i>)	Terjadi lonjakan dalam model perjalanan yang menggabungkan antara aktivitas bekerja (<i>business trip</i>) dengan berlibur (<i>Bleisure & Workation</i>). Mayoritas Gen Z (79%) dan Milenial (67%) memilih menggabungkan perjalanan bisnis dengan liburan. Tren <i>digital nomad</i> meningkat, didukung oleh visa digital nomad di lebih dari 40 negara.
	Perjalanan Berbasis Pengalaman & Event	Wisata berbasis <i>event</i> dan pengalaman khusus seperti <i>sport tourism</i> (marathon, <i>adventure biking</i> , dll.) ataupun melalui ajang konser musik, diproyeksikan tumbuh 16% CAGR atau bernilai 609 miliar dolar AS, dan diproyeksikan terus tumbuh dengan valuasi 1,7 Triliun dolar AS atau 8% CAGR hingga 2034. Berdasarkan survei 60% responden berencana memesan perjalanan untuk acara hiburan seperti konser atau ajang perlombaan olahraga pada 2025.

Dimensi Waktu	Kategori Tren Utama	Analisis
Adopsi Tren Berkelanjutan: Fokus Jangka Menengah	Paradigma Pariwisata Regeneratif (<i>Regenerative Tourism</i>)	Sektor pariwisata menyumbang lebih dari 8% emisi global dan 10% konsumsi energi; sementara limbah, terutama plastik, memperkuat urgensi perubahan. Kini, tiga dari empat wisatawan menimbang dampak ekologis saat merencanakan dan menjalani liburan. Jawabannya bukan sekadar mengurangi jejak, melainkan memulihkan alam dan budaya lokal melalui interaksi dengan penduduk setempat dan pemulihran lingkungan.
	Perubahan Indikator Pertumbuhan Pariwisata	Destinasi mulai mengukur keberhasilan pariwisata melalui indikator yang tidak hanya berorientasi pada capaian ekonomi, tetapi juga mencakup kesejahteraan komunitas setempat terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), perbaikan lingkungan, dan pelestarian budaya lokal. Contohnya adalah penggunaan <i>European Tourism Indicator System</i> (ETIS) sejak 2013 yang bermanfaat membantu menghindari <i>overtourism</i> dan menjaga keseimbangan antara pertumbuhan dan keberlanjutan.
	<i>Overtourism to Slow Tourism</i>	Empat dari lima wisatawan akan mengubah pilihan perjalanan karena <i>overtourism</i> . Strategi ini meliputi perjalanan <i>off-season</i> (dipilih 42% secara global), wisatawan cenderung akan memilih destinasi yang tidak populer (<i>untrending</i>), dan gaya " <i>slow tourism</i> ". Koneksi dengan keheningan alam, bintang, dan gelap malam, tanpa adanya terpaan berlebih dari layar <i>gadget</i> menjadi suasana berlibur yang dicari.
	<i>Quantity to Quality (less frequent, high beneficial)</i>	Dua dari tiga wisatawan mungkin akan mengubah kebiasaan perjalanan karena penurunan daya beli akibat tingginya inflasi. Wisatawan akan mengurangi durasi/frekuensi (<i>frequency/quantity</i>) ketimbang harus mengorbankan kenyamanan/kualitas (<i>comfort/quality</i>). Opsi wisata domestik dan <i>short-haul</i> juga masih menjadi pilihan utama di tengah ketidakpastian ekonomi.



Sumber: Anthony Nelzin-Santos/Unsplash

Tren Pariwisata Regional dalam Lanskap Global



Amerika Serikat

Amerika Serikat masih menjadi salah satu regional yang menjadi penentu tren *market* pariwisata global (*market driven*). Perjalanan *outbound* AS diperkirakan naik 19% di atas 2019. Penggunaan *credit card rewards* menjadi perhatian yang paling menonjol oleh pasar wisatawan Amerika. Kombinasi *rewards* dan *loyalty perks* menambahkan keputusan untuk melakukan perjalanan internasional. Kesenjangan *outbound/inbound* signifikan; *outbound* tumbuh lebih cepat dari *inbound*. Hal ini ditengarai karena posisi dolar AS yang menguat, dan kebijakan pemerintah federal dalam pemberian visa.

Uni Eropa

4 dari 5 wisatawan akan memilih perjalanan wisata ramah lingkungan seperti penggunaan transportasi publik, khususnya jaringan Kereta Api atau Bis. 47% wisatawan Eropa melakukan pencarian informasi tentang destinasi dan atraksi ramah lingkungan.

Asia-Pasifik (Khususnya China & India)

Negara-negara dengan jumlah populasi dan pertumbuhan GDP yang tinggi seperti Tiongkok dan India, berkontribusi terhadap pertumbuhan penerbangan global terbesar (50% dari pertumbuhan global dalam 15 tahun ke depan). Kelas menengah yang tumbuh pesat (mendorong belanja liburan global dari 29% (2023) menjadi 35% (2025)). India diproyeksikan melampaui Inggris sebagai pasar sumber terbesar untuk AS di luar Amerika Utara pada 2026. Pasar Asia Pasifik terutama dengan perekonomian kuat mencari *experiential luxury* dan *purposeful travel*.



Personalisasi Antar Generasi Dalam Menciptakan Tren Wisata Global



Gen Z dan Milenial

Kategori Tren Utama Adopsi Teknologi (GenAI, IoT, AR/VR) dan pengalaman bernalih (*meaningful-soulful*)

Preferensi Gen Z menjadi motor tren *purpose-driven tourism*. Kepedulian Gen Z pada keberlanjutan sangat tinggi, hanya 12% yang tidak peduli. Sebagai contoh suvenir massal mulai ditinggalkan dan beralih ke suvenir unik buatan masyarakat lokal. Gen Z juga *tech and value-savvy*: memaksimalkan *loyalty* program kartu kredit, pengguna GenAI paling aktif untuk merancang perjalanan, dan 79% tertarik pada *bleisure/nomad work* (terutama di kalangan wisatawan lajang). Adapun pasangan muda cenderung berlibur bersama keluarga, memilih destinasi dengan pertimbangan kebutuhan keluarga dan anak.

Gen X dan Baby Boomer

Fokus pada kenyamanan dan kualitas berwisata, dengan daya beli tinggi

Kedua generasi ini tidak terlalu antusias menggunakan AI (*Tech-Suspicious Seniors*). Paling diuntungkan dari *off-season travel* untuk menghindari *overtourism* (51% Baby Boomer memilihnya). Daya beli tinggi dan merupakan penggerak utama dalam perjalanan mewah dan perjalanan petualangan/ solo di usia paruh baya 50+ (*Midlife Women Redefine Travel*).



Sumber: Wonderful Images

4.2 Tren Pariwisata Indonesia

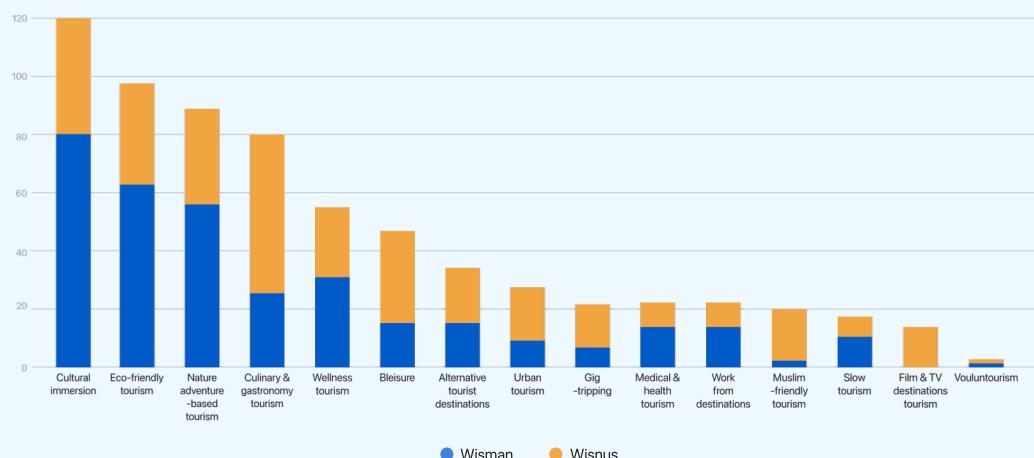
Perkembangan pariwisata global menunjukkan pergeseran menuju pengalaman autentik, berkelanjutan, dan berbasis teknologi. Generasi Milenial dan Gen Z sebagai wisatawan *digital-native* mendorong munculnya tren baru seperti *eco-tourism*, *wellness tourism*, *sport tourism*, dan *Meeting Incentive Convention and Exhibition* (MICE). Teknologi seperti AI, IoT, dan AR/VR turut menjadi penggerak utama dalam menciptakan perjalanan yang personal, efisien, dan imersif, sekaligus menempatkan wisatawan sebagai pusat ekosistem digital pariwisata.

Selain itu, industri sedang menghadapi tantangan global seperti krisis iklim, ketegangan sosial-lingkungan akibat *overtourism*, serta kesenjangan keterampilan dan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM). Ketergantungan pariwisata pada alam dan budaya menuntut pengelolaan berbasis restorasi/regeneratif, etika, dan pemberdayaan lokal. Dalam konteks ini, daya saing pariwisata Indonesia tidak sekadar ditentukan oleh promosi atau infrastruktur, tetapi oleh kemampuannya membangun sistem yang tangguh, inklusif, dan berbasis nilai sebagai upaya adaptasi terhadap megatren global yang menuntut keberlanjutan dalam jangka panjang.

Pemetaan tren pariwisata Indonesia pada 2026 dianalisis dari berbagai metode yang komprehensif dan berlapis. Proses ini dimulai dengan pengumpulan temuan perubahan dan elaborasi dari tiga sumber utama: tinjauan literatur yang relevan, *Expert Survey*, serta diskusi kelompok terpumpun (FGD). Setiap sinyal perubahan baik positif maupun negatif, dipertimbangkan secara objektif untuk memastikan analisis yang tidak bias.

Prediksi tren perilaku wisatawan berdasarkan pendapat para ahli dalam *Expert Survey*. Grafik menunjukkan bahwa baik wisatawan nusantara (wisnus) maupun wisatawan mancanegara (wisman) memiliki preferensi terhadap jenis wisata yang serupa, namun dengan urutan prioritas yang berbeda. Enam tren wisata yang unggul di kedua segmen adalah: *Cultural Immersion*, *Eco-Friendly Tourism*, *Nature and Adventure-Based Tourism*, *Culinary and Gastronomy Tourism*, *Wellness Tourism*, dan *Bleisure*. Perbedaan utama terletak pada motivasi dan intensitas minat terhadap masing-masing jenis wisata.

Prediksi Tren Berwisata Wisman dan Wisnus di Indonesia



Enam Tren Wisata Utama di Indonesia



Sumber: Hasil Olah Data dan Analisis Expert Survey 2025



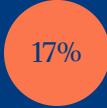
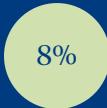
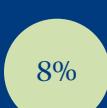
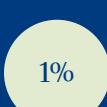
Sumber: Wonderful Images

Kedua segmen wisatawan ini dipertemukan dengan fokus perjalanan yang lebih bermakna dan autentik. Wisman cenderung menempatkan *Cultural Immersion*, *Eco-Friendly Tourism*, dan *Nature-Based Adventure* sebagai prioritas utama. Hal ini mencerminkan pencarian makna, koneksi lintas budaya, dan kepedulian terhadap keberlanjutan. Sedangkan wisnus mengutamakan *Culinary and Gastronomy Tourism* dan *Cultural Immersion* yang menunjukkan orientasi pada relaksasi, eksplorasi rasa, dan kenyamanan di dalam negeri sendiri. Keduanya memiliki orientasi pada eksplorasi dan merasakan pengalaman secara langsung.

Kesamaan preferensi ini membuka peluang bagi pengembangan produk wisata yang bersifat lintas segmen, dengan tetap mempertimbangkan perbedaan motivasi dan intensitas. Strategi pariwisata tahun 2026 dapat mengakomodasi kebutuhan reflektif wisman, sekaligus merespons dinamika gaya hidup dan konsumsi domestik wisnus. Strategi tersebut bertujuan untuk menciptakan ekosistem wisata yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan.

Prediksi tren pariwisata Indonesia dari para ahli selaras dengan tren pariwisata global. Tren pariwisata global dipetakan melalui *horizon scanning* dengan penelaahan sistematis berbagai dokumen dan data seputar perkiraan (*forecast*) pariwisata global. Tren pariwisata yang teridentifikasi selanjutnya dianalisis relevansinya dengan kondisi kepariwisataan di Indonesia. Dari penelaahan berbagai sumber dapat ditarik tujuh tren pariwisata yang diprediksi akan berkembang pada 2026.



Tren Pariwisata	Frekuensi	Karakteristik
Personalisasi dan Transformasi Digital	 32%	<ul style="list-style-type: none"> Mencerminkan urgensi adaptasi teknologi dalam menciptakan pengalaman wisata yang lebih relevan, efisien, dan berbasis preferensi individu Menempatkan wisatawan sebagai pusat ekosistem digital pariwisata
<i>Wellness Tourism</i>	 22%	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan signifikan sebagai respons terhadap gaya hidup sehat dan kebutuhan pemulihian emosional pasca-pandemi Wisata berbasis well-being tidak lagi bersifat niche, melainkan menjadi arus utama yang memengaruhi desain produk dan destinasi.
Pariwisata yang Berkelanjutan dan Regeneratif	 17%	<ul style="list-style-type: none"> Menjadi pilar penting dalam menjaga daya dukung lingkungan dan keberlanjutan sumber daya wisata Menekankan pentingnya etika berwisata dan tanggung jawab kolektif terhadap ekosistem destinasi.
Ekosistem MICE dan <i>Bleisure</i>	 11%	<ul style="list-style-type: none"> Berorientasi pada penggabungan produktivitas dan rekreasi Mobilitas wisata di sekitar kota atau wilayah sekitarnya dengan dukungan infrastruktur digital, kemudahan akses transformasi, dan diversifikasi atraksi urban.
<i>Hyperlocal</i> dan <i>Cultural Immersion</i>	 8%	<ul style="list-style-type: none"> Pergeseran pola perjalanan dari eksplorasi destinasi populer menuju pencarian pengalaman yang lebih kontekstual dan bermakna Pengalaman wisata yang menciptakan ruang pembelajaran lintas budaya dan autentik.
Infrastruktur dan Konektivitas Pariwisata	 8%	<ul style="list-style-type: none"> Penguatan integrasi antar moda, pemanfaatan transportasi rendah emisi, aksesibilitas bagi semua kalangan Digitalisasi dan integrasi sistem pemesanan tiket.
<i>Marine Tourism</i>	 1%	<ul style="list-style-type: none"> Integrasi antara konservasi, wellness, dan pemberdayaan masyarakat pesisir Sektor prioritas dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Proses analisis mendalam yang menggabungkan temuan dari *Expert Survey* dan *horizon scanning* memfokuskan pada enam tren pariwisata teratas. Enam tren ini diproyeksikan akan menjadi kekuatan serta faktor pendorong lanskap pariwisata Indonesia pada 2026. Perkembangan tren-tren tersebut relevan dan berhubungan langsung dengan megatren pariwisata global yang sedang berlangsung. Masing-masing dari enam tren ini akan dijelaskan lebih rinci pada bagian berikutnya.



Cultural Immersion

Tren *cultural immersion* diprediksi semakin menjadi primadona di kalangan wisatawan di Indonesia. Aktivitas wisatawan kini tidak sekadar melihat-lihat destinasi populer, melainkan ingin turut merasakan kehidupan lokal secara langsung. Dalam *cultural immersion*, wisatawan secara aktif berpartisipasi dalam kehidupan sehari-hari, tradisi, dan praktik budaya komunitas lokal. Wisatawan bisa mengikuti upacara adat, belajar memasak makanan tradisional, hingga tinggal bersama masyarakat setempat.

Sebanyak
65%
wisatawan dari Arab Saudi dan 66% dari UEA tertarik mempelajari bahasa lokal sebelum mengunjungi destinasi

Minat terhadap *cultural immersion* mencerminkan pergeseran dari eksplorasi destinasi populer menuju pencarian makna dan koneksi. Tren partisipasi dengan masyarakat dan budaya lokal diminati oleh semua kalangan wisatawan, baik mancanegara maupun nusantara. Wisman cenderung memprioritaskan interaksi sosial, pembelajaran lintas budaya, dan refleksi diri selama perjalanan. Menurut Trends Report dari Hilton untuk 2026, Wisatawan dari Uni Emirat Arab (UEA) dan Arab Saudi menunjukkan kecenderungan kuat untuk menjalin hubungan budaya yang autentik ketimbang sekadar berwisata biasa. Sebanyak 65% wisatawan dari Arab Saudi dan 66% dari UEA, menunjukkan angka tertinggi secara global dalam studi tersebut, berusaha mempelajari bahasa lokal sebelum mengunjungi destinasi. Ini mencerminkan prioritas segmen wisatawan tersebut pada *cultural immersion*. Bahkan sebagian besar wisatawan dari kedua negara tersebut sengaja mencari momen spontan untuk terlibat langsung dalam adat istiadat setempat, bahkan tanpa persiapan matang.

Sementara itu, wisatawan juga mulai menunjukkan minat yang sama, terutama generasi muda yang ingin memperluas wawasan dan membangun empati lintas budaya. Program-program seperti residensi seni, pelatihan kerajinan, dan *retreat spiritual* di desa wisata menjadi magnet baru yang memperkaya pengalaman wisata.

Indonesia berpotensi besar untuk menangkap peluang tren *cultural immersion* karena kekayaan budayanya. Desa wisata seperti Nglanggeran (Yogyakarta), Tamansari (Banyuwangi), Tetebatu (Lombok Timur) dan Wae Rebo (Manggarai, NTT) menjadi contoh nyata pengembangan paket wisata berbasis budaya, di mana wisatawan dapat tinggal di *homestay*, mengikuti aktivitas harian, dan belajar filosofi hidup masyarakat setempat. Fenomena ini membuka peluang strategis bagi pengembangan desa wisata sebagai simpul utama pariwisata berbasis komunitas.

Salah satu contoh *cultural immersion* yang banyak disoroti kalangan wisatawan adalah Desa Adat Wae Rebo, Kabupaten Manggarai, Nusa Tenggara Timur. Desa di wilayah pegunungan ini menawarkan pengalaman unik bagi wisatawan. Wisatawan yang hendak berkunjung ke Wae Rebo harus berjalan kaki di kawasan perbukitan. Setibanya di desa, wisatawan akan disambut dengan upacara adat di Mbaru Gendang sebagai bentuk penghormatan kepada leluhur. Interaksi dengan masyarakat, menenun, memanen kopi, menikmati kuliner khas, hingga menginap di rumah adat Mbaru Niang menjadi aktivitas wisatawan. Pengalaman tersebut memberikan makna filosofi hidup masyarakat dan upaya pelestarian budaya serta lingkungan.

Strategi memperkuat tren *cultural immersion* dapat melalui pendekatan pengembangan desa wisata. Kehadiran desa wisata tidak sekadar menawarkan tempat tinggal atau atraksi budaya, melainkan bertransformasi menjadi pusat kurasi pengalaman tematik berbasis budaya, spiritualitas, atau edukasi. Transformasi desa wisata turut memerlukan upaya pendukung seperti digitalisasi sistem reservasi, dukungan terhadap pemandu lokal, dan penguatan narasi budaya. Peningkatan kapasitas masyarakat lokal semakin ditingkatkan agar mampu menjadi aktor utama dalam rantai nilai pariwisata.



Sumber: Wonderful Images



Sumber: Marcella Oscar/Unsplash

Eco-Friendly Tourism

Kebutuhan berwisata hari ini berjalan beriringan dengan semangat serta kesadaran keberlanjutan. Kesadaran tersebut tumbuh karena adanya dampak negatif khususnya pada lingkungan akibat aktivitas dan perjalanan pariwisata. Tren *eco-friendly tourism* atau pariwisata ramah lingkungan muncul dari kesadaran kolektif wisatawan di level global maupun dalam negeri. Tren ini berpotensi terus berkembang di Indonesia karena kekayaan alam dan keanekaragaman hayati yang luar biasa.

Preferensi wisatawan pada *eco-friendly tourism* berpusat pada ketersediaan fasilitas dan aktivitas yang ramah lingkungan. Dari sisi fasilitas, wisatawan cenderung akan memilih akomodasi bersertifikat lingkungan, destinasi dengan pengelolaan sampah terpadu, serta kebijakan tegas pengurangan plastik sekali pakai. Sementara itu, dari sisi aktivitas, wisatawan tertarik pada atraksi yang menawarkan pengalaman langsung dalam konservasi dan pemulihian ekosistem, mulai dari wisata tanam pohon, pemantauan satwa liar, hingga program restorasi terumbu karang.



Sumber: Biorock Indonesia/Unsplash

Pulau Macan, Kepulauan Seribu menjadi salah satu destinasi yang menerapkan *eco-friendly tourism*, utamanya dalam konservasi laut. Wisatawan dapat memanfaatkan fasilitas ramah lingkungan seperti pemanfaatan energi surya dan toilet kompos. Aktivitas yang dapat dipilih di antaranya partisipasi program penanaman terumbu karang dan edukasi kelestarian ekosistem laut. Kombinasi antara fasilitas dan aktivitas ramah lingkungan ini turut menunjukkan pelestarian lingkungan dapat sejalan dengan kenyamanan berwisata.



Sumber: Wonderful Images

Sumber : Wonderful Images

Permintaan terhadap pariwisata ramah lingkungan diprediksi terus meningkat, dan respons kolektif dari berbagai pemangku kepentingan menjadi kunci keberhasilannya. Untuk mengarahkan pertumbuhan ini, diperlukan penguatan regulasi yang jelas, insentif yang mendorong praktik berkelanjutan, serta kolaborasi lintas sektor. Dengan pendekatan yang terintegrasi, pariwisata Indonesia berpeluang tidak hanya unggul dari sisi estetika dan daya tarik visual, tetapi juga menawarkan nilai ekologis bagi lingkungan.

Nature and Adventure-Based Tourism

Bentang alam masih menjadi modal utama dan pendukung sektor pariwisata Indonesia di masa depan. Eksplorasi alam tetap menjadi daya tarik wisatawan dari dalam dan luar negeri. Meski menjadi motor utama pariwisata, tren wisata alam di Indonesia menunjukkan pergeseran ke arah eksplorasi potensi yang lebih unik dan spesifik. Permintaan *niche adventure* seperti mendaki gunung api aktif (*geotourism*), susur gua (*caving*), dan eksplorasi alam bawah laut (*scuba diving*), termasuk dengan menikmati tinggal di tengah laut (*live on board*) akan terus berkembang serta bervariasi bentuknya.

Peluang dari tren ini terletak pada pertemuan antara eksplorasi dengan praktik regeneratif sebagai nilai utama. Sebagaimana yang menjadi megatren global, lahir kesadaran pascapandemi di mana wisatawan kini tidak lagi hanya mencari destinasi yang menantang adrenalin atau indah secara visual. Tren ke depan menunjukkan pergeseran signifikan menuju pariwisata yang lebih bertanggung jawab, personal, dan memiliki nilai. Wisatawan yang menyukai petualangan tidak hanya sekadar memacu adrenalin tetapi juga memberikan dampak positif, mengutamakan keberlanjutan lingkungan, dan mendukung pemberdayaan masyarakat setempat.



Sumber: Wonderful Images

Ceningan Divers di Bali menjadi salah satu pelopor penerapan standar lingkungan untuk aktivitas menyelam. Standar global *Green Fins* diimplementasikan melalui kolaborasi antara operator selam, masyarakat lokal, dan *Coral Triangle Center*. Kawasan tersebut menerapkan kode etik yang menekankan praktik ramah lingkungan seperti tidak menyentuh terumbu karang, tidak memberi makan ikan, serta pengelolaan limbah yang baik. Aktivitas restorasi alam bawah laut seperti penanaman dan pemantauan terumbu karang juga dapat diikuti oleh wisatawan bersama masyarakat.



Menurut laporan Skyscanner terbaru, 71% wisatawan global sedang mempertimbangkan atau merencanakan liburan ke kawasan pegunungan pada musim panas atau gugur 2026. Di Indonesia, tren ini telah direspon secara inovatif melalui pengelolaan wisata pendakian di Taman Nasional Gunung Rinjani, Lombok. Jalur pendakian yang terkenal menantang ini tidak hanya menawarkan keindahan lanskap vulkanik, tetapi juga dirancang sebagai implementasi wisata regeneratif. Melalui program partisipatif seperti penanaman pohon di sepanjang jalur, pembersihan lintasan bersama warga lokal, dan penerapan prinsip "zero waste", aktivitas rekreasi bertransformasi menjadi aksi kolektif yang berdampak ekologis sekaligus memperkuat pemberdayaan komunitas sekitar.

Culinary and Gastronomy Tourism

Kuliner dan gastronomi di Indonesia tidak lagi dipandang sebagai elemen pelengkap paket wisata, melainkan telah menjadi daya tarik tersendiri. Makanan menjadi alasan fundamental wisatawan dalam memilih sebuah destinasi. Wisnus cenderung memilih destinasi yang menawarkan pengalaman kuliner autentik seperti festival makanan tradisional, kelas memasak, dan *farm-to-table* di desa wisata. Sementara itu, wisatawan mancanegara lebih berminat pada narasi atau cerita di balik tersajinya makanan. Makanan diposisikan sebagai medium untuk merasakan autentisitas sebuah destinasi wisata.

Tren *gastro-tourism* diprediksi akan terus berkembang sebagai salah satu pilar pariwisata kreatif di Indonesia. Desa wisata Candirejo Magelang, Pujon Kidul Malang, dan Bonjeruk Lombok sukses mengembangkan paket wisata kuliner berbasis partisipasi. Wisatawan dapat mengikuti proses produksi sebuah makanan dari kebun hingga tersaji di meja makan. Proses menanam, memanen, memasak, dan makan bersama dapat dirasakan langsung oleh wisatawan. Pendekatan ini memperkuat relasi sosial dan apresiasi terhadap warisan kuliner lokal, sekaligus strategi penguatan daya saing kuliner Indonesia di pasar global.



Sumber: Wonderful Images

Desa Wisata Pujon Kidul, Kabupaten Malang mendulang kesuksesan dari wisata kuliner dan gastronomi. Saung-saung makan di Desa Pujon Kidul dirancang menyerupai gubuk petani di tengah sawah, menciptakan suasana makan yang menyatu dengan lanskap persawahan seluas dua hektar. Pengunjung dapat menikmati makanan sambil menyaksikan aktivitas bertani, ikut memanen, dan memancing ikan. Tak ketinggalan aktivitas agrowisata seperti jelajah kebun, petik buah dari kebun, dan transaksi hasil petik langsung ke masyarakat pemilik kebun.

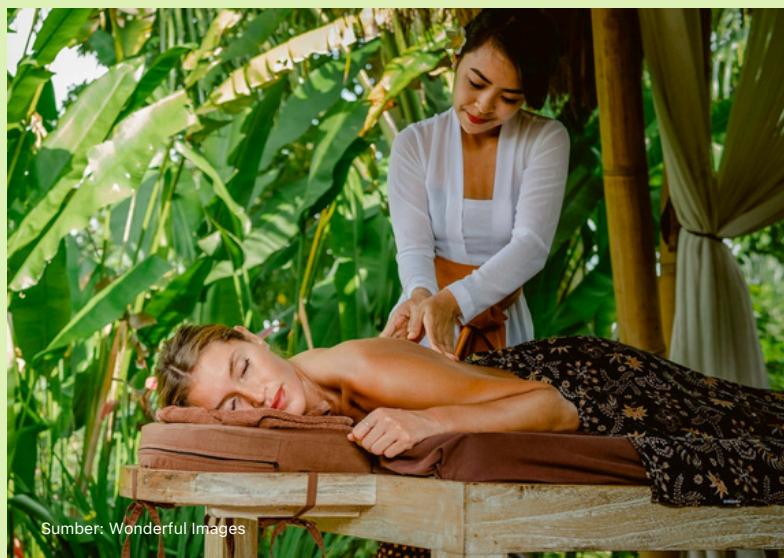


Merespons tren kuliner dan gastronomi, Kementerian Pariwisata telah meluncurkan program Wonderful Indonesia Gourmet (WIG). Program ini menjadi tonggak penting dalam pengembangan wisata gastronomi di Indonesia. WIG hadir sebagai payung besar yang menempatkan kuliner Indonesia bukan hanya sebagai hidangan, tetapi melengkapi cerita tentang petani, nelayan, juru masak, dan penikmatnya. Rangkaian kegiatan WIG di antaranya peluncuran buku *Indonesia Gastronomy Network* yang mengurasi 120 restoran di Jakarta dan Bali, *Artisan Food Market*, dan *Restaurant Week*. Gelaran WIG menjadi bagian dari strategi promosi yang mengangkat kekayaan rasa dan narasi kuliner Indonesia.

Wellness Tourism

Wisata kebugaran atau *wellness tourism* diperkirakan menjadi tren yang terus berkembang pesat di dalam maupun luar negeri. Perkembangan tren ini didorong oleh meningkatnya pergeseran gaya hidup wisatawan menuju keseimbangan dan kesadaran diri. Aktivitas wisata tidak lagi hanya diposisikan sebagai pelarian, melainkan sebagai ruang pemulihan dan refleksi. Fokus utama dari *wellness* adalah peningkatan fisik, mental, dan spiritual secara holistik.

Pengembangan *wellness tourism* di Indonesia dapat dikelompokkan ke dalam beberapa sub-tren. Pengembangan tersebut mengacu pada ketersediaan sumber daya yang dekat dan melimpah di Indonesia. Pertama, *forest bathing* yang melibatkan pengalaman seluruh indera untuk mendapatkan dampak positif bagi mental dan fisik. Wisatawan merasa perlu kembali ke alam untuk menikmati ketenangan dan kedamaian. Kedua, *spiritual retreat* sebagai bentuk menjauh dari kehidupan sehari-hari guna mencari kedamaian, ketenangan diri, dan mendekatkan diri dengan sang pencipta. Ketiga, *herbal healing* atau pemanfaatan tanaman obat seperti jamu dan spa tradisional.



Sumber: Wonderful Images

Peluang pengembangan *wellness tourism* telah dimanfaatkan oleh beberapa destinasi melalui program unggulan. Di Bali, berbagai pelaku usaha menawarkan paket *wellness* yang mencakup perawatan spa tradisional, yoga, meditasi, dan terapi aromaterapi yang holistik. Sedangkan di Jakarta dan Jawa Barat, berbagai usaha menyediakan layanan spa alami dan organik lengkap dengan fasilitas yoga dan pilates untuk wisatawan yang ingin menjalani *wellness break*. Sementara di Jawa Tengah, seperti di Kabupaten Karanganyar menonjolkan *wellness* berbasis aromaterapi dan edukasi mengenai tanaman atsiri, menggabungkan unsur rekreasi, kesehatan, budaya, dan edukasi dalam satu pengalaman.

Wellness tourism di Indonesia juga lekat dengan pendekatan *nature-based healing* atau perawatan kesehatan berbasis alam. Pendekatan ini merupakan hasil integrasi *wellness* dengan tradisi lokal. Bali menjadi destinasi paling populer bagi wisatawan yang ingin merasakannya. Tradisi Melukat dikenal sebagai prosesi *wellness* dengan mandi di mata air untuk memberikan rasa damai. Selain itu, meditasi di Ubud dengan atmosfer pendukung udara yang sejuk dan pemandangan alam membantu wisatawan menemukan keseimbangan batin.

Menyadari potensi besar *wellness tourism*, Kementerian Pariwisata meluncurkan program Wonderful Indonesia Wellness sebagai strategi peningkatan kelas pariwisata nasional. Surakarta dan Yogyakarta dipilih sebagai destinasi percontohan. Keduanya memiliki warisan budaya dan spiritual yang kaya, sekaligus memiliki kesiapan ekosistem dalam menghadirkan pengalaman *wellness* yang autentik. Program ini akan diintegrasikan dengan dua festival unggulan yakni Jogja Cultural Wellness Festival (JCWF) 2025 dan Royal Surakarta Wellness Festival (RSWF).



Bleisure

Meningkatnya kesadaran keseimbangan antara produktivitas dan kehidupan (*work-life balance*), memberikan ruang bagi berkembangnya tren *bleisure* di Indonesia. *Bleisure* merupakan gabungan perjalanan bisnis dengan rekreasi. Berbagai literatur menunjukkan pelaku perjalanan bisnis cenderung memperpanjang masa tinggal untuk mengeksplorasi destinasi wisata di sekitarnya. Perkembangan *bleisure* juga seiring dengan keberadaan ekosistem MICE, *nomadic work-life travel*, dan wisata urban. Kota-kota besar seperti Yogyakarta, Denpasar, dan Bandung menyediakan *workation hub* dengan berbagai fasilitas penunjang bekerja sekaligus berwisata. Perkembangan *bleisure* di Indonesia juga dapat dilihat dari hadirnya berbagai resor dan *coworking space*.

Sementara itu, berbagai gelaran MICE di Jakarta dan Bali turut memaksimalkan potensi *bleisure*. Agenda resmi seperti konferensi dan pameran mengintegrasikan agenda tur dalam kota, wisata kuliner, dan *wellness*. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kepuasan peserta atau pengunjung, tetapi juga memperpanjang masa tinggal mereka dan memberikan dampak ekonomi positif bagi destinasi MICE di Indonesia. Integrasi MICE dan *bleisure* ini semakin relevan dengan tren kerja fleksibel dan gaya hidup sehat, sehingga memberikan nilai tambah bagi para profesional.



Sumber: Kemal Esenoy/Unsplash





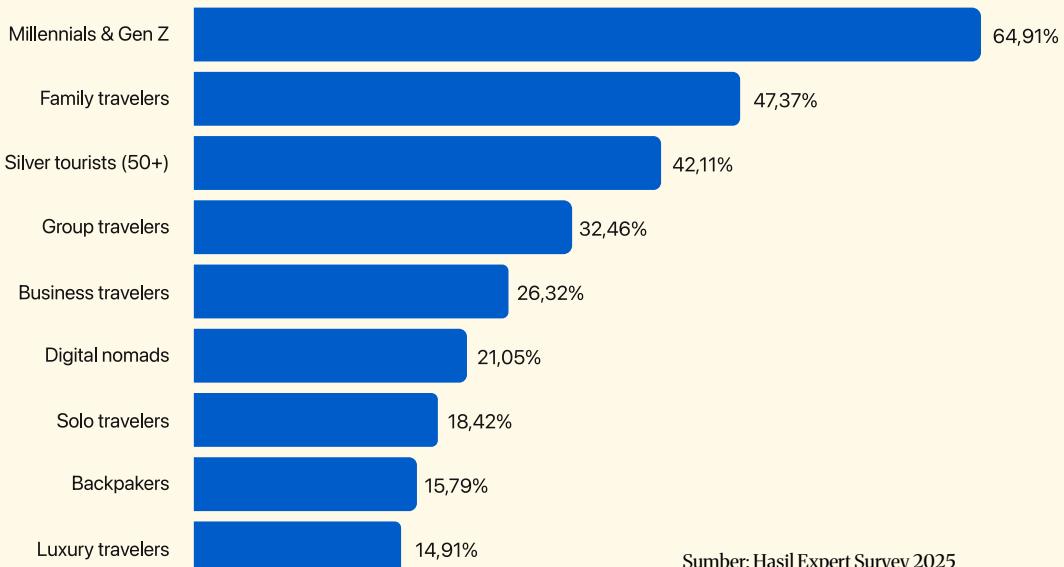
4.3 Proyeksi Segmentasi Wisatawan Indonesia

Memahami arah pergeseran perilaku wisatawan menjadi krusial dalam menata strategi pariwisata nasional. Segmen wisatawan kini tidak hanya didefinisikan oleh asal negara atau demografi, tetapi oleh nilai, gaya hidup, dan motivasi perjalanan yang mencerminkan identitas generasi baru. Milenial dan Gen Z muncul sebagai kekuatan dominan yang membentuk lanskap pariwisata Indonesia, dengan kecenderungan mencari pengalaman yang autentik, berkelanjutan, dan relevan dengan jati diri.

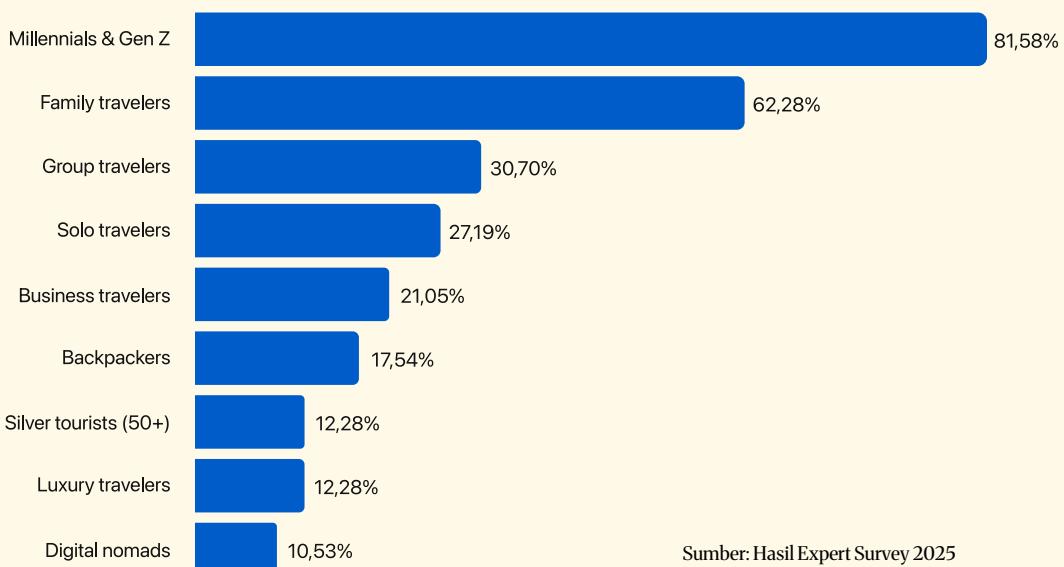
Expert Survey menunjukkan segmen wisatawan mancanegara yang diproyeksikan tumbuh signifikan hingga tahun 2026 didominasi oleh Milenial dan Gen Z, disusul oleh *family travelers* dan *silver tourist*. Pergeseran ini menunjukkan bahwa segmen pasar wisatawan global tengah digerakkan oleh generasi muda yang *digital-native* dan pencinta pengalaman autentik, namun tetap diimbangi oleh segmen keluarga yang mencari kenyamanan serta wisatawan senior yang memiliki daya beli tinggi. Munculnya *digital nomads* dan *group travelers* juga menandakan bahwa perjalanan kini tidak lagi semata-mata untuk rekreasi, melainkan menjadi bagian dari gaya hidup fleksibel dan konektif. Bagi Indonesia, tren ini membuka peluang untuk memperkuat posisi sebagai destinasi yang ramah bagi berbagai tipe wisatawan, dari generasi muda yang mencari makna hingga wisatawan mapan yang mencari kualitas dan ketenangan.

Tren serupa juga tampak pada pasar domestik, di mana lanskap wisnus diwarnai oleh dominasi Milenial dan Gen Z serta *family travelers* sebagai segmen pendukung utama. Sementara itu, cukup tingginya minat *solo travelers* pada wisnus menegaskan bahwa pariwisata domestik ke depan akan semakin variatif, tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga medium pembelajaran, eksplorasi identitas, dan pencarian makna secara personal.

Segmen Wisatawan Mancanegara yang diproyeksikan mengalami pertumbuhan signifikan di tahun 2026

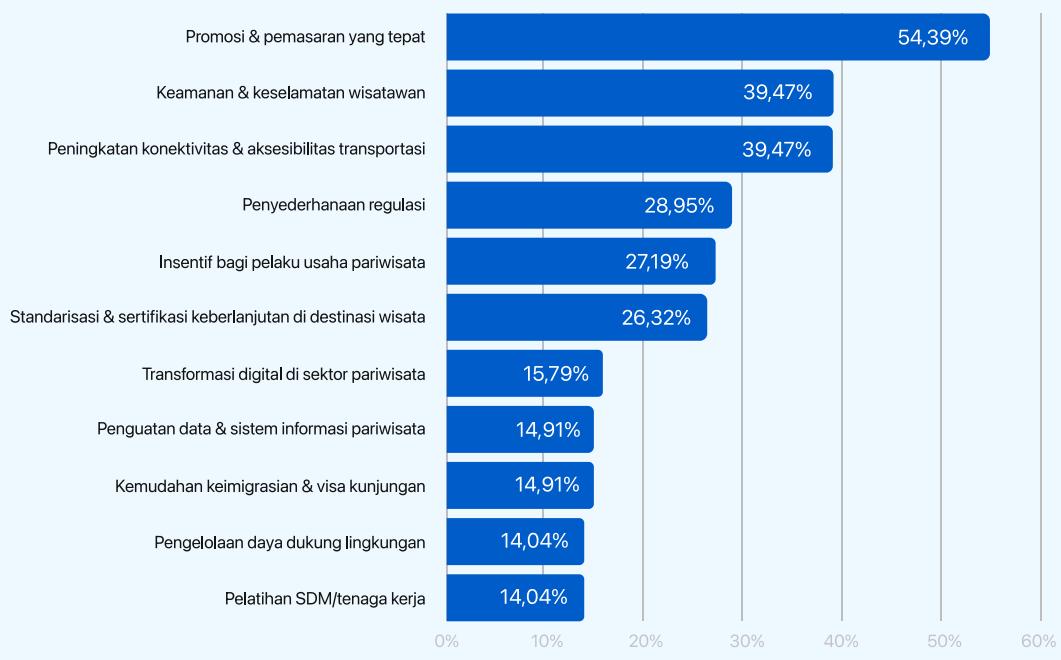


Segmen Wisatawan Nusantara yang diproyeksikan mengalami pertumbuhan signifikan di tahun 2026



Milenial dan Gen Z akan mendominasi sektor pariwisata Indonesia ke depan namun kedua generasi tersebut diprediksi memiliki preferensi yang berbeda. Milenial cenderung lebih royal dalam pengeluaran untuk aktivitas petualangan dan *wellness* saat bepergian. Sebaliknya, Gen Z cenderung memilih pengalaman *wellness* terjangkau yang menunjukkan preferensi pada pengalaman *curated self-care* yang ramah anggaran. Dalam merencanakan perjalanan, sebagian besar Gen Z lebih mementingkan harga daripada kualitas layanan. Hampir seperempat Gen Z bahkan enggan mengeluarkan uang lebih untuk pengalaman premium. Sedangkan Milenial cenderung lebih menganggap harga dan kualitas sama penting serta terbuka menghabiskan uangnya demi kenyamanan dan eksklusivitas.

Kebijakan yang dianggap prioritas untuk mengantisipasi tren wisata 2026



Sumber: Hasil Expert Survey 2025

Sebagai kelanjutan dari beragamnya segmen wisman dan wisnus yang digerakkan oleh generasi muda, hasil *Expert Survey* juga menyoroti arah kebijakan yang perlu disiapkan untuk merespons hal tersebut. Dalam konteks pasar yang semakin digital dan berorientasi pada pengalaman, promosi dan pemasaran yang tepat sasaran muncul sebagai prioritas utama. Pendekatan komunikasi yang berbasis data, diperkuat dengan *storytelling* yang informatif serta adaptif terhadap perubahan algoritma sosial media, menjadi kunci untuk menarik perhatian Milenial dan Gen Z yang lebih peka terhadap konten autentik dan berinteraksi secara aktif. Sementara itu, aspek keamanan dan keselamatan wisatawan serta peningkatan konektivitas dan aksesibilitas transportasi menegaskan bahwa daya saing destinasi kini bergantung pada kemudahan dan rasa aman yang dirasakan wisatawan sepanjang berwisata.

Sumber : Wonderful Image

Hasil *horizon scanning* menunjukkan adanya perilaku wisatawan yang membentuk segmen pasar yang unik. Segmentasi wisatawan domestik, keluarga, muslim, lintas generasi, serta *short-haul traveler* menunjukkan bahwa pendekatan *one size fits all* tidak lagi relevan. Setiap segmen memiliki preferensi, tantangan, dan potensi yang berbeda. Dengan memahami pola perjalanan secara mendalam, pelaku industri dan pemerintah dapat merancang produk, layanan, dan promosi yang lebih tepat sasaran.

**Wisatawan Nusantara:
Pendorong utama
pemulihian dan
pertumbuhan
pariwisata nasional**

Wisnus menjadi tulang punggung pariwisata Indonesia pascapandemi Covid-19. Perjalanan wisata didorong oleh kebutuhan akan rekreasi yang aman, terjangkau, dan mudah diakses. Destinasi seperti Yogyakarta, Bandung, Malang, dan Labuan Bajo mencatat peningkatan kunjungan wisnus yang mencari pengalaman baru tanpa harus bepergian jauh. Ke depan, segmen ini berpeluang meningkat seiring terjangkaunya koneksi transportasi dan bertambahnya pilihan pengalaman lokal yang autentik.

**Family Friendly:
Merancang
perjalanan untuk
seluruh anggota
keluarga**

Pada tahun 2026, *family friendly tourism* diproyeksikan akan semakin tersegmentasi—dengan pendekatan berbasis usia anak, kebutuhan khusus, dan preferensi gaya hidup. Produk wisata yang inklusif seperti jalur *stroller-friendly* dan ruang menyusui, menjadi indikator penting dalam pengembangan destinasi ramah keluarga. Lebih jauh, perjalanan keluarga membuka peluang bagi kolaborasi antara sektor pariwisata dan pendidikan. Data terbaru Skyscanner menyebutkan bahwa 51% Gen Z bepergian dengan orang tua, 22% Milenial dengan anak dan orang tua, serta 22% Gen Z dengan kakek-nenek; bahkan 28% Gen Z menyebut berbagi biaya sebagai motivasi utama, sementara pemesanan hotel dengan filter "*family*" naik 66% dan percakapan daring tentang perjalanan keluarga melonjak 387% secara global.

**Pariwisata Ramah
Muslim: Memastikan
kenyamanan dan
kesesuaian nilai bagi
wisatawan muslim**

Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata ramah muslim. Pada tahun 2024, populasi Muslim sebesar 26,2% dari penduduk dunia, dan diperkirakan pada tahun 2034, angka ini akan naik menjadi 28,1%. Wisatawan muslim cenderung mempertimbangkan aspek halal, waktu ibadah, dan kesesuaian nilai dalam memilih destinasi dan layanan. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata ramah muslim menjadi strategi penting dalam memperluas inklusi pariwisata. Wisata ramah muslim diprediksi akan mengalami diversifikasi bentuk—dari wisata religi, wisata kuliner halal, hingga *wellness* berbasis nilai spiritual.

Multi-Generational Travel:

Mengakomodir kebutuhan lintas usia dalam satu perjalanan

Liburan lintas generasi semakin populer, dengan keluarga membawa kakek-nenek, orang tua, dan anak dalam satu perjalanan. Hampir sepertiga dari wisatawan memilih *skip-generation travel* (anak liburan hanya dengan kakek-nenek). Pada 2026, 84% wisatawan ingin aktivitas yang bisa dinikmati seluruh keluarga, dan 86% lebih menghargai pengalaman daripada barang material. Tren ini menekankan kebersamaan, nostalgia, dan penguatan ikatan antargenerasi melalui destinasi yang nyaman, mudah diakses, serta kaya aktivitas bersama seperti *resort* keluarga, alam ringan, dan tur budaya.

Short Getaways & Staycation:

Rekreasi cepat dan terjangkau kaum urban

Short getaways dan *staycation* menjadi respons terhadap ritme hidup yang cepat dan kebutuhan akan pemulihian jangka pendek. Wisatawan, terutama domestik, cenderung memilih perjalanan singkat ke destinasi terdekat, atau menginap di hotel dalam kota untuk menikmati suasana baru tanpa harus bepergian jauh. Tren ini juga mendorong wisata di dalam kota dan wilayah penyangga perkotaan sebagai pilihan wisatawan.



Sumber: Jonas Von Werne/Unsplash

Pergeseran perilaku wisatawan global dan nasional menandai awal babak baru pariwisata yang bukan lagi sekadar soal destinasi, melainkan sarat pencarian makna dan nilai. Generasi Milenial dan Gen Z tampil sebagai arsitek utama transformasi ini, mendorong lahirnya pengalaman yang tidak hanya berkelanjutan dan personal, tetapi juga selaras dengan identitas dan prinsip hidup. Di sisi lain, tren lintas generasi serta pariwisata berbasis nilai, seperti *family-friendly* dan wisata ramah muslim, memperkuat peran pariwisata sebagai ruang kebersamaan, nostalgia, dan penguatan ikatan sosial. Dalam lanskap yang semakin kompleks ini, tantangan terbesar Indonesia bukan hanya menarik lebih banyak wisatawan, melainkan membangun ekosistem pariwisata yang berkualitas dan berkelanjutan, serta menjadi bagian dari pengalaman yang bermakna dan berdampak.



BAB 5

Masa Depan Pariwisata Indonesia

Prospek pariwisata Indonesia akan cerah ke depan, meskipun juga menghadapi berbagai tantangan. Untuk tetap relevan, sektor pariwisata harus beradaptasi dengan berbagai tren baru yang mengemuka termasuk pergeseran perilaku dan preferensi wisatawan global, kemajuan teknologi digital, dan tuntutan keberlanjutan.

Arah Pariwisata Indonesia 2026: *Quality Sustains Future*

Berkaca pada dinamika megatren dan tren pariwisata, Indonesia perlu memanfaatkan peluang dengan pendekatan yang lebih adaptif. Kondisi tersebut menuntut respons strategis yang visioner atau memandang jauh ke depan. Pariwisata Indonesia memerlukan penguatan terintegrasi di berbagai lini utama agar mampu bersaing secara global dengan tetap mempertahankan keunikan lokalnya.

World Economic Forum (WEF) menyebutkan adanya lima faktor pendukung utama (*enabler*) dalam menangkap peluang pertumbuhan di sektor pariwisata. Lima faktor pendukung tersebut di antaranya: infrastruktur; keuangan; teknologi dan inovasi; sumber daya manusia dan keahlian; serta regulasi dan kolaborasi sektor publik-swasta. Kelimanya berperan dalam mengambil peluang sekaligus menjawab tantangan pada sektor pariwisata Indonesia. Keberhasilan strategi ke depan erat berkaitan dengan tindakan dan koordinasi di seluruh ekosistem tersebut.

Kolaborasi kelima faktor pendukung utama adalah kunci untuk pariwisata Indonesia beradaptasi dengan arus tren pariwisata global. Langkah strategis perlu diambil berdasarkan peran maupun fungsi dari setiap faktor pendukung. Berdasarkan hasil *Expert Survey*, diskusi kelompok terpumpun/FGD, dan *horizon scanning* berbagai literatur dan laporan, terdapat tujuh poin arah pengembangan pariwisata Indonesia pada 2026. Tujuh poin arah pengembangan pariwisata dapat direalisasikan dengan baik melalui kolaborasi strategi dari lima faktor pendukung.



Enabler

Deskripsi

Infrastruktur



Infrastruktur fisik, digital, dan ramah lingkungan yang mendukung operasional pariwisata berkelanjutan, meningkatkan koneksi, menjamin ketahanan iklim, serta memungkinkan akses ke destinasi primer maupun sekunder.

Keuangan



Akses dan penyaluran modal, mekanisme pendanaan inovatif, mekanisme perpajakan, dan model keuangan inklusif yang mendorong pertumbuhan ekonomi yang merata, pemodal investasi lingkungan dan sosial, mendukung UMKM, serta meningkatkan ketahanan sektor pariwisata.

Teknologi & Inovasi



Solusi teknologi dan pendekatan inovatif untuk meningkatkan pengalaman pengunjung, memperbaiki efisiensi operasional, memungkinkan pengambilan keputusan berbasis data, mempromosikan pemahaman budaya, dan mengatasi tantangan keberlanjutan.

Sumber Daya Manusia dan Keahlian



Kapasitas berbagai pemangku kepentingan-tenaga kerja, komunitas wisatawan, dan pemangku adat/budaya-melalui pendidikan, pelatihan, dan keterlibatan yang bermakna untuk mempromosikan pemahaman lintas budaya, penyebarluasan pengetahuan, dan penciptaan peluang inklusif.

Regulasi dan Kolaborasi Sektor Publik-Swasta



Lingkungan kebijakan yang supportif, struktur tata kelola, mekanisme perpajakan, dan kemitraan multipihak yang menyeimbangkan pertumbuhan dengan tujuan keberlanjutan, melindungi aset budaya dan alam, serta memastikan distribusi manfaat yang merata.

Mengadopsi pendekatan WEF tersebut di atas, terdapat tujuh peluang pengembangan pariwisata nasional yang akan terus dioptimalkan. Pertama, talenta pariwisata nasional akan terus dikembangkan baik dari sisi kualitas maupun kuantitas dengan mengedepankan kompetensi dan penguasaan teknologi. Kedua, meningkatkan aksesibilitas dan memperluas jangkauan antardestinasi melalui peningkatan infrastruktur koneksi dan akses visa. Ketiga, mengedepankan aspek keberlanjutan dan regeneratif dalam pengembangan ekosistem pariwisata. Keempat, meningkatkan identitas dan peran masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata. Kelima, penyelenggaraan event yang berkualitas. Keenam, menangkap peluang *Next-gen Tourism*. Terakhir, menjamin keamanan dan keselamatan dalam berwisata.

Mengasah Talenta Pariwisata Kelas Dunia

Pelatihan, sertifikasi, dan standarisasi kompetensi



Pelatihan dan pengembangan merupakan langkah untuk meningkatkan standar mutu, memastikan SDM pariwisata mampu memberikan layanan unggul sesuai ekspektasi wisatawan modern. Dukungan sertifikasi dan standarisasi kompetensi SDM pariwisata sebagai langkah meningkatkan kepercayaan wisatawan dan berbagai mitra, terhadap kualitas layanan pariwisata Indonesia.

SDM pariwisata diharapkan mampu mengadaptasi keahlian *hospitality* dengan tren yang berlangsung. Transisi SDM berfokus pada kepatuhan prinsip ramah lingkungan, penguasaan *green skill*, dan keterlibatan wisatawan/tamu dalam aktivitas ramah lingkungan dan regeneratif.

Penguasaan dan inovasi teknologi digital



Adaptasi teknologi digital menjadi keharusan untuk bertahan dan berkembang di sektor pariwisata. Guna memastikan SDM pariwisata yang siap beradaptasi dengan teknologi, diperlukan strategi komprehensif mulai dari reformasi kurikulum pendidikan, penyediaan program pelatihan, dan pengembangan literasi digital.



Sumber: Kementerian Pariwisata

Mempermudah Akses, Memperluas Jangkauan

Memperluas jaringan transportasi



Perluasan jaringan transportasi tidak sebatas pada aksesibilitas antar bandara utama, melainkan juga jaringan transportasi antar destinasi. Diperlukan peningkatan koneksi dengan rute domestik lebih banyak dan ragam moda transportasi (udara, laut, dan darat) yang terintegrasi. Selain itu, kebutuhan akan moda transportasi ramah lingkungan seperti rendah emisi dan penggunaan energi ramah lingkungan turut menunjang pariwisata berkelanjutan.

Fleksibilitas kepengurusan visa



Kemudahan dalam mengurus visa memengaruhi keputusan dan peningkatan minat kunjungan. Pengurusan visa jauh lebih efisien dan menarik minat wisatawan jika sistem digital terus dioptimalisasi. Digitalisasi visa juga dapat diselaraskan dengan berbagai kebijakan seperti *electronic travel authorization*, perluasan bebas visa, dan integrasi visa dengan pihak ketiga.

Pengembangan infrastruktur dan teknologi digital



Wisatawan menjadikan teknologi digital sebagai media untuk mencari informasi dan bertransaksi keperluan wisata. Pengembangan infrastruktur dan teknologi digital perlu menjangkau destinasi favorit dan destinasi yang sedang dikembangkan. Infrastruktur dan teknologi digital juga memudahkan destinasi untuk mengelola wisatawan seperti pembayaran nirsentuh, tiket elektronik, dan pendataan transaksi serta jumlah kunjungan wisatawan.

Aksesibilitas multibahasa



Penggunaan bahasa asing diperlukan untuk mempermudah akses wisatawan mancanegara. Langkah yang dapat ditempuh adalah improvisasi petunjuk (*signage*) dengan berbagai bahasa, layanan penerjemah, dan sistem komunikasi multibahasa untuk mengakomodasi berbagai ragam kebutuhan wisatawan.



Dari Berkelanjutan ke Regeneratif

Integrasi keberlanjutan ekosistem pariwisata



Prinsip *Blue-Green-Circular Economy* (BGCE) menjadi arah kebijakan pariwisata berkelanjutan di Indonesia. Konsep BGCE menekankan integrasi antara pertumbuhan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan efisiensi sumber daya. Penerapan prinsip ini mengarah pada upaya meningkatkan daya saing destinasi tanpa harus mengorbankan ekosistem serta kesejahteraan masyarakat sekitar.

Penyusunan paket wisata berkelanjutan



Paket wisata berkelanjutan dirancang tidak hanya untuk menawarkan keindahan alam, tetapi juga mengintegrasikan edukasi lingkungan, pelibatan komunitas lokal, dan praktik ekonomi sirkular. Contoh konkret dapat ditemukan pada program *Wonderful Indonesia Sustainable Experience* (WISE) *Trip* yang menawarkan 25 paket wisata tematik berbasis keberlanjutan mulai dari ekowisata, wisata budaya, pengalaman *zero waste trip*, dan pemberdayaan masyarakat lokal. Paket-paket ini mengedepankan aktivitas seperti bersepeda, workshop kerajinan, hingga edukasi konservasi yang menjadi pilihan favorit wisatawan.

Penguatan tata kelola destinasi berkelanjutan



Pemerintah bersama dengan industri dan pengelola destinasi memastikan penerapan aspek keberlanjutan dalam pengembangan destinasi sesuai dengan aspek-aspek pariwisata berkualitas. Penguatan pengelolaan destinasi juga didukung regulasi yang menyeimbangkan aktivitas ekonomi dari pariwisata dengan lingkungan dan budaya, serta memastikan inklusivitas dari masyarakat lokal.



Merawat Warisan Budaya, Mengkuras Pengalaman Wisata

Pengelolaan destinasi berbasis teknologi digital untuk penguatan identitas budaya lokal



Pengelolaan destinasi berbasis *Smart Visitor Management* menjadi solusi strategis untuk mengelola *carrying capacity* destinasi. Sistem ini mengintegrasikan teknologi digital seperti kuota kunjungan secara daring, pantauan kerumunan langsung (*real-time crowd mapping*), dan pembayaran nirsentuh. Pengelolaan berbasis teknologi ini akan memperkuat identitas budaya lokal guna menangkap peluang tren *cultural immersion* yang semakin diminati kalangan wisatawan.

Pengembangan ekosistem desa wisata



Desa wisata kini tidak hanya menjadi destinasi, tetapi juga pusat kurasi pengalaman budaya, spiritual, dan edukasi. Program revitalisasi desa wisata di berbagai daerah seperti Bali, Yogyakarta, Sumba, dan Toraja telah berhasil mengembangkan paket wisata berbasis budaya yang mengintegrasikan aktivitas harian masyarakat, pelestarian tradisi, dan pemberdayaan ekonomi lokal.

Pemberdayaan komunitas atau masyarakat lokal



Pemerintah dan industri memastikan setiap program wisata budaya tidak berubah menjadi pertunjukan buatan yang kehilangan makna. Berbagai pertunjukan budaya perlu tetap menghormati nilai-nilai asli dengan memberdayakan masyarakat lokal. Sosialisasi dan edukasi kepada wisatawan, penguatan regulasi, serta kolaborasi lintas sektor menjadi kunci merawat warisan budaya yang menjadi unggulan pariwisata Indonesia di masa depan.

Penyelenggaraan Event Berkualitas

Penguatan industri pendukung MICE



Penyelenggaraan MICE akan terus berkembang dengan kualitas yang berstandar internasional, sehingga dapat berdampak luas bagi ekonomi. Penyelenggaraan MICE akan didukung standar teknis yang ketat dengan tingkat kenyamanan bagi penonton, efisiensi operasional event, aksesibilitas moda transportasi, dan jaminan keamanan atau manajemen risiko.

Penerapan prinsip keberlanjutan dan digitalisasi pada event



Kualitas event juga didukung oleh penerapan prinsip keberlanjutan dan digitalisasi. Pelaksanaan event akan semakin mengarah pada standar ramah lingkungan seperti pengelolaan limbah, penggunaan energi terbarukan, dan pelibatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam rantai pasok. Digitalisasi event melalui sistem registrasi daring, pembayaran nirsentuh, dan promosi berbasis media sosial menjadi standar baru yang memperluas jangkauan peserta sekaligus meningkatkan efisiensi operasional.

Kemudahan dan transparansi perizinan penyelenggaraan event



Kemudahan dan transparansi perizinan penyelenggaraan event menentukan kelancaran gelaran event berkualitas. Prosedur perizinan dipersingkat melalui sistem digital *Online Single Submission* (OSS). Langkah yang perlu terus diupayakan adalah kolaborasi lintas pihak yang beririsan dengan izin penyelenggaraan event. Langkah tersebut diharapkan dapat mempermudah industri event dalam mengurus perizinan, sekaligus mengundang gelaran event internasional masuk ke Indonesia.



Next-gen Tourism: Horizon Baru Pengalaman Wisata

Digitalisasi infrastruktur, layanan, pariwisata, dan fasilitasi pemerintah



Tren teknologi digital mendorong adanya upaya digitalisasi di semua lini sektor pariwisata. Pengembangan *AI-based travel platform* yang mampu merekomendasikan rencana perjalanan, hingga *virtual destination showcase* (VR) yang memungkinkan wisatawan "mengunjungi" destinasi secara digital sebelum melakukan perjalanan fisik. Peran AI juga akan mengoptimalkan peluang bagi generasi milenial dan Gen Z dalam meningkatkan personalisasi wisata.

Pengembangan transaksi digital juga menjadi standar baru yang memudahkan perjalanan wisata. Integrasi mulai dari reservasi, pembayaran, dan pembelian tiket atraksi tentunya akan mempercepat transaksi. Fasilitasi pemerintah diharapkan dapat membantu transisi digitalisasi layanan pariwisata.

Diversifikasi produk wisata yang berkelanjutan dan inklusif



Preferensi Gen Z dan milenial yang semakin peduli pada isu keberlanjutan dan dampak sosial dari aktivitas wisata. Generasi ini cenderung memilih produk wisata yang menawarkan pengalaman ramah lingkungan, partisipasi dalam program konservasi, serta keterlibatan langsung dengan komunitas lokal. Destinasi diarahkan untuk mampu menggabungkan teknologi, keberlanjutan, dan narasi budaya lokal guna menarik minat dan loyalitas wisatawan.

Penguatan promosi juga dilakukan melalui peran digital dengan pengemasan cerita (*storytelling*) yang tidak sekadar menunjukkan keindahan, melainkan memberikan nilai dan makna dari perjalanan pariwisata.

Menjamin Rasa Aman dalam Setiap Perjalanan

Implementasi standar keselamatan dan keamanan di lingkup 3A (Aksesibilitas, Amenitas, dan Attraksi)



Keselamatan dan keamanan berwisata menjadi salah satu kebutuhan di destinasi pariwisata. Peningkatan keselamatan dan keamanan dapat dicapai dengan implementasi standar keamanan dan keselamatan yang baik. Kolaborasi lintas sektor menjadi langkah utama dalam implementasi sistem keamanan di destinasi wisata. Seluruh elemen pemerintah dan pelaku usaha berperan aktif dalam penyusunan standar operasional, pelatihan pemandu wisata, dan sosialisasi masyarakat sekitar. Selain itu, infrastruktur berupa rute evakuasi dan titik penyelamatan di area rawan bencana perlu terus dievaluasi.

Peningkatan pengetahuan keselamatan dan keamanan pada SDM pariwisata

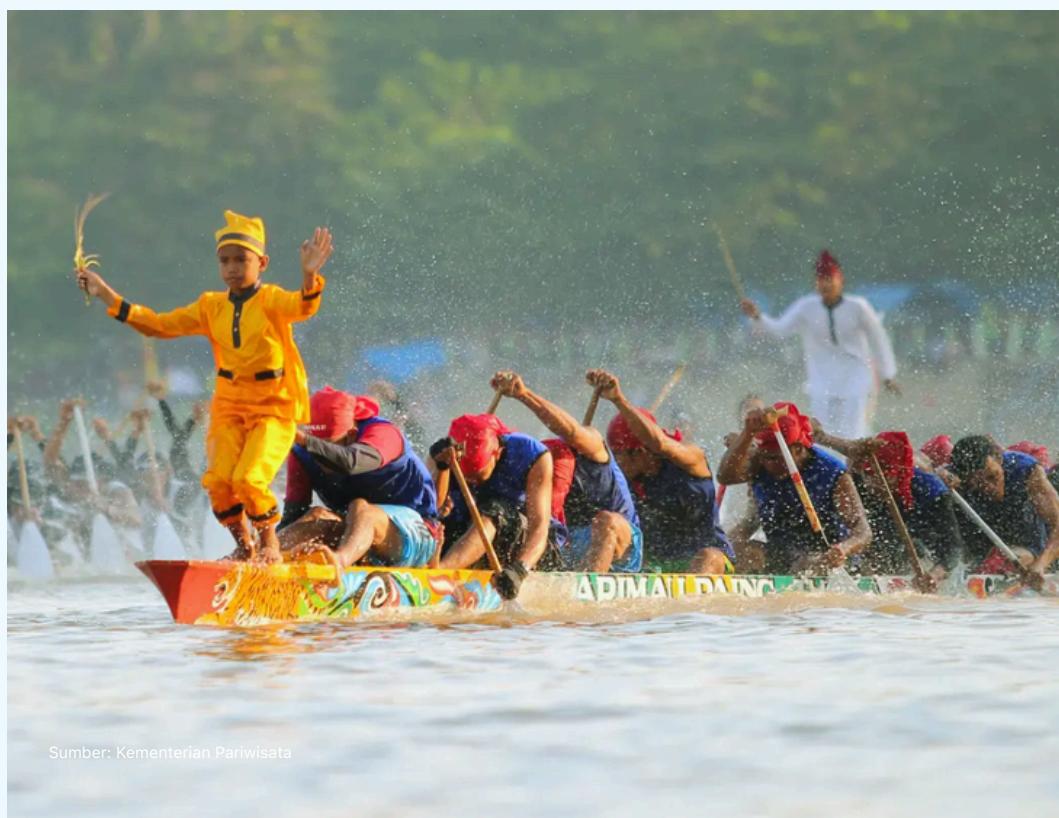


Sertifikasi dan pelatihan keselamatan bagi pemandu wisata, operator wahana, dan pengelola ekowisata terus diperkuat agar setiap destinasi memiliki SDM yang mampu menghadapi situasi darurat serta memberikan perlindungan bagi wisatawan.

Mitigasi krisis kepariwisataan



Memiliki mitigasi bencana di destinasi pariwisata sangat penting untuk menjamin keselamatan wisatawan, menjaga keberlanjutan usaha pariwisata, serta melindungi destinasi dan infrastruktur destinasi. Banyak destinasi wisata di Indonesia berada di wilayah rawan bencana, seperti gempa bumi, tsunami, banjir, atau letusan gunung api, sehingga kesiapsiagaan menjadi keharusan. Mitigasi bencana yang baik, melalui perencanaan tata ruang, sistem peringatan dini, jalur evakuasi yang jelas, serta pelatihan bagi pelaku wisata, dapat meminimalkan risiko dan dampak kerugian, serta menurunkan risiko reputasi ketika bencana terjadi.



Sumber: Kementerian Pariwisata

Sebagai penutup, masa depan pariwisata Indonesia akan sangat ditentukan oleh kemampuan seluruh pemangku kepentingan dalam menjaga keseimbangan antara pertumbuhan dan keberlanjutan. Paradigma pariwisata berkualitas dalam pengembangan destinasi menegaskan bahwa keberhasilan pariwisata tidak hanya diukur dari jumlah kunjungan, tetapi dari kualitas pengalaman wisatawan, kesejahteraan masyarakat lokal, dan kelestarian lingkungan dan budaya. Melalui komitmen yang kuat terhadap inovasi, tata kelola yang adaptif, serta kolaborasi lintas sektor, Indonesia berpeluang besar menjadi destinasi unggulan dunia yang tumbuh secara inklusif, berdaya saing, dan tangguh menghadapi dinamika global. Berbagai peluang yang mengemuka akan terus dioptimalkan dalam mendorong pariwisata nasional terus tumbuh kuat dengan mengedepankan kualitas dan berorientasi pada masa depan. *"Quality Sustains Future"*, untuk menuju Indonesia Emas 2045.

Referensi

Bab 1. Lanskap Pariwisata Global

- [1] IMF. (2025, Oct). World Economic Outlook Update: Global Economy: Tenuous Resilience amid Persistent Uncertainty. diakses melalui IMF: <https://www.imf.org>
- [2] World Economic Forum. (2025, July 1). Travel and Tourism at a Turning Point 2025. Diakses melalui WEF: <https://www.weforum.org/reports>
- [3] UN Tourism. (2025, Juli 5). World Tourism Barometer May 2025. Diakses melalui UN Tourism: <https://www.unwto.org>
- [4] World Economic Forum. (2025, Januari 15). The Global Risks Report 2025. Diakses melalui WEF: <https://www.weforum.org/publications/global-risks-report-2025>
- [5] WTTC. (2025, Mei). Sustainable Fuel Report for Tourism 2025. Diakses melalui WTTC: <https://wttc.org/research>
- [6] EY Future Travel Behaviors Observatory: 2025 Edition
- [7] WTTC. (2025). Economic Impact Research (IER). Diakses melalui WTTC: <https://wttc.org>
- [8] UN Tourism. (2025). World Tourism Barometer May 2025. Diakses melalui UN Tourism: <https://www.unwto.org/>
- [9] UN Tourism. (2025). UN Tourism Data Dashboard. Diakses melalui UN Tourism: <https://www.unwto.org/tourism-data/un-tourism-tourism-dashboard>
- [10] The Economic Times. (2025, June 30). Rising demand for short-haul travel: Indian tourists flock to Southeast Asia amid geopolitical tensions
- [11] Global Tourism Forum. (2025, April 16). Europe's long haul travel outlook 2025: Trends, challenges, and opportunities revealed.
- [12] American Express Travel. (2025). 2025 Global Travel Trends Report. American Express Company

Bab 2. Lanskap Pariwisata Indonesia

- [1] Pertamina. (2025, September 2). Domestic Flight Price into Plane / Not into Plane (incl. VAT + GOV Tax) (Rupiah/Liter) 2022-2025. Diakses melalui Pertamina: <https://www.onesolution.pertamina.com>
- [2] Kementerian Investasi & Hilirisasi/BKPM & Kementerian Pariwisata. (2025). Nota Dinas: Penyampaian Realisasi Investasi Sektor Pariwisata Semester I Tahun 2025. Jakarta: Deputi Bidang Industri dan Investasi, Kemenpar RI

- [3] Kemenpar. (2025). BEYOND RECOVERY: Toward Transformation in Indonesia's Tourism Resiliency. Tourism Snapshot, 1 (1)
- [4] Kemenpar. (2025). Perkembangan Jumlah Devisa Sektor Pariwisata Triwulan I Tahun 2025. Diakses melalui Kemenpar: <https://kemenpar.go.id/direktori-statistik>
- [5] Lampiran I Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 79 Tahun 2025 Tentang Pemutakhiran Rencana Kerja Pemerintah Tahun 2025
- [6] World Bank. (2025). Tourism Watch Quarterly Report - June 2025 Edition. Diakses melalui World Bank: <https://www.worldbank.org>
- [7] Kemenpar. (2025). Green Jobs, Green Skills, and Green Quality: Mendorong Transisi Hijau Sektor Pariwisata. Tourism Snapshot, 1(2).
- [8] Bappenas. (2025). Peta Jalan Pengembangan Tenaga Kerja Hijau Indonesia. Jakarta: Bappenas
- [9] BPS. (2025). Statistik Wisatawan Mancanegara 2024. Jakarta: BPS.
- [10] BPS. (2025). Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara per bulan Menurut Kebangsaan (Kunjungan). Diakses melalui BPS: <https://www.bps.go.id/statistics-table>
- [11] BPS. (2025, September 4). Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara menurut Provinsi (Perjalanan). Diakses melalui BPS: <https://www.bps.go.id/statistics-table>
- [12] BPS. (2025). Statistik Wisatawan Nusantara 2024. Jakarta: BPS.
- [13] Peraturan Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional/Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Nasional Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2025 tentang Rancangan Rencana Kerja Pemerintah Tahun 2026.
- [14] Tripadvisor. (2025). Tripadvisor Travelers' Choice Awards 2025 – Best of the Best Destinations. Diakses melalui Tripadvisor: <https://www.tripadvisor.com/TravelersChoice-Destinations>
- [15] Kemenpar. (2025). Tingkat Penghunian Kamar Hotel 2024. Diakses melalui Kemenpar: <https://kemenpar.go.id/direktori-statistik/tingkat-penghunian-kamar-hotel-2024>
- [16] BPS. (2025). Berita Resmi Statistik Perkembangan Pariwisata Juni 2025. Diakses melalui BPS: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2025>
- [17] CBRE. (2025). Asia Pacific Hotel & Hospitality Performance & Outlook. Diakses melalui CBRE: <https://indonesia.cbre.com/insights/reports/asia-pacific-hotels-hospitality-performance-outlook>

Referensi

Bab 4. Peluang Perubahan Tren Pariwisata Global dan Indonesia

- [1] Lemongrass. 2025. Lemongrass Annual Travel Trend Report 2026. Diakses melalui: www.lemongrassmarketing.com/about-us/trend-report
- [2] Skyscanner. 2025. The Future of Travel & Tourism. Diakses melalui: www.skyscanner.net/travel-trends/future
- [3] Skift. 2025. State of Travel 2025. Diakses melalui: skift.com/insights/state-of-travel/
- [4] TTG Asia. 2025. How would travel look in 2025?. Diakses melalui: www.ttgasia.com/pubs/pdf/ttgasia/2025/2025-TTG-Asia-Jan-Feb-WEB.pdf
- [5] EY. 2025. EY Future Travel Behaviors Observatory: How travelers' expectations and behaviors are changing.
- [6] Amex. 2025. American Express Travel: 2025 Global Travel Trends Report. Diakses melalui: <https://www.americanexpress.com/en-us/travel/discover/get-inspired/global-travel-trends>
- [7] Deloitte. 2025. 2025 Travel Industry Outlook. Diakses melalui www.deloitte.com/us/en/Industries/consumer/articles/travel-hospitality-industry-outlook.html
- [8] Top Travel Guides. 2025. The Power of Cultural Immersion Travel: Beyond the Tourist Trail. Diakses melalui: <https://travellersguides.com/cultural-immersion-travel/>
- [9] Kemenpar. 2025. Desa Wisata Waerebo. Diakses melalui: jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/waerebo
- [10] UGM. 2025. Waerebo: Cultural Ecotourism and Its Spirit of Sustainability.
- [11] Sevenseas Media. 2025. Building a Bluer Future for Indonesia's Marine Tourism Industry.
- [12] Ceningan Divers. 2025. Green Fins Top-rate Operator. Diakses melalui: ceningandivers.com/green-fins
- [13] ICCTF. 2022. ICCTFNEWS: Supporting the Indonesian Government for a Better Climate. Retrieved from: <https://www.icctf.or.id/wp-content/uploads/2022/11/Newsletter-ICCTF-Q2-2022.pdf>
- [14] Skyscanner. 2025. Altitude Shift: The Mountain Trend. Diakses melalui: www.skyscanner.net/travel-trends/mountains
- [15] TNGR. 2020. Pemanfaatan HHBK, Balai TN Gunung Rinjani Terapkan Kemitraan Konservasi.
- [16] Feastin. 2025. Wonderful Indonesia Gourmet: Panggung Gastronomi Indonesia Menuju Destinasi Kelas Dunia. Diakses melalui: <https://www.feastin.id/food-news-stories/wonderful-indonesia-gourmet-2025>

- [17] Kusuma, Leonardo A. 2024. Shinrin-yoku (forest bathing): Healing Ala Orang Jepang. Diakses melalui: <https://unit.usd.ac.id/pusat/p2tkp/shinrin-yoku-forest-bathing-healing-ala-orang-jepang/>
- [18] Skyscanner. (2025). Travelling with the family is taking off. Diakses melalui: Skyscanner: <https://www.skyscanner.net/travel-trends/family>
- [19] PATA. 2025. Halal Travel Trends 2025. Diakses melalui: <https://www.pata.org/research-q1v63g6n2dw/p/mastercard-crescentrating-halal-travel-trends-2025>
- [20] Hilton. (2025). Inheritourism: Travel Runs in the Family. Diakses melalui Stories from Hilton: <https://stories.hilton.com/2026-trends/inheritourism-travel-runs-in-the-family>
- [21] Hilton. (2025). Generation Permutations: The Expanded (and Playful) Family Vacation. Diakses melalui Stories from Hilton: <https://stories.hilton.com/2026-trends/generation-permutations-the-expanded-and-playful-family-vacation>

Bab 5. Peluang Perubahan Tren Pariwisata Global dan Indonesia

- [1] WEF. 2025. Travel and Tourism at a Turning Point: Principles for Transformative Growth. Retrieved from: <https://reports.weforum.org/>
- [2] Indonesia.go.id. 2024. Efisiensi Birokrasi, Digitalisasi Perizinan Event Dukung Industri Kreatif. Retrieved from: <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8351/efisiensi-birokrasi-digitalisasi-perizinan-event-dukung-industri-kreatif?>



Asisten Deputi Manajemen Strategis
Kementerian Pariwisata RI
Copyright © 2025

Gedung Sapta Pesona
Jl. Medan Merdeka Barat No. 17,
Gambir, Jakarta Pusat, Indonesia

www.kemenpar.go.id

