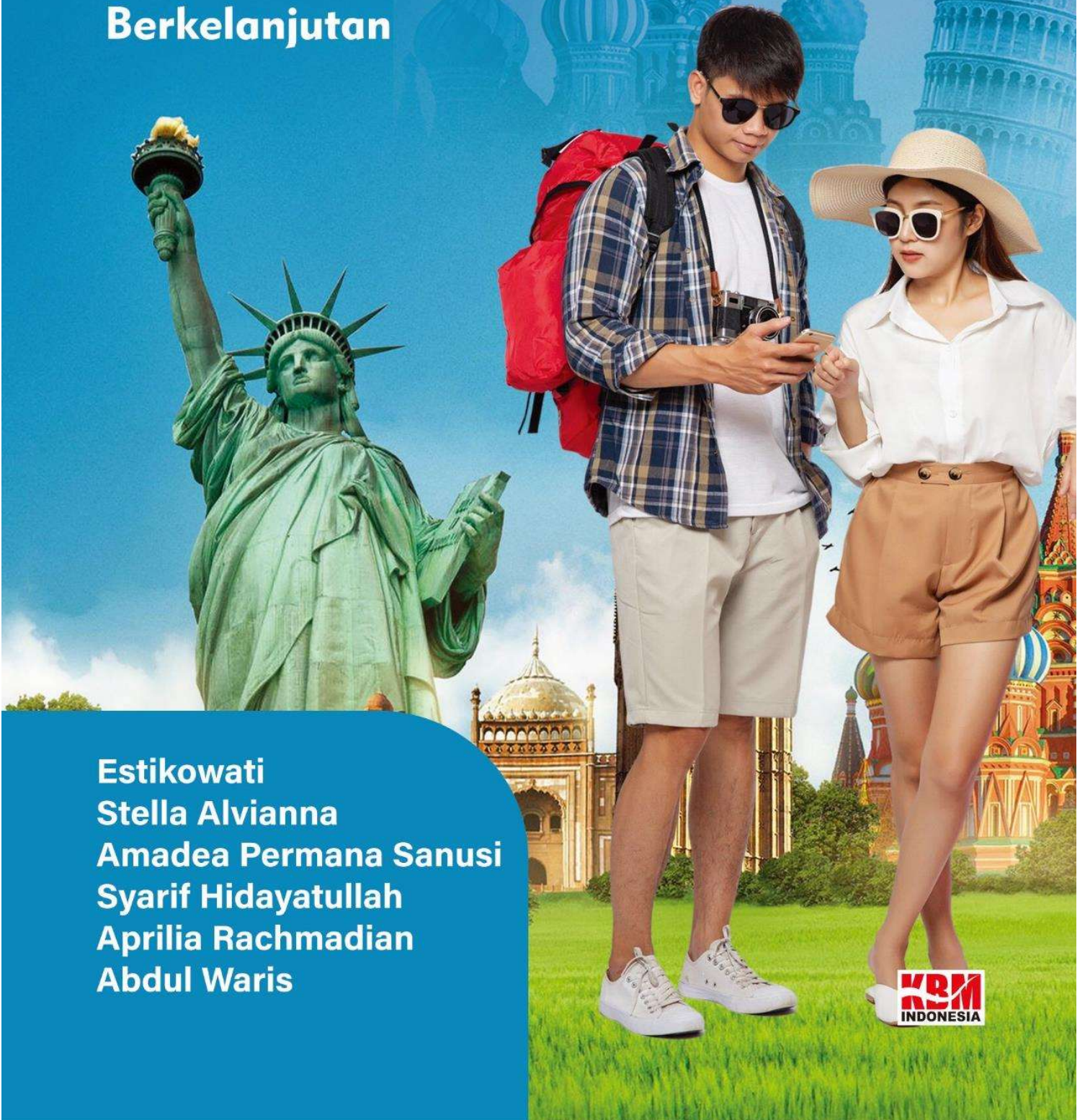


INOVASI MANAJEMEN PARIWISATA

Penerapan Agile Dan Digital Marketing
Dalam Mendorong Pariwisata
Berkelanjutan

Estikowati
Stella Alvianna
Amadea Permana Sanusi
Syarif Hidayatullah
Aprilia Rachmadian
Abdul Waris



Estikowati | Stella Alvianna
Amadea Permana Sanusi | Syarif Hidayatullah
Aprilia Rachmadian | Abdul Waris

----- INOVASI MANAJEMEN PARIWISATA -----

**Penerapan Agile dan Digital Marketing dalam
Mendorong Pariwisata Keberlanjutan**



Penerbit KBM Indonesia

Adalah penerbit dengan misi memudahkan proses penerbitan buku-buku penulis di tanah air indonesia, serta menjadi media *sharing* proses penerbitan buku

INOVASI MANAJEMEN PARIWISATA

Penerapan Agile dan Digital Marketing dalam Mendorong Pariwisata Keberlanjutan

Copyright @2025 by Estikowati, dkk

All rights reserved

KARYA BAKTI MAKMUR (KBM) INDONESIA

Anggota IKAPI (Ikatan Penerbit Indonesia) **NO. IKAPI 279/JTI/2021**

Depok, Sleman-Jogjakarta (Kantor) **081357517526 (Tlpn/WA)**

Penulis

Estikowati, Stella Alvianna

Amadea Permana Sanusi, Syarif Hidayatullah

Aprilia Rachmadian, Abdul Waris

Desain Sampul

Aswan Kreatif

Tata Letak

Ara Caraka

Editor Naskah

Dr. Muhamad Husein Maruapey, Drs., M.Sc

14,8 x 21 cm, iv + 136 halaman

Cetakan ke-1, September 2025

ISBN 978-634-202-752-3

Isi buku diluar tanggungjawab penerbit

Hak cipta merek KBM Indonesia sudah terdaftar di

DJKI-Kemenkumham dan isi buku dilindungi undang-undang

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau

Memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini

Tanpa seizin penerbit karena beresiko sengketa hukum

Website

<https://penerbitkbm.com>, www.penerbitbukumurah.com

Instagram

@penerbit.kbmindonesia, @penerbitbukujogja

Email

naskah@penerbitkbm.com

Distributor

<https://penerbitkbm.com/toko-buku/>

Youtube

Penerbit KBM Sastrabook

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

- (i) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (ii) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (iii) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (iv) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

-- KATA PENGANTAR --

Dalam era globalisasi dan perubahan teknologi yang cepat, industri pariwisata menghadapi tantangan dan peluang signifikan. Buku ini, *Inovasi Manajemen Pariwisata: Penerapan Agile dan Digital Marketing dalam Mendorong Keberlanjutan*, memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana pendekatan inovatif dapat mengubah cara manajemen pariwisata beroperasi dan beradaptasi dengan kebutuhan zaman.

Buku ini terdiri dari enam bagian yang terstruktur dengan baik. Dimulai dengan dasar-dasar manajemen pariwisata, buku ini memberikan fondasi penting bagi pemahaman lebih lanjut. Selanjutnya, kami membahas konsep Agile dalam konteks pariwisata, yang memungkinkan organisasi beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan preferensi konsumen. Digital Marketing juga menjadi fokus penting, menjelaskan bagaimana strategi pemasaran digital dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik destinasi.

Kami mengeksplorasi integrasi Agile dan Digital Marketing sebagai kunci untuk mendorong keberlanjutan di industri ini. Melalui studi kasus dan praktik terbaik, pembaca akan memahami penerapan inovasi secara efektif. Selain itu, buku ini membahas tantangan yang dihadapi industri dan solusi yang dapat diimplementasikan.

Bagian terakhir membahas masa depan manajemen pariwisata, memberikan pandangan tentang tren dan perkembangan yang akan membentuk industri. Kami berharap buku ini menginspirasi pembaca untuk menerapkan inovasi dalam manajemen pariwisata dan menciptakan praktik berkelanjutan.

Penulis

-- DAFTAR ISI --

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
01 DASAR-DASAR MANAJEMEN PARIWISATA.....	1
A. Definisi dan Konsep Dasar Manajemen Pariwisata.....	1
B. Perkembangan Industri Pariwisata Global	6
C. Tantangan dan Peluang dalam Manajemen Pariwisata	11
02 MEMAHAMI AGILE DALAM KONTEKS PARIWISATA	19
A. Pengertian dan Prinsip Dasar Agile.....	19
B. Mengapa Agile Penting untuk Industri Pariwisata	25
C. Studi Kasus Penerapan Agile dalam Pariwisata	32
03 DIGITAL MARKETING DALAM PARIWISATA.....	39
A. Definisi Digital Marketing dan Peranannya	39
B. Strategi Digital Marketing yang Efektif untuk Sektor Pariwisata	45
C. Alat dan Platform Digital Marketing yang Umum Digunakan	51
04 INTEGRASI AGILE DAN DIGITAL MARKETING.....	55
A. Bagaimana Agile dan Digital Marketing Saling Melengkapi.....	55
B. Proses Kolaborasi Antara Tim Agile dan Tim Pemasaran Digital.....	60
C. Contoh Nyata Integrasi Agile dan Digital Marketing	66

05 MENDORONG KEBERLANJUTAN DALAM PARIWISATA	69
A. Konsep Keberlanjutan dalam Pariwisata	69
B. Peran Manajemen Agile dan Digital Marketing dalam Mendukung Keberlanjutan	74
C. Kebijakan dan Praktik Terbaik untuk Pariwisata Berkelanjutan	80
06 STUDI KASUS DAN BEST PRACTICES	89
A. Analisis Beberapa Studi Kasus Sukses Penerapan Agile dan Digital Marketing.....	89
B. Pembelajaran dari Praktik Terbaik di Berbagai Destinasi Wisata.....	92
07 TANTANGAN DAN SOLUSI	97
A. Tantangan yang Dihadapi dalam Menerapkan Agile dan Digital Marketing	97
B. Solusi dan Strategi untuk Mengatasi Hambatan.....	102
08 MASA DEPAN MANAJEMEN PARIWISATA	111
A. Tren Masa Depan dalam Manajemen Pariwisata	111
B. Peran Teknologi dan Inovasi dalam Bentuk Manajemen yang Lebih Berkelanjutan.....	117
PENUTUP	125
A. Ringkasan Poin-Poin Penting	125
B. Harapan untuk Industri Pariwisata ke Depan	127
INDEKS	129
DAFTAR PUSTAKA	131
PROFIL PENULIS	135



----- 01 -----

DASAR-DASAR MANAJEMEN PARIWISATA

A. Definisi dan Konsep Dasar Manajemen Pariwisata

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang paling dinamis dalam perekonomian global. Dengan pertumbuhan yang pesat, pariwisata tidak hanya menjadi sumber pendapatan bagi banyak negara, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan sosial dan budaya. Manajemen pariwisata, sebagai disiplin yang mengatur dan mengelola aktivitas pariwisata, memiliki peranan penting dalam memastikan bahwa industri ini berkembang secara berkelanjutan dan memberikan manfaat yang optimal bagi semua pihak yang terlibat.

- Definisi Pariwisata

Pariwisata dapat didefinisikan sebagai aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok ke lokasi di luar lingkungan tempat tinggal mereka, biasanya untuk tujuan rekreasi, bisnis, atau tujuan lainnya, dan berlangsung dalam jangka waktu tertentu, tidak lebih dari satu tahun. Definisi ini mencakup berbagai dimensi, mulai dari perjalanan domestik hingga internasional, serta beragam kegiatan seperti liburan, kunjungan keluarga, dan konferensi.

Menurut McIntosh dan Goeldner (1990), pariwisata melibatkan empat elemen utama: wisatawan, penyedia layanan pariwisata, pemerintah daerah yang mengelola destinasi, dan masyarakat lokal yang terpengaruh oleh aktivitas pariwisata. Keempat elemen ini saling berinteraksi dan mempengaruhi satu sama lain dalam ekosistem pariwisata.

- Definisi Manajemen Pariwisata

Manajemen pariwisata adalah penerapan prinsip-prinsip manajemen dalam konteks industri pariwisata. Hal ini mencakup proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya untuk mencapai tujuan pariwisata yang berkelanjutan. Manajemen pariwisata melibatkan berbagai aspek termasuk pemasaran, operasi, keuangan, sumber daya manusia, dan pengembangan produk.

- Konsep Dasar Manajemen Pariwisata

Ada beberapa konsep dasar yang penting untuk dipahami dalam manajemen pariwisata :

-- INDEKS --

Berikut adalah indeks topik untuk memudahkan pencarian informasi dari judul "**Inovasi Manajemen Pariwisata: Penerapan Agile dan Digital Marketing dalam Mendorong Keberlanjutan.**"

Indeks Topik

A

- **Agile Management:** Prinsip dan penerapan dalam pariwisata.
- **Analitik Data:** Penggunaan dalam pemasaran digital.

D

- **Digital Marketing:** Strategi dan alat yang digunakan.
- **Dampak Keberlanjutan:** Pengaruh penerapan Agile dan digital marketing.

E

- **Ekoturisme:** Hubungan dengan praktik keberlanjutan.
- **Edukasi Konsumen:** Meningkatkan kesadaran tentang keberlanjutan.

I

- **Inovasi Teknologi:** Penggunaan teknologi terbaru dalam manajemen pariwisata.

K

- **Keberlanjutan:** Definisi dan pentingnya dalam manajemen pariwisata.
- **Keterlibatan Stakeholder:** Peran masyarakat dalam keberlanjutan.

M

- **Manajemen Proyek Agile:** Metodologi dan penerapan dalam industri pariwisata.
- **Media Sosial:** Pengaruh terhadap pemasaran pariwisata.

P

- **Pemasaran Digital:** Metode dan strategi yang efektif.
- **Persaingan dalam Pariwisata:** Tantangan dan strategi untuk tetap relevan.

R

- **Respon terhadap Krisis:** Adaptasi industri pariwisata di masa pandemi.
- **Rantai Pasokan:** Pengelolaan dan transparansi.

S

- **Sertifikasi Keberlanjutan:** Standar dan pengakuan dalam industri.
- **Sustainability Metrics:** Pengukuran keberhasilan praktik berkelanjutan.

T

- **Teknologi Hijau:** Inovasi dalam praktik keberlanjutan.
- **Tren Masa Depan:** Harapan untuk industri pariwisata.

-- DAFTAR PUSTAKA --

- Amaro, S., & Duarte, P. (2017). An integrative literature review on digital marketing. *Journal of Marketing Management*, 33(1-2), 1-47.
- Angeloni, M. T., & Rossi, C. A. V. (2020). The use of social media in tourism: A literature review. *Tourism Review*, 75(4), 789-808.
- Bahja, M., & Hancer, M. (2021). Sustainability in tourism: A review of the literature. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(2-3), 1-25.
- Beck, K., Beedle, M., van Bennekum, A., Cockburn, A., Cunningham, W., Fowler, M., & Jeffries, R. (2001). *Manifesto for Agile Software Development*. Agile Alliance.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet--The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
- Chaffey, D. (2020). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson.
- Cho, Y., & Lee, S. (2018). The impact of digital marketing on firm performance in the tourism industry. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(8), 1045-1061.
- Dholakia, R. R., Dholakia, N., & Bhatnagar, A. (2016). The Role of Digital Marketing in the Marketing Mix. *Journal of Marketing Research*, 53(1), 25-45.

- Dominici, G. (2009). From marketing mix to e-marketing mix: a literature overview and classification. *International Journal of Business and Management*, 4(9), 17-24.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2012). Tourism and Water: Interactions, Impacts and Challenges. *Tourism Management*, 33(1), 1-10.
- Honey, M. (2008). *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* Island Press.
- Kearney, C. (2019). *The Art of Digital Marketing*. Wiley.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson Education.
- Lee, S., & Cho, Y. (2019). The role of digital marketing in tourism: A systematic literature review and research agenda. *Sustainability*, 11(2), 457.
- Lund, N. H., СТИХИ, S., & ЗВОНОК, C. (2018). Social media and tourism: A literature review. *Tourism Management Perspectives*, 27, 115-124.
- Mason, P. (2015). *Tourism Impacts, Planning and Management*. Routledge.
- Prideaux, B. (2000). The role of transport developments in tourism development. *Tourism Management*, 21(6), 531-540.
- Rigby, D. K., Sutherland, J., & Takeuchi, H. (2016). Embracing Agile. *Harvard Business Review*, 94(5), 40-50.
- Scheyvens, R. (2002). *Tourism for Development: Empowering Communities*. Pearson Education.
- Serrat, O. (2017). *Agile Marketing: The New Approach to Marketing*. Knowledge Solutions, Asian Development Bank.

- Sutherland, J. (2014). *Scrum: The Art of Doing Twice the Work in Half the Time*. Crown Business.
- Tzschentke, N. A., Kirk, D., & Lynch, P. A. (2008). Sustainable Tourism: A Comprehensive Literature Review. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(4), 331-357.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2018). Understanding Tourism: Basic Glossary. Diakses dari [<https://www.unwto.org/understanding-tourism-basic-glossary>].

-- PROFIL PENULIS --



Estikowati

Program Diploma
Kepariwisata Unmer
Malang



Stella Alvianna

Program Diploma
Kepariwisata
Unmer Malang



Amadea Permana Sanusi

Fakultas Teknologi dan
Informasi Unmer Malang



Syarif Hidayatullah

Fakultas Ekonomi dan
Bisnis
Unmer Malang



Aprilia Rachmadian
Program Diploma
Kepariwisataaan Unmer
Malang



Abdul Waris
Prodi Manajemen
Pemasaran, Jurusan Adm
Niaga
Politeknik Negeri Malang