

Dampak Tren Global Terhadap Pariwisata Dan Bisnis Kreatif di Provinsi Lampung**Selfia Alke Mega****Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung, Lampung, Indonesia****fiefiealmeza2@gmail.com**

Abstract

Lampung Province, with its natural beauty and cultural richness, has great potential for developing tourism and creative businesses. However, global trends such as increased tourist visits, diversification of tourism products, the role of digital tourism ambassadors, local economic growth, and environmental awareness have brought significant changes to this industry. This study aims to analyze the impact of global trends such as increased tourist visits, diversification of tourism products, the role of digital tourism ambassadors, local economic growth, and environmental awareness on tourism and creative industries in Lampung Province. A literature review method was used to collect data from various relevant sources, such as scientific articles, research reports, and statistical data. The results of the study indicate that global trends have a significant impact on tourism and creative industries in Lampung Province. The increase in tourist visits has driven the diversification of tourism products, such as nature tourism, cultural tourism, and culinary tourism. The role of digital tourism ambassadors is crucial in promoting Lampung on social media platforms and attracting new tourists.

Abstrak

Provinsi Lampung, dengan keindahan alam dan kekayaan budayanya, memiliki potensi besar untuk mengembangkan pariwisata dan bisnis kreatif. Namun, tren global seperti peningkatan kunjungan wisatawan, diversifikasi produk pariwisata, peran duta wisata digital, pertumbuhan ekonomi lokal, dan kesadaran lingkungan telah membawa perubahan signifikan pada industri ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak tren global seperti peningkatan kunjungan wisatawan, diversifikasi produk pariwisata, peran duta wisata digital, pertumbuhan ekonomi lokal, dan kesadaran lingkungan terhadap pariwisata dan bisnis kreatif di Provinsi Lampung. Metode studi pustaka digunakan untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber yang relevan, seperti artikel ilmiah, laporan penelitian, dan data statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tren global memiliki dampak yang signifikan terhadap pariwisata dan bisnis kreatif di Provinsi Lampung. Peningkatan kunjungan wisatawan mendorong diversifikasi produk pariwisata, seperti wisata alam, wisata budaya, dan wisata kuliner. Peran duta wisata digital menjadi penting dalam mempromosikan Lampung di platform media sosial dan menarik wisatawan baru.

PENDAHULUAN

Pariwisata dan bisnis kreatif merupakan sektor penting bagi perekonomian Indonesia, termasuk di Provinsi Lampung (Rusitati et al., 2019). Kedua sektor ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan daerah, penciptaan lapangan kerja, dan pelestarian budaya (Wahyudi et al., 2022). Namun, tren global seperti digitalisasi, perubahan iklim, dan pandemi COVID-19 telah membawa perubahan signifikan pada industri pariwisata dan bisnis

kreatif (Linton et al., 2020).

Pariwisata merupakan salah satu sektor industri yang dapat memberikan dampak besar bagi kemajuan suatu negara (Dharmakusuma, 2017). Dampak besar yang bisa diperoleh dari kemajuan industri sektor pariwisata tersebut diantaranya adalah meningkatnya pemasukan devisa negara dan peningkatan pendapatan nasional (Noviarita et al., 2021a). Selain itu, bagi daerah tujuan wisata akan berdampak pada peningkatan pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja dan peningkatan perekonomian masyarakat di daerah tersebut (Wahyudi et al., 2022).

Indonesia, sebagai negara yang luas, memiliki potensi pariwisata yang besar (Y. R. Sari et al., 2022). Keelokan alam, didukung oleh kekayaan sumber daya alam, serta keberagaman budaya yang unik dan menarik, membuat setiap daerah di Indonesia memiliki keunikan dalam budaya dan tradisinya sendiri (Anggarini, 2021a). Keramahan masyarakat Indonesia juga menjadikan negara ini sebagai destinasi wisata yang sangat diminati di seluruh dunia (Yoeti, 2008; Yoeti & Gunadi, 2013). Pemerintah Indonesia menunjukkan komitmen yang kuat untuk mengembangkan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan guna memperkuat perekonomian negara (Faradis & Afifah, 2023).

Hal ini terlihat dari berbagai program dan kebijakan yang diterapkan untuk mendukung pengembangan sektor pariwisata (Faradis & Suwandana, 2023). Pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan cepat diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk wisata serta memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan budaya bagi masyarakat setempat. Sebaliknya, peningkatan aktivitas wisata dapat mendorong permintaan terhadap produk dan layanan yang terkait dengan industri pariwisata (Yanto & Ammaru, 2023). Oleh karena itu, hubungan yang saling menguntungkan antara pariwisata dan wisata menjadi jelas dan saling memperkuat satu sama lain

Pariwisata di Indonesia telah menjadi sektor yang sangat penting dan strategis dalam perekonomian nasional (Saputra et al., 2022). Selain memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), pariwisata juga mampu menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Utami & Kafabih, 2021a). Cakupan luas sektor pariwisata, melibatkan berbagai kegiatan ekonomi seperti akomodasi, restoran, transportasi, perdagangan, dan jasa lainnya, menunjukkan bahwa sektor ini memiliki peran kunci dalam mendorong perekonomian suatu wilayah dan menjadi sektor yang dapat diandalkan dalam upaya pembangunan (Sari et al., 2024).

Di era modern saat ini banyak terjadi kemajuan dan perkembangan dari berbagai sektor kehidupan di suatu negara khususnya Indonesia (Anggarini, 2021a). Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif merupakan suatu progres manifestasi pada sektor ekonomi dan Kekayaan Intelektual yang memberikan fasilitas kepada para pelaku Ekonomi Kreatif dalam mendapatkan hak-hak ekonomisnya. Hak tersebut melekat pada suatu karya dari hasil kreatifitas intelektualnya yang dapat dijadikan objek jaminan pada lembaga keuangan perbankan maupun non- bank. Hal tersebut dipertegas dalam Peraturan Pemerintah nomor 24 tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif. Ekonomi kreatif merupakan perwujudan nilai tambah dari Kekayaan Intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi (Sinaga et al., 2022). Ekosistem Ekonomi Kreativitas adalah keterhubungan sistem yang mendukung rantai nilai Ekonomi Kreatif, seperti kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, dan konservasi yang dilakukan oleh Pelaku Ekonomi Kreatif untuk memberikan nilai tambah pada produknya sehingga berdaya saing tinggi, mudah diakses, dan terlindungi secara hukum (Saputra et al., 2022).

Pelaksanaan Ekonomi Kreatif harus didasarkan pada Pancasila, Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Negara Kesatuan Republik Indonesia, dan Bhineka Tunggal Ika. Dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif bertujuan untuk mendorong seluruh aspek Ekonomi Kreatif sesuai dengan perkembangan kebudayaan, teknologi, kreativitas, inovasi masyarakat indonesia, dan perubahan lingkungan perekonomian global; menyejahterakan rakyat indonesia dan meningkatkan pendapatan negara; menciptakan Ekosistem Ekonomi Kreatif yang berdaya saing global; menciptakan kesempatan kerja baru yang berpihak pada nilai seni dan budaya Bangsa Indonesia serta sumber daya ekonomi lokal; mengoptimalkan potensi pelaku ekonomi kreatif; melindungi hasil kreativitas pelaku ekonomi kreatif; dan mengarusutamakan Ekonomi Kreatif dalam rencana pembangunan nasional (Meiridho et al., 2018).

Pariwisata dan bisnis kreatif di Provinsi Lampung memiliki potensi yang besar untuk berkembang dan memberikan kontribusi dalam pertumbuhan ekonomi daerah (Meiridho et al., 2018). Sebagai salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki berbagai potensi alam dan budaya, Lampung menarik minat wisatawan baik domestik maupun internasional (Saputra et al., 2022).

Namun, dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi, tren pariwisata dan bisnis kreatif tidak hanya

dipengaruhi oleh faktor local (Noviarita et al., 2021a). Tren global juga memainkan peran penting dalam membentuk preferensi wisatawan dan permintaan pasar (Faradis & Suwandana, 2023). Fenomena seperti media sosial, tidak hanya mempengaruhi cara penggunaan teknologi, tetapi juga mempengaruhi cara wisatawan mencari informasi, merencanakan perjalanan, dan berbagi pengalaman mereka (Rusitati et al., 2019). Oleh karena itu, penelitian tentang dampak tren global terhadap pariwisata dan bisnis kreatif di Provinsi Lampung menjadi penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan sektor ini (Aulia et al., 2021). Permasalahan pasca pandemi COVID-19, Provinsi Lampung menghadapi beberapa permasalahan dalam perkembangan pariwisata dan ekonomi kreatif, antara lain: *Pertama*, Pemulihan Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Sinaga et al., 2022). Meskipun pembatasan telah dilonggarkan, sektor pariwisata dan ekonomi kreatif masih berusaha pulih dari dampak pandemi (Pambudi et al., 2020). Pelaku usaha di kedua sektor ini harus beradaptasi dengan tren baru, seperti penerapan protokol CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, and Environmental Sustainability*) dan inovasi dalam penyediaan layanan (Aulia et al., 2021). *Kedua*, Penurunan Daya Beli Masyarakat (Budiarto et al., 2020). Pandemi menyebabkan penurunan daya beli masyarakat, yang berdampak pada perekonomian dan menyebabkan kerugian bagi pelaku UMKM di bidang ekonomi kreatif (Utami & Kafabih, 2021b). *Ketiga*, Tantangan dalam Pengembangan Subsektor Pariwisata (Daud & Novrimansyah, 2022) Lampung mengandalkan tiga subsektor pariwisata dan ekonomi kreatif, yaitu kuliner, fashion, dan kriya. Namun, perlambatan pertumbuhan ekonomi mempengaruhi kinerja usaha, produktivitas, dan pemasaran hasil produksi UMKM (Anggarini, 2021b). *Keempat*, Kebutuhan Adaptasi dan Digitalisasi (Kurnaz et al., 2022). Untuk mengatasi tantangan ini, pemerintah dan pelaku usaha perlu meningkatkan adaptasi dan digitalisasi, termasuk penggunaan platform digital dan aplikasi untuk mendukung usaha dan pariwisata (Noviarita et al., 2021b). *Kelima*, Inflasi dan Faktor Eksternal (UNWTO, 2024). Inflasi global, kenaikan harga bahan bakar, dan konflik geopolitik juga menjadi tantangan tambahan yang mempengaruhi sektor pariwisata setelah pandemi (Fitriana & Putri, 2021). Pemerintah Provinsi Lampung terus berupaya mengatasi tantangan ini dengan berbagai program dan strategi untuk memulihkan serta mengembangkan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif pasca-pandemi.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diketahui dampak tren global terhadap pariwisata dan bisnis kreatif di Provinsi Lampung secara lebih mendalam. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang tren global yang

mempengaruhi pariwisata dan bisnis kreatif, dapat diambil langkah-langkah strategis untuk mengoptimalkan potensi pariwisata dan bisnis kreatif di Provinsi Lampung.

Penelitian ini akan membahas berbagai aspek yang terkait dengan dampak tren global, seperti peningkatan kunjungan wisatawan (Bazneshin et al., 2015; Gomes & Montenegro, 2016; Šebela & Turk, 2014), diversifikasi produk pariwisata (Benur & Bramwell, 2015; Lejarraga & Walkenhorst, 2009; Wang et al., 2016; Weidenfeld, 2018), peran duta wisata digital (Edwards et al., 2017; Kurnaz et al., 2022; Majid, 2019; Morand et al., 2021), pertumbuhan ekonomi local (Boccella & Salerno, 2016; Shishmanova, 2019; Waitt & Gibson, 2014), dan kesadaran lingkungan (Ghaderi et al., 2022; Mazhenova et al., 2016; Stabler

& Goodall, 1997). Informasi yang diperoleh dari penelitian ini akan menjadi dasar untuk mengembangkan kebijakan dan strategi yang tepat dalam pengembangan pariwisata dan bisnis kreatif di Provinsi Lampung.

Dalam konteks ini, penting untuk mempertimbangkan dan memahami dampak tren global terhadap pariwisata dan bisnis kreatif di Provinsi Lampung. Apa pengaruh tren global seperti peningkatan kunjungan wisatawan baru, transformasi teknologi terhadap komunikasi dan pemasaran, serta perubahan preferensi dan kebutuhan konsumen terhadap pariwisata dan bisnis kreatif di provinsi ini?

Dengan demikian, penelitian ini memiliki relevansi yang tinggi dalam mendukung upaya pemerintah daerah dan stakeholders terkait dalam memanfaatkan potensi pariwisata dan bisnis kreatif di Provinsi Lampung secara optimal. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya dalam bidang pariwisata dan bisnis kreatif serta dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan disiplin ilmu terkait. Penelitian ini bertujuan untuk melihat dampak tren global terhadap pariwisata dan bisnis kreatif di Provinsi Lampung secara mendalam. Dengan memahami tren global ini, pihak terkait dapat mengambil langkah-langkah strategis untuk meningkatkan pengembangan sektor pariwisata dan bisnis kreatif di provinsi ini. Berdasarkan beberapa hal yang telah disampaikan, maka peneliti tertarik dalam mengkaji penelitian ini dengan tema "Dampak Tren Global Terhadap Pariwisata Dan Bisnis Kreatif Di Provinsi Lampung".

Pariwisata merupakan istilah yang mencakup berbagai aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan tujuan tertentu (Camilleri & Camilleri, 2018). Konsep dan teori pariwisata melibatkan pemahaman tentang fenomena perjalanan, pengelolaan destinasi, dan dampaknya terhadap masyarakat dan

lingkungan (Hall & Williams, 2019). Pariwisata dapat didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan sementara dari seseorang atau lebih, menuju ke tempat lain di luar tempat tinggalnya (Peters & Pikkemaat, 2005). Tujuan perjalanan ini bukan untuk menetap atau mencari nafkah, melainkan untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang, atau tujuan lainnya (Frederick, 1993).

Pariwisata melibatkan berbagai sektor dan dimensi, termasuk aspek spasial, bisnis, akademis, sosial budaya, dan ekonomi (Tasci & Gartner, 2007). Sistem kepariwisataan mencakup interaksi antara berbagai elemen, seperti destinasi, fasilitas, layanan, dan pengunjung (Blangy & Mehta, 2006). Teori- teori kepariwisataan membantu menjelaskan fenomena dan proses yang terjadi dalam industri pariwisata (Whang et al., 2016). Beberapa teori mengenai pariwisata melibatkan konsep daya tarik wisata, aksesibilitas, dan amenitas. Teori ini membantu memahami bagaimana perjalanan wisata berlangsung dan bagaimana destinasi mempengaruhi pengalaman wisatawan (Baloglu & McCleary, 1999).

Konsep perencanaan dan pengelolaan destinasi pariwisata sangat penting (Morgan et al., 2011). Ini melibatkan pemahaman tentang daya tarik wisata, infrastruktur, keberlanjutan, dan partisipasi masyarakat (Seyfi et al., 2020). Perencanaan yang matang dan pengelolaan yang berkelanjutan dapat memastikan keberhasilan sektor pariwisata. Dalam keseluruhan, pariwisata melibatkan berbagai aspek dan memerlukan pendekatan holistik untuk mengoptimalkan manfaatnya bagi masyarakat, lingkungan, dan ekonomi (Tasci & Gartner, 2007). Provinsi Lampung memiliki potensi pariwisata yang sangat menarik untuk dikunjungi. Berikut ini beberapa destinasi pariwisata populer di Lampung:

- Pantai Tanjung Setia, Terletak di Kabupaten Lampung Barat, Pantai Tanjung Setia terkenal sebagai surfer's paradise. Pantai ini menawarkan ombak yang besar dan konsisten, yang cocok untuk para penggemar selancar.
- Pantai Kiluan, Terletak di Kabupaten Tanggamus, Pantai Kiluan terkenal dengan lomba-lomba yang dapat dilihat secara langsung ketika berlayar ke tengah laut. Selain itu, pantai ini juga menawarkan pemandangan alam yang indah dan suasana yang tenang.
- Taman Nasional Way Kambas: Terletak di Kabupaten Lampung Timur, Taman Nasional Way Kambas adalah rumah bagi spesies langka seperti badak sumatera, gajah, harimau sumatera, dan kura-kura penyu. Di

taman nasional ini, pengunjung dapat melakukan kegiatan seperti jelajah hutan, menunggang gajah, dan berinteraksi dengan satwa liar.

- Pantai Kalianda: Terletak di Kabupaten Lampung Selatan, Pantai Kalianda menawarkan pemandangan pantai yang memesona dengan pasir putih dan air laut yang jernih. Pantai ini juga dikelilingi oleh perbukitan hijau yang menambah keindahannya.
- Pulau Pahawang: Terletak di Kabupaten Pesawaran, Pulau Pahawang merupakan surganya para penyelam dan pecinta snorkeling. Pulau ini memiliki pemandangan bawah laut yang indah, dengan terumbu karang yang berwarna-warni dan ikan-ikan tropis yang beragam.

Selain itu, Lampung juga memiliki destinasi wisata lainnya seperti Gunung Krakatau, Air Terjun Putri Malu, dan Desa Adat Pekon Pasawaran yang menawarkan pengalaman budaya yang unik. Dengan berbagai potensi pariwisata yang dimiliki, Lampung terus berusaha untuk mengembangkan sektor pariwisata agar dapat menjadi salah satu tujuan wisata yang populer di Indonesia.

Ekonomi Kreatif merupakan suatu konsep ekonomi yang menekankan pada kreativitas dan informasi (Claire, 2009). Dalam beberapa tahun terakhir, sektor industri kreatif di Indonesia, seperti industri fesyen, film, iklan, animasi video, fotografi,

dan kriya, telah berkembang pesat (Chollisni et al., 2022). Ekonomi Kreatif (Ekraf) merupakan istilah yang merujuk pada kegiatan ekonomi yang berbasis pada ide, kreativitas, pengetahuan, dan budaya, yang memiliki nilai tambah ekonomi tinggi dan menghasilkan produk, jasa, atau layanan yang inovatif dan kreatif. Ekraf memiliki potensi besar untuk mendorong

pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Sukarmijan & Sapong, 2014).

Konsep ekonomi kreatif pertama kali diperkenalkan oleh John Howkins dalam bukunya "*The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*" (2001). Konsep ekonomi kreatif kemudian berkembang dan diadaptasi oleh berbagai negara, termasuk Indonesia, dengan penekanan pada konteks dan karakteristik masing-masing negara. Di Indonesia, ekonomi kreatif didefinisikan dalam Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif sebagai "kebijaksanaan negara yang bertujuan untuk meningkatkan kontribusi sektor ekonomi

kreatif dalam struktur perekonomian nasional dan mendorong daya saing bangsa". Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi yang penting untuk mendorong pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif (Shishmanova, 2019). Dengan mengembangkan ekonomi kreatif, Indonesia dapat meningkatkan daya saingnya di pasar global dan meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (Moelong, 2014). Studi pustaka merupakan metode penelitian yang menggunakan dokumen dan sumber tertulis lainnya untuk mengumpulkan data (Sugiyono, 2015). Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan informasi yang komprehensif dan mendalam tentang topik penelitian (Anggito & Setiawan, 2018). Sumber data utama untuk penelitian ini adalah dokumen dan sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian, seperti: Artikel ilmiah, Artikel ilmiah yang diterbitkan dalam jurnal ilmiah ternama atau repositori akademik; Laporan penelitian, Laporan penelitian yang dilakukan oleh lembaga-lembaga penelitian atau pemerintah; Buku, Buku yang ditulis oleh para ahli di bidang pariwisata, bisnis kreatif, dan tren global; Data statistik, Data statistik yang berasal dari lembaga resmi, seperti Badan Pusat Statistik (BPS) atau Dinas Pariwisata Provinsi Lampung; dan Situs web resmi, Situs web resmi dari organisasi internasional, seperti World Tourism Organization (UNWTO) dan United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini adalah:

Penelusuran pustaka: Peneliti akan melakukan penelusuran pustaka untuk mencari dokumen dan sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian. Penelusuran pustaka dapat dilakukan melalui database online, seperti Google Scholar, elsvier, emerald dan lainnya.

Telaah dokumen: Peneliti akan membaca dan menganalisis dokumen dan sumber tertulis yang telah dikumpulkan. Peneliti akan membuat catatan dan ringkasan dari informasi yang diperoleh

Analisis Data

Analisis data untuk penelitian ini adalah:

Analisis konten: Peneliti akan menganalisis konten dokumen dan sumber tertulis yang telah dikumpulkan. Analisis

konten akan dilakukan untuk mengidentifikasi tema-tema utama, pola- pola yang muncul, dan temuan-temuan yang relevan dengan topik penelitian.

Sintesis data: Peneliti akan melakukan sintesis data untuk menggabungkan temuan-temuan dari berbagai sumber data. Sintesis data akan dilakukan untuk menghasilkan kesimpulan yang komprehensif dan mendalam tentang dampak tren global terhadap pariwisata dan bisnis kreatif di Provinsi Lampung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tren global pariwisata dan ekonomi kreatif di Lampung sedang mengalami peningkatan yang positif. Provinsi Lampung memiliki potensi alam yang melimpah, seperti hutan, perkebunan, pantai, dan taman nasional. Hal ini membuat Lampung menjadi destinasi pariwisata yang menarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah daerah Lampung telah melakukan upaya dalam mengembangkan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Berbagai destinasi wisata baru telah dibangun, seperti Taman Wisata Alam Way Kambas, Pesisir Barat Lampung Utara, dan Pantai Kiluan.

Selain itu, pengembangan ekonomi kreatif juga menjadi fokus utama di Lampung. Beberapa acara dan festival seni dan budaya, seperti Lampung Krakatau Festival dan Lampung Wayang Festival, telah berhasil menarik perhatian wisatawan dan menjadi ajang promosi produk-produk kreatif asal Lampung. Peningkatan aksesibilitas juga menjadi faktor penting dalam mengembangkan pariwisata dan ekonomi kreatif di Lampung. Adanya Bandar Udara Radin Inten II yang melayani penerbangan dari dan ke berbagai kota di Indonesia telah memudahkan wisatawan untuk mengunjungi Lampung.

Dengan adanya tren global pariwisata dan ekonomi kreatif yang positif ini, diharapkan Lampung dapat terus memaksimalkan potensi alam dan sumber daya manusianya untuk mengembangkan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Dengan demikian, Lampung dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Pandemi COVID-19 telah memiliki dampak

besar pada sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia, bahkan di seluruh dunia (Baparekraf RI, 2023). Bukan hanya mengubah perilaku perjalanan orang, tetapi juga menggeser tren pariwisata (Arian, 2019).

Perubahan tren ini juga melahirkan megatren pariwisata yang akan memengaruhi perilaku wisatawan sepanjang tahun 2023. Industri pariwisata dan bisnis kreatif adalah dua sektor yang dinamis dan saling terkait.

Tren global membawa dampak positif dan negatif bagi pariwisata dan bisnis kreatif. Pelaku bisnis di kedua sektor ini perlu beradaptasi dengan tren tersebut agar dapat bertahan dan berkembang (EIU, 2023). Mereka harus memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan menjangkau pasar yang lebih luas. Namun, mereka juga perlu menjaga keunikan budaya lokal dan menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan (Binggeli et al., 2023). Dengan memahami tren-tren ini, kita dapat memahami bagaimana perubahan dalam perilaku wisatawan akan memengaruhi industri pariwisata dan bisnis kreatif di masa depan (DBG, 2023).

Dalam hal Provinsi Lampung, dengan pesona alam dan budaya yang kaya, memiliki potensi besar untuk mengembangkan pariwisata dan bisnis kreatif (Anggarini, 2021b; Saputra et al., 2022; Septiyana et al., 2020; Wahyudi et al., 2022). Namun, tren global seperti peningkatan kunjungan wisatawan, diversifikasi produk pariwisata, peran duta wisata digital, pertumbuhan ekonomi lokal, dan kesadaran lingkungan telah membawa perubahan signifikan pada industri ini. Tren global memiliki dampak yang signifikan terhadap pariwisata dan bisnis kreatif di provinsi Lampung. Berikut ini beberapa dampaknya:

Dampak Tren Global Pada Peningkatan Kunjungan Wisatawan

Ditinjau dari beberapa penelitian terdahulu yang relevan mengungkapkan bahwa tren global memiliki dampak yang signifikan pada peningkatan kunjungan wisatawan (Gössling et al., 2018; Krasnokutskiy et al., 2016; Wilkins et al., 2018). Dengan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh tren global dan mengatasi tantangan yang muncul, destinasi wisata dapat meningkatkan daya tariknya dan meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung (Krasnokutskiy et al., 2016). Penting bagi destinasi wisata untuk beradaptasi dengan tren global dan terus berinovasi untuk memberikan pengalaman terbaik bagi para wisatawan (Gössling et al., 2018).

Dampak tren global pada peningkatan kunjungan wisatawan dapat dilihat dari aspek Digitalisasi (Khan et al., 2021): Pertama, Platform Online: Platform online seperti media sosial dan platform pemesanan wisata online membuka peluang baru bagi destinasi wisata untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan jumlah wisatawan. Destinasi wisata dapat menggunakan platform ini untuk mempromosikan keindahan dan keunikannya, serta memudahkan wisatawan untuk memesan tiket, akomodasi, dan aktivitas wisata. Kedua, Pemasaran Digital:

Pemasaran digital yang efektif dapat meningkatkan visibilitas destinasi wisata dan menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Hal ini dapat dilakukan melalui

berbagai strategi seperti iklan online, content marketing, dan influencer marketing. Ketiga, Ulasan Wisatawan: Ulasan wisatawan online dapat memengaruhi keputusan wisatawan untuk memilih destinasi wisata. Destinasi wisata perlu memperhatikan ulasan wisatawan dan berusaha untuk memberikan pengalaman terbaik bagi para pengunjungnya (Gössling et al., 2018).

Selain itu juga dapat dilihat dari aspek Perubahan Iklim (Richards, 2011; Rosselló & Santana- Gallego, 2014), yang mencakup: Pertama, Wisata Alam: Wisata alam yang berkelanjutan dan ramah lingkungan dapat menarik wisatawan yang peduli dengan lingkungan. Destinasi wisata perlu menerapkan praktik wisata yang ramah lingkungan, seperti mengurangi penggunaan plastik dan menghemat energi. Kedua, Edukasi Lingkungan: Wisata edukasi tentang pelestarian lingkungan dapat meningkatkan kesadaran wisatawan tentang pentingnya menjaga lingkungan. Destinasi wisata dapat menawarkan program wisata edukasi yang menarik dan interaktif bagi para pengunjungnya. Ketiga, Adaptasi terhadap Perubahan Iklim: Destinasi wisata perlu beradaptasi dengan perubahan iklim, seperti erosi pantai dan kenaikan permukaan laut, untuk menjaga daya tarik wisata alamnya. Hal ini dapat dilakukan dengan membangun infrastruktur yang tahan terhadap perubahan iklim dan melakukan reboisasi hutan (Khan et al., 2021).

Tren global seperti keinginan untuk menjelajahi destinasi non-mainstream atau adanya minat dalam kegiatan ekowisata dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Lampung. Hal ini memberikan peluang bagi bisnis kreatif di sektor pariwisata seperti penginapan, makanan dan minuman, serta perusahaan tour dan travel untuk tumbuh dan berkembang.

Dampak Tren Global pada Diversifikasi Produk Pariwisata

Berdasarkan temuan dari beberapa kajian literatur menunjukkan bahwa tren global mendorong diversifikasi produk pariwisata di berbagai destinasi wisata (Benur & Bramwell, 2015; Purnomo et al., 2019; Saboori et al., 2023; Ziyadin et al., 2019). Dengan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh tren global dan mengatasi tantangan yang muncul, destinasi wisata dapat meningkatkan daya tariknya dan menawarkan produk wisata yang lebih beragam dan menarik bagi para wisatawan (Saboori et al., 2023). Penting bagi destinasi wisata untuk terus berinovasi dan

mengikuti tren terbaru dalam industri pariwisata untuk memberikan pengalaman terbaik bagi para wisatawan (Purnomo et al., 2019).

Mengenai dampak tren global pada diversifikasi produk pariwisata dapat dikaji dari sisi aspek digitalisasi (Weidenfeld, 2018; Ziyadin et al., 2019), yang mencakup: pertama, Platform Online: Platform online seperti media sosial dan platform pemesanan wisata online membuka peluang baru bagi destinasi wisata untuk menawarkan produk wisata yang lebih beragam dan menarik. Destinasi wisata dapat menggunakan platform ini untuk mempromosikan berbagai jenis wisata yang tersedia, seperti wisata alam, wisata budaya, wisata kuliner, wisata edukasi dan wisata kesehatan. Kedua,

Personalisasi: Digitalisasi memungkinkan destinasi wisata untuk menawarkan pengalaman wisata yang lebih personal bagi para wisatawan. Destinasi wisata dapat menggunakan data dan teknologi untuk memahami preferensi wisatawan dan menawarkan produk wisata yang sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka. Ketiga, Ekonomi Berbagi: Ekonomi berbagi seperti Airbnb dan Uber membuka peluang baru bagi wisatawan untuk mendapatkan pengalaman wisata yang lebih otentik dan lokal. Destinasi wisata dapat mendorong wisatawan untuk menggunakan platform ekonomi berbagi untuk mendapatkan pengalaman wisata yang lebih unik dan berkesan (Conti & Perelli, 1995).

Selain itu juga dapat ditinjau dari aspek Perubahan Iklim (Gichuki & Yobesia, 2020; Yap et al., 2023): pertama, Wisata Berkelanjutan: Wisata berkelanjutan yang ramah lingkungan menjadi semakin populer di kalangan wisatawan. Destinasi wisata perlu menawarkan produk wisata yang berkelanjutan dan ramah lingkungan, seperti wisata alam yang terjaga kelestariannya dan wisata edukasi tentang pelestarian lingkungan. Kedua, Wisata Ekowisata: Ekowisata yang fokus pada wisata alam dan budaya yang berkelanjutan menjadi semakin diminati wisatawan. Destinasi wisata perlu menawarkan produk wisata ekowisata yang menarik dan informatif, seperti wisata trekking di hutan, wisata mengamati burung, dan wisata desa tradisional. Ketiga, Wisata Adaptasi Iklim: Destinasi wisata perlu beradaptasi dengan perubahan iklim dengan menawarkan produk wisata yang sesuai dengan kondisi iklim yang berubah. Hal ini dapat dilakukan dengan mengembangkan wisata bahari di daerah pantai yang terancam erosi dan wisata budaya di daerah yang mengalami kekeringan (Vumbunu et al., 2022). Tren global juga mempengaruhi kebutuhan wisatawan yang semakin beragam. Wisatawan saat ini lebih tertarik pada

pengalaman yang unik, lokal, dan otentik. Oleh karena itu, pelaku bisnis kreatif di Lampung perlu berinovasi untuk menciptakan produk dan layanan pariwisata yang lebih menarik seperti pengembangan wisata kuliner, festival budaya, atau kerajinan tangan yang khas Lampung.

Dampak Tren Global Pada Meningkatnya Peran Duta Wisata Digital

Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, tren digitalisasi telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor pariwisata dan ekonomi kreatif (Imaddudin et al., 2023). Seiring dengan itu, peran duta wisata digital telah semakin meningkat dalam mempromosikan destinasi wisata dan produk kreatif suatu daerah, termasuk di Provinsi Lampung. Ada beberapa dampak tren global terkait dengan meningkatnya peran duta wisata digital dalam sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Provinsi Lampung, antara lain: Pertama, Meningkatnya tingkat visibilitas dan jangkauan (Kurnaz et al., 2022): Melalui media sosial dan platform online, seperti Instagram, Youtube, dan TikTok, para duta wisata digital dapat mencapai audiens yang luas di seluruh dunia. Hal ini akan meningkatkan tingkat visibilitas dan jangkauan destinasi wisata dan produk kreatif dari Provinsi Lampung, sehingga dapat menarik minat wisatawan dari berbagai negara.

Meningkatnya interaksi dengan wisatawan (Benyon et al., 2014): Duta wisata digital dapat berinteraksi langsung dengan wisatawan melalui platform digital. Mereka dapat memberikan informasi, menanggapi pertanyaan, dan memberikan rekomendasi kepada wisatawan yang tertarik dengan tujuan wisata di Provinsi Lampung. Interaksi ini memungkinkan duta wisata digital untuk menciptakan hubungan personal dengan wisatawan, yang dapat membantu dalam mempromosikan dan memperluas persepsi positif tentang destinasi wisata dan produk kreatif Provinsi Lampung.

Ketiga, Meningkatnya kreativitas dan inovasi (Majid, 2019a): Tren global dalam pemasaran digital dan konten kreatif mendorong para duta wisata digital untuk menjadi lebih kreatif dan inovatif dalam mempromosikan destinasi wisata dan produk kreatif Provinsi Lampung. Mereka dapat menggunakan teknologi fotografi dan video terbaru, menggabungkan konten berbeda, atau berkolaborasi dengan para pelaku industri kreatif lokal untuk menghasilkan konten yang menarik dan unik.

Keempat, Meningkatnya pengaruh duta wisata digital (Cardoso et al., n.d.): Para duta wisata digital memiliki pengaruh yang besar dalam mempengaruhi persepsi dan minat wisatawan. Tren global telah memberikan

pengakuan terhadap peran mereka dalam mempromosikan destinasi wisata dan produk kreatif. Hal ini dapat memberikan dampak positif pada pertumbuhan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Provinsi Lampung, dengan lebih banyak wisatawan yang tertarik untuk mengunjungi dan mengonsumsi produk lokal.

Kelima, Peningkatan kerjasama dengan pelaku industri pariwisata dan ekonomi kreatif (Majid, 2019b): Peran duta wisata digital dapat berperan sebagai penghubung antara pelaku industri pariwisata dan ekonomi kreatif dengan wisatawan (Morand et al., 2021). Melalui kolaborasi dengan para duta wisata digital, pelaku industri pariwisata dan ekonomi kreatif dapat memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan produk mereka secara lebih efektif.

Dengan mempertimbangkan dampak tren global ini, Provinsi Lampung dapat memanfaatkan peran duta wisata digital dengan strategi pemasaran dan promosi yang lebih efektif, mengembangkan konten kreatif yang menarik, dan menjalin kerjasama yang erat dengan para pelaku industri pariwisata dan ekonomi kreatif. Hal ini akan membantu meningkatkan pertumbuhan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Provinsi Lampung.

Dalam era digital saat ini, tren global juga melibatkan penggunaan media sosial dan teknologi digital dalam promosi pariwisata. Duta wisata digital seperti travel bloggers atau influencer media sosial dapat berdampak signifikan dalam mempromosikan destinasi wisata di Lampung. Bisnis kreatif di Lampung dapat bekerja sama dengan para duta wisata ini

untuk memperluas jangkauan promosi mereka.

Dampak Tren Global Pada Pertumbuhan Ekonomi Lokal

Dari berbagai literatur menunjukkan bahwa tren global membawa dampak yang kompleks terhadap pertumbuhan ekonomi lokal (Brüntrup & Messner, 2022; Kolesnikov et al., 2020). Untuk memaksimalkan dampak positif dan mengurangi dampak negatif, diperlukan strategi yang tepat dari pemerintah daerah dan para pelaku usaha lokal (Wu et al., 2018). Strategi tersebut dapat berupa:

- Meningkatkan literasi digital dan keahlian pemasaran online bagi pelaku usaha lokal.
- Mengembangkan infrastruktur digital untuk mendukung aktivitas ekonomi berbasis online.
- Mendorong pengembangan produk dan jasa lokal yang unik dan berdaya saing global.

- Beradaptasi dengan perubahan iklim dan mengembangkan sektor ekonomi yang ramah lingkungan.
- Menerapkan protokol kesehatan yang ketat untuk menjaga keberlangsungan sektor pariwisata dan aktivitas ekonomi lainnya.
- Dengan strategi yang tepat, tren global dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang inklusif dan

berkelanjutan (Barrios et al., 2010). Dengan mempertimbangkan dampak tren global seperti di atas, Provinsi Lampung dapat mengambil langkah-langkah strategis untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Ini termasuk investasi dalam infrastruktur pariwisata, pengembangan produk dan destinasi wisata yang unik, pengembangan sumber daya manusia dalam industri pariwisata dan ekonomi kreatif, serta promosi dan pemasaran yang efektif untuk menarik wisatawan global (Capello et al., 2015). Selain itu dalam tren global yang mendorong pada pertumbuhan ekonomi lokal dalam sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Provinsi Lampung dapat meliputi: Pertama, pada peningkatan kunjungan wisatawan internasional (Rogerson & Nel, 2016): Tren global seperti peningkatan mobilitas dan minat wisatawan internasional dapat mendukung pertumbuhan sektor pariwisata lokal. Lebih banyak wisatawan yang mengunjungi Provinsi Lampung akan memberikan dampak positif pada ekonomi lokal, seperti peningkatan pendapatan dari sektor perhotelan, restoran, dan bisnis wisata lainnya.

Kedua, terkait dengan Diversifikasi produk dan destinasi pariwisata (Low & Isserman, 2009): Tren global juga berpengaruh terhadap tren dan kebutuhan wisatawan. Sebagai contoh, permintaan akan pariwisata alam, pariwisata budaya, atau pariwisata petualangan dapat berubah-ubah seiring tren global. Pemerintah dan pelaku industri pariwisata di Provinsi Lampung perlu memanfaatkan tren ini dengan mengembangkan produk dan destinasi wisata yang sesuai dengan minat dan kebutuhan wisatawan global.

Ketiga, Perkembangan industri kreatif (Bussière et al., 2011): Tren global dalam ekonomi kreatif, seperti desain, seni, mode, dan film, dapat memberikan peluang bagi pertumbuhan ekonomi kreatif di Provinsi Lampung. Pelaku industri kreatif lokal dan seniman dapat berkolaborasi dengan pemain global, memanfaatkan platform digital untuk pemasaran produk, atau terlibat dalam proyek internasional. Hal ini dapat meningkatkan pendapatan dan menciptakan lapangan kerja di sektor ekonomi kreatif lokal.

Keempat, Persaingan internasional (Maharaj & Rambali, 1996): Tren global juga membawa persaingan yang lebih intensif dalam industri pariwisata dan ekonomi kreatif. Provinsi Lampung harus mampu bersaing dengan destinasi wisata atau produk dari negara lain yang mungkin lebih dikenal di tingkat global. Perlu adanya upaya pemasaran dan promosi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan membedakan produk dan destinasi pariwisata lokal. Kelima, Kelestarian lingkungan dan budaya (Tomaney, 2010): Tren global juga memberikan penekanan pada kelestarian lingkungan dan budaya dalam pariwisata dan ekonomi kreatif. Wisatawan global semakin cenderung mencari pengalaman yang ramah lingkungan dan menghargai budaya lokal.

Provinsi Lampung harus menjaga kelestarian lingkungan serta mempromosikan dan melindungi warisan budaya lokal agar tetap menarik bagi wisatawan global. Dengan adanya tren global yang meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan meningkatkan permintaan terhadap produk dan layanan pariwisata, bisnis kreatif di Lampung memiliki peluang untuk tumbuh dan berkembang. Pertumbuhan bisnis kreatif ini akan berdampak positif terhadap perekonomian lokal, menciptakan lapangan kerja baru, dan meningkatkan pendapatan masyarakat.

Dampak Tren Global pada Peningkatan Kesadaran Lingkungan

Ditinjau dari beberapa kajian literatur menunjukkan bahwa tren global membawa dampak yang kompleks terhadap peningkatan kesadaran lingkungan (Aswani et al., 2018; Carvalho et al., 2011). Dampak positifnya lebih besar daripada dampak negatifnya, tetapi masih ada banyak tantangan yang perlu diatasi (Ardoin et al., 2013). Penting bagi semua pihak, termasuk pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat, untuk bekerja sama dalam meningkatkan kesadaran lingkungan dan mengambil tindakan nyata untuk melindungi planet ini (Ilea, 2017).

Dampak tren global pada peningkatan kesadaran lingkungan, hal ini dapat dikaji dari sisi aspek Digitalisasi diantaranya: pertama, Penyebaran Informasi: Platform media sosial dan internet menjadi sarana yang efektif untuk menyebarkan informasi tentang isu-isu lingkungan kepada masyarakat luas (Díaz-López et al., 2023). Kampanye dan edukasi lingkungan dapat dilakukan secara online dengan jangkauan yang luas. Kedua, Mobilisasi Aktivisme: Platform digital memudahkan aktivis lingkungan untuk mengorganisir gerakan dan mobilisasi massa dalam upaya pelestarian lingkungan (Jayadinata et al., 2021). Ketiga, Pemanfaatan Teknologi: Teknologi digital dapat digunakan untuk memantau kondisi lingkungan, melacak emisi gas rumah kaca, dan mengembangkan solusi inovatif

untuk mengatasi masalah lingkungan (Braun et al., 2018).

Hal lain dari dampak tren global pada peningkatan kesadaran lingkungan, dapat dikaji dari sisi aspek Perubahan Iklim diantaranya: pertama, Dampak Nyata: Dampak nyata dari perubahan iklim, seperti bencana alam dan cuaca ekstrem, membuat masyarakat semakin sadar akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan (Robinson, 1991). kedua, Tuntutan Masyarakat: Meningkatnya kesadaran masyarakat mendorong tuntutan terhadap pemerintah dan pelaku usaha untuk mengambil langkah-langkah konkret dalam mengatasi perubahan iklim (Masalimova et al., 2023). ketiga, Tren global juga membawa kesadaran yang lebih tinggi terhadap keberlanjutan dan konservasi lingkungan. Wisatawan yang sadar akan pentingnya menjaga kelestarian alam lebih memilih berpartisipasi dalam aktivitas pariwisata yang bertanggung jawab secara lingkungan. Dampaknya akan membuat bisnis kreatif di Lampung harus lebih berfokus pada praktik bisnis (Ardoin et al., 2013). Dengan memanfaatkan tren global dengan tepat dan berinovasi dalam bisnis kreatif, provinsi Lampung dapat mengambil manfaat yang signifikan dalam meningkatkan sektor pariwisata dan ekonomi lokal. Dengan memanfaatkan tren-tren ini, Lampung dapat meningkatkan kunjungan wisata dan mengembangkan bisnis kreatif di daerah ini. Kerjasama dengan berbagai pihak dan penggabungan potensi lokal akan menjadi kunci kesuksesan dalam menghadapi perubahan tren global. Tren global menghadirkan peluang dan tantangan bagi pariwisata dan bisnis kreatif di Provinsi Lampung. Dengan strategi yang tepat, Lampung dapat memanfaatkan tren-tren ini untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, mendiversifikasi produk pariwisata, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, dan meningkatkan kesadaran lingkungan. Peran duta wisata digital dan kesadaran masyarakat lokal akan menjadi kunci dalam keberhasilan pengembangan pariwisata dan bisnis kreatif di Lampung.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan pada penelitian, dapat disimpulkan bahwa tren global seperti peningkatan kunjungan wisatawan, diversifikasi produk pariwisata, peran duta wisata digital, pertumbuhan ekonomi lokal, dan kesadaran lingkungan telah membawa perubahan signifikan pada pariwisata dan bisnis kreatif di Provinsi Lampung. Dampak dari tren-tren ini bervariasi, tetapi dengan strategi dan adaptasi yang tepat, peluang baru dapat diciptakan untuk meningkatkan sektor-sektor ini. Tren global menghadirkan peluang dan tantangan bagi pariwisata dan bisnis

kreatif di Provinsi Lampung. Dengan strategi yang tepat, Lampung dapat memanfaatkan tren-tren ini untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, mendiversifikasi produk pariwisata, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, dan meningkatkan kesadaran lingkungan. Peran duta wisata digital dan kesadaran masyarakat lokal akan menjadi kunci dalam keberhasilan pengembangan pariwisata dan bisnis kreatif di Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggarini, D. R. (2021a). Dampak Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Daerah Lampung. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 7(2), 116–122. <https://doi.org/10.30873/jbd.v7i2.3089>
- Anggarini, D. R. (2021b). Kontribusi Umkm Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Lampung 2020. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 345–355. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/indexDOI:https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i2.1462>
- Anggito, A., Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Ardoin, N. M., Clark, C., & Kelsey, E. (2013). An exploration of future trends in environmental education research. *Environmental Education Research*, 19(4), 499–520. <https://doi.org/10.1080/13504622.2012.709823>
- Arean, M. M. (2019). How Current Trends Impact Travel & Tourism. *Recommend*. <https://recommend.com/news-tools/current-trends-impact-travel-tourism/>
- Aswani, S., Lemahieu, A., & Sauer, W. H. H. (2018). Global trends of local ecological knowledge and future implications. *PLoS ONE*, 13(4), e0195440. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0195440>
- Aulia, N., Randi, R., Alfatiha, M. R., Islami Fatoriq, H., & Panorama, M. (2021). Studi Pemulihan Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Sub-Sektor Kuliner Pasca Pandemi (Covid-19) Dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Sumatera Selatan. *Berajah Journal*, 2(1), 177–187. <https://doi.org/10.47353/bj.v2i1.71>
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868–897. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00030-4](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00030-4)
- Baparekraf RI. (2023). 4 Tourism Megatrends for 2023 to Influence Global Traveler Behavior. *Kemendikparekraf RI*. <https://kemendikparekraf.go.id/en/articles/4-tourism-megatrends-for-2023-to-influence-global-traveler-behavior>
- Barrios, S., Bertinelli, L., & Strobl, E. (2010). Trends in rainfall and economic growth in Africa: A neglected cause of the african growth tragedy. *Review of Economics and Statistics*, 92(2), 350–366. <https://doi.org/10.1162/rest.2010.11212>
- Bazneshin, S. D., Hosseini, S. B., & Azeri, A. R. K. (2015). The Physical Variables of Tourist Areas to Increase the Tourists' Satisfaction Regarding the Sustainable Tourism Criteria: Case Study of Rudsar Villages, Sefidab in Rahim Abad. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 201, 128–135. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.08.141>
- Benur, A. M., & Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, 50, 213–224. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.02.005>
- Benyon, D., Quigley, A., O'Keefe, B., & Riva, G. (2014). Presence and digital tourism. *AI and Society*, 29(4), 521–529. <https://doi.org/10.1007/s00146-013-0493-8>
- Binggeli, U., Chen, Z., Köpke, S., & Yu, J. (2023). The future of tourism: Bridging the labor gap, enhancing customer experience

- McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/future-of-tourism-bridging-the-labor-gap-enhancing-customer-experience>
- Blangy, S., & Mehta, H. (2006). Ecotourism and ecological restoration. *Journal for Nature Conservation*, 14(3), 233–236. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jnc.2006.05.009>
- Boccella, N., & Salerno, I. (2016). Creative Economy, Cultural Industries and Local Development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 223, 291–296. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.370>
- Braun, T., Cottrell, R., & Dierkes, P. (2018). Fostering changes in attitude, knowledge and behavior: demographic variation in environmental education effects. *Environmental Education Research*, 24(6), 899–920. <https://doi.org/10.1080/13504622.2017.1343279>
- Brüntrup, M., & Messner, D. (2022). Global trends and the future of education. *Agriculture & Rural Development*, 1, 2007. <https://doi.org/10.1787/bbdf63c5-en>
- Budiarto, D. B., Kagungan, D., & Mulyana, N. (2020). Analisis Pengelolaan Sistem Informasi dan Manajemen Website Sebagai Media Promosi Pariwisata di Provinsi Lampung (Studi Pada Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung). *Administrativa: Jurnal Birokrasi, Kebijakan Dan Pelayanan Publik*, 2(2), 171–184. <https://doi.org/10.23960/administrativa.v2i2.31>
- Bussière, M., Pérez-Barreiro, E., Straub, R., & Taglioni, D. (2011). Protectionist Responses to the Crisis: Global Trends and Implications. *World Economy*, 34(5), 826–852. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9701.2011.01355.x>
- Camilleri, M. A., & Camilleri, M. A. (2018). *The tourism industry: An overview*. Springer.
- Capello, R., Caragliu, A., & Fratesi, U. (2015). Global trends and the economic crisis: Future alternative European growth strategies. *Technological Forecasting and Social Change*, 98, 120–136. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.06.005>
- Cardoso, L., Araújo, N., & de Almeida, G. G. F. (n.d.). *Tourism Ambassadors as a Destination Image Inducers—Savoie Mont-Blanc Case*.
- Carvalho, G. S., Tracana, R. B., Skujiene, G., & Turcinaviciene, J. (2011). Trends in Environmental Education Images of Textbooks from Western and Eastern European Countries and Non-European Countries. *International Journal of Science Education*, 33(18), 2587–2610. <https://doi.org/10.1080/09500693.2011.556831>
- Chollisni, A., Syahrani, S., Dewi, S., Utama, A. S., & Anas, M. (2022). The concept of creative economy development-strengthening post covid-19 pandemic in Indonesia: Strategy and public policy management study. *Linguistics and Culture Review*, 6, 413–426. <https://doi.org/https://doi.org/10.21744/lingcure.v6nS1.2065>
- Claire, L. (2009). Growing a Creative economy-One Experiment. *Available at SSRN 1414371*. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1414371>
- Conti, G., & Perelli, C. (1995). Traditional Mass destinations: the decline of Fordist tourism facing the rise of vocational diversification. *Consuming Places*, 11, 20.
- Daud, R. F., & Novrimansyah, E. A. (2022). Strategi Komunikasi Pembangunan Berkelanjutan Berbasis Kearifan Lokal Pada Daerah Wisata Di Provinsi Lampung. *INDEPENDEN: Jurnal Politik Indonesia Dan Global*, 3(2), 13. <https://doi.org/10.24853/independen.3.2.13-28>
- Dharmakusuma, A. G. A. (2017). *Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Udayana*. 1–28.
- Díaz-López, C., Serrano-Jiménez, A., Chacartegui, R., Becerra-Villanueva, J. A., Molina-Huelva, M., & Barrios-Padura, Á. (2023). Sensitivity analysis of trends in environmental education in schools and its implications in the built environment. *Environmental Development*, 45, 100795. <https://doi.org/10.1016/j.envdev.2022.100795>

- Edwards, D., Cheng, M., Wong, I. K. A., Zhang, J., & Wu, Q. (2017). Ambassadors of knowledge sharing: Co-produced travel information through tourist-local social media exchange. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(2), 690–708. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2015-0607>
- EIU. (2023). Tourism Industry Analysis and Trends. *The Economist Intelligence Unit Limited*. <https://www.eiu.com/n/global-themes/tourism-industry-hub/>
- Faradis, R., & Afifah, U. N. (2023). Tantangan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Kepulauan di Sumatera Pasca Pandemi (Tourism and Creative Economy Challenges of Archipelago Provinces in Sumatra Post Pandemic). *Jurnal Archipelago*, 02(2), 195–206. <https://jurnal-archipelago.barenlitbang.kepriprov.go.id/index.php/JA/article/view/59>
- Faradis, R., & Suwandana, E. (2023). Peran Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Pulau Sumatera Pasca Pandemi Covid-19. *Publikasi Penelitian Terapan Dan Kebijakan*, 8(2), 124–133. <https://doi.org/10.46774/pptk.v6i2.531>
- Fitriana, R., & Putri, L. D. (2021). Bimbingan Teknis Program Chse Pada Pelaku Usaha Pariwisata Di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(1), 229–237. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/3765/pdf>
- Frederick, M. (1993). Rural Tourism and Economic Development. *Economic Development Quarterly*, 7(2), 215–224. <https://doi.org/10.1177/089124249300700207>
- Ghaderi, Z., Shahabi, E., Fennell, D., & Khoshkam, M. (2022). Increasing community environmental awareness, participation in conversation and livelihood enhancement through tourism. *Local Environment*, 27(5), 605–621. <https://doi.org/10.1080/13549839.2022.2048812>
- Gichuki, G. M., & Yobesia. (2020). Mice As A Strategy For Tourism Product Diversification In Beach Hotels. *Article in Journal of Tourism*, 2(1), 61–70. <https://www.researchgate.net/publication/350382301>
- Gomes, J., & Montenegro, M. (2016). Profile of female tourists visiting Porto and North of Portugal. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 8(6), 677–690. <https://doi.org/10.1108/WHATT-09-2016-0056>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2018). Global trends in length of stay: implications for destination management and climate change. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(12), 2087–2101. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1529771>
- Hall, C. M., & Williams, A. M. (2019). *Tourism and innovation*. Routledge.
- Ilea, R. C. (2017). Intensive livestock farming: Global trends, increased environmental concerns, and ethical solutions. *Applied Ethics: A Multicultural Approach: Sixth Edition*, 22, 506–516. <https://doi.org/10.4324/9781315097176>
- Imaddudin, I., Sinaga, F., Efendi, M. N., Koerniawaty, F. T., & Amir, F. L. (2023). Tourism Ambassador: Strategi Komunikasi Pemasaran Destinasi Wisata Jawa Barat Melalui Program Smiling West Java Ambassador 2022. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 1146–1155.
- Jayadinata, A. K., Hakam, K. A., Munandar, A., Subarjah, H., Julia, J., & Supriyadi, T. (2021). Analysis of 2010-2019 Trends of environmental awareness publication using VOSviewer application. *Journal of Physics: Conference Series*, 1987(1), 12053. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1987/1/012053>
- Khan, K., Su, C. W., Xiao, Y. D., Zhu, H., & Zhang, X. (2021). Trends in tourism under economic uncertainty. *Tourism Economics*, 27(4), 841–858. <https://doi.org/10.1177/1354816620909608>
- Kolesnikov, A. V., Zernova, L. E., Degtyareva, V. V., Panko, I. V., & Sigidov, Y. I. (2020). Global trends of the digital economy development. *Opcion*, 38(Special Edition 26), 523–540.

- Krasnokutskiy, P. A., Kulchitskij, A. V., Perova, T. V., Bystrova, N. V., & Khizhnaya, A. V. (2016). The main trends and prospects of development of international tourism. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 8(Special Issue), 257–262.
- Kurnaz, H. A., Ön, F., & Yüksel, F. (2022). A New Age in Tourist Guiding. In *Sustainability, Big Data, and Corporate Social Responsibility* (pp. 93–110). CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9781003138051-7>
- Lejarraga, I., & Walkenhorst, P. (2009). Fostering productive diversification through tourism. *Breaking into New Markets: Emerging Lessons for Export Diversification*, 197–210.
- Linton, J. D., Klassen, R., Jayaraman, V., Walker, H., Brammer, S., Ruparathna, R., Hewage, K., Thomson, J., Jackson, T., Baloi, D., Cooper, D. R., Hojmosse, S. U., Adrien-Kirby, A. J., Sierra, L. A., Pellicer, E., Yepes, V., Giunipero, L. C., Hooker, R. E., Denslow, D., ... Anane, A. (2020). DAMPAK PENGEMBANGAN PARIWISATA TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT (Studi. *Sustainability (Switzerland)*, 14(2), 1–4. <http://www.unpcdc.org/media/15782/sustainable-procurement-practice.pdf%0Ahttps://europa.eu/capacity4dev/unep/document/briefing-note-sustainable-public-procurement%0Ahttp://www.hpw.qld.gov.au/SiteCollectionDocuments/ProcurementGuide/IntegratingSustainability>
- Low, S. A., & Isserman, A. M. (2009). Ethanol and the local economy: Industry trends, location factors, economic impacts, and risks. *Economic Development Quarterly*, 23(1), 71–88. <https://doi.org/10.1177/0891242408329485>
- Maharaj, B., & Rambali, K. (1996). Recent trends in local economic development in the United States
- Policy implications for urban reconstruction and development in South Africa. *Urban Forum*, 7(2), 159–182. <https://doi.org/10.1007/BF03036760>
- Majid, G. M. (2019a). A Study on 'Tourism Ambassadors' in Indonesia. *2019 5th International Conference on Information Management (ICIM)*, 317–326. https://www.researchgate.net/profile/Gilang-Majid/publication/333158259_A_Study_on_'Tourism_Ambassadors'_in_Indonesia_Content_Analysis_Instagram_Accounts_and_Tourism_Promotion_Strategy/links/5d1d3b0f299b1547c9568e3/A-Study-on-Tourism-Ambassadors-in-london
- Majid, G. M. (2019b). A Study on "Tourism Ambassadors" in Indonesia Content Analysis, Instagram Accounts, and Tourism Promotion Strategy. *5th International Conference on Information Management, ICIM 2019*, 317–326. <https://doi.org/10.1109/INFOMAN.2019.8714684>
- Masalimova, A. R., Krokhina, J. A., Sokolova, N. L., Melnik, M. V., Kutepova, O. S., & Duran, M. (2023). Trends in environmental education: A systematic review. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 19(2), em2228. <https://doi.org/10.29333/ejmste/12952>
- Mazhenova, S., Choi, J. G., & Chung, J. (2016). International tourists' awareness and attitude about environmental responsibility and sustainable practices. *Global Business and Finance Review*, 2(2), 132–146. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2016.21.2.132>
- Meiridho, R., Dwi, F., & Arini, S. S. (2018). Peluang Besar Industri Pariwisata di Lampung. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1(1), 181–193. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/PSND/article/view/1308>
- Moelono, L. J. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rosdakarya.
- Morand, J. C., Cardoso, L., Pereira, A. M., Vila, N. A., & De Almeida, G. G. F. (2021). Tourism ambassadors as special destination image inducers. *Enlightening Tourism*, 1(1), 194–230. <https://doi.org/10.33776/et.v1i1.5137>

- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2011). *Chapter 1 - Tourism places, brands, and reputation management* (N. Morgan, A. Pritchard, & R. B. T.-D. B. (Third E. Pride (eds.); pp. 3-19). Butterworth-Heinemann. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/B978-0-08-096930-5.10001-1>
- Noviarita, H., Kurniawan, M., & Nurmalia, G. (2021a). Analisis Halal Tourism dalam Meningkatkan Laju Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 302. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1574>
- Noviarita, H., Kurniawan, M., & Nurmalia, G. (2021b). Pengelolaan Desa Wisata Dengan Konsep Green Economy Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Desa Wisata di Provinsi Lampung dan Jawa Barat). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(2), 546. <https://doi.org/10.29040/jap.v22i2.3761>
- OBG. (2023). *Global Emerging Market Research Highlights*. <https://oxfordbusinessgroup.com/explore-market-research>
- Pambudi, A. S., Fikri Masteriarsa, M., Dwifabri, A., Wibowo, C., Amaliyah, I., Adhitya, D., & Ardana, K. (2020). Strategi Pemulihan Ekonomi Sektor Pariwisata Pasca Covid-19. *Majalan Media Perencanaan*, 1(1), 1-21. <https://mediaperencana.perencanapembangunan.or.id/index.php/mmp/article/view/1>
- Peters, M., & Pikkemaat, B. (2005). *Innovation in hospitality and tourism*. Routledge.
- Purnomo, A., Wiradimadja, A., & Kurniawan, B. (2019). Diversification of tourism product in KSPN Ijen. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 243(1), 12079. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/243/1/012079>
- Richards, G. (2011). Tourism trends: Tourism , culture and cultural routes. *Council of Europe Publishing*, 60(November), 21-39. http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/30424372/Tourism_trends_Greg_Richards.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1397323136&Signature=IjEaal2RPINF8sJTxFpjt8PuIU=&response-content-disposition=inline
- Robinson, N. A. (1991). International Trends in Environmental Impact Assessment 1991 Bellagio Conference on US-USSR Environmental Protection Institutions. *Boston College Environmental Affairs Law Review*, 19, 591-622.
- Rogerson, C. M., & Nel, E. (2016). Planning for local economic development in spaces of despair: Key trends in South Africa's 'distressed areas.' *Local Economy*, 31(1-2), 124-141. <https://doi.org/10.1177/0269094215623731>
- Rosselló, J., & Santana-Gallego, M. (2014). Recent trends in international tourist climate preferences: A revised picture for climatic change scenarios. *Climatic Change*, 124(1-2), 119-132. <https://doi.org/10.1007/s10584-014-1086-3>
- Rusitati, E. L., Suroso, E., Warsono, W., Junaidi, J., Lumbanraja, F. R., & Priyambodo, P. (2019). Sinergitas Penggiatan Ekonomi Kerajinan Batik Lampung, Eksplorasi Budaya Dan Edukasi Konservasi: Andanan Batik Tulis, Negeri Sakti, Pesawaran, Lampung. *Sakai Sambayan Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 60. <https://doi.org/10.23960/jss.v3i2.146>
- Saboori, B., Ghaderi, Z., & Soleymani, A. (2023). A revised perspective on tourism-economic growth nexus, exploring tourism market diversification. *Tourism Economics*, 29(7), 1812-1835. <https://doi.org/10.1177/13548166221134183>
- Saputra, P. R., Lendra, W., Destriana, I., & Wahyuni, F. (2022). Pengembangan Wisata dan Ekonomi Kreatif Lampung dalam Perspektif Collaborative Governance. *Administratio: Jurnal Ilmiah Administrasi Publik Dan Pembangunan*, 13(1), 33-48. <https://doi.org/10.23960/administratio.v13i1.278>
- Sari, Y. R., Marta, A., Wiranata, I. J., & Handayani, D. W. (2022). Peluang Kolaborasi Penta Helix bagi Pengembangan Desa Wisata di Provinsi Lampung. *JIIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 7(2), 119-135. <https://doi.org/10.14710/jiip.v7i2.14465>
- Sari, Y., Ridwansyah, R., & Anggraeni, E. (2024). Analisis Swot Pengembangan Wisata Halal Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Daerah Lampung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 290-304. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3673>

- Šebela, S., & Turk, J. (2014). Sustainable use of the Predjama Cave (Slovenia) and possible scenarios related to anticipated major increases in tourist numbers. *Tourism Management Perspectives*, 10, 37–45. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.01.002>
- Septiyana, L., Nizaruddin, N., Rahmawati, N. I., Atma, S. R., Putri, A. S., & Astuti, N. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Masyarakat Melalui Pengolahan Makanan Tradisional Kerupuk Dapros Di Desa Gunung Rejo. *DEDIKASI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 105. <https://doi.org/10.32332/d.v2i1.1979>
- Seyfi, S., Hall, C. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2020). Exploring memorable cultural tourism experiences. *Journal of Heritage Tourism*. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2019.1639717>
- Shishmanova, M. V. (2019). Cultural Heritage, Cultural Tourism, and Creative Economy Basis for Social and Economic Development. *Springer Proceedings in Business and Economics*, 153–163. https://doi.org/10.1007/978-3-319-89468-3_13
- Sinaga, I., Susana, A., Purwati, M., Ari, V., Akadiati, P., & Ariany, F. (2022). Pemberdayaan UMKM Pusat Usaha Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Pusparekra) Bandar Lampung dalam pengisian SPT Tahunan. *Near: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 162–167. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/nr/article/view/487%0Ahttps://jurnal.kdi.or.id/index.php/nr/article/download/487/263>
- Stabler, M. J., & Goodall, B. (1997). Environmental awareness, action and performance in the Guernsey hospitality sector. *Tourism Management*, 18(1), 19–33. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(96\)00095-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(96)00095-7)
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Alfabeta.
- Sukarmijan, S.-S., & Sapong, D. D. V. (2014). The Importance of Intellectual Property for SMEs: Challenges and Moving Forward. *UMK Procedia*, 1, 74–81. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.umkpro.2014.07.010>
- Tasci, A. D. A., & Gartner, W. C. (2007). Destination Image and Its Functional Relationships. *Journal of Travel Research*, 45(4), 413–425. <https://doi.org/10.1177/0047287507299569>
- Tomaney, J. (2010). Place-based trends and approaches to regional development: Global Trends and Australian implications. In *Australian Business Foundation* (Issue November). Australian Business Foundation Sydney.
- UNWTO. (2024). International Tourism to Reach Pre-Pandemic Levels in 2024. *UN Tourism*. [https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024#:~:text=International%20tourism%20hit%20US\\$241.4,earned%20by%20destinations%20in%202019](https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024#:~:text=International%20tourism%20hit%20US$241.4,earned%20by%20destinations%20in%202019)
- Utami, B. A., & Kafabih, A. (2021a). Sektor Pariwisata Indonesia Di Tengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 4(1), 383–389. <https://doi.org/10.33005/jdep.v4i1.198>
- Utami, B. A., & Kafabih, A. (2021b). Sektor Pariwisata Indonesia Di Tengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 4(1), 383–389. <https://doi.org/10.33005/jdep.v4i1.198>
- Vumbunu, T., Viviers, P. A., & DU PLESSIS, E. (2022). Trends and Development of Tourism Product Diversification in Botswana: Lessons Learned. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 13(4), 1016–1035. [https://doi.org/10.14505/jemt.v13.4\(60\).09](https://doi.org/10.14505/jemt.v13.4(60).09)
- Wahyudi, H., Wahyuningsih, T. P., & Palupi, W. A. (2022). Pengembangan Wisata Halal di Pulau Pahawang, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung. *I-Finance: A Research Journal on Islamic Finance*, 8(2), 137–151. <https://doi.org/10.19109/ifinance.v8i2.14123>
- Waite, G., & Gibson, C. (2014). Tourism and creative economies. *The Wiley Blackwell Companion to Tourism*, 230–239. <https://doi.org/10.1002/9781118474648.ch18>

- Wang, D., Li, M., Guo, P., & Xu, W. (2016). The Impact of Sharing Economy on the Diversification of Tourism Products: Implications for Tourist Experience. *Information and Communication Technologies in Tourism 2016*, 683–694. https://doi.org/10.1007/978-3-319-28231-2_49
- Weidenfeld, A. (2018). Tourism diversification and its implications for smart specialisation. *Sustainability (Switzerland)*, 10(2), 319. <https://doi.org/10.3390/su10020319>
- Whang, H., Yong, S., & Ko, E. (2016). Pop culture, destination images, and visit intentions: Theory and research on travel motivations of Chinese and Russian tourists. *Journal of Business Research*, 69(2), 631–641. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.06.020>
- Wilkins, E., de Urioste-Stone, S., Weiskittel, A., & Gabe, T. (2018). Effects of Weather Conditions on Tourism Spending: Implications for Future Trends under Climate Change. *Journal of Travel Research*, 57(8), 1042–1053. <https://doi.org/10.1177/0047287517728591>
- Wu, Y., Zhu, Q., & Zhu, B. (2018). Comparisons of decoupling trends of global economic growth and energy consumption between developed and developing countries. *Energy Policy*, 116, 30–38. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2018.01.047>
- Yanto, N. P., & Ammaru, F. Z. Al. (2023). Analisis Potensi Sektor Pariwisata Di Provinsi Lampung Dengan Pendekatan Location Quotient (LQ). *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 1(2), 88–104. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jie/article/view/32119>
- Yap, G., Saha, S., Ndubisi, N. O., Alsowaidi, S. S., & Saleh, A. S. (2023). Can tourism market diversification mitigate the adverse effects of a blockade on tourism? Evidence from Qatar. *Tourism Economics*, 29(4), 880–905. <https://doi.org/10.1177/13548166211070742>
- Yoeti, D. A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Yoeti, D. A., & Gunadi, I. M. A. (2013). Sustainable Tourism sebagai Instrumen Strategis dalam Perencanaan Pembangunan Suatu Analisis dari Sisi Pengembangan Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 1(1), 37–44. <https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/jtda/article/view/351>
- Ziyadin, S., Litvishko, O., Dubrova, M., Smagulova, G., & Suyunchaliyeva, M. (2019). Diversification tourism in the conditions of the digitalization. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 10(2), 1055–107