

Efektivitas Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan terhadap Pelaku Pariwisata

I Made Agus Setiawan^{1*}, Kadek Mery Herawati², I Gusti Ngurah Aristiawan³

¹⁻³Fakultas Hukum, Universitas Mahendradatta, Indonesia

*Penulis Korespondensi: madeagus668@gmail.com¹

Abstract. This study aims to analyze the effectiveness of Law Number 10 of 2009 on Tourism in relation to tourism actors in Indonesia. The enactment of this law is intended to provide legal certainty, protection, and development opportunities for business actors, tourists, and the community in supporting sustainable tourism development. The research employs a normative-empirical legal method with statutory and conceptual approaches. Data were collected through literature review and field observation to assess the extent to which the legal norms contained in the Tourism Law are implemented in practice. The findings reveal that the law has provided an important normative framework for the recognition of rights, capacity building, and protection of tourism actors. Nevertheless, structural challenges such as limited access to capital, low human resource competence, and the suboptimal implementation of legal protection and social security remain significant obstacles. Therefore, strengthening strategies are required through digitalization, training and certification, facilitation of MSMEs, and pentahelix synergy involving government, academia, business actors, communities, and the media. Through these measures, the implementation of the Tourism Law is expected to foster a tourism ecosystem that is competitive, inclusive, and sustainable at the local, national, and global levels.

Keywords: Law Number 10 of 2009; Legal Effectiveness; Legal Protection; Tourism MSMEs; Tourism

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan terhadap pelaku pariwisata di Indonesia. Lahirnya undang-undang tersebut dimaksudkan untuk memberikan kepastian hukum, perlindungan, serta ruang pengembangan bagi pelaku usaha, wisatawan, dan masyarakat dalam mendukung pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif-empiris dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Data dikumpulkan melalui kajian pustaka dan observasi lapangan guna menilai sejauh mana norma hukum dalam UU Kepariwisataan diimplementasikan dalam praktik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa undang-undang ini telah memberikan arah normatif yang penting bagi pengakuan hak, pembinaan, serta perlindungan pelaku pariwisata. Namun demikian, tantangan struktural seperti keterbatasan akses permodalan, rendahnya kompetensi sumber daya manusia, serta belum optimalnya perlindungan hukum dan jaminan sosial masih menjadi hambatan utama. Oleh karena itu, diperlukan strategi penguatan melalui digitalisasi, pelatihan dan sertifikasi, fasilitasi UMKM, serta sinergi pentahelix yang melibatkan pemerintah, akademisi, pelaku usaha, komunitas, dan media. Dengan langkah tersebut, pelaksanaan UU Kepariwisataan diharapkan mampu menciptakan ekosistem pariwisata yang berdaya saing, inklusif, dan berkelanjutan di tingkat lokal, nasional, maupun global.

Kata Kunci: Efektivitas Hukum; Kepariwisataan; Perlindungan Hukum; UMKM Pariwisata; Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009

1. LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi alam, dan budaya yang tinggi sehingga menjadikan Indonesia sebagai negara yang memiliki destinasi pariwisata. Hal tersebut didukung dengan adanya fakta terkait *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019* oleh *World Economic Forum* yang memuat bahwa daya saing pariwisata Indonesia mengalami peningkatan peringkat. Pada 2018, Indonesia menempati peringkat ke 45 dari 140 negara. Kemudian pada tahun 2019 mengalami peningkatan peringkat ke 40 di dunia (WEF, 2019).

Menurut penjelasan Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pertumbuhan pariwisata global dipengaruhi oleh pergeseran struktur sosial ekonomi negara-negara di seluruh dunia dan peningkatan jumlah penduduk berpendapatan tinggi. Pariwisata adalah fenomena global yang harus dihormati dan dilindungi karena merupakan hak asasi manusia. Berwisata adalah hak setiap orang yang harus dilindungi oleh pemerintah, pemerintah daerah, industri pariwisata, dan masyarakat secara keseluruhan. Ini akan membantu meningkatkan martabat manusia, meningkatkan kesejahteraan, meningkatkan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan potensi wisata dan destinasi Indonesia, dan menanamkan rasa cinta tanah air (Imansyah, 2025).

UU Kepariwisataan menetapkan hak dan kewajiban masyarakat, turis, pelaku usaha, serta pemerintah baik di tingkat pusat maupun daerah. Undang-undang ini juga mencakup pengembangan menyeluruh dan berkelanjutan pada sektor pariwisata, kerja sama antar sektor, pengaturan wilayah strategis, serta dukungan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah di dalam dan sekitar destinasi wisata. Selain itu, terdapat pengaturan mengenai lembaga promosi pariwisata, organisasi yang berkaitan dengan pariwisata, standar usaha, dan kualifikasi tenaga kerja di bidang pariwisata. Pemberdayaan para pekerja di sektor pariwisata dilakukan melalui program pelatihan sumber daya manusia serta penguatan hak masyarakat untuk menikmati waktu luang dengan berwisata. Prioritas pembangunan pariwisata yang didasarkan pada keragaman, keunikan, dan kekhasan budaya bangsa tetap harus diutamakan, sambil menghargai kebhinekaan dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Pengembangan sektor wisata di Indonesia adalah cerminan dari tujuan negara yang tercantum dalam Pembukaan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (selanjutnya disebut UUD NRI Tahun 1945) yaitu untuk menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan sebuah kebijakan pariwisata yang merupakan hasil dari proses yang rumit dan terkait dengan banyak aspek. Kebijakan dalam pariwisata menjadi sangat penting dan strategis, karena pengembangan sektor wisata yang ideal harus dilakukan secara berkelanjutan.

UU Kepariwisataan menetapkan bahwa pengembangan pariwisata harus dilakukan berdasarkan rencana induk pembangunan pariwisata di tingkat nasional, provinsi, serta kabupaten/kota, sebagai bagian penting dari pembangunan jangka panjang di negara ini (pasal 8 ayat (1) dan (2)). Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan diatur melalui peraturan pemerintah atau peraturan daerah di provinsi atau kabupaten/kota, yaitu Pasal 8 UU Kepariwisataan dan Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 mengenai Rencana Induk

Pembangunan Kepariwisataan. Perencanaan ini penting untuk mencapai tujuan dan target dalam pembangunan pariwisata. Jelas bahwa pembangunan pariwisata merupakan elemen dari pembangunan nasional yang komprehensif, berkontribusi pada kemajuan bangsa dan Negara Kesatuan Republik Indonesia, tidak hanya terbatas pada aspek fisik semata.

Sektor pariwisata di Indonesia diakui sebagai salah satu komponen ekonomi yang sangat penting sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi. Selain itu, pariwisata dipandang berpotensi menurunkan tingkat pengangguran dengan membuka lebih banyak kesempatan kerja. Salah satu contohnya adalah industri pariwisata yang memiliki dampak signifikan terhadap kemajuan suatu negara atau daerah. Di antara dampak positif tersebut adalah peningkatan pemasukan devisa negara dan pendapatan nasional. Pariwisata berperan dalam pemasukan devisa dengan menjadi salah satu kekuatan pembangunan yang dapat diandalkan dan berkelanjutan, sehingga kebijakan pembangunan dapat lebih difokuskan pada penguatan sektor pariwisata sebagai andalan (Rahmayani. 2021).

Kedatangan pengunjung dapat mengubah kebiasaan dan cara hidup penduduk lokal. Ini terjadi karena terdapat hubungan sosial antara penduduk dengan wisatawan yang datang. Aktivitas pariwisata yang berjalan dengan baik akan membawa pengaruh positif bagi kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat di sekitarnya, baik yang dirasakan langsung maupun tidak langsung (Yohanes, 2019). Dampak yang terasa secara langsung meliputi bertambahnya pendapatan dan peluang kerja, sementara dampak tidak langsung mencakup pengaruh terhadap pendidikan dan kesehatan. Undang-Undang mengenai Program Perencanaan Nasional serta INPRES tentang Kebijakan Pengembangan Kebudayaan dan Pariwisata memberikan tanggung jawab baru bagi sektor pariwisata untuk turut mempercepat pemulihan ekonomi nasional dan memperbaiki citra Indonesia di tingkat internasional, agar dapat meningkatkan kualitas serta jumlah tujuan wisata dengan dukungan dari lembaga yang berwenang (Magfirat, 2018).

Sasaran yang ingin diraih melalui program ini adalah (1) peningkatan efektivitas sektor pariwisata sebagai sarana promosi untuk seni, budaya tradisional, dan keindahan alam secara internasional; (2) terwujudnya kegiatan pariwisata yang berfungsi mendukung pemahaman serta penghargaan masyarakat terhadap seni dan budaya komunitas lain; (3) dihasilkannya kegiatan pariwisata yang berperan dalam mendukung kreasi di bidang seni serta berkontribusi pada pengembangan sektor pariwisata untuk meningkatkan devisa dan kesejahteraan masyarakat setempat; (5) meningkatnya partisipasi aktif masyarakat dan usaha kecil dan menengah (UKM) dalam pengembangan pariwisata; dan (6) perbaikan kualitas manajerial dalam pengembangan

produk pariwisata serta sinerginya dengan strategi pemasaran pariwisata. Merujuk pada latar belakang di atas, penting untuk dilakukan kajian mengenai efektivitas pelaksanaan UU Kepariwisataan dalam mendukung peran dan perlindungan pelaku pariwisata. Penulis mengangkat judul “Efektivitas Undang-undang Nomor 10 Tentang Kepariwisataan Terhadap Pelaku Pariwisata”.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengkaji permasalahan-permasalahan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan berbagai cara atau teknik dalam rangka memperoleh hasil penelitian yang pada akhirnya digunakan untuk pemecahan suatu permasalahan.

Jenis Penelitian

Penelitian, yang dalam bahasa Inggris dikenal sebagai "*research*", pada dasarnya adalah usaha untuk menemukan. Melalui penelitian, orang-orang bertujuan untuk mendapatkan temuan-temuan baru, berupa pengetahuan yang akurat, yang dapat digunakan untuk menjawab suatu pertanyaan atau menyelesaikan masalah.

Jenis penelitian yang dipilih adalah penelitian normatif-empiris, yang akan dilakukan oleh penulis dengan cara mengumpulkan data secara langsung di lapangan. Penelitian normatif-empiris digunakan untuk menilai atau memahami seberapa efektif peraturan, undang-undang, dan sistem hukum yang diterapkan (Soemitro, 1990). Fungsi dari pendekatan penelitian normatif-empiris adalah untuk mengawasi hukum secara langsung agar bisa memahami perkembangan hukum yang ada di masyarakat. Penelitian hukum normatif-empiris biasanya dipakai untuk merumuskan apa yang sudah dicantumkan dalam peraturan perundang-undangan (hukum dalam buku) dan juga hukum dirumuskan untuk diterapkan dalam aturan atau norma sehingga manusia dapat bertindak dengan cara yang sesuai (Ibrahim, 2013).

Penelitian hukum yang menggabungkan aspek normatif dan empiris sering dianggap sebagai penelitian hukum yang bersifat praktis. Dalam penelitian hukum, terdapat dua tahap, yaitu tahap pertama yang berkaitan dengan hukum normatif yang tengah berlangsung dan tahap kedua yang fokus pada penerapan peristiwa konkret yang bermanfaat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Untuk mendukung pendekatan ini, diperlukan data primer dan data sekunder; diharapkan hasil dari pendekatan ini dapat memberikan pemahaman mengenai realitas dalam pelaksanaan ketentuan hukum normatif, dilihat dari apakah prosesnya berlangsung dengan baik atau tidak (Muhammad, 2004).

Jenis Pendekatan

Penelitian ini mempergunakan beberapa pendekatan antara lain: Pendekatan Perundangan (*The Statute Approach*), Pendekatan konsep (*Conceptual Approach*).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyelenggaraan Kepariwisataan Menurut Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan

Sesungguhnya pariwisata adalah telah lama menjadi perhatian, baik dari segi ekonomi, politik, administrasi kenegaraan, maupun sosiologi (Rudy, 2019). Sektor pariwisata kerap kali dianggap sebagai salah satu yang terpenting dalam perekonomian global. Banyak negara di seluruh dunia mengandalkan sektor ini untuk mencapai kemajuan ekonomi. Nyatanya, dalam proses pembangunan ekonomi suatu negara, pariwisata telah menjadi fokus utama yang perlu diperhatikan dengan serius. Pengelolaan sektor pariwisata harus dilakukan dengan perencanaan yang baik, sehingga dapat memberikan keuntungan tidak hanya untuk generasi saat ini, tetapi juga untuk generasi yang akan datang. Dalam konteks pengembangan pariwisata, pendekatan berkelanjutan telah diadopsi. Konsep pembangunan berkelanjutan telah menjadi tren populer dalam beberapa dekade terakhir. Konferensi Dunia mengenai Pariwisata Berkelanjutan yang diadakan pada tahun 1995 menggarisbawahi dengan rinci Piagam Pariwisata Berkelanjutan yang berisi hal-hal berikut (Widiatedja, 2011).

Penetapan kebijakan untuk pariwisata yang berkelanjutan membutuhkan dukungan serta sistem pengelolaan yang ramah lingkungan, analisis kelayakan untuk transformasi sektor, dan pelaksanaan berbagai proyek percontohan serta pengembangan program kerja sama internasional.

Pembangunan yang berkelanjutan harus mencakup tiga pilar, yaitu; 1) Keberlanjutan Ekologis, 2) Keberlanjutan Sosial dan Budaya, dan 3) Keberlanjutan Ekonomi, baik untuk generasi saat ini maupun yang akan datang. Dalam konteks perkembangan pariwisata yang berkelanjutan, fokus pada keberlanjutan tidak hanya mencakup aspek ekologis dan pembangunan ekonomi. Aspek kebudayaan juga sangat penting, mengingat budaya merupakan salah satu sumber daya utama dalam pengembangan sektor pariwisata.

Mengenai sektor pariwisata, Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan menetapkan bahwa pariwisata merupakan komponen penting dari pembangunan nasional yang harus dilakukan dengan cara yang sistematis, terencana, terintegrasi, berkelanjutan, dan bertanggung jawab, sambil tetap melindungi nilai-nilai agama, budaya yang ada dalam

masyarakat, kelestarian lingkungan, serta kepentingan nasional. Pasal 2 kembali menekankan bahwa salah satu prinsip dalam penyelenggaraan pariwisata adalah berkelanjutan.

Berdasarkan kerangka yang telah disebutkan, langkah strategis berikutnya adalah merincinya dalam serangkaian kebijakan yang tentu saja berusaha untuk mendorong, memperkuat, dan menerapkan konsep pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Dalam pengelolaan dan pelaksanaan pariwisata, seharusnya mengikuti prinsip pembangunan pariwisata berkelanjutan seperti yang dinyatakan dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan.

Mengingat betapa pentingnya peran pariwisata, pengelolaannya perlu dilakukan secara strategis dengan memperhatikan prinsip-prinsip penyelenggaraan yang sejalan dengan Undang-Undang Kepariwisataan Nomor 10 Tahun 2009. Pengelolaan sektor pariwisata seharusnya mengikuti prinsip-prinsip yang menekankan pada keberlanjutan lingkungan alam. Komunitas serta nilai-nilai sosial yang memungkinkan para wisatawan menikmati kegiatan wisata dan memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat lokal. Pengelolaan pariwisata harus memperhatikan prinsip-prinsip berikut ini (Pitana, 2009):

- a. Pembangunan serta pengembangan sektor pariwisata seharusnya berlandaskan pada kearifan masyarakat setempat dan nilai-nilai lokal yang mencerminkan keunikan warisan budaya serta lingkungan sekitar.
- b. Pemeliharaan, perlindungan, dan perbaikan kualitas sumber daya yang menjadi fondasi dalam pengembangan wilayah pariwisata.
- c. Pengembangan daya tarik wisata tambahan yang berakar pada kekayaan budaya setempat.
- d. Layanan kepada pengunjung yang didasari pada karakteristik budaya dan lingkungan setempat.

Memberikan dukungan serta pengakuan terhadap pengembangan dan pertumbuhan sektor pariwisata asalkan terbukti memberikan dampak positif. Namun, jika aktivitas pariwisata melebihi batas kapasitas lingkungan atau tantangan sosial, maka perlu dilakukan pengendalian atau penghentian, meskipun di sisi lain hal ini dapat memperbaiki pendapatan masyarakat. Prinsip dasar dalam penyelenggaraan pariwisata di Indonesia berlandaskan Pasal 5 UU Kepariwisataan. Sesuai dengan Pasal 5 yang dimaksud, pariwisata diselenggarakan dengan prinsip-prinsip tertentu:

- a. Menghargai norma-norma agama dan nilai-nilai budaya sebagai perwujudan dari prinsip kehidupan yang seimbang antara manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa, interaksi antar manusia, serta hubungan antara manusia dengan lingkungan sekitar;
- b. Menghormati hak asasi manusia, keberagaman budaya, dan kebijaksanaan lokal;

- c. Memberikan keuntungan untuk kesejahteraan masyarakat, keadilan, kesetaraan, dan proporsionalitas;
- d. Menjaga kelestarian lingkungan hidup;
- e. Memberikan dukungan kepada masyarakat lokal;
- f. Menjamin koordinasi antara sektor-sektor, antar wilayah, serta antara pusat dan daerah yang merupakan satu kesatuan sistem dalam kerangka otonomi daerah, beserta kerja sama antar pemangku kepentingan;
- g. Mematuhi etika kepariwisataan global dan perjanjian internasional di bidang pariwisata;
- h. Memperkuat persatuan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Beberapa prinsip yang tersebut di atas, salah satunya adanya prinsip untuk memberi keuntungan untuk kesejahteraan masyarakat, keadilan, kesamaan dan keseimbangan. Kesejahteraan masyarakat adalah prinsip yang sangat penting dalam pelaksanaan kepariwisataan yang perlu diperhatikan.

Aspek yang sangat penting dalam pelaksanaan kepariwisataan adalah berkaitan dengan tujuan kepariwisataan. Dalam ketentuan Undang-Undang Kepariwisataan terdapat aturan yang mengatur tentang tujuan kepariwisataan, yaitu:

- a. Mendorong perkembangan ekonomi;
- b. Meningkatkan kehidupan masyarakat;
- c. Menghilangkan kemiskinan;
- d. Menanggulangi masalah pengangguran;
- e. Menjaga kelestarian alam, lingkungan, dan sumber daya;
- f. Mengembangkan budaya;
- g. Meningkatkan *image* negara;
- h. Menyemai rasa kecintaan terhadap tanah air;
- i. Memperkuat identitas dan persatuan bangsa, dan
- j. Mempererat hubungan persahabatan antar negara.

Tujuan-tujuan yang telah ditetapkan diharapkan dapat terwujud dalam pengelolaan pariwisata di Indonesia. Namun, sampai saat ini, meskipun Indonesia memiliki potensi pariwisata yang sangat besar, masalah kemiskinan masih belum terselesaikan. Bahkan, di area yang kaya akan potensi wisata, masih ada komunitas-komunitas yang hidup dalam kondisi miskin. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pencapaian tujuan-tujuan tersebut belum sepenuhnya berhasil.

Penyebaran manfaat dalam pengelolaan pariwisata dilakukan melalui ketentuan mengenai pembangunan pariwisata di Indonesia, yang tercantum pada Pasal 8 UU Kepariwisataan, yang menyatakan:

- (1) Pengembangan sektor pariwisata dilaksanakan sesuai dengan rencana utama pembangunan pariwisata yang mencakup rencana utama untuk pariwisata di tingkat nasional dan rencana utama untuk pariwisata di tingkat kabupaten atau kota.

Pasal 9, menyatakan :

- (1) Garis besar pengembangan wisata nasional yang dicantumkan dalam Pasal 8 ayat (1) ditetapkan melalui Peraturan Pemerintah.
- (2) Garis besar pengembangan wisata Provinsi yang tercantum dalam Pasal 8 ayat (1) diatur oleh Peraturan Daerah Provinsi.
- (3) Garis besar pengembangan wisata kabupaten/kota sesuai dengan Pasal 8 ayat (1) diatur oleh Peraturan Daerah Kabupaten/Kota.

Ketentuan ini menunjukkan bahwa ada aturan dalam melakukan pengembangan sektor pariwisata di Indonesia. Setiap jenis pembangunan pariwisata harus dimulai dengan menyusun rencana induk untuk pengembangan pariwisata. Ini bertujuan agar proses pembangunan sektor pariwisata di Indonesia dapat direncanakan dengan baik, sehingga tujuan penyelenggaraan pariwisata dapat dicapai secara optimal.

Secara normatif, regulasi yang berkaitan dengan penyelenggaraan pariwisata di Indonesia melalui UU Kepariwisataan telah selaras dengan pelaksanaan prinsip Negara Kesejahteraan. Penyelenggaraan pariwisata di Indonesia difokuskan pada kesejahteraan masyarakat. Namun, dalam praktiknya, masih bisa dikatakan bahwa pencapaiannya belum sepenuhnya optimal dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Pelaksanaan ketentuan dalam UU Kepariwisataan belum dapat secara maksimal memenuhi fungsi dan tujuan yang telah ditetapkan.

Pelaku Pariwisata sebagai Subjek Hukum dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan

UU Kepariwisataan merupakan dasar hukum nasional yang mengatur penyelenggaraan kepariwisataan di Indonesia. Dalam struktur norma tersebut, terdapat pengaturan mengenai pihak-pihak yang berperan dalam kegiatan pariwisata, salah satunya adalah pelaku pariwisata. Namun demikian, secara eksplisit undang-undang ini tidak mendefinisikan istilah “subjek hukum”, tetapi ketentuan normatifnya, dapat disimpulkan bahwa pelaku pariwisata termasuk :

- a. Pelaku Usaha Pariwisata, baik perorangan maupun badan hukum:

- 1) Agen perjalanan wisata :

- 2) Pengelolaan hotel dan akomodasi
- 3) Usaha makanan dan minuman (restoran, kafe)
- 4) Transportasi wisata
- 5) *Event organizer* wisata
- 6) Usaha hiburan dan rekreasi wisata
- 7) Usaha penyedia jasa pariwisata
- b. Masyarakat sebagai pelaku pariwisata berbasis komunitas, meliputi wisatawan, masyarakat setempat yang terlibat dalam kegiatan pariwisata, dan kelompok masyarakat yang terlibat dalam pembangunan pariwisata.
- c. Pemerintah dan Pemerintah Daerah, bertanggung jawab dalam menyusun kebijakan, regulasi dan pengawasan pariwisata.
- d. Organisasi profesi dan asosiasi usaha, mencakup pelaku usaha yang terlibat dalam kegiatan pariwisata, seperti penyedia akomodasi (hotel, penginapan), penyedia transportasi, penyedia jasa makanan dan minuman, pemilik atraksi wisata, agen perjalanan.

Pasal 1 angka 7 UU Kepariwisataan mendefinisikan “Usaha pariwisata adalah kegiatan usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata”. Kemudian Pasal 14 menyatakan pelaku usaha pariwisata berhak memperoleh perlindungan hukum dalam menjalankan usaha pariwisata. Ini merupakan salah satu indikator penting bahwa pelaku pariwisata diakui sebagai subjek hukum karena memiliki posisi hukum (*legal standing*) di mata undang-undang. Selain itu, Pasal 15 dan Pasal 16 menyebutkan berbagai kewajiban dan tanggung jawab hukum yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha pariwisata, seperti:

- a. Kewajiban untuk menjaga kelestarian budaya dan lingkungan
- b. Kewajiban menyediakan informasi yang benar
- c. Kewajiban memenuhi standar usaha.

Ketika seseorang atau suatu badan usaha dikenakan kewajiban hukum, dan pada saat yang sama diberikan hak hukum, maka secara yuridis mereka telah menjadi subjek hukum, walaupun istilah tersebut tidak secara tegas tertulis dalam batang tubuh undang-undang. Berdasarkan ketentuan tersebut, secara sistematis dan substansial, pelaku pariwisata telah memenuhi unsur-unsur sebagai subjek hukum, karena:

- a. Memiliki hak hukum yang diakui oleh peraturan perundang-undangan sebagaimana diatur dalam Pasal 14.

- b. Memiliki kewajiban hukum yang harus dilaksanakan, sebagaimana diatur dalam Pasal 15 dan 16.
- c. Dapat dikenai sanksi administratif atau hukum atas pelanggaran, sebagaimana dijelaskan dalam ketentuan pengawasan dan pengenaan sanksi.

Pengaturan tentang pelaku pariwisata sebagai subjek hukum dalam UU Kepariwisataan masih bersifat umum dan belum menjangkau berbagai bentuk pelaku pariwisata yang berkembang di masyarakat. Misalnya, dalam praktiknya terdapat pelaku usaha berbasis adat, pengelola desa wisata, dan pelaku pariwisata informal lainnya yang belum sepenuhnya diakomodasi secara hukum.

Efektivitas Kebijakan Pengembangan Pelaku Pariwisata

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi nasional yang mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penciptaan lapangan kerja, serta pengembangan wilayah. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2019 sebelum pandemi, sektor pariwisata menyumbang sekitar 4,9% terhadap PDB nasional dan memperkerjakan lebih dari 12 juta tenaga kerja secara langsung maupun tidak langsung (Badan Pusat Statistik, 2019). Ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata tidak hanya berperan sebagai sumber devisa, tetapi juga sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi inklusif dan pembangunan berkelanjutan. Dalam konteks pembangunan kepariwisataan, pelaku pariwisata yang mencakup pelaku usaha, tenaga kerja, komunitas lokal, dan penyedia jasa pariwisata memegang peranan penting sebagai penggerak utama sektor ini. Namun demikian, berbagai tantangan struktural masih dihadapi oleh pelaku pariwisata di Indonesia, mulai dari rendahnya kompetensi sumber daya manusia, keterbatasan akses terhadap permodalan dan teknologi, hingga belum optimalnya perlindungan hukum serta jaminan sosial terhadap pelaku usaha kecil dan tenaga kerja informal (Wijaya, 2022).

Amanat UU Kepariwisataan yang menegaskan bahwa pembangunan pariwisata harus dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan mengedepankan nilai-nilai keadilan, partisipasi masyarakat, dan pelestarian budaya serta lingkungan hidup (Pasal 3 dan 4 Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan.). Oleh karena itu, pengembangan pelaku pariwisata tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga pada aspek sosial dan lingkungan. Lebih lanjut, dalam era globalisasi dan digitalisasi, pengembangan pelaku pariwisata dituntut untuk beradaptasi dengan dinamika pasar, teknologi, serta tren pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*). Untuk itu, perlu dirumuskan strategi dan kebijakan pengembangan yang komprehensif dan terintegrasi, mulai dari pelatihan dan sertifikasi

tenaga kerja, fasilitasi UMKM pariwisata, digitalisasi usaha, promosi dan branding, hingga perlindungan hukum dan jaminan sosial bagi pelaku pariwisata (Bappenas, RPJMN 2020-2024).

UU Kepariwisataan mengamanatkan bahwa pembangunan kepariwisataan harus dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan melibatkan semua pemangku kepentingan termasuk pelaku pariwisata itu sendiri. Kebijakan ini bertujuan untuk (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020):

- a. Meningkatkan kualitas dan kompetensi pelaku pariwisata agar memiliki daya saing secara nasional dan internasional.
- b. Memberdayakan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) pariwisata dalam ekosistem yang inklusif.
- c. Mewujudkan pelaku pariwisata yang mampu mengelola lokal secara berkelanjutan
- d. Meningkatkan partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan destinasi wisata.

Pariwisata mempunyai peranan krusial dalam kemajuan ekonomi suatu negara, karena dapat mendorong pertumbuhan beragam sektor ekonomi nasional, contohnya (Oka , 2018):

- a. Aktivitas ekonomi yang meningkat terjadi karena pembangunan infrastruktur dan fasilitas untuk pengembangan sektor pariwisata, yang memperbolehkan orang untuk menjalankan kegiatan ekonominya dari satu lokasi ke lokasi lain, baik dalam batas suatu negara tertentu maupun di tingkat internasional.
- b. Mendorong kemunculan industri baru yang berkaitan dengan pariwisata seperti transportasi dan akomodasi, yang pada gilirannya akan menghasilkan permintaan baru seperti transportasi untuk wisatawan serta perlengkapan untuk hotel.
- c. Meningkatkan hasil dari pertanian dan peternakan yang diperlukan oleh hotel dan restoran, seperti sayuran, buah, bunga, telur, daging, dan lain-lain, berkat bertambahnya jumlah orang yang melakukan perjalanan wisata.
- d. Meningkatkan minat terhadap souvenir, kerajinan tangan, dan produk sejenis lainnya.
- e. Memperkenalkan produk-produk lokal agar lebih dikenal di kancah internasional, termasuk makanan dan minuman, seperti Ukiran Jepara, Patung Bali, Batik Pekalongan, dan Sate Madura.
- f. Meningkatkan pendapatan devisa negara sehingga dapat membantu mengurangi defisit pada neraca pembayaran.
- g. Memberikan peluang kerja, kesempatan berbisnis, peningkatan pendapatan pajak untuk pemerintah, serta kenaikan pendapatan nasional.

- h. Mempercepat sirkulasi perekonomian di negara yang menerima kunjungan wisatawan.
- i. Efek pengganda yang muncul dari pengeluaran wisatawan, sehingga memberikan keuntungan bagi pertumbuhan daerah tujuan wisata yang mereka kunjungi.

Dengan demikian, pelaku industri pariwisata memiliki peran penting sebagai penggerak utama dalam pembangunan wilayah. Sebagian besar infrastruktur yang diperlukan untuk sektor ini, seperti jalan, bandara, dan layanan telekomunikasi, memberikan kontribusi langsung terhadap pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan, di mana pelaku pariwisata tersebut berada. Kedatangan wisatawan baik dari luar negeri maupun dari dalam negeri menjadi sumber pendapatan bagi daerah atau negara, baik dalam bentuk devisa maupun penerimaan pajak dan retribusi lainnya, di samping mampu membuka lapangan kerja. Dalam kebijakan tahun 1980-an yang menetapkan sektor pariwisata sebagai prioritas dalam ekonomi demi penerimaan devisa dan penciptaan pekerjaan, Indonesia telah mengambil langkah strategis lebih awal dibandingkan banyak pesaingnya di panggung internasional. Untuk mengeksplorasi potensi industri pariwisata di Indonesia secara efektif dan menciptakan sinergi yang komprehensif, perlu dilakukan upaya di tingkat nasional yang melibatkan semua pihak terkait tanpa menunggu lebih lama, dengan mengembangkan semua subsektor utama dalam industri pariwisata, termasuk pengembangan kawasan wisata, sektor perhotelan, sistem transportasi wisata (terutama maskapai), layanan biro perjalanan, pemasaran dan promosi, serta pengembangan sumber daya manusia.

Peran Pemerintah terhadap Pelaku Pariwisata

Sebagian besar pelaku di sektor pariwisata merupakan bagian dari industri layanan perdagangan, dan aktivitas pariwisata tidak dapat dipisahkan dari kontribusi pemerintah, baik tingkat pusat maupun daerah. Pemerintah memiliki tanggung jawab atas empat aspek utama, yaitu; perencanaan daerah pariwisata, pembangunan fasilitas utama dan pendukung untuk pariwisata, penerapan kebijakan dalam pariwisata, serta penyusunan dan penegakan peraturan. Dalam hal ini, pemerintah berperan strategis dalam membentuk lingkungan kepariwisataan yang baik melalui peraturan, sebagai fasilitator, melakukan bimbingan, serta mengawasi para pelaku di bidang pariwisata. Dalam pengertian ini, pelaku pariwisata terdiri dari individu atau perusahaan yang melakukan berbagai kegiatan terkait jasa, atraksi, dan penunjang pariwisata, sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka 5 UU Kepariwisataan.

Berikut ini adalah penjelasan mengenai peran-peran pemerintah dalam mendukung pelaku pariwisata, yaitu :

- a. Peran Legislasi dan Regulasi

Pemerintah pusat menetapkan aturan hukum sebagai dasar operasional bagi seluruh aktivitas pelaku pariwisata. UU Kepariwisataan merupakan kerangka hukum utama yang mengatur prinsip penyelenggaraan kepariwisataan, perlindungan terhadap pelaku usaha, jaminan hak, dan ketentuan teknis tentang sertifikasi usaha maupun tenaga kerja. Lebih lanjut, pemerintah mengeluarkan regulasi turunan dalam bentuk Peraturan Pemerintah, seperti:

- 1) Peraturan Pemerintah Nomor. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan (RIPPARNAS)
- 2) Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 4 Tahun 2021 tentang Standar Usaha Pariwisata,

Regulasi ini bertujuan agar pelaku pariwisata memiliki panduan operasional yang jelas dalam memberikan layanan yang berkualitas, aman, dan berdaya saing internasional (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020). Hukum hanya akan efektif jika norma diikuti oleh sistem pendukung dan ditopang oleh struktur institusional yang kuat (Soerjono, 2007).

b. Peran Fasilitasi dan Pembinaan

Pemerintah memiliki peran besar dalam memberdayakan pelaku pariwisata, terutama pelaku UMKM, melalui pelatihan pendampingan, dan sertifikasi kompetensi. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif secara rutin menyelenggarakan program:

- a. Pelatihan SDM Kepariwisataan
- b. Sertifikasi kompetensi tenaga kerja sektor pariwisata
- c. Pendampingan digitalisasi dan pemasaran online
- d. Bantuan permodalan dan insentif fiskal.

Salah satu contoh implementasi nyata adalah program desa wisata, di mana pemerintah menggandeng pelaku lokal untuk mengelola atraksi wisata berbasis komunitas secara mandiri dan berkelanjutan (Kemenparekraf, 2023).

c. Peran Koordinasi dan Kemitraan (Sinergi Pentahelix)

Pemerintah berperan sebagai fasilitator kemitraan lintas sektor dalam pendekatan pembangunan pariwisata berkelanjutan. Pendekatan pentahelix menggabungkan Lima pihak utama yaitu; Pemerintah, Akademisi, Pelaku Bisnis, Masyarakat atau Komunitas, serta Media. Diperlukan berbagai pihak terkait untuk bekerja sama dalam merencanakan dan mengembangkan sektor pariwisata. Strategi kerja sama ini disebut strategi pentahelix (Rahu, dkk, 2021). Pentahelix adalah kerja sama antara lima pihak utama dalam proses perencanaan

dan pengembangan pariwisata, yaitu Akademisi, Bisnis, Masyarakat, Pemerintah, dan Media. Menurut Soemaryani (Moelana, 2023), sinergitas pentahelix mendukung agar tujuan dapat dicapai seoptimal mungkin.

1) Akademisi (konseptor), adalah institusi atau individu yang bertugas untuk melakukan penelitian dan memberikan sumber daya manusia yang terkait langsung atau tidak langsung dengan sektor pariwisata (Hidayah, 2019). Akademisi mendukung pelaku pariwisata melalui:

- a) Penelitian pasar wisata dan perilaku wisatawan
- b) Pelatihan manajemen usaha, *hospitality*, dan kewirausahaan
- c) Pendampingan penyusunan SOP dan standar layanan
- d) Pengembangan inovasi produk pariwisata berbasis kearifan lokal.

Kolaborasi ini dapat memperkuat kapasitas pelaku wisata mikro (UMKM) agar mampu naik kelas, serta menjadi lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan teknologi (Rachmawati, 2021).

2) Bisnis (enabler), sebagai entitas yang terlibat dalam proses bisnis dan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan, selain itu enabler juga dapat memberikan kontribusi infrastruktur (Rochaeni, dkk, 2022). Pelaku usaha besar di bidang pariwisata, seperti hotel, biro perjalanan, dan platform digital, dapat membuka kemitraan dengan pelaku usaha lokal melalui pola:

- a) Kemitraan pasokan produk lokal (souvenir, kuliner)
- b) Kemitraan jasa lokal (pemandu wisata, transportasi)
- c) Dukungan CSR (*Corporate Social Responsibility*) untuk pengembangan destinasi.

Dengan kemitraan ini, pelaku pariwisata kecil mendapat akses terhadap pasar, distribusi dan teknologi yang semula tidak terjangkau (Astina, 2020).

3) Komunitas (akselerator), berperan sebagai penghubung atau perantara antara pemangku kepentingan untuk kemudahan mencapai suatu tujuan. Komunitas lokal memainkan peran penting sebagai penjaga warisan budaya dan identitas lokal. Dalam sinergi pentahelix, komunitas menjadi mitra pelaku pariwisata dalam atraksi budaya (tari, upacara adat), mengelola *homestay*. Layanan kuliner lokal atau kegiatan ekowisata, menjaga harmoni antara pengunjung dan lingkungan sosial. Pelaku wisata yang bermitra dengan komunitas lokal akan lebih diterima secara sosial, serta mendukung prinsip sustainability dan inklusifitas (UNWTO, 2020).

- 4) Pemerintah (regulator), berperan dalam mengendalikan kebijakan dan peraturan, serta bertanggung jawab dalam pengembangan pariwisata. Pemerintah berperan sebagai koordinator utama dalam menyatukan visi dan arah pengembangan antar unsur pentahelix. Pemerintah bertanggung jawab menciptakan regulasi yang mendukung kolaborasi lintas sektor, memfasilitasi pertemuan para pemangku kepentingan, serta menyediakan sumber daya awal untuk program kolaboratif.
- 5) Media (expander), peran pendukung dengan cara membangun brand image, mempromosikan dan mempublikasikan wisata melalui sebuah program. Media baik konvensional maupun digital membantu pelaku pariwisata dengan mempromosikan produk wisata pelaku lokal, meningkatkan brand awareness destinasi wisata, menyebarkan edukasi tentang standar pelayanan dan protokol CHSE, dan menyampaikan aspirasi dan kritik dari pelaku wisata ke publik. Dengan dukungan media, pelaku pariwisata mendapat panggung yang lebih luas untuk memasarkan produk mereka secara nasional bahkan global (Wibowo, dkk, 2022).

Melalui sinergi ini, pelaku pariwisata mendapatkan :

- a) Akses pada riset dan inovasi akademik
- b) Dukungan promosi dari media
- c) Kemitraan bisnis dan distribusi produk wisata
- d) Jaringan komunitas dalam membangun citra destinasi.

Kemitraan ini sangat penting untuk meningkatkan kualitas layanan dan daya saing pelaku pariwisata di era globalisasi (Yuliadi, 2022).

d. Peran Pengawasan dan Penegakan Hukum

Pembinaan pemerintah dalam menjalankan fungsi pengawasan terhadap kepatuhan pelaku usaha. Pengawasan dilakukan untuk menjamin bahwa pelaku wisata :

- a) Memiliki izin usaha pariwisata
- b) Memenuhi standar mutu pelayanan
- c) Tidak melakukan eksploitasi lingkungan dan budaya lokal
- d) Memberikan perlindungan kepada wisatawan dan pekerja.

Apabila terjadi pelanggaran, seperti operasional tanpa izin atau pelanggaran etika profesi, pemerintah memiliki kewenangan memberikan sanksi administratif, penghentian kegiatan, atau pencabutan izin (Pasal 18 Permenparekraf Nomor 4 Tahun 2021 tentang Standar Usaha Pariwisata). Namun, realitas di lapangan menunjukkan masih lemahnya pengawasan karena

keterbatasan SDM aparatur daerah, konflik kepentingan, serta keterbatasan anggaran operasional pengawasan (Kementerian Dalam Negeri, 2022).

e. Peran dalam Pemulihan Krisis dan Resiliensi

Pasca Pandemi COVI-19, pemerintah terbukti memainkan peran vital dalam pemulihan sektor pariwisata, termasuk mendukung pelaku wisata, melalui:

- a) Program pemulihan ekonomi nasional (PEN) sektor pariwisata
- b) Stimulus usaha pariwisata (hibah pariwisata, subsidi bunga)
- c) Adaptasi protokol CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, and Environment*)
- d) Program pelatihan ulang (reskilling) bagi tenaga kerja yang terdampak PHK.

Peran ini menunjukkan bahwa keberadaan negara bukan hanya sebagai regulator, tetapi juga sebagai penopang keberlangsungan pelaku usaha dalam menghadapi guncangan ekonomi (Bappenas, 2021-2022).

UU Kepariwisataan memberikan payung hukum yang jelas dan komprehensif mengenai peran pemerintah dalam mendukung pelaku pariwisata. Peran tersebut tidak hanya sebatas sebagai regulator, tetapi juga sebagai fasilitator, pembina, pelindung, dan mitra strategis bagi pelaku usaha maupun tenaga kerja pariwisata.

Efektivitas pelaksanaan peran ini sangat bergantung pada komitmen pemerintah, sinkronisasi pusat-daerah, serta partisipasi aktif pelaku usaha. Dalam kerangka pembangunan pariwisata yang berkelanjutan, pemerintah harus memastikan bahwa kebijakan, regulasi, dan pembinaan benar-benar berdampak langsung pada peningkatan kesejahteraan pelaku pariwisata di seluruh Indonesia.

Teknologi Digitalisasi sebagai Strategi Pengembangan Pelaku Pariwisata

Sekarang ini pariwisata berkembang cepat di berbagai belahan dunia dan memberi kontribusi besar terhadap pendapatan devisa suatu negara, salah satunya di Indonesia. Keberhasilan pembangunan sektor pariwisata di Indonesia bergantung pada tiga aspek utama, yaitu keberhasilan dalam memasarkan pariwisata, keberhasilan dalam mengembangkan produk pariwisata, serta keberhasilan dalam menciptakan tenaga kerja pariwisata yang berkualitas. Untuk mendukung pengembangan pariwisata, pemasaran dapat dilakukan dengan cara digitalisasi destinasi wisata sebagai bentuk pariwisata yang berbasis Masyarakat (Mulyawanti, dkk, 2020).

Digitalisasi kini meliputi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk bidang pariwisata. Mendorong dan memperkenalkan sektor pariwisata tidak bisa dilakukan hanya dengan cara yang biasa saja. Digitalisasi destinasi merupakan upaya mempromosikan daya tarik wisata melalui media sosial secara luas. Caranya adalah dengan membagikan berbagai aktivitas yang telah

direkam, seperti video atau foto, kepada masyarakat secara masif. Tujuan utama dari digitalisasi destinasi adalah untuk mempromosikan tempat wisata tersebut (Nurhalimah, dkk, 2021).

Para pelaku di bidang pariwisata bisa berkembang lebih baik jika terhubung dengan teknologi digital seperti komputer, *internet of things*, dan *artificial intelligence*. Sesuai dengan kemajuan teknologi di era 4.0, berbagai faktor pendukung dalam industri pariwisata harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi tersebut. Konsep digitalisasi menjadi salah satu faktor yang mendukung pertumbuhan industri pariwisata. Secara umum, digitalisasi adalah proses mengubah sesuatu yang tidak digital menjadi bentuk digital. Sementara itu, secara spesifik, digitalisasi adalah penggunaan teknologi digital, baik perangkat maupun data, untuk memperbaiki atau meningkatkan proses serta aktivitas bisnis.

Seiring perkembangan teknologi komputer, internet, komputasi awan, serta teknologi lainnya yang terus berkembang pesat, para pelaku industri pariwisata dapat mulai menggabungkan berbagai teknologi tersebut untuk meningkatkan kinerja maupun sebagai alat strategis dalam menjalankan usaha mereka (Giap, Y. C. et al. 2020). Inovasi di bidang pariwisata salah satunya adalah dengan menggunakan perangkat digital dan memanfaatkan data dari perangkat tersebut. Ada banyak jenis perangkat digital yang bisa digunakan dalam industri pariwisata. Teknologi digital bisa berupa perangkat lunak (software) atau perangkat keras (hardware). Teknologi digital berbentuk perangkat lunak yang paling mudah ditemukan di bidang pariwisata adalah teknologi media sosial, teknologi *marketplace*, teknologi *augmented reality* atau *virtual reality*, web/e-commerce, perangkat *business intelligence* (BI), serta teknologi lainnya. Selain itu, perangkat keras seperti sensor, teknologi *cloud*, teknologi komputasi paralel, dan lainnya juga bisa digunakan.

Berikut beberapa teknologi digital yang digunakan dalam industri pariwisata.

Menurut Ashoer, beberapa teknologi digitalisasi dalam industri pariwisata antara lain (Ashoer, M. et al. 2021):

a. Teknologi *E-Commerce* bagi Pelaku Industri Pariwisata

E-commerce berarti proses perdagangan yang dilakukan secara elektronik dengan memanfaatkan jaringan komunikasi dan komputer. Dan *e-commerce* saat ini dikaitkan dengan teknologi internet (Hasibuan, dkk, 2020). Secara mudahnya *e-commerce* dapat disederhanakan dengan istilah pasar online. Dengan *e-commerce* ini maka semua proses dilakukan secara *online* dengan data yang bersifat digital. Saat ini hampir semua industri maupun bisnis menerapkan konsep *e-commerce* dalam rangka peningkatan kinerja penjualan

dari bisnis tersebut. Dalam industri pariwisata, kegiatan *e-commerce* dikenal dengan istilah *e-tourism* (Bessie, 2019). *E-tourism* diharapkan dapat memberikan atau meningkatkan daya guna dari industri pariwisata. *E-tourism* memberikan kemudahan bagi pelaku industri pariwisata maupun wisatawan (konsumen) untuk menawarkan dan mengakses informasi produk pariwisata. Beberapa hotel atau penginapan telah memiliki portal *e-commerce* sendiri untuk membantu pelanggannya. Melalui *portal e-commerce* ini, wisatawan dapat melakukan pemesanan (*booking*) sampai dengan transaksi pembayaran.

b. Teknologi *Marketplace* bagi Pelaku Industri Pariwisata

Marketplace adalah bagian dari bisnis *e-commerce*. Di *marketplace* ini, produsen dan konsumen bertemu serta melakukan transaksi. Di *marketplace* ini terdapat banyak produsen yang menawarkan berbagai jenis produk atau jasa. Dengan konsep seperti ini, konsumen akan mendapatkan banyak pilihan produsen sesuai dengan kebutuhan mereka. Di industri pariwisata, ada beberapa masalah yang mungkin timbul, seperti cara pembayaran produk atau jasa, tempat penyimpanan barang, lingkup pemasaran, kompleksitas proses bisnis, dan lain sebagainya. Dengan menggunakan teknologi *marketplace*, beberapa masalah tersebut dapat diatasi. Lingkup pemasaran bisa mencakup dalam dan luar negeri. Vendor tidak perlu menyimpan barang terlalu lama, sehingga tempat penyimpanan atau gudang tidak perlu terlalu luas. Proses negosiasi antara produsen dan konsumen bisa lebih cepat. Sistem pembayaran lebih mudah, terlebih dengan fitur saldo poin yang bisa digunakan untuk pembayaran, serta berbagai peningkatan lainnya.

c. Teknologi Sosial Media bagi Pelaku Industri Pariwisata

E-tourisme juga bisa dikembangkan melalui media sosial. Teknologi media sosial membantu bidang pariwisata. Media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter bisa digunakan untuk mempromosikan serta melakukan transaksi terkait produk atau jasa dari industri pariwisata. Setiap media sosial memiliki fitur yang berbeda-beda. Beberapa daerah yang memiliki potensi wisata biasanya memiliki akun resmi di media sosial sebagai sarana promosi objek wisata. Facebook menyediakan fitur FB Live dan FB *Marketplace*. FB Live memberikan kesempatan bagi produsen untuk memasarkan produk atau jasa secara online. FB Live ini mirip dengan konsep pasar tradisional, di mana produsen menawarkan produk atau jasa secara lisan kepada konsumen. Namun yang membedakan adalah komunikasi antara produsen dan konsumen terjadi secara daring. Dalam industri pariwisata, biasanya FB Live digunakan oleh UMKM untuk memasarkan produk seperti oleh-oleh atau souvenir dari daerah wisata. Sementara itu, FB *Marketplace* juga bisa digunakan untuk mempromosikan dan

mengakukan transaksi secara online, tetapi promosi dan transaksi dilakukan melalui teks berupa pesan yang diunggah oleh produsen serta komentar dari konsumen.

d. Teknologi Aplikasi *Chatting* bagi Pelaku Industri Pariwisata

Meskipun hanya aplikasi sederhana, media komunikasi berupa aplikasi *chatting* bisa digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa di bidang pariwisata. Melalui aplikasi *chatting*, produsen maupun pengguna juga bisa melakukan transaksi. Aplikasi ini memiliki fitur untuk mengunggah dan mendownload informasi dalam berbagai bentuk seperti gambar, teks, audio, video, dan tautan. Jika pengguna mengklik tautan tersebut, maka akan diarahkan ke akun *marketplace* atau toko online dari produsen atau industri tersebut. Beberapa aplikasi *chatting* yang sering digunakan untuk mempromosikan dan memasarkan objek wisata antara lain WhatsApp, Line, dan Telegram. Aplikasi *chatting* bisa digunakan dalam dua cara, yaitu secara pribadi atau dalam grup. Berbagai materi promosi objek wisata seperti teks, video, animasi, audio, dan gambar bisa didistribusikan melalui aplikasi *chatting*, baik dalam bentuk pribadi maupun grup.

e. Teknologi *Virtual Reality* bagi Pelaku Industri Pariwisata

Virtual reality adalah teknologi yang menggabungkan cara menampilkan informasi melalui gambar atau foto digital. Teknologi ini diterapkan dalam bentuk *virtual tour* di bidang pariwisata. Dengan *virtual tour*, para wisatawan bisa berinteraksi dengan lingkungan 3D yang menunjukkan gambaran atau bayangan dari tempat nyata. Mereka dapat merasakan pengalaman berinteraksi dengan lokasi wisata secara visual. Untuk mengakses *virtual reality* secara langsung, diperlukan perangkat seperti headset dan smartphone. Namun, jika wisatawan hanya ingin melihat tempat wisata dalam bentuk 3D, mereka bisa langsung mengaksesnya melalui link yang tersedia tanpa harus menggunakan perangkat tambahan.

f. Teknologi *Cloud*

Dalam industri pariwisata, istilah *cloud* sering dikaitkan dengan berbagi data atau layanan menggunakan teknologi internet. Teknologi *cloud* juga merupakan bentuk abstraksi dari infrastruktur yang rumit. Dengan *cloud*, pengguna bisa mengakses layanan melalui internet. Teknologi ini memungkinkan berbagi sumber daya tanpa perlu perangkat tambahan dan menyediakan penyimpanan yang tidak terbatas. Penggunaan *cloud* dalam pengoptimalan layanan pariwisata dapat membantu mengurangi biaya penggunaan teknologi. Dengan

teknologi *cloud*, pengguna tidak perlu repot mengelola infrastruktur yang digunakan industri pariwisata, tetapi bisa mengelola sistem operasi dan media penyimpanannya (Wahyudi, 2013).

g. Teknologi Komputasi *Paralel* bagi Pelaku Industri Pariwisata.

Teknologi komputasi paralel bagi industri wisata. Teknologi ini berkaitan dengan perangkat keras. Teknologi komputasi paralel adalah penggunaan beberapa perangkat keras secara bersamaan untuk membuat proses lebih optimal. Dengan berbagai platform seperti mobile, desktop, dan web, data digital yang dihasilkan bisa begitu besar. Contohnya data dari aplikasi e-commerce, *marketplace*, media sosial, aplikasi chat, dan sumber lainnya. Bagi industri wisata, data sangat penting, seperti data wisatawan sebagai pembeli, data vendor, data transaksi, data pembayaran, data ulasan atau penilaian pelanggan, data produk, dan data lainnya. Setiap hari semua data tersebut terus berkembang (Big Data). Volume data yang sangat besar, data dengan tingkat kompleksitas tinggi, dan data yang beragam (teks, audio, video, animasi, dan gambar).

h. Sistem Informasi Geografis bagi Pelaku Industri Pariwisata.

SIG digunakan dalam industri pariwisata untuk membuat peta yang menunjukkan potensi wisata di berbagai daerah, baik dalam maupun luar negeri. Contohnya adalah SIG yang digunakan untuk pariwisata di Kota Kupang, seperti yang ditulis oleh Tumimomor dan Meolbatak pada tahun 2013. Pemerintah Kota Kupang menyediakan akses SIG ini melalui internet. Potensi wisata di Kota Kupang mencakup wisata kuliner, budaya, alam, dan sejarah. Dalam SIG berbasis web tersebut, setiap jenis wisata dipisahkan ke dalam kategori masing-masing. Dengan menggunakan SIG ini, wisatawan dapat mengetahui lokasi objek wisata di Kota Kupang. Selain mengetahui lokasi, SIG berbasis web ini juga menyediakan fitur yang terhubung langsung dengan GPS. Integrasi antara SIG dan GPS ini membantu wisatawan dalam menemukan arah ke lokasi wisata dengan lebih mudah.

Pelaku Pariwisata dalam Meningkat Pendapatan Asli Daerah

Pengembangan para pelaku pariwisata adalah salah satu langkah yang dilakukan pemerintah daerah agar obyek wisata dapat berkembang dan menarik pengunjung dari dalam negeri maupun luar negeri. Jumlah pengunjung wisata sangat dipengaruhi oleh keindahan obyek wisata, baik yang sudah dikelola dengan baik maupun yang ada secara alami. Pemerintah daerah bersaing untuk meningkatkan perekonomian daerah, termasuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). PAD merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang menunjukkan tingkat kemandirian daerah tersebut. Semakin besar PAD, semakin tinggi kemampuan daerah dalam

melaksanakan desentralisasi fiskal dan semakin rendah ketergantungan terhadap pemerintah pusat. Karena itu, pemerintah dan masyarakat berusaha meningkatkan sektor pariwisata agar PAD dapat bertambah.

Pelaku pariwisata adalah orang atau badan yang menyediakan tempat tinggal seperti hotel, tempat makan seperti restoran, serta mempersiapkan fasilitas di lokasi wisata seperti ruang rapat, tempat parkir, serta lainnya. Mereka juga membantu dalam pengembangan potensi wisata agar lebih menarik dan meningkatkan kunjungan wisatawan. Masyarakat juga memiliki peran penting dengan menerima dengan baik adanya destinasi wisata di sekitar mereka dan bisa terlibat langsung dalam pengelolaan wisata. Hal ini menciptakan kerja sama yang baik dan memberikan pengalaman nyaman bagi pengunjung. Contohnya, masyarakat dapat menyerahkan hak atas tanah ke pemerintah, serta menunjukkan keramah-tamahan terhadap pengunjung.

Peran UMKM terhadap destinasi wisata adalah memudahkan pengunjung dalam berinteraksi dan berbelanja tanpa harus keluar dari lokasi wisata tersebut. Adanya UMKM di lokasi wisata dapat membantu pengelola wisata, seperti melalui sewa lapak atau pembayaran bulanan atas izin berjualan di area wisata. Perkembangan pelaku pariwisata sangat berdampak pada pendapatan asli daerah (PAD). Contohnya adalah dari pajak hotel, pajak restoran, pajak reklame, retribusi wisata, pameran lokal, UMKM sekitar lokasi wisata, penyewaan kain adat, dan penyewaan kuda tunggang. Semua hal tersebut memiliki peran penting dalam peningkatan PAD dan termasuk dalam faktor pendukung.

Sulaimansyah (Sulastri, 2019) Pelaku pariwisata memiliki pengaruh besar terhadap pendapatan daerah. Masyarakat sekitar lokasi wisata bekerja sebagai pedagang, buruh parkir, atau bekerja sama dengan pemerintah. Tingkat hunian hotel juga dipengaruhi oleh jumlah pengunjung dari dalam negeri dan luar negeri. Selain itu, pelaku pariwisata tidak hanya meningkatkan pendapatan daerah, tetapi juga memberikan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar dalam bentuk pekerjaan seperti pedagang, juru parkir, penjaga pintu masuk, dan lainnya. Hubungan antara sektor pariwisata dengan PAD bersifat fungsional, karena sektor ini menjadi prioritas utama untuk memperbaiki struktur ekonomi daerah serta meningkatkan kemandirian dan daya saing. Dengan demikian, diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap PAD.

Sukses mengembangkan sektor pariwisata berarti meningkatkan peran pariwisata dalam pendapatan daerah, karena pariwisata menjadi bagian utama. Ini juga memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi, seperti jumlah tempat wisata yang tersedia, jumlah pengunjung baik dari dalam negeri maupun luar negeri, tingkat kamar hotel yang terisi, pendapatan per orang,

besarnya pajak dari hotel dan restoran, serta besarnya retribusi dari tempat wisata. Sukses mengembangkan sektor pariwisata berarti meningkatkan peran pariwisata dalam pendapatan daerah, karena pariwisata menjadi bagian utama.

Pendapatan asli daerah adalah pendapatan yang diterima oleh daerah berdasarkan peraturan daerah (PERDA) yang sesuai dengan hukum yang berlaku. Dengan kata lain, pendapatan asli daerah adalah uang yang diperoleh pemerintah daerah dari berbagai sumber potensi yang ada di daerah tersebut, yang harus dielola oleh pemerintah daerah agar bisa menjadi pendapatan. Sumber pendapatan asli daerah mencakup hasil pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan daerah yang dipisahkan, serta pendapatan lainnya yang sah. Tujuannya adalah memberi kebebasan kepada setiap daerah untuk mencari dana sendiri dalam menjalankan otonomi daerah, sebagai bentuk penerapan prinsip desentralisasi (Virginia, dkk, 2024).

Pelaku pariwisata, terutama di industri pariwisata, perlu didukung agar dapat meratakan kesempatan berusaha dan mendapatkan manfaat, serta mampu menghadapi tantangan dari kehidupan lokal, nasional, dan regional. Oleh karena itu, dibutuhkan adanya aturan yang mengatur pengelolaan dan pengembangan pelaku pariwisata, agar bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar daerah wisata.

Pengembangan pelaku pariwisata bertujuan untuk meningkatkan pendapatan daerah secara langsung. Pengembangan ini harus dilakukan dengan aman, nyaman, menarik, mudah diakses, dan memperhatikan lingkungan. Hal ini dapat meningkatkan pendapatan daerah dan masyarakat sekitarnya. Jika pengembangan dilakukan di dalam wilayah objek wisata dan dikelola dengan profesional, maka akan memberikan kontribusi besar bagi daerah tersebut, serta pariwisata dapat meningkatkan pendapatan daerah secara signifikan (Sihombing. 2021).

Menurut Gamal Suwantoro, perkembangan di tengah pelaku pariwisata sering kali terkait dengan adanya tujuh kebijakan pengembangan pariwisata yang ditetapkan oleh pemerintah, yaitu sebagai berikut (Agustin, dkk, 2021):

a. Promosi

Promosi pariwisata merupakan salah satu hal yang penting dalam pariwisata terutama dalam meningkatkan promosi pelaku pariwisata yang sering disebut sebagai pemasaran.

b. Aksesibilitas

Aksesibilitas pariwisata sangat berpengaruh terhadap peningkatan sumbangan sektor pariwisata terhadap pendapatan asli daerah di Indonesia. Hal ini karena aksesibilitas memengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke daerah wisata. Oleh karena itu, perlu ada pengembangan aksesibilitas pariwisata secara baik. Aksesibilitas pariwisata merupakan aspek

penting dalam pembangunan pariwisata karena berkaitan dengan pengembangan di berbagai sektor lain. Aksesibilitas dalam konteks ini mencakup akses jalan ke lokasi wisata, tanda petunjuk arah, rambu-rambu lalu lintas, serta fasilitas transportasi.

c. Produk Wisata

Produk wisata adalah bagian penting dalam sektor pariwisata. Produk wisata tidak hanya mencakup obyek wisata saja, tetapi juga mencakup berbagai usaha dalam bidang pariwisata serta fasilitas pendukung seperti hotel, restoran, oleh-oleh, cinderamata, dan fasilitas lainnya yang mendukung pengalaman wisata.

d. Upaya Pendapatan Asli Daerah dalam Bidang Pariwisata

Pemerintah daerah memiliki peran sebagai agen pembangunan atau sebagai bagian yang mendorong perkembangan dan pembangunan pariwisata serta pembangunan nasional secara umum, selain menjalankan fungsi utamanya. Pemerintah daerah perlu memperhatikan sektor pariwisata karena pertumbuhan pendapatan asli daerah (PAD) banyak berasal dari jumlah wisatawan yang berkunjung ke tempat tujuan wisata tersebut. Untuk meningkatkan jumlah wisatawan, diperlukan promosi yang baik, pembangunan fasilitas dan infrastruktur yang memadai, serta perhatian terhadap lingkungan sekitar. Dengan kata lain, pariwisata harus dikembangkan secara berkelanjutan agar tetap bisa dinikmati dan nyaman oleh para wisatawan.

e. Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Pengelolaan

- 1) Meningkatkan kualitas SDM: Memberikan pelatihan dan pendidikan kepada para pelaku wisata agar mereka bisa memberikan pelayanan yang lebih baik dan lebih ramah kepada para tamu.
- 2) Membuat standar pelayanan: Menetapkan aturan minimum tentang bagaimana pelayanan di tempat wisata harus dilakukan agar pengalaman para wisatawan tetap menyenangkan.
- 3) Mengembangkan UMKM: Mendorong dan membantu para pengusaha kecil dan menengah di sekitar tempat wisata agar mereka bisa menyediakan produk dan jasa yang dibutuhkan oleh para wisatawan.
- 4) Menjaga kebersihan dan keamanan: Memastikan tempat wisata tetap bersih dan aman bagi semua pengunjung agar suasana tetap nyaman dan nyaman.

f. Pengelolaan Pendapatan dan Pemanfaatan Dana

- 1) Meningkatkan pemasukan: Menetapkan tarif wisata yang adil dan jelas agar pengunjung tahu biaya yang harus dibayar.

- 2) Mengembangkan sistem tiket digital: Menggunakan sistem tiket elektronik agar wisatawan lebih mudah membeli tiket masuk dan transparan dalam pengelolaan uang.
 - 3) Menggunakan uang dari wisata: Menggunakan uang yang diperoleh dari sektor pariwisata untuk membangun dan merawat tempat wisata, meningkatkan kemampuan pegawai, serta iklan wisata.
- g. Pentingnya Keberlanjutan dan Kemitraan
- 1) Membangun wisata yang ramah lingkungan dan peduli terhadap budaya serta masyarakat sekitar.
 - 2) Memberikan peran aktif kepada warga setempat dalam pengembangan dan pengelolaan wisata.
 - 3) Membentuk kerja sama dengan berbagai pihak, seperti pemerintah, perusahaan, dan lembaga pendidikan, untuk memajukan sektor wisata secara bersama..

Pelaku pariwisata dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, memberi banyak pekerjaan, mendorong berbagai sektor produksi, serta memberikan kontribusi langsung dalam kegiatan pembangunan dan perbaikan jalan raya, angkutan, serta mendorong pelaksanaan program kebersihan, proyek budaya, dan pelestarian lingkungan hidup. Keberadaan pariwisata juga bisa memberikan manfaat dan kesenangan bagi masyarakat setempat maupun wisatawan dari luar daerah.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Efektivitas Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan telah memberikan arah dan kepastian hukum bagi pelaku pariwisata, terutama dalam hal pengakuan hak untuk mengembangkan usaha, mendapatkan perlindungan dan memperoleh pelatihan serta pembinaan dari pemerintah. Ketentuan ini berfungsi sebagai fondasi normatif yang penting dalam menciptakan iklim usaha yang sehat dan kompetitif. Namun berbagai tantangan struktural masih dihadapi oleh pelaku pariwisata di Indonesia, mulai dari rendahnya kompetensi sumber daya manusia, keterbatasan akses terhadap permodalan dan teknologi, hingga belum optimalnya perlindungan hukum serta jaminan sosial terhadap pelaku usaha kecil dan tenaga kerja informal. Lebih lanjut, dalam era globalisasi dan digitalisasi, pengembangan pelaku pariwisata dituntut untuk beradaptasi dengan dinamika pasar, teknologi, serta tren pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*). Untuk itu, perlu dirumuskan strategi dan kebijakan pengembangan yang komprehensif dan terintegrasi, mulai dari pelatihan dan sertifikasi tenaga kerja, fasilitasi UMKM pariwisata, digitalisasi usaha, promosi dan branding, hingga perlindungan hukum dan jaminan

sosial bagi pelaku pariwisata. Kebijakan ini diarahkan untuk meningkatkan kualitas, kapasitas, daya saing, dan keberlanjutan pelaku pariwisata baik di tingkat lokal, nasional, maupun global.

Peran Pemerintah sangat penting dalam membina dan memberdayakan pelaku pariwisata, khususnya pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Bentuk fasilitasi ini meliputi pelatihan industri kreatif dan teknologi digitalisasi sebagai strategi pengembangan pelaku pariwisata yang berkelanjutan, berdaya saing dan berkeadilan. Selain itu koordinasi lintas sektor dan kemitraan antar pemangku kepentingan (pentahelix) yang dijalankan pemerintah menjadi kunci dalam menciptakan ekosistem pariwisata yang inklusif. Melalui pendekatan kolaboratif dengan unsur akademisi, pelaku usaha, komunitas, dan media, pemerintah berupaya membangun sinergi untuk mendukung pertumbuhan pelaku pariwisata yang profesional dan bertanggung jawab.

Pemerintah pusat dan daerah diharapkan meningkatkan efektivitas Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 melalui pembentukan regulasi turunan yang lebih teknis, terukur, dan adaptif terhadap kebutuhan di lapangan. Dalam kerangka pembangunan berkelanjutan, pemerintah juga perlu mendorong insentif bagi pelaku usaha pariwisata yang ramah lingkungan dan berbasis kearifan lokal, sebagai bagian dari strategi transformasi ekonomi hijau (*green economy*) di sekitar pariwisata.

Pentingnya bagi pelaku usaha pariwisata untuk meningkatkan kompetensi dan profesionalisme, melalui pelatihan berkelanjutan, sertifikasi CHSE dan kolaborasi dengan komunitas maupun akademisi dalam mengembangkan produk wisata unggulan. Pelaku pariwisata perlu berinovasi dalam menciptakan paket wisata yang tidak hanya komersial tetapi juga edukatif, ramah lingkungan, dan inklusif, sehingga memberikan nilai tambah bagi pengunjung dan masyarakat sekitar. Masyarakat lokal di sekitar destinasi wisata diharapkan lebih proaktif dalam mengambil peran sebagai pelaku maupun mitra usaha pariwisata, baik dalam bentuk *homestay*, kuliner, seni budaya, maupun jasa pendukung lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkadir, M. (2004). *Hukum dan penelitian hukum* (Cet. 1). Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Adelia, A. (2023). *Perkembangan industri pariwisata Indonesia*. Kompasiana.
- Agustin, D. N., Hendrati, I. M., & Asmara, K. (2021). Kontribusi sektor pariwisata terhadap pendapatan asli daerah Kota Surabaya. *Jurnal Progres Ekonomi Pembangunan (JPEP)*, 6(2). <https://doi.org/10.33772/jpep.v6i2.19036>
- Ali, Z. (2012). *Sosiologi hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Aloysius Entah, R. (1989). *Hukum perdata (suatu perbandingan ringkas)*. Yogyakarta: Liberty.
- Anisah, & Riswandi. (2015). Pantai Lampuuk dan dampaknya terhadap perekonomian masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 2(2).
- Anonim. (2018). *Kamus hukum*. Bandung: PT Umbara.
- Aryanti, A. N., & Utami, W. N. (2022). Strategi inovasi pada industri kreatif: Sebuah upaya pemulihian bisnis di masa pandemi COVID-19. *Image: Jurnal Riset Manajemen*, 11(1), 26–37. <https://doi.org/10.17509/image.v11i1.38433>
- Ashoer, M., et al. (2021). *Ekonomi pariwisata*. Medan: Yayasan Kita.
- Astina. (2020). *Kemitraan bisnis dalam pariwisata Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Statistik kepariwisataan Indonesia*.
- Bagus, H. S. P., Aththoriq, M. T., Aprianto, N. E. K., Ananda, P., & Nad, Q. (2024). Strategi pengembangan dan implementasi industri pariwisata di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, dan Pajak*, 1(4). <https://doi.org/10.61132/jieap.v1i4.660>
- Bappenas. (2020–2024). *RPJMN: Pengembangan SDM dan UMKM pariwisata*.
- Bappenas. (2021–2022). *Laporan evaluasi pemulihian ekonomi nasional (PEN) sektor pariwisata*.
- Bessie, J. L. D. (2019). Implementasi e-commerce dalam industri pariwisata. *Journal of Management (SME's)*, 8(1).
- Cahyowati, R. R., Asmara, G., & Wibowo, G. D. H. (2022). Kebijakan pembangunan pariwisata berkelanjutan di Desa Pulau Maringkik Kabupaten Lombok Timur. *Unram Journal of Community Service*, 3(4). <https://doi.org/10.29303/ujcs.v3i4.396>
- Cakranegara, P. A. (2022). Analisis pembukaan dan pengembangan kawasan industri di Indonesia. *Jurnal EL-RIYASAH*, 13(1), 68. <https://doi.org/10.24014/jel.v13i1.18941>
- Chairunisalda, S. K. (2021). Analisis pengaruh sektor pariwisata terhadap pendapatan asli daerah kabupaten/kota di Provinsi Jawa Timur (Tahun 2014–2018). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 9(2).
- Cohen, M. L., & Olson, K. C. (2000). *Legal research in a nutshell*. St. Paul, MN: West Group.
- Dharmana, W., Diaz, R. A. N., & Ratniasih, N. L. (2019). Aplikasi business to business marketplace jasa. *Jurnal Media Aplikom*, 11(1).
- Diantha, M. P. (2017). *Metodologi penelitian hukum normatif dalam justifikasi*.
- Efendi, J., & Ibrahim, J. (2018). *Metode penelitian hukum normatif dan empiris*. Depok: Prenadamedia Group.
- Giap, Y. C., et al. (2020). *Cloud computing: Teori dan implementasi*. Yayasan Kita Menulis.

- Hadjon, P. M. (1987). *Perlindungan hukum bagi rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Hasibuan, A., Jamaludin, Y., Yuliana, Y., Sudirman, A., Wirapraja, A., Kusuma, A. H. P., Hwee, T. S., Napitupulu, D., Afriany, J., & Simarmata, J. (2020). *E-business: Implementasi, strategi dan inovasinya*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran destinasi pariwisata*.
- Hutchinson, T. (2002). *Researching and writing in law*. Sydney: Lawbook Co.
- Ibrahim, J. (2013). *Teori dan metodologi penelitian hukum normatif*. Malang: Bayumedia.
- Imansyah, N. (2025, April 25). NTB dorong pengembangan pariwisata berkelanjutan. *Antaranews*. <https://www.antaranews.com/berita/2014731/ntb-dorong-pengembangan-pariwisata-berkelanjutan>
- Ismail, N. H. (2007). *Perkembangan hukum pertanahan: Pendekatan ekonomi-politik*. Jogjakarta: HUMA dan Magister Hukum UGM. Dalam *Ngobrolin Hukum: Obrolan Ringan Seputar Hukum*. <https://ngobrolinhukum.wordpress.com/2013/02/05>
- Jamaludin, J., et al. (2020). *Tren teknologi masa depan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Kansil, C. T. S., & Christine. (2012). *Hukum Tata Negara Republik Indonesia 1*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kansil, C. T. S., et al. (1995). *Modul hukum perdata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Kementerian Dalam Negeri. (2022). *Evaluasi Perda dan implementasi pengawasan usaha pariwisata di daerah*.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). *Rencana induk pengembangan pariwisata nasional (RIPPNAS)*.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). *Rencana strategis 2020–2024*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). *Laporan kinerja 2023: Pengembangan SDM dan desa wisata*.
- Kreatif, K. E. & E. (2014). *Ekonomi kreatif: Kekuatan baru Indonesia 2025*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. <https://www.slideshare.net/andrietrisaksono/ekonomi-creatif-kekuatanbaruindonesia-menuju-2025>
- Kreatif, K. P. & E. (2020). *Buku panduan pemberdayaan masyarakat desa wisata berbasis pendampingan*. Direktorat Pengembangan SDM Pariwisata, Deputi Bidang Sumber Daya dan Kelembagaan, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Magfirat, A. I. (2018). *Arah politik hukum pengembangan wisata Indonesia ditinjau dari Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan* (Skripsi, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta).
- Manuhutu, F., Rediyasa, I. W., & Pricilia, J. (2024). Analisis peraturan Undang-Undang kepariwisataan Republik Indonesia. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(4). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i7.9367>
- Marzuki, P. M. (2008). *Pengantar ilmu hukum*. Jakarta: Kencana.
- Marzuki, P. M. (2017). *Penelitian hukum* (Cet. ke-13). Jakarta: Kencana.

- Moelana, A. R. (2023). *Implementasi konsep pentahelix dalam pengembangan desa wisata halal (Kajian di Desa Nusa Lhoknga)* (Disertasi doktor, UIN Ar-Raniry).
- Muliawanti, L., & Susanti, D. (2020). Digitalisasi destinasi sebagai strategi pengembangan promosi pariwisata di Kabupaten Magelang. *Warta ISKI*, 3(2), 135–143. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i02.53>
- Natadimaja, H. (2009). *Hukum perdata mengenai hukum orang dan hukum benda*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ndjurumbaha, V. Y. L., Tiwu, M. I. H., & Ballo, F. W. (2024). Peran sektor pariwisata dalam meningkatkan pendapatan asli daerah Kabupaten Sumba Timur. *Jumek: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 2(3). <https://doi.org/10.59024/jumek.v2i3.366>
- Nurhalimah, N., Darmawan, R. N., & Kanom, K. (2021). Bimbingan teknis digitalisasi promosi berbasis website dan media sosial daya tarik wisata Air Terjun Kedung Angin Desa Pakel Kecamatan Licin Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 1(2), 223–230. <https://doi.org/10.54082/jamsi.74>
- Nurwati, D., Muhammad, A. S., & Suswaini, E. (2020). Analisis jejaring pelaku pariwisata di Kabupaten Bintan: Studi pada event Ironman Bintan. *Jurnal Sosiohumaniora Kodepena Information Center for Indonesian Social Sciences*, 1(2).
- Pertanian, I. (2020). Strategi pengembangan industri kreatif untuk inovasi. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(3), 290–298. <https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2020.30.3.290>
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2009). *Pengantar ilmu pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Putra, I. B. W., et al. (2013). *Hukum bisnis pariwisata*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Rachmawati. (2021). Peran perguruan tinggi dalam pengembangan SDM pariwisata di era digital. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan Indonesia*, 4(2), 55–63.
- Rahardjo, S. (2012). *Ilmu hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Rahardjo, S. (n.d.). Penyelenggaraan keadilan dalam masyarakat yang sedang berubah. *Jurnal Masalah Hukum*.
- Rahmayani. (2021). Pengaruh sektor pariwisata terhadap pendapatan asli daerah (PAD) di Kota Banda Aceh.
- Rahu, P. D., & Suprayitno, S. (2021). Kolaborasi model pentahelix dalam pengembangan desa wisata Sei Gohong Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya. *Journal Ilmu Sosial, Politik dan Pemerintahan*, 10(1), 13–24. <https://doi.org/10.37304/jispar.v10i1.2286>
- Ratnawati, A. T. (2016). Strategi pengembangan industri kreatif sebagai penggerak destinasi pariwisata di Kabupaten Semarang.
- Remoaldo, P., & Cadima-Ribeiro, J. (2019). Creative tourism as a new challenge to the development of destinations: The Portuguese case study. In *Cultural and creative industries*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-99590-8_5
- Rochaeni, A., & Fujilestari, N. A. (2022). Model pentahelix dalam pengembangan pariwisata di Kecamatan Rongga Kabupaten Bandung Barat. *Neo Respublica: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 4(1), 124–134. <https://doi.org/10.52423/neores.v4i1>

- Rosalina, I. (2012). Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan pada kelompok pinjaman bergulir di Desa Mantren Kecamatan Karangrejo Kabupaten Madetaan. *Jurnal Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1).
- Rudy, D. G., & Mayasari, I. D. A. D. (2019). Prinsip-prinsip kepariwisataan dan hak prioritas masyarakat dalam pengelolaan pariwisata berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan. *Kertha Wicaksana: Sarana Komunikasi Dosen dan Mahasiswa*, 13(2), 73–84. <http://dx.doi.org/10.22225/kw.13.1.929.1-5>
- Rusdi, S. (2016). Strategi pembangunan industri Indonesia (Analisis kebijakan dan perspektif industri masa depan). *Unisia*, 13(15), 27–34. <https://doi.org/10.20885/unisia.vol13.iss15.art2>
- Saebani, B. A., et al. (2016). *Perbandingan hukum perdata*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Salim, H. S., & Nurbani, E. S. (2014). *Perbandingan hukum perdata*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Sembiring, R. (2016). *Hukum keluarga (Harta-harta benda dalam perkawinan)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sihombing, N. E. (2021). Strategi pengembangan sektor pariwisata Kabupaten Toba dalam upaya meningkatkan pendapatan asli daerah. *Jurnal Ilmiah*, 1(2), 150–172.
- Soekanto, S. (1982). *Kesadaran hukum dan kepatuhan hukum*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soekanto, S. (2005). *Faktor-faktor yang memengaruhi penegakan hukum*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Soekanto, S. (2007). *Efektivitas hukum dan peranannya dalam masyarakat*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soekanto, S. (2007). *Pokok-pokok sosiologi hukum*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Soemitro, R. H. (1990). *Metodologi penelitian hukum dan jurimetri*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Soeroso, R. (2013). *Pengantar ilmu hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Sucahyowati, H. (2020). *Manajemen: Sebuah pengantar*. Jakarta: Grafindo.
- Suciui, M.-C. (2009). Creative economy and creative cities. *Romanian Journal of Regional Science*, 3(1).
- Sulastri, S. (2019). Pengaruh pendapatan sektor pariwisata terhadap kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi Lampung Timur. *Fidusia: Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 2(2). <https://doi.org/10.24127/jf.v2i2.451>
- UNWTO. (2020). *Sustainable tourism and community involvement*.
- Usman, R. (2006). *Aspek-aspek hukum perorangan dan kekeluargaan di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Waitt, G., & Gibson, C. (2014). Tourism and creative economies. In *The Wiley Blackwell Companion to Tourism*. <https://doi.org/10.1002/9781118474648.ch18>
- Wibowo, D. (2022). Peran media sosial dalam promosi wisata lokal. *Jurnal Komunikasi Pariwisata*, 6(1).
- Widiatedja, I. G. N. P. (2011). *Kebijakan liberalisasi pariwisata: Konstruksi konsep, ragam masalah, dan alternatif solusi*. Denpasar: Udayana University Press.

- Wijaya, I. G. P. (2022). Pemetaan tantangan pengembangan SDM pariwisata di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 24(1).
- World Economic Forum. (2019). *The travel and tourism competitiveness report 2019: Travel and tourism at a tipping point*. <http://reports.weforum.org/tcr>
- Yoeti, O. A. (2018). *Ekonomi pariwisata: Introduksi, informasi, dan implementasi*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Yohanes, F. D. (2019). *Pariwisata berkelanjutan dalam perspektif pariwisata budaya*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Yuliadi. (2022). Sinergi pentahelix dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan. *Jurnal Pembangunan Daerah*, 9(1).