

Ekonomi Pariwisata Berkelanjutan:

Transformasi Nilai Lokal sebagai Daya Saing
Destinasi di Era Revolusi Industri 5.0

Prof. Dr. Bambang Supriadi, SE., MM

Guru Besar: Ekonomi Pariwisata



Sistematika Penyajian

I

Pengantar Keilmuan

Ekonomi Pariwisata sebagai Disiplin Ilmu & Pergeseran Paradigma

II

Paradoks Pariwisata Indonesia

Modal Lokal vs. Kinerja Global — Fenomena Gap yang Harus Dijawab

III

Tiga Pilar Argumentasi

Konsep Local Heritage Capital · Digitalisasi · Keberlanjutan (TVC)

IV

Kontribusi Riset Empiris

LVCM · Model Kausalitas · Model DVCL (2012–2026)

V

Implikasi & Rekomendasi

Pemerintah · Industri · Perguruan Tinggi

VI

Penutup & Simpulan

Agenda Riset ke Depan & Komitmen Akademik

Pengantar Keilmuan

I · Ekonomi Pariwisata: Disiplin di Persimpangan

Herman von Schullard adalah **ekonom Austria** awal abad (1910) pelopor **Ekonomi Pariwisata**. Pada tahun 1910.

Ekonomi pariwisata adalah kegiatan-kegiatan wisata yang berdampak pada pendapatan masyarakat, daerah dan negara, melalui produksi, distribusi, konsumsi, investasi, pendapatan, kesempatan kerja, dan pembangunan wilayah.

Ilmu Ekonomi

Permintaan, penawaran wisata, Lapangan kerja, investasi

Sosiologi & Budaya

Interaksi wisatawan dg masyarakat local: Komersialisasi Budaya (Commodification)

Lingkungan

Alam (air, laut, Sungai, gunung dan danau) dan wisata Buatan

Teknologi Informasi

Platform Perencanaan Perjalanan (Online Travel Agency / OTA): Traveloka atau Tiket.com, QRIS

Pergeseran Paradigma Ekonomi Pariwisata

I · Tiga Era Pemikiran

ERA I

1960 – 1990

Tourism as Industry

- Pariwisata = mesin ekonomi
- KPI: jumlah kunjungan & devisa
- Pertumbuhan 25 juta → 435 juta wisman
- Archer (1977): Tourism Multiplier

ERA II

1990 – 2010

Sustainable Tourism Economy

- Biaya ekologis & sosial diakui
- Brundtland Report (1987) jadi landasan
- UNWTO (1998): definisi pariwisata berkelanjutan
- Butler (1980): Tourism Area Life Cycle (TALC)

ERA III (Revolusi Industri 4.0 menuju RI 5.0).

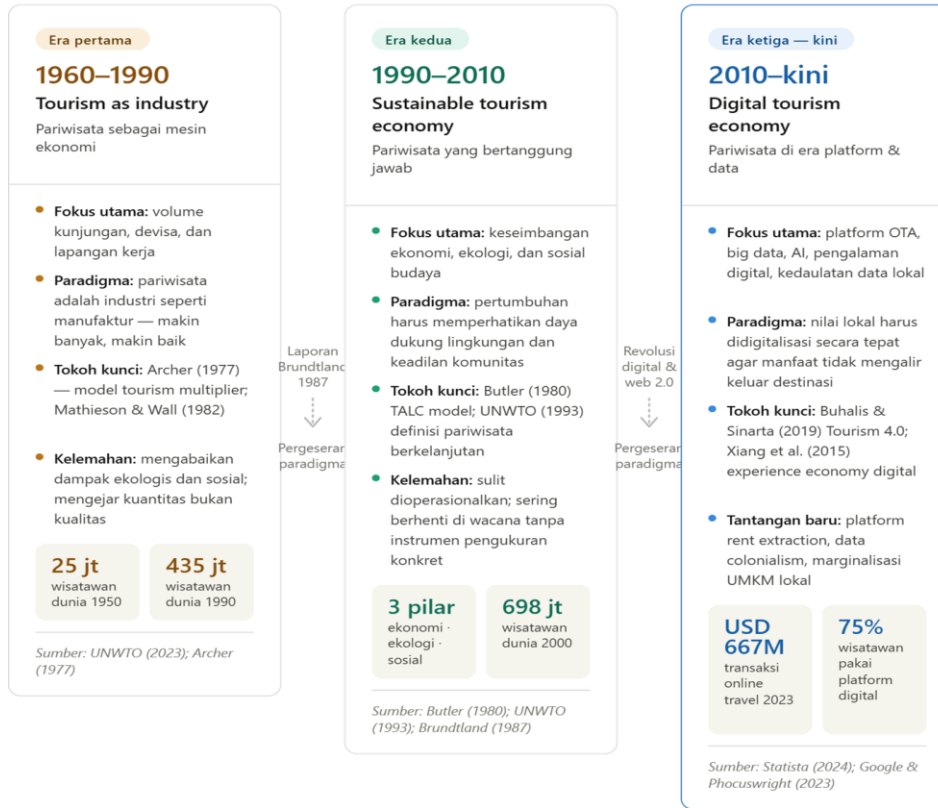
2010 – 2015 dan Kini

Digital Tourism Economy

- Digitalisasi merombak seluruh ekosistem
- OTA global: Rp 667 T (2023) → USD 1 T (2028)
- Experience economy: wisatawan beli narasi & identitas
- Xiang et al. (2015): information overload

Pergeseran Paradigma Ekonomi Pariwisata

I · Gambar 1. Tiga Era Pemikiran Ekonomi Pariwisata



Pergeseran Paradigma Revolusi Industri

Pergeseran paradigma: RI 4.0 → RI 5.0 dalam pariwisata

Dimensi	Industri 4.0	Industri 5.0 ↗
Fokus utama	Otomasi & efisiensi	Manusia + teknologi bersinergi
Peran komunitas	Penonton / pekerja	Co-creator & pemilik nilai
Model data	Dikuasai platform global	Digital sovereignty lokal
Nilai budaya	Risiko terkikis digitalisasi	Diperkuat sebagai LHC
Tolak ukur sukses	Volume & efisiensi	Triple Value Chain (TVC)

Paradoks Pariwisata Indonesia

II · Kekayaan Luar Biasa, Kinerja Belum Sebanding

Modal Nilai Lokal

17.504

Pulau dari Sabang s/d Merauke

1.340

Suku Bangsa

718+

Bahasa Daerah (vs. ~200 bahasa di Eropa)

10

Situs Warisan Dunia UNESCO

Kinerja Internasional

#22

Travel & Tourism Development Index (WEF, 2024)

Singapura #13 | Jepang #3

#4

Kunjungan Wisman di ASEAN (13,4 juta, 2024)

Thailand 35,5 juta | Malaysia 25 juta

5,0%

Kontribusi Tourism Direct Gross Domestic Product (TDGDP) terhadap PDB Nasional

Di bawah rata-rata ASEAN: 6,7%

PARADOKS: Kekayaan nilai lokal terbesar di dunia, namun daya saing pariwisata belum sebanding dengan potensinya

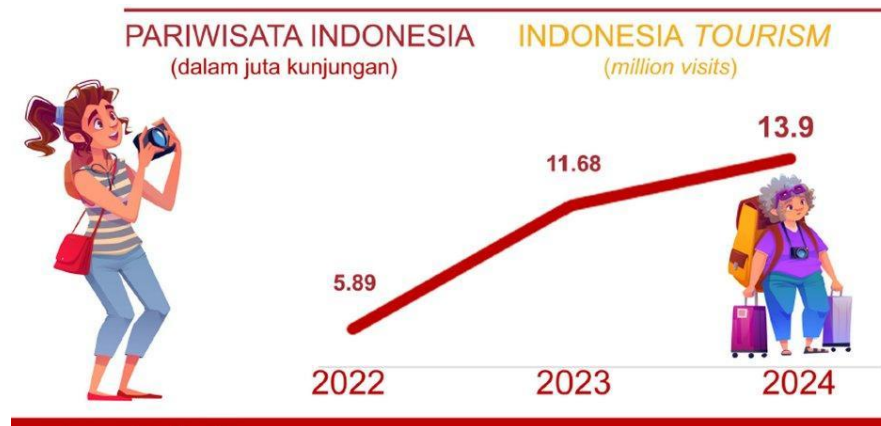
Data Kinerja Pariwisata Indonesia

II · Gambar 2 & 3. PDB Sektor Pariwisata 2017–2024 & Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2022–2024

Gambar 2. Kontribusi PDB Sektor Pariwisata 2017–2024



Gambar 3. Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2022–2024



Implikasi Data: Kontribusi PDB kembali ke level pra-pandemi (4,82%) dan kunjungan wisman tumbuh 136% dalam 2022–2024.

Namun pertumbuhan volume ini perlu diimbangi peningkatan kualitas, inovasi destinasi, dan daya saing berbasis nilai lokal agar memberikan kontribusi optimal terhadap ekonomi nasional.

Posisi Indonesia dalam Kompetisi Pariwisata Global & ASEAN

II · Gambar 4, 5 & 6. TTDI (Travel & Tourism Development Index) WEF 2024 · Kunjungan Wisman ASEAN 2024 · TDGDP as % of GDP

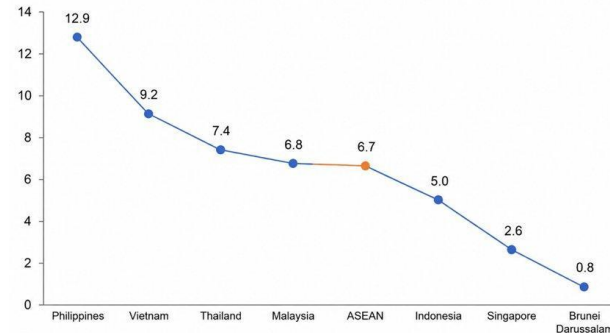
Gambar 4. TTDI WEF 2024 — Indonesia #22

Rank	Economy	Score ²	Change since 2019 ³		Diff. from TTDI Avg. (%)
			Rank	Score	
1	United States	5.24	0	-0.5%	32.3%
2	Spain	5.18	0	0.9%	30.6%
3	Japan	5.09	0	-0.3%	28.5%
4	France	5.07	2	0.8%	28.0%
5	Australia	5.00	2	0.8%	26.0%
6	Germany	5.00	-1	-0.8%	26.0%
7	United Kingdom	4.96	-3	-2.4%	25.2%
8	China	4.94	1	1.0%	24.6%
9	Italy	4.90	3	2.1%	23.5%
10	Switzerland	4.81	-2	-2.3%	21.3%
11	Canada	4.81	-1	-1.1%	21.2%
12	Portugal	4.78	1	-0.1%	20.6%
13	Singapore	4.76	-2	-1.7%	19.9%
14	Korea, Rep.	4.74	0	1.1%	19.6%
15	Austria	4.65	0	-0.5%	17.4%
16	Netherlands	4.64	1	0.1%	17.0%
17	Denmark	4.63	-1	-0.9%	16.8%
18	United Arab Emirates	4.62	7	4.4%	16.5%
19	Sweden	4.57	0	0.7%	15.4%
20	Finland	4.52	-2	-1.7%	14.0%
21	Greece	4.52	5	2.6%	13.9%
22	Indonesia	4.46	14	4.5%	12.4%

Gambar 5. Kunjungan Wisatawan Internasional di ASEAN (Juta), 2024



Gambar 6. Tourism Direct GDP (TDGDP) as % of GDP — ASEAN



Tiga Pilar Argumentasi Sbg Solusi: Pilar I — *Local Heritage Capital (LHC)*

III · Nilai Lokal sebagai Modal Ekonomi Terukur

Definisi LHC:

Keseluruhan akumulasi nilai budaya, pengetahuan tradisional, praktik sosial, dan sumber daya alam khas suatu komunitas yang secara ekonomi mampu menciptakan diferensiasi produk wisata, menghasilkan uniqueness premium, dan mempertahankan daya tarik jangka panjang destinasi.

1 Kapital Budaya Tangible

Arsitektur tradisional, situs sejarah, lanskap budaya — dapat diinventarisasi secara fisik

2 Kapital Budaya Intangible

Kegiatan adat, seni pertunjukan, sistem pengetahuan lokal, bahasa daerah yang hidup

3 Kapital Relasional

Kepercayaan sosial, jaringan komunitas, norma-norma kolektif yang diwariskan

Uniqueness Premium

Kesediaan wisatawan membayar lebih tinggi atas pengalaman yang memiliki keunikan lokal dan tidak dapat direplikasi

Agenda: Local Heritage Capital Account

Instrumen pengukuran stok, arus & depresiasi modal warisan lokal — sebagaimana aset ekonomi lainnya

Konsep Local Heritage Capital (LHC)

KONSEP LOCAL HERITAGE CAPITAL (LHC) – MODAL WARISAN LOKAL

LHC adalah seluruh aset, nilai, pengetahuan, praktik, dan sumber daya yang berakar dari sejarah, budaya, alam, dan kearifan lokal yang dapat menciptakan nilai ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan secara berkelanjutan bagi komunitas lokal.

DIMENSI LOCAL HERITAGE CAPITAL



1. MODAL BUDAYA

- Tradisi, adat, bahasa, seni pertunjukan
- Ritual, upacara, pengetahuan lokal
- Identitas dan ekspresi budaya



2. MODAL ALAM

- Lanskap, keanekaragaman hayati
- Sumber daya alam lokal
- Kearifan pengelolaan alam



3. MODAL SEJARAH

- Situs bersejarah, arsitektur tradisional
- Jejak sejarah dan narasi lokal
- Koleksi, artefak, manuskrip



4. MODAL PENGETAHUAN LOKAL

- Kearifan lokal dan teknologi tradisional
- Sistem pertanian, pengobatan, kerajinan
- Pengetahuan antar generasi



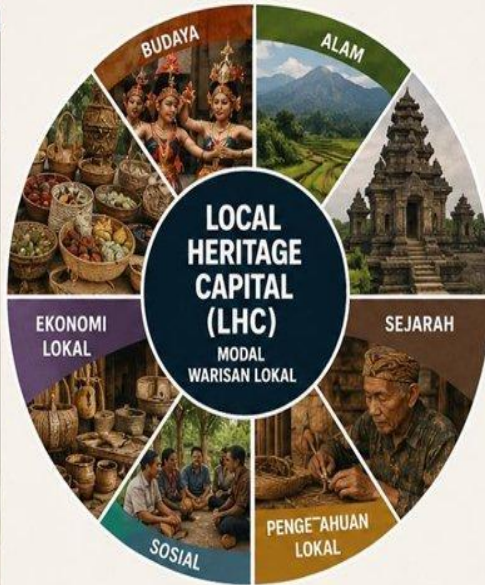
5. MODAL SOSIAL

- Jaringan, gotong royong, kepercayaan
- Kelembagaan lokal
- Solidaritas dan kohesi sosial



6. MODAL EKONOMI LOKAL

- UMKM, produk lokal, ekonomi kreatif
- Pasar lokal, koperasi, BUMDes
- Aset finansial komunitas



OPINI AHLI TENTANG LHC

Laurajane Smith (2006)

"Warisan bukan hanya peninggalan masa lalu, tetapi sumber daya untuk memahami identitas, membangun komunitas, dan menciptakan manfaat sosial-ekonomi."

UNESCO (2019)

"Warisan budaya dan alam adalah modal pembangunan berkelanjutan yang harus dijaga, dikelola, dan dimanfaatkan secara bertanggung jawab oleh komunitas."

Raymond Williams (1983)

"Budaya adalah cara hidup yang diwariskan dan dipraktikkan. Nilainya muncul ketika digunakan untuk menciptakan arti dan kesejahteraan."

Amartya Sen (1999)

"Pembangunan sejati berakar pada kebebasan manusia memanfaatkan kapabilitas dan sumber daya lokal yang mereka miliki."

David Throsby (2001)

"Modal warisan (heritage capital) adalah stok sumber daya budaya yang menghasilkan arus manfaat bagi generasi sekarang dan mendatang."

MELALUI PENGELOLAAN BERBASIS KOMUNITAS



PARTISIPASI KOMUNITAS



KELEMBAGAAN LOKAL



PERENCANAAN ADAPTIF



PELESTARIAN & INOVASI



KOLABORASI MULTI PIHAK

MENGHASILKAN NILAI



NILAI EKONOMI

(pendapatan, lapangan kerja, investasi)



NILAI SOSIAL

(kohesi sosial, identitas, kebanggaan)



NILAI BUDAYA

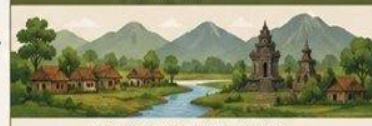
(pelestarian, kreativitas, keberagaman)



NILAI LINGKUNGAN

(konservasi, keberlanjutan)

DAMPAK AKHIR



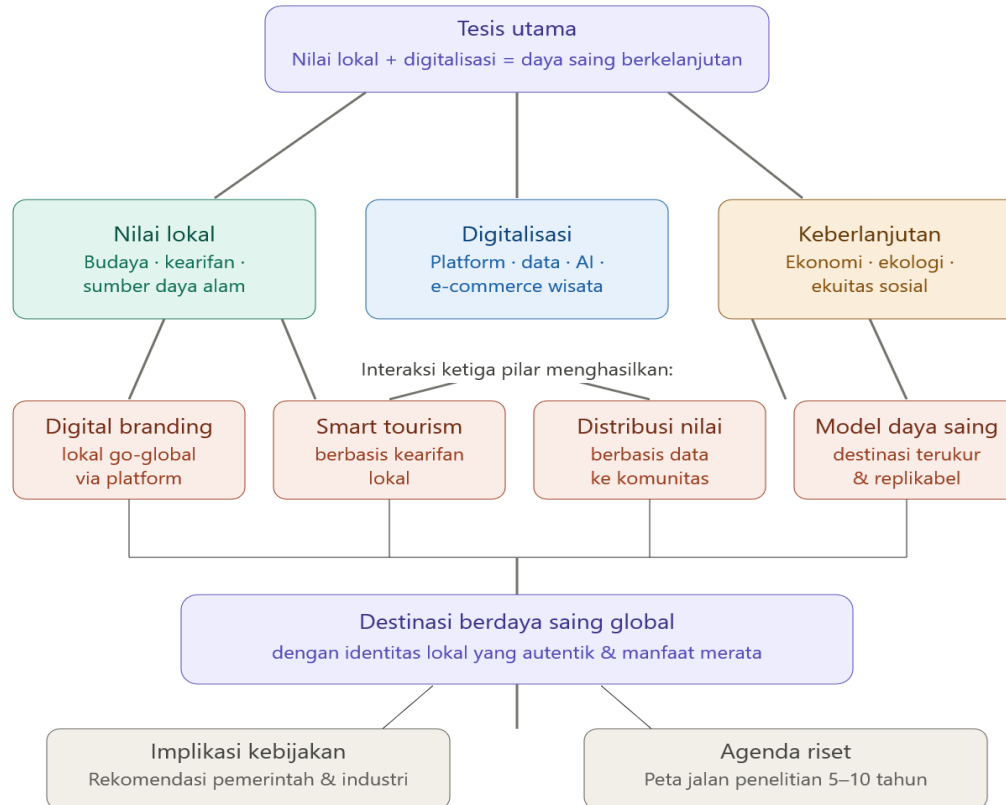
KESEJAHTERAAN KOMUNITAS
DAN PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN

LHC menegaskan bahwa warisan lokal bukan sekadar kenangan masa lalu, tetapi MODAL STRATEGIS untuk masa depan yang berkelanjutan.

Instrumen pengukuran stok, arus & depresiasi modal warisan lokal — sebagaimana aset ekonomi lainnya

Kerangka Integratif Ekonomi Pariwisata Berkelanjutan

III · Gambar 7. Tesis Utama: Nilai Lokal + Digitalisasi = Daya Saing Berkelanjutan



Pilar II — Digitalisasi sebagai Amplifikator

III · Peluang & Ancaman yang Harus Dikendalikan

**229 Juta
(80,66%)**

Pengguna Internet
Indonesia (2024)

APJII, 2025

82%

Wisman mengenal destinasi
lewat platform digital

Google, 2025

USD 667 M

Transaksi Online Travel
Global (2023)

Statista, 2025

23%

UMKM pariwisata aktif
di platform digital

Kemendag, 2022

Peluang Amplifikasi

Platform sosial sebagai megaphone global nilai lokal

UMKM digital: +34% pendapatan rata-rata (McKinsey, 2023)

AI, Big Data & Blockchain untuk Tourism 4.0

Virtual Reality meningkatkan konversi kunjungan nyata

Ancaman yang Harus Dikendalikan

Platform Rent Extraction

Komisi OTA 15–30% mengalirkan USD 8 M+/tahun ke luar

Data Colonialism

Data wisatawan dikuasai platform global, bukan komunitas lokal

Marginalisasi Pelaku Lokal

Bali 61% vs. luar Jawa-Bali <15% adopsi digital

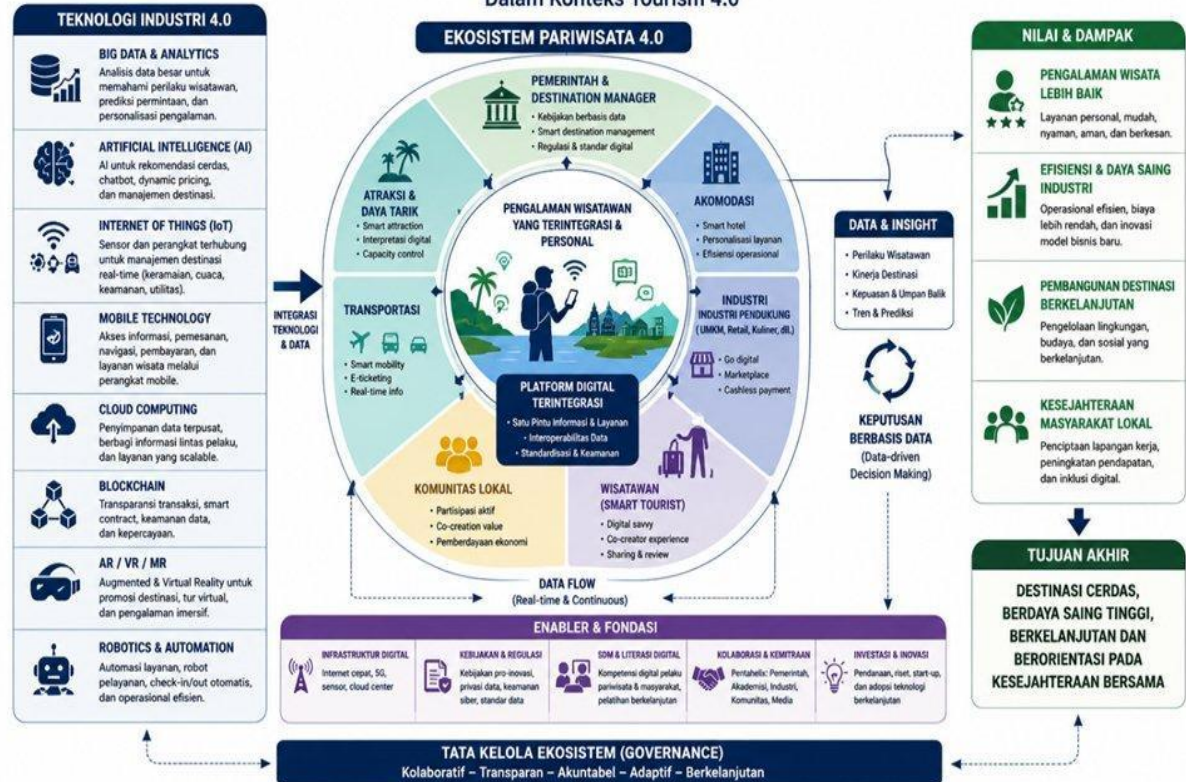
SOLUSI: Pengembangan ekonomi pariwisata berbasis teknologi, smart tourism, dan transformasi digital pada era Industry 5.0

Integrasi Teknologi ke Ekosistem Pariwisata

III · Pilar II · Gambar 10. Konsep Tourism 4.0 (Buhalis & Sinarta, 2019)

KONSEP INTEGRASI TEKNOLOGI REVOLUSI INDUSTRI 4.0 KE DALAM EKOSISTEM PARIWISATA (Buhalis & Sinarta, 2019)

Dalam Konteks Tourism 4.0



Sumber: Buhalis & Sinarta (2019) – Reinventing Tourism Business Models in the Digital Era: The Concepts of Tourism 4.0

Tabel (DVCL) Pilar Keberlanjutan:

Pilar	Kontribusi DVCL
Ekonomi	Penciptaan nilai dan peluang usaha lokal
Sosial	Pemberdayaan komunitas dan inklusivitas
Linkungan	Kepedulian Linkungan
Teknologi	Inovasi digital untuk efisiensi dan aksesibilitas

Tourism Digitalization Research Agenda

Interactive Tourism Audiobook Bagi Penyandang Disabilitas: Pengayaan literatur mengenai pengalaman wisata (tourist experience) dengan menunjukkan bagaimana teknologi audio interaktif dapat memengaruhi dimensi kognitif, emosional, dan sosial wisatawan disabilitas penglihatan (BRIN, 2025).



Pergeseran Paradigma Revolusi Industri



Gambar. Uji Coba Alat *Interactive Tourism Audiobook* Channel You Tube:
https://www.youtube.com/watch?v=YXYh_K0Gpp4&t=8s

Pengembangan Prototipe Tourism Digital Twin (Kemendiknasaintek, 2026)

DESTINASI
DASHBOARD
Q

30
AMAN
WASPADA
BAHAYA
178

Debit Air & Cuaca

80 m³/detik

23°C 96%

AMAN

EVAKUASI

AREA RAWAN DITUTUP

Status Risiko

SEDANG

23°C 96%

11 mm

Daya Dukung Sungai

178 / 200 69%

560 / lit 600 line

Cuaca

23°C 95%

11 mm/hs AMAN

CCTV Alpha

18 Sensory 2000

3 Drone 0

Bermo 3

CCTV

18 Sensory 2000

3 Drone 5

SIMULASI 4MTE

MAN	Machine	CEBUK	Material
3 Wisawan	18 IoT	1 Safety	5 GPS

Area C: AREA BERMAIN (AMAN) / WASPADA

SENSOR: Area C

3 DRONE 4 → 3

3 Ratoe

PERINGATAN DINI

UV 7 384

Hujan Sejana: 28.11% 4800 7h-9s

695 Pums

Rerigatan Dini: Area C DITUTUP

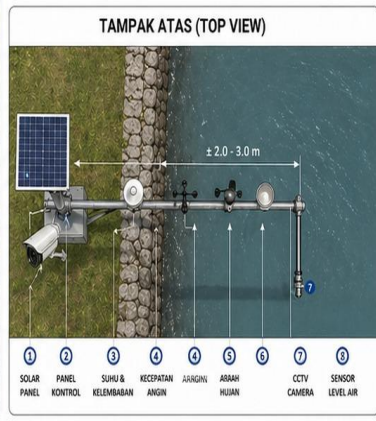
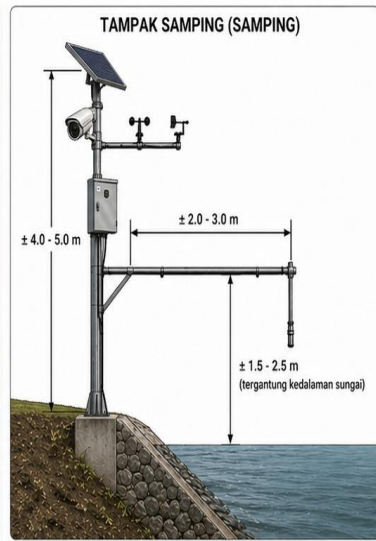
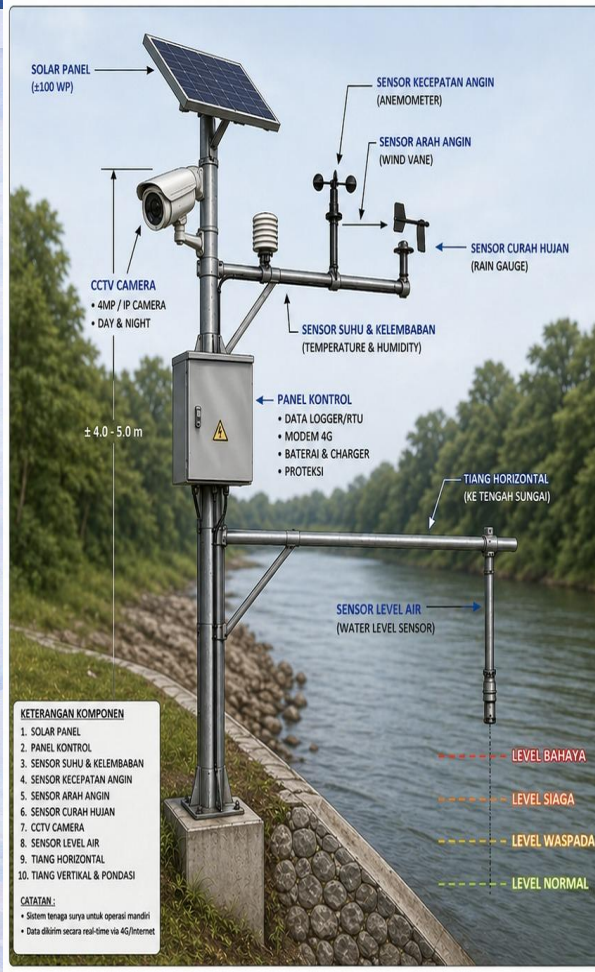
ALARM EVAKUASI

UMUMKAN

SIMULASI KEPADATAN

ALARM LINE C

UMUMKAN



Pilar III — Triple Value Chain (TVC)

III · Keberlanjutan sebagai Syarat, Bukan Pilihan

Sebuah destinasi wisata yang benar-benar berkelanjutan harus secara simultan menciptakan dan mempertahankan tiga jenis nilai yang saling terkait.

Nilai Ekonomi

Pendapatan devisa, PAD & lapangan kerja

Diukur dari kualitas distribusi, bukan sekadar total

Gini Ratio 30% ketimpangan rendah pada destinasi berbasis TVC (penelitian penulis, 2025)

Nilai Ekologis

Carrying capacity (daya dukung lingkungan)

7/10 destinasi alam prioritas nasional telah melampaui kapasitas ekologis (KLHK, 2022)

Indikator Nilai Ekologis: Manfaat ekologis yang diberikan kepada manusia

Nilai Ekuitas

Keadilan distribusi manfaat & beban pariwisata

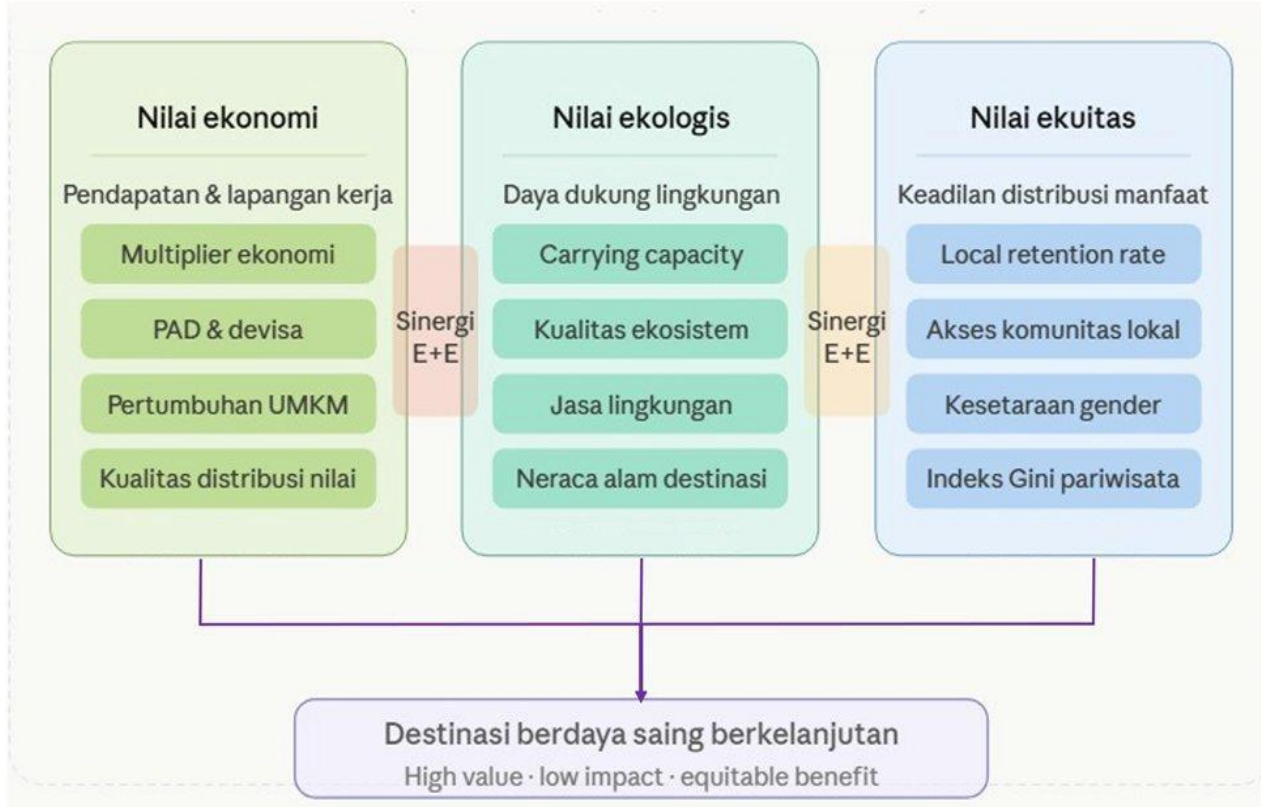
Akses gender & Gini Ratio rendah

Host-guest conflict \uparrow \rightarrow hospitality index \downarrow \rightarrow ulasan digital negatif*

Contoh Terbaik: Bhutan — High Value, Low Volume Tourism \rightarrow Pertahankan LHC & hasilkan revenue per kapita tertinggi di kawasan (Bučar et al., 2022)

Triple Value Chain (TVC) — Rantai Nilai Tiga Dimensi

III · Pilar III · Gambar 9. Model TVC: Ekonomi · Ekologis · Ekuitas



Kontribusi Riset Empiris

IV · *Peta Perjalanan Riset 2012–2026*

FASE I 2012–2016

Diagnosis: Memetakan Gap

Instrumen Utama:

Local Value Conversion Matrix (LVCM)

Temuan Kunci:

- Mixed methods: 12 destinasi Jawa Timur
- 9/12 destinasi: kaya LHC, kapasitas konversi ekonomi rendah (Kuadran II)
- 0 dari 12 memiliki instrumen pengukuran LHC formal

FASE II 2016–2020

Eksplanasi: Model Kausalitas

Instrumen Utama:

SEM + CVM + Social Network Analysis

Temuan Kunci:

- Managed authenticity → prediktor terkuat uniqueness premium
- Partisipasi komunitas ↔ local economic retention ($r = 0,67, p < 0,001$)
- Konektivitas digital ≠ otomatis meratakan distribusi manfaat

FASE III 2020–2026

Konstruksi & Validasi

Instrumen Utama:

Model DVCL (24 destinasi, 8 provinsi)

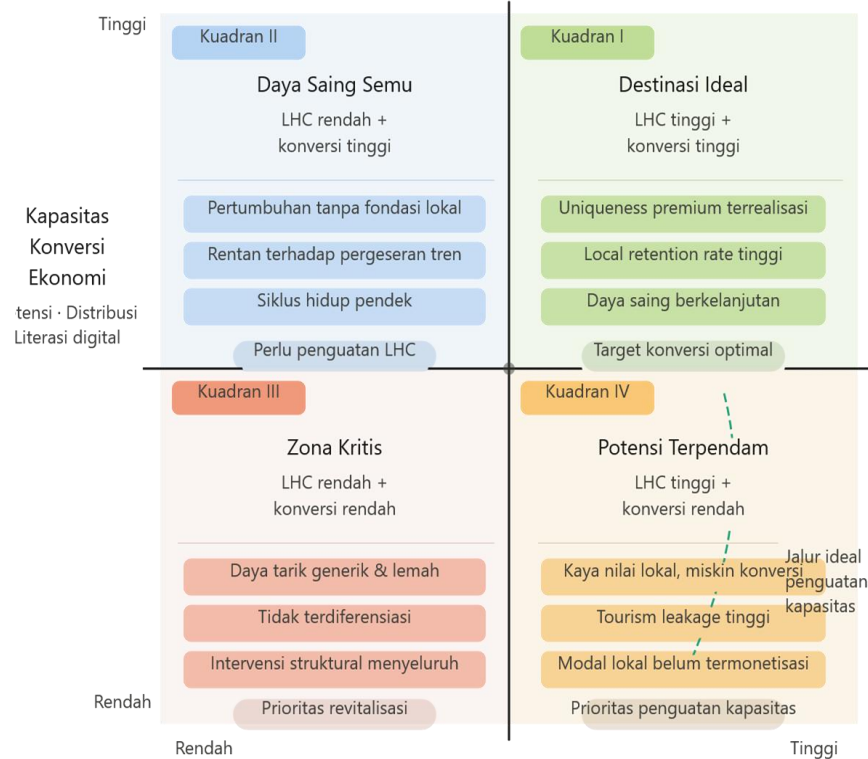
Temuan Kunci:

- 4 konstruk: LHC · Digital Capacity · Community Governance · Policy
- Validasi statistik panel data + participatory action research
- 3 destinasi percontohan berbasis intervensi DVCL

Local Value Conversion Matrix (LVCM)

IV · Fase I (2012–2016) · Gambar 9. Instrumen Diagnostik Tipologi Destinasi

Instrumen diagnostik tipologi destinasi berbasis kekayaan nilai lokal dan kapasitas konversi ekonomi



Kekayaan Local Heritage Capital (LHC)

Keunikan · Vitalitas · Transmisi antargenerasi · Autentisitas

Implikasi & Rekomendasi Kebijakan

V · Untuk Pemerintah · Industri · Perguruan Tinggi

Pemerintah

Local Value-Based Destination Competitiveness Index/ LVDCI

Integrasikan Indeks Daya Saing Berbasis Nilai Lokal ke RPJMD & RIPPAR

Local Tourism Community Development Fund/ LTCDF

Regulasi kontribusi 2% gross OTA → Dana Pengembangan Komunitas Lokal (Rp 1,8 T/tahun)

Regulasi LHC

Operasionalisasikan UU **Pemajuan Kebudayaan No.5/2017** ke instrumen pariwisata terukur

Industri

Community-Based Digital Tourism/CBDT

Adopsi *Community-Based Digital Tourism*: kemitraan bermakna bukan sekadar listing produk

Sertifikasi

Sistem sertifikasi **keaslian** 3 level: produk wisata· pengalaman · destinasi

Regeneratif

Adopsi paradigma regenerative tourism — setiap kunjungan **memulihkan**, bukan sekadar tidak merusak

Perguruan Tinggi

Kurikulum Baru

Tiga kompetensi: Literasi digital pariwisata · Ekonomi kreatif lokal · Analitik kebijakan

Konsorsium Riset

10+ PT, agenda bersama, berbagi data, mobilitas peneliti

Engaged Scholarship

Setiap riset ada jalur jelas: temuan → rekomendasi → implementasi → dampak komunitas

Simpulan & Penutup

01 Nilai lokal adalah modal ekonomi — bukan dekorasi. Ia harus diukur, dikelola, dan dilindungi sebagai *Local Heritage Capital* (LHC) agar tidak terdegradasi.

02 Digitalisasi adalah amplifikator yang harus dikendalikan. Tanpa digital sovereignty (kedaulatan digital) , nilai mengalir ke platform global, bukan ke komunitas lokal.

03 Keberlanjutan bukan pilihan, ia adalah syarat eksistensi jangka panjang. *Model Triple Value Chain* (TVC) memastikan nilai ekonomi, ekologis & ekuitas dikelola simultan.

04 Pertanyaan kunci bukan sekadar 'bagaimana meningkatkan jumlah wisatawan', melainkan bagaimana nilai lokal ditransformasi menjadi daya saing yang berkelanjutan dan berkeadilan.

Ucapan Terima Kasih

Universitas Merdeka Malang

Atas Kepercayaan & ruang akademik selama lebih dari 3 dekade

Majelis Senat Akademik

Atas pengukuhan & penghargaan yang membesarkan tanggung jawab akademik Tridharma PT

Para Guru & Kolega

Yang membentuk cara berpikir, bertanya, dan melihat luasnya dunia pengetahuan

Keluarga: Istri (Ida) , Ananda (Atika & Syarifah)

Sebagai Pondasi dari segala inspirasi & motivasi

Mahasiswa

Sebagai Pengingat bahwa ilmu harus selalu relevan dengan kehidupan nyata (berdampak)

