Government: Jurnal Ilmu Pemerintahan
Volume 16, Nomor 1, Januari 2023 (1-7)
ISSN 1979-5645, e-ISSN 2503-4952

Transformasi Tata Kelola Wisata Bahari melalui Penguatan Destinasi dan Pemasaran Digital di Kabupaten Bone

Andi Muhammad Romi
Program Sarjana Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin
Email: andimuhammadromi24@gmail.com

Abstract

Marine tourism is a strategic sector with significant potential to stimulate regional economic growth, improve community welfare, and enhance the competitiveness of tourism destinations. Bone Regency, as one of the coastal regions in South Sulawesi Province, possesses various marine tourism resources that require adaptive and innovative governance to maximize their potential. This study aims to analyze the transformation of marine tourism governance in Bone Regency, focusing on marine tourism destination development and digital-based tourism marketing. The research employed a qualitative approach with a descriptive-analytical research design. Data were collected through interviews, observations, and documentation involving the Bone Regency Tourism Office, tourism destination managers, Tourism Awareness Groups (Pokdarwis), tourism business actors, and coastal communities. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings reveal that the Bone Regency Government has transformed marine tourism governance through the development of supporting infrastructure, improvement of tourism facilities, community empowerment, and the strengthening of Tourism Awareness Groups in destination management. Furthermore, digital tourism marketing has been implemented through the utilization of social media, websites, and other digital platforms to broaden destination promotion.

Keywords: T*ourism Governance; Marine Tourism; Digital Marketing; Collaborative Governance.*

Abstrak

Pariwisata bahari merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memperkuat daya saing destinasi wisata. Kabupaten Bone sebagai salah satu daerah pesisir di Provinsi Sulawesi Selatan memiliki berbagai potensi wisata bahari yang perlu dikelola secara optimal melalui tata kelola yang adaptif dan inovatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transformasi tata kelola wisata bahari di Kabupaten Bone yang difokuskan pada pengembangan destinasi wisata bahari dan pemasaran wisata berbasis digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif-analitis. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang melibatkan Dinas Pariwisata Kabupaten Bone, pengelola destinasi wisata, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), pelaku usaha pariwisata, dan masyarakat pesisir. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah Kabupaten Bone telah melakukan transformasi tata kelola wisata bahari melalui pembangunan infrastruktur pendukung, pengembangan fasilitas wisata, pemberdayaan masyarakat, serta penguatan peran Kelompok Sadar Wisata dalam pengelolaan destinasi. Selain itu, pemasaran wisata berbasis digital dilakukan melalui pemanfaatan media sosial, website, dan platform digital lainnya untuk memperluas promosi destinasi wisata Bahari.

Kata kunci: T*ata Kelola Pariwisata; Wisata Bahari; Pemasaran Digital; Collaborative Governance.*

PENDAHULUAN

Pariwisata telah berkembang menjadi salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi global karena mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan daerah, serta mendorong pertumbuhan sektor-sektor ekonomi lainnya. Dalam beberapa dekade terakhir, paradigma pembangunan pariwisata mengalami perubahan dari pendekatan yang berorientasi pada eksploitasi sumber daya menuju pembangunan pariwisata berkelanjutan (sustainable tourism development). Pendekatan ini menekankan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat lokal sehingga manfaat pembangunan dapat dirasakan secara berkelanjutan oleh generasi sekarang maupun generasi mendatang (UNWTO, 2018). Perubahan paradigma tersebut menuntut pemerintah untuk mengembangkan tata kelola pariwisata yang lebih adaptif, partisipatif, dan berbasis kolaborasi antarpemangku kepentingan.

Sebagai negara kepulauan terbesar di dunia, Indonesia memiliki keunggulan komparatif dalam pengembangan wisata bahari. Garis pantai yang mencapai lebih dari 99.000 kilometer serta kekayaan sumber daya pesisir dan laut menjadikan wisata bahari sebagai salah satu subsektor unggulan dalam pembangunan kepariwisataan nasional. Pemerintah Indonesia melalui berbagai kebijakan pembangunan pariwisata menempatkan wisata bahari sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata, memperkuat ekonomi lokal, serta mendorong pemerataan pembangunan wilayah pesisir. Pengembangan wisata bahari tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga diarahkan untuk mendukung konservasi lingkungan dan pemberdayaan masyarakat pesisir secara berkelanjutan.

Kabupaten Bone merupakan salah satu daerah di Provinsi Sulawesi Selatan yang memiliki potensi wisata bahari yang cukup besar. Dengan panjang garis pantai sekitar 138 kilometer, Kabupaten Bone memiliki berbagai destinasi wisata pesisir yang berpotensi menjadi destinasi unggulan daerah, seperti Tanjung Pallette, Pantai Angkue, Bajoe, dan Pulau Tangkulara. Potensi tersebut didukung oleh keindahan panorama alam pesisir, kekayaan budaya maritim masyarakat Bugis, serta keberadaan berbagai aktivitas ekonomi berbasis kelautan yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Namun demikian, besarnya potensi yang dimiliki belum sepenuhnya diikuti dengan pengelolaan yang optimal. Berbagai permasalahan masih dihadapi, seperti keterbatasan infrastruktur pendukung, lemahnya koordinasi antarinstansi, rendahnya kapasitas sumber daya manusia pariwisata, serta belum maksimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran destinasi wisata.

Dalam konteks pembangunan daerah, pemerintah memiliki peran sentral dalam mengembangkan sektor pariwisata melalui perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan berbagai program pembangunan. Dinas Pariwisata sebagai perangkat daerah bertanggung jawab dalam merumuskan kebijakan, membangun infrastruktur pendukung, memperkuat kapasitas masyarakat, serta mengembangkan sistem promosi destinasi yang efektif. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, strategi pengembangan pariwisata juga mengalami transformasi melalui pemanfaatan platform digital sebagai media promosi dan komunikasi dengan wisatawan. Digitalisasi pemasaran pariwisata menjadi kebutuhan yang tidak dapat dihindari karena perilaku wisatawan modern semakin bergantung pada teknologi digital dalam mencari informasi, menentukan destinasi, dan membagikan pengalaman wisata mereka.

Pengembangan wisata bahari pada era digital tidak lagi dapat dilakukan secara sektoral oleh pemerintah semata. Keberhasilan pembangunan pariwisata sangat dipengaruhi oleh kemampuan pemerintah dalam membangun kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk masyarakat, pelaku usaha, akademisi, media, dan komunitas lokal. Pendekatan collaborative governance menjadi relevan dalam menjelaskan pentingnya sinergi antaraktor dalam mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Melalui kolaborasi yang efektif, pengembangan wisata bahari tidak hanya mampu meningkatkan daya saing destinasi, tetapi juga memperkuat partisipasi masyarakat lokal dan menciptakan manfaat ekonomi yang lebih luas.

Meskipun Pemerintah Kabupaten Bone telah melakukan berbagai upaya dalam pengembangan wisata bahari melalui penguatan destinasi dan pemasaran berbasis digital, berbagai tantangan masih ditemukan dalam implementasinya. Keterbatasan anggaran, belum optimalnya koordinasi lintas sektor, rendahnya kapasitas sumber daya manusia digital, serta belum terintegrasinya sistem pemasaran wisata menjadi faktor yang memengaruhi efektivitas pengembangan wisata bahari. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transformasi tata kelola pariwisata masih memerlukan penguatan kelembagaan, inovasi kebijakan, dan peningkatan kolaborasi antar pemangku kepentingan.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transformasi tata kelola wisata bahari di Kabupaten Bone yang difokuskan pada dua aspek utama, yaitu pengembangan destinasi wisata bahari dan pengembangan pemasaran wisata berbasis digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian tata kelola pariwisata daerah serta memberikan rekomendasi praktis bagi pemerintah daerah dalam memperkuat pembangunan wisata bahari yang berdaya saing, inklusif, dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif-analitis. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai proses, dinamika, serta praktik tata kelola wisata bahari yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kabupaten Bone. Melalui pendekatan ini, penelitian tidak hanya berfokus pada hasil akhir kebijakan, tetapi juga pada interaksi antaraktor, proses pengambilan keputusan, dan implementasi strategi pengembangan pariwisata yang berlangsung di lapangan.

Lokasi penelitian dilaksanakan di Kabupaten Bone, Provinsi Sulawesi Selatan, dengan fokus utama pada Dinas Pariwisata Kabupaten Bone sebagai institusi yang bertanggung jawab dalam perumusan dan pelaksanaan kebijakan pengembangan pariwisata daerah. Selain itu, penelitian juga dilakukan pada beberapa destinasi wisata bahari yang menjadi prioritas pengembangan pemerintah daerah, seperti Tanjung Pallette dan Pantai Angkue, serta melibatkan kelompok masyarakat yang berpartisipasi dalam kegiatan pengelolaan wisata.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan yang dipilih secara purposive berdasarkan keterlibatan dan pemahamannya terhadap pengembangan wisata bahari di Kabupaten Bone. Informan penelitian meliputi pejabat Dinas Pariwisata Kabupaten Bone, pengelola destinasi wisata, anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), pelaku usaha pariwisata, serta masyarakat pesisir yang terlibat dalam kegiatan wisata bahari. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen resmi pemerintah, Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD), Rencana Strategis (Renstra)

Dinas Pariwisata, laporan kegiatan, data statistik kepariwisataan, serta berbagai literatur ilmiah yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi destinasi wisata bahari, fasilitas pendukung, aktivitas wisata, dan keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan wisata. Wawancara dilakukan secara mendalam untuk menggali informasi mengenai strategi pengembangan destinasi, pemasaran wisata berbasis digital, serta bentuk kolaborasi antar pemangku kepentingan dalam pengelolaan wisata bahari. Adapun dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian melalui pengumpulan berbagai dokumen kebijakan, laporan program, foto kegiatan, dan arsip pendukung lainnya.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan model analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih, memfokuskan, dan menyederhanakan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif yang disusun secara sistematis sesuai fokus penelitian. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan melalui proses interpretasi terhadap temuan-temuan penelitian untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai transformasi tata kelola wisata bahari di Kabupaten Bone.

Untuk menjamin validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan demikian, data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan dan memberikan gambaran yang objektif mengenai pengembangan destinasi dan pemasaran wisata bahari berbasis digital di Kabupaten Bone.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan Destinasi Wisata Bahari di Kabupaten Bone

Pengembangan destinasi wisata bahari merupakan salah satu strategi utama yang dilaksanakan Pemerintah Kabupaten Bone dalam meningkatkan daya saing sektor pariwisata daerah. Sebagai wilayah yang memiliki garis pantai yang cukup panjang serta kekayaan sumber daya pesisir dan laut, Kabupaten Bone memiliki potensi besar untuk mengembangkan wisata bahari sebagai sektor unggulan pembangunan daerah. Potensi tersebut terlihat dari keberadaan sejumlah destinasi wisata pesisir yang memiliki daya tarik alam, budaya, dan ekonomi, seperti Tanjung Pallette, Pantai Angkue, Pantai Tangkulara, dan kawasan pesisir Bajoe.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah Kabupaten Bone melalui Dinas Pariwisata telah melakukan berbagai upaya dalam mengembangkan destinasi wisata bahari. Upaya tersebut dilakukan melalui pembangunan dan perbaikan infrastruktur pendukung, peningkatan fasilitas wisata, pengembangan daya tarik wisata, serta pemberdayaan masyarakat lokal yang berada di sekitar kawasan wisata. Kebijakan ini menunjukkan bahwa pemerintah tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga berupaya menciptakan destinasi wisata yang mampu memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat.

Peningkatan infrastruktur menjadi salah satu fokus utama pemerintah daerah dalam mendukung pengembangan destinasi wisata bahari. Infrastruktur yang memadai merupakan prasyarat penting dalam

meningkatkan aksesibilitas wisatawan menuju destinasi wisata. Berbagai pembangunan seperti perbaikan jalan akses menuju kawasan wisata, penyediaan area parkir, pembangunan fasilitas sanitasi, tempat istirahat, serta sarana pendukung lainnya telah dilakukan untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan. Upaya tersebut sejalan dengan pandangan Hall (2011) yang menegaskan bahwa keberhasilan pengembangan destinasi wisata sangat dipengaruhi oleh kualitas infrastruktur yang mampu menghubungkan wisatawan dengan objek wisata secara efektif.

Selain pembangunan fisik, pemerintah daerah juga melakukan penguatan kapasitas masyarakat melalui pembentukan dan pembinaan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Keberadaan Pokdarwis menjadi instrumen penting dalam mewujudkan pengelolaan destinasi wisata yang berbasis masyarakat (community-based tourism). Melalui berbagai pelatihan dan pendampingan, masyarakat didorong untuk berpartisipasi dalam pengelolaan kawasan wisata, penyediaan jasa wisata, pengembangan usaha kuliner, serta produksi kerajinan lokal yang dapat menjadi daya tarik tambahan bagi wisatawan.

Partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata bahari menunjukkan bahwa pembangunan pariwisata tidak lagi bersifat sentralistik, melainkan mengedepankan pendekatan kolaboratif. Temuan ini sejalan dengan konsep collaborative governance yang dikemukakan oleh Emerson, Nabatchi, dan Balogh (2012), yang menjelaskan bahwa keberhasilan suatu kebijakan publik sangat ditentukan oleh keterlibatan berbagai aktor dalam proses perencanaan dan pelaksanaannya. Dalam konteks Kabupaten Bone, keterlibatan masyarakat menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan destinasi wisata serta memperkuat identitas budaya lokal yang menjadi daya tarik wisata.

Meskipun demikian, penelitian ini menemukan bahwa pengembangan destinasi wisata bahari masih menghadapi berbagai tantangan. Keterbatasan anggaran daerah menyebabkan beberapa program pengembangan destinasi belum dapat dilaksanakan secara optimal. Selain itu, terdapat kendala terkait status kepemilikan lahan, tumpang tindih kewenangan pengelolaan kawasan pesisir, serta masih terbatasnya fasilitas pendukung di beberapa destinasi wisata yang baru berkembang. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan destinasi wisata memerlukan sinergi yang lebih kuat antara pemerintah daerah, pemerintah pusat, masyarakat, dan sektor swasta agar pembangunan dapat berjalan secara berkelanjutan.

Pengembangan destinasi wisata bahari di Kabupaten Bone menunjukkan arah yang positif. Berbagai upaya yang dilakukan pemerintah daerah telah memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas destinasi wisata dan partisipasi masyarakat. Namun demikian, penguatan tata kelola kolaboratif, peningkatan investasi infrastruktur, serta pengembangan kapasitas sumber daya manusia masih menjadi agenda penting yang perlu terus diperkuat pada masa mendatang.

Pengembangan Pemasaran Wisata Bahari Berbasis Digital

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola pemasaran destinasi wisata di berbagai daerah, termasuk Kabupaten Bone. Jika sebelumnya promosi wisata lebih banyak dilakukan melalui media konvensional, saat ini pemasaran wisata semakin bergantung pada pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana komunikasi yang efektif, efisien, dan memiliki jangkauan yang lebih luas. Kondisi tersebut mendorong Pemerintah Kabupaten Bone untuk melakukan transformasi pemasaran wisata melalui pemanfaatan berbagai platform digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Bone telah mengembangkan berbagai strategi pemasaran digital untuk memperkenalkan destinasi wisata bahari kepada masyarakat luas. Strategi tersebut dilakukan melalui pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan laman resmi pemerintah daerah. Selain itu, pemerintah juga mengembangkan aplikasi dan platform digital yang menyediakan informasi mengenai destinasi wisata, fasilitas pendukung, agenda kegiatan wisata, serta berbagai informasi lain yang dibutuhkan wisatawan.

Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran wisata memberikan berbagai keuntungan bagi pemerintah daerah. Media digital memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, luas, dan relatif murah dibandingkan dengan promosi konvensional. Selain itu, teknologi digital juga memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara pengelola destinasi dengan wisatawan, sehingga pemerintah dapat memperoleh umpan balik yang berguna untuk meningkatkan kualitas layanan wisata.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial menjadi instrumen promosi yang paling efektif dalam memperkenalkan destinasi wisata bahari Kabupaten Bone. Konten berupa foto, video, dan informasi mengenai keindahan destinasi wisata mampu menarik perhatian masyarakat serta meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung. Fenomena ini sejalan dengan konsep *smart tourism* yang dikemukakan oleh Gretzel et al. (2015), yang menjelaskan bahwa teknologi digital telah menjadi bagian penting dalam sistem pengelolaan dan pemasaran destinasi wisata modern.

Selain sebagai media promosi, teknologi digital juga dimanfaatkan sebagai sarana pengumpulan data dan informasi wisatawan. Pemerintah mulai mengembangkan sistem pendataan pengunjung dan survei kepuasan wisatawan secara daring sebagai dasar dalam penyusunan kebijakan pengembangan pariwisata. Pendekatan ini menunjukkan adanya pergeseran menuju tata kelola pariwisata berbasis data (data-driven tourism governance) yang lebih responsif terhadap kebutuhan wisatawan.

Meskipun demikian, implementasi pemasaran digital di Kabupaten Bone masih menghadapi beberapa kendala. Keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi di bidang teknologi informasi menjadi tantangan utama dalam pengelolaan platform digital. Selain itu, keterbatasan jaringan internet di beberapa kawasan pesisir serta belum optimalnya pembaruan konten promosi menyebabkan efektivitas pemasaran digital belum sepenuhnya maksimal.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, pemerintah daerah mulai menjalin kerja sama dengan perguruan tinggi, komunitas kreatif, dan kelompok pemuda dalam pengembangan konten digital pariwisata. Kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan kualitas promosi wisata, tetapi juga memperkuat partisipasi masyarakat dalam pembangunan sektor pariwisata. Strategi tersebut mencerminkan penerapan model pentahelix yang melibatkan pemerintah, akademisi, dunia usaha, komunitas, dan media dalam pengembangan pariwisata daerah.

Dengan demikian, transformasi pemasaran wisata bahari berbasis digital di Kabupaten Bone menunjukkan adanya perubahan paradigma dalam tata kelola pariwisata daerah. Pemanfaatan teknologi informasi tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan destinasi, memperluas partisipasi masyarakat, dan memperkuat daya saing wisata bahari Kabupaten Bone di tingkat regional maupun nasional.

KESIMPULAN

Transformasi tata kelola wisata bahari di Kabupaten Bone dilaksanakan melalui dua

strategi utama, yaitu pengembangan destinasi wisata bahari dan pengembangan pemasaran wisata berbasis digital. Pada aspek pengembangan destinasi, Pemerintah Kabupaten Bone melalui Dinas Pariwisata telah melakukan berbagai upaya berupa peningkatan infrastruktur pendukung, pengembangan fasilitas wisata, pembinaan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), serta pemberdayaan masyarakat pesisir dalam pengelolaan destinasi wisata. Upaya tersebut menunjukkan komitmen pemerintah daerah dalam menjadikan wisata bahari sebagai sektor unggulan yang mampu meningkatkan perekonomian masyarakat sekaligus menjaga keberlanjutan sumber daya pesisir.

Pada aspek pemasaran, pemerintah daerah telah memanfaatkan teknologi informasi melalui penggunaan media sosial, website resmi, dan berbagai platform digital sebagai sarana promosi destinasi wisata bahari. Strategi pemasaran digital tersebut terbukti mampu memperluas jangkauan informasi, meningkatkan visibilitas destinasi wisata, serta mendukung upaya pembangunan citra pariwisata Kabupaten Bone. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital juga mulai diarahkan untuk mendukung pengelolaan data wisatawan dan pengambilan keputusan yang lebih berbasis informasi.

DAFTAR PUSTAKA

Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. Journal of Sustainable Tourism, 19(4–5), 411–421. https://doi.org/10.1080/09669582.2011.580586

Emerson, K., Nabatchi, T., & Balogh, S. (2012). An integrative framework for collaborative governance. Journal of Public Administration Research and Theory, 22(1), 1–29. https://doi.org/10.1093/jopart/mur011

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. Electronic Markets, 25(3), 179–188. https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8

Hall, C. M. (2011). A typology of governance and its implications for tourism policy analysis. Journal of Sustainable Tourism, 19(4–5), 437–457. https://doi.org/10.1080/09669582.2011.570346

Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). Marketing for hospitality and tourism (7th ed.). Pearson Education.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.). Sage Publications.

Provan, K. G., & Kenis, P. (2008). Modes of network governance: Structure, management, and effectiveness. Journal of Public Administration Research and Theory, 18(2), 229–252. https://doi.org/10.1093/jopart/mum015

United Nations World Tourism Organization. (2018). Tourism for development: Key areas for action. UNWTO. https://doi.org/10.18111/9789284419401

Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2017). Big data analytics, tourism design and smart tourism. Journal of Tourism Futures, 3(2), 85–98. https://doi.org/10.1108/JTF-12-2016-0058

Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods (6th ed.). Sage Publications.