

Pariwisata Domestik sebagai Penyelamat Industri: Strategi dan Implementasi di Indonesia

Muhammad Rahmad¹, Azkia Exsantia Putri²

¹Institut Pariwisata Trisakti

¹ muhammadrahmad@iptrisantia.ac.id ; ² azkia.putri@student.stptrisantia.ac.id

Abstrak

Pariwisata domestik telah menjadi penopang utama keberlangsungan industri pariwisata di tengah krisis global, khususnya pada masa pandemi COVID-19 yang memaksa penurunan drastis kunjungan wisatawan mancanegara. Artikel ini bertujuan menganalisis peran pariwisata domestik sebagai penyelamat industri pariwisata melalui tinjauan strategi dan implementasinya di Indonesia dan berbagai negara berdasarkan literatur terbaru (2021–2025). Hasil kajian menunjukkan bahwa strategi penguatan pariwisata domestik mencakup diversifikasi produk wisata lokal, digitalisasi promosi dan layanan, pemberian insentif perjalanan, serta kebijakan berbasis keberlanjutan (ScienceDirect, 2024; Tandfonline, 2023; STP Mataram, 2025). Implementasi di berbagai daerah—termasuk program "Work from Bali", pengembangan desa wisata, dan pariwisata inklusif—memperlihatkan keberhasilan dalam menggerakkan perekonomian lokal, meningkatkan okupansi hotel, serta memperluas lapangan kerja (PNB Repository, 2025; Nalanda Journal, 2023; Universitas Dumai, 2024). Namun, sejumlah tantangan masih muncul, meliputi keterbatasan infrastruktur, rendahnya literasi digital pelaku usaha, dan ketidakmerataan distribusi kunjungan wisatawan. Artikel ini merekomendasikan model kolaborasi multipihak antara pemerintah, swasta, akademisi, dan komunitas lokal, yang didukung oleh *roadmap* nasional pariwisata domestik yang terintegrasi dengan agenda pembangunan berkelanjutan (SDG 8 dan SDG 11).

Kata Kunci: *pariwisata domestik; pemulihan industri pariwisata; digitalisasi pariwisata; desa wisata; pariwisata berkelanjutan*

1. Pendahuluan

Pariwisata merupakan sektor strategis yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, baik di tingkat global maupun nasional. Di Indonesia, data BPS (2023) menunjukkan bahwa sektor pariwisata menyumbang lebih dari 4% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta membuka jutaan lapangan kerja di berbagai subsektor. Namun, pandemi COVID-19 pada 2020 menjadi titik balik yang menimbulkan krisis mendalam bagi industri ini. Pembatasan perjalanan internasional mengakibatkan jumlah wisatawan mancanegara menurun drastis, sehingga banyak negara yang bergantung pada pasar global mengalami kontraksi ekonomi yang tajam di sektor pariwisata (ScienceDirect, 2024; Tandfonline, 2023). Dalam konteks ini, pariwisata domestik hadir sebagai penyelamat yang memungkinkan industri tetap bertahan dengan mengandalkan pergerakan wisatawan lokal.

Pariwisata domestik (*domestic tourism*) mengacu pada aktivitas perjalanan wisata yang dilakukan oleh penduduk suatu negara di dalam wilayah negaranya sendiri (GTG, 2021). Perannya semakin krusial ketika pasar internasional terganggu, karena pergerakan wisatawan domestik relatif lebih fleksibel dan tidak terikat pada regulasi lintas negara yang

kompleks. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa pariwisata domestik menjadi strategi utama dalam menjaga keberlangsungan usaha pariwisata, baik pada skala makro melalui peningkatan pendapatan daerah, maupun pada skala mikro dengan menopang usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor pariwisata (GPP Journal, 2024; JoTS, 2021).

Di Indonesia, pergeseran fokus ke pariwisata domestik menjadi strategi yang tidak terelakkan. Berdasarkan laporan Kemenparekraf (2022), jumlah perjalanan wisatawan domestik mencapai lebih dari 500 juta perjalanan pada tahun pemulihan pascapandemi, jauh melampaui angka kunjungan wisatawan mancanegara yang hanya sekitar 5,8 juta. Data ini menegaskan bahwa pasar domestik merupakan tulang punggung utama industri pariwisata Indonesia. Pemerintah pun meluncurkan berbagai program untuk mendorong wisatawan lokal berkunjung ke destinasi dalam negeri, seperti pengembangan desa wisata, promosi berbasis digital, hingga pemberian insentif perjalanan (PNB Repository, 2025; Nalanda Journal, 2023).

Meskipun demikian, optimalisasi pariwisata domestik masih menghadapi hambatan struktural, antara lain keterbatasan infrastruktur, rendahnya daya beli sebagian masyarakat, dan variasi kualitas layanan antardestiasi. Oleh karena itu, analisis mengenai strategi dan implementasi pariwisata domestik penting dilakukan untuk memahami bagaimana sektor ini dapat berfungsi sebagai penyelamat industri sekaligus pilar keberlanjutan pariwisata nasional. Artikel ini bertujuan untuk: (1) mengkaji konsep dan peran pariwisata domestik dalam ekosistem pariwisata nasional; (2) mengidentifikasi strategi-strategi utama pengembangan pariwisata domestik; (3) menganalisis implementasi nyata di berbagai daerah di Indonesia; serta (4) merumuskan rekomendasi model kolaborasi yang efektif untuk penguatan pariwisata domestik jangka panjang.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Konsep dan Kontribusi Pariwisata Domestik

Pariwisata domestik merupakan bentuk pariwisata yang dilakukan oleh penduduk suatu negara di dalam wilayah negaranya sendiri, mencakup perjalanan untuk tujuan rekreasi, budaya, pendidikan, maupun bisnis tanpa melewati perbatasan internasional (GTG, 2021). Berbeda dengan pariwisata internasional yang bergantung pada arus wisatawan mancanegara, pariwisata domestik beroperasi dalam ekosistem yang lebih terlindungi dari guncangan eksternal, sehingga memiliki resiliensi yang lebih tinggi terhadap krisis global.

Secara global, pariwisata domestik memberikan kontribusi yang sangat fundamental bagi industri pariwisata. Menurut kajian Organisasi Pariwisata Dunia (UNWTO), lebih dari 70% aktivitas perjalanan wisata yang terjadi setiap tahun merupakan perjalanan domestik, bukan internasional (IJASTE, 2021). Statistik ini menunjukkan bahwa pasar domestik memiliki peranan yang tidak dapat diabaikan dalam menjaga stabilitas industri pariwisata, khususnya ketika terjadi krisis yang membatasi mobilitas antarnegara. GPP Journal (2024) menambahkan bahwa wisatawan domestik cenderung lebih mengenal budaya, bahasa, dan karakteristik sosial destinasi yang dikunjungi, sehingga interaksi dengan masyarakat lokal berlangsung lebih intensif dan memberikan *multiplier effect* yang lebih besar bagi perekonomian daerah.

Dimensi sosial dan budaya pariwisata domestik juga tidak kalah pentingnya. JoTS (2021) menekankan bahwa kunjungan wisatawan lokal ke destinasi bersejarah, budaya, atau edukatif

dapat meningkatkan rasa nasionalisme, memperkuat identitas budaya bangsa, dan mendorong generasi muda untuk mengenal kekayaan warisan leluhur. IJASTE (2021) menguatkan argumen ini dengan menunjukkan bahwa pariwisata domestik berperan sebagai instrumen pembangunan karakter bangsa, di mana perjalanan wisata dalam negeri menjadi sarana pembelajaran budaya yang efektif bagi berbagai kalangan usia.

2.2 Pariwisata Domestik dan Pemulihan Pascapandemi

Pandemi COVID-19 secara dramatis memperlihatkan betapa pentingnya pariwisata domestik sebagai penyangga industri pariwisata ketika arus wisatawan mancanegara terhenti. ScienceDirect (2024) mengkaji strategi pemulihan pariwisata domestik pascapandemi dan menemukan bahwa negara-negara yang secara proaktif memfokuskan kebijakan pariwisatanya pada pasar domestik mampu memulihkan industri mereka lebih cepat dibandingkan yang terlalu bergantung pada wisatawan internasional. Tandfonline (2023) memperkuat temuan ini dengan menganalisis kebijakan pariwisata domestik di berbagai negara, menyimpulkan bahwa insentif perjalanan domestik yang tepat sasaran terbukti efektif meningkatkan pergerakan wisatawan lokal pada periode pemulihan.

IJEBM (2022) mengkaji model ekowisata domestik sebagai strategi berkelanjutan, menemukan bahwa program ekowisata yang dikelola secara komunitas tidak hanya mampu mendistribusikan arus wisatawan ke destinasi alternatif, tetapi juga mendorong kesadaran lingkungan dan konservasi alam. Di Indonesia, PARIS (2022) mengembangkan kerangka keberlanjutan pariwisata domestik yang mengintegrasikan dimensi ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan dalam satu pendekatan holistik yang dapat diadaptasi oleh berbagai pemangku kepentingan.

2.3 Digitalisasi sebagai Akselerator Pariwisata Domestik

Digitalisasi telah menjadi katalis utama dalam pengembangan pariwisata domestik di era pascapandemi. STP Mataram (2025) menganalisis strategi pengembangan pariwisata domestik di era digital dan menemukan bahwa destinasi yang secara aktif memanfaatkan platform digital untuk promosi, reservasi, dan pelayanan menunjukkan pertumbuhan kunjungan wisatawan domestik yang lebih tinggi. The Journalish (2024) menunjukkan bahwa platform digital—termasuk aplikasi reservasi online, media sosial, dan pemasaran melalui *influencer* lokal—menjadi sarana efektif yang memperluas jangkauan promosi sekaligus mempermudah wisatawan domestik dalam mengakses informasi dan layanan wisata.

Universitas Dumai (2024) mengkaji implementasi pariwisata domestik berbasis inklusivitas dan digitalisasi, menekankan bahwa digitalisasi tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperluas aksesibilitas layanan wisata bagi kelompok yang sebelumnya tersisih dari ekosistem pariwisata modern. Temuan ini relevan dalam konteks Indonesia yang memiliki keberagaman geografis dan demografi yang luas, di mana teknologi digital dapat menjembatani kesenjangan akses informasi wisata antara wilayah perkotaan dan pedesaan.

3. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode tinjauan literatur sistematis. Sumber data mencakup artikel jurnal ilmiah nasional dan internasional, laporan pemerintah, dan hasil penelitian akademik yang relevan dengan tema pariwisata domestik, strategi pemulihan pariwisata, dan pembangunan pariwisata berkelanjutan. Kriteria inklusi meliputi: (a) relevansi tematik yang tinggi dengan pariwisata domestik dan pemulihan industri pariwisata; (b) diterbitkan dalam rentang waktu 2021–2025 untuk memastikan kemutakhiran informasi; dan (c) tersedia dalam bentuk naskah lengkap yang dapat diakses. Analisis dilakukan secara tematik dengan mengidentifikasi pola kesamaan, perbedaan, dan kesenjangan di antara berbagai sumber, kemudian disintesis ke dalam narasi analitik yang komprehensif. Studi kasus dari berbagai destinasi di Indonesia, termasuk Bali, Lombok, Yogyakarta, dan kawasan desa wisata lainnya, digunakan sebagai ilustrasi kontekstual untuk memperkuat temuan teoritis.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Konsep Pariwisata Domestik sebagai Fondasi Resiliensi Industri

Pariwisata domestik tidak hanya berfungsi sebagai alternatif sementara ketika perjalanan internasional terhambat, tetapi merupakan fondasi fundamental yang menentukan resiliensi industri pariwisata secara keseluruhan. GTG (2021) menegaskan bahwa dalam kondisi normal, perjalanan domestik mendominasi total pergerakan wisata global, sedangkan dalam kondisi krisis, pariwisata domestik menjadi satu-satunya roda penggerak industri yang masih dapat berputar. Fakta bahwa lebih dari 70% aktivitas perjalanan wisata global bersifat domestik (IJASTE, 2021) seharusnya menjadi dasar argumen yang kuat bahwa investasi dalam penguatan pariwisata domestik adalah prioritas strategis, bukan hanya respons reaktif terhadap krisis.

Di Indonesia, realitas ini semakin jelas terlihat dari data pascapandemi. Ketika wisatawan mancanegara hanya berjumlah sekitar 5,8 juta pada tahun pemulihan, wisatawan domestik mencatatkan lebih dari 500 juta perjalanan (Kemenparekraf, 2022). Perbedaan skala yang sangat besar ini memperlihatkan bahwa pasar domestik merupakan kekuatan riil yang menjadi tulang punggung industri pariwisata nasional. GPP Journal (2024) memperkuat temuan ini dengan membuktikan bahwa pariwisata domestik memberikan *multiplier effect* yang lebih besar bagi perekonomian lokal karena pengeluaran wisatawan domestik cenderung lebih terdistribusi ke berbagai segmen ekonomi, mulai dari transportasi, akomodasi, kuliner, hingga produk kerajinan lokal.

4.2 Strategi Pengembangan Pariwisata Domestik

Strategi pengembangan pariwisata domestik yang efektif mencakup empat pilar yang saling melengkapi dan memperkuat.

Pilar Pertama: Diversifikasi Produk Wisata. Diversifikasi produk wisata domestik menjadi strategi yang paling fundamental dalam memperluas daya tarik pariwisata domestik bagi berbagai segmen wisatawan. STP Mataram (2025) menunjukkan bahwa destinasi yang menawarkan variasi produk—mulai dari wisata alam, budaya, kuliner, ekowisata, hingga

wellness tourism—mampu menjangkau segmen wisatawan yang lebih luas dan mendorong kunjungan ulang. Diversifikasi ini juga berkontribusi pada pemerataan kunjungan ke destinasi di luar pusat wisata utama, sehingga mencegah konsentrasi wisatawan yang dapat merusak daya dukung lingkungan dan sosial (PARIS, 2022).

IJEBM (2022) secara khusus menyoroti ekowisata sebagai bentuk diversifikasi yang strategis, karena selain menarik minat wisatawan yang semakin sadar lingkungan, ekowisata juga mendistribusikan arus kunjungan ke kawasan-kawasan yang sebelumnya kurang terjamah. Hal ini sekaligus mengurangi tekanan terhadap destinasi-destinasi populer yang rentan terhadap fenomena *overtourism* ketika kunjungan kembali meningkat.

Pilar Kedua: Digitalisasi Pariwisata. Digitalisasi pariwisata menjadi strategi yang paling relevan dengan pola perilaku wisatawan pascapandemi yang semakin bergantung pada teknologi digital dalam setiap tahap perjalanan mereka. ScienceDirect (2024) menegaskan bahwa adopsi platform digital tidak hanya memperkuat daya saing destinasi, tetapi juga meningkatkan pengalaman wisatawan melalui kemudahan akses informasi, transparansi harga, dan kelancaran transaksi. The Journalish (2024) membuktikan bahwa pemanfaatan media sosial dan *influencer marketing* lokal secara signifikan meningkatkan visibilitas destinasi domestik di pasar wisatawan lokal yang dominan menggunakan platform digital sebagai sumber informasi perjalanan pertama mereka.

STP Mataram (2025) menambahkan bahwa digitalisasi bukan sekadar mengalihkan promosi dari media konvensional ke digital, melainkan mencakup transformasi menyeluruh dalam pengelolaan destinasi—mulai dari sistem reservasi yang terintegrasi, pengelolaan data wisatawan, hingga penyediaan layanan *virtual tour* yang memungkinkan wisatawan menjelajahi destinasi secara virtual sebelum memutuskan untuk berkunjung secara fisik.

Pilar Ketiga: Insentif Perjalanan Domestik. Pemberian insentif perjalanan domestik merupakan strategi kebijakan yang terbukti efektif dalam mendorong pergerakan wisatawan lokal, terutama pada periode pemulihan. Tandfonline (2023) mengkaji kebijakan insentif pariwisata domestik di berbagai negara dan menyimpulkan bahwa kombinasi diskon tiket transportasi, voucher hotel, dan subsidi paket wisata mampu mengakselerasi pemulihan industri pariwisata dengan menstimulasi permintaan wisatawan yang sempat surut akibat krisis. IPB International (2022) menambahkan bahwa insentif fiskal seperti keringanan pajak bagi UMKM pariwisata juga berperan penting dalam menjaga kelangsungan usaha pariwisata skala kecil yang menjadi mayoritas pelaku industri di Indonesia.

Pilar Keempat: Kebijakan Berbasis Keberlanjutan. PARIS (2022) menegaskan bahwa pengembangan pariwisata domestik yang berkelanjutan memerlukan kerangka kebijakan yang mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan secara simultan. Strategi berbasis keberlanjutan—seperti pengelolaan daya dukung destinasi, pemberdayaan masyarakat lokal, dan konservasi warisan budaya—tidak hanya memastikan keberlangsungan manfaat ekonomi jangka panjang, tetapi juga membangun ekosistem pariwisata yang lebih tangguh terhadap berbagai bentuk krisis di masa mendatang.

4.3 Implementasi Pariwisata Domestik di Indonesia

Implementasi strategi pariwisata domestik di berbagai daerah di Indonesia menunjukkan keberhasilan yang dapat dijadikan acuan replikasi, sekaligus mengungkap tantangan-tantangan yang masih perlu diatasi.

Program "Work from Bali". Program "Work from Bali" merupakan salah satu inovasi implementasi pariwisata domestik yang paling menonjol di Indonesia pascapandemi. Program ini secara cerdas memanfaatkan tren kerja jarak jauh (*remote working*) yang meningkat pesat selama pandemi dengan mendorong wisatawan domestik—khususnya pekerja profesional dan aparatur sipil negara—untuk bekerja dari Bali sambil menikmati pengalaman wisata. PNB Repository (2025) melaporkan bahwa program ini berdampak positif secara terukur terhadap peningkatan okupansi hotel, percepatan perputaran ekonomi, serta keberlangsungan usaha kecil dan menengah di sekitar destinasi Bali. Program ini mencontohkan bagaimana kreativitas dalam desain produk wisata dapat menciptakan permintaan yang stabil bahkan dari segmen wisatawan yang sebelumnya tidak teridentifikasi sebagai wisatawan tradisional.

Pengembangan Desa Wisata. Pengembangan desa wisata menjadi strategi implementasi pariwisata domestik yang berkelanjutan dan inklusif di berbagai wilayah Indonesia. Nalanda Journal (2023) mengkaji pengembangan desa wisata di Lombok dan sekitarnya, menemukan bahwa model ini memberikan ruang bagi masyarakat lokal untuk terlibat langsung dalam penyediaan produk dan jasa wisata sebagai aktor utama, bukan sekadar penerima manfaat pasif. Implementasi ini tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat secara langsung, tetapi juga memperkuat identitas budaya lokal melalui preservasi tradisi dan kearifan lokal yang dikemas menjadi atraksi wisata autentik.

Contoh konkret dapat dilihat pada pengelolaan Desa Wisata Nglanggeran di Gunungkidul, DIY, yang memperlihatkan bagaimana masyarakat lokal dapat menjadi aktor utama dalam pengelolaan destinasi berbasis kearifan lokal. JoTS (2021) menegaskan bahwa partisipasi masyarakat dalam pariwisata domestik meningkatkan rasa kepemilikan sosial terhadap destinasi, yang pada gilirannya memperkuat komitmen komunitas dalam menjaga keberlanjutan program wisata jangka panjang.

Digitalisasi Pariwisata Daerah. Implementasi digitalisasi dalam pariwisata domestik semakin masif terlihat di berbagai daerah. The Journalish (2024) menjelaskan bahwa platform digital seperti aplikasi reservasi online, promosi berbasis media sosial, hingga pemasaran melalui *influencer* lokal menjadi sarana efektif dalam menarik minat wisatawan domestik dan memperluas jangkauan promosi destinasi daerah ke pasar nasional yang lebih luas. Digitalisasi ini juga memudahkan wisatawan dalam mengakses informasi, membandingkan pilihan, dan melakukan pemesanan layanan wisata tanpa hambatan geografis.

Universitas Dumai (2024) mengkaji dimensi inklusivitas dalam digitalisasi pariwisata domestik, menekankan bahwa destinasi wisata yang ramah bagi semua kalangan—termasuk penyandang disabilitas dan kelompok rentan—yang diintegrasikan dengan layanan digital yang mudah diakses, mampu meningkatkan partisipasi masyarakat luas dalam aktivitas pariwisata. Dengan menyediakan fasilitas aksesibilitas yang memadai sekaligus memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau wisatawan dengan kebutuhan khusus, destinasi dapat memperluas basis wisatawan domestik secara signifikan.

4.4 Dampak Multidimensi Pariwisata Domestik

Pariwisata domestik memberikan dampak yang bersifat multidimensi, mencakup aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan yang saling berkaitan.

Dampak Ekonomi. Dari aspek ekonomi, pariwisata domestik terbukti mampu menjaga stabilitas pendapatan pelaku usaha, meningkatkan tingkat hunian akomodasi, serta memberikan *multiplier effect* bagi sektor transportasi, kuliner, dan UMKM (GTG, 2021; GPP Journal, 2024). Sebagai contoh, program "Visit Jogja" berhasil meningkatkan rata-rata okupansi hotel di Yogyakarta hingga 60% pada tahun 2022, terutama berkat kunjungan wisatawan domestik yang memenuhi kekosongan yang ditinggalkan oleh absennya wisatawan mancanegara.

Dampak Sosial. Dari aspek sosial, pariwisata domestik memperkuat keterlibatan masyarakat lokal melalui pengembangan desa wisata dan produk budaya, mendorong tumbuhnya rasa bangga terhadap identitas lokal sekaligus mempererat solidaritas komunitas. JoTS (2021) menekankan bahwa partisipasi aktif masyarakat dalam pariwisata domestik menciptakan rasa kepemilikan sosial terhadap destinasi yang menjamin keberlanjutan pengelolaan jangka panjang.

Dampak Budaya. Pariwisata domestik turut melestarikan tradisi, seni, dan kearifan lokal dengan menjadikannya daya tarik wisata yang bernilai ekonomi. IJASTE (2021) menunjukkan bahwa generasi muda yang berwisata ke destinasi domestik bersejarah dan berbudaya berkesempatan mengenal warisan budaya bangsanya secara langsung, sehingga nilai-nilai lokal dapat diwariskan lintas generasi dengan cara yang menyenangkan dan bermakna. Festival Danau Toba, yang tetap bertahan meskipun kunjungan wisatawan mancanegara sempat menurun, merupakan contoh konkret bagaimana dukungan wisatawan domestik dapat mempertahankan penyelenggaraan event budaya yang penting.

Dampak Lingkungan. Kajian IJEBM (2022) menunjukkan bahwa program ekowisata domestik di beberapa daerah mampu mendistribusikan wisatawan ke lokasi-lokasi alternatif, sehingga mengurangi tekanan terhadap destinasi-destinasi unggulan yang rentan terhadap kerusakan ekologis akibat kunjungan yang berlebihan. Pengarahan wisatawan domestik ke area pendukung di kawasan seperti Taman Nasional Bromo Tengger Semeru merupakan contoh pengelolaan yang cerdas untuk menjaga daya dukung kawasan inti.

4.5 Model Kolaborasi Multipihak untuk Penguatan Pariwisata Domestik

Pengembangan pariwisata domestik yang efektif dan berkelanjutan memerlukan model kolaborasi multipihak yang sinergis, karena tidak ada satu pihak pun yang memiliki kapasitas untuk mengelola kompleksitasnya secara mandiri.

Pemerintah pusat dan daerah harus berperan sebagai regulator sekaligus fasilitator yang menyediakan infrastruktur dasar, menetapkan standar mutu layanan, serta melakukan promosi pariwisata domestik secara nasional. Sektor swasta berperan dalam inovasi produk wisata, penyediaan layanan akomodasi berkualitas, dan pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing. Komunitas lokal harus dilibatkan dalam setiap tahapan perencanaan, implementasi, hingga evaluasi, agar manfaat pariwisata domestik dapat dirasakan

secara langsung dan merata oleh masyarakat yang menjadi tuan rumah destinasi (Nalanda Journal, 2023).

Lembaga pendidikan dan riset juga memegang peran yang tidak kalah penting. Kolaborasi antara universitas dan desa wisata, misalnya, dapat menghasilkan program pemberdayaan masyarakat berbasis riset yang meningkatkan kualitas layanan wisata secara terukur sekaligus menghasilkan pengetahuan akademik yang relevan. Model kolaborasi ini perlu diintegrasikan dengan agenda pembangunan berkelanjutan, khususnya kaitannya dengan SDG 8 (pertumbuhan ekonomi inklusif dan lapangan kerja yang layak) dan SDG 11 (kota dan komunitas yang berkelanjutan), untuk memastikan bahwa pengembangan pariwisata domestik memberikan kontribusi nyata pada tujuan pembangunan nasional jangka panjang.

5. Kesimpulan dan Rekomendasi

5.1 Simpulan

Pariwisata domestik terbukti menjadi pilar yang sangat penting dalam menjaga keberlangsungan industri pariwisata Indonesia, terutama pada periode krisis seperti pandemi COVID-19. Melalui strategi penguatan destinasi berbasis komunitas, digitalisasi layanan dan promosi, diversifikasi produk wisata, serta kebijakan berbasis keberlanjutan, pariwisata domestik tidak hanya mampu memulihkan industri pariwisata dalam jangka pendek, tetapi juga memperkuat fondasi pembangunan ekonomi daerah dalam jangka panjang (ScienceDirect, 2024; GPP Journal, 2024; PARIS, 2022).

Namun, implementasinya masih menghadapi tantangan struktural berupa keterbatasan infrastruktur di destinasi berkembang, rendahnya literasi digital pelaku usaha kecil, serta ketidakmerataan distribusi manfaat pariwisata antarwilayah. Oleh karena itu, model kolaborasi multipihak yang melibatkan pemerintah, sektor swasta, akademisi, dan komunitas lokal secara sinergis merupakan prasyarat mutlak bagi keberhasilan pengembangan pariwisata domestik yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan perencanaan yang jelas, dukungan kebijakan yang konsisten, dan inovasi yang adaptif, pariwisata domestik dapat berfungsi bukan sekadar sebagai "penyelamat sementara" dalam situasi krisis, melainkan sebagai fondasi jangka panjang bagi pariwisata Indonesia yang tangguh, inklusif, dan berdaya saing global (Tandfonline, 2023; JoTS, 2021).

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis, artikel ini merumuskan lima rekomendasi strategis untuk penguatan pariwisata domestik Indonesia.

Pertama, penyusunan *roadmap* nasional pariwisata domestik yang terintegrasi dengan kebijakan pembangunan daerah dan agenda SDGs, sehingga pengembangan pariwisata domestik memiliki arah yang jelas dan terukur (PARIS, 2022).

Kedua, peningkatan literasi digital pelaku pariwisata—khususnya UMKM dan pengelola desa wisata—agar mampu memanfaatkan platform daring untuk promosi, pemasaran, dan pengelolaan layanan secara lebih efektif dan efisien (STP Mataram, 2025; The Journalish, 2024).

Ketiga, penerapan sistem monitoring dan evaluasi berbasis indikator keberlanjutan yang mencakup dimensi ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan secara komprehensif, sehingga dampak pariwisata domestik dapat diukur, dilaporkan, dan diperbaiki secara berkelanjutan.

Keempat, pengembangan skema insentif fiskal yang tepat sasaran untuk mendukung inovasi destinasi wisata domestik, khususnya yang dikelola oleh UMKM dan komunitas lokal yang memiliki keterbatasan modal namun potensi produk yang tinggi (IPB International, 2022).

Kelima, integrasi pariwisata domestik dengan pariwisata internasional melalui strategi promosi *hybrid*, sehingga wisatawan domestik dapat menjadi agen promosi organik yang efektif bagi wisatawan mancanegara di era media sosial yang semakin dominan (ScienceDirect, 2024).

Daftar Pustaka

BPS. (2023). *Statistik pariwisata Indonesia 2023*. Badan Pusat Statistik.

GPP Journal. (2024). Domestic tourism and sustainable recovery post-pandemic. *International Journal of Research on Vocational Education and Society*, 1(1), 202. <https://journal.gpp.or.id/index.php/ijrvocas/article/download/46/202>

GTG. (2021). Domestic tourism as a driver for local economies. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 2(spl), 696. <http://gtg.webhost.uoradea.ro/PDF/GTG-2spl-2021/gtg.362spl14-696.pdf>

IJASTE. (2021). Domestic tourism trends and resilience. *International Journal of Applied Science, Tourism, and Engineering*, 1(2), 114. <https://ojs2.pnb.ac.id/index.php/IJASTE/article/download/129/114>

IJEBM. (2022). Ecotourism and domestic tourism: A sustainable model. *International Journal of Economics and Business Management*, 1(4), 259. https://www.academia.edu/download/89226359/IJEBM_01_july_august_2022.pdf

IPB International. (2022). *Domestic tourism sustainability framework: Policy and incentive design*. IPB International.

JoTS. (2021). The role of domestic tourism in cultural preservation. *Journal of Tourism Studies*, 1(2), 109. <https://www.jots.cz/index.php/JoTS/article/download/274/109>

Kemendparekraf. (2022). *Laporan kinerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2022*. Kemendparekraf.

Nalanda Journal. (2023). Pengembangan desa wisata sebagai strategi implementasi domestic tourism. *Jurnal Tuturan*, 2(1), 121. <https://e-journal.nalanda.ac.id/index.php/TUTURAN/article/download/118/121>

PARIS. (2022). Domestic tourism sustainability framework. *PARIS: Jurnal Pariwisata*, 1(1), 1. <https://paris.ipb-intl.ac.id/index.php/paris/article/download/1/1>

PNB Repository. (2025). Implementasi program "Work from Bali" sebagai strategi pemulihan pariwisata. *Politeknik Negeri Bali Repository*.
<http://repository.pnb.ac.id/id/eprint/13384/>

ScienceDirect. (2024). Domestic tourism recovery strategies post COVID-19. *Journal of Destination Marketing & Management*, 32, 100896.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212571X23000896>

STP Mataram. (2025). Strategi pengembangan domestic tourism di era digital. *Jurnal Riset Terapan*, 4(2), 2924. <https://ejournal.stpmataram.ac.id/JRT/article/download/3805/2924>

Tandfonline. (2023). Domestic tourism policies and resilience. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 15(1), 1098.
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15568318.2022.2051098>

The Journalish. (2024). Digitalisasi domestic tourism untuk pemulihan industri pariwisata. *The Journalish*, 1(1), 559.
<https://thejournalish.com/ojs/index.php/thejournalish/article/download/842/559>

Universitas Dumai. (2024). Implementasi domestic tourism berbasis inklusivitas dan digitalisasi. *PATH: Jurnal Informatika*, 2(3), 266.
<https://informatika.universitasdumai.ac.id/index.php/path/article/viewFile/732/266>