



SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW (SLR) UNTUK KELESTARIAN PARIWISATA: MENGINTEGRASIKAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA, MODEL MANAJEMEN, DAN TEKNOLOGI BIG DATA

^{1*}Adya Hermawati, ²Nasharuddin Mas, ³Aviv Yuniar
^{1,2,3}Universitas Widyagama Malang, Indonesia
*Corresponding Author e-mail: wati_wati38@yahoo.co.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received: 2025-07-25

Revised: 2025-08-27

Accepted: 2025-09-09

Kata Kunci:

Systematic Literature Review;
Keberlanjutan Pariwisata;
Human Resource Development;
Big Data; UKM Pariwisata.

Keywords:

Systematic Literature Review;
Tourism Sustainability;
Human Resource Development;
Big Data; Tourism SMEs.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi holistik dalam meningkatkan keberlanjutan industri pariwisata di Jawa Timur melalui pendekatan Systematic Literature Review (SLR). Fokus utama terletak pada integrasi Human Resource Development (HRD), manajemen strategis, dan pemanfaatan teknologi big data dalam mendukung daya saing dan keberlanjutan sektor pariwisata, khususnya pada tingkat UKM. Metode SLR digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis literatur ilmiah yang relevan, kemudian divisualisasikan menggunakan VOSviewer guna memetakan keterkaitan antar konsep kunci. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan, kapabilitas pemasaran, dan keberlanjutan pariwisata merupakan komponen utama yang saling berinteraksi dalam pengembangan model konseptual pariwisata berkelanjutan. Melalui pendekatan variable mining dan relationship mining, penelitian ini menghasilkan model berbasis data yang aplikatif sebagai dasar pengambilan kebijakan dan strategi pengembangan pariwisata di masa depan.

ABSTRACT

This study aims to examine holistic strategies for improving the sustainability of the tourism industry in East Java through a Systematic Literature Review (SLR) approach. The main focus is on the integration of Human Resource Development (HRD), strategic management, and the use of big data technology to support the competitiveness and sustainability of the tourism sector, particularly at the SME level. The SLR method is used to identify and analyze relevant scientific literature, which is then visualized using VOSviewer to map the relationships between key concepts. The research findings indicate that the variables of entrepreneurial orientation, marketing capabilities, and tourism sustainability are the primary components that interact in the development of a conceptual model for sustainable tourism. Through variable mining and relationship mining approaches, this study produced a data-driven model that is applicable as a basis for policy-making and future tourism development strategies.

PENDAHULUAN

Industri pariwisata memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah, khususnya di Provinsi Jawa Timur yang memiliki berbagai destinasi unggulan seperti Gunung Bromo, Kawah Ijen, serta wisata sejarah dan budaya yang tersebar di berbagai wilayah (Hermawati, 2020). Perkembangan sektor ini terbukti memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat serta mampu menurunkan angka kemiskinan di kawasan





destinasi wisata. Secara ekonomi, sektor pariwisata berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Jawa Timur, dengan jumlah kunjungan wisatawan dan tingkat hunian kamar hotel berbintang sebagai indikator utama penggerak pertumbuhan ekonomi (Hermawati et al., 2022). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa industri pariwisata memiliki potensi besar untuk dikembangkan apabila dikelola melalui strategi yang tepat dan berkelanjutan (Hermawati & Gunawan, 2021).

Namun demikian, data dari Dinas Pariwisata menunjukkan bahwa hingga periode 2022–2024, jumlah kunjungan wisatawan ke Jawa Timur belum mampu kembali ke tingkat kunjungan sebelum pandemi COVID-19. Hal ini menjadi sinyal perlunya formulasi strategi yang lebih adaptif dan terintegrasi dalam meningkatkan total kunjungan wisatawan. Terlebih, dalam persaingan global yang semakin kompetitif, peningkatan daya saing industri pariwisata menjadi suatu keniscayaan. Salah satu pendekatan yang kini menjadi fokus adalah pemanfaatan teknologi big data yang berperan penting dalam mendukung proses perencanaan, pengambilan keputusan, serta optimalisasi layanan wisata. Melalui data yang akurat, pengelola destinasi dapat mengevaluasi tren wisatawan, mengidentifikasi pola kunjungan, serta mengukur dampak ekonomi baik secara langsung maupun tidak langsung (Salam & Angelyca, 2023).

Strategi berbasis data tidak akan memberikan hasil optimal tanpa diimbangi integrasi pengembangan sumber daya manusia (*Human Resource Development*), strategi pemasaran, dan kebijakan manajemen yang saling mendukung. Masalah yang sering timbul adalah ketidakterpaduan antar elemen tersebut, sehingga meskipun pelatihan dilakukan untuk peningkatan kapasitas SDM, jika tidak ditopang oleh strategi pemasaran dan kebijakan industri yang sejalan, maka dampaknya terhadap kinerja industri cenderung minim (Fauzi et al., 2024). Strategi pemasaran yang inovatif pun membutuhkan dukungan dari SDM yang kompeten serta kerangka kebijakan yang adaptif (Hermawati, et al., 2020). Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan holistik yang mengintegrasikan HRD, pemasaran, dan manajemen strategis guna mendorong daya saing pariwisata secara berkelanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Keberlanjutan dalam Industri Pariwisata

Keberlanjutan dalam konteks pariwisata merupakan konsep yang menekankan pada upaya menjaga keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam pengembangan destinasi wisata. Menurut definisi dari United Nations World Tourism Organization (UNWTO), pariwisata berkelanjutan adalah pariwisata yang “mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan saat ini dan masa depan, yang memenuhi kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan, dan masyarakat tuan rumah” (UNWTO, 2015).

Terdapat tiga pilar utama dalam konsep ini. Pertama, keberlanjutan ekonomi, yang merujuk pada kemampuan industri pariwisata untuk memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah dan kesejahteraan masyarakat lokal. Kedua, keberlanjutan sosial, yang mencakup pelestarian budaya lokal, pemberdayaan masyarakat, dan peningkatan kualitas hidup. Ketiga, keberlanjutan lingkungan, yaitu pelestarian sumber daya alam dan pengelolaan dampak ekologis dari aktivitas pariwisata (Goodwin, 2011). Dalam praktiknya, prinsip sustainable tourism development mengacu pada pentingnya pengelolaan destinasi secara holistik, partisipatif, serta berbasis data dan bukti. Pendekatan ini melibatkan seluruh pemangku kepentingan, mulai dari pemerintah, pelaku industri, hingga komunitas lokal, untuk bersama-sama menjaga kualitas lingkungan, budaya, dan ekonomi destinasi.





Namun demikian, keberlanjutan sektor pariwisata menghadapi tantangan serius pasca pandemi COVID-19. Dampak signifikan terlihat dari menurunnya kunjungan wisatawan secara drastis, perubahan perilaku wisatawan yang lebih selektif terhadap aspek kebersihan dan keamanan, serta ketidakpastian pasar akibat fluktuasi kebijakan lintas negara (Gössling et al., 2021). Di Jawa Timur misalnya, tren kunjungan wisatawan belum sepenuhnya pulih ke tingkat sebelum pandemi, sebagaimana ditunjukkan oleh data Dinas Pariwisata Jawa Timur periode 2019–2024 (Hermawati et al., 2022). Selain itu, terdapat tantangan dalam mempertahankan kualitas layanan wisata di tengah keterbatasan sumber daya, khususnya bagi pelaku usaha kecil menengah (UKM) pariwisata. Hal ini menuntut inovasi dalam strategi pengelolaan pariwisata, integrasi teknologi informasi, serta kebijakan yang adaptif dalam mendukung keberlanjutan destinasi wisata (Hermawati & Gunawan, 2021).

Peran Human Resource Development (HRD) dalam Pariwisata Berkelanjutan

Sumber daya manusia (SDM) memegang peranan krusial dalam industri pariwisata karena interaksi langsung antara pelaku pariwisata dengan wisatawan menentukan kualitas layanan dan kepuasan pengalaman. HRD menjadi landasan penting dalam menjamin kualitas layanan, menciptakan pengalaman wisata yang berkesan, serta membangun citra positif destinasi wisata. Pelayanan prima tidak hanya meningkatkan retensi wisatawan, tetapi juga memperkuat reputasi destinasi dalam jangka panjang (Baum, 2007).

Kinerja SDM yang terlatih dan profesional sangat berkaitan dengan daya saing destinasi wisata. Destinasi dengan tenaga kerja yang memiliki kompetensi tinggi dalam komunikasi, manajemen layanan, dan pemahaman budaya lokal lebih mampu bersaing secara global. Dalam konteks ini, HRD berperan melalui model pelatihan dan pengembangan kompetensi berkelanjutan, serta program retensi untuk mengurangi tingkat turnover tenaga kerja, terutama pada sektor UKM yang kerap kekurangan SDM terampil (Hermawati, et al., 2020).

Namun, pengembangan HRD pada UKM pariwisata menghadapi berbagai tantangan. Banyak pelaku UKM mengalami keterbatasan dana dan akses terhadap pelatihan yang relevan. Selain itu, tingkat kesadaran akan pentingnya peningkatan kapasitas SDM masih rendah. Dibutuhkan intervensi kebijakan dan program pendampingan agar UKM pariwisata mampu meningkatkan profesionalisme tenaga kerjanya secara berkelanjutan (Solnet et al., 2014).

Strategi Pemasaran Pariwisata dan Orientasi Pasar

Pemasaran destinasi memegang peran penting dalam membentuk persepsi wisatawan dan meningkatkan jumlah kunjungan. Strategi pemasaran yang efektif tidak hanya berfungsi untuk memperkenalkan daya tarik destinasi, tetapi juga untuk membangun citra yang kuat dan membedakan suatu daerah wisata dari destinasi lain. Dalam konteks pariwisata berkelanjutan, pemasaran juga berperan dalam menyampaikan nilai-nilai keberlanjutan yang dianut suatu destinasi, sehingga dapat menarik wisatawan yang memiliki kesadaran lingkungan dan sosial yang tinggi (Hermawati, et al., 2020).

Digital marketing menjadi strategi utama dalam promosi pariwisata era kini. Melalui media sosial, website interaktif, dan konten berbasis video atau pengalaman, pengelola destinasi dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya lebih efisien. Strategi branding destinasi yang memanfaatkan kekuatan narasi lokal, budaya, dan keunikan geografis menjadi faktor penentu dalam membangun emotional engagement wisatawan terhadap destinasi tertentu (Kotler et al., 2017). Selain itu, pemasaran berbasis data memungkinkan segmentasi pasar yang lebih akurat, menyesuaikan promosi dengan perilaku dan preferensi wisatawan.





Orientasi pasar dalam pariwisata juga berkaitan erat dengan keberlanjutan. Destinasi yang mampu memahami perubahan tren, seperti meningkatnya wisata minat khusus, ekowisata, dan pariwisata berbasis pengalaman, dapat menciptakan hubungan jangka panjang dengan wisatawan. Strategi ini tidak hanya meningkatkan loyalitas pengunjung, tetapi juga mendukung keberlanjutan ekonomi lokal melalui wisatawan yang kembali berulang kali atau memberikan rekomendasi positif. Dengan demikian, orientasi pasar berbasis nilai dan keberlanjutan menjadi kunci penting dalam pengembangan pariwisata jangka panjang.

Model dan Strategi Manajemen Destinasi

Manajemen destinasi pariwisata memerlukan pendekatan strategis yang mencakup perencanaan jangka panjang, koordinasi lintas sektor, serta kemampuan adaptif terhadap dinamika pasar dan perubahan lingkungan. Pendekatan manajemen strategis dalam konteks pariwisata melibatkan analisis kekuatan dan kelemahan internal, peluang eksternal, serta penetapan visi dan misi destinasi. Strategi ini memungkinkan pengelola untuk menetapkan prioritas pengembangan serta alokasi sumber daya yang optimal untuk meningkatkan daya saing destinasi (Ritchie & Crouch, 2003).

Konsep *Destination Management Organization* (DMO) merupakan model kelembagaan yang dirancang untuk mengkoordinasikan seluruh pemangku kepentingan dalam pengelolaan destinasi. DMO berperan sebagai perantara antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat dalam menyusun strategi pemasaran, pengembangan produk, serta pelestarian sumber daya lokal. Sejalan dengan itu, konsep *tourism governance* menekankan pentingnya tata kelola kolaboratif yang inklusif, partisipatif, dan akuntabel dalam sektor pariwisata (UNWTO, 2019).

Integrasi antara kebijakan publik, dunia usaha, dan komunitas lokal menjadi kunci keberhasilan pengelolaan destinasi yang berkelanjutan. Peran pemerintah sebagai regulator dan fasilitator harus diimbangi dengan keterlibatan aktif pelaku usaha dalam investasi dan inovasi layanan, serta dukungan masyarakat dalam menjaga budaya dan kelestarian lingkungan. Model kolaboratif ini memastikan bahwa manfaat pariwisata terdistribusi secara adil, konflik kepentingan diminimalkan, dan keberlanjutan destinasi dapat terjaga dalam jangka panjang.

Big Data dan *Systematic Literature Review* (SLR) dalam Evaluasi Pariwisata Berkelanjutan

Pemanfaatan teknologi big data semakin penting dalam sektor pariwisata sebagai dasar pengambilan keputusan yang berbasis bukti. Teknologi ini memungkinkan pengelola destinasi menganalisis pola kunjungan, perilaku wisatawan, hingga efisiensi operasional secara real-time. Aplikasi big data di bidang pariwisata mencakup analisis sentimen media sosial, pemodelan prediksi kunjungan wisatawan, serta manajemen kapasitas destinasi untuk mengurangi dampak *overtourism* (Gretzel et al., 2015). Dengan pendekatan berbasis data, evaluasi kebijakan dan program pengembangan pariwisata dapat dilakukan secara lebih akurat dan adaptif terhadap perubahan tren pasar global.

Namun, penerapan big data di tingkat lokal atau UKM pariwisata menghadapi sejumlah tantangan. Keterbatasan infrastruktur digital, kurangnya sumber daya manusia yang kompeten dalam analitik data, serta kesenjangan akses teknologi masih menjadi hambatan utama (Dredge et al., 2019). Selain itu, tidak semua pengelola destinasi memiliki sistem data terintegrasi yang mendukung proses pengambilan keputusan secara menyeluruh. Oleh karena itu, diperlukan penguatan kapasitas teknologi dan kolaborasi multi-stakeholder agar potensi big data dapat dioptimalkan secara inklusif, terutama di wilayah berkembang seperti Jawa Timur.





Dalam menyusun strategi yang tepat berbasis data dan landasan teori yang kuat, pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) digunakan sebagai metode ilmiah yang terstruktur dan sistematis. SLR dirancang untuk meminimalkan bias dan interpretasi subjektif dalam pengumpulan dan analisis data dari berbagai sumber ilmiah (Kitchenham & Charters, 2007). Tujuan utama SLR adalah mengidentifikasi, menyeleksi, mengevaluasi secara kritis, serta mensintesis seluruh studi yang relevan dengan topik penelitian tertentu. Melalui pendekatan ini, peneliti memperoleh pemahaman komprehensif terhadap tren metodologis dan kesenjangan dalam literatur (Borrett et al., 2018).

SLR memberikan kontribusi penting dalam merumuskan dasar konseptual yang kokoh bagi penelitian baru. Dalam bidang sosial dan manajemen, metode ini banyak digunakan untuk menyusun kerangka teori, mengklasifikasi model konseptual, serta menganalisis keterkaitan antar variabel yang sering muncul dalam studi empiris (Snyder, 2019). Keunggulan SLR terletak pada kemampuannya menyaring literatur berkualitas tinggi berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang ketat. Selain itu, dengan bantuan tools seperti VOSviewer, peneliti dapat memvisualisasikan bibliometrik melalui pemetaan kata kunci (*keyword co-occurrence*), sehingga memperjelas hubungan antar topik dan membentuk dasar bagi model konseptual yang lebih aplikatif dalam meningkatkan daya saing pariwisata berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

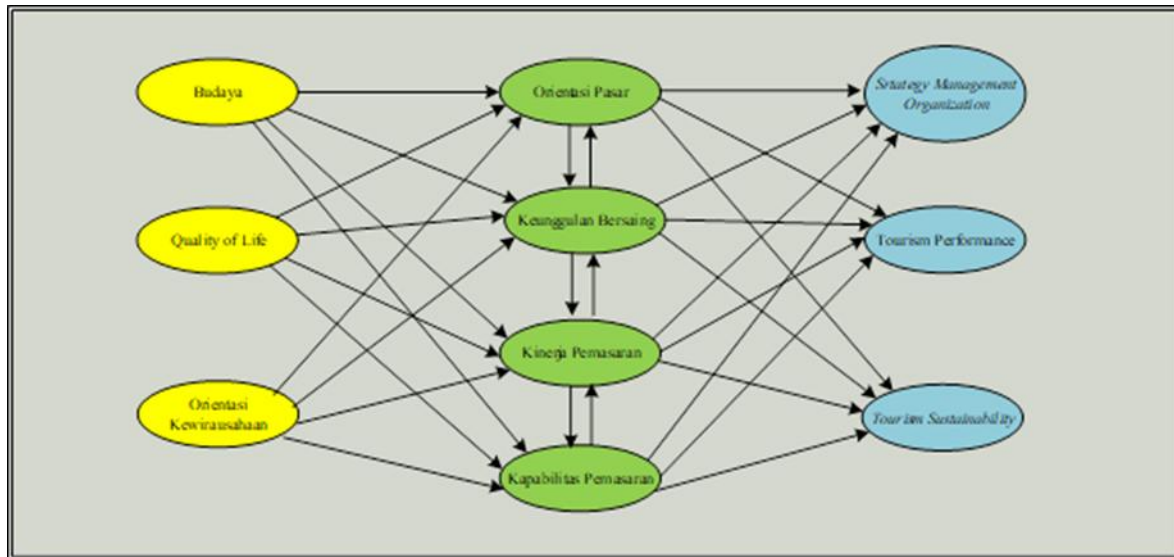
Penelitian ini melibatkan populasi yang terdiri dari seluruh karyawan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang bergerak di sektor industri pariwisata. Sampel penelitian mencakup 200 UKM yang dipilih secara proporsional dari 11 kota dan kabupaten di Jawa Timur, yaitu: Malang, Batu, Surabaya, Banyuwangi, Blitar, Jombang, Ponorogo, Pacitan, Pasuruan, Probolinggo, dan Tulungagung. Setiap UKM melibatkan lima karyawan sebagai responden, sehingga total jumlah responden dalam penelitian ini mencapai 1.000 orang. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang representatif mengenai implementasi strategi pengembangan pariwisata di berbagai wilayah dengan karakteristik yang berbeda di Jawa Timur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) sebagai metode kajian literatur yang terstruktur dan sistematis, untuk menghindari bias subjektif serta memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap perkembangan penelitian terdahulu. Metode SLR digunakan untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan variabel-variabel yang relevan dengan penguatan strategi keberlanjutan industri pariwisata, khususnya melalui integrasi *Human Resource Development*, manajemen multi-level, dan pemanfaatan teknologi big data.

SLR ini berperan penting dalam menemukan pola, metodologi, serta variabel-variabel kunci yang dapat memperkuat implementasi strategi keberlanjutan pariwisata di wilayah Jawa Timur. Hasil kajian literatur divisualisasikan menggunakan perangkat lunak bibliometrik VOS viewer, yang memetakan keterkaitan antar kata kunci (*keyword co-occurrence*) dari artikel-artikel ilmiah yang diambil dari database *Google Scholar*. Visualisasi ini menghasilkan peta relasi antar konsep yang menggambarkan keterhubungan tematik dalam penelitian-penelitian terkait, dan menjadi dasar dalam proses variable mining serta relationship mining untuk membangun model konseptual yang relevan. Berikut merupakan hasil SLR yang divisualisasikan.





Gambar 2. Model Setelah Dilakukan SLR

Dengan demikian, hasil SLR ini tidak hanya membantu dalam menyeleksi variabel utama, tetapi juga memperlihatkan bagaimana variabel-variabel tersebut saling memengaruhi dalam konteks industri pariwisata. Pemanfaatan metode big data seperti *variable* dan *relationship mining* melalui SLR memungkinkan peneliti membangun model konseptual yang lebih akurat dan berbasis bukti.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini berhasil menerapkan metode Systematic Literature Review (SLR) secara terstruktur untuk mengidentifikasi dan memetakan variabel-variabel kunci yang relevan dalam penguatan strategi keberlanjutan industri pariwisata. Dengan fokus pada integrasi Human Resource Development (HRD), manajemen multi-level, dan pemanfaatan teknologi big data, hasil SLR menunjukkan bahwa keberlanjutan pariwisata sangat dipengaruhi oleh faktor internal organisasi seperti entrepreneurial orientation dan marketing capability, serta faktor eksternal berupa prinsip keberlanjutan itu sendiri (tourism sustainability).

Visualisasi menggunakan VOSviewer menunjukkan hubungan erat antara konsep-konsep tersebut, yang kemudian disintesis menjadi tiga variabel utama dalam model konseptual: Entrepreneurial Orientation, Marketing Capability, dan Tourism Sustainability. Melalui pendekatan variable mining dan relationship mining, model ini menegaskan bahwa peningkatan daya saing dan keberlanjutan sektor pariwisata tidak dapat dilepaskan dari interaksi antara inovasi internal UKM, kemampuan pemasaran, serta adopsi prinsip keberlanjutan dalam pengelolaan destinasi.

Dengan demikian, hasil SLR tidak hanya memperkuat landasan teoritis untuk penelitian lanjutan, tetapi juga memberikan arah yang lebih jelas bagi perumusan strategi pengembangan pariwisata yang holistik dan berbasis bukti, terutama dalam konteks UKM di wilayah Jawa Timur.

Ucapan Trima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan penelitian ini, khususnya kepada Universitas Widyagama Malang





dan Dinas Pariwisata Jawa Timur atas kontribusinya dalam penyediaan data dan informasi yang relevan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada rekan-rekan akademisi dan mitra industri pariwisata yang telah memberikan masukan konstruktif selama proses penelitian ini berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Baum, T. (2007). Human resources in tourism: Still waiting for change. *Tourism Management*, 28(6), 1383–1399. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.04.005>
- Borrett, S. R., Sheble, L., & Lemke, T. (2018). Using system dynamics to develop a simulation model of SLR processes. *Environmental Modelling & Software*, 109, 190–202. <https://doi.org/10.1016/j.envsoft.2018.08.003>
- Dredge, D., Phi, G. T. L., Mahadevan, R., & Popescu, E. S. (2019). Digitalisation in Tourism: In-depth analysis of challenges and opportunities. In *EU Publications*.
- Fauzi, Saputra, A. M. A., Agstringtyas, A. S., Febrian, W. D., Nabilah, A. N., & Muthmainah, H. N. (2024). Evaluasi Penggunaan Teknologi Big Data Untuk Analisis Data Bisnis dan Pengambilan Keputusan. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(1), 2962–2971. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jrpp.v7i1.25989>
- Goodwin, H. (2011). *Taking Responsibility for Tourism: Responsible Tourism Management*. Goodfellow Publishers.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- 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>
- Hermawati, A. (2020). Transglobal leadership approach to sustainable tourism competitiveness at tourism sector-engaged MSMEs through integrated human resource performance and responsible marketing. *International Journal of Tourism Cities*, 6(4), 863–883.
- Hermawati, A., Anam, C., & Suhermin, S. (2020). Determining strategy to improve human resources performance by identifying tourism condition SMEs. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 9(6), 228–238. <https://doi.org/10.36941/AJIS-2020-0127>
- Hermawati, A., Anam, C., Suwarta, S., & Puspitosarie, E. (2022). Reconstruction of Spiritual Marketing, Culture of Innovation, Quality of Work Life, and Retainers for Tourism Industry SMEs in East Java. *Administrative Sciences*, 12(4). <https://doi.org/10.3390/admsci12040152>
- Hermawati, A., & Gunawan, E. (2021). The implementation of dynamic capabilities for small and medium-sized enterprises in creating innovation. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 51(1), 92–108. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-08-2019-0121>
- Hermawati, A., Nurwati, Suhana, Machmuddah, Z., & Ali, S. (2020). Satisfaction, HR, and Open Innovation in Tourism Sector. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 1–26. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040182>
- Kitchenham, B., & Charters, S. (2007). Guidelines for performing Systematic Literature





- Reviews in Software Engineering. In *EBSE Technical Report*.
- Kotler, P., Bowen, Makens, & Baloglu. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism: Pearson New International Sixth Edition* (7th ed.). Pearson Education.
- Ritchie, J. . B., & Crouch, G. I. (2003). The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. In *CABI Publishing*. CABI Publishing.
- Salam, A. Z. R., & Angelyca, T. (2023). Pengaruh Era Society 5.0 Terhadap Industri Pariwisata. *Jurnal Pesona Pariwisata*, 2(1), 54–60. <https://doi.org/10.33005/peta.v2i1.10>
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104(March), 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Solnet, D., Kralj, A., & Baum, T. (2014). 360 Degrees of Pressure: The Changing Role of the HR Professional in the Hospitality Industry. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 21, 1–10. <https://doi.org/10.1177/1096348012471380>
- UNWTO. (2015). *Sustainable development of tourism*. Retrieved From. <https://www.unwto.org/sustainable-development>
- UNWTO. (2019). Institutional Guidelines for Tourism Governance. In *UNWTO Guidelines for Institutional Strengthening of Destination Management Organizations (DMOs)*. World Tourism Organization. <https://doi.org/10.18111/9789284420841>

