# MEWUJUDKAN PARIWISATA INKLUSIF BERBASIS DATA: SRUDU BIG DATA PADA PERILAKU WISATAWAN DOMESTIK DAN INTERNASIONAL

**Susi Desmaryani[1], Al Ikhlas[2], Tri Martial[3], M. Ainur Ridlo[4], Heru Widoyo[5], Rois Dinan[6]**

[1]*Universitas Muhammadiyah Jambi*
[2]*STKIP Muhammadiyah Sungai Penuh*
[3]*Universitas Tjut Nyak Dhien*
[4]*Universitas Ibrahimy Situbondo*
[5]*Universitas Bina Nusantara*
[6]*Politeknik Pariwisata Makassar*
E-mail : [1]susi7071desmaryani@gmail.com, [2]alikhlas752@gmail.com, [3]trimartial@gmail.com, [4]m.ainurridlo@gmail.com, [5]heru.widoyo@binus.ac.id, [6]roisdinan@poltekparmakassar.ac.id

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong pemanfaatan big data sebagai fondasi penting dalam perencanaan pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku wisatawan domestik dan internasional melalui integrasi data berskala besar yang bersumber dari jejak digital, media sosial, transaksi perjalanan, dan platform ulasan. Metode analisis meliputi pemrosesan data tidak terstruktur, pemodelan pola perjalanan, analisis sentimen, serta segmentasi perilaku menggunakan teknik machine learning. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan signifikan dalam preferensi destinasi, pola mobilitas, tingkat pengeluaran, serta kebutuhan aksesibilitas antara kedua kelompok wisatawan. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi pariwisata yang berpusat pada wisatawan dan didukung oleh pendekatan berbasis bukti, sehingga mampu meningkatkan inklusivitas layanan, memperluas akses bagi kelompok rentan, dan memperkuat daya saing destinasi. Penelitian ini memberikan rekomendasi kepada pemangku kepentingan untuk memanfaatkan big data dalam perencanaan kebijakan, pengembangan produk wisata, serta peningkatan pengalaman perjalanan yang lebih adaptif, personal, dan inklusif.

**Kata Kunci :** *Big Data, Pariwisata Inklusif, Perilaku Wisatawan, Data Analytics, Wisatawan Domestik, Wisatawan Internasional, Machine Learning, Destinasi Wisata.*

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang terus berkembang dan memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian global. Namun, perkembangan tersebut menuntut adanya transformasi dalam cara destinasi wisata memahami kebutuhan beragam wisatawan, baik domestik maupun internasional. Dalam konteks ini, pariwisata inklusif menjadi konsep penting karena menekankan aksesibilitas, kesetaraan layanan, serta pengalaman perjalanan yang dapat dinikmati oleh seluruh kelompok masyarakat, termasuk kelompok rentan seperti penyandang disabilitas, lansia, dan wisatawan dengan kebutuhan khusus.

Menurut World Tourism Organization (UNWTO), *"tourism development should ensure equitable access to tourism opportunities for all people"* (UNWTO, 2020). Pernyataan ini menegaskan bahwa pembangunan pariwisata harus inklusif dan memberikan kesempatan setara bagi berbagai kelompok wisatawan.

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital telah melahirkan volume data yang sangat besar dari aktivitas perjalanan, mulai dari pencarian informasi wisata, pemesanan transportasi, hingga ulasan destinasi yang dibagikan melalui media sosial. Fenomena ini dikenal sebagai big data, yang membuka peluang baru dalam memahami perilaku wisatawan. Seperti yang dikemukakan oleh Mayer-Schönberger dan Cukier (2013), *"big data allows patterns of human behavior to be captured with unprecedented breadth and depth."* Artinya, big data dapat menangkap pola perilaku manusia secara lebih komprehensif dan mendalam.

Dalam bidang pariwisata, big data berperan penting untuk mengidentifikasi preferensi wisatawan, memprediksi tren perjalanan, dan merancang strategi pemasaran yang lebih tepat. Gretzel et al. (2015) menyatakan bahwa *"data-driven tourism enables destinations to innovate services and gain competitive advantage."* Dengan demikian, destinasi wisata dapat meningkatkan daya saing melalui inovasi berbasis data.

Namun demikian, penerapan big data dalam pariwisata belum sepenuhnya diarahkan untuk mencapai tujuan inklusivitas. Banyak kebijakan dan strategi yang masih bersifat umum, sehingga belum mampu mengakomodasi perbedaan pola perilaku antara wisatawan domestik dan internasional. Padahal, kedua kelompok ini memiliki karakteristik yang sangat berbeda dalam hal preferensi destinasi, pola pengeluaran, motivasi perjalanan, dan aksesibilitas layanan.

Sehingga, diperlukan penelitian yang secara khusus mengintegrasikan big data untuk memetakan perilaku kedua kelompok wisatawan tersebut sebagai dasar dalam mewujudkan pariwisata yang benar-benar inklusif. Pendekatan berbasis data yang kuat dapat membantu pemerintah, pengelola destinasi, maupun pelaku industri dalam menyusun kebijakan, meningkatkan aksesibilitas, serta menciptakan pengalaman perjalanan yang adaptif, personal, dan ramah bagi semua.

Di lapangan masih ditemukan berbagai kendala yang menghambat terwujudnya pariwisata inklusif berbasis data. Pengelolaan data pariwisata di banyak daerah masih bersifat terfragmentasi karena setiap instansi, mulai dari dinas pariwisata, pengelola objek wisata, hotel, hingga penyedia transportasi, memiliki sistem pencatatan sendiri tanpa adanya integrasi. Kondisi ini membuat analisis perilaku wisatawan domestik dan internasional tidak dapat dilakukan secara menyeluruh. Selain itu, pemanfaatan big data sebagai dasar pengambilan keputusan masih sangat terbatas. Padahal aktivitas wisatawan saat ini telah menghasilkan jejak digital yang melimpah. Namun, kurangnya infrastruktur pengolahan data dan keterbatasan kemampuan teknis membuat pelaku

industri pariwisata masih mengandalkan asumsi dan laporan manual dalam menyusun strategi layanan.

Permasalahan lain yang juga tampak di lapangan adalah belum meratanya implementasi konsep pariwisata inklusif. Berbagai fasilitas pendukung bagi penyandang disabilitas, lansia, atau wisatawan dengan kebutuhan khusus masih minim. Banyak objek wisata belum menyediakan akses yang memadai seperti jalur kursi roda, informasi visual dan audio yang ramah, maupun toilet yang sesuai standar inklusivitas. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kebijakan dan praktik di tingkat destinasi.

Perbedaan kebutuhan antara wisatawan domestik dan internasional juga belum terpetakan secara akurat. Pelaku usaha sering mengungkapkan bahwa mereka kesulitan memahami preferensi kunjungan, pola pengeluaran, durasi tinggal, hingga gaya perjalanan kedua kelompok tersebut. Tanpa data yang memadai, strategi pemasaran dan pengembangan produk wisata tidak dapat diarahkan secara tepat sasaran. Di sisi lain, keterbatasan infrastruktur digital seperti jaringan internet yang tidak stabil dan minimnya perangkat pencatatan digital juga menjadi hambatan dalam mengumpulkan data secara real time.

Kualitas sumber daya manusia turut menjadi faktor yang mempengaruhi efektivitas pengembangan pariwisata berbasis data. Masih banyak pengelola destinasi dan aparat lokal yang belum memiliki pelatihan mengenai analisis data, penggunaan platform digital, maupun pemahaman layanan bagi wisatawan berkebutuhan khusus. Selain itu, rendahnya tingkat sosialisasi tentang pentingnya inklusivitas membuat sebagian pelaku industri, terutama usaha mikro dan kecil, belum melihat inklusivitas sebagai peluang ekonomi. Di banyak daerah, proses pengumpulan data wisatawan pun tidak dilakukan secara konsisten dan berkala, sehingga informasi yang ada sering kali tidak mutakhir dan tidak dapat mendukung perencanaan strategis.

Solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi masalah pengembangan pariwisata inklusif berbasis data adalah pembangunan sistem data pariwisata yang terintegrasi dan dapat diakses oleh seluruh pemangku kepentingan. Integrasi data ini diperlukan agar berbagai sumber informasi seperti data kunjungan, preferensi wisatawan, ulasan digital, serta pola mobilitas dapat dianalisis secara komprehensif. Menurut Xiang dan Fesenmaier (2017), integrasi data lintas platform memungkinkan pemahaman perilaku wisatawan secara lebih holistik dan menjadi dasar bagi pengambilan keputusan yang lebih tepat. Dengan demikian, pemerintah daerah perlu mengembangkan "tourism data hub" yang menggabungkan data dari penyedia transportasi, hotel, atraksi wisata, serta media digital.

Selain integrasi data, diperlukan pula peningkatan pemanfaatan big data analytics dalam perencanaan dan evaluasi kebijakan pariwisata. Gretzel et al. (2015) menekankan bahwa analitik data memberikan peluang bagi destinasi untuk merancang layanan yang lebih adaptif, meningkatkan daya saing, dan menciptakan pengalaman wisata yang lebih personal bagi berbagai segmen wisatawan. Pemanfaatan analitik ini juga memungkinkan destinasi mengidentifikasi perbedaan pola perilaku wisatawan domestik dan internasional, sehingga strategi pemasaran maupun desain produk wisata dapat disesuaikan secara lebih akurat.

Untuk mendukung terwujudnya pariwisata inklusif, perbaikan fasilitas publik dan standar layanan menjadi langkah penting. UNWTO (2020) menggarisbawahi bahwa inklusivitas hanya dapat tercapai apabila destinasi menyediakan lingkungan fisik dan layanan yang dapat diakses oleh semua kelompok masyarakat, termasuk penyandang disabilitas dan wisatawan dengan kebutuhan khusus. Oleh karena itu, pemerintah dan pengelola destinasi perlu memastikan bahwa fasilitas

seperti jalur kursi roda, informasi visual dan audio, serta pelayanan ramah disabilitas tersedia secara merata.

Peningkatan kapasitas sumber daya manusia juga menjadi elemen penting dalam solusi yang diusulkan. Pelatihan terkait literasi digital, analitik data, dan pelayanan inklusif harus diberikan secara berkelanjutan kepada pelaku industri pariwisata. Sigala (2018) menyatakan bahwa transformasi digital dalam sektor pariwisata tidak akan berhasil tanpa penguatan kompetensi SDM karena teknologi hanya efektif bila digunakan oleh tenaga kerja yang memahami manfaat dan cara penerapannya. Dengan demikian, peningkatan kapasitas SDM akan mendukung implementasi big data sekaligus memperkuat budaya layanan inklusif.

Infrastruktur digital di destinasi wisata juga harus diperkuat untuk mendukung proses pengumpulan data secara real time dan meningkatkan aksesibilitas informasi wisata. Menurut Neuhofer, Buhalis, dan Ladkin (2015), infrastruktur teknologi yang baik tidak hanya mendukung digitalisasi pariwisata, tetapi juga memungkinkan penyedia layanan menawarkan pengalaman wisata yang lebih cerdas (smart tourism experiences). Penyediaan jaringan internet yang stabil dan sistem manajemen data yang modern akan mempercepat digitalisasi sektor pariwisata di daerah.

Terakhir, diperlukan kolaborasi yang kuat antar pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, pelaku industri, komunitas lokal, dan akademisi. Kolaborasi semacam ini relevan dengan pandangan Buhalis (2020) yang menyatakan bahwa pengembangan destinasi cerdas (smart destination) hanya dapat berhasil jika seluruh aktor bekerja secara terpadu melalui pertukaran informasi dan kolaborasi strategis. Dengan adanya kolaborasi yang kuat, pemanfaatan big data dan upaya menciptakan destinasi inklusif dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan.

Penelitian ini berangkat dari kebutuhan untuk memahami bagaimana pemanfaatan big data dapat digunakan dalam mendorong terwujudnya pariwisata yang lebih inklusif. Oleh karena itu, rumusan masalah penelitian ini dirumuskan melalui pertanyaan utama mengenai sejauh mana big data telah dimanfaatkan dalam memahami perilaku wisatawan domestik dan internasional pada destinasi wisata. Rumusan ini juga mencakup upaya untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya integrasi data dan belum optimalnya implementasi pariwisata inklusif di lapangan. Selain itu, penelitian ini berusaha menggambarkan perbedaan perilaku antara wisatawan domestik dan internasional berdasarkan analisis big data, serta bagaimana pemanfaatan data tersebut dapat mendukung penyusunan strategi pariwisata inklusif yang lebih tepat dan berkelanjutan.

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai tingkat pemanfaatan big data dalam pengelolaan destinasi wisata serta untuk mengidentifikasi hambatan yang menyebabkan kurang optimalnya integrasi data dan penerapan pariwisata inklusif. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis secara mendalam perbedaan perilaku wisatawan domestik dan internasional melalui data digital yang tersedia, baik itu terkait preferensi destinasi, pola mobilitas, maupun karakteristik kunjungan. Pada akhirnya, penelitian ini berupaya merumuskan strategi pengembangan pariwisata inklusif berbasis data yang dapat diterapkan oleh pemerintah, pengelola destinasi, maupun pelaku industri pariwisata.

Manfaat dari penelitian ini mencakup manfaat teoretis dan praktis. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan mampu memperkaya literatur dan pengetahuan dalam bidang pariwisata, khususnya yang terkait dengan integrasi konsep big data, pariwisata inklusif, dan analisis perilaku wisatawan. Penelitian ini juga berpotensi menjadi rujukan bagi para akademisi dalam mengembangkan konsep baru mengenai pengelolaan destinasi berbasis data. Secara praktis, penelitian ini memberikan kontribusi nyata bagi pemerintah daerah dan pengelola destinasi dalam

merancang kebijakan dan strategi yang lebih berbasis bukti. Pelaku industri pariwisata dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk memahami segmentasi wisatawan dan mengembangkan produk wisata yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar. Bagi masyarakat lokal, penelitian ini diharapkan dapat mendukung terciptanya lingkungan wisata yang lebih ramah, inklusif, dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih merata.

Alasan penulis memilih untuk melaksanakan penelitian ini berangkat dari keprihatinan terhadap rendahnya pemanfaatan big data di sektor pariwisata, padahal data digital telah menjadi aspek penting dalam memahami perilaku wisatawan modern. Penulis melihat adanya ketimpangan antara potensi besar yang dimiliki big data dan kenyataan di lapangan yang menunjukkan bahwa strategi pariwisata masih sering disusun berdasarkan asumsi. Selain itu, penulis tertarik pada isu inklusivitas dalam pariwisata karena masih banyak destinasi yang belum menyediakan aksesibilitas dan layanan yang memadai bagi wisatawan berkebutuhan khusus. Kombinasi antara kebutuhan pemanfaatan data dan pentingnya inklusivitas menjadikan penelitian ini relevan dan mendesak untuk dilakukan. Penulis juga melihat bahwa perbedaan perilaku wisatawan domestik dan internasional masih jarang dianalisis secara komprehensif menggunakan pendekatan big data, sehingga penelitian ini dipandang dapat memberikan kontribusi akademik sekaligus solusi praktis dalam pengembangan destinasi wisata yang lebih adaptif, inklusif, dan berkelanjutan.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan dukungan analisis big data untuk memahami perilaku wisatawan domestik dan internasional serta bagaimana data tersebut dapat digunakan dalam mewujudkan pariwisata inklusif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berupaya mengolah data dalam jumlah besar yang bersumber dari berbagai platform digital sehingga memungkinkan peneliti mengekstraksi pola perilaku wisatawan secara objektif. Big data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari beberapa sumber seperti jejak digital media sosial, ulasan daring pada platform perjalanan, data pencarian wisata, serta data kunjungan wisatawan yang diperoleh dari instansi resmi. Seluruh data yang terkumpul kemudian diproses untuk diubah menjadi dataset yang terstruktur sehingga dapat dianalisis secara statistik maupun melalui teknik komputasi.

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif-analitis karena tidak hanya menggambarkan kondisi pemanfaatan big data dan implementasi pariwisata inklusif di lapangan, tetapi juga menganalisis hubungan antara pola perilaku wisatawan dengan kebutuhan akan inklusivitas destinasi. Pendekatan ini bertujuan memberikan gambaran mendalam mengenai fenomena yang diteliti serta menawarkan penjelasan mengenai perbedaan perilaku antara wisatawan domestik dan internasional berdasarkan hasil olahan data skala besar.

Lokasi penelitian difokuskan pada destinasi wisata yang memiliki tingkat kunjungan wisatawan tinggi dan telah menerapkan sistem digitalisasi dasar, sehingga memungkinkan peneliti memperoleh data digital yang relevan. Penelitian dilakukan dalam rentang waktu tertentu sesuai dengan periode data yang tersedia pada platform digital maupun laporan instansi pariwisata. Rentang waktu ini penting agar data yang dianalisis dapat menggambarkan tren perilaku wisatawan secara lebih realistis dan valid.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dua cara utama, yaitu pengumpulan data sekunder dan data digital. Data sekunder berasal dari dokumen pemerintah, laporan statistik kunjungan wisatawan, kebijakan pariwisata inklusif, serta publikasi lembaga resmi. Sementara itu,

data digital diperoleh melalui proses web scraping, API platform pariwisata, serta pemantauan aktivitas pengguna pada media sosial terkait pariwisata. Proses pengumpulan data dilakukan dengan tetap mematuhi etika penelitian dan kebijakan privasi digital, sehingga data yang digunakan bersifat agregat dan tidak mengandung informasi pribadi pengguna.

Untuk menganalisis data yang telah terkumpul, penelitian ini menggunakan teknik analisis big data seperti data mining, text mining, analisis sentimen, analisis pola mobilitas, serta machine learning sederhana untuk klasifikasi dan segmentasi wisatawan. Analisis sentimen digunakan untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap kualitas layanan dan aksesibilitas destinasi. Data mining dan segmentasi perilaku digunakan untuk memetakan preferensi, aktivitas favorit, pola pengeluaran, serta perbedaan intensitas kunjungan antara wisatawan domestik dan internasional. Analisis ini didukung oleh perangkat lunak seperti Python, RapidMiner, dan aplikasi statistik lainnya yang memungkinkan pengolahan data dalam jumlah besar secara efisien.

Validitas data dalam penelitian ini diperkuat dengan melakukan triangulasi sumber, yaitu membandingkan hasil analisis big data dengan data resmi pemerintah dan studi literatur yang relevan. Triangulasi ini diperlukan agar hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan dan tidak hanya bergantung pada satu jenis sumber data. Selain itu, peneliti juga melakukan pemeriksaan konsistensi pola data untuk memastikan reliabilitas hasil analisis.

Hasil analisis kemudian diinterpretasikan untuk menjawab rumusan masalah penelitian, terutama terkait bagaimana big data dapat dimanfaatkan untuk menyusun strategi pariwisata yang lebih inklusif. Interpretasi dilakukan dengan menghubungkan temuan empiris dengan teori-teori pariwisata, inklusivitas, dan digitalisasi. Dengan demikian, metodologi penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran sistematis mengenai proses pengumpulan dan analisis data, tetapi juga memastikan bahwa hasil penelitian memiliki landasan ilmiah yang kuat serta relevansi praktis bagi pengembangan pariwisata berbasis data.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan big data dalam memahami perilaku wisatawan domestik dan internasional masih belum optimal, meskipun volume data digital yang berkaitan dengan aktivitas wisata sangat melimpah. Dari hasil analisis data digital yang mencakup ulasan perjalanan, jejak pencarian wisata, komentar media sosial, serta data mobilitas yang dapat diakses melalui laporan instansi terkait, ditemukan bahwa perilaku wisatawan kedua kelompok menunjukkan perbedaan pola yang cukup signifikan. Wisatawan domestik cenderung melakukan perjalanan yang lebih spontan, berbiaya rendah hingga menengah, dan lebih memilih destinasi yang mudah dijangkau. Sebaliknya, wisatawan internasional menunjukkan pola perencanaan perjalanan yang lebih matang, durasi kunjungan yang lebih panjang, dan kecenderungan memilih destinasi dengan nilai pengalaman budaya yang tinggi. Perbedaan karakteristik tersebut menjadi dasar perlunya pengembangan strategi pariwisata yang lebih adaptif berbasis segmentasi perilaku wisatawan.

Analisis sentimen dari ulasan wisata menunjukkan bahwa wisatawan domestik memberikan penilaian positif terutama pada aspek harga dan keberagaman aktivitas, namun masih mengeluhkan kurangnya fasilitas umum yang bersih dan layanan digital yang belum terintegrasi. Sebaliknya, wisatawan internasional lebih banyak memberikan ulasan positif terhadap keramahan masyarakat lokal dan keunikan budaya, tetapi memberi kritik yang cukup kuat terkait aksesibilitas fisik, petunjuk informasi dalam bahasa asing, serta standar layanan yang belum konsisten.

Ketidakseimbangan ini mempertegas bahwa destinasi wisata belum mampu menerapkan konsep pariwisata inklusif secara menyeluruh, terutama dalam menyediakan fasilitas yang ramah bagi penyandang disabilitas, lansia, atau wisatawan dengan kebutuhan khusus.

Dalam proses analisis pola mobilitas wisatawan yang bersumber dari data digital seperti pola pencarian rute, geotag, dan informasi perjalanan transportasi publik, ditemukan bahwa wisatawan domestik lebih banyak bergerak dalam radius yang sempit, sementara wisatawan internasional menunjukkan pola mobilitas yang lebih tersebar dan mencakup lebih banyak atraksi wisata utama. Data ini mendukung temuan sebelumnya dari Xiang dan Fesenmaier (2017) yang menyatakan bahwa big data dapat mengungkap pola perjalanan yang tidak tampak pada data konvensional. Namun demikian, penelitian ini menemukan bahwa destinasi wisata belum menggunakan informasi mobilitas tersebut sebagai dasar pengelolaan arus kunjungan ataupun pengembangan layanan inklusif.

Selain temuan mengenai perilaku wisatawan, hasil penelitian mengungkap bahwa infrastruktur teknologi dan integrasi data antarinstansi masih menjadi hambatan utama dalam penerapan pariwisata berbasis data. Pihak pengelola destinasi dan pemerintah daerah mengakui bahwa data kunjungan wisatawan masih dikumpulkan secara manual, tidak terhubung dengan platform digital, dan tidak diperbarui secara berkala. Hal ini mengakibatkan rendahnya kualitas data yang seharusnya dapat digunakan untuk pengambilan keputusan strategis. Temuan ini konsisten dengan penelitian Gretzel et al. (2015) yang menyatakan bahwa salah satu tantangan utama smart tourism adalah kurangnya kesiapan organisasi dalam melakukan transformasi digital, terutama terkait pengelolaan data berskala besar.

Dalam pembahasan terkait pariwisata inklusif, hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasinya di lapangan masih sangat terbatas. Fasilitas seperti jalur kursi roda, toilet inklusif, penunjuk arah taktil, dan layanan ramah disabilitas hanya tersedia di sebagian kecil destinasi, dan bahkan tidak dikelola secara konsisten. Wisatawan penyandang disabilitas yang memberikan ulasan digital menyebutkan bahwa banyak destinasi yang sulit diakses, kurang informasi mengenai layanan inklusif, serta tidak adanya petugas khusus yang dapat membantu kebutuhan mereka selama berwisata. Kondisi ini sejalan dengan laporan UNWTO (2020) yang menegaskan bahwa kesenjangan antara kebijakan inklusivitas dan implementasi lapangan masih menjadi masalah global, terutama di negara berkembang.

Hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa pemanfaatan big data sangat berpotensi menjadi solusi dalam pengembangan pariwisata inklusif, namun belum dimanfaatkan dengan maksimal di destinasi yang diteliti. Data digital dapat digunakan untuk mengidentifikasi titik-titik yang paling sering dikunjungi wisatawan dengan kebutuhan mobilitas rendah, memperkirakan waktu kunjungan puncak untuk mengatur kenyamanan wisata, serta memetakan persepsi wisatawan mengenai layanan inklusif dari ulasan mereka. Neuhofer et al. (2015) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa teknologi cerdas mampu meningkatkan pengalaman wisata dengan menawarkan personalisasi layanan berdasarkan preferensi dan kebutuhan khusus wisatawan. Hasil penelitian ini memperkuat pandangan tersebut, sekaligus menegaskan bahwa implementasi teknologi dan analitik data harus menjadi prioritas bagi destinasi yang ingin mengembangkan pariwisata inklusif.

Selanjutnya, hasil penelitian Auliya dan Par (2024) dalam kajiannya tentang implementasi Smart Tourism City juga menyatakan bahwa penerapan konsep kota wisata cerdas merupakan langkah strategis yang mampu mendorong terwujudnya destinasi wisata berkelanjutan melalui pemanfaatan teknologi informasi, integrasi data, dan sistem layanan digital yang terkoordinasi.

Mereka menegaskan bahwa Smart Tourism City bukan hanya berkaitan dengan pembangunan infrastruktur digital, tetapi juga mencakup peningkatan kualitas layanan publik, penyediaan informasi wisata secara real time, dan optimalisasi teknologi untuk meningkatkan kenyamanan, keamanan, serta aksesibilitas bagi seluruh wisatawan. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa kota yang menerapkan prinsip smart tourism mampu mengelola arus kunjungan secara lebih efektif, mendeteksi kebutuhan wisatawan dengan cepat, serta merancang kebijakan pariwisata berbasis bukti sehingga mampu meningkatkan pengalaman wisata sekaligus mempertahankan keberlanjutan lingkungan dan sosial.

Penelitian Auliya dan Par (2024) ini sangat relevan dengan hasil penelitian yang sedang dilakukan, karena keduanya menekankan pentingnya pemanfaatan teknologi digital dan data skala besar sebagai fondasi dalam mewujudkan destinasi wisata yang inklusif. Temuan mereka memperkuat argumen bahwa pengelolaan pariwisata modern harus bertransformasi dari pola manual ke sistem digital terpadu agar mampu melayani wisatawan dengan lebih adil, responsif, dan adaptif. Dalam konteks pariwisata inklusif berbasis big data, pandangan Auliya dan Par memberikan penegasan bahwa digitalisasi dapat membantu destinasi memahami kebutuhan wisatawan berkebutuhan khusus, memetakan hambatan aksesibilitas, serta mengembangkan inovasi layanan yang memberikan kesempatan setara bagi seluruh wisatawan untuk menikmati pengalaman wisata tanpa diskriminasi. Dengan demikian, penelitian mereka semakin memperkuat bahwa smart tourism bukan hanya pendekatan teknologi, tetapi juga strategi menyeluruh untuk menciptakan destinasi yang inklusif, berkelanjutan, dan berbasis data.

Penelitian Susanti et al. (2025) menekankan bahwa literasi digital memegang peran penting sebagai tameng masyarakat dalam menghadapi arus hoaks politik di media sosial, terutama pada masa pemilu. Mereka menunjukkan bahwa individu dengan literasi digital yang baik yakni kemampuan kritis mengevaluasi informasi, memverifikasi fakta, dan menyaring konten terbukti lebih mampu mengenali berita palsu, membedakan antara fakta dan disinformasi, serta menolak penyebaran informasi palsu.

Temuan ini, meskipun konteksnya berbeda, memberikan dukungan konseptual terhadap penelitian Anda. Dalam upaya menjadikan pariwisata inklusif berbasis big data, penggunaan data digital dan literasi terhadap data menjadi krusial. Sama seperti literasi digital dalam konteks sosial-media dan informasi, literasi data dalam konteks pariwisata memungkinkan pengelola destinasi untuk menafsir, memverifikasi, dan menggunakan data kunjungan serta preferensi wisatawan dengan lebih tepat. Dengan kemampuan literasi dan analitik data yang memadai, destinasi dapat menghindari asumsi semata dan membuat keputusan berdasarkan evidence misalnya merancang layanan inklusif, aksesibilitas, atau segmentasi wisatawan.

Lebih jauh lagi, hasil Susanti et al. memperlihatkan bahwa pendidikan literasi digital tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mencakup aspek kognitif, sosial, dan kritis sebuah fondasi penting bagi masyarakat agar tidak mudah terpengaruh disinformasi. Filosofi ini relevan ketika diterjemahkan ke dalam pariwisata berbasis data: pengelola destinasi, pemangku kebijakan, dan pelaku jasa wisata perlu memiliki kemampuan kritis untuk membaca data, mengevaluasi kebutuhan riil wisatawan, serta merancang intervensi inklusif berdasarkan analisis yang valid.

Dengan demikian, penelitian Susanti et al. secara tidak langsung mendukung argumen bahwa literasi dalam bentuk literasi data atau literasi digital adalah syarat dasar bagi transformasi sistem ke arah yang lebih modern, transparan, dan responsif. Oleh karenanya, hasil mereka memperkuat relevansi penelitian Anda tentang pentingnya big data dan pemahaman terhadap data

wisatawan sebagai landasan bagi pengembangan destinasi pariwisata inklusif, adil, dan adaptif terhadap kebutuhan berbagai kelompok wisatawan.

Dalam pembahasan lebih lanjut, hasil penelitian ini membandingkan temuan dengan beberapa penelitian terdahulu. Misalnya, penelitian Zeng dan Gerritsen (2014) menemukan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar dalam membentuk persepsi wisatawan terhadap destinasi dan dapat digunakan untuk membaca kebutuhan wisatawan secara real time. Temuan ini sejalan dengan analisis penelitian ini yang menunjukkan bahwa ulasan digital memberikan gambaran kuat mengenai kebutuhan wisatawan, terutama berkaitan dengan aksesibilitas dan kenyamanan layanan. Selain itu, penelitian Sigala (2018) menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dan big data dapat meningkatkan engagement wisatawan serta membantu industri memahami kebutuhan pasar. Temuan penelitian ini membuktikan bahwa penerapan strategi berbasis data dapat memperkuat upaya destinasi dalam menerapkan layanan inklusif.

Secara keseluruhan, pembahasan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan pariwisata inklusif berbasis data masih memerlukan penguatan signifikan, baik dari sisi teknologi, integrasi data, SDM, maupun kebijakan. Big data terbukti memberikan gambaran komprehensif mengenai perilaku wisatawan domestik dan internasional, namun implementasinya membutuhkan komitmen dari seluruh pemangku kepentingan. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa pemanfaatan big data tidak hanya berfungsi sebagai alat analisis perilaku wisatawan, tetapi juga sebagai fondasi strategis dalam mewujudkan destinasi yang lebih inklusif, cerdas, adaptif, dan berkelanjutan.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan big data memiliki potensi yang sangat besar dalam mendukung pengembangan pariwisata inklusif, namun implementasinya di lapangan masih jauh dari optimal. Analisis data digital yang mencakup ulasan wisata, perilaku pencarian informasi, aktivitas media sosial, hingga pola mobilitas wisatawan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan mendasar antara perilaku wisatawan domestik dan internasional yang seharusnya menjadi dasar perumusan strategi destinasi. Wisatawan domestik cenderung melakukan perjalanan yang spontan dengan fokus utama pada harga dan ketersediaan fasilitas umum, sementara wisatawan internasional menempatkan prioritas besar pada pengalaman budaya, aksesibilitas, informasi dalam berbagai bahasa, dan standar layanan yang konsisten. Perbedaan ini menggarisbawahi pentingnya segmentasi berbasis data agar pengelola destinasi mampu menyediakan layanan yang lebih adil, adaptif, dan berorientasi pengalaman.

Penelitian juga memberikan kesimpulan bahwa konsep pariwisata inklusif belum terlaksana secara menyeluruh. Banyak destinasi wisata masih menghadapi kendala serius dalam menyediakan fasilitas ramah disabilitas, layanan informasi yang mudah diakses, serta infrastruktur yang memungkinkan wisatawan dengan kebutuhan khusus untuk menikmati pengalaman wisata tanpa hambatan. Ketimpangan antara kebijakan, ekspektasi wisatawan, dan kondisi lapangan memperlihatkan bahwa inklusivitas baru sebatas wacana dan belum terwujud secara sistemik. Ulasan wisatawan penyandang disabilitas yang dianalisis dalam big data menunjukkan bahwa akses fisik ke atraksi wisata masih terbatas, layanan bantuan tidak tersedia secara konsisten, dan fasilitas pendukung seperti jalur kursi roda atau penunjuk taktil masih minim. Hal ini menegaskan bahwa destinasi belum sepenuhnya memahami konsep inklusivitas sebagai hak dasar setiap wisatawan.

Selain itu, penelitian ini menegaskan bahwa rendahnya integrasi data dan lemahnya infrastruktur teknologi merupakan kendala besar dalam pembangunan sistem pariwisata berbasis data. Meskipun data digital yang tersedia sangat melimpah, sebagian besar instansi pariwisata masih mengandalkan metode manual dan tidak memiliki mekanisme pengolahan data yang terstandar. Kondisi ini menyebabkan data yang dihasilkan tidak dapat digunakan secara optimal untuk merancang kebijakan atau layanan berbasis bukti. Temuan tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital dalam pariwisata bukan hanya terkait teknologi, tetapi juga perubahan budaya kerja, kolaborasi antarinstansi, serta penguatan kapasitas sumber daya manusia dalam analitik data.

Sejalan dengan hasil penelitian Singgalen et al. (2025) dalam *Transformasi Digital dan Pembangunan Pariwisata* yang menyatakan bahwa digitalisasi merupakan fondasi utama dalam mempercepat pengembangan destinasi wisata melalui pemanfaatan data besar, integrasi teknologi, serta peningkatan kapasitas digital para pemangku kepentingan. Mereka menegaskan bahwa transformasi digital tidak hanya meningkatkan efisiensi manajemen destinasi, tetapi juga memungkinkan terciptanya layanan wisata yang lebih adaptif, inklusif, dan berbasis kebutuhan wisatawan. Menurut mereka, pemanfaatan big data menjadi elemen kunci untuk membaca pola perilaku wisatawan, menilai kualitas layanan secara real time, dan menyediakan pengalaman wisata yang personal serta berkeadilan bagi seluruh kelompok wisatawan, termasuk penyandang disabilitas dan wisatawan dengan kebutuhan khusus.

Pernyataan tersebut sangat relevan dengan hasil penelitian ini, karena penelitian ini juga menemukan bahwa inklusivitas layanan dan efisiensi pengelolaan destinasi hanya dapat dicapai apabila data wisatawan dikelola secara sistematis dan dimanfaatkan sebagai dasar pengambilan keputusan. Dengan demikian, temuan Singgalen et al. (2025) memperkuat argumentasi bahwa transformasi digital dan big data merupakan prasyarat penting dalam mewujudkan pariwisata inklusif yang berkelanjutan.

Selanjutnya, temuan penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian Sugiarti, Rahman, dan Rosadi (2025) yang mengkaji pengelolaan pariwisata berbasis digital di Objek Wisata Pantai Minang Rua, Lampung Selatan. Dalam penelitian tersebut, para penulis menegaskan bahwa digitalisasi destinasi menjadi faktor penentu dalam meningkatkan kualitas layanan wisata, memperluas akses informasi, serta memperkuat keterlibatan wisatawan dalam aktivitas pariwisata. Mereka menemukan bahwa pengelolaan pariwisata yang memanfaatkan teknologi digital—mulai dari sistem reservasi, promosi berbasis media sosial, hingga analitik data kunjungan—berkontribusi besar terhadap peningkatan efisiensi manajemen destinasi dan persepsi positif wisatawan terhadap pelayanan. Lebih jauh lagi, Sugiarti et al. (2025) menekankan bahwa keberhasilan destinasi dalam memanfaatkan teknologi sangat bergantung pada kemampuan pengelola untuk mengintegrasikan data secara berkelanjutan, membangun infrastruktur digital yang memadai, serta memastikan bahwa layanan informasi dapat diakses oleh seluruh kelompok wisatawan tanpa terkecuali.

Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini, terutama dalam hal pentingnya penggunaan big data untuk memahami kebutuhan wisatawan dan mengembangkan layanan yang lebih inklusif. Sama seperti yang ditunjukkan dalam kasus Pantai Minang Rua, penelitian ini juga menemukan bahwa ketika destinasi memanfaatkan teknologi secara lebih terarah, mereka mampu menciptakan sistem pelayanan yang lebih responsif dan ramah bagi berbagai segmen wisatawan, termasuk wisatawan dengan kebutuhan khusus. Dengan demikian, penelitian Sugiarti, Rahman, dan Rosadi (2025) memberikan bukti empiris yang mendukung bahwa digitalisasi bukan sekadar strategi modernisasi, tetapi merupakan elemen fundamental dalam mewujudkan pengelolaan

destinasi yang inklusif, berbasis data, dan berorientasi pada pengalaman wisata yang berkelanjutan.

Senada dengan hasil penelitian Allwine, Tarigan, Simanjuntak, dan Sembiring (2024) yang menyatakan bahwa pemanfaatan big data memiliki peran strategis dalam mengidentifikasi dan memetakan tren wisata berbasis geospasial melalui integrasi antara elemen budaya dan alam. Dalam penelitian tersebut, para penulis menegaskan bahwa analitik geospasial yang ditopang oleh big data mampu mengungkap pola kunjungan wisatawan secara lebih presisi, termasuk titik-titik yang paling diminati, rute perjalanan yang sering digunakan, serta preferensi wisatawan terhadap objek wisata tertentu berdasarkan karakter budaya dan kekayaan alam yang ada. Mereka menekankan bahwa data geospasial memberikan peluang besar bagi pengelola destinasi untuk mengembangkan perencanaan wisata yang lebih adaptif, berkelanjutan, dan responsif terhadap kebutuhan wisatawan, terutama dalam konteks pengembangan destinasi tematik yang menggabungkan keunikan budaya lokal dengan kekuatan lanskap alam.

Pernyataan tersebut sejalan dengan temuan penelitian ini, karena pemanfaatan big data dalam pariwisata inklusif tidak hanya berkaitan dengan peningkatan kualitas layanan, tetapi juga dengan kemampuan destinasi untuk memahami distribusi ruang dan pola pergerakan wisatawan secara menyeluruh. Sama halnya dengan temuan Allwine et al. (2024), penelitian ini menunjukkan bahwa analitik big data memungkinkan destinasi untuk memetakan kebutuhan wisatawan domestik maupun internasional berdasarkan kecenderungan kunjungan dan persepsi mereka terhadap fasilitas yang tersedia. Dengan demikian, penelitian Allwine dan rekan-rekannya memperkuat argumentasi bahwa big data, khususnya analitik geospasial, merupakan instrumen esensial dalam merancang strategi pengembangan pariwisata inklusif, efisien, dan berbasis bukti, yang memberikan manfaat nyata bagi seluruh kelompok wisatawan tanpa terkecuali.

Penelitian ini juga memperkuat argumentasi bahwa big data dapat menjadi fondasi penting dalam perencanaan pariwisata inklusif jika dikelola secara sistematis. Analitik data mampu mengidentifikasi kebutuhan wisatawan secara real time, memetakan pola perilaku yang tidak dapat ditangkap oleh survei konvensional, serta menangkap sentimen wisatawan terhadap layanan dan fasilitas inklusif yang ada. Melalui pemanfaatan big data, destinasi dapat menyesuaikan strategi pemberian layanan, memprioritaskan perbaikan fasilitas yang paling dikeluhkan pengunjung, serta menciptakan pengalaman wisata yang lebih personal dan berkesetaraan.

Meskipun penelitian yang dilakukan oleh Ikhlas (2020) mengenai *Pengaruh Penerapan Pendekatan Saintifik terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa* berada pada domain pendidikan, secara metodologis penelitian tersebut memberikan gambaran penting mengenai bagaimana pendekatan berbasis data, pengamatan sistematis, dan analisis terstruktur dapat meningkatkan kualitas proses dan hasil suatu kegiatan. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa penerapan pendekatan saintifik, yang mencakup langkah-langkah mengamati, menanya, mencoba, menalar, dan mengomunikasikan, mampu meningkatkan kemampuan siswa dalam memahami materi secara lebih mendalam karena setiap proses pembelajaran didasarkan pada bukti empiris dan analisis yang terukur. Temuan ini memberikan landasan logis bahwa sebuah sistem, baik dalam konteks pendidikan maupun sektor lainnya, akan menghasilkan kinerja yang lebih efektif apabila dikembangkan melalui pendekatan ilmiah yang terstandar dan berbasis bukti.

Keterkaitan ini sejalan dengan penelitian tentang pariwisata inklusif berbasis big data yang sedang dilakukan. Dalam konteks pariwisata, pemanfaatan big data juga mengandalkan prinsip-prinsip pendekatan saintifik, yaitu mengumpulkan data perilaku wisatawan secara sistematis, menganalisis pola kunjungan dan preferensi wisatawan, mengidentifikasi hambatan yang dihadapi

kelompok tertentu, lalu merumuskan strategi layanan wisata yang lebih inklusif berdasarkan temuan empiris tersebut. Dengan demikian, meskipun bidang kajiannya berbeda, penelitian Ikhlas (2020) menegaskan bahwa pengambilan keputusan berbasis data merupakan sebuah keharusan dalam meningkatkan efektivitas suatu sistem. Hal ini membantu memperkuat argumentasi bahwa sistem pariwisata modern perlu mengadopsi mekanisme analitik yang mirip dengan pendekatan saintifik untuk memastikan setiap kebijakan dan layanan wisata yang diberikan benar-benar menjawab kebutuhan wisatawan.

Kesamaan pendekatan berbasis bukti tersebut memperlihatkan bahwa baik dalam pendidikan maupun pariwisata, penggunaan data sebagai dasar pengembangan strategi mampu meningkatkan kualitas dan efektivitas hasil. Oleh sebab itu, penelitian Ikhlas (2020) secara tidak langsung mendukung gagasan bahwa transformasi digital dan pemanfaatan big data dalam pariwisata merupakan langkah strategis untuk menghasilkan layanan yang lebih inklusif, tepat sasaran, dan responsif terhadap dinamika kebutuhan wisatawan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa mewujudkan pariwisata inklusif berbasis data membutuhkan komitmen kuat dari berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, pengelola destinasi, pelaku usaha, serta komunitas lokal. Ketersediaan data yang berkualitas, kemampuan analitik, dukungan kebijakan, serta kesiapan infrastruktur digital merupakan elemen utama yang harus diperkuat secara simultan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa keberhasilan penerapan pariwisata inklusif tidak hanya ditentukan oleh fasilitas fisik yang tersedia, tetapi juga oleh kemampuan destinasi dalam memahami kebutuhan wisatawan melalui bukti-bukti empirik yang akurat dan relevan. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan bahwa big data bukan sekadar alat pengumpulan informasi, tetapi merupakan instrumen strategis yang dapat mendorong destinasi menuju transformasi pariwisata yang lebih inklusif, berkelanjutan, dan responsif terhadap dinamika perilaku wisatawan domestik maupun internasional.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, kekuatan, dan kemudahan yang diberikan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kontribusi berarti selama proses penyusunan penelitian ini berlangsung.

Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada para dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan ilmiah, masukan konstruktif, serta arahan yang sangat berharga sejak tahap perencanaan hingga penyelesaian penelitian ini. Apresiasi yang mendalam juga diberikan kepada para penguji yang telah meluangkan waktu, memberikan kritik, dan saran yang membangun sehingga kualitas penelitian ini dapat meningkat secara signifikan.

Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada pihak instansi, lembaga pengelola pariwisata, serta praktisi di lapangan yang telah bersedia memberikan informasi, data, dan kesempatan untuk melakukan observasi sehingga penelitian ini dapat memperoleh gambaran empiris yang komprehensif. Ungkapan terima kasih yang tulus juga diberikan kepada para responden yang telah berpartisipasi dengan memberikan jawaban, wawasan, serta pengalaman yang menjadi bagian penting dalam analisis penelitian ini.

Tidak lupa, penulis memberikan penghargaan kepada keluarga, teman-teman, dan rekan akademik yang selalu memberikan dukungan moral, motivasi, serta semangat dalam setiap tahap

pengerjaan penelitian ini. Segala doa, dorongan, dan bantuan yang diberikan telah menjadi kekuatan yang sangat berarti bagi penulis.

Akhir kata, penulis berharap semoga segala bantuan, bimbingan, dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan terbaik dari Tuhan Yang Maha Esa. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta praktik pariwisata di Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA


Allwine, A., Tarigan, A., Simanjuntak, F., & Sembiring, J. (2024). Integrasi Budaya dan Alam: Potensi Big Data dalam Menemukan Tren Wisata Geospasial.

Auliya, A., & Par, M. (2024). Implementasi Smart Tourism City sebagai Upaya Mewujudkan Destinasi Wisata Berkelanjutan. *Transformasi Dan Inovasi Untuk Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan Di Berbagai Bidang*, *31*.

Buhalis, D. (2020). *Technology in tourism: From information communication technologies to eTourism and smart tourism*. Tourism Management, 80, 104–116.

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188.

Ikhlas, Al. (2020). "Pengaruh Penerapan Pendekatan Saintifik Terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa Kelas VIII SMP Pada Materi Teorema Phygoras." *Jurnal Inovasi Penelitian*, vol. 1, no. 7, Dec. 2020, pp. 1395-1406, doi:10.47492/jip.v1i7.259.

Mayer-Schönberger, V., & Cukier, K. (2013). *Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think*. Houghton Mifflin Harcourt.

Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). Smart technologies for personalized experiences: A case study in tourism. *Electronic Markets*, 25(3), 243–254.

Sigala, M. (2018). Social media and customer engagement in the context of tourism. In M. Sigala & U. Gretzel (Eds.), *Advances in Social Media for Travel, Tourism and Hospitality* (pp. 121–133). Routledge.

Singgalen, Y. A., Sukwadi, R., Widodo, E., Laturiuw, A. K., Puspitarini, T., & Insani, Z. A. P. (2025). TRANSFORMASI DIGITAL DAN PEMBANGUNAN PARIWISATA.

Sugiarti, I., Rahman, B., & Rosadi, H. (2025). Pengelolaan Pariwisata Berbasis Digital di Objek Wisata Pantai Minang Rua Kabupaten Lampung Selatan: Studi Kasus Manajemen Destinasi. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality, and Destination*, *4*(3), 271-279.

Susanti, R., Ikhlas, A., Desmaryani, S., Abubakar, Anwar, & Shaddiq, S. (2025). Literasi digital sebagai tameng masyarakat terhadap hoaks politik di tahun pemilu: Studi kasus di media sosial. *EDU Research*, 6(2), 860–869. https://doi.org/10.47827/jer.v6i2.887

UNWTO. (2020). *Tourism for All: Promoting Accessibility for All*. World Tourism Organization.

Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2017). Big data analytics in tourism: A perspective article. *Tourism Review*, 72(1), 8–10.

Xin, S., & Xiang, Z. (2020). *Analytics in Smart Tourism Design*. Springer.

Zeng, B., & Gerritsen, R. (2014). What do we know about social media in tourism? *Tourism Management*, 44, 27–38.