

**FAKTOR PENENTU PARIWISATA VIRTUAL
SITUS WARISAN DUNIA DI INDONESIA:
SEBUAH TELAHAH PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEPTUAL
*Determinants on World Heritage Sites Virtual Tourism in Indonesia:
A Literature Review and Conceptual Framework***

Bhenu Artha^{1*}, Antonius Satria Hadi², Niken Permata Sari³

^{1,2,3}Program Studi Kewirausahaan
Fakultas Ekonomi, Universitas Widya Mataram
Dalem Mangkubumen KT III/237 Yogyakarta 55132
bhenoz27@gmail.com

Diterima: 10 Juni 2020. Disetujui: 01 Juli 2020. Dipublikasikan: 02 Juli 2020

Abstrak

Industri pariwisata mulai melemah khususnya di Indonesia di tengah pandemi Covid-19 yang terjadi sekarang ini. Di tengah menurunnya tren pariwisata, teknologi justru semakin berkembang. Untuk itu diperlukan sebuah model baru untuk memajukan dan mengembangkan pariwisata dengan memanfaatkan teknologi. Tujuan utama dari penulisan artikel ini adalah untuk mengajukan dan memberikan model ataupun kerangka konseptual alternatif tentang pariwisata virtual. Lebih lanjut, kerangka konseptual yang baru ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel *online destination experience*, *online destination authenticity*, *virtual reality*, dan *augmented reality* terhadap pariwisata virtual pada situs warisan budaya di Indonesia. Dalam artikel ini, peneliti mengusulkan empat hipotesis untuk menguji setiap pengaruh antar variabel yang ada dalam kerangka konseptual yang diusulkan. Karena artikel ini termasuk dalam artikel konseptual, maka peneliti menyarankan pada penelitian selanjutnya dilakukan penelitian empiris berdasarkan kerangka konseptual yang diusulkan di dalam artikel ini.

Kata Kunci: *Augmented reality, Online destination authenticity, Online destination experience, Virtual reality, Pariwisata virtual*

Abstract

The tourism industry is starting to weaken especially in Indonesia amid the current Covid-19 pandemic. In the midst of declining tourism trends, technology is actually growing. For this reason, a new model is needed to advance and develop tourism by utilizing technology. The main purpose of this article is to propose and provide a new model or conceptual framework about virtual tourism. This new conceptual framework aims to examine the effect of online destination experience, online destination authenticity, virtual reality, and augmented reality towards virtual tourism on world heritage sites in Indonesia. In this article, we propose four hypotheses to test each influence between variables in the proposed conceptual framework. Because this article is a conceptual paper, the researcher suggests that future studies should conduct an empirical study based on the conceptual framework proposed in this article

Keywords: *Augmented reality, Online destination authenticity, Online destination experience, Virtual reality, Virtual tourism*

PENDAHULUAN

Tujuan wisata merupakan kunci untuk meningkatkan produktivitas pariwisata (Liu dan

Wu, 2019). Penelitian terdahulu yang dilaksanakan oleh Blake, Sinclair, dan Soria (2006) membandingkan efek dari produktivitas berbagai sektor pariwisata pada pembangunan

ekonomi. Liu, Song, dan Blake (2018) menerapkan teori pertumbuhan ekonomi eksogen, yang mengasumsikan bahwa produktifitas eksogen dan kembalinya kapitalis berkurang, untuk mensimulasikan mekanisme transmisi dari sebuah *productivity shock* pada pariwisata eksogen terhadap pertumbuhan ekonomi di Mauritius dengan menggunakan model keseimbangan stokastik umum (DSGE) yang dinamis. Di samping itu, pemerintah Indonesia berharap sektor pariwisata dapat menjadi mesin penggerak ekonomi sehingga mampu memberikan sumbangsih untuk mensejahterakan masyarakat (Abdillah, 2017).

Namun demikian, terdapat beberapa konsep dalam *tourism*, seperti halnya *coopetition* dan *co-opetition* sebagai cara baru dalam berbisnis dimana kerjasama terjadi antara kompetitor (Bengtsson dan Kock, 2000, 2014; Corte dan Sciarrelli, 2012; Fang, 2006; Lado, Boyd, dan Hanlon, 1997; Luo, 2007; Lorgnier dan Su, 2014; Wang dan Krakover, 2008). Beberapa hal juga harus diklarifikasi jika bertujuan ingin memahami bagaimana supaya dapat meningkatkan manajemen tujuan wisata. Pertama, tujuan wisata adalah unit analisis di mana proses internasionalisasi adalah bagian dari pengembangannya. Dalam konteks ini, konstruksi belum memiliki paradigm status (Padula dan Dagnino, 2007; Rusko, 2011, 2014), tetapi evolusi pasar dan jaringan menunjukkan bahwa itu adalah titik kunci dalam "*octopus strategy*" yang digunakan oleh korporasi global (Cygler, Gajdzik, dan Sroka, 2014). Kedua, sektor pariwisata sangat penting bagi banyak negara karena membentuk rantai produktif yang besar yang melibatkan banyak pelaku dan sektor industri, bahkan jumlah total aktivitas langsung dan tidak langsung yang berinteraksi di industri pariwisata membentuk sistem yang besar dengan sub-sistem yang berbeda (Chim-Miki dan Batista-Canino, 2017). Akhirnya, *Destination Management Organizations* (DMOs) sering mempromosikan pengembangan tujuan wisata dengan

menetapkan strategi lokal dan global untuk meningkatkan tujuan di kancah internasional (Chim-Miki dan Batista-Canino, 2017). Pendekatan ini menyatukan berbagai perusahaan yang saling melengkapi ketika mengembangkan tujuan wisata, dan di mana para pemangku kepentingan berbagi tujuan bersama (Corte dan Sciarrelli, 2012; Hitt, Dacin, Levitas, Arregle, dan Borza, 2000).

Pada umumnya, tinjauan terhadap literatur telah dipahami sebagai metode untuk memungkinkan para peneliti untuk memetakan wilayah intelektual yang telah ada (Weed, 2006). Penekanan bahwa tipologi yang berbeda dari ulasan yang ada merupakan hal yang penting (Pahlevan-Sharif *et al.*, 2019). Sebagai bidang pariwisata telah berkembang sejak tahun 1970-an (Airey, 2015), basis pengetahuannya telah diperluas secara bertahap. Para peneliti telah berpartisipasi dalam pemetaan lapangan dalam perkembangan epistemologi, teoritis dan metodologis (Lihat Airey, 2015; Law, Sun, Fong, & Fu, 2016; Huang & Chen, 2016; Khoo-Lattimore, Mura, & Yung, 2017; Mura & Pahlevan Sharif, 2015; Wijesinghe, Mura, & Bouchon, 2017). Pengaruh perkembangan teknologi juga berperan besar dalam kemajuan kepariwisataan. Kemajuan teknologi seperti kecerdasan buatan, *virtual* dan *augmented reality* pun turut menyumbang perkembangan pariwisata virtual (Radicchi, 2013; Tussyadiah, 2018; Lee *et al.*, 2020). Selain itu, pengalaman dan keaslian tujuan wisata daring (Jászberényi *et al.*, 2020) juga peneliti dianggap sebagai penentu perkembangan dan kemajuan pariwisata virtual.

Meskipun beberapa ulasan literatur dan beberapa tinjauan sistematis telah dilakukan di bidang pariwisata, pendekatan dan prinsip dasar yang mendasari penilaian ini tidak diketahui. Dengan demikian, terdapat kesenjangan dalam literatur pariwisata.

Tabel 1. Telaah Pustaka pada Pariwisata

No	Variabel yang Mempengaruhi atau Dipengaruhi	Peneliti	Hasil Penelitian
1	<i>Hotel booking</i>	Casais <i>et. al.</i> (2020)	<i>Tourism</i> berpengaruh terhadap <i>hotel booking</i>
2	<i>Human development</i>	Croes <i>et. al.</i> (2020)	<i>Human development</i> berpengaruh terhadap <i>tourism</i>
3	<i>Air transport infrastructures, cultural resources, dan ICT readiness</i>	Fernandez <i>et. al.</i> (2020)	<i>Air transport infrastructures, cultural resources, dan ICT readiness</i> berpengaruh terhadap <i>tourism</i>
4	<i>Intra-pandemic perception</i>	Kim dan Kwon (2018), Li, Nguyen dan Coca-Stefaniak (2020)	<i>Intra-pandemic perception</i> berpengaruh terhadap <i>tourism</i>
5	<i>Strategy implementation (Understanding how relationships with the external environment, Examining how organizational characteristics, Exploring success factors and impediments, Developing strategy implementation frameworks, Assessing strategy implementation effectiveness)</i>	Aladag OF, <i>et. al.</i> (2020)	<i>Strategy implementation</i> berpengaruh terhadap <i>tourism</i>
6	<i>Emotional labour</i>	Xu <i>et al.</i> (2020)	<i>Emotional labour</i> berpengaruh terhadap <i>tourism</i>
7	<i>Economic growth</i>	Liu dan Wu (2019)	<i>Tourism</i> berpengaruh terhadap <i>economic growth</i>
8	<i>Innovation</i>	Pikkemaat <i>et. al.</i> (2019)	<i>Innovation</i> berpengaruh terhadap <i>tourism</i>
9	<i>Co-creation</i>	Sugathan (2019)	<i>Co-creation</i> berpengaruh terhadap <i>tourism</i>
10	<i>World Heritage</i>	Gao dan Su (2019)	<i>World Heritage</i> berpengaruh terhadap <i>tourism</i>
11	<i>World Heritage Site</i>	Yang <i>et. al.</i> (2019)	<i>World Heritage Site</i> berpengaruh terhadap <i>tourism</i>
12	<i>Co-creation</i>	Ross dan Saxena (2019)	<i>Co-creation</i> berpengaruh terhadap <i>tourism</i>
13	<i>Destination resources, destination infrastructure and support services, dan general business environment</i>	Michael <i>et. al.</i> (2019)	<i>Destination resources, destination infrastructure and support services, dan general business environment</i> berpengaruh terhadap <i>tourism</i>
14	<i>Economic growth</i>	Santamaria dan Fillis (2019)	<i>Tourism</i> berpengaruh terhadap <i>economic growth</i>
15	<i>Mortality threats</i>	Fennell (2017), Oren, Shani, dan Poria (2019)	<i>Mortality threats</i> berpengaruh terhadap <i>tourism</i>
16	<i>Virtual tours</i>	Cho, Wang, dan Fesenmaier (2002), Tussyadiah <i>et. al.</i> (2018)	<i>Virtual tours</i> berpengaruh terhadap <i>tourism</i>
17	<i>Community development</i>	Aquino <i>et. al.</i> (2018)	<i>Tourism</i> berpengaruh terhadap <i>community development</i>
18	<i>Tour guide</i>	Becker (2018)	<i>Tourism</i> berpengaruh terhadap <i>tour guide</i>
19	<i>Dynamism, positive social capital, flexibility, dan symbolic capital of informal entrepreneurs</i>	Cakmak <i>et. al.</i> (2018)	<i>Dynamism, positive social capital, flexibility, dan symbolic capital of informal entrepreneurs</i> berpengaruh terhadap <i>tourism</i>
20	<i>Job creation, business viability, quality of life, water quality, waste management, energy conservation, dan maintenance of community integrity</i>	Agyeiwaah <i>et. al.</i> (2017)	<i>Job creation, business viability, quality of life, water quality, waste management, energy conservation, dan maintenance of community integrity</i> berpengaruh terhadap <i>tourism</i>

21	Teori Roger	Dibra (2015)	Teori Roger berpengaruh terhadap <i>tourism</i>
22	<i>Innovation</i>	Omerzel (2015)	<i>Innovation</i> berpengaruh terhadap <i>tourism</i>
23	<i>Economic growth</i>	Inchausti-Sintes (2015)	<i>Tourism</i> berpengaruh terhadap <i>economic growth</i>
24	<i>Local communities in the rural areas</i>	Ghasemi dan Hamzah (2014)	<i>Local communities in the rural areas</i> berpengaruh terhadap <i>tourism</i>
25	<i>Cultural heritage attractions dan natural resources</i>	Chee-Hua <i>et. al.</i> (2014)	<i>Cultural heritage attractions dan natural resources</i> berpengaruh terhadap <i>tourism</i>

DISKUSI DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 menunjukkan adanya beberapa variabel yaitu *job creation, business viability, quality of life, water quality, waste management, energy conservation, maintenance of community integrity, Teori Roger, innovation, co-creation, dynamism, positive social capital, flexibility, symbolic capital of informal entrepreneurs, world heritage, human development, emotional labour, air transport infrastructures, cultural resources, ICT readiness, local communities in the rural areas, cultural heritage attractions, natural resources, destination resources, destination infrastructure and support services, dan general business environment* yang mempengaruhi *tourism* dan variabel *economic growth, hotel booking, community development, tour guide* yang dipengaruhi oleh *tourism*. Terdapat variabel-variabel yang konsisten yang mempengaruhi *tourism*, yaitu *innovation* (Omerzel, 2015 dan Pikkemaat *et. al.*, 2019), *co-creation* (Sugathan, 2019; Ross dan Saxena, 2019) dan *world heritage* (Gao dan Su, 2019; Yang *et. al.*, 2019). Melihat hal tersebut, maka diperlukan inovasi dan kreativitas untuk mendukung keberlangsungan *tourism*, terutama pada *world heritage sites*, walaupun kontribusinya kecil terhadap *tourism* secara keseluruhan.

Berkaitan dengan dukungan terhadap industri MICE (*Meeting, Incentive, Convention and Exhibition*) domestik dan di sisi lain adanya dampak pandemi Covid-19, maka *world heritage sites* di Indonesia dapat lebih dieksplorasi dengan mengadakan *virtual tourism* ataupun *virtual event* yang bertempat di obyek wisata yang merupakan *world heritage sites*. Sebuah situs warisan dunia (*world heritage sites*) adalah suatu tempat budaya dan alam, serta benda yang mempunyai arti bagi

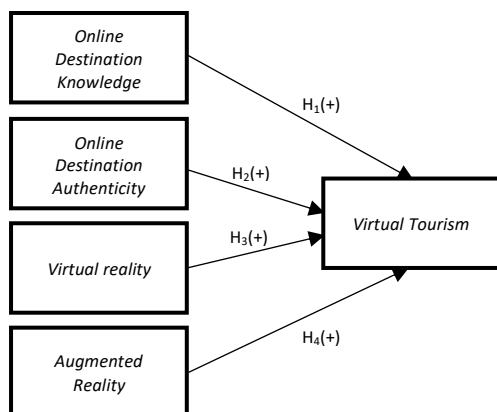
umat manusia dan menjadi sebuah warisan bagi generasi berikutnya (UNESCO, 2020). *World heritage sites* di Indonesia yang dapat dikembangkan dan dijelajahi melalui *virtual tourism* antara lain Candi Borobudur, Candi Prambanan, Taman Nasional Komodo, Taman Nasional Hutan Hujan Sumatra, Taman Nasional Lorentz, dan Taman Nasional Ujung Kulon yang dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Beberapa *World Heritage Sites* di Indonesia yang Dapat Dikembangkan dan Dijelajahi Melalui *Virtual Tourism*

Seperti yang telah dijelaskan di atas, *world heritage sites* di Indonesia dapat lebih dieksplorasi dengan mengadakan *virtual tourism* ataupun *virtual event* dengan pembuatan konten tentang obyek wisata, yang berisi tur ke obyek wisata tersebut. Konten tersebut dapat diakses secara gratis dengan fitur terbatas. Apabila pengunjung *virtual* menghendaki konten lengkap, maka harus membayar tiket (*online*) seperti jika memasuki obyek wisata secara langsung. Salah satu *world heritage sites* di Indonesia yang dapat dijadikan *virtual tourism* adalah Taman Nasional Pulau Komodo. Adanya tur *virtual* akan membuat pengunjung dapat menjelajahi seluruh tempat di pulau tanpa adanya kekhawatiran tentang keamanan diri ketika kontak dekat dengan komodo.

Tourism mempengaruhi *economic growth* (Liu dan Wu, 2019; Inchausti-Sintes, 2015; Santamaria dan Fillis, 2019), maka pengembangan *tourism* harus dilakukan agar dapat memberikan kontribusi terus menerus terhadap pertumbuhan ekonomi. Data *market size consumer virtual reality software* dan *hardware* yang memprediksikan bahwa akan mencapai 3,7 milyar dolar AS pada tahun 2021 dan mengalami kenaikan 5,1 milyar dolar AS pada tahun 2023 (Liu, 2020). Hal tersebut merupakan peluang untuk *virtual tourism*. Hal senada ditunjukkan oleh Tang dan Tan (2014) yang menyatakan bahwa *tourism granger* menyebabkan pertumbuhan ekonomi dalam jangka pendek dan jangka panjang serta *tourism* merupakan katalis pertumbuhan ekonomi di Malaysia.



Gambar 2. Kerangka Konseptual (diadaptasi dan dimodifikasi dari penelitian Radicchi, 2013; Tussyadiah, 2018; Lee *et al.*, 2020; Jászberényi *et al.*, 2020)

Artikel ini mengusulkan empat variabel yang berkaitan dengan *virtual tourism*, yaitu *online destination knowledge*, *online destination authenticity*, *virtual reality*, dan *augmented reality*. *Online destination knowledge* merupakan pengetahuan yang didapatkan pengunjung secara daring pada destinasi wisata tertentu. *Online destination authenticity* merupakan gambaran jelas dan detail mengenai setiap sisi destinasi wisata. *Virtual reality* merupakan gambar bergerak yang didapatkan pengunjung dimana terjadi interaksi yang tampak nyata dengan menggunakan peralatan elektronik seperti kacamata atau helm dengan layar didalamnya atau sarung tangan yang dilengkapi dengan

sensor. *Augmented reality* merupakan hal yang didapatkan pengunjung berupa penjelajahan ke semua tempat di suatu destinasi wisata yang kemungkinan tidak dapat dilakukan ketika mengunjungi destinasi tersebut secara langsung, misalnya menyelam di sungai atau *diving* pada perairan yang didalamnya terdapat kawanan hiu. Lebih lanjut, artikel ini mengusulkan empat hipotesis, yakni:

- H₁: *Online destination knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *virtual tourism*
- H₂: *Online destination authenticity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *virtual tourism*
- H₃: *Virtual reality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *virtual tourism*
- H₄: *Augmented reality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *virtual tourism*

KESIMPULAN

Tujuan utama dari artikel ini adalah memberikan usulan tentang model atau kerangka konseptual baru tentang pariwisata virtual, yang belum pernah dilakukan sebelumnya oleh peneliti, seperti yang dapat dilihat pada Gambar 2. Artikel ini adalah artikel konseptual, yang mana model atau kerangka konseptual baru berdasarkan telaah pustaka dari penelitian-penelitian empiris terdahulu yang relevan.

Selanjutnya, menindaklanjuti hasil telaah pustaka tersebut, maka peneliti menyarankan penelitian selanjutnya menggunakan *virtual tourism* sebagai variabel terikat, dengan merujuk pada pembuatan konten tentang obyek wisata, yang berisi tur ke obyek wisata tersebut. Konten tersebut dapat diakses secara gratis dengan fitur terbatas. Apabila pengunjung virtual menghendaki konten lengkap, maka harus membayar tiket (*online*) seperti jika memasuki obyek wisata secara langsung. Selanjutnya peneliti memberikan saran untuk mengadakan wisata melalui event-event virtual, misalnya pameran otomotif virtual. Hal ini dilaksanakan dalam rangka mendukung industri *heritage* di Indonesia. Dengan adanya *virtual tourism* berskala nasional, maka diharapkan pengunjung yang mengakses secara virtual jumlahnya setara atau lebih banyak dibandingkan dengan kunjungan secara

langsung, dikarenakan akses virtual dapat dilaksanakan kapan saja dan dimana saja. Tentunya pengunjung virtual juga dapat mengunjungi pameran virtual secara tepat waktu pada saat pelaksanaan acara di waktu yang telah ditentukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, D. (2017). Analisis Faktor Pendorong dan Penarik Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Bali Utara. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 12(1), 81-110.
- Agyeiwaah, Elizabeth., McKercher, Bob., dan Sontikul, Wantanee. (2017). Identifying core indicators of sustainable tourism: A path forward? *Tourism Management Perspectives*, 24, 26-33, DOI: 10.1016/j.tmp.2017.07.005
- Airey, David. (2015). 40 years of tourism studies – a remarkable story. *Tourism Recreation Research*, 40(1), 6-15, DOI: 10.1080/02508281.2015.1007633
- Aladag OF, Köseoglu MA, King B, Mehraliyev F. (2020). Strategy implementation research in hospitality and tourism: Current status and future potential. *International Journal Hospitality Management*, 102556, DOI: 10.1016/j.ijhm.2020.102556
- Aquino, Richard S., Luck, Michael., dan Schanzel, A. (2018). A conceptual framework of tourism social entrepreneurship for sustainable community development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, DOI: 10.1016/j.jhtm.2018.09.001
- Becker, Elisabeth. (2018). Tour-guiding as a pious place-making practice: The case of the Sehlik Mosque, Berlin. *Annals of Tourism Research*, 73, 81-90, DOI: 10.1016/j.annals.2018.09.009
- Bengtsson, Maria., dan Kock, Soren. (2014). Coopetition-Quo Vadis? Past accomplishments and future challenges. *Industrial Marketing Management*, DOI: 10.1016/j.indmarman.2014.02.015
- Blake, Adam., Sinclair, M Thea., dan Soria, Juan Antonio Campos. (2006). Tourism productivity: Evidence from the United Kingdom. *Annals of Tourism Research*, DOI: doi.org/10.1016/j.annals.2006.06.001
- Cakmak, Erdinc., Lie, Rico., dan McCabe, Scott. (2018). Reframing informal tourism entrepreneurial practices: Capital and field relations structuring the informal tourism economy of Chiang Mai. *Annals of Tourism Research*, DOI: 10.1016/j.annals.2018.06.003
- Casais, Beatriz., Fernandes, Juliana., dan Sarmento, Mariana. (2020). Tourism innovation through relationship marketing and value co-creation: A study on peer-to-peer online platforms for sharing accommodation. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, DOI: 10.1016/j.jhtm.2019.11.010
- Chee-Hua, Chin., May-Chiun, Lo., Songan, Peter., dan Nair, Vikneswaran. (2014). Rural tourism destination competitiveness: A study on Annah Rais Longhouse Homestay, Sarawak, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, DOI: 10.1016/j.sbspro.2014.07.271
- Chim-Miki, Adriana F., dan Batista-Canino, Rosa M. (2017). Tourism coopetition: An introduction to the subject and a research agenda. *International Business Review*, DOI: 10.1016/j.ibusrev.2017.05.003
- Cho, Y. H., Wang, Y., & Fesenmaier, D. R. (2002). Searching for experiences: The web-based virtual tour in tourism marketing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 12(4), 1–17, DOI: 10.1300/J073v12n04_01
- Croes, Robertico., Riderstaat, Jorge., dan Shapoval, Valeriya. (2020). Extending tourism competitiveness to human development. *Annals of Tourism Research*, DOI: 10.1016/j.annals.2019.102825
- Cygler, Joanna., Gajdzik, Bozena., dan Sroka, W. (2014). Coopetition as a development stimulator of enterprises in the networked steel sector. *Metalurgija*. 53(3), 383-386.
- Della Corte, V. dan Sciarelli, M. (2012). Can coopetition be source of competitive advantage for strategic networks? *Corporate Ownership and Control*. 10(1). 363-379.
- Dibra, Mirjam. (2015). Rogers Theory on Diffusion of Innovation – The Most Appropriate Theoretical Model in The Study of Factors Influencing the Integration of Sustainability in Tourism Business. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, DOI: 10.1016/j.sbspro.2015.06.443
- Fang, Tony. (2006). Coopetition in International Business. *International Business Review*, DOI: 10.1016/j.ibusrev.2006.05.005
- Fennell, D. A. (2017). Towards a model of travel fear. *Annals of Tourism Research*, 66, 140–150, DOI: 10.1016/j.annals.2017.07.015
- Fernandez, Jose Antonio Salinas., Azevedo, Paula Serdeira., Martin, Jose Maria Martin., dan Martin, Jose Antonio Rodriguez. (2020). Determinants of tourism destination competitiveness in the countries most visited by international tourists: Proposal of synthetic index, *Tourism Management Perspectives*, DOI: 10.1016/j.tmp.2019.100582
- Gao, Yanyan., dan Su, Wei. (2019). Is the World Heritage just a little for tourism?, *Annals of Tourism Research*, DOI: 10.1016/j.annals.2019.102748

- Ghasemi, Moslem., dan Hamzah, Amran. (2014). An investigation of the appropriateness of tourism development paradigms in rural areas from main tourism stakeholders' point of view, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, DOI: 10.1016/j.sbspro.2014.07.269
- Hitt, Michael A., Dacin, M Tina., Levitas, Edward., Arregle, Jean-Luc., dan Borza, Anca. (2000). Partner Selection in Emerging and Developed Market Contexts: Resource-Based and Organizational Learning Perspectives, *The Academy of Management Journal*, DOI: 10.2307/1556404
- Huang, Songshan (Sam), dan Chen, Ganghua. (2016). Current state of tourism research in China, *Tourism Management Perspectives*, DOI: 10.1016/j.tmp.2016.06.002
- Inchausti-Sintes, Federico. (2015). Tourism: Economic growth, employment and Dutch Disease, *Annals of Tourism Research*. DOI: 10.1016/j.annals.2015.07.007
- Jászberényi, Melinda; Miskolczi, Márk. (2020). Danube Cruise Tourism as a Niche Product—An Overview of the Current Supply and Potential, *Sustainability*, 12(11), DOI: 10.3390/su12114598
- Khoo-Lattimore, Catheryn., Mura, Paolo., dan Yung, Ryan. The time has come: a systematic literature review of mixed methods research in tourism, *Current Issues in Tourism*. DOI: 10.1080/13683500.2017.1406900
- Kim, S. B., & Kwon, K. J. (2018). Examining the relationships of image and attitude on visit intention to Korea among Tanzanian college students: The moderating effect of familiarity, *Sustainability*, 10(2), 1–15. DOI: 10.3390/su10020360
- Lado, Augustine A., Boyd, Nancy G., dan Hanlon, Susan C. (1997). Competition, Cooperation, and the Search for Economic Rents: A Syncretic Model, *The Academy of Management Review*. DOI: 10.2307/259226
- Law, R., Sun, S., Fong, D., Fong, L., dan Fu, H. (2016). A systematic review of China's outbound tourism research. *International Journal of Contemporary Hospitality*. DOI: 10.1108/IJCHM-06-2015-0323
- Lee, Pam; William Cannon Hunter; Chung, Namho. (2020). Smart Tourism City: Developments and Transformations, *Sustainability*, 12(10), DOI: 10.3390/su12103958
- Li, J., Nguyen, T., & Coca-Stefaniak, J. A. (2020). Coronavirus impacts on post-pandemic planned travel behaviours, *Annals of Tourism Research*, DOI: 10.1016/j.annals.2020.102964
- Liu, Anyu., Song, Haiyan., dan Blake, Adam. (2018). Modelling productivity shocks and economic growth using the Bayesian dynamic stochastic general equilibrium approach, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, DOI: 10.1108/IJCHM-10-2017-0686
- Liu, Anyu., dan Wu, Doris Chenghuang. (2019). Tourism productivity and economic growth, *Annals of Tourism Research*, DOI: 10.1016/j.annals.2019.04.005
- Liu, Shanhong. (2020). Global consumer virtual reality market size 2016-2023. Tersedia di: <https://www.statista.com/statistics/528779/virtual-reality-market-size-worldwide/>, diakses pada Juni 2020.
- Lorgnier, Nicolas., dan Su, Che-Jen. (2014). Considering coepetition strategies in sport tourism networks: a look at the nonprofit nautical sports clubs on the northern coast of France, *European Sport Management Quarterly*, DOI: 10.1080/16184742.2013.876436
- Luo, Yadong. (2007). A coepetition perspective of global competition, *Journal of World Business*, DOI: 10.1016/j.jwb.2006.08.007
- Michael, Noela., Reisinger, Yvette., dan Hayes, John P. (2019). The UAE's tourism competitiveness: A business perspective, *Tourism Management Perspectives*, DOI: 10.1016/j.tmp.2019.02.002
- Mura, Paolo., dan Sharif, Saeed Pahlevan. (2015). The crisis of the 'crisis of representation' – mapping qualitative tourism research in Southeast Asia, *Current Issues in Tourism*, DOI: 10.1080/13683500.2015.1045459.
- Omerzel, Doris Gomezelj. (2015). Innovativeness in Tourism: Model Development, *Procedia Economics and Finance*, DOI: 10.1016/S2212-5671(15)00550-X
- Oren, G., Shani, A., & Poria, Y. (2019). Mortality salience—shedding light on the dark experience, *Journal of Heritage Tourism*, 14(5–6), 574–578. DOI: 10.1080/1743873X.2019.1585438
- Padula, Giovanna., dan Dagnino, Giovanni Battista. (2007). Untangling the Rise of Coepetition: The Intrusion of Competition in a Cooperative Game Structure, *International Journal of Management & Organization*, DOI: 10.2753/IMO0020-8825370202
- Pahlevan-Sharif, Saeed., Mura, Paolo., Wijesinghe, Sarah N R. (2019). A systematic review of systematic reviews in tourism, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, DOI: 10.1016/j.jhtm.2019.04.001
- Pikkemaat, Birgit., Peters, Mike., dan Bichler, Bernhard Fabian. (2019). Innovation research in tourism: Research streams and actions for the future. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, DOI: 10.1016/j.jhtm.2019.10.007

- Radicchi, Elena. (2013). Tourism and Sport: Strategic Synergies to Enhance the Sustainable Development of a Local Context. *Physical Culture and Sport*, 57(1), 44. DOI: 10.2478/pccsr-2013-0007
- Ross, David., dan Saxena, Gunjan. (2019). Participate co-creation of archaeological heritage: Case insights on creative tourism in Alentejo, Portugal. *Annals of Tourism Research*. DOI: 10.1016/j.annals.2019.102790
- Rusko, Rauno. (2011). Exploring the concept of coopetition: A typologi for the strategic moves of the Finnish forest industry. *Industrial Marketing Management*. DOI: 10.1016/j.indmarman.2010.10.002
- Rusko, Rauno. (2014). Mapping the perspectives of coopetition and technology-based strategic networks: A case of smartphones. *Industrial Marketing Management*, DOI: 10.1016/j.indmarman.2014.04.013
- Santamaria, Daniel., dan Filis, George. (2019). Tourism demand and economic growth in Spain: News insights based on the yield curve. *Tourism Management*, DOI: 10.1016/j.tourman.2019.06.008
- Sigala, Marianna. (2018). New technologies in tourism: From multi-disciplinary to anti-disciplinary advances and trajectories. *Tourism Management Perspectives*. DOI: 10.1016/j.tmp.2017.12.003
- Sugathan, Praveen., dan Ranjan, Kumar Rakesh. (2019). Co-creating the tourism experience. *Journal of Business Research*, DOI: 10.1016/j.jbusres.2019.03.032
- Tang, Chor Foon., dan Tan, Eu Chye. (2014). Does tourism effectively stimulate Malaysia's economic growth? *Tourism Management*. DOI: 10.1016/j.tourman.2014.06.020
- Tussyadiah, I. P., Wang, D., Jung, T. H., & tom Dieck, M. C. (2018). Virtual reality, presence, and attitude change: Empirical evidence from tourism. *Tourism Management*. 66, 140–154, DOI: 10.1016/j.tourman.2017.12.003
- UNESCO (2020). About World Heritage - The States Parties. Tersedia di: <https://whc.unesco.org/en/statesparties/id>, diakses pada Juni 2020.
- Wang, Youcheng. dan Krakover, Shaul. (2008). Destination marketing: competition, cooperation, or coopetition? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, DOI: 10.1108/09596110810852122
- Weed, Mike. (2006). A Systematic Review of Knowledge and a Meta-Evaluation of Methods. *Journal of Sport & Tourism*, DOI: 10.1080/14775080600985150
- Wijesinghe, Sarah N R., Mura, Paolo., dan Bouchon, Frederic. (2019). Tourism knowledge and neocolonialism – a systematic critical review of the literature. *Current Issues in Tourism*, DOI: 10.1080/13683500.2017.1402871
- Xu, Shi Tracy., Cao, Zheng Chris., dan Huo, Yuanyuan. (2020). Antecedents and outcomes of emotional labour in hospitality and tourism: A meta-analysis. *Tourism Management*, DOI: 10.1016/j.tourman.2020.104099
- Yang, Yang., Xue, Lan., dan Jones, Thomas E. (2019). Tourism-enhancing effect of World Heritage Sites: Panacea od placebo? A meta-analysis. *Annals of Tourism Research*, DOI: 10.1016/j.annals.2018.12.007