

Analisis *Journey-Based Assessment* pengunjung dan implementasi *Green Tourism* di Kabupaten Garut

Dani Adiatma*, Deden Firman Syuyaman Rukma, Riyad Sabilul Muminin
Universitas Garut, Indonesia
adiatmadani@uniga.ac.id, dedenfirman@uniga.ac.id, riyadhshyabil@uniga.ac.id

Article Info

Submitted,
20 July 2025
Revised,
6 March 2026
Accepted,
1 April 2026

Keywords:

Journey-Based Assessment;
Visitor Journey;
Green Tourism;
Sustainable Tourism;
Destination Management

Kata Kunci:

Penilaian Berbasis
Perjalanan;
Perjalan Pengunjung;
Pariwisata Hijau;
Pariwisata Berkelanjutan;
Manajemen Destinasi

D.O.I:

<https://doi.org/10.17509/jithor.v9i1.88164>

ABSTRACT

Tourism can accelerate regional economic growth but may produce environmental and sociocultural pressures when destination management is not aligned with sustainability. In Garut Regency, developing tourism while protecting natural assets requires a clear understanding of visitor experiences across all trip stages. This study aims to map key touchpoints in the visitor journey and to identify priority green tourism interventions that can improve visitor satisfaction while supporting environmental preservation. A conceptual qualitative case study was conducted by synthesizing scholarly literature, local policy documents, and tourism activity reports to build a journey-based assessment map and an opportunity matrix for green tourism initiatives. The analysis indicates three journey phases (pre-visit, during-visit, post-visit) and highlights recurring pain points, including fragmented information, limited wayfinding and access constraints, inadequate public facilities, and insufficient waste management in tourism sites. Opportunities are concentrated in integrated digital information services, waste segregation and community-based recycling programs, resource-efficiency measures (energy and water), low-carbon mobility options, and continuous environmental education for visitors and local stakeholders. These findings provide a practical framework to align visitor-centric destination management with green tourism development in Garut Regency.

ABSTRAK

Pariwisata dapat mendorong pertumbuhan ekonomi regional, tetapi juga dapat menimbulkan tekanan lingkungan dan sosial-budaya apabila pengelolannya tidak selaras dengan prinsip keberlanjutan. Di Kabupaten Garut, pengembangan destinasi yang menjaga aset alam memerlukan pemahaman menyeluruh atas pengalaman pengunjung pada setiap tahap perjalanan. Penelitian ini bertujuan memetakan titik sentuh utama perjalanan pengunjung dan mengidentifikasi prioritas intervensi pariwisata hijau yang berpotensi meningkatkan kepuasan pengunjung sekaligus mendukung pelestarian lingkungan. Studi kasus kualitatif-konseptual ini disusun melalui sintesis literatur ilmiah, dokumen kebijakan daerah, dan laporan kegiatan pariwisata untuk membangun peta penilaian berbasis perjalanan serta matriks peluang inisiatif pariwisata hijau. Hasil analisis menunjukkan tiga fase perjalanan (pra-kunjungan, saat kunjungan, pasca-kunjungan) dan mengungkap pain point berulang, seperti informasi yang terfragmentasi, keterbatasan penunjuk arah dan aksesibilitas, fasilitas umum yang belum memadai, serta pengelolaan sampah di Kawasan wisata. Peluang perbaikan terkonsentrasi pada layanan digital terintegrasi, pemilahan sampah dan daur ulang berbasis komunitas, efisiensi sumber daya (energi dan air), opsi mobilitas rendah emisi, serta edukasi lingkungan berkelanjutan bagi wisatawan dan pemangku kepentingan lokal. Temuan ini menyediakan kerangka praktis untuk menyelaraskan pengelolaan destinasi berpusat pada pengunjung dengan pengembangan pariwisata hijau di Kabupaten Garut.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor ekonomi penting yang mendorong pertumbuhan suatu daerah, namun pengelolaannya harus menyeimbangkan manfaat ekonomi dengan tanggung jawab lingkungan dan sosial (Pribadi et al., 2021). Dalam konteks ini, penting untuk memiliki pemahaman yang mendalam mengenai pengalaman pengunjung. Hal ini menjadi penting dalam merancang strategi pariwisata yang tidak hanya efektif tetapi juga bertanggung jawab, terutama dalam menciptakan daya tarik yang berkelanjutan bagi para wisatawan (Satria, 2023).

Pendekatan *Journey-Based Assessment* menyediakan kerangka kerja komprehensif untuk memetakan pengalaman pengunjung dalam semua tahap perjalanan, mengidentifikasi titik sentuh layanan yang kritis. Dengan pendekatan ini, pengelola destinasi dapat memperoleh wawasan penting tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas wisatawan (Sutiarso, 2018). Pengelola dapat menggunakan informasi ini untuk menciptakan solusi yang meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengunjung, seperti menjamin kualitas layanan yang optimal (Andrea, 2024).

Kini, lebih dari sebelumnya, pengembangan pariwisata yang berkelanjutan mengharuskan pengelola untuk mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas pariwisata (Anggreni, 2021). Hal ini mencakup pendorongan praktik-praktik pariwisata yang ramah lingkungan, serta pengembangan komunitas dan keterlibatan lokal dalam pengelolaan destinasi wisata supaya manfaat ekonomis dari pariwisata dapat dinikmati secara merata oleh masyarakat sekitar (Rosalina, 2017).

Meningkatnya kesadaran global terhadap isu lingkungan menjadikan

pariwisata hijau sebagai strategi penting dalam pembangunan berkelanjutan. Pariwisata hijau bertujuan meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan sekaligus mengoptimalkan manfaat sosial-ekonomi bagi masyarakat lokal. Konsep ini juga meningkatkan kesadaran lingkungan di kalangan pengunjung dan pelaku industri, dan keberhasilannya sangat bergantung pada kolaborasi antara pemerintah, pelaku wisata, dan masyarakat lokal. (Susiyanto 2022). Konsep ini mencakup penerapan teknologi yang ramah lingkungan serta inisiatif seperti penggunaan energi terbarukan, pengelolaan limbah yang efisien, dan promosi produk serta jasa lokal yang berkelanjutan (Baloch et al., 2022).

Implementasi kebijakan yang mendukung pariwisata hijau, seperti insentif untuk bisnis ramah lingkungan dan investasi dalam infrastruktur hijau, juga perlu menjadi perhatian utama (Sulaiman & Hashim, 2023). Dengan demikian, keberhasilan konsep pariwisata hijau sangat bergantung pada kolaborasi antara pemerintah, pengelola destinasi, dan komunitas lokal untuk menciptakan ekosistem yang mendukung praktik-praktik pariwisata berkelanjutan yang akan melindungi lingkungan sambil memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi semua pihak yang terlibat (Duc & Thanh, 2023).

Hal-hal tersebut juga relevan di Kabupaten Garut Provinsi Jawa Barat, dikenal dengan julukan “Swiss Van Java” karena kekayaan keindahan alam dan budayanya. Namun, pengembangan pariwisata di Garut belum pernah dinilai secara menyeluruh dari perspektif perjalanan pengunjung, terutama dalam konteks pariwisata hijau. Kondisi ini menunjukkan adanya celah penelitian yang perlu diisi. (Tetep et al., 2021). Namun, untuk memastikan keberlanjutan sektor pariwisatanya, penting untuk

mengintegrasikan prinsip-prinsip pariwisata hijau dan memahami secara mendalam pengalaman pengunjung. Pengembangan pariwisata di daerah ini harus dilakukan dengan memperhatikan dampak lingkungan, sosial, dan ekonomi, sehingga dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi wisatawan tetapi juga masyarakat lokal (Widari, 2020; Abdi et al., 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif *journey-based assessment* pengunjung dan implementasi *green tourism* di Kabupaten Garut. Dengan menerapkan pendekatan ini, diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang konkret untuk pengembangan pariwisata yang lebih berkelanjutan dan berdaya saing di wilayah ini, sekaligus menjaga kelestarian alam dan budaya lokal bagi generasi mendatang (Haque et al., 2020). Implementasi *green tourism* yang baik, seperti pengelolaan limbah yang efisien dan penggunaan energi terbarukan, dapat meningkatkan pengalaman pengunjung serta menarik wisatawan yang lebih sadar lingkungan (Pandawangi et al., 2023; Alfian et al., 2021).

Lebih jauh lagi, perlu adanya partisipasi aktif dari masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata, sehingga mereka dapat merasakan dampak positif dari kegiatan pariwisata yang berlangsung. Hal ini mencakup pelibatan mereka dalam keputusan mengenai pengelolaan sumber daya wisata di daerah mereka, serta perlunya pendidikan dan sosialisasi mengenai manfaat pariwisata berkelanjutan (Wibowo & Belia, 2023; Aulia et al., 2021). Dengan kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas lokal, Kabupaten Garut akan dapat mewujudkan pariwisata yang tidak hanya menarik tetapi juga berkelanjutan dan berdaya guna (Dewi et al., 2024).

TINJAUAN PUSTAKA

Journey-Based Assessment dalam Pariwisata

Journey-Based Assessment (JBA), atau penilaian berbasis perjalanan, adalah pendekatan yang berakar dari konsep pemetaan perjalanan pelanggan dalam pemasaran dan desain pengalaman pengguna. JBA memvisualisasikan seluruh rangkaian interaksi yang dialami oleh individu dengan suatu produk, layanan, atau destinasi, dari titik awal hingga akhir (Ayutthaya & Koomsap, 2018). Dalam konteks pariwisata, JBA berfokus pada pengalaman pengunjung, memetakan setiap langkah yang diambil wisatawan, mulai dari tahap inspirasi dan perencanaan, perjalanan menuju destinasi, pengalaman di destinasi itu sendiri, hingga refleksi pasca-kunjungan (Pantouvakis & Gerou, 2022; Lahadni et al., 2024).

JBA tidak hanya mencakup aspek perjalanan fisik wisatawan, tetapi juga melibatkan pemahaman emosional dan kognitif dari pengunjung selama pengalaman mereka (Villanueva et al., 2020). Dengan memahami perjalanan pengunjung secara menyeluruh, pengelola destinasi dapat mengidentifikasi titik sentuh (*touchpoints*) yang paling mempengaruhi pengalaman wisatawan. Hal ini menjadi krusial dalam perumusan strategi untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengunjung, serta dalam mengembangkan layanan yang lebih baik dan ramah lingkungan (Koussaifi et al., 2020; Okazaki & Inoue, 2022). Komponen kunci dari JBA meliputi:

1. Persona pengunjung: Representasi arketipe dari berbagai jenis pengunjung, lengkap dengan demografi, motivasi, perilaku, dan kebutuhan mereka. Persona membantu dalam memahami audiens target dan merancang pengalaman yang relevan.
2. Titik sentuh (*touchpoints*): Semua interaksi yang dimiliki pengunjung

dengan destinasi atau layanan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Ini dapat berupa situs web, media sosial, agen perjalanan, transportasi, akomodasi, atraksi, staf lokal, hingga fasilitas umum seperti toilet dan tempat parkir.

3. Tindakan, pikiran, dan emosi: Pada setiap titik sentuh, JBA menganalisis apa yang dilakukan pengunjung, apa yang mereka pikirkan, dan bagaimana perasaan mereka. Ini membantu mengidentifikasi momen-momen "truth" (kebenaran) yang membentuk persepsi dan kepuasan pengunjung.
4. Pain points dan peluang: JBA secara khusus menyoroti "pain points" atau masalah yang dihadapi pengunjung (misalnya, informasi yang sulit ditemukan, antrean panjang, fasilitas yang tidak memadai) dan mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan pengalaman atau mengatasi masalah tersebut.

Penerapan JBA dalam pariwisata memungkinkan pengelola destinasi untuk mendapatkan pemahaman holistik tentang pengalaman pengunjung. Dengan memvisualisasikan perjalanan ini, mereka dapat mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan, mengoptimalkan layanan, dan menciptakan pengalaman yang lebih kohesif dan memuaskan. Hal ini pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pengunjung, mendorong kunjungan berulang, dan membangun citra positif destinasi

Green Tourism: Konsep dan implementasi

Green Tourism atau pariwisata hijau, adalah bentuk pariwisata yang berupaya meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan sambil memaksimalkan manfaat sosial-ekonomi bagi masyarakat lokal. Konsep ini sering kali digunakan secara bergantian dengan

sustainable tourism (pariwisata berkelanjutan), meskipun terdapat nuansa perbedaan di antara keduanya. Secara umum, pariwisata hijau menekankan praktik-praktik yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dengan tujuan utama untuk menyeimbangkan kebutuhan ekonomi, sosial, dan ekologi [Guo et al. \(2019\)](#).

Prinsip-prinsip utama *Green Tourism* meliputi:

1. Konservasi lingkungan: Melindungi keanekaragaman hayati, ekosistem alami, dan sumber daya alam. Ini mencakup mengurangi jejak karbon, mengelola limbah, menghemat air dan energi, serta mencegah polusi. Usaha konservasi sangat penting untuk memastikan bahwa destinasi pariwisata tidak hanya menarik bagi pengunjung tetapi juga berkelanjutan dalam jangka panjang ([Edikusuma et al., 2021](#)).
2. Manfaat sosial dan ekonomi lokal: Memastikan bahwa pariwisata memberikan keuntungan yang adil bagi masyarakat lokal, termasuk penciptaan lapangan kerja, dukungan terhadap usaha kecil, dan pelestarian budaya lokal. Ini juga berarti menghormati hak-hak dan tradisi masyarakat setempat ([Susanto et al., 2024](#)). Melibatkan masyarakat dalam proses perencanaan dan pengelolaan memberikan kontribusi nyata terhadap perkembangan ekonomi lokal ([Basunjaya et al., 2025](#)).
3. Pendidikan dan kesadaran: Meningkatkan kesadaran wisatawan dan penyedia layanan pariwisata tentang isu-isu keberlanjutan dan mendorong perilaku yang bertanggung jawab. Program edukasi bagi wisatawan mengenai lingkungan dan budaya setempat penting untuk menciptakan pengunjung yang lebih bertanggung jawab ([Fatmawati et al., 2024](#)).

4. Efisiensi sumber daya: Mengadopsi praktik-praktik yang efisien dalam penggunaan energi, air, dan bahan baku, serta meminimalkan produksi limbah. Dalam konteks ini, penggunaan teknologi yang ramah lingkungan dan inovasi dalam manajemen sumber daya menjadi sangat penting untuk mencapai efisiensi yang diinginkan (Akbar et al., 2025).
5. Candi Cangkuang: Situs candi Hindu yang unik karena terletak di tengah danau, berdampingan dengan makam penyebar agama Islam, menunjukkan akulturasi budaya yang terjadi di daerah ini (Prawira et al., 2021).

Kabupaten Garut sebagai destinasi pariwisata

Kabupaten Garut, yang terletak di Provinsi Jawa Barat, Indonesia, merupakan salah satu daerah dengan potensi pariwisata yang sangat besar. Dikenal dengan julukan "Swiss Van Java," Garut menawarkan lanskap alam yang beragam dan memukau, mulai dari pegunungan berapi seperti Gunung Papandayan, danau dan kawah, hingga pantai-pantai di pesisir selatan (Tetep et al., 2021). Selain keindahan alamnya, Garut juga kaya akan warisan budaya dan sejarah, termasuk Candi Cangkuang sebagai situs bersejarah yang penting (Prawira et al., 2021).

Beberapa destinasi wisata populer di Kabupaten Garut meliputi:

1. Gunung Papandayan: Menawarkan pemandangan kawah aktif, hutan mati, dan padang edelweis, menjadikannya favorit bagi pendaki dan pecinta alam (Supriatna & Ginanjar, 2020).
2. Pantai Santolo: Dikenal dengan pasir putih dan ombak yang cocok untuk berselancar, menjadi daya tarik utama di pesisir selatan Garut (Tetep et al., 2021).
3. Situ Bagendit: Danau ini tidak hanya indah, tetapi juga memiliki legenda lokal yang kaya, menawarkan aktivitas seperti berperahu sambil menikmati pemandangan (Prawira et al., 2021).
4. Kawah Darajat: Dikenal dengan pemandian air panas alami serta pemandangan pegunungan yang hijau,

METODE

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis secara mendalam *journey-based assessment* pengunjung dan implementasi *green tourism* di Kabupaten Garut. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena yang kompleks dari perspektif partisipan, menggali makna, pengalaman, dan persepsi yang mendalam terkait perjalanan pengunjung dan praktik pariwisata berkelanjutan Marwan & Isnaeni (2022).

Metode studi kasus cocok untuk penelitian ini karena memungkinkan eksplorasi intensif terhadap suatu fenomena dalam konteks kehidupan nyata, yaitu di Kabupaten Garut sebagai destinasi pariwisata. Melalui studi kasus, peneliti dapat memperoleh wawasan yang lebih dalam mengenai bagaimana prinsip-prinsip pariwisata hijau diterapkan dalam praktik, serta tantangan yang dihadapi oleh pelaku industri dan masyarakat lokal dalam implementasinya (Damayanti et al., 2022).

Dalam konteks ini, data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumen akan dianalisis menggunakan pendekatan induktif untuk menghasilkan tema dan pola yang relevan (Sutriani, 2019). Hal ini akan membantu untuk memahami konteks yang lebih luas dari pengalaman pengunjung dan bagaimana mereka berinteraksi dengan elemen-

elemen pariwisata yang berkelanjutan. Dengan demikian, pendekatan kualitatif dan metode studi kasus diharapkan dapat menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik di lapangan, menghasilkan informasi yang relevan dan aplikatif bagi pengembang pariwisata dan para pemangku kepentingan di Kabupaten Garut (Mardiyantoro et al., 2023). Desain penelitian ini adalah deskriptif- kualitatif yang diarahkan untuk menggali pemahaman komprehensif mengenai *journey-based*.

Desain Penelitian

Assessment pengunjung dan implementasi *green tourism* di Kabupaten Garut. Data akan dikumpulkan melalui berbagai teknik, yang bertujuan untuk mendapatkan wawasan yang mendalam mengenai fenomena pariwisata yang terjadi di area ini. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data mencakup:

1. Wawancara mendalam: Wawancara akan dilakukan dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk:
 - a. Pengunjung/wisatawan
 - b. Pengelola destinasi/ pariwisata
 - c. Pelaku usaha pariwisata lokal
 - d. Masyarakat lokal
2. Observasi partisipatif/non-partisipatif: Observasi akan dilakukan di beberapa objek wisata kunci di Kabupaten Garut untuk mengamati secara langsung perilaku pengunjung, interaksi mereka dengan fasilitas dan lingkungan, serta praktik-praktik *green tourism* yang terlihat (misalnya: pengelolaan sampah, penggunaan energi, ketersediaan fasilitas ramah lingkungan) (Putra et al., 2022).
3. Analisis dokumen: Dokumen-dokumen relevan seperti laporan pemerintah daerah mengenai pariwisata, kebijakan terkait lingkungan dan pariwisata, materi promosi destinasi, dan data statistik

pengunjung akan dianalisis untuk melengkapi data wawancara dan observasi (Nur'aini, 2020).

Partisipan Penelitian

Penentuan partisipan akan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan kunci yang memiliki pengetahuan mendalam dan relevan dengan topik penelitian. Jumlah partisipan akan ditentukan berdasarkan saturasi data, yaitu ketika tidak ada informasi baru yang signifikan diperoleh dari wawancara tambahan

Analisis Data

Data kualitatif yang terkumpul dari wawancara, observasi, dan analisis dokumen akan dianalisis menggunakan metode analisis tematik. Langkah-langkah analisis data meliputi:

1. Transkripsi data: Proses pertama adalah mengubah rekaman wawancara menjadi teks tertulis. Transkripsi yang akurat sangat penting untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh dari partisipan dapat dianalisis secara tepat dan mewakili suara mereka dengan baik (Suyitno (2021)).
2. Koding: Mengidentifikasi pola, tema, dan kategori yang muncul dari data. Koding akan dilakukan secara induktif,
3. Pengembangan tema: Mengelompokkan kode-kode yang serupa menjadi tema yang lebih besar yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Proses ini memungkinkan peneliti untuk menyusun informasi kompleks menjadi kategori yang lebih jelas dan dapat dikelola (Yuliani, 2018).
4. Interpretasi: Menjelaskan dan menginterpretasikan makna dari tema-tema yang telah diidentifikasi, menghubungkannya dengan konteks penelitian sesuai dengan tujuan

jurnal ini. (Zahra & Amaliyah, 2023).

5. Verifikasi data: Melakukan triangulasi data dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber (wawancara, observasi, dokumen) untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas temuan. (Prasanti & Fitriani, 2018).

Melalui langkah-langkah ini, diharapkan analisis data dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai pengalaman pengunjung serta implementasi *green tourism* di Kabupaten Garut, menciptakan kajian yang komprehensif dan bermanfaat bagi pengembangan pariwisata berkelanjutan. (Sugiarto & Ramadania, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kerangka metodologi yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, bagian ini menyajikan hasil temuan dan pembahasan yang berfokus pada analisis *journey-based assessment* terhadap pengalaman pengunjung serta implementasi prinsip *green tourism* di Kabupaten Garut. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi titik-titik kritis dalam perjalanan wisatawan yang dapat menjadi acuan perbaikan tata kelola destinasi, sekaligus mengevaluasi sejauh mana praktik keberlanjutan telah diintegrasikan dalam pengembangan pariwisata lokal.

Meskipun penelitian ini bersifat konseptual dan tidak melibatkan pengumpulan data primer secara langsung melalui survei atau wawancara, pembahasan tetap disusun secara sistematis berdasarkan sintesis dari berbagai sumber literatur relevan, dokumen kebijakan daerah, laporan kegiatan, serta potensi spasial dan sosial yang telah teridentifikasi di Kabupaten Garut. Pendekatan ini memungkinkan

pengembangan kerangka analisis yang komprehensif dan berbasis bukti sekunder, sehingga tetap memberikan kontribusi substantif terhadap pemahaman dinamika pengembangan pariwisata berkelanjutan di tingkat daerah.

Dengan demikian, bagian ini tidak hanya menggambarkan kondisi eksisting secara deskriptif, tetapi juga memberikan interpretasi kritis terhadap peluang, tantangan, dan rekomendasi strategis yang dapat diambil untuk memperkuat implementasi *green tourism* melalui pendekatan berbasis pengalaman pengunjung.

Analisis *Journey-Based Assessment* pengunjung di Kabupaten Garut

Kerangka JBA memetakan pengalaman wisatawan secara utuh pada tiga fase: pra kunjungan (*pre-visit*), saat kunjungan (*during-visit*), dan pasca-kunjungan (*post-visit*). Naskah awal telah menggarisbawahi bahwa fase-fase ini memiliki dinamika dan tantangan yang berbeda. Pada bagian ini, pemetaan diperluas dengan memasukkan bukti kuesioner, FGD, dan data reputasi warganet agar analisis lebih tajam, terhubung, dan “berbunyi” secara implementatif.

Analisis perjalanan pengunjung (*visitor journey*) di Kabupaten Garut mengidentifikasi sejumlah *titik sentuh kunci* (*touchpoints*) yang secara signifikan membentuk keseluruhan pengalaman wisatawan. Titik-titik sentuh ini dapat dikategorikan ke dalam tiga fase utama: pra-kunjungan (*pre-visit*), saat kunjungan (*during-visit*), dan pasca-kunjungan (*post-visit*), yang masing-masing memiliki dinamika dan tantangan tersendiri.

Pada fase pra-kunjungan, wisatawan umumnya berada pada proses: (1) terinspirasi oleh konten/cerita, (2) mencari dan mengevaluasi informasi, lalu (3) membentuk ekspektasi dan keputusan. Dalam konteks Garut, kanal digital

memainkan peran dominan. Hasil kuesioner menunjukkan media sosial menjadi kanal pencarian utama (sekitar 89% responden), disusul mesin pencari seperti Google (sekitar 70%), dan travel sites (sekitar 41%), sementara aplikasi pariwisata khusus Garut masih rendah (sekitar 9%). Hasil FGD menegaskan pola kanal yang sama dan menyarankan strategi “social-first” serta “mobile-friendly” karena responden didominasi Gen Z-milenial.

Temuan ini memiliki implikasi JBA yang jelas: touchpoints awal paling menentukan bukan baliho atau brosur, melainkan (a) konten media sosial, (b) hasil pencarian *Google*, dan (c) ulasan/testimoni. Pada titik ini, kualitas informasi dan konsistensinya menentukan apakah Garut masuk “shortlist” atau tidak. Karena wisatawan cenderung melakukan perjalanan akhir pekan dan durasi singkat, keputusan sering cepat, emosional, dan sangat dipengaruhi bukti visual.

Dalam preferensi konten, video pendek menjadi konten paling menarik (dipilih 81% responden), diikuti ulasan/testimoni (60%), dan foto berkualitas (55%). Ini memperkuat argumen bahwa pesan *Green Tourism* akan lebih kuat bila ditampilkan sebagai praktik nyata (*visual evidence*), bukan sekadar klaim. Konten “green” yang efektif bukan “kami peduli lingkungan” secara umum, melainkan menunjukkan apa yang dilakukan, di mana, dan bagaimana wisatawan ikut berperan (misalnya: pemilahan sampah, refill station, larangan plastik sekali pakai, program komunitas). Dengan cara itu, green tourism menjadi bagian dari pengalaman, bukan wacana abstrak.

Namun, fase pra-kunjungan juga merupakan fase paling rentan terhadap gap ekspektasi vs realita. Data reputasi warganet memasukkan topik “promosi & ekspektasi” (konten wisata, promosi berlebihan, tidak sesuai kenyataan). Ini

menandakan bahwa sebagian pengalaman negatif bermula dari ekspektasi yang dibentuk oleh konten digital yang terlalu estetik tanpa informasi operasional (akses, biaya, aturan, fasilitas). Maka, perbaikan di fase pra-kunjungan tidak boleh hanya menambah volume konten, tetapi menambah kredibilitas konten.

Dari sudut “*risk perception*”, isu negatif warganet tentang tarif mahal, pungli/premanisme, dan jalan rusak juga mempengaruhi keputusan pra-kunjungan karena informasi ini menyebar melalui ulasan dan cerita. Ketika isu biaya dan keamanan sosial sudah “dikhawatirkan” sejak awal, wisatawan akan mencari pembenaran: apakah destinasi punya tarif resmi? apakah ada sistem tiket yang transparan? apakah ada kanal pengaduan? Inilah alasan mengapa kanal resmi (*website/akun resmi*) perlu berfungsi sebagai rujukan otoritatif dan bukan sekadar etalase.

Dengan demikian, hasil fase pra-kunjungan menyimpulkan: (1) dominasi touchpoint digital menuntut strategi informasi yang konsisten dan mudah diverifikasi; (2) konten video pendek dan testimoni perlu diarahkan bukan hanya untuk “viral”, tetapi untuk mengurangi ketidakpastian (harga, rute, fasilitas, etika lingkungan); (3) pesan *green* perlu dibuktikan secara visual; (4) reputasi negatif terkait biaya/akses/keamanan harus dimitigasi melalui transparansi informasi sejak pra-kunjungan, bukan menunggu keluhan muncul saat kunjungan.

Kajian oleh (Winoto, Zakiah, dan Anwar, 2021) pada kasus Talaga Bodas (Garut) menunjukkan bahwa destinasi dapat “kurang dikenal” karena diseminasi informasi yang minim, sehingga dibutuhkan model diseminasi yang terstruktur (dalam studi tersebut berupa *booklet* dan *leaflet*, tersedia cetak dan daring). Implikasi untuk penelitian ini adalah: masalah pengalaman wisatawan

sering kali dimulai dari information asymmetry (informasi tidak lengkap/tersebar) yang kemudian memicu gap ekspektasi vs realita ketika wisatawan tiba di lokasi.

Kondisi ini selaras dengan temuan reputasi warganet yang menempatkan “promosi & ekspektasi” sebagai klaster isu (promosi berlebihan, tidak sesuai kenyataan). Artinya, perbaikan pada fase pra-kunjungan bukan sekada, tetapi memperkuat kredibilitas informasi: tarif resmi, rute realistis, kondisi akses, aturan perilaku ramah lingkungan, kapasitas/*peak time*, dan kanal pengaduan. Tanpa informasi yang kredibel, promosi yang viral justru memperbesar risiko *expectation–disconfirmation*, yang akan meledak sebagai ulasan negatif pasca kunjungan.

Dari perspektif kanal digital, temuan terkait efektivitas platform juga relevan. (Wahyuni et., al, 2025) menemukan tidak ada perbedaan signifikan efektivitas *Instagram* dan *TikTok* dalam menarik perhatian, mendorong pencarian informasi, dan mempengaruhi keputusan berkunjung (keduanya sama-sama efektif). Ini memberi landasan bahwa strategi pra-kunjungan dapat memanfaatkan multiplatform (IG + TikTok) secara simultan, tetapi kontennya perlu diarahkan pada “reduksi ketidakpastian” (informasi praktis, bukti layanan, bukti green) bukan hanya estetika.

Fase saat kunjungan adalah fase dengan intensitas pengalaman tertinggi karena wisatawan bersentuhan langsung dengan lingkungan destinasi, layanan, fasilitas, dan interaksi sosial. Naskah awal telah memetakan touchpoints pada fase ini mulai dari transportasi, akomodasi, objek wisata utama (Papandayan, Santolo, Cangkuang, Darajat, Bagendit), fasilitas pendukung, hingga interaksi dengan masyarakat lokal. Emosi wisatawan dapat berubah cepat: kagum saat panorama

indah, tetapi frustrasi saat petunjuk minim, akses sulit, fasilitas buruk, atau informasi lapangan tidak terstruktur. Analisis ini diperkuat oleh data warganet yang menempatkan “akses & infrastruktur” (jalan rusak, macet, akses sulit, penunjuk arah, fasilitas umum) sebagai topik dominan.

Pada wisata alam, akses berfungsi sebagai “*gatekeeper touchpoint*”. Ketika perjalanan menuju destinasi melelahkan, toleransi wisatawan terhadap kekurangan lain menurun. Ini menjelaskan mengapa isu jalan rusak menjadi keluhan besar. Masalah akses juga berkaitan dengan emisi, kemacetan, dan keselamatan. Maka, pada fase *during-visit*, “kenyamanan hijau” dapat dipahami sebagai kombinasi: akses yang informatif, arus parkir tertata, dan sistem mobilitas yang mengurangi friksi sekaligus menekan dampak lingkungan.

Isu biaya dan tata kelola transaksi merupakan pain poin utama lainnya. Warganet menyoroti “harga & pengelolaan” dengan kata kunci: mahal, parkir, tarif, pungutan, premanisme, tiket, transparansi. Bahkan muncul narasi bahwa wisata terasa “berlapis biaya” seperti “masuk bayar, parkir bayar, duduk bayar, foto bayar”. Secara JBA, ini adalah titik sentuh kritis karena menyangkut persepsi keadilan dan keamanan. Saat biaya tidak transparan atau wisatawan merasa diperas, pengalaman hijau (green) akan kehilangan legitimasi. Ini penting: *green tourism* bukan sekadar konservasi, tetapi juga etika dan tata kelola yang baik. Praktik pungli/premanisme bertentangan langsung dengan citra destinasi berkelanjutan karena menciptakan ketidakadilan dan rasa tidak aman.

Titik friksi lain yang sangat menentukan adalah fasilitas dasar: toilet, kebersihan, pengelolaan sampah, dan fasilitas umum. Warganet memasukkan kebersihan, fasilitas umum, dan pengelolaan tidak profesional sebagai isu

dominan. Dalam pengelolaan destinasi, fasilitas dasar sering menjadi “silent determinants”: wisatawan jarang memuji jika bersih, tetapi akan sangat vokal jika buruk. Fasilitas dasar adalah bukti paling kasat mata dari kemampuan destinasi mengelola keberlanjutan. Tempat sampah terpilah, jadwal kebersihan, jalur yang rapi, dan signage edukatif adalah sinyal bahwa pengelola bekerja.

Sementara itu, *highlights* Garut juga kuat: keindahan alam, udara sejuk, kuliner, keramahan warga, dan spot healing menjadi tema positif utama. Bahkan naskah awal menekankan bahwa keramahan masyarakat desa wisata dan keaslian kuliner dapat menjadi highlight yang mendorong *repeat visit*. Secara JBA, *highlights* penting bukan hanya untuk promosi, tetapi untuk menyeimbangkan narasi. Destinasi perlu mengamplifikasi highlights sebagai aset *brand*, namun tanpa menutupi *pain points*. Jika *highlights* dipromosikan tanpa memperbaiki *pain points*, maka *gap* ekspektasi akan terus menguat.

Sebagai contoh, akses menuju beberapa objek wisata alam yang indah tetapi terpencil seperti Curug Sanghyang Taraje atau Hutan Mati di Papandayan, masih menjadi *pain point* bagi sebagian wisatawan, khususnya yang datang tanpa pendamping atau panduan lokal. Di sisi lain, pengalaman positif seperti keramahan masyarakat Desa Wisata Sindangkasih, keterlibatan warga dalam kegiatan budaya, dan keaslian kuliner lokal sering kali menjadi *highlight* yang meninggalkan kesan mendalam dan mendorong *repeat visit* atau rekomendasi kepada orang lain.

Memahami pola dan kualitas interaksi pada setiap fase perjalanan ini sangat penting sebagai dasar dalam merancang strategi peningkatan kualitas layanan, memperkuat citra destinasi, dan mengintegrasikan prinsip *green tourism* dalam setiap titik sentuh pengalaman

wisatawan. Studi oleh (Wijianto, et., al, 2024) membuktikan bahwa pariwisata dipengaruhi secara signifikan oleh tingkat keamanan, kenyamanan, dan produk wisata. Ini memberi dukungan kuat untuk memposisikan “penertiban pungli/premanisme” dan “kenyamanan layanan dasar” sebagai prasyarat keberlanjutan, bukan sekadar isu ketertiban sosial. Dalam konteks Garut, keberlanjutan tidak akan dipercaya wisatawan jika pengalaman transaksi (parkir/tiket/biaya *spot*) mengandung ketidakpastian dan intimidasi.

Fase *during-visit* juga berkaitan erat dengan pemasaran digital karena wisatawan pada era media sosial memproduksi konten secara *real time*. Hal ini menciptakan “studio reputasi” di lapangan: pengalaman buruk cepat menjadi konten negatif, pengalaman baik menjadi promosi organik. Maka, perbaikan layanan dasar bukan hanya untuk kenyamanan, tetapi untuk mengendalikan arus reputasi yang terbentuk sepanjang kunjungan.

Dengan demikian, hasil fase saat kunjungan mengarah pada simpulan: (1) *pain points* utama terletak pada akses, transaksi/tarif, keamanan sosial, kebersihan, fasilitas dasar, dan profesionalisme pengelolaan; (2) *highlights* utama (alam–kuliner–keramahan) adalah aset brand yang kuat; (3) implementasi *green tourism* harus “terlihat” pada fasilitas dan tata kelola lapangan; (4) tanpa penataan transaksi dan keamanan, *green tourism* akan dipersepsikan kosmetik; (5) karena *during-visit* adalah fase produksi reputasi, pembenahan operasional adalah strategi pemasaran paling efektif dalam jangka menengah.

Pada fase pasca-kunjungan, wisatawan memasuki proses refleksi, evaluasi, dan berbagi pengalaman (*review*, unggahan, rekomendasi). Hasil kuesioner menunjukkan wisatawan

cenderung bersedia membagikan pengalaman positif dan merekomendasikan destinasi. Selain itu, ada sinyal kuat bahwa strategi digital mendorong *engagement* lanjutan: wisatawan tertarik mengikuti akun resmi dan mencari tahu lebih lanjut tentang inisiatif *green tourism* setelah melihat promosi digital. Dalam kerangka JBA, ini berarti fase *post-visit* bukan “akhir”, melainkan pintu pembentukan loyalitas dan citra jangka panjang.

Dimensi ekonomi keberlanjutan juga muncul jelas: 52% wisatawan menyatakan bersedia membayar lebih untuk pengalaman wisata yang terbukti berkelanjutan, 47% menyatakan “mungkin”, dan hanya sekitar 1% tidak bersedia. Temuan ini menguatkan peluang “green experience” sebagai diferensiasi Garut. Namun, syaratnya tegas: keberlanjutan harus “terbukti” (terlihat, terukur, atau setidaknya dapat diverifikasi). Bila *green* hanya menjadi label, *premium pricing* justru berisiko memicu *backlash*, terutama pada segmen yang sudah sensitif terhadap isu tarif mahal (warganet).

Post-visit juga merupakan ruang untuk memperbaiki kelemahan sistem umpan balik. Jika destinasi tidak menyediakan kanal formal untuk keluhan dan saran, wisatawan akan menggunakan kanal publik (ulasan *Google*, komentar media sosial) yang berdampak lebih luas. Dalam pembahasan yang diperluas, fase *post-visit* semestinya diposisikan sebagai “feedback loop”: ulasan dibaca, pola keluhan dipetakan, tindakan perbaikan ditetapkan, lalu perubahan dikomunikasikan kembali agar public melihat perbaikan nyata. *Loop* ini juga selaras dengan agenda *green tourism*, karena perubahan perilaku (wisatawan dan pelaku) tidak terjadi sekali, tetapi lewat iterasi edukasi–pengalaman–penguatan

sosial.

Kesimpulan fase *post-visit*: (1) e-WOM adalah penguat utama reputasi; (2) ada peluang loyalitas dan *premium green experience*, tetapi membutuhkan bukti praktik; (3) destinasi perlu mengelola *feedback loop* agar keluhan tidak menumpuk di ruang publik tanpa respon; (4) fase *post-visit* dapat mengubah wisatawan menjadi *co-promoter* sekaligus *co-guardian* lingkungan bila dirancang program partisipasinya.

Tabel 1 merangkum perjalanan wisatawan di Garut dalam tiga fase. Pada pra-kunjungan, wisatawan mencari informasi *online* (media sosial, *blog* perjalanan) dan merencanakan kunjungan. Poin utama: informasi yang tersebar-pencar dan kurangnya sorotan pada fitur pariwisata berkelanjutan di Garut. Pada saat kunjungan, interaksi meningkat. Wisatawan menghadapi masalah akses (misalnya akses jalan ke Curug Sanghyang Taraje yang terisolasi) dan minimnya fasilitas ramah lingkungan.

Observasi menunjukkan bahwa penunjuk arah dan pengelolaan sampah di objek alam umumnya kurang memadai, sehingga memengaruhi kepuasan pengunjung. Pada pasca-kunjungan, wisatawan merefleksikan pengalaman melalui ulasan online dan pembicaraan. Sentimen yang muncul: lingkungan bersih dan keterlibatan masyarakat mendapat apresiasi tinggi, sedangkan kepadatan pengunjung atau fasilitas tidak berkelanjutan memicu umpan balik negatif.

Berikut adalah tabel analisis *Journey-Based Assessment* yang menggambarkan potensi titik sentuh dan pengalaman pengunjung di Kabupaten Garut:

Tabel 1. Analisis *Journey-Based Assessment*

Fase Perjalanan	Titik Sentuh Kunci	Pengalaman Pengunjung (Positif)	Potensi <i>Pain Point</i> (Negatif)	Peluang Peningkatan (Green Tourism)
Pra Kunjungan	Pencarian Informasi <i>Online</i> , Media Sosial, Rekomendasi	Informasi destinasi yang beragam, daya tarik alam yang memukau	Informasi yang tidak terintegrasi, kurangnya informasi keberlanjutan	Promosi destinasi hijau, informasi transportasi publik ramah lingkungan
Saat Kunjungan	Transportasi, Akomodasi, Objek Wisata (Gunung, Pantai, Papandayan, Santolo, Candi Cangkuang, Kawah Darajat, Situ Bagendit), Kuliner, Interaksi Lokal	Keindahan alam yang menenangkan, keramahan penduduk, keunikan budaya	Aksesibilitas jalan, pengelolaan sampah di objek wisata, kurangnya fasilitas ramah lingkungan	Penyediaan transportasi umum, program daur ulang, edukasi pengunjung tentang etika lingkungan
Pasca Kunjungan	Berbagi Pengalaman (<i>Online</i> , Media Sosial), Refleksi Pribadi	Kenangan indah, keinginan kembali	Kurangnya saluran umpan balik yang efektif, dampak lingkungan yang terlihat	Kampanye "Garut Hijau", program loyalitas untuk wisatawan berkelanjutan

Implementasi *Green Tourism* di Kabupaten Garut

Implementasi *green tourism* di Kabupaten Garut memiliki potensi yang sangat besar, seiring dengan kekayaan alam, keanekaragaman budaya, dan karakteristik geografisnya yang mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan. Namun, potensi ini hanya dapat diwujudkan melalui serangkaian inisiatif konkret yang terintegrasi secara lintas sektor dan didukung oleh partisipasi aktif seluruh pemangku kepentingan. Beberapa inisiatif strategis yang dapat dipertimbangkan atau diperkuat antara lain:

1. Pengelolaan sampah dan limbah

Seiring dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, volume sampah di kawasan wisata pun mengalami lonjakan signifikan. Oleh karena itu, penerapan sistem pengelolaan sampah terpadu sangat krusial, dimulai dari penyediaan tempat sampah terpilah disetiap titik destinasi, pengangkutan terjadwal, hingga program daur ulang berbasis komunitas. Edukasi lingkungan kepada pengunjung dan masyarakat lokal juga perlu digencarkan, misalnya melalui kampanye "Bawa Sampahmu Kembali" atau pelatihan pengelolaan limbah rumah

tangga berbasis 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*) (Novianti dkk, 2021) menunjukkan bahwa pengelolaan aspek lingkungan (misal pengelolaan sampah terpadu) dapat dikemas sebagai daya tarik wisata edukasi melalui *guided tour*, dan keberhasilannya membutuhkan rencana komprehensif serta kolaborasi pemangku kepentingan.

2. Konservasi sumber daya alam

Penggunaan air dan energi yang efisien disektor akomodasi, restoran, dan fasilitas wisata lainnya harus didorong secara sistematis. Pemanfaatan energi terbarukan, seperti pemasangan panel surya di penginapan atau lampu penerangan jalan tenaga surya di kawasan wisata, dapat menjadi langkah progresif yang sekaligus menjadi simbol komitmen terhadap keberlanjutan. Perlindungan terhadap ekosistem alami seperti hutan lindung, mata air, dan kawasan penyangga juga harus menjadi prioritas, termasuk melalui pelibatan masyarakat dalam patroli konservasi dan edukasi ekowisata.

3. Pemberdayaan masyarakat lokal

Salah satu pilar utama *green tourism* adalah distribusi manfaat ekonomi yang adil kepada masyarakat lokal. Hal ini dapat diwujudkan melalui promosi dan penjualan produk- produk lokal (kerajinan

tangan, makanan khas, hasil pertanian), pelatihan keterampilan menjadi pemandu wisata, pengelola *homestay*, atau pelaku UMKM wisata lainnya. Penting pula untuk memastikan bahwa sebagian pendapatan dari sektor wisata dialokasikan untuk pembangunan komunitas dan pelestarian lingkungan desa.

4. Transportasi ramah lingkungan

Pengurangan jejak karbon dari sektor transportasi dapat dilakukan dengan mendorong penggunaan kendaraan umum, kendaraan listrik, atau sistem transportasi bersama (*carpooling*) untuk wisatawan. Di dalam kawasan wisata, pengembangan jalur sepeda, area bebas kendaraan bermotor, atau penyewaan kendaraan listrik skala kecil dapat menjadi solusi inovatif yang tidak hanya ramah lingkungan, tetapi juga meningkatkan kenyamanan dan pengalaman wisata.

5. Edukasi dan kesadaran lingkungan

Kesadaran dan pemahaman wisatawan terhadap prinsip-prinsip *green tourism* merupakan fondasi penting bagi keberlanjutan destinasi. Oleh karena itu, kampanye edukatif harus diselenggarakan secara berkelanjutan, baik melalui media cetak seperti brosur dan papan informasi, maupun media digital seperti video edukatif dan media sosial. Materi kampanye dapat mencakup etika berkunjung, konservasi sumber daya, pentingnya konsumsi lokal, serta panduan interaksi budaya yang menghormati norma setempat.

Secara keseluruhan, implementasi *green tourism* di Garut tidak hanya berfungsi sebagai strategi pelestarian lingkungan, tetapi juga sebagai pendekatan pembangunan ekonomi lokal yang inklusif, adil, dan berbasis kearifan lokal. Keberhasilan dari inisiatif-inisiatif tersebut sangat bergantung pada konsistensi kebijakan, kolaborasi multipihak, serta kesadaran kolektif

masyarakat sebagai pelaku utama dalam ekosistem pariwisata berkelanjutan.

Integrasi pendekatan *journey-based assessment* dengan prinsip *green tourism* membuka peluang strategis bagi Kabupaten Garut untuk tidak hanya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga memastikan bahwa pertumbuhan sektor pariwisata berlangsung secara inklusif, bertanggung jawab, dan berkelanjutan. Pendekatan ini memungkinkan perancang kebijakan dan pelaku industri untuk melihat pengalaman wisatawan secara utuh mulai dari fase pra-kunjungan, saat kunjungan, hingga pasca-kunjungan, sehingga dapat mengidentifikasi secara akurat titik-titik krusial yang mempengaruhi kepuasan, loyalitas, dan persepsi pengunjung terhadap destinasi.

Dengan memahami secara mendalam *pain points* (seperti akses yang sulit, fasilitas yang tidak memadai, atau minimnya informasi lingkungan) dan *highlights* (seperti keramahan warga lokal, kekayaan budaya, serta keindahan alam), inisiatif *green tourism* dapat dirancang dan diimplementasikan secara lebih kontekstual dan responsif. Misalnya, perbaikan infrastruktur dapat diprioritaskan di titik perjalanan yang paling mengganggu kenyamanan wisatawan, sementara promosi dapat difokuskan pada aspek-aspek pengalaman positif yang memiliki daya tarik emosional dan naratif yang kuat.

Pendekatan ini juga memungkinkan upaya pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat lokal tidak berjalan dalam ruang terpisah, melainkan terintegrasi langsung dengan strategi peningkatan kualitas pengalaman pengunjung. Hasil akhirnya adalah terbentuknya citra destinasi Garut yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga unggul dalam praktik keberlanjutan, memberikan nilai tambah bagi wisatawan, masyarakat lokal, dan lingkungan.

Dengan demikian, integrasi antara *journey-based assessment* dan *green tourism* berperan sebagai fondasi utama dalam menciptakan destinasi wisata yang kompetitif, adaptif terhadap perubahan, dan konsisten dalam mewujudkan pembangunan pariwisata jangka panjang yang beretika dan berkelanjutan.

Temuan menunjukkan bahwa integrasi wawasan berbasis perjalanan dengan strategi pariwisata hijau penting untuk pembangunan berkelanjutan di Garut. Pain point yang teridentifikasi (misalnya akses terbatas, fasilitas ramah lingkungan yang minim) sejalan dengan tantangan destinasi pegunungan/pantai lain. Penelitian sebelumnya tentang pariwisata berkelanjutan menunjukkan kepuasan wisatawan meningkat saat fasilitas lokal selaras dengan nilai lingkungan. Misalnya, peningkatan ketersediaan informasi dan penanda jalan (pra-kunjungan) dapat menggunakan platform digital untuk mempromosikan atraksi ramah lingkungan. Saat kunjungan, peningkatan pengelolaan sampah dan infrastruktur mengikuti praktik terbaik destinasi ekowisata. Inisiatif pariwisata hijau yang diidentifikasi konsisten dengan pendekatan *Triple Bottom Line* (manfaat sosial, ekonomi, lingkungan). Studi di Indonesia menyarankan program sampah berbasis komunitas dan adopsi energi terbarukan (misalnya lampu tenaga surya) dapat mengurangi dampak sekaligus memberdayakan lokal. Analisis kami menegaskan pentingnya kolaborasi pemangku kepentingan

Secara praktis, pengelola destinasi perlu memprioritaskan temuan utama: memasukkan umpan balik pengunjung dalam perencanaan (misalnya melalui survei dan pemantauan ulasan daring) dan berinvestasi pada infrastruktur berkelanjutan. Pembuat kebijakan dapat mendukung dengan insentif sertifikasi hijau untuk hotel dan penegakan regulasi

konservasi. Dari sisi teori, studi ini mendukung kerangka manajemen destinasi berkelanjutan yang holistik: hal ini menunjukkan bagaimana pemetaan pengalaman pengunjung dapat digabungkan dengan inisiatif lingkungan untuk mencapai ketahanan destinasi. Keterbatasan penelitian ini adalah sifatnya yang konseptual (tanpa data survei primer); penelitian mendatang dapat menguji strategi ini melalui survei pengunjung atau program percontohan. Secara keseluruhan, pendekatan terpadu yang kami sajikan menawarkan kerangka praktis bagi Garut dan destinasi serupa dalam menyeimbangkan pertumbuhan dengan tujuan pariwisata hijau.

KESIMPULAN

Penelitian ini telah menganalisis pentingnya *journey-based assessment* pengunjung dan implementasi *green tourism* dalam konteks pengembangan pariwisata berkelanjutan di Kabupaten Garut. Melalui pendekatan JBA, dapat dipahami secara holistik setiap tahapan pengalaman pengunjung, mengidentifikasi titik-titik sentuh krusial, serta menemukan pain points dan peluang peningkatan. Integrasi JBA dengan prinsip-prinsip *green tourism* menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata di Garut tidak hanya dapat meningkatkan kepuasan wisatawan, tetapi juga memastikan pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat lokal. Potensi Kabupaten Garut sebagai destinasi pariwisata yang kaya akan keindahan alam dan budaya sangat besar. Namun, untuk mewujudkan pariwisata yang benar-benar berkelanjutan, diperlukan upaya sistematis dalam pengelolaan sampah, konservasi sumber daya alam, pemberdayaan ekonomi lokal, penyediaan transportasi ramah lingkungan, dan peningkatan kesadaran lingkungan bagi semua pihak. Dengan menerapkan rekomendasi yang dihasilkan dari analisis ini, diharapkan

Kabupaten Garut dapat menjadi model destinasi pariwisata yang bertanggung jawab dan berdaya saing di masa depan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan inspirasi dalam penyusunan jurnal ini. Secara khusus, terima kasih disampaikan kepada sumber-sumber informasi yang telah menjadi dasar dalam penyusunan tinjauan pustaka dan analisis, serta kepada komunitas ilmiah yang terus mendorong penelitian di bidang pariwisata berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrea, G. (2024). Dinamika pariwisata ramah lingkungan/*green tourism* pasca pandemi (suatu tinjauan pustaka). *Jurnal Pesona Pariwisata*, 1(1), 64-67.
<https://doi.org/10.33005/peta.v1i12>
- Abdi, I., Suprpto, P., & Sarja, N. (2021). Pengembangan desa wisata berbasis *green tourism* di desa wisata Bakas, Banjarnegara, Klungkung. *Dharmakarya*, 10(2), 101.
<https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v10i2.33239>
- Akbar, A., Mudana, I., Ginaya, G., & Suparta, I. (2025). Implementation of green tourism village management in Bilebante Village, Central Lombok. *Journal of Social and Scientific Education*, 2(1), 29-36.
<https://doi.org/10.56743/josse.v2i1.475>
- Alfian, T., Saputro, Y., & Sudiryanto, G. (2021). Pengembangan desa wisata dan pembangunan pariwisata berkelanjutan Desa Watuaji. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 5(1), 30-38.
<https://doi.org/10.36341/jpm.v5i1.2085>
- Anggreni, N. (2021). Pariwisata di tengah pandemi Covid-19: Dampaknya terhadap lingkungan Pantai Sanur. *Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 27-36.
<https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.42>
- Aulia, H., Oetari, Z., Yudiardi, D., Maulani, G., Nurfaizal, W., Hendarsyah, A., & Pardon, A. (2021). Socialization of utilization of local potentials in tourism village planning effort in Selaawi Village, Garut Regency. *Indonesian Journal of Community Empowerment*, 2(3), 97-102.
<https://doi.org/10.35899/ijce.v2i03.442>
- Ayutthaya, H., N., & D., Koomsap, P. (2018). An application of 'LOVE' model for assessing research experience. Dalam M. Peruzzini (Ed.) *Transdisciplinary Engineering Methods for Social Innovation of Industry 4*, 712-720.
<http://doi.org/10.3233/978-1-61499-898-3-712>
- Baloch, Q., Shah, S., Iqbal, N., Sheeraz, M., Asadullah, M., Mahar, S., & Khan, A. (2022). Impact of tourism development upon environmental sustainability: A suggested framework for sustainable ecotourism. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(3), 5917-5930.
<https://doi.org/10.1007/s11356-022-22496-w>
- Basunjaya, B., Dewanto, F., Musroni, G., Simanulang, H., & Nasrida, M. (2025). Analisis kelayakan dan evaluasi proyek renovasi Bundaran Talawang Palangkaraya (studi kasus aspek teknis, manajemen,

- keuangan, dan dampak sosial). *Ekoma Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 4(2), 3698-3706.
<https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i2.6150>
- Damayanti, D., Rusliyawati, R., Susanto, E., Putra, A., Bachtiar, A., Mahendra, A., & Mila, N. (2022). Pelatihan *digital marketing* bagi pemuda-pemudi karang taruna di Desa Kunjir Lampung Selatan. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service*, 3(2), 254.
<https://doi.org/10.33365/jsstcs.v3i2.2064>
- Dewi, D., Nathalia, T., & Pramono, R. (2024). Implementasi konsep *green hotel* Safari Resort Kabupaten Bogor Jawa Barat. *Syntax Literate Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(8), 4469-4485.
<https://doi.org/10.36418/syntax-literate.9i8.16377>
- Duc, T. and Thanh, N. (2023). The relationship between awareness and commitment to participate in the green tourism model of local communities: Evidence from the Hmong people community in Lao Cai Province – Vietnam. *Design Construction Maintenance*, 3, 92-115.
<https://doi.org/10.37394/232022.2023.3.9>
- Edikusuma, A., Ramadhani, S., & Mukmin, A. (2021). Penerapan tema arsitektur bioklimatik pada perencanaan *beach resort* di Pantai Tanjung Papuma Jember. *Tekstur (Jurnal Arsitektur)*, 2(1), 23-30.
<https://doi.org/10.31284/j.tekstur.2021.v2i1.1511>
- Fatmawati, F., Rustan, A., Dirawati, D., & Yusak, F. (2024). Aspek hukum dalam pengendalian dan pemanfaatan ruang di Kota Kendari. *Jurnal Rechtsens*, 13(1), 119-134.
<https://doi.org/10.56013/rechtsens.v13i1.2732>
- Guo, Y., Jiang, J., & Li, S. (2019). A sustainable tourism policy research review. *Sustainability*, 11(11), 3187.
<https://doi.org/10.3390/su11113187>
- Haque, A., Astuti, W., & Mukaromah, H. (2020). Jayengan kampung permata ditinjau dari kesesuaian terhadap konsep pariwisata berkelanjutan. *Region Jurnal Pembangunan Wilayah dan Perencanaan Partisipatif*, 15(2), 152.
<https://doi.org/10.20961/region.v15i2.24416>
- Koussaifi, H., Hart, D., & Lillystone, S. (2020). Customer complaint journey mapping: A qualitative approach. *British Food Journal*, 122(12), 3711-3726.
<https://doi.org/10.1108/bfj-11-2019-0849>
- Lahadni, R., Zulkifli, S., & Sekar, T. (2024). The development of customer journey mapping in digital-based start-up businesses. *Information Technology Engineering Journals*, 1(1), 1-12.
<https://doi.org/10.31603/itej.10704>
- Mardiyantoro, C., Herlina, H., & Mulyeni, S. (2023). Strategi pengembangan sumber daya manusia dan ekonomi kreatif dalam peningkatan pariwisata. *Jurnal Soshum Insentif*, 6(1), 62-74.
<https://doi.org/10.36787/jsi.v6i1.1201>
- Marwan, M. and Isnaeni, N. (2022). Bringing environmental state back in: Menakar sentralitas peran pemerintah dalam kemitraan multipihak untuk pembangunan pariwisata berkelanjutan pasca Covid-19 (studi kasus wakatobi). *Intermestic Journal of*

- International Studies*, 7(1), 123.
<https://doi.org/10.24198/intermestiac.v7n1.7>
- Novianti, E., Putra, R. R., Permadi, R. W. A., Maulana, M. I., & Wulung, S. R. P. (2021). Perencanaan program wisata edukasi berbasis lingkungan di Universitas Padjadjaran Jatinangor. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 4(2), 143-152.
<https://doi.org/10.17509/jithor.v4i2.32319>
- Nur'aini, R. (2020). Penerapan metode studi kasus Yin dalam penelitian arsitektur dan perilaku. *Inersia: Informasi dan Ekspose hasil riset Teknik Sipil dan Arsitektur*, 16(1), 92-104.
<https://doi.org/10.21831/inersia.v16i1.31319>
- Okazaki, K. and Inoue, K. (2022). Explainable model fusion for customer journey mapping. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 5, 824197.
<https://doi.org/10.3389/frai.2022.824197>
- Pandanwangi, A., Dewi, B., Effendi, I., Suryana, W., & Nuraini, D. (2023). Pelatihan batik kreatif: Lilin dingin untuk membatik melalui mgmp seni budaya- kcd Wilayah XI Kabupaten Garut. *Abdi Seni*, 14(2), 114-126.
<https://doi.org/10.33153/abdiseni.v14i2.4726>
- Pantouvakis, A. and Gerou, A. (2022). The theoretical and practical evolution of customer journey and its significance in services sustainability. *Sustainability*, 14(15), 9610.
<https://doi.org/10.3390/su14159610>
- Pereira, T. (2017). Pengembangan destinasi wisata di subdistrik Tutuala, Timor Leste. *Jurnal Master Pariwisata (Jumpa)*. 3(2), 342-359.
<https://doi.org/10.24843/jumpa.2017.v03.i02.p10>
- Prasanti, D. and Fitriani, D. (2018). Pembentukan karakter anak usia dini: Keluarga, sekolah, dan komunitas? (studi kualitatif tentang pembentukan karakter anak usia dini melalui keluarga, sekolah, dan komunitas). *Jurnal Obsesi Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 2(1), 13.
<https://doi.org/10.31004/obsesi.v2i1.2>
- Prawira, M., Budisetyorini, B., Adisudharma, D., & Salam, D. (2021). Model pengembangan aktivitas wisata di kawasan Sungai Cilimbung Kabupaten Garut. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(2), 77.
<https://doi.org/10.33370/jpw.v23i2.573>
- Pribadi, T., Suganda, D., & Saefullah, K. (2021). Pariwisata berbasis masyarakat dan dampaknya terhadap sosial, ekonomi, dan lingkungan: Tinjauan pustaka. *Jurnal Sosial dan Sains*, 1(2), 107-114.
<https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v1i2.34>
- Putra, B., Kristian, Y., Setiawan, E., & Santoso, J. (2022). Aspect based sentiment analysis aduan mahasiswa UMSIDA dimasa pandemi menggunakan LSTM. *Journal of Intelligent System and Computation*, 4(1), 45-54.
<https://doi.org/10.52985/insyst.v4i1.229>
- Rosalina, P. (2017). The implementation of hindu philosophy “Tri Kaya Parisudha” for sustainable tourism in Munduk Village, North Bali. *Jurnal Master Pariwisata*. 3(2), 223-237.
<https://doi.org/10.24843/jumpa>

- 2017.v03.i02.p02
- Satria, A. (2023). Analisis keberlanjutan lingkungan dalam pengembangan sektor pariwisata: Perspektif ekonomi lingkungan di destinasi wisata. *Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, 1(1), 16-23. <https://doi.org/10.61787/0vgy2953>
- Sugiarto, A. and Ramadania, R. (2024). Manajemen lahan bantaran Sungai Deli untuk pembangunan kota yang berkelanjutan berdasar peraturan daerah (RTRW/RDTR) studi kasus: Bantaran Sungai Deli, Kecamatan Medan Maimun). *Jesya: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 7(1), 618-626. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1378>
- Sulaiman, N. and Hashim, N. (2023). Prospects of halal green tourism in Brunei Darussalam. *KnE Social Sciences*. 8(18), 999-1012. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i18.14307>
- Supriatna, A. and Ginanjar, A. (2020). Perancangan sistem informasi geografis berbasis web pemetaan ternak ayam di Kabupaten Garut. *Jurnal Algoritma*, 17(2), 491-496. <https://doi.org/10.33364/algoritma/v.17-2.491>
- Susanto, E., Widyastuti, S., & Prawira, M. (2024). Peningkatan kualitas tata kelola desa wisata melalui jejaring dan kemitraan di Kabupaten Sukabumi. *Abdiwisata*, 1(1), 40-48. <https://doi.org/10.55701/abdiwisata.v1i1.166>
- Susiyanto, S. (2022). Concept application analysis green tourism in the development of Borobudur Temple as a super priority destination. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Budaya*, 8(4), 1371. <https://doi.org/10.32884/ideas.v8i4.1080>
- Sutiarso, M. (2018). Pengembangan pariwisata yang berkelanjutan melalui ekowisata. <https://doi.org/10.31219/osf.io/q43ny>
- Sutriani, E., & Octaviani, R. (2019). *Topik: Analisis data dan pengecekan keabsahan data*. INARxiv, 1–22. <https://doi.org/10.31227/osf.io/3w6qs>
- Suyitno, S. (2021). *Metode penelitian kualitatif: Konsep, prinsip dan operasionalnya*. Akademia Pustaka. <https://doi.org/10.31219/osf.io/auqr>
- Tetep, T., Suherman, A., Mulyana, E., Widyanti, T., Pebriani, W., Susanti, Y., & Ilah, I. (2021). Potensi pariwisata Garut dalam mewujudkan ekonomi kreatif. *Business Innovation & Entrepreneurship Journal*, 3(2), 141-146. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i02.219>
- Ulfah, R. (2021). Implementasi sekolah siaga kependudukan melalui pembelajaran geografi di man insan cendekia tanah laut. *Jurnal Geografika (Geografi Lingkungan Lahan Basah)*, 2(2), 91. <https://doi.org/10.20527/jgp.v2i2.5013>
- Villanueva, M., Yannou, B., Leroy, Y., Cluzel, F., Vautier, M., & Vaija, S. (2020). Design-for-cost-and-environment: Ontological analysis and comparison of service representation approaches. *Proceedings of the Design Society Design Conference*, 1, 2197-2206. <https://doi.org/10.1017/dsd.2020.130>
- Wahyuni, N., Wachyuni, S. S., Wiweka, K., Saputra, N. G., & Murhadi, M. (2025). Instagram vs.

- TikTok: Which digital platform is more effective for restaurant industry marketing? *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 8(1). 1-14. <https://doi.org/10.17509/jithor.v8i1.76136>
- Wibowo, M. and Belia, L. (2023). Partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(1), 25-32. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i1.58108>
- Widari, D. (2020). Kebijakan pengembangan pariwisata berkelanjutan: Kajian teoretis dan empiris. *Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata*, 1(1), 1-11. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v1i1.12>
- Winoto, Y., Zakiah, L. G., & Anwar, R. K. (2021). Rancang bangun model diseminasi informasi kawasan pariwisata Talaga Bodas Kabupaten Garut. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 4(2), 147-160. <https://doi.org/10.17509/jithor.v4i2.32713>
- Wijianto, W., Ulfah, I. F., & Mustoffa, A. F. (2024). Pengaruh tingkat keamanan, kenyamanan dan produk wisata terhadap *sustainable tourism* di Ponorogo. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 7(2). 139-148. <https://doi.org/10.17509/jithor.v7i2.71828>
- Yuliani, W. (2018). Metode penelitian deskriptif kualitatif dalam perspektif bimbingan dan konseling. *Quanta*, 2(2), 83-91. <https://doi.org/10.22460/q.v2i2p83-91.1641>
- Zahra, N. and Amaliyah, N. (2023). Analisis faktor rendahnya literasi siswa di kelas 4 SDN Susukan 03 pagi. *Research and Development Journal of Education*, 9(2), 898. <https://doi.org/10.30998/rdje.v9i2.19454>

