

Pemasaran berbasis ekoturisme untuk pariwisata yang berkelanjutan di Indonesia (Studi Kasus: Program Ekoturisme "Ayo Ke Taman Nasional" oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru) = Ecotourism-based Marketing for Sustainable Tourism in Indonesia (Case Study: "Ayo Ke Taman Nasional" Ecotourism Program of Ministry of Environment and Forestry of Indonesia in Bromo Tengger Semeru National Park).

Annisa Ayuningtyas, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20492530&lokasi=lokal>

---

Abstrak

**ABSTRAK**

Tesis ini meliputi kasus "Ayo Ke Taman Nasional", sebuah program yang baru diluncurkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, yang ditunjuk sebagai salah satu kontributor devisa negara (RPJMN 2015-2019). Pemerintah menargetkan akselerasi pariwisata dengan fokus pada keunggulan kompetitif Indonesia: kekayaan alamnya, yang diikuti oleh masalah keberlanjutan akibat tingginya ketergantungan terhadap sumber daya alam. Tesis ini dilengkapi dengan penilaian singkat akan program pariwisata saat ini terhadap prinsip-prinsip ekoturisme, yang dipercaya dapat menyelesaikan masalah keberlanjutan. Kasus yang diangkat merekam dinamika yang terjadi dalam kementerian dan juga pada hubungan dengan pihak berkepentingan lainnya. Pendekatan pemasaran dan bisnis digunakan dalam analisis untuk mencapai solusi aplikatif bagi focal persons (KSDAE dan PJLHK). Tesis ini dapat digunakan oleh akademisi untuk mengaplikasikan teori dan konsep dasar pemasaran, model bisnis, perilaku konsumen, pemasaran jasa terhadap pengaruhnya dengan pengambilan keputusan bagi pembuat kebijakan.

---

**ABSTRACT**

This thesis covers the case of "Ayo Ke Taman Nasional", a newly launched program by Ministry of Environment and Forestry, which is assigned as one of foreign exchange contributors (National Medium-term Development Plan 2015-2019). The government aims to accelerate tourism by focusing on Indonesia's competitive advantage: its natural environment, which is followed by sustainability issue due to high reliance on natural resources. The thesis provides brief assessment of current tourism program towards principles of ecotourism, which is believed to solve the sustainability issue. The case captures dynamics within the Ministry of Environment and Forestry and also its relationships with stakeholders. Marketing and business approaches are used in the analysis to achieve applicable solutions to help focal persons (KSDAE and PJLHK). This thesis can be utilized by academics to apply theory and concept of marketing, business model, consumer behavior and service marketing towards its influences in decision making by policy makers.