



INTISARI

Perkembangan pariwisata berkelanjutan di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, sementara permintaan global terhadap wisata ramah lingkungan terus meningkat. Dalam hal itu, operator tur memiliki peran strategis dalam mempromosikan praktik-praktik pariwisata berkelanjutan. MOANA Bike Tour sebagai pionir tur sepeda berkelanjutan di Yogyakarta yang mengintegrasikan edukasi keberlanjutan, pelestarian lingkungan, pemberdayaan masyarakat, hingga promosi kearifan lokal dalam pengalaman wisatanya dapat menjadi contoh bagi industri pariwisata di Indonesia untuk merespons hal tersebut. Penelitian ini mengkaji implementasi pariwisata berkelanjutan pada sebuah operator tur melalui perspektif *Sustainable Tourism Marketing Mix* (STMM), termasuk meninjau tantangan yang dihadapi serta upaya mitigasi yang dilakukan dalam operasional perusahaan. Hasil kajian menunjukkan bahwa perusahaan telah secara komprehensif mengimplementasikan nilai-nilai pariwisata berkelanjutan, yang tercermin dari terpenuhinya setiap komponen STMM. Namun demikian, masih terdapat berbagai tantangan pada aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial-budaya. Kendati demikian, perusahaan juga telah melakukan berbagai mitigasi yang berupaya menyeimbangkan aspek-aspek tersebut. Studi ini diharapkan dapat memperkaya kajian teoritis dan memberikan referensi praktis bagi pelaku industri dalam mengembangkan strategi operasional bisnis pariwisata yang mendukung pariwisata berkelanjutan.

Kata kunci: pariwisata berkelanjutan, STMM, operator tur, Yogyakarta



ABSTRACT

The development of sustainable tourism in Indonesia continues to face various challenges, while global demand for environmentally friendly tourism is steadily increasing. In that regard, tour operators have a strategic role in promoting sustainable tourism practices. MOANA Bike Tour, as a pioneer of sustainable cycling tours in Yogyakarta that integrates sustainability education, environmental conservation, community empowerment, and the promotion of local wisdom into its tourism experiences, can serve as an example for Indonesia's tourism industry in responding to this trend. This study examines the implementation of sustainable tourism by a tour operator through the perspective of the Sustainable Tourism Marketing Mix (STMM), including an analysis of the challenges faced and the mitigation efforts carried out in its operations. The findings indicate that the company has comprehensively implemented sustainable tourism values, as reflected in the fulfillment of all STMM components. Nevertheless, challenges remain in the economic, environmental, and socio-cultural aspects. Even so, the company has undertaken various mitigation efforts to balance these aspects. This study is expected to enrich theoretical discussions and provide practical references for industry players in developing operational strategies that support sustainable tourism.

Keywords: sustainable tourism, STMM, tour operator, Yogyakarta