



Daftar Isi

Kata Sambutan	iii
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix

BAB I	Ruang Lingkup, Industri Geowisata, dan Destinasi Geowisata	1
	1.1 Ruang Lingkup Geowisata.....	1
	1.2 Industri Geowisata	7
	1.3 Destinasi Geowisata.....	11

BAB II	Sumber Daya Pemasaran Geowisata Indonesia ..	15
	2.1 Sumber Daya Pemasaran Geowisata	15
	2.2 Pengertian Sumber Daya Geowisata.....	19
	2.2.1 Sumber Daya Alam.....	26
	2.2.2 Sumber Daya Manusia.....	33
	2.2.3 Sumber Daya Budaya	37

BAB III	Destinasi Geowisata di Pulau Jawa dan Bali	45
	3.1 Destinasi Geowisata Berdasarkan <i>Geodiversity</i> di Pulau Jawa.....	45

3.1.1	Destinasi Geowisata di Jawa Barat.....	46
3.1.2	Destinasi Geowisata di Jawa Tengah.....	52
3.1.3	Destinasi Geowisata di Jawa Timur.....	66
3.2	Destinasi Geowisata Berdasarkan <i>Geodiversity</i> di Pulau Bali	87

BAB IV

Pemasaran Berkelanjutan untuk Geowisata Indonesia.....

109

4.1	Pemasaran Pariwisata Berkelanjutan	109
4.1.1	Strategi Pemasaran Berkelanjutan untuk Geowisata.....	119
4.1.2	<i>Sustainable Products dan Services</i>	127
4.1.3	Keberlanjutan Produk/Jasa Menggunakan <i>The Natural Step Framework</i>	129
4.1.4	Merek yang Berkelanjutan.....	132
4.1.5	<i>Sustainability in Marketing Channels</i>	135
4.1.6	<i>Sustainable Pricing</i>	143
4.1.7	<i>Sustainability in Promotion</i>	155

BAB V

Tantangan dan Strategi Pengembangan Geowisata di Indonesia.....

163

5.1	Tantangan Pengembangan Geowisata	163
5.2	Siklus Hidup dalam Pemasaran Destinasi Geowisata	175
5.3	Strategi Pengembangan Geowisata.....	177

Daftar Pustaka	191
----------------------	-----

Tentang Penulis.....	205
----------------------	-----