

Digitalisasi Wisata di Desa Wisata

Ais Tsurayya Mumtaz¹, Mila Karmilah¹

Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Islam Sultan Agung¹
Penulis Korespondensi e-mail: mila@unissula.ac.id

ABSTRACT

The digitization of tourism is one of the important strategies in addressing a digital-oriented civilization in meeting their needs for travel. The digitization of tourism is considered as the right step in promoting tourism through a digital approach that has an impact on the development of tourism potential in a tourist village. The analytical method used in this research is a qualitative analysis method by analyzing the content and / or analysis of the literature review. Strategies that can be carried out in digitizing tourism in tourist villages are to improve the management of tourist villages, tourism village infrastructure, digitalization forms of wsata villages, and management of tourism digitization. The results of the study findings in several case studies are that by developing tourist villages and digitizing tourism, it has been proven that many benefits are obtained, such as the ease in providing tourism services to tourists including access in the context of carrying out marketing, making it easier for tourists to access information about a tourism destination and minimizing costs both for organizers and / managers, as well as for tourists. With digitalization in tourist villages, it can indirectly increase people's income and lead to an increase in the regional economy.

Keywords: *Tourist village, Tourism digitization.*

ABSTRAK

Digitalisasi wisata merupakan salah satu strategi penting dalam menyikapi peradaban masyarakat yang berorientasi digital dalam memenuhi kebutuhan mereka untuk berwisata. Digitalisasi wisata dianggap sebagai langkah tepat dalam mempromosikan wisata melalui pendekatan digital yang berdampak pada pengembangan potensi wisata di suatu desa wisata. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif dengan menganalisis isi dan/atau analisis literatur review. Strategi yang dapat dilakukan dalam digitalisasi wisata pada desa wisata adalah dengan meningkatkan pengelolaan desa wisata, infrastruktur desa wisata, bentuk digitalisasi desa wisata, dan pengelolaan digitalisasi wisata. Hasil temuan studi pada beberapa studi kasus adalah dengan pengembangan desa wisata dan digitalisasi wisata terbukti diperoleh banyak manfaat, seperti kemudahan dalam memberikan jasa layanan pariwisata kepada wisatawan termasuk akses dalam rangka penyelenggaraan pemasarannya, mempermudah wisatawan dalam mengakses informasi tentang suatu destinasi pariwisata serta meminimalisir biaya baik bagi pihak penyelenggara dan/pengelola, maupun bagi wisatawan. Dengan adanya digitalisasi di desa wisata secara tidak langsung dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan berujung pada peningkatan perkonomian daerah.

Kata Kunci: Digitalisasi wisata, Desa wisata.

1. PENDAHULUAN

Desa Wisata merupakan salah satu konsep dalam pengembangan industri pariwisata pada suatu daerah. Desa wisata diartikan sebagai suatu konsep pengembangan kawasan pedesaan yang menyajikan keaslian dari aspek adat istiadat, sosial budaya, arsitektur tradisional, keseharian, serta struktur tata ruang desa yang ditawarkan dalam komponen

pariwisata yang terpadu, yakni antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung (Darsono, 2005). Desa wisata merupakan salah satu contoh implementasi dari pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) yang memang menjadi agenda global. Komponen pembentuk desa wisata terdiri dari manajemen dan keterlibatan masyarakat, edukasi wisatawan, kemitraan, dan peningkatan pendapatan masyarakat. Pengolahan pariwisata yang baik pada sebuah daerah dapat menjadi *branding* yang dapat meningkatkan kuantitas pengunjung. Pendekatan *smart tourism* dapat diterapkan sebagai branding bagi suatu destinasi pariwisata, salah satu implementasinya adalah pengembangan desa wisata dengan cara penawaran dan pemasaran (*branding*) berbasis digital yang kerap disebut dengan digitalisasi wisata.

Transformasi digital menjadi sebuah terobosan dalam membidik pasar industri sehingga menjadi sebuah peluang besar, mengingat kini perilaku masyarakat Indonesia yang tidak bisa lepas dari penggunaan internet dalam kegiatan sehari-hari. Khususnya dalam menghadapi Industrial Era 4.0, maka hal tersebut akan melahirkan banyak manfaat serta menjadi tantangan tersendiri bagi para pelakunya. Digitalisasi industri pariwisata adalah salah satu langkah tepat dalam menyikapi peradaban masyarakat yang berorientasi digital dalam memenuhi kebutuhan mereka untuk berwisata. Salah satu upaya dalam mewujudkan digitalisasi pariwisata adalah dengan pemanfaatan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi). Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah relevan dalam tingkatan operasional, struktural, strategi dan pemasaran untuk mendukung interaksi global antara produsen, perantara, dan konsumen di seluruh dunia. Ketersediaan dari TIK mendorong produsen dan destinasi wisata untuk meningkatkan efisiensi dan merekayasa ulang strategi komunikasi mereka (O'Connor, 2005) Digitalisasi wisata memberikan berbagai jasa layanan pariwisata kepada wisatawan dengan kemudahan akses dalam rangka penyelenggaraan pemasarannya. Digitalisasi wisata dianggap dapat mempermudah wisatawan dalam mengakses informasi tentang suatu destinasi pariwisata dan tentunya dapat mengurangi biaya baik bagi pihak penyelenggara dan/pengelola, maupun bagi wisatawan. Dengan dilakukannya penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi pariwisata merupakan strategi penting dalam mempromosikan wisata melalui pendekatan digital yang berdampak pada pengembangan potensi wisata di suatu desa wisata.

2. LITERATUR REVIEW

2.1. Desa Wisata

Desa Wisata merupakan suatu konsep pengembangan kawasan pedesaan yang menyajikan keaslian dari aspek adat istiadat, sosial budaya, arsitektur tradisional, keseharian, serta struktur tata ruang desa yang ditawarkan dalam suatu keterpaduan komponen pariwisata, yakni atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung (Darsono, 2005). Komponen pembentuk desa wisata terdiri dari manajemen dan keterlibatan masyarakat, edukasi wisatawan, kemitran, peningkatan pendapatan masyarakat. Terdapat empat prinsip dari pengembangan desa wisata, keempat prinsip tersebut adalah sebagai berikut:

a) Layak ekonomi (*Economically Feasible*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa proses pembangunan desa wisata harus layak secara ekonomi. Pembangunan pariwisata diharapkan dapat dilakukan secara efisien agar memberikan manfaat ekonomi bagi pembangunan suatu wilayah sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

b) Berwawasan lingkungan (*Environmentally Feasible*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa proses pembangunan pariwisata diharapkan agar dapat memperhatikan upaya-upaya dalam meningkatkan kelestarian lingkungan dan menghindari dampak negatif yang mengganggu keseimbangan ekologi bahkan menurunkan kualitas lingkungan.

c) Dapat diterima secara sosial (*Socially Acceptable*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa dalam proses pembangunan pariwisata diharapkan dapat diterima secara sosial dengan memperhatikan nilai dan norma yang berlaku di lingkungan masyarakat, dan tentunya tidak merusak tatanan tersebut.

d) Dapat diterapkan secara teknologi (*Technologically Appropriate*)

Prinsip ini mengemukakan bahwa dalam proses pembangunan pariwisata sebaiknya dilaksanakan secara teknis serta diterapkan dengan memanfaatkan sumberdaya lokal sehingga masyarakat dapat mengadopsi dengan mudah dan memiliki orientasi jangka panjang.

Sederhananya, pembangunan pariwisata berkelanjutan dapat diintegrasikan dalam tujuan yang diperinci dalam 3 (tiga) sasaran utama, yakni sebagai berikut:

1. Kualitas sumber daya lingkungan

Pembangunan pariwisata harus menjaga keutuhan sumberdaya dan juga memperhatikan daya dukung kawasan setempat.

2. Kualitas hidup masyarakat (sosial ekonomi)

Pembangunan pariwisata diharapkan dapat memberikan benefit bagi perekekonomian masyarakat setempat, salah satunya dengan memandirikan masyarakat secara ekonomi.

3. Kualitas pengalaman berwisata (wisatawan)

Pembangunan pariwisata seharusnya peka terhadap tingkat kepuasan para wisatawan dan menjadikan pengalaman yang berharga. Kualitas produk wisata menjadi peranan penting dalam pengalaman berwisata seseorang.

Sementara itu, pengertian mengenai komponen desa wisata dari beberapa ahli dijabarkan melalui tabel berikut.

Tabel 1 Komponen Desa Wisata

No	Sumber Teori	Komponen Desa Wisata
1	Sastrayuda, 2010	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ciri khas, keaslian, dan keunikan 2. Terletak di daerah alam yang memiliki pemandangan yang luar biasa 3. Kelompok masyarakat yang berbudaya secara hakiki sehingga menarik minat wisatawan 4. Mempunyai peluang untuk terus berkembang baik dari segi prasarana dasar, maupun sarana prasarana lainnya.
2	Putra, (2006)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berpotensi untuk dikembangkan menjadi suatu tempat wisata yang memiliki seni dan budaya yang khas dari daerah setempat 2. Lokasi masuk kedalam lingkup daerah pengembangan pariwisata atau berada di koridor dan rute perjalanan wisata yang sudah ditawarkan/dijual 3. Diutamakan menyediakan pihak pengelola, pelatih, serta pelaku-pelaku pariwisata, termasuk penggiat seni, dan budaya 4. Aksesibilitas dan infrastruktur yang memadai, sehingga mendukung program Desa Wisata. 5. Terjaminnya keamanan, ketertiban, dan kebersihan.
3	Prasiasa (2012)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat lokal yang aktif berpartisipasi 2. Sistem nilai-nilai atau norma setempat 3. Adat istiadat setempat 4. Budaya setempat

Sumber: Zakaria, 2014

Desa wisata dapat dikembangkan dengan beberapa konsep, konsep pengembangan yang memungkinkan yakni:

Tabel 2 Konsep Pengembangan Desa Wisata

No.	Sumber Teori	Pengembangan Desa Wisata
1	Sastrayuda (2010)	1. Memanfaatkan infrastruktur yang dimiliki masyarakat setempat. 2. Memberi keuntungan kepada masyarakat setempat. 3. Mengajak masyarakat setempat untuk aktif berpartisipasi 4. Mengembangkan produk-produk dari wisata pedesaan.
2	Putra (2006)	1. Pariwisata yang terintegrasi dengan masyarakat 2. Menawarkan pertunjukan/ atraksi yang khas 3. Akomodasi memiliki ciri khas desa setempat.

Sumber: Zakaria, 2014

2.2. Digitalisasi Pariwisata

Pengolahan pariwisata yang baik pada sebuah daerah dapat menjadi *branding* yang dapat meningkatkan kuantitas pengunjung. Pendekatan *smart tourism* dapat diterapkan sebagai branding bagi suatu destinasi pariwisata. Salah satu implementasi *smart tourism* adalah pengembangan wisata dengan cara digitalisasi pariwisata. Digitalisasi industri pariwisata adalah salah satu langkah tepat dalam menyikapi peradaban masyarakat yang berorientasi digital dalam memenuhi kebutuhan mereka untuk berwisata. Seiring dengan maraknya tren digital, pengembangan internet rupanya semakin merambat ke berbagai lini kehidupan manusia, seperti contohnya tergesernya budaya pemesanan tiket akomodasi, paket wisata, dan pemesanan hotel yang awalnya secara konvensional beralih ke arah digital (Megatara, dan Suryani, 2016). Dalam era digital saat ini, pembuatan planning perjalanan mulai dari pencarian informasi (look), pemesanan tiket wisata (book), sampai dengan pembayaran (pay) dapat dilakukan secara online. Dengan demikian wisatawan dapat melakukan planning perjalanan dengan mudah tanpa batasan ruang dan waktu berkat kehadiran internet (Setiawan, 2017).

Salah satu upaya dalam mewujudkan digitalisasi pariwisata adalah dengan pemanfaatan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi). Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) sudah relevan pada semua tingkat operasional, struktural, strategi dan pemasaran untuk mendukung interaksi global antara produsen, perantara, dan konsumen di seluruh dunia. Ketersediaan dari TIK mendorong produsen dan destinasi wisata untuk meningkatkan efisiensi dan merekayasa ulang strategi komunikasi mereka (O'Connor, 2005). Kemampuan untuk mengembangkan kembali produk pariwisata secara proaktif melalui pemanfaatan TIK sangat diperlukan untuk masa depan. Melalui perkembangan TIK, calon wisatawan dapat dengan mandiri mencari tahu tentang lokasi yang ingin mereka kunjungi beserta dengan

kondisi kehidupan lokalnya (Watkins, Ziyadin, Imatayeva, Kurmangalieva & Blembayeva, 2018).

Contoh pemanfaatan TIK pada bidang pariwisata menurut Ismiyati, (2010) diantaranya yaitu:

- a) Pengembangan Destinasi Wisata Adanya perkembangan TIK memunculkan penggunaan teknologi global positioning system (GPS).
- b) Pemasaran Wisata TIK memungkinkan pemasaran modern yang memungkinkan produsen wisata untuk mendorong kemitraan dan prospek bisnis melalui email, SMS, business to business, serta memudahkan wisatawan untuk mengakses informasi wisata dari mana pun.
- c) Biro Perjalanan Wisata Pemanfaatan TIK memungkinkan biro perjalanan wisata untuk menawarkan paket wisata dalam bentuk e-brochure dan menawarkan reservasi perjalanan secara online.

3. LANDASAN TEORI

Landasan teori merupakan hasil dari kajian literatur yang dijadikan sebagai landasan dalam membahas kasus. Berikut merupakan landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3 Landasan Teori

No.	Variabel	Indikator	Parameter
1.	Desa Wisata	Pengelolaan Desa Wisata	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat lokal yang aktif berpartisipasi • Daya tarik wisata • Terdapat kerjasama kemitraan
		Ketersediaan Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> • Akses jalan yang baik • Terdapat Fasilitas dan pelayanan wisatawan yang baik
2.	Digitalisasi wisata	Bentuk digitalisasi wisata	<ul style="list-style-type: none"> • Media promosi online • Tersedianya informasi pada platform online • Terdapat penawaran paket wisata pada platform online • Tersedianya e-ticketing
		Pengelolaan Digitalisasi Wisata	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat tim pengelola • Terdapat pelatihan dan sosialisasi mengenai digitalisasi wisata pada masyarakat

Sumber: Analisis, 2021

4. METODOLOGI

Metode Penelitian merupakan suatu metode yang digunakan untuk memperoleh data secara ilmiah guna mencapai tujuan tertentu (Sugiyono, 2014). Metode penelitian dilakukan

agar proses pengumpulan data memiliki tahapan yang sistematis. Metode pengumpulan data yang digunakan ialah metode pengumpulan data sekunder. Pengumpulan data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara seperti buku, jurnal, publikasi dokumen instansi, dll. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif dengan menganalisis isi dan/atau analisis literatur review.

5. PEMBAHASAN DAN HASIL

Pembahasan pada penelitian ini mengambil tiga studi kasus digitalisasi wisata pada desa wisata. Ketiga desa wisata yang dijadikan sebagai studi kasus yakni Desa Pulesari, Desa Nglangeran, dan Desa Kerta. Berikut merupakan pembahasan pada setiap studi kasus.

5.1. Desa Wisata Pulesari, Kabupaten Sleman

Desa wisata Pulesari merupakan desa wisata yang menyuguhkan wisata alam dan budaya tradisi yang berlokasi di Kabupaten Sleman. Objek wisata pada Desa Wisata Pulesari terdiri dari Goa Sejarah, wisata tracking sungai, wisata kebun salak, wisata seni dan budaya, outbond, dan lain sebagainya. Aksesibilitas menuju desa wisata sangatlah mudah, selain itu fasilitas wisata di Desa Wisata Pulesari juga sudah sangat lengkap. Penyediaan fasilitas tersebut seperti masjid, mushola, gardu ronda, toilet umum, hingga sepeda ontel. Pengelola desa wisata Pulesari sudah beralih menggunakan media digital dalam mempromosikan desa. Dengan digitalisasi wisata, pengelola memberikan sebuah informasi tentang objek wisata serta paket wisata dan komponen-komponen pendukung melalui website dan media sosial yang lebih interaktif dengan wisatawan untuk mendapatkan informasi.

Dalam pelaksanaannya dengan menggunakan sosial media, digitalisasi pada desa wisata Pulesari berjalan sangat efektif, pengunjung dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai desa wisata, dan dapat langsung mengisi form pemesanan tempat secara online lengkap dengan paket wisata yang tersedia. Dengan mengungkap paham “dari masyarakat untuk masyarakat”, manajemen dalam pengelolaan digitalisasi wisata pada desa wisata Pulesari dimulai dari proses perencanaan dengan membuat akun media sosial dan website sebagai sarana promosi. Pelatihan diberikan kepada masyarakat, selain itu juga adanya penyuluhan bersama dengan dinas-dinas yang berkaitan dengan desa wisata, seperti Dinas Pariwisata tentang kepariwisataan, Dinas Lingkungan Hidup tentang penataan lingkungan dan sampah, dan Dinas Pertanian tentang pertanian bagi petani salak. Seiring dengan perkembangan desa wisata, terbentuk beberapa kelompok dalam pengelolaan desa wisata,

yaitu kelompok pengelola utama, Pokdarwis, hingga kelompok catering. Proses pengorganisasian tertuju pada pengelolaan sistem, penetapan masing-masing tugas dan prosedur serta penetapan struktur organisasi. Proses pengawasan dilakukan dengan *controlling* dari penanggung jawab yang sudah ditetapkan, serta evaluasi dilakukan pada setiap bulan. Dengan adanya evaluasi pada setiap bulannya diharapkan kesalahan dapat terus termonitor dan diperbaiki.

5.2. Desa Wisata Nglanggeran, DIY

Desa Wisata Nglanggeran merupakan desa wisata yang berada di Kabupaten Gunung Kidul. Desa Wisata Nglanggeran memiliki daya tarik utama Gunung Api Purba, Air Terjun Kadung Kandang, dan Embung Nglanggeran. Desa wisata Nglanggeran memiliki Pokdarwis sebagai organisasi resmi untuk mengelola desa wisata dan masyarakat yang aktif dalam perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, hingga evaluasi kegiatan pariwisata. Kemitraan yang terstruktur antara masyarakat, akademisi, pemerintah, dan perusahaan/swasta telah menunjukkan bahwa manajemen pengelolaan Desa Wisata Nglanggeran sudah baik dan sesuai dengan indikator yang ditetapkan, namun kurangnya sarana dan prasarana yang memadai, seperti belum tersedianya moda transportasi menuju desa menjadi catatan penting dalam pengembangan desa ini.

Desa Nglanggeran telah memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam pengembangannya (berbasis digital). Bentuk pemanfaatan TIK pada pengembangan Desa Wisata Nglanggeran antara lain; media sosial, situs web, aplikasi messenger, virtual tour, online travel agent, hingga e-ticketing. Pengelolaan dalam pemanfaatan TIK tersebut dikelola langsung oleh kelompok masyarakat setempat dan Pokdarwis Desa Nglanggeran. Implikasi penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Desa Wisata Nglanggeran sudah diperoleh manfaatnya, seperti contohnya adalah keberhasilan dalam pelestarian lingkungan seperti menurunkan produksi limbah dengan adanya sistem e-ticketing dan penurunan pembutan brousur iklan. Hal yang paling penting adalah memunculkan peluang kerja baru bagi masyarakat dan meningkatkan pendapatan masyarakat.

5.3. Desa Wisata Kerta, Kabupaten Gianyar

Desa Kerta merupakan salah satu desa wisata di Kabupaten Gianyar yang telah ditetapkan pada tahun 2019. Desa Wisata Kerta memiliki empat potensi unggulan yaitu wisata alam, budaya, pertanian, dan aktivitas. Infrastruktur desa wisata Kerta dianggap sudah cukup baik dengan tersedianya akses jalan, gapura Kebun Raya Gianyar, petunjuk arah wisatawan,

penataan Puncaksari Camping Ground, pembuatan jalur trekking, jalur cycling, dan sebagainya.

Pengelolaan Desa Wisata Kerta dilakukan oleh Pokdarwis yang dibantu oleh masyarakat. Penyelenggaraan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dilakukan oleh perangkat desa, Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), serta masyarakat, khususnya yang memiliki UMKM. Selain itu, penyelenggaraan PKM memberikan hasil berupa pengembangan website Profil Desa, website Potensi Wisata, website BUMDes, dan aplikasi Augmented Reality Desa Kerta, sosialisasi, dan pendampingan pemanfaatan website dan aplikasi. Informasi yang tertera pada beberapa aplikasinya pun sudah sangat lengkap, mulai dari pengenalan profil desa, destinasi, paket tour, hingga kontak pemasaran. Hal tersebut semata-mata dilakukan dalam upaya peningkatan promosi wisata pada Desa Kerta. Dalam pengelolaan digitalisasi wisata, kelompok pengelola desa wisata bertugas sebagai administrator dengan melakukan manajemen seluruh konten pada website dan aplikasi untuk promosi desa dan objek wisata. Wisatawan dapat mengunjungi Desa Kerta melalui aplikasi Augmented Reality Desa Kerta. Aplikasi AR Desa Kerta merupakan aplikasi guiding real time yang digunakan untuk mengeksplorasi objek wisata. Dengan adanya aplikasi ini akan menimbulkan potensi pekerjaan sebagai tour guide lokal karena saat wisatawan menggunakan aplikasi ini, pengelola potensi wisata seperti Pokdarwis Desa Kerta akan menerima notifikasi kemudian Pokdarwis dapat memandu wisatawan dalam eksplorasi potensi wisata.

Berikut merupakan matriks studi kasus yang berisi kesimpulan dari setiap studi kasus dalam digitalisasi wisata di desa wisata.

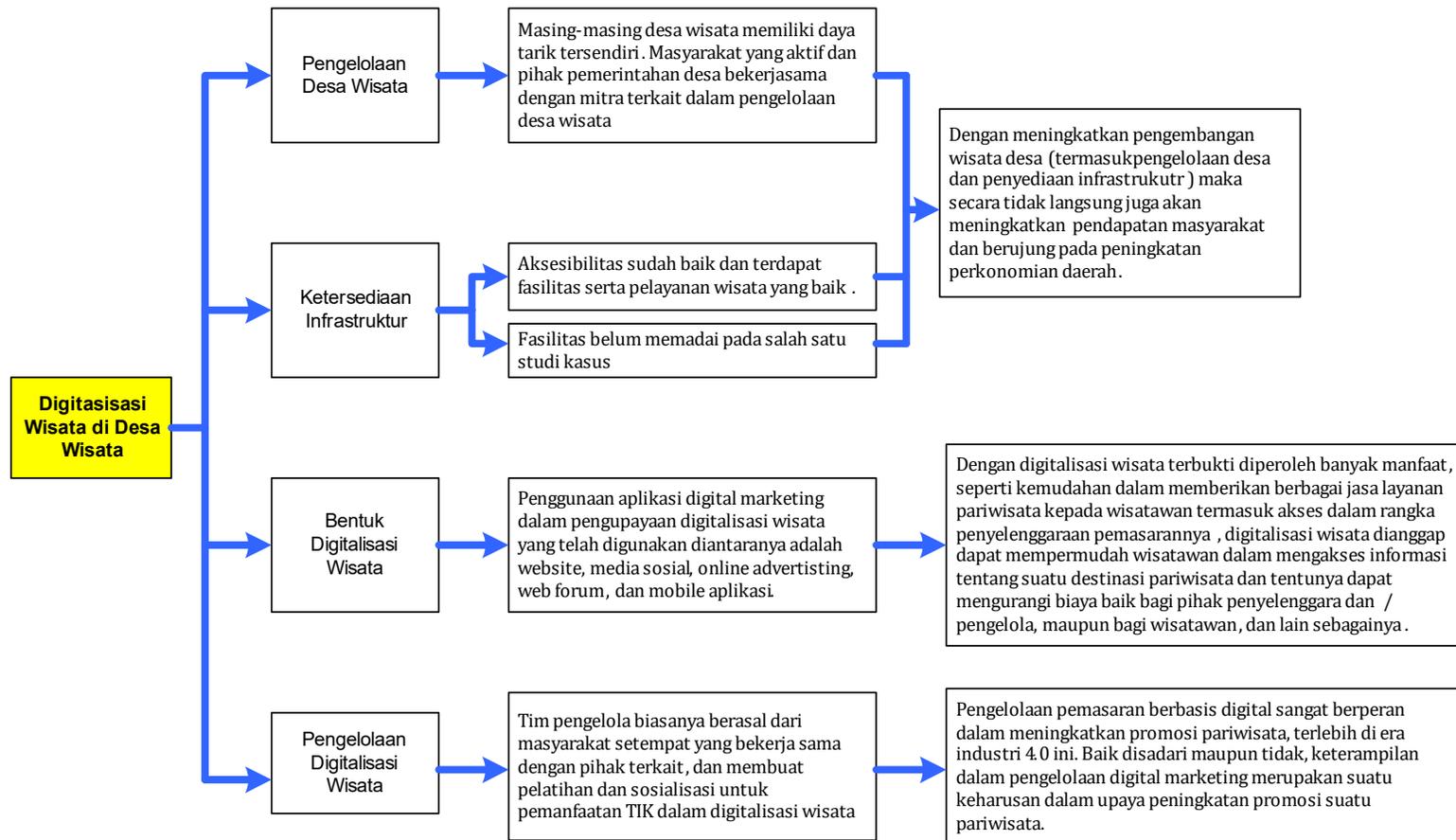
Tabel 4 Matriks Studi Kasus

No.	Lokasi Studi Kasus	Variabel Desa Wisata		Variabel Digitalisasi Desa Wisata	
		Indikator	Parameter	Indikator	Parameter
1.	Desa Wisata Pulensari, Kabupaten Sleman	Pengelolaan Desa Wisata	<ul style="list-style-type: none"> - Masyarakat lokal yang aktif berpartisipasi - Daya tarik berupa Objek wisata pada Desa Wisata Pulesari terdiri dari Goa Sejarah, wisata tracking sungai, wisata kebun salak, wisata seni dan budaya, outbond, dan lain sebagainya. 	Bentuk Digitalisasi Wisata	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki media sosial dan website online sebagai promosi - Pengunjung dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai desa wisata,

No.	Lokasi Studi Kasus	Variabel Desa Wisata		Variabel Digitalisasi Desa Wisata		
		Indikator	Parameter	Indikator	Parameter	
		Ketersediaan Infrastruktur	- Kemitraan antara masyarakat dengan pemerintah dalam melakukan penyuluhan.	Pengelolaan Digitalisasi Wisata	- Tersedia form pemesanan tempat secara online lengkap	
			- Aksesibilitas menuju desa wisata sangatlah mudah, selain itu fasilitas wisata di Desa Wisata Pulesari juga sudah sangat lengkap.		- Paket wisata tersedia	
			- Fasilitas tersebut seperti masjid, mushola, gardu ronda, toilet umum, hingga sepeda ontel.		- Pelatihan diberikan kepada masyarakat, selain itu juga adanya penyuluhan bersama dengan dinas-dinas yang berkaitan dengan desa wisata	
2.	Desa Wisata Nglanggeran, DIY	Pengelolaan Desa Wisata	- Masyarakat yang aktif dalam perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, hingga evaluasi kegiatan pariwisata	Bentuk Digitalisasi Wisata	- Terdapat media promosi online	
			- Memiliki daya tarik utama Gunung Api Purba, Air Terjun Kadung Kandang, dan Embung Nglanggeran.		- Informasi mengenai desa wisata terdapat pada media sosial, situs web, aplikasi messenger, virtual tour, online travel agent.	
			- Kemitraan yang terstruktur antara masyarakat, akademisi, pemerintah, dan perusahaan/swasta.		- Terdapat penawaran paket wisata	
		Ketersediaan Infrastruktur	-Aksesibilitas cukup baik		Pengelolaan Digitalisasi Wisata	- Tersedia e-ticketing
						- Pengelolaan dalam pemanfaatan TIK tersebut dikelola langsung oleh kelompok masyarakat setempat dan Pokdarwis Desa Nglanggeran
						- Terdapat pelatihan dan sosialisasi mengenai pembuatan aplikasi dalam digitalisasi
3.	Desa Wisata Kerta, Kabupaten Gianyar	Pengelolaan Desa Wisata	- Masyarakat desa aktif berpartisipasi	Bentuk Digitalisasi Wisata	- Adanya website Profil Desa, website Potensi Wisata, website BUMDes, dan aplikasi Augmented Reality Desa Kerta,	

No.	Lokasi Studi Kasus	Variabel Desa Wisata		Variabel Digitalisasi Desa Wisata	
		Indikator	Parameter	Indikator	Parameter
			<ul style="list-style-type: none"> - Desa Wisata Kerta memiliki empat potensi unggulan yaitu wisata pertanian, budaya, dan aktivitas. - Penyelenggaraan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dilakukan oleh perangkat desa, Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), serta masyarakat, khususnya yang memiliki UMKM. 		<ul style="list-style-type: none"> - Informasi yang jelas pada platform online. - Terdapat penawaran paket wisata - Tersedia e-ticketing
		Ketersediaan Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> - Sarana dan prasarana memadai - Tersedianya akses jalan, gapura Kebun Raya Gianyar, petunjuk arah wisatawan, penataan Puncaksari Camping Ground, pembuatan jalur trekking, jalur cycling, dan sebagainya 	Pengelolaan Digitalisasi Wisata	<ul style="list-style-type: none"> - Dalam pengelolaan digitalisasi wisata, kelompok pengelola desa wisata bertugas sebagai administrator dengan melakukan manajemen seluruh konten pada website dan aplikasi untuk promosi desa dan objek wisata. - Terdapat sosialisasi dan pendampingan pemanfaatan website dan aplikasi.

Sumber: Analisis, 2021



Sumber: Analisis, 2021

6. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik pada penelitian ini adalah bahwa dengan pemberdayaan masyarakat desa dan pengembangan sumber daya alam setempat dapat menjadi sebuah kawasan pariwisata, atau yang selanjutnya disebut dengan desa wisata. Dalam pengembangan desa wisata dapat diterapkan Teknologi Informasi dan Komunikasi, karena sangat disayangkan jika dalam era digital 4.0. teknologi tidak dimanfaatkan secara maksimal. Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada desa wisata dalam pemasaran desa wisata seringkali disebut digitalisasi wisata. Pada generasi Y dan Z, pemanfaatan pemasaran berbasis digital sangat berperan dalam meningkatkan promosi pariwisata, terlebih di era industri 4.0 ini. Baik disadari maupun tidak, digital marketing merupakan suatu keharusan dalam upaya peningkatan promosi suatu pariwisata. Melihat beberapa studi kasus yang telah dibahas, digitalisasi pada Desa Wisata Pulesari, Desa Wisata Nglanggeran, dan Desa Wisata Kerta telah berjalan sesuai dengan beberapa indikator dari landasan teori dalam penelitian ini, hanya saja masih terdapat beberapa catatan seperti belum maksimalnya pembangunan desa wisata karena belum tercapainya salah satu indikator, yakni indikator infrastruktur yang mumpuni seperti pada Desa Wisata Nglanggeran.

Penggunaan aplikasi digital marketing dalam pengupayaan digitalisasi wisata yang telah digunakan dalam studi kasus diantaranya adalah website, media sosial, web forum, online advertisting, dan mobile aplikasi. Pemanfaatan digital marketing di era saat ini pada dunia pariwisata telah mengubah paradigma industri, pekerjaan, cara berkomunikasi, berbelanja, bertransaksi, hingga gaya hidup. Dalam pengembangan desa wisata melalui digitalisasi wisata terbukti diperoleh banyak manfaat, seperti kemudahan dalam memberikan berbagai jasa layanan pariwisata kepada wisatawan termasuk akses dalam rangka penyelenggaraan pemasarannya, digitalisasi wisata dianggap dapat mempermudah wisatawan dalam mengakses informasi tentang suatu destinasi pariwisata dan tentunya dapat mengurangi biaya baik bagi pihak penyelenggara dan/pengelola, maupun bagi wisatawan, dan lain sebagainya. Dengan meningkatkan pengembangan wisata desa maka juga akan meningkatkan pendapatan masyarakat dan berujung pada peningkatan perekonomian daerah.

Rekomendasi bagi pengelola desa wisata dalam digitalisasi wisata:

- 1) Meningkatkan kualitas layanan terkait TIK melalui perbaikan fasilitas TIK, peningkatan frekuensi pembaharuan informasi, pengadaan penyusunan paket yang dapat

- dikustomisasi, penyediaan informasi di destinasi wisata terkait kondisi desa, dan lain sebagainya yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan wisatawan;
- 2) Peningkatan manajemen dan kualitas SDM pengelola desa wisata dalam hal pemanfaatan TIK agar terampil dan berkompeten;
 - 3) Merangkul generasi-generasi muda untuk dapat ikut terlibat dalam pengelolaan desa wisata dan membekalinya dengan pengetahuan yang mumpuni;
 - 4) Pengaturan jumlah kunjungan sesuai daya tampung lingkungan melalui pemanfaatan TIK.

Rekomendasi bagi pemerintah dalam digitalisasi wisata:

- 1) Pemberian dukungan dana terhadap peningkatan sumber daya manusia di bidang pemanfaatan TIK maupun pengadaan sarana dan prasarana untuk digitalisasi wisata;
- 2) Memantau jumlah kunjungan pada setiap desa wisata agar mencegah terjadinya degradasi lingkungan; dan
- 3) Menyediakan sarana prasarana, salah satunya moda transportasi menuju Desa Wisata agar memudahkan akses wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Darsono. (2005). *Pengertian Desa*. <http://desasentonorejo.wordpress.com/bab-ii/>
- Ismiyati. (2010). *Pengantar Pariwisata*. PT.Grasindo.
- Megatara, dan Suryani, A. (2016). Penentu Niat Pembelian Kembali Tiket Pesawat Secara Online Pada Situs Traveloka.com. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(9).
- O'Connor, P., dan D. B. (2005). Information Communication Technology Revolutionizing Tourism. *Tourism Recreation Research*, Vol. 30(3), 7–16.
- Prasiasa, P. O. (2012). *Destinasi pariwisata, berbasis masyarakat*. Salemba Empat.
- Putra, A. M. (2006). Konsep Desa Wisata. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 5(1).
- Sastrayuda, G. S. (2010). *Konsep pemberdayaan masyarakat Berbasis pariwisata (Community Based Tourism)*.
- Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. In *Seminar Nasional Pendidikan 2017*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Watkins, M., Ziyadin, S., Imatayeva, A., Kurmangalieva, A., & Blembayeva, A. (2018). Digital tourism as a key factor in the development of the economy. *Economic Annals-XXI*, 169(1– 2), 40–45.
- Zakaria, F. (2014). Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Teknik*, 3(2).