



ANALISIS IMPLEMENTASI DIGITAL TOURISM SEBAGAI UPAYA PROMOSI PARIWISATA DI DESA WISATA KEMBANG KUNING LOMBOK TIMUR

Oleh

Hasnia Minanda¹, Baiq Nikmatul Ulya², Mahmudah Budiatiningsih³, Arya Anggara⁴
Jingga Suryani⁵

Universitas Mataram, Indonesia

Email: [1hasnia_minanda@unram.ac.id](mailto:hasnia_minanda@unram.ac.id), [2bn_ulya@unram.ac.id](mailto:bn_ulya@unram.ac.id),
[3mahmudahb@unram.ac.id](mailto:mahmudahb@unram.ac.id), [4aryaanggara@gmail.com](mailto:aryaanggara@gmail.com) & [5jinggasuryani@gmail.com](mailto:jinggasuryani@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menilai implementasi digital tourism di Desa Wisata Kembang Kuning. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 8 strategi penerapan digital tourism di Desa Wisata Kembang Kuning Lombok Timur sudah diterapkan dengan baik. Pengelola telah mengikuti rekomendasi strategi yang telah diberikan terkait dengan upaya strategis yang efektif untuk mempromosikan pariwisata lokal menggunakan digital tourism seperti memanfaatkan platform digital seperti media sosial, situs web, dan konten digital sehingga berhasil memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan daya tarik wisatawan. Penggunaan media digital juga membantu meningkatkan interaktivitas antara pengelola dan pengunjung, meningkatkan kepercayaan wisatawan terhadap layanan dan informasi yang disediakan.

Kata Kunci: *Desa Wisata, Digital Tourism, Implementasi, Desa Kembang Kuning.*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Desa Wisata Kembang Kuning Lombok Timur merupakan salah satu desa wisata yang berpotensi sebagai destinasi wisata yang menarik di Indonesia. Namun, untuk dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, perlu dilakukan upaya pengembangan strategi yang tepat. Pengembangan daya tarik wisata merupakan upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan potensi dari daya tarik wisata suatu daerah dalam bentuk keunikan dan kekhasan alam dan budaya (Itamar, 2016).

Upaya promosi dilakukan oleh pemerintah dengan menjual keindahan alam dan keberagaman budaya Indonesia dan upaya ini ditanggapi positif dengan banyaknya wisatawan dari mancanegara yang berkunjung ke Indonesia (Rani, 2014). Di zaman digital seperti sekarang, pemanfaatan teknologi digital merupakan salah satu cara yang efektif

untuk mempromosikan destinasi wisata. Pariwisata, salah satu sektor yang menerapkan teknologi dengan pesatnya penggunaan platform digital, telah mengubah praktik secara luas dan mendalam (Nanda dkk, 2023). Penggunaan teknologi digital ini diperkirakan empat kali lebih efektif dibandingkan dengan media konvensional. Data dari Kementerian Pariwisata menunjukkan bahwa 70% wisatawan saat ini sudah bisa melakukan pencarian dan penelitian untuk objek wisata yang ingin dikunjungi.

Keunikan daya tarik yang khas ini dimiliki Desa Wisata Kembang Kuning, salah satu desa wisata di Nusa Tenggara Barat. Desa Wisata Kembang Kuning memiliki potensi keindahan alam berupa panorama sawah dan air terjun dilengkapi dengan keunikan kesenian. Dengan keunikan alam dan keseniannya, Desa Wisata Kembang Kuning terpilih sebagai Desa Wisata terbaik nasional kategori Desa Wisata berkembang, mengalahkan 160 Desa Wisata yang ada di Indonesia. Penilaian Desa Wisata secara



nasional itu dilaksanakan oleh Kementerian Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Minanda, dkk (2024) yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Digital Tourism Sebagai Promosi Pariwisata di Desa Wisata Kembang Kuning Lombok Timur” terdapat empat strategi yang teridentifikasi berdasarkan analisis SWOT berupa strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT menghasilkan 8 strategi dari masing-masing strategi yaitu: 1) Meningkatkan kerjasama masyarakat lokal dan stakeholder untuk mengadakan pelatihan digital tourism secara rutin; 2) Mendesain tour package yang menarik dan terjangkau untuk menyambut wisatawan pasca pandemic; 3) Peningkatan kualitas SDM pelaku industri di Desa Wisata Kembang Kuning; 4) Perlunya pelatihan pengembangan Bahasa Inggris untuk Pokdarwis Desa Wisata Kembang Kuning; 5) Menggali potensi dan memperkuat keaslian alam, nilai sejarah dan tradisi budaya masyarakat lokal sebagai dayatarik Desa Wisata Kembang Kuning; 6) Meningkatkan kemampuan pokdarwis dalam mengelola akun promosi digital; 7) Meningkatkan kesadaran pokdarwis akan pentingnya promosi dan pengelolaan akun digital; dan 8) Memperhatikan kualitas mutu pelayanan terhadap wisatawan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis memandang perlu mengevaluasi implementasi digital tourism di Desa Wisata Kembang Kuning, penelitian lanjutan ini difokuskan pada analisis keberhasilan implementasi masing-masing strategi. Hal ini akan memberikan pandangan lebih mendalam mengenai sejauh mana strategi tersebut efektif dalam mendukung pengembangan pariwisata digital di Desa Kembang Kuning.

LANDASAN TEORI

Digital Tourism

Digital tourism atau etourism merupakan penggabungan antara Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dengan industri pariwisata.

Konsep digital tourism mencakup penggunaan TIK untuk meningkatkan efektivitas pariwisata, menyediakan berbagai layanan pariwisata kepada pelanggan, dan membuat pemasaran pariwisata mudah diakses dalam bentuk Telematika.

Indikator Digital Marketing Menurut Yazer Nasdini 2012, Indikator Digital Marketing yaitu:

- a). Accessibility (aksesibilitas)
Accessibility adalah kemampuan pengguna untuk mengakses informasi dan layanan yang disediakan secara online periklanan. istilah Accessibility umumnya terkait dengan cara pengguna dapat mengakses situs Sosial media.
- b). Interactivity (interaktivitas)
Interactivity adalah Tingkat komunikasi dua arah yang mengacu pada kemampuan timbal balik komunikasi antara pengiklan dan konsumen, dan menanggapi input yang mereka terima.
- c). Entertainment (hiburan)
Entertainment adalah kemampuan beriklan untuk memberi kesenangan atau hiburan kepada konsumen. Secara umum memang banyak iklan yang memberikan hiburan sambil menyisipkan informasi-informasi.
- d). Credibility (kepercayaan)
Credibility adalah bagaimana tingkat kepercayaan konsumen online iklan yang muncul, atau sejauh mana iklan memberikan informasi tentang mereka dapat dipercaya, tidak memihak, kompeten, kredibel dan spesifik.
- e). Irritation (kejangkelan)
Irritation adalah gangguan yang terjadi dalam iklan online, seperti manipulasi iklan sehingga mengarah pada penipuan atau pengalaman buruk konsumen tentang periklanan online.
- f). Informativeness (informative)
Kemampuan iklan untuk menyuplai informasi kepada konsumen adalah hakekat dari sebuah iklan. Iklan juga harus memberikan gambaran yang sebenarnya mengenai sebuah produk



sehingga bisa memberikan keuntungan ekonomis bagi konsumen.

Pemahaman dan prinsip-prinsip dasar mengenai digital tourism di Indonesia sebenarnya merupakan konsep yang baru dan belum sepenuhnya mendapat perhatian dari pelaku dan pihak terkait di bidang pariwisata. Digital tourism masih dianggap sebagai bagian dari sistem yang sedang dikembangkan dan perlu lebih dipelajari mengenai fungsinya dan manfaat yang dapat diperoleh.

Meskipun pemanfaatan internet sebagai media promosi dan penyebaran informasi pariwisata sudah sangat luas dalam pengembangan pariwisata, namun hal ini tidak diikuti dengan penggunaan internet sebagai sarana untuk menyebarkan informasi mengenai objek wisata dan tujuan wisata yang tersedia di setiap daerah. Sebenarnya, internet memiliki peran yang sangat penting dalam perkembangan teknologi, terutama dalam bidang pariwisata.

Internet memberikan solusi yang memudahkan pengembangan pariwisata di Indonesia. Internet memungkinkan akses mudah ke berbagai informasi terkait dengan pariwisata, serta dapat diakses oleh mayoritas masyarakat di seluruh dunia. Saat ini, penggunaan internet di Indonesia telah menyebar ke seluruh wilayah termasuk daerah pedesaan. Salah satu teknologi pendukungnya adalah penggunaan handphone sebagai alat komunikasi. Oleh karena itu, hubungan antara internet dan handphone sangat penting untuk dikembangkan dalam suatu model. Dengan ini, informasi terkait pengembangan pariwisata dapat diakses dengan mudah kapan saja, di mana saja, dan oleh siapa saja.

Desa Wisata

Desa wisata merupakan pengembangan suatu wilayah desa yang pada dasarnya tidak merubah apa yang sudah ada akan tetapi lebih cenderung kepada pengembangan potensi desa yang ada dengan melakukan pemanfaatan kemampuan unsur- unsur yang ada di dalam desa yang berfungsi sebagai atribut produk wisata dalam skala yang kecil menjadi rangkaian aktivitas atau kegiatan pariwisata

dan mampu menyediakan serta memenuhi serangkaian kebutuhan perjalanan wisata baik dari aspek daya tarik maupun sebagai fasilitas pendukung (Muljadi, 2012).

Pengembangan pariwisata pedesaan didorong oleh tiga faktor. Pertama, wilayah pedesaan memiliki potensi alam dan budaya yang relatif lebih otentik daripada wilayah perkotaan, masyarakat pedesaan masih menjalankan tradisi dan ritual-ritual budaya dan topografi yang cukup serasi. Kedua, wilayah pedesaan memiliki lingkungan fisik yang relatif masih asli atau belum banyak tercemar oleh ragam jenis polusi dibandingkan dengan kawasan perkotaan. Ketiga, dalam tingkat tertentu daerah pedesaan menghadapi perkembangan ekonomi yang relatif lambat, sehingga pemanfaatan potensi ekonomi, sosial dan budaya masyarakat lokal secara optimal merupakan alasan rasional dalam pengembangan pariwisata pedesaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian dilakukan di Desa Wisata Kembang Kuning, Lombok Timur, NTB. Teknik pengambilan data dilakukan melalui survey dan wawancara. Survey dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung di lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi pariwisata di Desa Kembang Kuning. Sementara wawancara dilakukan untuk menghimpun informasi terkait penerapan digital tourism. Informan dalam penelitian ini mencakup Kepala Dusun Kembang Kuning, ketua Pokdarwis Kembang Kuning, dan Ketua Himpunan Homestay. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis dengan memperbandingkan kondisi di lokasi penelitian dengan indikator digital tourism. Hasil analisis kemudian dipaparkan secara deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti pada bulan Juni hingga Agustus 2024 diperoleh data mengenai implementasi pariwisata digital di



Desa Wisata Kembang Kuning Lombok Timur berangsur membaik karena mendapatkan perhatian serius oleh pihak pengelola, kondisi ini jauh lebih baik dibandingkan saat peneliti melakukan penelitian sebelumnya.

Tabel 1. Hasil Penelitian

No.	Strategi	Temuan
1.	Meningkatkan kerja sama masyarakat lokal dan stakeholder untuk mengadakan pelatihan digital tourism secara rutin.	Telah dilakukan kerja sama dengan <i>stakeholder</i> seperti perguruan tinggi.
2.	Mendesain tour package yang menarik dan terjangkau untuk menyambut wisatawan pasca pandemi.	Telah dirancang paket wisata yang menarik dan unik namun tetap terjangkau.
3.	Peningkatan kualitas SDM pelaku industri di Desa Wisata Kembang Kuning.	<ul style="list-style-type: none"> - Pelatihan Berkelanjutan dalam Pariwisata Digital - Pelatihan Bahasa Asing - Workshop Pelayanan Wisata dan Manajemen Homestay - Kolaborasi dengan Perguruan Tinggi - Pendidikan Kewirausahaan
4.	Perlunya pelatihan pengembangan Bahasa Inggris untuk Pokdarwis Desa Wisata Kembang Kuning.	Beberapa program pelatihan diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, melalui Learning Management System (LMS), dengan didampingi oleh fasilitator lokal.
5.	Menggal potensi dan memperkuat keaslian alam, nilai sejarah dan tradisi budaya masyarakat lokal sebagai daya tarik Desa Wisata Kembang Kuning.	<ul style="list-style-type: none"> - Keaslian Alam - Sejarah dan Tradisi Budaya - Wisata Edukasi dan Budaya - Pengelolaan potensi dilakukan melalui kemitraan antara masyarakat, pemerintah, dan Pokdarwis
6.	Meningkatkan kemampuan pokdarwis dalam mengelola akun promosi digital.	<ul style="list-style-type: none"> - Pelatihan Digital Marketing - Kolaborasi dengan Pihak Eksternal - Penggunaan Platform Digital dan Aplikasi
7.	Meningkatkan kesadaran pokdarwis akan pentingnya promosi dan pengelolaan akun digital.	<ul style="list-style-type: none"> - Pelatihan dan Pendampingan dari Pemerintah dan Lembaga Pendidikan - Dukungan dari Perguruan Tinggi - Kesadaran tentang Daya Jangkau Digital - Peningkatan Partisipasi Masyarakat
8.	Memperhatikan kualitas mutu pelayanan terhadap wisatawan.	<ul style="list-style-type: none"> - Pelatihan Pelayanan dan Keramahan (Hospitality) - Pengelolaan Homestay Berbasis Standar - Evaluasi feedback dari Wisatawan - Peningkatan Pengetahuan tentang Pariwisata Berkelanjutan

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

Implementasi Digital Tourism sebagai upaya promosi pariwisata di Desa Wisata Kembang Kuning, Lombok Timur, merupakan langkah strategis untuk meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan melalui platform digital. Upaya ini mencakup penggunaan berbagai alat digital seperti website, media sosial, dan aplikasi pariwisata

untuk mempromosikan keunikan dan potensi desa.

Meningkatkan kerjasama masyarakat lokal dan stakeholder untuk mengadakan pelatihan digital tourism secara rutin

Perkembangan kerja sama antara masyarakat lokal dan pemangku kepentingan dalam mengadakan pelatihan digital tourism di Desa Kembang Kuning, Lombok Timur, menunjukkan kemajuan yang signifikan. Masyarakat setempat, terutama generasi muda, aktif berpartisipasi dalam berbagai inisiatif pelatihan yang bertujuan untuk memperkuat pemahaman mereka tentang pemasaran digital dalam pariwisata. Misalnya, Kuliah Kerja Nyata (KKN) dari Universitas Mataram (UNRAM) berfokus pada pelatihan tentang "Pariwisata Secara Digital" untuk generasi muda, guna memastikan bahwa Desa Kembang Kuning terus bersaing di era digital dan dikenal secara internasional.

Selain itu, upaya untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi pariwisata telah menjadi bagian penting dari strategi pemasaran desa. Melalui kolaborasi antara pemerintah desa, kelompok sadar wisata (Pokdarwis), dan para praktisi pariwisata, promosi berbasis digital semakin meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan memperkuat potensi ekonomi desa. Pengembangan homestay juga menjadi fokus utama dalam mendukung pariwisata berbasis komunitas. Homestay tidak hanya menawarkan pengalaman otentik bagi wisatawan, tetapi juga berperan dalam memberdayakan masyarakat lokal secara ekonomi.

Dengan adanya kerja sama yang baik ini, diharapkan pelatihan digital tourism dapat terus berlangsung secara rutin, mengedepankan inovasi teknologi serta mempertahankan nilai-nilai lokal untuk menarik lebih banyak wisatawan.

Mendesain tour package yang menarik dan terjangkau untuk menyambut wisatawan pasca pandemi

Desain paket wisata menarik dan terjangkau di Desa Kembang Kuning, Lombok



Timur, pasca pandemi saat ini sudah lebih baik dibanding sebelumnya karena difokuskan pada keunikan dan keindahan alam serta budaya lokal yang dimiliki. Ada beberapa elemen penting yang bisa dijadikan daya tarik dalam paket wisata yaitu Keindahan alam karena Desa Kembang Kuning memiliki panorama alam yang menawan, dengan hamparan sawah, pegunungan hijau, dan air terjun seperti Air Terjun Jeruk Manis dan Tibu Ijo. Wisata alam yang mencakup trekking, berendam di air terjun, serta menikmati suasana pedesaan dapat dijadikan inti dari paket wisata yang ditawarkan.

Aktivitas Budaya dan Pertanian merupakan pengalaman wisata yang mendalam bisa ditawarkan melalui aktivitas pertanian dan interaksi dengan masyarakat lokal, seperti belajar tentang perkebunan kopi dan coklat, menyaksikan tarian tradisional, dan ikut serta dalam kegiatan adat. Wisata edukatif semacam ini bisa memberikan pengalaman unik yang autentik bagi para wisatawan. Kemudian, Akomodasi Homestay dengan Paket wisata yang memasukkan opsi penginapan homestay yang dikelola oleh warga lokal dengan harga terjangkau, sekitar IDR 150.000 - 300.000 per malam. Ini tidak hanya memberi keuntungan ekonomis bagi masyarakat lokal, tetapi juga memberikan wisatawan pengalaman lebih personal dan autentik.

Dengan memadukan keindahan alam, budaya lokal, pengalaman pertanian, dan penginapan homestay, paket wisata yang dirancang bisa menarik perhatian wisatawan sambil tetap terjangkau dan menawarkan pengalaman unik yang tidak mudah dilupakan.

Peningkatan kualitas SDM pelaku industri di Desa Wisata Kembang Kuning

Peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) bagi pelaku industri di Desa Wisata Kembang Kuning, Lombok Timur, memerlukan pendekatan terpadu untuk memastikan bahwa masyarakat lokal dapat bersaing di industri pariwisata yang terus berkembang. Beberapa langkah yang telah dilakukan oleh pengelola sebagai berikut:

- a). Pelatihan Berkelanjutan dalam Pariwisata Digital: Mengadakan pelatihan digital tourism yang berfokus pada keterampilan promosi digital, seperti penggunaan media sosial, pengelolaan website, dan pembuatan konten visual. Kegiatan semacam ini telah dilakukan di beberapa desa wisata dengan dukungan pemerintah dan lembaga Pendidikan. Pemuda lokal dapat diberdayakan untuk mengelola pemasaran digital, memastikan desa tetap kompetitif secara online.
- b). Pelatihan Bahasa Asing: Wisatawan asing semakin banyak berkunjung, sehingga keterampilan komunikasi dalam bahasa asing, seperti Inggris, sangat penting. Program pelatihan bahasa telah diinisiasi oleh lembaga pendidikan atau melalui kemitraan dengan sekolah bahasa
- c). Workshop Pelayanan Wisata dan Manajemen Homestay: Workshop yang fokus pada standar pelayanan yang baik, tata kelola homestay, serta pengelolaan pengalaman wisata yang berkualitas akan membantu meningkatkan kenyamanan wisatawan. Dengan demikian, masyarakat bisa memberikan layanan lebih profesional
- d). Kolaborasi dengan Perguruan Tinggi: Kerja sama dengan universitas atau lembaga pendidikan lainnya, seperti melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN), dapat membawa pengetahuan baru terkait pariwisata berkelanjutan dan inovasi dalam pengelolaan desa wisata.
- e). Pendidikan Kewirausahaan: Pelatihan kewirausahaan dapat membantu pelaku usaha lokal dalam mengembangkan usaha kecil, seperti suvenir, kuliner, atau kerajinan khas. Pengetahuan tentang manajemen usaha dan akses permodalan akan memacu berkembangnya usaha pariwisata yang lebih mandiri.

Dengan upaya kolaboratif antara pemerintah daerah, masyarakat lokal, dan berbagai pemangku kepentingan, peningkatan kualitas SDM di Desa Kembang Kuning dapat mendukung pengembangan desa sebagai



destinasi wisata unggulan yang berdaya saing tinggi.

Perlunya pelatihan pengembangan Bahasa Inggris untuk Pokdarwis Desa Wisata Kembang Kuning

Pelatihan bahasa Inggris bagi Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) di Desa Wisata Kembang Kuning, Lombok Timur, telah menjadi bagian penting dalam meningkatkan keterampilan bahasa asing bagi pelaku pariwisata. Pelatihan ini dilakukan untuk membantu mereka lebih siap menghadapi wisatawan mancanegara dan memberikan pelayanan yang lebih baik. Beberapa program pelatihan diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, serta bekerja sama dengan platform pembelajaran bahasa. Program ini biasanya melibatkan metode tatap muka secara virtual dan sistem pembelajaran daring melalui Learning Management System (LMS). Selain itu, peserta dari kalangan Pokdarwis, pemandu wisata, dan pengelola homestay diberi pendampingan oleh fasilitator lokal untuk memastikan pembelajaran berlangsung efektif. Inisiatif pelatihan ini dinilai penting karena kompetensi bahasa Inggris akan meningkatkan daya saing dan kualitas pelayanan di sektor pariwisata, terutama untuk menyesuaikan dengan tren wisata pasca-pandemi yang semakin menuntut standar pelayanan lebih tinggi dan personalisasi pengalaman wisata.

Menggali potensi dan memperkuat keaslian alam, nilai sejarah dan tradisi budaya masyarakat lokal sebagai dayatarik Desa Wisata Kembang Kuning

Desa Wisata Kembang Kuning di Lombok Timur telah menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam menggali potensi alam, sejarah, dan budaya lokal sebagai daya tarik utama wisata. Beberapa aspek yang ditekankan meliputi:

- a). Keaslian Alam: Kembang Kuning dikenal dengan keindahan alamnya yang meliputi air terjun Jeruk Manis, pegunungan Rinjani, serta suasana pedesaan yang asri. Desa ini memanfaatkan potensi alam dengan menawarkan wisata trekking,

pemandian air terjun, dan wisata pertanian. Pelestarian lingkungan dilakukan dengan mengedepankan konsep ekowisata yang berkelanjutan

- b). Sejarah dan Tradisi Budaya: Masyarakat Kembang Kuning menjaga tradisi lokal yang kuat, seperti upacara adat dan kesenian tradisional. Pementasan tari tradisional, seperti tari Gendang Beleg dan Peresean, menjadi bagian dari atraksi budaya yang dapat dinikmati wisatawan. Ini menjadi sarana untuk memperkenalkan kekayaan budaya Sasak dan membangun kebanggaan lokal
- c). Wisata Edukasi dan Budaya: Pengembangan program wisata edukasi juga dilakukan, di mana wisatawan diajak belajar tentang tradisi pertanian, pembuatan kerajinan tangan, serta cara hidup masyarakat lokal. Interaksi dengan warga menjadi pengalaman yang memperkuat kesan autentik
- d). Pengelolaan potensi ini dilakukan melalui kemitraan antara masyarakat, pemerintah, dan Pokdarwis. Program-program pelatihan dan pemberdayaan masyarakat terus digalakkan, termasuk peningkatan kemampuan SDM di bidang pengelolaan homestay dan pelayanan wisata berbasis budaya. Dengan menjaga keseimbangan antara keaslian dan modernisasi, Kembang Kuning terus berupaya menjadi destinasi unggulan yang menawarkan pengalaman alam dan budaya yang autentik.

Meningkatkan kemampuan pokdarwis dalam mengelola akun promosi digital

Perkembangan dalam meningkatkan kemampuan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Desa Wisata Kembang Kuning dalam mengelola akun promosi digital telah menjadi salah satu fokus utama dalam strategi pengembangan pariwisata. Beberapa langkah telah diambil untuk memperkuat kapabilitas ini:

- a). Pelatihan Digital Marketing: Pokdarwis di Kembang Kuning telah mendapatkan pelatihan mengenai penggunaan media



sosial seperti Instagram, Facebook, dan platform lain untuk mempromosikan desa wisata. Program pelatihan ini sering diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata dan organisasi lokal, yang menekankan keterampilan dasar seperti pembuatan konten, pengelolaan akun, serta strategi pemasaran digital

- b). Kolaborasi dengan Pihak Eksternal: Beberapa perguruan tinggi dan lembaga pendidikan turut berkontribusi dengan mengadakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang fokus pada digital tourism. Mahasiswa membantu Pokdarwis dalam meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola website dan akun media sosial. Hal ini memberikan keterampilan yang berkelanjutan bagi pengelola wisata
- c). Penggunaan Platform Digital dan Aplikasi: Selain media sosial, Pokdarwis juga didorong untuk menggunakan platform digital yang lebih luas seperti aplikasi pariwisata dan situs web promosi yang terintegrasi dengan pasar wisata global. Langkah ini bertujuan untuk menarik wisatawan dari dalam dan luar negeri

Upaya ini diharapkan dapat memperkuat branding digital Desa Kembang Kuning sehingga semakin dikenal di kalangan wisatawan lokal maupun internasional. Promosi berbasis digital juga membantu Pokdarwis dalam berinteraksi langsung dengan calon pengunjung dan menawarkan paket wisata yang menarik.

Meningkatkan kesadaran pokdarwis akan pentingnya promosi dan pengelolaan akun digital

Kesadaran Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) di Desa Wisata Kembang Kuning tentang pentingnya promosi digital dan pengelolaan akun online terus mengalami peningkatan. Beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan ini antara lain:

- a). Pelatihan dan Pendampingan dari Pemerintah dan Lembaga Pendidikan: Pokdarwis semakin sadar akan pentingnya promosi digital berkat

pelatihan yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah, Kementerian Pariwisata, dan lembaga pendidikan. Pelatihan ini fokus pada peningkatan keterampilan pengelolaan media sosial, pemasaran digital, dan strategi branding online.

- b). Dukungan dari Perguruan Tinggi: Kolaborasi dengan perguruan tinggi melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) telah membantu meningkatkan pemahaman dan keterampilan Pokdarwis dalam menggunakan platform digital secara efektif. Mahasiswa yang terlibat dalam KKN mendukung pengembangan konten promosi serta manajemen akun media sosial.
- c). Kesadaran tentang Daya Jangkau Digital: Pokdarwis mulai menyadari bahwa promosi melalui media digital dapat menjangkau lebih banyak wisatawan, baik lokal maupun internasional. Platform seperti Instagram, Facebook, dan situs web wisata telah diakui sebagai sarana efektif untuk memperkenalkan potensi wisata Kembang Kuning, yang meliputi keindahan alam dan kekayaan budaya
- d). Peningkatan Partisipasi Masyarakat: Kesadaran ini tidak hanya terjadi pada pengurus Pokdarwis, tetapi juga di kalangan masyarakat luas. Dengan semakin banyaknya masyarakat yang terlibat dalam kegiatan pariwisata digital, kemampuan dalam membuat konten visual yang menarik, seperti foto dan video, telah menjadi bagian penting dari promosi desa.

Perkembangan ini menunjukkan kemajuan positif dalam pengelolaan promosi digital, yang diharapkan akan terus meningkat seiring dengan semakin banyaknya pelatihan dan dukungan yang diberikan kepada Pokdarwis dan masyarakat desa.

Memperhatikan kualitas mutu pelayanan terhadap wisatawan

Perhatian terhadap kualitas mutu pelayanan wisatawan di Desa Wisata Kembang Kuning, Lombok Timur, telah



mengalami peningkatan seiring dengan bertambahnya kesadaran masyarakat dan Pokdarwis tentang pentingnya pengalaman wisata yang baik. Beberapa langkah yang diambil untuk meningkatkan mutu pelayanan antara lain:

- a). Pelatihan Pelayanan dan Keramahan (Hospitality): Pelaku pariwisata lokal, termasuk pengelola homestay dan pemandu wisata, telah mendapatkan pelatihan terkait pelayanan yang baik, standar keramahan, dan manajemen pengalaman wisata. Program ini sering diinisiasi oleh pemerintah daerah dan didukung oleh Kementerian Pariwisata. Pelatihan semacam ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi dan cara melayani tamu sesuai dengan standar internasional
- b). Pengelolaan Homestay Berbasis Standar: Dalam rangka memastikan kenyamanan wisatawan, beberapa homestay di Kembang Kuning mulai mengadopsi standar pelayanan yang lebih baik, termasuk kebersihan, kenyamanan, dan keamanan. Pengelola homestay didorong untuk menjaga fasilitas serta memberikan layanan yang personal dan ramah, sehingga wisatawan merasa lebih dihargai dan nyaman selama tinggal
- c). Evaluasi feedback dari Wisatawan: Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas pelayanan adalah melalui evaluasi rutin berdasarkan umpan balik dari wisatawan. Beberapa Pokdarwis telah mulai aktif menerima masukan dari wisatawan, baik secara langsung maupun melalui platform digital. Masukan ini digunakan untuk memperbaiki layanan dan memastikan bahwa kebutuhan serta ekspektasi wisatawan terpenuhi
- d). Peningkatan Pengetahuan tentang Pariwisata Berkelanjutan: Masyarakat setempat juga diajarkan tentang pentingnya pariwisata berkelanjutan, yang tidak hanya berfokus pada pengalaman wisatawan, tetapi juga menjaga kelestarian lingkungan dan

budaya lokal. Dengan pendekatan ini, wisatawan dapat merasakan keaslian desa dan terlibat dalam kegiatan berbasis komunitas, yang menjadi daya tarik utama. Peningkatan kualitas pelayanan ini diharapkan akan terus berlanjut melalui pelatihan berkelanjutan dan peningkatan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga standar pelayanan yang tinggi.

Berdasarkan hasil implementasi 8 strategi tersebut, keberhasilan digital marketing Desa Wisata Kembang Kuning Lombok Timur, dapat diukur melalui beberapa indikator utama yang dikemukakan oleh Yazer Nasdini (2012). Indikator-indikator tersebut meliputi:

1. Accessibility (Aksesibilitas)

Accessibility (Aksesibilitas) di Desa Wisata Kembang Kuning Lombok Timur, mengacu pada kemudahan wisatawan dalam mengakses informasi mengenai destinasi wisata tersebut melalui platform digital. Sejauh ini, beberapa perkembangan menunjukkan peningkatan aksesibilitas Media Sosial dan Situs Web dengan penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan website resmi menjadi sarana utama untuk menyebarkan informasi mengenai atraksi, fasilitas, serta aktivitas di Kembang Kuning. Pengelolaan media sosial oleh Pokdarwis telah berkembang dengan baik, termasuk dalam hal visualisasi dan promosi event. Aksesibilitas ini mempermudah wisatawan untuk mendapatkan informasi langsung tentang paket wisata, akomodasi, hingga rekomendasi aktivitas.

Accessibility (Aksesibilitas) berikutnya adalah google maps dan navigasi digital Desa Wisata Kembang Kuning, sehingga wisatawan dapat dengan mudah menemukan rute menuju desa dan atraksi di sekitarnya. Penggunaan teknologi navigasi digital ini menjadi faktor penting dalam meningkatkan aksesibilitas secara fisik bagi pengunjung



Desa wisata ini juga telah terdaftar di beberapa platform pariwisata seperti Booking.com, Traveloka dan TripAdvisor, yang mempermudah wisatawan untuk menemukan informasi tentang desa, ulasan, serta rekomendasi aktivitas dan homestay. Keberadaan di platform-platform ini memperluas jangkauan digital Desa Wisata Kembang Kuning. Pokdarwis dan masyarakat desa terus didukung oleh pelatihan dalam pengelolaan akun digital, yang berfokus pada peningkatan keterampilan untuk memaksimalkan penggunaan *platform online*. Hal ini memastikan bahwa informasi yang disajikan selalu up-to-date dan mudah diakses oleh calon pengunjung.

Kendala dalam aksesibilitas yang mungkin perlu diatasi mencakup infrastruktur internet di wilayah pedesaan dan konsistensi pembaruan informasi, yang keduanya penting untuk memastikan wisatawan dapat terus menerima informasi terbaru.

2. Interactivity (Interaktivitas)
Interactivity (Interaktivitas) antara pengelola desa wisata dan pengunjung melalui media sosial atau situs web di Desa Wisata Kembang Kuning, Lombok Timur sudah cukup baik dilihat dari peningkatan jumlah pengikut dan pengunjung, peningkatan kualitas konten, responsivitas yang lebih baik, inovasi dalam fitur interaktif, feedback dari pengunjung, analisis data keterlibatan kolaborasi dan kampanye promosi, evaluasi strategi dan perencanaan.
3. Entertainment (Hiburan)
Pengalaman menarik dan menyenangkan yang ditawarkan melalui konten digital. Perkembangan hiburan melalui konten digital di Desa Wisata Kembang Kuning Lombok Timur, dinilai cukup baik jika dilihat dari jenis konten hiburan, kualitas konten, inovasi dan kreativitas, interaktivitas konten, feedback dan ulasan pengunjung, kolaborasi dengan kreator

konten, peningkatan dan pembaruan konten.

Dengan memperhatikan aspek-aspek ini, maka dapat dinilai cukup baik perkembangan hiburan melalui konten digital di Desa Wisata Kembang Kuning dan seberapa menarik serta menyenangkannya pengalaman yang ditawarkan kepada pengunjung.

4. Credibility (Kepercayaan)
Tingkat kepercayaan pengunjung terhadap informasi dan layanan yang disajikan secara online di Desa Wisata Kembang Kuning dinilai dari Informasi yang jelas, benar, dan terperinci di konten digital cenderung meningkatkan kepercayaan wisatawan. Kemudian, evaluasi tentang kebijakan, harga, layanan, dan informasi penting lainnya. Transparansi dalam hal ini dapat membantu membangun kepercayaan wisatawan. Kepercayaan juga mencakup ulasan dan testimoni wisatawan sebelumnya. Banyaknya ulasan positif dari wisatawan juga dapat membuktikan kepercayaan wisatawan Desa Wisata Kembang Kuning Lombok Timur.
5. Irritation (Kejengkelan)
Beberapa faktor yang menimbulkan ketidaknyamanan bagi wisatawan dalam mengakses informasi di Desa Wisata Kembang Kuning Lombok Timur yaitu keterbatasan akses internet, keterbatasan konten, kesulitan dalam mencari kontak, kualitas konten yang buruk, tanggapan yang lambat atau tidak memadai. Mengidentifikasi dan mengatasi faktor-faktor ini dapat membantu meningkatkan pengalaman pengguna dan mengurangi ketidaknyamanan dalam mengakses informasi di desa wisata Kembang Kuning.
6. Informativeness (Informatif)
Kelengkapan dan relevansi informasi yang disampaikan di desa wisata Kembang Kuning untuk membantu wisatawan membuat keputusan. Kelengkapan dan informasi yang tersedia



di desa wisata Kembang Kuning adalah detail informasi, informasi akomodasi dan fasilitas, panduan transportasi, harga dan biaya, informasi cuaca dan waktu terbaik berkunjung, petunjuk keamanan. Jika Desa Wisata Kembang Kuning mampu menyediakan informasi yang lengkap, akurat, dan relevan pada aspek-aspek ini, maka wisatawan akan lebih mudah dalam membuat keputusan yang tepat, baik dalam perencanaan maupun selama perjalanan mereka.

PENUTUP

Kesimpulan

Implementasi digital tourism di Desa Wisata Kembang Kuning Lombok Timur berdasarkan 8 strategi yang telah diberikan pada penelitian sebelumnya telah terimplementasi dengan cukup baik. Pihak pengelola telah mengikuti beberapa strategi yang telah diberikan terkait dengan upaya strategis yang efektif untuk mempromosikan pariwisata lokal menggunakan digital tourism. Dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial, situs web, dan konten digital, desa wisata ini berhasil memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan daya tarik bagi wisatawan. Melalui digital tourism, informasi tentang destinasi, budaya, akomodasi, dan aktivitas wisata dapat disampaikan dengan lebih cepat dan efisien, menjadikan Desa Kembang Kuning lebih dikenal oleh wisatawan domestik maupun internasional.

Penggunaan media digital juga membantu meningkatkan interaktivitas antara pengelola dan pengunjung, meningkatkan kepercayaan wisatawan terhadap layanan dan informasi yang disediakan. Namun, tantangan seperti keterbatasan akses internet, kualitas konten yang belum merata, serta kebutuhan untuk meningkatkan inovasi dalam penyampaian informasi masih perlu diatasi untuk memastikan pengalaman digital yang optimal bagi wisatawan.

Pernyataan Penghargaan

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak LPPM melalui yang telah mendanai penelitian ini melalui dana PNPB tahun 2024.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Minanda, H., Ulya, B. N., & Hulfa, I. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Digital Tourism Sebagai Promosi Pariwisata di Desa Wisata Kembang Kuning Lombok Timur. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 13(1), 115-122.
- [2] Itamar, H., 2016. Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Tana Toraja, Makassar: Universitas Hasanuddin.
- [3] Kementerian Pariwisata, 2019. Buku Pedoman Desa Wisata. Jakarta.
- [4] Muljadi, P. (2012). Desa Wisata: Konsep dan Pengembangan Potensi Desa untuk Menjadi Destinasi Pariwisata. *Journal of Tourism and Community Development*, 1(1), 35-44.
- [5] Nanda, W. D., Widianingsih, I., & Miftah, A. Z. (2023). The linkage of digital transformation and tourism development policies in Indonesia from 1879–2022: Trends and implications for the future. *Sustainability*, 15(13), 10201.
- [6] Nasdini, Yazer. (2012). Digital Marketing Strategies that Millennials Find Appealing, Motivating, or Just Annoying. *Journal of Strategic Marketing*. Vol. 19, No.6, pp 489-499.
- [7] Rani, D. P. M., 2014. Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lombang). *Jurnal Politik Muda*, Vol. 3 No. 3, Agustus- Desember, pp. 412-421.