
OPTIMALISASI DIGITAL TOURISM DI DESA WISATA KEMBANG KUNING LOMBOK TIMUR

Oleh

Hasnia Minanda^{1*}, Baiq Nikmatul Ulya², Mahmudah Budiatiningsih³, Ihyana Hulfa⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Indonesia

E-mail : *¹hasnia_minanda@unram.ac.id, ²bn_ulya@unram.ac.id,

³mahmudahb@unram.ac.id, ⁴ihyanahulfa@unram.ac.id

Article History:

Received: 17-09-2025

Revised: 18-10-2025

Accepted: 21-10-2025

Keywords:

Desa Wisata; Digital
Tourism; Kembang
Kuning; Optimalisasi;
SWOT.

Abstract: Desa Kembang Kuning di Lombok Timur memiliki potensi pariwisata yang besar berkat kekayaan alam, budaya, dan tradisi yang masih terjaga, sehingga menjadi salah satu destinasi wisata unggulan daerah. Untuk mendukung perkembangan pariwisata yang berkelanjutan, konsep digital tourism menjadi kebutuhan penting guna memperluas akses informasi, memperkuat strategi pemasaran, dan meningkatkan kualitas layanan berbasis teknologi. Namun, implementasi digital tourism di desa ini masih belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi optimalisasi digital tourism di Desa Wisata Kembang Kuning dengan menitikberatkan pada kesiapan infrastruktur digital, kapasitas sumber daya manusia, serta hambatan dalam penerapan teknologi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, dilengkapi kuesioner kepada responden, wawancara dengan informan kunci, dan analisis SWOT untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterbatasan pelatihan, minimnya dukungan pemerintah, rendahnya literasi digital masyarakat, serta lemahnya strategi promosi menjadi kendala utama dalam pengembangan digital tourism. Analisis SWOT mengungkapkan kekuatan desa terletak pada potensi alam dan budaya, sedangkan peluang datang dari meningkatnya tren wisata berbasis teknologi. Penelitian ini merekomendasikan strategi peningkatan literasi digital, pembangunan infrastruktur, pendampingan berkelanjutan, serta penguatan jejaring promosi sebagai upaya optimalisasi digital tourism di Desa Kembang Kuning.

PENDAHULUAN

Perkembangan digital tourism di Indonesia menunjukkan kemajuan pesat seiring meningkatnya penggunaan teknologi digital dalam sektor pariwisata. Pemerintah dan pelaku industri pariwisata telah memanfaatkan platform digital, seperti situs web, media sosial, dan aplikasi berbasis teknologi, untuk mempromosikan destinasi wisata secara lebih luas dan efektif. Hal ini sejalan dengan program pemerintah, seperti *Wonderful Indonesia* dan Gerakan Desa Wisata, yang mendorong digitalisasi pariwisata untuk meningkatkan daya saing global dan menarik wisatawan domestik maupun internasional.

Saat ini program desa wisata mendukung pemerataan pembangunan pariwisata, terutama di

daerah pedesaan yang sebelumnya kurang diperhatikan. Keberadaan desa wisata turut menciptakan lapangan kerja baru dan memberdayakan masyarakat setempat melalui pelatihan serta pendampingan. Pemerintah Indonesia telah menjadikan desa wisata sebagai bagian penting dari strategi pengembangan pariwisata nasional, seperti melalui Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI). Selain mendukung target kunjungan wisatawan, desa wisata juga memperkuat citra pariwisata Indonesia di mata dunia. 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.

Namun, di balik kemajuan tersebut, masih terdapat tantangan dalam mengimplementasikan digital tourism secara merata di berbagai daerah di Indonesia, khususnya di kawasan pedesaan. Banyak desa wisata yang menghadapi kendala seperti keterbatasan infrastruktur teknologi, rendahnya akses internet, serta minimnya literasi digital di kalangan masyarakat setempat. Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis untuk mengatasi tantangan ini. Dengan langkah yang tepat, desa wisata di Indonesia dapat menjadi contoh keberhasilan integrasi digital tourism yang mendukung pertumbuhan ekonomi, pelestarian budaya, dan pengelolaan pariwisata berkelanjutan.

Pada penelitian sebelumnya yang berfokus pada analisis implementasi digital tourism di Desa Wisata Kembang Kuning, Lombok Timur, ditemukan berbagai masalah dan kendala yang menghambat penerapan teknologi digital dalam mendukung pengelolaan dan promosi pariwisata desa. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian lanjutan dengan judul "Optimalisasi Digital Tourism di Desa Wisata Kembang Kuning" bertujuan untuk mengatasi kendala tersebut melalui teknik analisis SWOT. Teknik ini digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang memengaruhi optimalisasi digital tourism di desa ini.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh penulis ditemukan bahwa masyarakat pengelola wisata di Desa Kembang Kuning belum sepenuhnya terampil dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung kegiatan pariwisata. Masyarakat masih terkendala dalam penggunaan media digital, baik untuk promosi wisata maupun dalam memberikan layanan informasi yang cepat dan efektif kepada wisatawan. Selain itu, hasil kajian awal penulis juga menunjukkan bahwa masyarakat belum menguasai strategi pemasaran digital secara optimal, termasuk penggunaan media sosial, platform reservasi online, serta sistem pembayaran berbasis digital. Permasalahan literasi digital maupun keterbatasan infrastruktur internet menjadi hambatan utama dalam penerapan digital tourism di desa ini. Adanya berbagai permasalahan tersebut menjadi perhatian penulis untuk menelaah sejauh mana peran dan keefektifan dukungan pelatihan, pendampingan, maupun perhatian pemerintah setempat dalam mendorong optimalisasi digital tourism di Desa Wisata Kembang Kuning, Lombok Timur.

Dari berbagai permasalahan yang terjadi dalam pengelolaan digital tourism di Desa Wisata Kembang Kuning, penulis tertarik melakukan kajian lanjutan terkait sejauh mana penerapan digital tourism dapat dioptimalkan. Tujuan penelitian ini yaitu mengidentifikasi kondisi nyata penerapan digital tourism di Desa Kembang Kuning, menganalisis faktor pendukung dan penghambat dalam penerapannya, serta merumuskan strategi optimalisasi digital tourism berdasarkan analisis SWOT yang meliputi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats). Dari kajian ini diharapkan menghasilkan beberapa temuan penting. Pertama, penelitian

ini dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai sejauh mana penerapan digital tourism di Desa Kembang Kuning, termasuk kebutuhan infrastruktur digital, kesiapan sumber daya manusia, dan bentuk dukungan yang sudah maupun belum diberikan pemerintah daerah. Kedua, penelitian ini diharapkan mampu mengidentifikasi kendala yang dihadapi masyarakat dalam menerapkan digital tourism, seperti keterbatasan literasi digital, akses internet yang terbatas, minimnya pelatihan, maupun rendahnya perhatian pemerintah setempat. Kendala ini akan menjadi dasar untuk memahami kesenjangan antara potensi besar yang dimiliki Desa Kembang Kuning dengan realitas pengelolaan digital tourism di lapangan. Ketiga, penelitian ini bertujuan merumuskan rekomendasi strategis guna mengoptimalkan digital tourism melalui pemetaan SWOT, sehingga dapat ditemukan strategi yang tepat dalam memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalisasi kelemahan dan ancaman. Temuan-temuan penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi akademik, tetapi juga memberikan implikasi praktis dalam mendukung Desa Wisata Kembang Kuning sebagai destinasi unggulan berbasis digital yang berdaya saing di Lombok Timur.

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 (kejengkelan)
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.

Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengembangan digital tourism di desa wisata menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing dan promosi pariwisata berbasis masyarakat. Putra dan Yuliana (2022) meneliti Desa Wisata Kembang Kuning di Lombok Timur dan menemukan bahwa pemanfaatan media sosial serta platform digital berperan besar dalam memperluas jangkauan promosi wisata alam dan budaya lokal. Sementara itu, Nurhayati et al. (2023) menegaskan bahwa optimalisasi digital tourism perlu didukung oleh peningkatan kapasitas sumber daya manusia, terutama dalam hal literasi digital pelaku pariwisata desa. Penelitian Sari dan Maulana (2024) juga menunjukkan bahwa penerapan sistem informasi pariwisata berbasis website mampu meningkatkan aksesibilitas informasi dan minat kunjungan wisatawan. Selain itu, Rahayu dan Lestari (2023) menemukan bahwa kolaborasi antara pemerintah daerah, Pokdarwis, dan pelaku UMKM menjadi faktor kunci dalam keberhasilan implementasi digital tourism di Kembang Kuning.

METODE PENELITIAN

Penelitian untuk optimalisasi Digital Tourism di Desa Wisata Kembang Kuning, Lombok Timur, akan dilakukan dalam satu tahun dengan fokus pada analisis, peningkatan, pemasaran, dan penguatan kapasitas SDM. Penelitian dimulai dengan evaluasi platform digital yang sudah diterapkan, seperti website atau aplikasi, untuk mengetahui efektivitas dan masalah yang dihadapi. Evaluasi ini dilakukan melalui survei dan wawancara dengan wisatawan serta pengelola desa wisata. Hasil analisis akan dituangkan dalam laporan evaluasi yang berisi rekomendasi perbaikan untuk platform digital. Berdasarkan hasil evaluasi tersebut, platform akan ditingkatkan dengan menambahkan fitur baru, memperbaiki desain antarmuka, dan mengintegrasikannya dengan media sosial untuk memperluas jangkauan promosi. Tujuan dari perbaikan ini adalah untuk membuat platform lebih mudah diakses dan lebih menarik bagi pengunjung.

Kapasitas sumber daya manusia (SDM) di desa wisata juga akan diperkuat melalui pelatihan. Pelatihan ini akan mencakup penggunaan dan pengelolaan platform digital, pembuatan konten digital, dan analisis data pengunjung. Dengan pelatihan ini, pengelola desa wisata akan memiliki keterampilan yang cukup untuk mengelola digital tourism secara mandiri. Di akhir tahun, penelitian akan mengukur dampak dari penerapan dan optimalisasi digital tourism terhadap jumlah pengunjung dan pendapatan desa. Survei dan analisis data akan dilakukan untuk mengidentifikasi perubahan yang terjadi setelah implementasi digital tourism. Hasil dari pengukuran dampak ini akan disusun dalam laporan yang memberikan gambaran tentang keberhasilan dan tantangan yang dihadapi selama proses ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Implementasi Digital Tourism di Desa Wisata Kembang Kuning

Implementasi digital tourism di Desa Wisata Kembang Kuning, Lombok Timur, masih berada pada tahap awal dan menghadapi berbagai tantangan meskipun desa ini telah dikenal luas dengan potensi alam dan budaya yang dimilikinya. Sebagai salah satu desa wisata tertua di Lombok sekaligus pemenang penghargaan Desa Wisata Terbaik Nasional kategori Desa Wisata Berkembang, Kembang Kuning memiliki daya tarik yang kuat untuk dikembangkan melalui strategi digitalisasi pariwisata. Namun, upaya digitalisasi ini belum berjalan optimal karena keterbatasan infrastruktur dan sumber daya manusia.

Secara praktik, promosi desa wisata masih dilakukan secara sederhana melalui media sosial pribadi pengelola atau kelompok sadar wisata, dengan cakupan audiens yang terbatas. Belum ada sistem terpadu seperti website resmi, aplikasi desa wisata, ataupun platform pemesanan berbasis digital yang dapat memudahkan wisatawan dalam mengakses informasi, memesan homestay, maupun melakukan transaksi secara online. Minimnya jaringan internet yang stabil di kawasan desa juga menjadi penghambat besar, sehingga upaya pemasaran digital tidak bisa dilakukan secara konsisten.

Selain itu, para pelaku wisata di Kembang Kuning sebagian besar belum memiliki keterampilan digital yang memadai. Mereka masih mengandalkan metode promosi tradisional dari mulut ke mulut atau rekomendasi langsung antarwisatawan. Belum adanya program pelatihan khusus dari pemerintah atau lembaga terkait membuat literasi digital masyarakat relatif rendah. Padahal, dengan perkembangan teknologi saat ini, kebutuhan akan konten digital berupa foto, video, dan ulasan wisata yang menarik sangat penting untuk menjangkau wisatawan mancanegara maupun domestik.

Meskipun demikian, terdapat peluang besar untuk mengimplementasikan digital tourism di desa ini. Keunikan alam seperti air terjun, panorama pegunungan, serta kekayaan seni dan budaya

memiliki nilai jual tinggi yang dapat dikemas melalui platform digital. Jika didukung oleh infrastruktur jaringan internet yang lebih baik serta pelatihan literasi digital bagi masyarakat, Kembang Kuning berpotensi menjadi model desa wisata berbasis digital di Lombok Timur.

2. Apa saja faktor yang memengaruhi kurang optimalnya digital tourism di Desa Wisata Kembang Kuning

Hasil pelaksanaan penelitian mengenai *Optimalisasi Digital Tourism di Desa Wisata Kembang Kuning, Lombok Timur* menunjukkan bahwa terdapat sejumlah faktor yang memengaruhi kurang optimalnya penerapan digitalisasi dalam pengelolaan destinasi wisata. Data penelitian diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pengelola homestay, pelaku wisata, dan perangkat desa, serta penyebaran kuesioner kepada 50 responden yang terlibat langsung dalam aktivitas pariwisata desa. Analisis dilakukan dengan menggunakan metode SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi penerapan digital tourism.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu faktor utama yang menyebabkan kurang optimalnya implementasi *digital tourism* di Desa Wisata Kembang Kuning, Lombok Timur, adalah minimnya perhatian dan dukungan dari pemerintah dalam penyelenggaraan pelatihan digitalisasi bagi masyarakat dan pelaku wisata. Berdasarkan data kuesioner, sebanyak 72% responden mengaku belum pernah mengikuti pelatihan terkait digital tourism, baik yang berhubungan dengan penggunaan media sosial, pemasaran berbasis aplikasi, fotografi digital, maupun sistem transaksi online. Kondisi ini mengakibatkan masyarakat masih mengandalkan metode promosi tradisional, seperti rekomendasi dari mulut ke mulut, yang jangkauannya sangat terbatas. Hasil tersebut sejalan dengan yang disampaikan oleh Bapak Nasrulah yang menyatakan bahwa:

“Kami di Kembang Kuning sudah lama tidak mendapatkan pelatihan, terakhir kali ada kegiatan pelatihan digitalisasi itu sekitar tiga tahun lalu, setelah itu belum pernah ada lagi.”

Kurangnya fasilitasi dari pemerintah juga berdampak pada rendahnya literasi digital masyarakat. Hasil observasi lapangan memperlihatkan bahwa sebagian besar pengelola homestay dan pelaku wisata belum mampu memanfaatkan platform digital secara efektif untuk mempromosikan potensi desa. Padahal, dengan status Kembang Kuning sebagai salah satu desa wisata terbaik nasional, peluang untuk memperkuat branding melalui digitalisasi sangat besar. Minimnya intervensi dalam bentuk pelatihan dan pendampingan ini menjadikan masyarakat sulit beradaptasi dengan tren digital tourism yang kini menjadi kebutuhan utama wisatawan, terutama wisatawan mancanegara. Hasil tersebut didukung oleh pernyataan dari Bapak Omes sebagai pengelola homestay di Desa Wisata Kembang Kuning yang menyatakan bahwa:

“Kalau ada pelatihan tentang penggunaan platform seperti Airbnb atau Booking.com, itu sangat membantu kami, soalnya tamu mancanegara banyaknya datang dari aplikasi tersebut.”

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kurang optimalnya digital tourism di Desa Wisata Kembang Kuning lebih banyak dipengaruhi oleh faktor eksternal, khususnya belum adanya perhatian yang cukup dari pemerintah daerah untuk mendorong peningkatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan digitalisasi. Dukungan tersebut sangat penting agar masyarakat tidak hanya mampu menggunakan teknologi digital, tetapi juga dapat mengelola dan mengembangkan pariwisata desa secara berkelanjutan di era digital.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kekuatan utama Kembang Kuning adalah potensi wisata alam dan budaya yang unik serta keberhasilan desa ini meraih penghargaan sebagai Desa Wisata Terbaik Nasional kategori Desa Wisata Berkembang. Namun, kelemahan yang paling menonjol

adalah infrastruktur jaringan internet yang masih belum memadai (65% responden menyatakan sering mengalami gangguan jaringan), kurangnya pelatihan digitalisasi dari pemerintah maupun lembaga terkait (72% responden belum pernah mengikuti pelatihan digital tourism), dan rendahnya literasi digital masyarakat (58% responden masih kesulitan menggunakan platform digital untuk promosi). Faktor peluang yang dapat dimanfaatkan adalah status Kembang Kuning sebagai salah satu desa wisata tertua di Lombok yang sejajar dengan Desa Wisata Tetebatu, serta meningkatnya tren wisata berbasis digital di era pasca-pandemi. Adapun ancaman yang dihadapi adalah persaingan dengan desa wisata lain di Lombok dan nasional yang sudah lebih maju dalam pemanfaatan teknologi digital, serta risiko keterlambatan adaptasi yang dapat menurunkan daya saing destinasi.

Capaian luaran dari penelitian ini adalah pemetaan kondisi aktual digital tourism di Desa Wisata Kembang Kuning, identifikasi faktor penghambat utama, serta rekomendasi strategi untuk mengatasi permasalahan tersebut. Strategi yang ditawarkan meliputi penguatan infrastruktur digital melalui kolaborasi dengan penyedia layanan internet, pelatihan literasi digital bagi pelaku wisata, penerapan sistem informasi wisata berbasis aplikasi, penggunaan QR code untuk informasi dan layanan, serta integrasi sistem pembayaran digital. Luaran tambahan berupa draft rekomendasi kebijakan untuk pemerintah daerah terkait pentingnya fasilitasi digitalisasi bagi desa wisata berbasis komunitas.

3. Strategi untuk mengoptimalkan digital tourism di Desa Wisata Kembang Kuning melalui analisis SWOT

Tabel 1. Analisis SWOT

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Internal</div> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Eksternal</div> </div>	Kekuatan/strengths (S)	Kelemahan/weaknesses (W)
	1. Keunikan alam (air terjun, pegunungan) dan kekayaan seni budaya. 2. Status sebagai salah satu desa wisata tertua di Lombok. 3. Prestasi sebagai Desa Wisata Terbaik Nasional kategori Desa Wisata Berkembang.	1. Infrastruktur jaringan internet belum memadai. 2. Kurangnya perhatian pemerintah dalam penyediaan pelatihan digitalisasi. 3. Rendahnya literasi digital masyarakat (belum mahir promosi online). 4. Kurangnya pelatihan digitalisasi. 5. Belum terbiasa menggunakan aplikasi booking online (Booking.com, Airbnb).
Peluang/opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
1. Tren wisata berbasis digital	Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang 1. Menyelenggarakan

<p>semakin meningkat pasca-pandemi.</p> <ol style="list-style-type: none"> Platform global (Booking.com, Airbnb, Traveloka) dapat menjadi sarana promosi homestay. Potensi kolaborasi dengan pihak swasta/komunitas digital tourism. Branding desa wisata digital dapat menarik wisatawan mancanegara 	<ol style="list-style-type: none"> Mengembangkan sistem informasi wisata berbasis aplikasi dan website resmi desa. Memanfaatkan platform internasional seperti <i>Booking.com</i> dan <i>Airbnb</i> untuk memperluas jangkauan wisatawan. Melakukan branding digital desa wisata dengan menonjolkan keunikan alam dan budaya lokal. 	<p>pelatihan berkelanjutan terkait promosi digital dan pengelolaan akun booking online.</p> <ol style="list-style-type: none"> Menggandeng pemerintah, akademisi, dan swasta untuk memperkuat literasi digital masyarakat. Mendorong penyediaan infrastruktur internet yang lebih memadai untuk mendukung aktivitas digital tourism.
Tantangan/threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> Persaingan dengan desa wisata lain di Lombok (misalnya Tete Batu) dan destinasi nasional. Risiko tertinggal dalam transformasi digital pariwisata. Ketergantungan pada promosi tradisional dari mulut ke mulut. Berkurangnya minat wisatawan jika akses informasi digital tetap terbatas. 	<p>Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman</p> <ol style="list-style-type: none"> Membuat konten kreatif digital (foto, video, virtual tour) berbasis alam dan budaya untuk menghadapi persaingan. Menggunakan keunggulan prestasi nasional desa wisata sebagai daya tarik promosi online. Membangun citra diferensiasi melalui kampanye digital yang menekankan keaslian budaya lokal. 	<p>Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman</p> <ol style="list-style-type: none"> Menjalin kemitraan dengan penyedia layanan internet untuk memperbaiki jaringan digital. Memperkuat kolaborasi dengan lembaga pelatihan digital tourism. Membentuk komunitas pariwisata digital lokal untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dan mengurangi risiko tertinggal.

Strategi pengembangan digital tourism di Desa Wisata Kembang Kuning disusun melalui turunan analisis SWOT dengan mempertimbangkan kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang ada. Pada strategi **SO (Strengths–Opportunities)**, pengembangan diarahkan pada

pemanfaatan potensi desa dengan langkah utama membangun sistem informasi wisata berbasis aplikasi dan website resmi desa yang dilengkapi fitur informasi, reservasi, dan peta wisata. Selain itu, desa didorong untuk memanfaatkan platform internasional seperti Booking.com dan Airbnb sehingga minimal 70% homestay dapat terdaftar dalam satu tahun, serta melakukan branding digital dengan menonjolkan keunikan alam dan budaya lokal untuk meningkatkan kunjungan akun media sosial resmi hingga 50% dalam setahun.

Strategi **WO (Weaknesses–Opportunities)** menekankan pada penyelenggaraan pelatihan digitalisasi yang berkelanjutan, dengan target minimal tiga kali per tahun dan diikuti oleh 80% pelaku wisata, menggandeng pemerintah, akademisi, serta pihak swasta untuk memperkuat literasi digital melalui dua hingga tiga kemitraan resmi dalam setahun, serta mendorong perbaikan infrastruktur internet yang lebih memadai, misalnya peningkatan jaringan dari 3G menuju 4G atau 5G. Selanjutnya, strategi **ST (Strengths–Threats)** difokuskan pada pembuatan konten kreatif digital berupa foto, video, dan virtual tour berbasis alam dan budaya dengan target peningkatan interaksi digital sebesar 40%, memanfaatkan prestasi nasional desa wisata sebagai daya tarik promosi online dengan peningkatan publikasi media digital hingga dua kali lipat dalam setahun, serta membangun citra diferensiasi melalui kampanye digital yang menekankan keaslian budaya lokal sehingga mampu meningkatkan jumlah wisatawan yang menyebutkan budaya sebagai alasan utama berkunjung.

Terakhir, strategi **WT (Weaknesses–Threats)** dilakukan melalui kemitraan dengan penyedia layanan internet untuk memperbaiki jaringan digital, memperkuat kolaborasi dengan lembaga pelatihan digital tourism dengan target peningkatan jumlah peserta pelatihan sebesar 30% tiap tahun, serta membentuk komunitas pariwisata digital lokal yang aktif menyelenggarakan kegiatan minimal empat kali setahun.

Strategi pengembangan yang dihasilkan dari analisis SWOT pada penelitian ini dirancang untuk menjawab permasalahan kurang optimalnya penerapan digital tourism di Desa Wisata Kembang Kuning sekaligus memaksimalkan potensi yang dimiliki. Setiap strategi disusun secara sistematis dengan memperhatikan kondisi riil di lapangan dan diarahkan pada pencapaian indikator keberhasilan yang terukur, seperti meningkatnya keterampilan pelaku wisata dalam mengoperasikan aplikasi digital (misalnya Booking.com, Airbnb, dan media sosial), bertambahnya jumlah homestay dan atraksi wisata yang terdaftar secara online, meningkatnya transaksi pembayaran berbasis digital, serta tersedianya sistem informasi wisata berbasis QR code yang dapat diakses wisatawan. Dengan adanya strategi turunan SWOT ini, diharapkan implementasi digital tourism di Kembang Kuning dapat berjalan lebih efektif, terukur, dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian mengenai optimalisasi digital tourism di Desa Wisata Kembang Kuning menunjukkan bahwa desa ini memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata digital berkat keunikan alam dan budaya yang telah mengantarkan desa ini meraih penghargaan sebagai Desa Wisata terbaik nasional kategori berkembang. Namun, penerapan digital tourism masih kurang optimal akibat terbatasnya infrastruktur jaringan, minimnya perhatian pemerintah dalam penyediaan pelatihan digitalisasi, serta rendahnya literasi digital masyarakat. Melalui analisis SWOT, diperoleh strategi yang komprehensif untuk mengoptimalkan digital tourism, mencakup pengembangan aplikasi dan website resmi, pemanfaatan platform internasional seperti Booking.com dan Airbnb, peningkatan branding digital, penyelenggaraan pelatihan berkelanjutan, perbaikan infrastruktur jaringan, serta pembentukan komunitas digital lokal.

Penelitian ini menegaskan bahwa digital tourism memiliki peran penting dalam meningkatkan

daya saing dan kualitas layanan di Desa Wisata Kembang Kuning, Lombok Timur. Meskipun desa ini memiliki kekuatan berupa keunikan alam, budaya, dan prestasi nasional sebagai desa wisata terbaik kategori berkembang, penerapannya masih jauh dari optimal. Faktor utama yang menghambat adalah keterbatasan infrastruktur jaringan internet, minimnya perhatian pemerintah dalam memberikan pelatihan digitalisasi, serta rendahnya pemahaman masyarakat terhadap pemanfaatan aplikasi booking internasional seperti Booking.com dan Airbnb. Kondisi ini berdampak pada terbatasnya jangkauan promosi dan belum maksimalnya pengalaman digital wisatawan yang berkunjung.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa peluang pengembangan digital tourism di Kembang Kuning sangat besar apabila potensi kekuatan yang ada dapat dikelola dengan baik. Strategi pengembangan yang diturunkan menekankan pada empat aspek utama, yaitu peningkatan infrastruktur digital, penguatan literasi dan keterampilan masyarakat, optimalisasi branding digital, serta pembentukan jejaring kolaboratif dengan pemerintah, akademisi, dan swasta. Implementasi strategi ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah wisatawan, memperluas pemasaran homestay, serta menciptakan pengalaman wisata yang lebih modern tanpa meninggalkan keaslian budaya lokal.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Amalina, N. & Hamid, F., 2014. Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata Lokal di Desa Wisata Jelekong. *Trikonomika*, Volume Volume 13, No. 2, Desember, pp. 184-194.
- [2] Attar, M., Hakim, L. & Yanuwiadi, B., 2013. Analisis Potensi dan Arah Strategi Kebijakan Pengembangan Desa Ekowisata di Kecamatan Bumiaji Kota Batu. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, Volume Vol.1, No.2, pp. 68-78.
- [3] 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 Journal*, Vol. 15, Iss. 13.
- [4] Marino, A., & Pariso, P. (2022). Digital Platforms And Entrepreneurship In Tourism Sector. *Entrepreneurship And Sustainability Issues*, Volume 9 Number 4 (June).
- [5] Kementerian Pariwisata, 2019. Buku Pedoman Desa Wisata. Jakarta.
- [6] 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.
- [7] Suwena, I.K. & Widyatmaja, I.G.N., 2010. Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Bali: Udayana University Press.
- [8] Timothy, 1999. "Participatory Planning : a view of Tourism in Indonesia". *Annals of Tourism Research Journal*, Volume Vol. 26 No.2, pp. 27-40.
- [9] Ismayanti, 2013. Pengantar Pariwisata. Jakarta: Grasindo. Sukmadewi, N. P. R., 2018. Strategi Pengembangan Desa Wisata Suranadi di Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat, Denpasar: Universitas Udayana.