

MANAJEMEN DESA WISATA *di Era Digital*

Strategi Inovatif Menuju Pariwisata Berkelanjutan

Buku ini menawarkan panduan strategis dan aplikatif dalam mengelola desa wisata di tengah arus digitalisasi yang berkembang pesat. Disusun berdasarkan pendekatan akademik dan praktik lapangan, buku ini menjawab tantangan krusial yang dihadapi oleh pengelola desa wisata, pelaku UMKM, pemerintah desa, mahasiswa, dan pemangku kepentingan lainnya dalam mewujudkan pariwisata yang inklusif, partisipatif, dan berkelanjutan.

Melalui sepuluh bab yang terstruktur, pembaca diajak memahami mulai dari konsep dasar desa wisata, prinsip manajemen dan transformasi digital, hingga peran teknologi seperti IoT, GIS, e-ticketing, dan smart tourism. Buku ini juga menyajikan strategi pemasaran digital melalui media sosial, konten storytelling, marketplace pariwisata, serta analitik berbasis data. Tidak hanya itu, aspek pemberdayaan masyarakat, literasi digital, transparansi keuangan, penguatan kelembagaan, dan pengelolaan kemitraan lintas sektor dijabarkan secara komprehensif.

Salah satu keunggulan buku ini adalah penyajian studi kasus nyata dari desa-desa wisata inspiratif di Indonesia seperti Nglanggeran, Pentingsari, Tamansari, dan Penglipuran, yang telah sukses mengadopsi teknologi dan membangun ekosistem pariwisata digital. Buku ini juga memuat roadmap kebijakan nasional menuju Desa Wisata Pintar 2030 serta eksplorasi masa depan pariwisata berbasis metaverse dan virtual tourism.

MANAJEMEN DESA WISATA
di Era Digital
Strategi Inovatif Menuju Pariwisata Berkelanjutan

Wiwin Fachrudin Yusuf, MA

Penerbit: Yayasan Rahmazar Kurnia Jaya



MANAJEMEN DESA WISATA DI ERA DIGITAL
STRATEGI INOVATIF MENUJU PARIWISATA BERKELANJUTAN

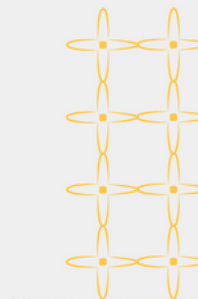
Wiwin Fachrudin Yusuf, MA



Wiwin Fachrudin Yusuf, MA

MANAJEMEN DESA WISATA *di Era Digital*

Strategi Inovatif Menuju Pariwisata Berkelanjutan



Penerbit: Yayasan Rahmazar Kurnia Jaya

MANAJEMEN DESA WISATA DI ERA DIGITAL

Strategi Inovatif Menuju Pariwisata Berkelanjutan

Wiwin Fachrudin Yusuf, MA

Penerbit:
Yayasan Rahmazar Kurnia Jaya

MANAJEMEN DESA WISATA DI ERA DIGITAL

Strategi Inovatif Menuju Pariwisata Berkelanjutan

Penulis:

Wiwin Fachrudin Yusuf, MA

Editor:

Dr. Muhammad Nizar, M.E.I

ISBN : 978-634-04-2442-3

Tahun Terbit : 2025

Tebal Buku : 63 Lembar

Ukuran Buku : A5 atau 14 cm x 21 cm



Hak Cipta:

Dilindungi oleh Undang-undang. Dilarang memperbanyak, menyimpan dalam bentuk elektronik, atau mempublikasikan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

Penerbit: Yayasan Rahmazar Kurnia Jaya

Girimoyo-Karangploso- Malang-Jawa Timur 65152

Wa. 081249745821 / yayasandrahmazar@gmail.com

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulisan buku berjudul “Manajemen Desa Wisata di Era Digital” ini dapat terselesaikan dengan baik. Buku ini disusun sebagai respons terhadap transformasi pariwisata pedesaan yang semakin menonjol di tengah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Desa wisata telah menjadi salah satu model pembangunan berbasis potensi lokal yang inklusif, partisipatif, dan berkelanjutan. Namun, tantangan utama di era digital adalah bagaimana mengelola desa wisata secara profesional dan adaptif terhadap disrupsi teknologi. Oleh karena itu, buku ini hadir untuk memberikan panduan teoritis, praktis, dan aplikatif bagi pengelola desa wisata, mahasiswa, akademisi, maupun pengambil kebijakan.

Pembahasan dalam buku ini mencakup mulai dari konsep dasar desa wisata, pilar pengembangan, strategi digitalisasi, peran teknologi dan SDM, hingga kajian kasus inovatif dan rekomendasi kebijakan masa depan. Setiap bab disusun secara sistematis dan didukung dengan referensi akademik serta tautan multimedia sebagai pengayaan.

Kami menyadari bahwa buku ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan demi penyempurnaan edisi selanjutnya. Semoga buku ini bermanfaat dan menjadi kontribusi nyata dalam pengembangan desa wisata yang cerdas, berdaya saing, dan berkelanjutan.

Pasuruan, 26 Agustus 2025

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
INFORMASI BUKU	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
 BAB I KONSEP DASAR DESA WISATA	1
1.1 Pengertian dan Karakteristik Desa Wisata	1
1.2 Pilar Utama Pengembangan Desa Wisata	3
1.3 Perbedaan Desa Wisata dan Destinasi Wisata Konvensional	4
1.4 Manfaat Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan.....	6
 BAB II MANAJEMEN DESA WISATA: PENDEKATAN KONVENSIONAL KE DIGITAL	9
2.1 Prinsip-Prinsip Manajemen Desa Wisata	9
2.2 Struktur Organisasi Pengelolaan Desa Wisata	10
2.3 Peralihan dari Manajemen Konvensional ke Digital ...	11
2.4 Tantangan dalam Transformasi Digital	12
2.5 Peluang dan Keuntungan Digitalisasi	13
 BAB III PERAN TEKNOLOGI DALAM PENGELOLAAN DESA WISATA	15
3.1 Digitalisasi Layanan Wisata: Ticketing, Reservasi, dan Pembayaran.....	15
3.2 Pemetaan Potensi melalui GIS dan Drone	16
3.3 Penerapan Aplikasi Smart Tourism.....	17
3.4 Internet of Things (IoT) dan Desa Wisata Cerdas.....	18
3.5 Teknologi Ramah Lingkungan (Eco-Tech Tourism) ...	19

BAB IV STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DESA WISATA	21
4.1 Branding dan Storytelling Desa Wisata.....	21
4.2 Manfaat Media Sosial dan Konten Digital.....	22
4.3 Influencer dan Community-Based Marketing.....	23
4.4 Marketplace Pariwisata: Traveloka, Kemenparekraf, dan Platform Lainnya	24
4.5 Analitik dan Pemantauan Tren Wisatawan.....	25
 BAB V PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DAN LITERASI DIGITAL	29
5.1 Pemberdayaan Masyarakat Lokal	29
5.2 Pelatihan Digital Marketing, Hospitality, dan Pengelolaan Homestay	30
5.3 Kolaborasi dengan Perguruan Tinggi dan Lembaga Pelatihan.....	32
5.4 Peran Anak Muda dan UMKM dalam Desa Wisata Digital.....	33
 BAB VI MANAJEMEN KEUANGAN DAN KELEMBAGAAN DIGITAL	35
6.1 Sistem Pencatatan Keuangan Digital.....	35
6.2 Transparansi Anggaran Berbasis Digital.....	36
6.3 Pengelolaan Aset Wisata dan Dana CSR/BUMDes	37
6.4 Peran Kelembagaan: BUMDes dan Koperasi Digital ..	38
 BAB 7 KEMITRAAN, JARINGAN, DAN EKOSISTEM DIGITAL	41
7.1 Kolaborasi dengan Travel Agent, Platform Digital, dan Komunitas Wisata	41
7.2 Kerja Sama dengan Instansi Pemerintah dan Swasta ..	42
7.3 Pengembangan Ekosistem Digital Desa Wisata: Layanan, Produk, dan Integrasi Sistem	43
7.4 Studi Kasus Kemitraan Sukses di Desa Wisata	44

BAB 8 Keberlanjutan dan Manajemen Krisis di Era Digital	45
8.1 Konsep Pariwisata Berkelanjutan	45
8.2 Mitigasi Risiko dan Manajemen Krisis	46
8.3 Penggunaan Data untuk Prediksi dan Pemulihan	47
8.4 Peran Teknologi dalam Menjaga Kelestarian dan Konservasi.....	48
 BAB 9 STUDI KASUS INOVATIF DESA WISATA DIGITAL DI INDONESIA	 49
9.1 Desa Wisata Nglanggeran (DIY Yogyakarta) Model Smart Village.....	49
9.2 Desa Pentingsari (Yogyakarta) Wisata Berbasis Komunitas dan Digital Adaptif	50
9.3 Desa Tamansari (Banyuwangi) Digitalisasi UMKM dan Ekowisata	51
9.4 Desa Penglipuran (Bali) Branding Digital dan Konservasi Budaya	51
9.5 Tren Ekspansi ke Metaverse dan Virtual Tourism	52
 BAB 10 REKOMENDASI KEBIJAKAN DAN MASA DEPAN DESA WISATA DIGITAL	 53
10.1 Strategi Nasional dan Peran Kemenparekraf	53
10.2 Regulasi dan Perlindungan terhadap Masyarakat dan Budaya	54
10.3 Desa Wisata sebagai Pusat Transformasi Ekonomi Lokal.....	55
10.4 Roadmap Menuju Desa Wisata Pintar 2030	56
 DAFTAR PUSTAKA	 57

BAB I

KONSEP DASAR DESA WISATA

1.1 Pengertian dan Karakteristik Desa Wisata

Desa wisata merupakan bentuk pengembangan wilayah pedesaan yang memadukan potensi wisata alam, budaya, dan kehidupan sosial masyarakat ke dalam sistem pariwisata yang terorganisasi dan berkelanjutan. Wilayah ini umumnya masih mempertahankan keaslian lingkungan serta tradisi lokal yang khas, dan memiliki masyarakat yang siap menerima serta melayani wisatawan. Desa wisata tidak hanya menjadi objek kunjungan, melainkan juga subjek aktif dalam perencanaan, pengelolaan, dan pengembangan kegiatan pariwisata. Keunikan desa wisata terletak pada kekayaan lokal seperti panorama alam, kearifan lokal, kerajinan, kuliner, serta pola hidup masyarakat yang otentik.

Konsep desa wisata berlandaskan pada tiga prinsip utama. Pertama, keaslian (authenticity), yang mengedepankan kehidupan desa yang nyata tanpa rekayasa demi kepentingan pariwisata. Kedua, partisipasi masyarakat (community participation), di mana warga lokal menjadi pelaku utama dalam setiap kegiatan wisata. Ketiga, keberlanjutan

(sustainability), yakni upaya menjaga kelestarian lingkungan, budaya, dan tatanan sosial masyarakat secara jangka panjang.

Secara karakteristik, desa wisata memiliki beberapa ciri utama. Pertama, berbasis komunitas lokal (community-based tourism) yang menekankan keterlibatan aktif warga desa dalam kepemilikan dan pengelolaan fasilitas wisata, seperti homestay, kuliner, dan paket wisata. Pendekatan ini memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan serta peningkatan kapasitas melalui pelatihan dan pendidikan. Kedua, kegiatan wisata yang inklusif dan partisipatif, melibatkan seluruh elemen masyarakat seperti perempuan, pemuda, dan lansia dalam kegiatan kreatif, pelayanan wisata, dan pelestarian budaya. Ketiga, menawarkan pengalaman otentik, di mana wisatawan dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat dan turut serta dalam kegiatan harian seperti membatik, bertani, atau mengikuti upacara adat. Keempat, menjadi agen pelestarian nilai-nilai lokal dan lingkungan, dengan mengintegrasikan edukasi budaya, penggunaan bahan ramah lingkungan, serta pengelolaan ruang desa yang berbasis daya dukung lingkungan.

1.2 Pilar Utama Pengembangan Desa Wisata

Pengembangan desa wisata bertumpu pada tiga pilar utama, yaitu alam, budaya, dan manusia. Ketiganya saling berkaitan dan menjadi kekuatan inti dalam menciptakan pengalaman wisata yang autentik, berkelanjutan, dan bermanfaat bagi masyarakat.

Pilar pertama adalah alam, yang mencakup kekayaan ekosistem pedesaan seperti pegunungan, sawah, sungai, hutan, dan air terjun. Keaslian lanskap alam menjadi daya tarik utama yang menawarkan ketenangan dan keindahan bagi wisatawan. Kegiatan wisata berbasis alam meliputi trekking, river tubing, agrowisata, hingga pengamatan satwa. Prinsip konservasi lingkungan sangat penting dalam pengelolaan desa wisata, termasuk penggunaan teknologi ramah lingkungan seperti sistem irigasi tradisional, pengolahan sampah berbasis komunitas, dan energi terbarukan.

Pilar kedua adalah budaya, yang menjadi pembeda utama desa wisata dari destinasi konvensional. Unsur budaya yang menonjol mencakup seni pertunjukan tradisional, adat istiadat, arsitektur lokal, kerajinan tangan, dan kuliner khas daerah. Penting untuk menjaga agar budaya tidak mengalami komodifikasi yang berlebihan dan tetap mempertahankan

nilai-nilai asli. Edukasi kepada wisatawan mengenai tradisi lokal juga menjadi bagian dari pelestarian.

Pilar ketiga adalah manusia, yang merujuk pada komunitas lokal sebagai penggerak utama desa wisata. Masyarakat dilibatkan dalam semua proses, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Mereka diberdayakan melalui berbagai kegiatan ekonomi, pelatihan, serta pengembangan kapasitas dalam pelayanan wisata dan kewirausahaan. Kepemimpinan komunitas diperkuat melalui lembaga seperti Pokdarwis, BUMDes wisata, koperasi, dan kelompok perempuan atau pemuda. Dengan demikian, masyarakat tidak hanya menjadi pelaksana, tetapi juga pemilik dan penjaga warisan desa.

Ketiga pilar ini harus dikembangkan secara seimbang dan terpadu agar desa wisata tidak sekadar menjadi destinasi kunjungan, tetapi juga menjadi ruang hidup yang lestari, memberdayakan, dan bermartabat.

1.3 Perbedaan Desa Wisata dan Destinasi Wisata Konvensional

Perbedaan mendasar antara desa wisata dan destinasi wisata konvensional terletak pada pendekatan pengelolaan, keterlibatan masyarakat, serta tujuan pengembangan. Desa

wisata menerapkan pendekatan *community-based tourism*, di mana masyarakat lokal menjadi pelaku utama dalam perencanaan dan pengelolaan wisata secara partisipatif. Sebaliknya, destinasi wisata konvensional umumnya dikelola oleh pihak luar atau investor swasta yang berorientasi pada keuntungan, dengan peran masyarakat lokal yang terbatas.

Daya tarik utama desa wisata bersumber dari kehidupan pedesaan yang otentik, tradisi, dan budaya lokal, sedangkan destinasi konvensional lebih mengedepankan atraksi buatan dan hiburan komersial. Dari sisi dampak ekonomi, desa wisata memungkinkan distribusi pendapatan yang lebih merata ke masyarakat, sementara destinasi konvensional cenderung menghasilkan manfaat yang terpusat pada investor.

Desa wisata juga menawarkan pengalaman wisata yang edukatif dan interaktif, mendorong keterlibatan wisatawan dalam kegiatan lokal. Sebaliknya, destinasi konvensional lebih bersifat pasif dan konsumtif. Dalam hal keberlanjutan, desa wisata berpotensi memperkuat budaya lokal dan menjaga lingkungan, sedangkan destinasi konvensional sering kali menimbulkan dampak negatif seperti *over-tourism* dan hilangnya identitas budaya.

1.4 Manfaat Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan

Pengembangan desa wisata memberikan manfaat yang bersifat multidimensi, mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dari sisi ekonomi, desa wisata menjadi motor penggerak pertumbuhan lokal dengan membuka berbagai peluang usaha bagi masyarakat. Warga desa dapat memperoleh penghasilan tambahan melalui pengelolaan homestay, penyediaan jasa kuliner khas daerah, menjadi pemandu wisata, serta menjual kerajinan tangan atau produk lokal lainnya. Selain itu, kehadiran desa wisata juga mendorong pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta memperkuat peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sebagai lembaga ekonomi desa. Pendapatan yang dihasilkan dari sektor pariwisata pun cenderung terdistribusi secara lebih merata, menciptakan pemerataan kesejahteraan bagi berbagai kelompok masyarakat. Sebagai contoh, Desa Wisata Pentingsari di Sleman berhasil memberdayakan warga melalui sistem homestay kolektif, di mana hasil keuntungannya dibagi secara adil berdasarkan kontribusi masing-masing rumah tangga.

Dari aspek sosial, pengembangan desa wisata memberikan dampak positif dalam memperkuat kohesi sosial, partisipasi warga, dan pelestarian budaya lokal. Keterlibatan

masyarakat dalam perencanaan dan pengelolaan wisata meningkatkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab terhadap pembangunan desa. Budaya lokal seperti kesenian tradisional, bahasa daerah, upacara adat, dan nilai-nilai kearifan lokal menjadi aset penting yang diangkat sebagai daya tarik wisata. Hal ini tidak hanya mendorong pelestarian warisan budaya, tetapi juga membangun identitas kolektif dan rasa bangga masyarakat terhadap potensi desanya. Sebagai contoh, Desa Adat Penglipuran di Bali menjadikan tata ruang tradisional dan sistem adat sebagai atraksi utama, sekaligus memperkuat nilai gotong royong dan kedisiplinan sosial masyarakatnya.

Sementara itu, dari aspek lingkungan, desa wisata berperan dalam konservasi alam dan edukasi ekologis. Pembangunan pariwisata yang berbasis ekowisata mendorong masyarakat untuk menjaga kelestarian hutan, sumber air, dan lanskap alam lainnya yang menjadi objek wisata. Kesadaran terhadap pentingnya menjaga lingkungan pun meningkat melalui pelibatan warga dalam pengelolaan sampah, pemanfaatan energi terbarukan, serta pembangunan infrastruktur yang berwawasan lingkungan. Aktivitas wisata diarahkan agar tidak bersifat eksploitatif, melainkan edukatif dan konservatif. Contohnya dapat ditemukan di Desa Wisata Nglanggeran di Gunungkidul, yang berhasil mengelola

kawasan Gunung Api Purba sebagai destinasi geowisata dengan tetap menjaga ekosistemnya melalui penggunaan bio-septik tank, pengelolaan air hujan, dan penerapan teknologi ramah lingkungan.

Dengan demikian, pengembangan desa wisata merupakan model pembangunan desa yang holistik, yang tidak hanya meningkatkan kesejahteraan ekonomi, tetapi juga memperkuat struktur sosial dan menjaga keseimbangan ekologi. Keberhasilannya sangat bergantung pada partisipasi aktif seluruh elemen masyarakat serta dukungan dari berbagai pihak dalam ekosistem pembangunan desa.

BAB II

MANAJEMEN DESA WISATA: PENDEKATAN KONVENSIONAL KE DIGITAL

2.1 Prinsip-Prinsip Manajemen Desa Wisata

Manajemen desa wisata merupakan proses yang sistematis dan terstruktur, mencakup tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga pengawasan terhadap berbagai kegiatan pariwisata berbasis masyarakat. Dalam menghadapi dinamika zaman, khususnya era digital, manajemen desa wisata dituntut untuk bertransformasi agar mampu memanfaatkan potensi lokal secara optimal dan berkelanjutan.

Terdapat beberapa prinsip dasar yang menjadi fondasi dalam manajemen desa wisata. Pertama, partisipasi komunitas, di mana masyarakat lokal menjadi aktor utama dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan kegiatan wisata. Kedua, keberlanjutan, yang menekankan pentingnya menjaga kesinambungan sumber daya alam, sosial, dan budaya dalam jangka panjang. Ketiga, keadilan distribusi manfaat, yaitu memastikan bahwa keuntungan ekonomi dan sosial dari aktivitas pariwisata dapat dirasakan secara merata oleh seluruh elemen masyarakat. Keempat, keterbukaan

informasi, yang menggarisbawahi pentingnya transparansi dalam membangun kepercayaan antara pengelola, masyarakat, dan wisatawan. Kelima, adaptasi teknologi, sebagai upaya pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas promosi, pelayanan, dan efisiensi manajerial.

2.2 Struktur Organisasi Pengelolaan Desa Wisata

Agar pengelolaan desa wisata berjalan efektif, diperlukan struktur organisasi yang mampu menampung berbagai peran strategis. Elemen utama dalam struktur ini antara lain adalah Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) yang berperan sebagai penggerak utama dalam operasional harian. Selain itu, Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) memiliki peran sentral dalam mengelola unit usaha wisata secara profesional serta mendukung aspek keuangan desa.

Seiring berkembangnya kebutuhan digital, dibentuk pula tim pengelola digital yang bertanggung jawab atas manajemen media sosial, pemasaran daring, pengelolaan reservasi online, serta penyusunan konten visual dan naratif desa. Forum masyarakat juga menjadi elemen penting dalam memastikan bahwa pengambilan kebijakan dilakukan secara musyawarah dan demokratis. Struktur organisasi ini bersifat

fleksibel, disesuaikan dengan kondisi sosial, kapasitas sumber daya manusia, serta skala pengembangan desa wisata.

2.3 Peralihan dari Manajemen Konvensional ke Digital

Pada tahap awal pengembangan, banyak desa wisata masih menggunakan pendekatan konvensional dalam pengelolaan. Promosi biasanya dilakukan melalui media cetak seperti leaflet, spanduk, dan pameran. Proses reservasi homestay atau paket wisata masih mengandalkan catatan manual atau sambungan telepon. Pelaporan kegiatan juga disusun secara tertulis tanpa sistem integrasi yang baik. Meskipun pendekatan ini membangun kedekatan sosial yang kuat, namun sering kali menimbulkan masalah seperti administrasi yang tidak tertib, lambatnya komunikasi, serta minimnya data akurat untuk evaluasi dan pengambilan keputusan.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka peluang besar bagi transformasi manajemen ke arah digital. Strategi promosi kini dapat dilakukan melalui media sosial, situs web, dan platform digital pariwisata seperti Traveloka atau GoWisata dari Kemenparekraf. Proses pencatatan keuangan dan inventaris mulai memanfaatkan aplikasi manajemen digital. Integrasi peta digital seperti

Google Maps atau sistem informasi geografis (GIS) juga mendukung navigasi dan promosi. Bahkan, layanan wisata kini telah berbasis aplikasi, mencakup pemesanan daring, pembayaran elektronik, pengaturan jadwal kunjungan, hingga sistem ulasan pelanggan.

Transformasi digital ini juga membuka ruang partisipasi yang lebih luas, khususnya bagi generasi muda yang akrab dengan teknologi. Mereka dapat terlibat dalam pengembangan konten digital, strategi branding visual, serta pelayanan wisata berbasis aplikasi.

2.4 Tantangan dalam Transformasi Digital

Transformasi ke arah digital tentu tidak lepas dari tantangan. Salah satu hambatan utama adalah keterbatasan infrastruktur digital. Banyak desa wisata berada di wilayah dengan jaringan internet yang belum stabil atau belum memiliki perangkat teknologi yang memadai. Selain itu, literasi digital masyarakat, terutama generasi tua atau mereka yang berlatar pendidikan rendah, masih tergolong rendah. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan dan pelatihan secara berkelanjutan.

Aspek pendanaan juga menjadi tantangan tersendiri. Pengadaan aplikasi, penyediaan perangkat, pelatihan SDM,

hingga penguatan sistem keamanan digital membutuhkan investasi yang tidak sedikit. Desa mungkin belum memiliki kapasitas keuangan mandiri untuk memenuhi kebutuhan ini. Di sisi lain, transformasi digital juga membawa risiko keamanan data. Informasi terkait pengunjung, transaksi keuangan, dan aset desa perlu dikelola dengan prinsip keamanan siber agar tidak terjadi kebocoran data atau penyalahgunaan informasi.

2.5 Peluang dan Keuntungan Digitalisasi

Meski menghadirkan tantangan, transformasi digital membuka peluang strategis yang luas bagi pengelolaan desa wisata. Digitalisasi memungkinkan akses pasar yang lebih luas, baik secara nasional maupun internasional. Dengan konten visual yang menarik dan strategi pemasaran digital yang tepat, desa wisata dapat dikenal oleh wisatawan dari berbagai penjuru dunia.

Efisiensi operasional juga menjadi keuntungan utama. Administrasi, pelaporan, komunikasi, dan koordinasi antar pihak dapat dilakukan secara cepat, tepat, dan terdokumentasi. Digitalisasi memungkinkan pengambilan keputusan berbasis data, seperti pola kunjungan, preferensi wisatawan, atau agenda wisata yang paling diminati. Data ini

sangat berguna dalam perencanaan program jangka panjang dan evaluasi kinerja. Transformasi digital juga menjadi daya tarik tersendiri bagi generasi muda untuk berkontribusi aktif di sektor pariwisata desa.

BAB III

PERAN TEKNOLOGI DALAM PENGELOLAAN DESA WISATA

Perkembangan teknologi digital telah merevolusi berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor pariwisata. Desa wisata, sebagai bagian dari pembangunan berbasis komunitas, kini dituntut untuk mengadopsi berbagai inovasi teknologi guna meningkatkan efisiensi layanan, memperluas jangkauan pemasaran, memperkuat pengelolaan sumber daya, serta mendukung keberlanjutan lingkungan dan budaya. Teknologi tidak hanya mendukung proses manajerial, tetapi juga menciptakan pengalaman wisata yang lebih menarik, personal, dan interaktif bagi wisatawan.

3.1 Digitalisasi Layanan Wisata: Ticketing, Reservasi, dan Pembayaran

Salah satu transformasi paling nyata dalam pengelolaan desa wisata adalah digitalisasi layanan. Sistem pemesanan tiket dan reservasi online memungkinkan wisatawan untuk memesan layanan seperti homestay, paket wisata, atau transportasi lokal kapan saja dan dari mana saja, tanpa perlu melakukan kunjungan langsung. Selain itu, penerapan sistem

pembayaran digital melalui QRIS, transfer bank, atau dompet digital seperti OVO dan GoPay mempermudah transaksi sekaligus mengurangi risiko penyimpanan uang tunai.

Digitalisasi layanan memberikan berbagai keuntungan, seperti kemudahan dalam pengelolaan antrian dan kunjungan wisatawan, peningkatan transparansi dan akuntabilitas keuangan, serta tersedianya data statistik kunjungan yang dapat digunakan untuk perencanaan promosi dan evaluasi dampak ekonomi. Layanan digital juga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan generasi milenial dan Gen Z yang terbiasa menggunakan teknologi dalam aktivitas sehari-hari.

3.2 Pemetaan Potensi melalui GIS dan Drone

Teknologi pemetaan berbasis Geographic Information System (GIS) dan penggunaan drone kini menjadi alat penting dalam pengelolaan desa wisata, terutama untuk keperluan perencanaan dan promosi. GIS memungkinkan pemetaan spasial yang akurat terhadap berbagai elemen penting seperti lokasi atraksi wisata, jalur transportasi, sumber daya alam, hingga kawasan konservasi dan daerah rawan bencana.

Sementara itu, drone digunakan untuk menghasilkan dokumentasi visual berupa foto dan video udara yang menarik, membantu identifikasi potensi wilayah, serta

memantau infrastruktur dan kondisi lingkungan wisata. Kombinasi antara GIS dan drone memperkuat proses pengambilan keputusan dalam tata ruang dan zonasi wisata berbasis data aktual dan visualisasi tiga dimensi. Selain mempercepat pengembangan produk wisata, teknologi ini juga memudahkan wisatawan dalam navigasi digital.

3.3 Penerapan Aplikasi Smart Tourism

Konsep smart tourism atau pariwisata cerdas adalah pendekatan integratif yang menggabungkan teknologi digital seperti big data, kecerdasan buatan (AI), aplikasi seluler, dan sensor untuk menciptakan pengalaman wisata yang lebih personal, efisien, dan adaptif. Dalam konteks desa wisata, penerapan smart tourism meliputi pengembangan aplikasi berbasis Android/iOS yang menyediakan informasi tentang layanan, lokasi, jadwal kegiatan, dan sistem reservasi daring.

Selain itu, teknologi QR Code juga digunakan untuk memberikan informasi digital terkait atraksi wisata, sejarah lokal, hingga panduan kunjungan secara mandiri. Fitur ulasan dan interaksi digital memungkinkan wisatawan memberikan masukan langsung kepada pengelola, yang sangat berharga untuk perbaikan layanan. Pendekatan ini menjadikan desa wisata sebagai ekosistem digital yang terhubung dan mampu

menyajikan pengalaman wisata berbasis informasi. Dampaknya, tingkat kepuasan wisatawan meningkat, begitu pula efisiensi operasional pengelola.

3.4 Internet of Things (IoT) dan Desa Wisata Cerdas

Internet of Things (IoT) merupakan jaringan perangkat yang saling terhubung dan mampu mengirim serta menerima data secara otomatis. Dalam konteks desa wisata, IoT dapat diterapkan untuk meningkatkan kenyamanan, keamanan, dan efisiensi layanan. Penerapan konkret antara lain sensor suhu dan kelembaban untuk monitoring lingkungan, kamera CCTV untuk menjaga keamanan wisatawan, sistem penerangan otomatis (smart lamp), serta manajemen air dan sampah berbasis sensor.

Data yang dikumpulkan dari berbagai perangkat IoT dapat diintegrasikan dalam dashboard manajemen untuk mendukung pengambilan keputusan secara real-time. Hal ini sejalan dengan konsep smart village tourism yang menekankan pada keterpaduan teknologi, keberlanjutan sosial, dan kelestarian lingkungan. Penerapan IoT terbukti dapat meningkatkan efisiensi pengelolaan fasilitas wisata hingga 35%, sekaligus memperkuat daya saing desa wisata sebagai destinasi modern dan adaptif.

3.5 Teknologi Ramah Lingkungan (Eco-Tech Tourism)

Penerapan teknologi yang ramah lingkungan juga menjadi bagian penting dari strategi pengelolaan desa wisata yang berkelanjutan. Beberapa contoh teknologi hijau yang dapat diimplementasikan antara lain penggunaan panel surya sebagai sumber energi terbarukan di homestay atau fasilitas umum, sistem pengolahan limbah biologis untuk menjaga kualitas sanitasi lingkungan, serta manajemen sampah digital melalui pemisahan cerdas dan pelaporan berbasis aplikasi.

Di samping itu, transportasi rendah emisi seperti sepeda wisata, kendaraan listrik, dan jalur pedestrian ramah lingkungan menjadi pelengkap dari konsep eco-tourism. Penerapan teknologi ini tidak hanya mengurangi jejak ekologis, tetapi juga meningkatkan citra desa wisata sebagai destinasi bertanggung jawab secara sosial dan ekologis. Berdasarkan indeks keberlanjutan global, integrasi teknologi ramah lingkungan dapat meningkatkan daya saing destinasi wisata hingga 42%.

Teknologi telah menjadi kebutuhan, bukan sekadar pilihan, dalam pengelolaan desa wisata di era digital. Melalui digitalisasi layanan, pemetaan potensi, pengembangan aplikasi cerdas, penerapan IoT, dan teknologi ramah

lingkungan, desa wisata dapat memperkuat daya saing, meningkatkan efisiensi pengelolaan, serta memastikan keberlanjutan sosial dan lingkungan. Meski demikian, keberhasilan transformasi ini sangat bergantung pada kesiapan masyarakat, dukungan regulasi, serta sinergi antarsektor.

BAB IV

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DESA WISATA

Di era digital, pemasaran tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana promosi, melainkan telah berevolusi menjadi alat strategis untuk membangun identitas, menciptakan koneksi emosional, dan menumbuhkan kepercayaan antara destinasi dan wisatawan. Desa wisata yang sebelumnya mengandalkan pendekatan promosi konvensional kini dituntut untuk melakukan transformasi melalui strategi digital yang kreatif, terukur, dan partisipatif. Pemasaran digital memberikan kemampuan bagi desa wisata untuk menjangkau audiens yang lebih luas, berinteraksi langsung dengan calon wisatawan, serta mengelola citra destinasi secara real-time dan dinamis.

4.1 Branding dan Storytelling Desa Wisata

Branding merupakan proses menciptakan citra atau persepsi kuat terhadap desa wisata di benak wisatawan. Branding tidak terbatas pada elemen visual seperti logo atau slogan, melainkan mencerminkan nilai, karakter, dan pesan utama yang ingin disampaikan oleh desa kepada publik. Sebagai pelengkap, storytelling atau penceritaan menjadi

elemen penting dalam menyampaikan kisah tentang kehidupan masyarakat, sejarah lokal, tradisi, serta keunikan budaya desa. Narasi yang kuat dapat membangkitkan emosi wisatawan dan membentuk keterikatan yang mendalam terhadap destinasi.

Beberapa praktik yang dapat dilakukan dalam pengembangan branding dan storytelling antara lain penggunaan nama destinasi yang mencerminkan identitas lokal seperti “Desa Wisata Nglanggeran Desa Vulkanik Purba”, penyampaian kisah perjuangan masyarakat atau mitos lokal dalam materi promosi, serta penggambaran aktivitas keseharian seperti panen, upacara adat, dan kerajinan tangan sebagai konten yang autentik dan menarik. Sejalan dengan filosofi Simon Sinek, “People don’t buy what you do; they buy why you do it,” wisatawan tidak hanya membeli pengalaman, tetapi terhubung secara emosional dengan nilai dan tujuan dari destinasi tersebut.

4.2 Manfaat Media Sosial dan Konten Digital

Media sosial telah menjadi platform utama dalam membangun komunikasi dan interaksi antara desa wisata dan audiens. Setiap platform memiliki karakteristik tersendiri: Instagram dan TikTok unggul dalam visual storytelling

melalui foto dan video pendek; Facebook efektif untuk membangun komunitas dan menyebarkan informasi kegiatan; YouTube menjadi sarana dokumentasi visual yang mendalam; sedangkan WhatsApp Business berguna dalam pelayanan cepat dan komunikasi reservasi.

Konten digital yang konsisten dan berkualitas menjadi tulang punggung keberhasilan strategi promosi digital. Foto lanskap, video aktivitas wisata, dokumentasi kuliner lokal, serta infografis paket wisata dapat memperkuat citra profesional desa wisata. Konten yang menarik dan informatif dapat meningkatkan jangkauan promosi tanpa biaya besar, membangun kredibilitas, serta mengundang partisipasi wisatawan melalui testimoni, komentar, dan ulasan. Riset menunjukkan bahwa sebanyak 86% wisatawan milenial mempertimbangkan konten media sosial dalam menentukan pilihan destinasi wisata.

4.3 Influencer dan Community-Based Marketing

Salah satu pendekatan strategis dalam pemasaran digital adalah influencer marketing, yakni menggandeng tokoh media sosial yang memiliki pengikut besar untuk memperkenalkan desa wisata kepada audiens yang lebih luas. Influencer dapat berupa travel blogger, selebgram lokal, atau kreator konten

yang fokus pada tema budaya, alam, dan petualangan. Kepercayaan audiens terhadap rekomendasi influencer menjadikan metode ini efektif dalam meningkatkan visibilitas dan menarik kunjungan.

Namun demikian, desa wisata juga perlu membangun kekuatan dari dalam melalui community-based marketing. Strategi ini melibatkan masyarakat sebagai duta digital, membentuk komunitas pengunjung yang loyal, serta mengajak pelaku usaha lokal untuk turut mempromosikan desa melalui media sosial atau kegiatan bersama. Kolaborasi antara influencer dan komunitas lokal menjadi kombinasi strategis jangka pendek dan panjang yang saling memperkuat, meningkatkan kredibilitas, serta menumbuhkan rasa kepemilikan masyarakat terhadap perkembangan pariwisata.

4.4 Marketplace Pariwisata: Traveloka, Kemenparekraf, dan Platform Lainnya

Marketplace pariwisata merupakan platform digital yang memungkinkan wisatawan mencari, membandingkan, dan memesan berbagai layanan wisata. Kehadiran desa wisata di berbagai platform seperti Traveloka, Tiket.com, dan Booking.com sangat penting untuk meningkatkan aksesibilitas dan kemudahan layanan. Platform resmi seperti GoWisata

dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), serta jaringan GenPI (Generasi Pesona Indonesia), juga menjadi saluran promosi dan direktori penting bagi desa wisata di Indonesia.

Selain itu, optimalisasi Google Maps dan Google My Business memungkinkan desa wisata memperoleh validasi lokasi, ulasan pelanggan, serta peningkatan kepercayaan wisatawan. Marketplace ini memudahkan sistem reservasi dan pembayaran, meningkatkan kredibilitas melalui rating dan testimoni, serta menyediakan data pasar secara real-time yang dapat dimanfaatkan untuk penyusunan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran.

4.5 Analitik dan Pemantauan Tren Wisatawan

Strategi digital yang efektif dalam pengelolaan desa wisata tidak dapat dilepaskan dari proses analisis dan pemantauan berbasis data yang sistematis. Dalam era digital, data menjadi fondasi utama untuk memahami perilaku wisatawan dan mengevaluasi efektivitas kampanye promosi. Beberapa indikator utama yang perlu diamati secara rutin meliputi jumlah pengunjung situs web dan media sosial, tingkat interaksi digital seperti likes, komentar, dan shares, jumlah reservasi atau pemesanan layanan wisata, tingkat

kunjungan ulang, serta ulasan pelanggan dan skor kepuasan mereka. Pemanfaatan alat bantu digital seperti Google Analytics memungkinkan pengelola desa wisata memahami perilaku pengunjung di situs mereka, mulai dari halaman yang paling banyak dikunjungi, durasi kunjungan, hingga sumber trafik. Sementara itu, Instagram Insight dan Meta Business Suite membantu dalam menganalisis performa konten media sosial secara real time. Tak kalah penting, survei daring dapat digunakan untuk mengidentifikasi preferensi wisatawan terhadap jenis atraksi, fasilitas, dan layanan yang mereka harapkan. Semua data ini memberikan wawasan yang mendalam untuk melakukan penyesuaian strategi secara tepat waktu.

Dengan memanfaatkan analitik secara optimal, pengelola desa wisata dapat melakukan evaluasi menyeluruh terhadap aktivitas promosi yang telah dilakukan, mengidentifikasi mana konten yang paling efektif dalam menarik perhatian audiens, serta merancang inovasi produk wisata yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar. Pendekatan ini menjadikan strategi pemasaran digital lebih adaptif, tidak hanya berdasarkan intuisi semata, tetapi bertumpu pada bukti nyata (*evidence-based marketing*). Desa wisata pun dapat mengikuti dinamika tren wisata terkini, seperti meningkatnya

minat pada ekowisata, wisata edukatif, atau pengalaman berbasis budaya lokal. Sebagai contoh, jika data menunjukkan bahwa konten video tentang aktivitas membuat batik mendapat interaksi tinggi, maka desa dapat mengembangkan program wisata harian yang melibatkan wisatawan dalam proses pembuatan batik tulis.

Lebih dari sekadar menampilkan visual yang menarik, strategi pemasaran digital harus mampu menyampaikan nilai (value), membangun koneksi emosional, dan menciptakan keterhubungan yang autentik antara wisatawan dengan masyarakat lokal. Branding desa wisata harus dikembangkan melalui narasi yang kuat, konten yang otentik dan relevan, serta kolaborasi dengan komunitas lokal maupun influencer yang memiliki kedekatan dengan segmen pasar yang dituju. Penggunaan storytelling menjadi penting agar wisatawan tidak hanya tahu tentang desa wisata, tetapi juga merasa terinspirasi, tersentuh, dan terlibat secara emosional. Dukungan data analitik yang akurat akan memperkuat setiap langkah pemasaran ini, memastikan bahwa pesan yang disampaikan tepat sasaran. Strategi yang terencana dan berbasis data akan membawa desa wisata ke level yang lebih tinggi, menjadikannya tidak hanya dikenal luas, tetapi juga

dicintai dan terus dikunjungi oleh wisatawan yang loyal dan berulang.

BAB V

PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DAN LITERASI DIGITAL

Keberhasilan transformasi digital dalam pengelolaan desa wisata sangat ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia (SDM) yang terlibat di dalamnya. Masyarakat lokal tidak boleh hanya menjadi objek pembangunan, melainkan harus berperan aktif sebagai subjek yang memiliki kapasitas untuk memahami, mengelola, dan mengembangkan potensi desanya secara mandiri, kreatif, dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, pengembangan SDM dan peningkatan literasi digital menjadi prioritas utama dalam menjawab tantangan industri pariwisata masa kini yang dinamis dan berbasis teknologi.

5.1 Pemberdayaan Masyarakat Lokal

Pemberdayaan masyarakat dalam konteks desa wisata tidak sekadar melibatkan warga dalam aktivitas wisata, tetapi merupakan suatu proses sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas, kemandirian, dan rasa percaya diri warga desa agar mampu mengelola potensi wisata secara kolektif. Masyarakat perlu diberdayakan agar dapat menjadi

pelaku utama (host) dalam penyediaan layanan wisata, sekaligus mengembangkan usaha pariwisata yang berbasis pada budaya dan kearifan lokal. Pendekatan yang digunakan dalam proses pemberdayaan harus bersifat partisipatif dan edukatif, seperti melalui forum warga, musyawarah desa, pelatihan praktis, dan kegiatan komunitas.

Proses pemberdayaan ini menciptakan rasa kepemilikan (sense of ownership) yang kuat terhadap program desa wisata, sehingga meningkatkan keberlanjutan pengelolaan dan kualitas layanan yang ditawarkan. Berbagai studi menunjukkan bahwa desa wisata dengan tingkat partisipasi masyarakat yang tinggi cenderung memiliki indeks kepuasan wisatawan yang lebih baik serta ketahanan sosial dan ekonomi yang lebih kuat.

5.2 Pelatihan Digital Marketing, Hospitality, dan Pengelolaan Homestay

Dalam era digital, keberhasilan desa wisata juga sangat bergantung pada penguasaan keterampilan praktis yang relevan dengan tuntutan industri pariwisata saat ini. Oleh karena itu, program pelatihan yang menyorot tiga aspek utama sangat dibutuhkan, yaitu digital marketing, hospitality, dan pengelolaan homestay.

Pertama, pelatihan digital marketing mencakup keterampilan membuat konten media sosial, seperti foto dan video yang menarik, penyusunan caption, serta penggunaan strategi copywriting untuk promosi daring. Selain itu, peserta pelatihan juga perlu memahami cara mengoptimalkan Google My Business dan berbagai marketplace wisata untuk memperluas jangkauan promosi desa wisata.

Kedua, pelatihan bidang hospitality bertujuan meningkatkan profesionalisme pelayanan masyarakat kepada wisatawan. Materi pelatihan meliputi etika dalam melayani tamu, manajemen pengalaman wisatawan, keterampilan komunikasi layanan, penanganan keluhan, dan penguasaan bahasa asing dasar, khususnya Bahasa Inggris.

Ketiga, pelatihan pengelolaan homestay difokuskan pada aspek kebersihan, kenyamanan, estetika, serta penerapan sistem reservasi dan pembukuan sederhana. Pelayanan berbasis kearifan lokal dan standar kelayakan seperti CHSE (Clean, Health, Safety, and Environment) juga perlu ditekankan untuk menjamin mutu layanan. Kementerian Pariwisata bersama lembaga pelatihan terkait telah mengembangkan kurikulum terpadu berbasis digital guna mendukung penguatan kompetensi masyarakat desa wisata.

5.3 Kolaborasi dengan Perguruan Tinggi dan Lembaga Pelatihan

Pengembangan kapasitas SDM desa wisata memerlukan dukungan dari berbagai pihak, khususnya perguruan tinggi dan lembaga pelatihan profesional. Kolaborasi strategis ini dapat dilakukan melalui program pendampingan teknis, pelatihan tematik, riset kolaboratif, pemetaan potensi lokal, hingga penyusunan model pemberdayaan berbasis data dan sains sosial. Perguruan tinggi juga dapat membantu membangun inkubator bisnis wisata berbasis UMKM sebagai wadah inovasi dan akselerasi usaha masyarakat desa.

Program-program seperti Kampus Merdeka, Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik, dan Desa Binaan menjadi ruang kolaboratif yang memungkinkan mahasiswa dan akademisi berperan aktif dalam proses digitalisasi desa wisata. Kolaborasi yang bersifat triple helix antara akademisi, masyarakat, dan pemerintah lokal telah terbukti mempercepat proses adopsi teknologi dan memperkuat tata kelola desa berbasis pengetahuan.

5.4 Peran Anak Muda dan UMKM dalam Desa Wisata Digital

Generasi muda memiliki posisi strategis sebagai motor penggerak transformasi digital di desa wisata. Mereka umumnya lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, memiliki akses luas terhadap informasi global, serta kemampuan menciptakan inovasi di bidang konten kreatif, pengembangan aplikasi, dan layanan digital lainnya. Anak muda dapat mengambil peran aktif dalam produksi konten promosi (seperti vlog, video TikTok, dan dokumentasi drone), pengelolaan akun media sosial resmi desa wisata, serta dalam merancang dan mengelola situs web atau aplikasi digital desa.

Selain itu, peran UMKM tidak kalah penting dalam menopang ekosistem ekonomi desa wisata. Produk-produk lokal seperti kuliner tradisional, kerajinan tangan, dan fesyen etnik memiliki potensi besar untuk dijual secara daring melalui berbagai saluran, seperti marketplace (Shopee, Tokopedia), website desa, maupun media sosial. Digitalisasi UMKM menjadi instrumen penting dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal.

Sinergi antara anak muda dan pelaku UMKM akan menciptakan ekosistem yang inklusif dan inovatif dalam pengembangan desa wisata. Data dari Badan Pusat Statistik

(BPS) menunjukkan bahwa desa yang melibatkan generasi muda secara aktif dalam pengelolaan pariwisata mengalami peningkatan pendapatan desa hingga 27% dalam kurun waktu dua tahun. Fakta ini menegaskan pentingnya keterlibatan generasi muda dan sektor UMKM dalam membangun desa wisata digital yang berkelanjutan.

BAB VI

MANAJEMEN KEUANGAN DAN KELEMBAGAAN DIGITAL

Dalam era transformasi digital, keberhasilan pengelolaan desa wisata tidak hanya bertumpu pada kualitas atraksi dan promosi, tetapi juga sangat bergantung pada sistem manajemen keuangan dan kelembagaan yang transparan, akuntabel, dan efisien. Desa wisata dituntut untuk memiliki sistem keuangan yang tertata dan kelembagaan yang kuat guna memastikan keberlanjutan, kemandirian, dan pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Digitalisasi dalam dua aspek ini menjadi pilar penting dalam mewujudkan desa wisata yang modern, terpercaya, dan kompetitif.

6.1 Sistem Pencatatan Keuangan Digital

Pengelolaan keuangan desa wisata harus dilakukan secara tertib, akurat, dan terdokumentasi secara digital untuk memastikan kelangsungan operasional, pertanggungjawaban publik, serta pengambilan keputusan berbasis data. Beberapa aplikasi keuangan yang dapat digunakan antara lain Siskeudes (Sistem Keuangan Desa) yang dikembangkan oleh BPKP dan Kemendagri untuk pencatatan keuangan desa secara

terintegrasi, serta Sistem Informasi Desa (SID) yang membantu pengelolaan anggaran dan kegiatan. Selain itu, tersedia pula berbagai aplikasi akuntansi berbasis cloud seperti Jurnal.id, BukuKas, dan Akuntansi UKM yang cocok digunakan oleh unit usaha desa wisata.

Penerapan sistem keuangan digital membawa berbagai manfaat, antara lain memudahkan proses pelaporan dan audit keuangan, menyajikan histori transaksi secara otomatis, serta menyederhanakan proses perencanaan dan evaluasi keuangan tahunan. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan oleh BPKP pada tahun 2021, digitalisasi sistem keuangan desa terbukti menurunkan risiko penyimpangan anggaran hingga 60%, sekaligus meningkatkan efisiensi tata kelola keuangan berbasis komunitas.

6.2 Transparansi Anggaran Berbasis Digital

Transparansi anggaran menjadi elemen krusial dalam pengelolaan desa wisata. Masyarakat sebagai pemilik sumber daya dan pemangku kepentingan utama berhak mengetahui bagaimana dana desa dan pendapatan wisata dikelola. Digitalisasi memungkinkan transparansi tersebut diwujudkan secara real-time melalui berbagai media. Desa wisata dapat menampilkan rencana dan realisasi anggaran secara terbuka

melalui situs resmi desa, menyebarkan informasi melalui media sosial dan infografis visual, serta menyediakan QR Code yang berisi data keuangan, laporan kegiatan, hingga hasil musyawarah desa.

Transparansi berbasis digital tidak hanya membangun kepercayaan publik, tetapi juga meminimalisasi konflik internal dan meningkatkan akuntabilitas pengelola. Studi dari LIPI (2020) menunjukkan bahwa desa-desa yang mengadopsi sistem transparansi digital mengalami peningkatan partisipasi warga dalam musyawarah desa hingga 40%. Hal ini menunjukkan bahwa keterbukaan informasi mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam pembangunan wisata yang berkelanjutan.

6.3 Pengelolaan Aset Wisata dan Dana CSR/BUMDes

Aset desa wisata seperti homestay, aula, taman wisata, spot foto, area parkir, hingga peralatan pertunjukan seni merupakan sumber daya yang harus dikelola secara profesional dan tercatat dalam sistem inventaris digital. Pengelolaan aset yang baik tidak hanya memperpanjang umur pakai, tetapi juga memberikan kepastian hukum terkait kepemilikan dan distribusi manfaat. Selain aset fisik, pengelolaan dana dari berbagai sumber juga harus dilakukan

secara tertib, seperti dana Corporate Social Responsibility (CSR) dari perusahaan mitra lokal yang dapat diarahkan untuk pelatihan SDM dan pembangunan infrastruktur, serta pendapatan dari BUMDes yang harus diinvestasikan kembali untuk keberlanjutan layanan wisata.

Penerimaan dari tiket masuk, jasa pemandu, maupun layanan wisata lainnya perlu dicatat sebagai bagian dari Pendapatan Asli Desa (PADes) yang mendukung kemandirian fiskal. Oleh karena itu, sistem manajemen berbasis data sangat diperlukan untuk mengatur kepemilikan aset, sumber dan distribusi dana, serta perencanaan anggaran tahunan. Kementerian Desa PDTT menegaskan bahwa pemisahan kas operasional dan kas aset merupakan praktik yang sehat dalam mendukung stabilitas anggaran jangka panjang.

6.4 Peran Kelembagaan: BUMDes dan Koperasi Digital

Kelembagaan desa seperti Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dan koperasi berperan strategis dalam mendukung pengelolaan unit usaha wisata secara profesional. Dalam konteks digitalisasi, peran kelembagaan ini harus bertransformasi agar sejalan dengan perkembangan teknologi manajemen modern.

BUMDes digital dapat mengambil peran lebih dari sekadar operator layanan wisata. BUMDes dapat mengelola website resmi desa wisata, mengoperasikan sistem reservasi daring, menerapkan sistem e-ticketing dan e-payment, serta memonitor pendapatan dan pengeluaran unit usaha secara real-time. Dengan sistem terintegrasi ini, BUMDes mampu mempercepat perputaran modal, meningkatkan efisiensi operasional, serta memastikan pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Sementara itu, koperasi digital memiliki fungsi pendukung dalam pengelolaan wisata desa, khususnya dalam hal pembiayaan mikro bagi pelaku UMKM, penyediaan logistik, dan jasa konsumsi berbasis komunitas. Penggunaan aplikasi koperasi online seperti Koperasiku atau Digital Koperasi memungkinkan proses simpan pinjam, transaksi, dan distribusi modal dilakukan secara efisien dan transparan. Integrasi koperasi dengan sistem keuangan desa wisata memperkuat ekosistem ekonomi digital berbasis lokal.

Manajemen keuangan dan kelembagaan desa wisata harus berevolusi dari pendekatan konvensional menuju sistem digital yang efisien, akuntabel, dan inklusif. Melalui implementasi aplikasi pencatatan keuangan, transparansi anggaran publik berbasis digital, pengelolaan aset dan dana

wisata yang sistematis, serta penguatan peran kelembagaan lokal seperti BUMDes dan koperasi, desa wisata dapat membangun pondasi kelembagaan yang kokoh dan siap bersaing dalam industri pariwisata global yang semakin kompetitif.

BAB 7

KEMITRAAN, JARINGAN, DAN EKOSISTEM DIGITAL

7.1 Kolaborasi dengan Travel Agent, Platform Digital, dan Komunitas Wisata

Kolaborasi dengan pelaku industri pariwisata seperti travel agent sangat penting untuk mengemas paket wisata yang menarik dan memudahkan wisatawan dalam mengakses desa wisata. Misalnya, travel agent dapat membuat paket perjalanan yang menggabungkan kunjungan ke desa wisata dengan destinasi lain di sekitarnya, sehingga menarik minat wisatawan dari luar daerah atau bahkan luar negeri. Selain itu, penggunaan platform digital seperti Traveloka atau Tiket.com membantu wisatawan melakukan pemesanan tiket atau akomodasi secara online, sehingga lebih praktis dan efisien. Komunitas wisata seperti GenPI (Generasi Pesona Indonesia) juga berperan besar dengan membagikan informasi melalui media sosial dan blog, meningkatkan visibilitas desa wisata kepada khalayak luas. Contohnya, Desa Wisata Kampung Naga di Jawa Barat mendapat banyak kunjungan setelah komunitas GenPI membuat konten menarik di media sosial yang viral. Melalui kolaborasi ini, desa wisata dapat meningkatkan jumlah pengunjung secara signifikan.

7.2 Kerja Sama dengan Instansi Pemerintah dan Swasta

Pemerintah memiliki peran strategis dalam menyediakan infrastruktur pendukung seperti jaringan internet, jalan yang layak, dan fasilitas umum yang memadai agar desa wisata dapat beroperasi optimal. Selain itu, pelatihan bagi masyarakat desa untuk mengembangkan keterampilan pengelolaan wisata, pemanduan, atau pemasaran digital sering didukung oleh kementerian terkait. Sektor swasta juga dapat mendukung melalui program CSR, seperti penyediaan modal atau pelatihan bisnis bagi pelaku UMKM di desa. Contoh nyata adalah Program Desa Wisata Indonesia Bangkit yang dilaksanakan oleh Kemenparekraf bersama Telkom Indonesia, menyediakan akses internet dan pelatihan digital marketing bagi desa wisata terpilih. Desa Wisata Sembungan di Banyuwangi bekerja sama dengan PLN untuk memasang panel surya sebagai sumber energi ramah lingkungan, yang juga meningkatkan citra desa sebagai destinasi wisata berkelanjutan. Kerja sama seperti ini membantu desa wisata tumbuh secara berkelanjutan dan memberikan manfaat ekonomi yang nyata bagi masyarakat.

7.3 Pengembangan Ekosistem Digital Desa Wisata: Layanan, Produk, dan Integrasi Sistem

Ekosistem digital desa wisata harus mencakup berbagai layanan dan produk yang terintegrasi sehingga mempermudah pengelolaan dan pengalaman wisatawan. Contohnya, layanan e-ticketing memungkinkan wisatawan membeli tiket masuk secara online tanpa antri di lokasi, sementara e-payment memudahkan transaksi pembayaran menggunakan aplikasi dompet digital. Produk digital seperti katalog UMKM mempromosikan kerajinan lokal dan oleh-oleh yang dapat dibeli melalui marketplace desa. Sistem informasi desa wisata (SIDeWi) yang mengumpulkan data pengunjung, transaksi, dan inventaris membantu pengelola membuat keputusan berbasis data. Sebagai contoh, Desa Wisata Nglanggeran menggunakan aplikasi reservasi online yang terhubung dengan dashboard analitik untuk memantau jumlah pengunjung harian dan penjualan produk UMKM. Dengan integrasi ini, seluruh pelaku desa wisata mulai dari homestay, pemandu wisata, hingga pedagang lokal dapat bekerja secara sinergis dan efisien. Hasilnya, ekonomi desa berputar lebih cepat dan produktif.

7.4 Studi Kasus Kemitraan Sukses di Desa Wisata

Desa Wisata Nglanggeran di Gunungkidul, Yogyakarta, merupakan salah satu contoh nyata keberhasilan implementasi kemitraan digital dalam pengembangan desa wisata. Desa ini menjalin kerja sama strategis dengan Universitas Gadjah Mada (UGM) dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dalam berbagai inisiatif transformasi digital. Kolaborasi ini mencakup digitalisasi paket wisata berbasis website dan media sosial, pelatihan pemasaran digital (digital marketing) bagi warga lokal, serta penerapan sistem reservasi daring (e-booking) dan penggunaan QR Code di berbagai titik lokasi wisata. Inovasi ini tidak hanya mempermudah wisatawan dalam mengakses informasi dan melakukan pembayaran secara non-tunai, tetapi juga meningkatkan eksposur promosi desa melalui kanal digital yang lebih luas dan terukur. Dengan pendekatan ini, Nglanggeran tidak hanya menjadi tujuan wisata populer, tetapi juga menjadi laboratorium hidup bagi integrasi teknologi dan pemberdayaan masyarakat desa.

BAB 8

Keberlanjutan dan Manajemen Krisis di Era Digital

Keberlanjutan merupakan prinsip utama dalam pengembangan desa wisata masa kini, yang tidak hanya fokus pada pertumbuhan ekonomi tetapi juga pada pelestarian sosial budaya dan lingkungan. Desa wisata yang maju harus mampu mempertahankan manfaat jangka panjang bagi masyarakatnya sekaligus menjaga nilai-nilai tradisi dan kelestarian alam. Namun, keberlanjutan juga harus diiringi dengan kemampuan resiliensi dan manajemen krisis, terutama dalam menghadapi disrupsi besar seperti pandemi, bencana alam, atau gejolak ekonomi. Teknologi dan data kini menjadi alat penting yang memperkuat daya tahan desa wisata menghadapi situasi yang tidak pasti.

8.1 Konsep Pariwisata Berkelanjutan

Pariwisata berkelanjutan mengedepankan tiga aspek utama: aspek ekonomi yang memastikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat, aspek sosial-budaya yang menjaga kelestarian tradisi dan nilai lokal, serta aspek lingkungan yang melindungi alam dan keanekaragaman hayati. Dalam praktiknya di desa wisata, hal ini diwujudkan melalui

pengaturan batas kunjungan atau carrying capacity agar tidak terjadi over-tourism, edukasi kepada wisatawan mengenai budaya dan etika lokal, serta penggunaan energi bersih dan pengelolaan limbah wisata secara bertanggung jawab. Contohnya, Desa Wisata Nglanggeran menerapkan aturan ketat terhadap jumlah pengunjung harian dan menyediakan panduan etika berkunjung yang disampaikan kepada wisatawan, sekaligus mengelola sampah dengan sistem daur ulang dan penggunaan panel surya.

8.2 Mitigasi Risiko dan Manajemen Krisis

Krisis yang pernah melanda pariwisata desa sangat beragam, mulai dari pandemi COVID-19 yang menyebabkan penurunan kunjungan hingga 90%, hingga bencana alam seperti gempa bumi, banjir, dan erupsi gunung yang merusak infrastruktur dan menurunkan citra destinasi. Untuk mengatasi hal tersebut, desa wisata perlu menyiapkan rencana kontinjensi yang matang, membangun sistem komunikasi darurat berbasis digital agar informasi cepat tersebar, serta melakukan diversifikasi produk wisata, misalnya beralih dari wisata massal menjadi wisata privat atau menyediakan virtual tour agar wisatawan tetap dapat merasakan pengalaman meskipun secara daring. Penguatan asuransi dan dana darurat

juga sangat membantu dalam pemulihan cepat pasca-krisis. Desa Wisata Pentingsari pernah menerapkan virtual tour selama pandemi untuk mempertahankan minat wisatawan dan mendukung UMKM lokal tetap berjualan.

8.3 Penggunaan Data untuk Prediksi dan Pemulihan

Pemanfaatan data menjadi kunci utama dalam memprediksi tren kunjungan dan perilaku wisatawan, sehingga desa wisata dapat melakukan perencanaan yang lebih tepat sasaran, terutama pada masa pemulihan pasca-krisis. Data dari Google Trends dan Google Analytics membantu mengetahui minat pasar, sementara data transaksi digital dan sistem informasi desa wisata yang terintegrasi memberikan gambaran real-time tentang kondisi ekonomi dan kepuasan pengunjung. Desa dapat menyesuaikan strategi promosi, meningkatkan kualitas layanan, dan mengelola sumber daya dengan lebih efisien berkat data tersebut. Misalnya, Desa Wisata Sembungan menggunakan dashboard analitik untuk memonitor pengunjung dan mengoptimalkan jadwal kunjungan agar tidak melebihi kapasitas lingkungan.

8.4 Peran Teknologi dalam Menjaga Kelestarian dan Konservasi

Teknologi juga berperan besar dalam konservasi lingkungan di desa wisata. Penggunaan sensor IoT (Internet of Things) memungkinkan pemantauan kualitas udara, air, dan kondisi lahan secara real-time, sementara sistem e-report membantu warga dan pengunjung melaporkan pelanggaran atau kerusakan lingkungan dengan cepat. Drone dan kamera trap digunakan untuk memantau kawasan konservasi tanpa mengganggu habitat alami. Selain itu, teknologi AR/VR digunakan untuk memberikan edukasi interaktif kepada wisatawan sehingga mereka dapat belajar tentang alam dan budaya tanpa harus merusak lingkungan secara langsung. Desa yang mengintegrasikan teknologi ini, seperti Desa Wisata Nglanggeran, mencatat penurunan aktivitas destruktif hingga 48% dalam dua tahun terakhir, membuktikan efektivitas digitalisasi dalam pelestarian alam.

Kesimpulannya, desa wisata tidak bisa berjalan sendiri tanpa dukungan kemitraan, jaringan, dan ekosistem digital yang kuat sebagai motor transformasi. Namun keberlanjutan dan kemampuan menghadapi krisis merupakan fondasi jangka panjang yang menjaga kelangsungan ekonomi, sosial, dan lingkungan desa.

BAB 9

STUDI KASUS INOVATIF DESA WISATA DIGITAL DI INDONESIA

Transformasi desa wisata di Indonesia semakin menunjukkan hasil positif berkat berbagai inovasi digital yang diterapkan dalam pengelolaan, promosi, dan pelayanan wisata. Pada bab ini, disajikan lima studi kasus desa wisata unggulan yang menjadi percontohan nasional. Mereka menunjukkan keberhasilan dalam mengintegrasikan teknologi, memberdayakan masyarakat, melestarikan budaya, dan bahkan menjajaki tren wisata digital masa depan seperti metaverse.

9.1 Desa Wisata Nglanggeran (DIY Yogyakarta) Model Smart Village

Nglanggeran di Gunungkidul menjadi pelopor Smart Village berbasis pariwisata. Selain daya tarik alam berupa Gunung Api Purba dan embung, desa ini unggul dengan sistem pengelolaan digital yang terintegrasi. Mereka memiliki website resmi untuk reservasi dan promosi, sistem tiket dan panduan berbasis QR code, panel informasi digital, e-payment, hingga CCTV monitoring area wisata. Sistem manajemen data

pengunjung dan transaksi juga diterapkan secara modern. Berkat inovasi ini, Nglanggeran mendapatkan penghargaan bergengsi seperti ASEAN Sustainable Tourism Award dan UNWTO Best Tourism Village 2021. Contoh nyata keberhasilan mereka dapat dilihat melalui situs resmi dan video dokumentasi yang memperlihatkan layanan digital dan pemberdayaan masyarakat.

9.2 Desa Pentingsari (Yogyakarta) Wisata Berbasis Komunitas dan Digital Adaptif

Terletak di lereng Merapi, Desa Pentingsari dikenal sebagai desa wisata budaya dan pertanian yang berwawasan lingkungan. Selain menawarkan aktivitas belajar membatik, membajak sawah, dan pertunjukan seni, desa ini menerapkan digitalisasi layanan homestay dengan integrasi Google Maps dan sistem booking online. Rotasi tamu homestay dikelola dengan aplikasi desa, sementara konten edukatif dan dokumenter desa dipublikasikan melalui YouTube dan TikTok. Karang taruna dan pelaku UMKM aktif mengikuti pelatihan digital dari universitas dan Kemenparekraf, menjadikan desa ini model community-based tourism yang adaptif terhadap era digital.

9.3 Desa Tamansari (Banyuwangi) Digitalisasi UMKM dan Ekowisata

Sebagai pintu gerbang menuju Kawah Ijen, Tamansari mengelola ekowisata dengan memadukan potensi alam, budaya Osing, dan digitalisasi UMKM. Desa ini mengintegrasikan e-payment QRIS untuk transaksi UMKM, mengelola katalog produk di marketplace lokal dan Shopee, serta memberikan pelatihan digital branding dan packaging bagi pengrajin dan petani. Dashboard keuangan koperasi berbasis aplikasi membantu transparansi dan efisiensi pengelolaan usaha. Studi dari UGM menunjukkan digitalisasi UMKM di Tamansari mampu meningkatkan pendapatan hingga 37% dalam dua tahun, bukti nyata manfaat teknologi bagi kesejahteraan masyarakat.

9.4 Desa Penglipuran (Bali) Branding Digital dan Konservasi Budaya

Desa adat Penglipuran di Bali terkenal dengan pelestarian budaya dan arsitektur tradisional yang harmonis dengan alam, mengikuti filosofi Tri Hita Karana. Penglipuran berhasil membangun branding digital yang kuat tanpa mengorbankan nilai budaya, melalui konten sinematik di YouTube dan Instagram, sistem pemesanan paket budaya

secara online, e-book panduan etika berkunjung, serta smart signage multibahasa. Pengakuan berupa penghargaan Kalpataru dan status desa terbersih dunia memperkuat reputasi desa ini sebagai destinasi wisata yang berkelanjutan dan ramah budaya.

9.5 Tren Ekspansi ke Metaverse dan Virtual Tourism

Selain digitalisasi tradisional, beberapa desa wisata dan instansi pariwisata mulai bereksperimen dengan konsep metaverse dan virtual tourism. Teknologi AR dan VR memungkinkan wisatawan menjelajahi desa secara virtual dengan pengalaman interaktif tanpa harus hadir secara fisik. Contohnya, Desa Nglanggeran menyediakan virtual tour 360° yang dapat diakses lewat headset VR maupun browser. Kemenparekraf bekerjasama dengan ARUTALA mengembangkan platform destinasi digital berbasis VR/AR di 10 desa wisata, sementara Desa Wisata Borobudur sudah memiliki prototipe aplikasi kunjungan virtual. Metaverse tourism tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tapi juga menjadi sarana promosi saat krisis seperti pandemi, serta media edukasi bagi pelajar dan peneliti. Menurut McKinsey (2022), virtual tourism diprediksi akan menjadi bagian penting dari strategi promosi wisata dunia ke depan.

BAB 10

REKOMENDASI KEBIJAKAN DAN MASA DEPAN DESA WISATA DIGITAL

Desa wisata digital telah menjadi bagian penting dalam peta strategis pembangunan nasional Indonesia. Agar potensi desa wisata digital dapat dioptimalkan secara adil dan berkelanjutan, diperlukan perumusan kebijakan yang komprehensif dan terintegrasi. Dalam bab ini, disajikan rekomendasi kebijakan utama serta proyeksi masa depan desa wisata digital sebagai motor transformasi desa dan penggerak ekonomi lokal.

10.1 Strategi Nasional dan Peran Kemenparekraf

Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) memprioritaskan pengembangan desa wisata sebagai bagian dari Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) dan program Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN). Kemenparekraf mendorong inovasi melalui Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI), yang menjadi ajang kompetisi tahunan untuk memacu pengembangan desa wisata digital yang kreatif dan berkelanjutan. Selain itu, pendampingan

sumber daya manusia diberikan melalui pelatihan digital marketing, storytelling, fotografi, dan e-commerce untuk para pelaku desa wisata. Kemitraan strategis dengan perusahaan swasta seperti Telkom, Arutala, dan marketplace digital memperkuat infrastruktur dan akses pasar desa wisata. Digitalisasi promosi dilakukan melalui kanal resmi seperti website Kemenparekraf dan platform Jadesta. Targetnya adalah menciptakan lebih dari 4.500 desa wisata aktif secara digital hingga tahun 2024, memperluas dampak positif bagi masyarakat luas.

10.2 Regulasi dan Perlindungan terhadap Masyarakat dan Budaya

Transformasi digital menghadirkan risiko seperti eksploitasi budaya, ketimpangan akses, dan komersialisasi yang berlebihan. Oleh sebab itu, perlu dibuat kebijakan yang melindungi masyarakat dan nilai budaya lokal. Contohnya, Peraturan Desa Wisata harus mengatur batas kapasitas pengunjung, tarif layanan, pembagian hasil usaha, serta etika kunjungan agar keberlanjutan terjaga. Regulasi budaya sangat penting untuk menjaga otentisitas tradisi dan mencegah pergeseran nilai akibat pariwisata masif. Perlindungan data digital juga harus diatur dengan ketat untuk menjaga privasi

masyarakat dan wisatawan. Sertifikasi usaha dan pemandu wisata lokal wajib diberlakukan untuk memastikan kualitas layanan dan pengakuan formal. Landasan hukum seperti UU No. 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan dan UU No. 6 Tahun 2014 tentang Desa menjadi pijakan utama dalam hal ini.

10.3 Desa Wisata sebagai Pusat Transformasi Ekonomi Lokal

Desa wisata digital tidak hanya berfungsi sebagai destinasi rekreasi, tetapi juga sebagai pusat percepatan transformasi ekonomi pedesaan. Dengan pemberdayaan UMKM berbasis digital seperti kuliner, kerajinan, dan homestay, desa mampu meningkatkan pendapatan masyarakat secara signifikan. Digitalisasi transaksi dan laporan keuangan membantu efisiensi dan transparansi usaha. Selain itu, munculnya profesi digital baru seperti konten kreator lokal, pemandu wisata digital (e-guide), manajer media sosial desa, dan operator drone wisata memperkaya peluang kerja desa. Inovasi pembiayaan melalui fintech koperasi, dana CSR, dan crowdfunding pariwisata membuka akses modal lebih luas. Contoh sukses adalah Desa Pujon Kidul di Malang yang mencatat kenaikan Pendapatan Asli

Desa (PADes) hingga tiga kali lipat dalam dua tahun setelah menerapkan ekowisata digital. Transformasi ekonomi desa lewat digitalisasi wisata juga berperan menekan urbanisasi dan memperkuat ketahanan sosial ekonomi desa.

10.4 Roadmap Menuju Desa Wisata Pintar 2030

Untuk mewujudkan Desa Wisata Pintar (Smart Tourism Village) secara nasional, diperlukan roadmap jangka panjang yang melibatkan berbagai kementerian dan pemangku kepentingan. Pada fase pertama (2024–2026), fokus pada digitalisasi dasar seperti akses internet, pengelolaan media sosial, dan website desa, serta pemetaan potensi wisata menggunakan teknologi GIS dan drone. Pelatihan SDM dan literasi digital bagi pengelola wisata menjadi prioritas. Fase kedua (2026–2028) mengarah pada integrasi sistem seperti e-ticketing, e-payment, dan e-reporting serta peluncuran platform reservasi terpadu antar desa. Sertifikasi digital dan akreditasi BUMDes wisata juga mulai dijalankan. Pada fase ketiga (2028–2030), adopsi teknologi canggih seperti AI dan Big Data untuk analitik wisatawan akan diterapkan, disertai eksplorasi metaverse desa wisata sebagai pengalaman virtual interaktif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, M. (2022). “Ekonomi Digital dan Desa Wisata Pujon Kidul,” *Jurnal Ekowisata Indonesia*, 6(2), 67–79.
- Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP). (2021). *Evaluasi Implementasi Siskeudes di 500 Desa*. Jakarta: BPKP RI.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Indikator Desa Wisata dan Kinerja Ekonomi Lokal*. Jakarta: BPS.
- Bappenas. (2021). *Rencana Aksi Nasional Pengembangan Ekonomi Lokal Berbasis Pariwisata*. Jakarta.
- Damanik, J. (2019). *Pariwisata Berbasis Komunitas: Panduan Praktis untuk Pemberdayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dirjen Pembangunan Desa dan Perdesaan. (2021). *Model Kolaborasi Pemerintah-Swasta dalam Pengembangan Desa Wisata*. Jakarta: Kemendesa.
- Hadi, S. P. (2021). “Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Destinasi Wisata,” *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 14(3), 33–47.
- Handayani, M. (2020). “Strategi Pemasaran Digital melalui Influencer dalam Promosi Wisata,” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 112–124.
- Kememparekraf RI. (2023). *GoWisata dan Pemanfaatan Digital Marketplace Desa Wisata*. Jakarta: Direktorat Tata Kelola Destinasi.
- Kememparekraf. (2022). *Pedoman Kemitraan Desa Wisata Digital*. Jakarta: Deputi Industri dan Investasi.

- Kemenparekraf. (2023). *100 Besar Anugerah Desa Wisata Indonesia*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Kemenparekraf. (2023). *Data Capaian Program Anugerah Desa Wisata Indonesia 2021–2023*. Jakarta: Deputi Pengembangan Destinasi & Infrastruktur.
- Kemenparekraf. (2023). *Data Capaian Program Anugerah Desa Wisata Indonesia 2021–2023*. Jakarta: Deputi Pengembangan Destinasi & Infrastruktur.
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi. (2022). *Pedoman Pengelolaan Aset Desa Wisata dan Dana CSR*. Jakarta.
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi. (2022). *Pedoman Pengelolaan Aset Desa Wisata dan Dana CSR*. Jakarta.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). *Modul Pelatihan Digital Marketing dan Hospitality untuk Desa Wisata*. Jakarta: Deputi SDM dan Kelembagaan.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). *Panduan Storytelling Desa Wisata*. Jakarta: Deputi Pengembangan Destinasi dan Infrastruktur.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2018). *Perlindungan Budaya dalam Desa Wisata*. Jakarta: Direktorat Jenderal Kebudayaan.
- Kementerian PPN/Bappenas. (2020). *Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Nasional 2020–2035*. Jakarta.
- Kementerian PPN/Bappenas. (2020). *Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Nasional 2020–2035*. Jakarta: Bappenas.

- McKinsey & Company. (2022). *The Future of Travel in the Metaverse*. Retrieved from: <https://www.mckinsey.com/metaverse-tourism>
- Mubarok, R. (2022). “Data Analytics dalam Manajemen Wisata Berbasis Digital,” *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 5(1), 25–38.
- Pramono, R. & Lestari, T. (2022). “Teknologi Konservasi di Desa Wisata Berbasis Hutan,” *Jurnal Lingkungan dan Pariwisata*, 3(1), 17–29.
- Pusat Studi Kebijakan Publik LIPI. (2020). *Transparansi Keuangan Desa Berbasis Digital dan Partisipasi Warga*. Jakarta: LIPI Press.
- Siregar, L. & Fitriani, R. (2022). “Manajemen Risiko dan Resiliensi Destinasi Wisata Pasca COVID-19,” *Jurnal Mitigasi Pariwisata*, 6(2), 72–85.
- Sugiharto, A. (2022). “Digitalisasi Desa Wisata Pentingsari,” *Jurnal Pengabdian Pariwisata Digital*, 4(2), 91–104.
- Sulistiyani, E. & Nugraha, A. (2021). “Model Kolaboratif Penguatan SDM Desa Wisata Digital,” *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(2), 45–58.
- UGM Pusat Studi Ekonomi Kerakyatan. (2021). *Laporan Evaluasi UMKM Desa Tamansari Banyuwangi*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- UNWTO. (2021). *Best Tourism Village Award Nglanggeran Profile*. <https://www.unwto.org/tourism-villages/en/villages/nglanggeran/>
- UNWTO. (2021). *Best Tourism Village Award Nglanggeran Profile*. Retrieved from:

<https://www.unwto.org/tourism-villages/en/villages/nglanggeran/>

UNWTO. (2021). *Rural Tourism and Community Engagement*. Madrid: UNWTO Press.

UNWTO. (2021). *Rural Tourism and Community Engagement*. Madrid: UNWTO Press.

Wijaya, D. (2021). “Pemanfaatan Data Digital dalam Pemulihan Wisata Daerah,” *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Desa*, 4(2), 38–51.

Wijaya, D. (2021). “Pemanfaatan Data Digital dalam Pemulihan Wisata Daerah,” *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Desa*, 4(2), 38–51.

Wirasasmita, Y. (2023). “Transformasi Digital BUMDes dan Koperasi dalam Mendukung Ekonomi Wisata Desa,” *Jurnal Pemberdayaan Desa Digital*, 4(1), 22–39.

WTO. (2019). *Indicators for Sustainable Tourism Development*. Madrid: WTO Press.

Youtube

Kemenkominfo & Arutala. (2022, July 28). *Roadmap digitalisasi desa wisata menuju 2030* [Video]. YouTube.

https://www.youtube.com/watch?v=4XuA_3hnsFI

TV Desa Indonesia. (2021, October 12). *Kisah sukses Desa Wisata Pujon Kidul* [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=cgKj9La4yU4>

Kemenparekraf RI. (2022, April 15). *Desa Pujon Kidul – Desa wisata digital inspiratif* [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=bGjLtOU3V58>

- Kemenparekraf RI. (2022, April 15). *Transformasi digital Desa Pujon Kidul* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=oq8-cMcPNZQ>
- METRO TV. (2022, January 4). *Pujon Kidul tingkatkan PADes lewat wisata alam* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=i3cEguZp1x4>
- Kemenparekraf. (2022, November 11). *Nglanggeran Smart Village* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=NRzDP0Jj8L0>
- Kemenparekraf. (2021, June 22). *Desa Wisata Tamansari Banyuwangi* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=fB2bt4HdjDw>
- TV Desa Indonesia. (2022, February 3). *Virtual tour Desa Penglipuran Bali* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=K-APUgKUzLM>
- TV Desa. (2021, December 10). *Desa Pujon Kidul – TV Desa* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=kjVxiRbgXyE>
- Kemenparekraf RI. (2023, March 9). *Strategi digitalisasi desa wisata* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=Ef1AwPKPqHg>
- Arutala & Kemenparekraf. (2023, June 21). *Desa wisata dan metaverse* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=gB1dUeqKOIk>