

Strategi Pengembangan Digitalisasi Desa Wisata : Studi Kasus Desa Jatiluwih, Kabupaten Tabanan Provinsi Bali

Primananda Teguh Hastuti, Jessica Andrea Shinta, Shofi Khamidayati, Kemala Pramayuda, Bayu Kharisma

Magister Ekonomi Terapan, Universitas Padjadjaran
bayu.kharisma@unpad.ac.id

Abstrak - Keberadaan desa wisata saat ini tidak terlepas dari Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dan media digital. Desa Jatiluwih merupakan salah satu desa berlokasi di Kabupaten Tabanan provinsi Bali yang saat ini sudah memiliki media sosial dan website, namun dalam penggunaannya belum optimal. Permasalahan yang diangkat pada penelitian ini adalah belum optimalnya pemanfaatan digitalisasi pariwisata di Desa. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pengembangan digitalisasi pariwisata di Desa Jatiluwih, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali, mengetahui pelibatan masyarakat dalam pengembangan digitalisasi pariwisata di Desa Jatiluwih dan menyusun strategi pelibatan partisipasi masyarakat dalam pengembangan digitalisasi pariwisata di Desa Jatiluwih. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah gap analysis, metode analisis swot dan tes litmus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa Jatiluwih memiliki peluang yaitu kerja sama dengan pihak eksternal untuk pengembangan desa, ada alokasi anggaran dari pemerintah pusat untuk mengembangkan desa wisata (Dana Desa), wisatawan yang mengunjungi Desa Wisata, berpeluang untuk mempromosikan desa tersebut ke jejaring yang lebih luas, dan desa wisata memiliki sumber daya alam untuk atraksi pariwisata. Namun, ada beberapa ancaman yang harus diperhatikan yaitu teknologi mengurangi interaksi masyarakat, teknologi memperbesar terjadinya disparitas sosial (terdapat masyarakat yang tidak mendapatkan keuntungan dari pemanfaatan teknologi), dihentikannya pendanaan yang berasal dari Pemerintah Pusat mempengaruhi pengelolaan desa wisata, dan pandemi COVID-19 dan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM).

Kata Kunci : desa wisata, digitalisasi, gap analysis, metode analisis SWOT, tes litmus, Desa Jatiluwih

Abstract - The existence of tourist villages today is inseparable from Information and Communication Technology (ICT) and digital media. Jatiluwih Village is one of the villages located in Tabanan Regency, Bali Province, which currently has social media and a website, but their use could be more optimal. The problem raised in this study is that the digitalization of tourism in the village has yet to be optimal. Thus, the purpose of this study was to determine the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of developing tourism digitalization in Jatiluwih Village, Tabanan Regency, Bali Province, knowing community involvement in developing tourism digitization in Jatiluwih Village and developing strategies for involving community participation in developing tourism digitalization in Jatiluwih village. The research methods used are gap analysis, swot analysis, and litmus test. The results of the study show that Jatiluwih Village has opportunities, namely cooperation with external parties for village development, there is a budget allocation from the central government to develop a tourism village (Village Fund), tourists who visit the Tourism Village, the opportunity to promote the village to a broader network, and tourist villages have natural resources for tourism attractions. However, several threats must be considered; namely, technology reduces community interaction, technology increases social disparities (some people do not benefit from the use of technology), stopping funding from the Central Government affects the management of tourist villages and the COVID-19 pandemic and policy Enforcement of Community Activity Restrictions (PPKM).

Keywords: tourism village, digitization, gap analysis, SWOT analysis method, litmus test, Jatiluwih Village

LATAR BELAKANG

Indonesia yang memiliki posisi strategis yang terletak di dua benua dan samudera serta merupakan negara Kepulauan dengan jumlah pulau lebih dari 17.540 pulau yang dihuni oleh beragam suku dan budaya yang heterogen menjadikan Indonesia sebagai salah satu destinasi wisata favorit bagi wisatawan mancanegara. Pada agenda pembangunan RPJMN 2020-2024,

peningkatan nilai tambah pariwisata difokuskan pada peningkatan lama tinggal dan pengeluaran wisatawan sebagai hasil dari perbaikan aksesibilitas, atraksi dan amenitas. Pengembangan amenitas dan atraksi wisata juga melibatkan industri dan partisipasi masyarakat.

Pariwisata merupakan salah satu aktivitas ekonomi dan sosial yang penting dalam skala domestik maupun global.

Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, pada tahun 2020 sektor wisata berkontribusi sebesar 4,05% terhadap PDB Nasional, capaian ini sendiri menurun jika dibandingkan pada tahun 2019 yang mencapai 4,7%. Namun pada tahun 2021 kembali meningkat pada 4,2%. Hal ini sejalan dengan jumlah wisatawan mancanegara yang juga mengalami penurunan pada tahun 2020 dikarenakan pandemi COVID-19. Jumlah wisatawan dipengaruhi juga oleh daya tarik wisata pada suatu daerah.

Menurut Undang-undang No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, Daya Tarik Wisata (DTW) adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Berdasarkan data Dinas Pariwisata Bali jumlah daya tarik wisata di Bali terdapat 245 objek, dan 25 diantaranya merupakan daya tarik wisata di Kabupaten Tabanan. Salah satu daya tarik wisata di Kabupaten Tabanan adalah Desa Jatiluwih.

Desa Jatiluwih adalah desa wisata yang terletak di Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan. Desa wisata ini memiliki panorama alam yang indah dengan terasering yang unik dan berdampingan dengan indahnya pemandangan Gunung Batukaru. Selain itu pada tahun 2012, Subak¹ Jatiluwih memperoleh penetapan subak sebagai warisan budaya dunia dari UNESCO dengan label “Cultural Landscape of Bali Province: *the Subak System as a Manifestation of the Tri Hita Katana Philosophy*”. Akibat dari pandemi COVID-19, Desa Jatiluwih juga mengalami penurunan jumlah wisatawan. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Tabanan, jumlah pengunjung Jatiluwih mengalami kenaikan dari tahun 2017 dengan puncak tertinggi pada tahun 2019 sebelum akhirnya menurun secara drastis dari 314.443 pengunjung menjadi 93.276 pengunjung pada 2020. Jumlah tersebut masih turun hingga tahun 2021

dengan total 52.796 pengunjung atau sebesar 43,40%.

Pengembangan Desa Wisata ini sejalan dengan perubahan paradigma pembangunan pariwisata dari *mass tourism* menjadi *village and rural tourism*, yang merupakan konsep pariwisata yang memanfaatkan desa-desa yang ada di setiap wilayah untuk dijadikan sebagai destinasi pariwisata. Desa wisata merupakan salah satu bentuk penerapan pembangunan pariwisata berbasis masyarakat dan berkelanjutan. Melalui kegiatan di Desa Wisata kehidupan tradisional merupakan aktivitas utama serta adanya interaksi spontan antara masyarakat dan wisatawan atau pengunjung untuk saling bertukar pengetahuan dan pengertian tentang lingkungan dan kebudayaan setempat akan menumbuhkan kebanggaan masyarakat lokal terhadap kebudayaannya. Melalui pengembangan desa wisata diharapkan terjadi pemerataan yang sesuai dengan konsep pembangunan pariwisata yang berkesinambungan dan keberadaan desa wisata menjadikan produk wisata lebih bernilai budaya pedesaan sehingga pengembangan desa wisata bernilai budaya tanpa merusaknya. Serta dalam penyelenggaraan desa wisata, partisipasi masyarakat lokal penting untuk memberikan pengalaman baru kepada wisatawan (Dewi, 2013).

Di era globalisasi ini, teknologi informasi telah memberikan manfaat positif yang besar terhadap cara penyelenggaraan pariwisata (Kumar, 2020). Hal ini memungkinkan terjadinya revolusi industri pariwisata. Berdasarkan data *WorldBank* (2021) Indonesia menjadi salah satu negara dengan pertumbuhan tercepat dalam ekonomi digital di Asia Tenggara dengan data pengguna 13% di tahun 2011 menjadi 51% di tahun 2019 (peningkatan empat kali lipat tingkat penetrasi internet masyarakat Indonesia >15 tahun), masyarakat Indonesia menghabiskan waktu lebih dari enam jam dalam memanfaatkan internet dalam

¹ Subak adalah organisasi kemasyarakatan yang khusus mengatur sistem pengairan sawah (irigasi) yang digunakan dalam bercocok tanam padi di Bali

kehidupan sehari-hari terutama untuk berkomunikasi sebanyak 36% dan penggunaan media sosial sebesar 21%, proporsi rumah tangga yang memanfaatkan pembelian sebesar 12,8% dan penjualan online sebesar 5,1% dan penggunaan *E-commerce*. Selain itu, berdasarkan data Hootsuite (*We Are Social*) per Februari 2022, sebanyak 204,7 juta (73,7%) penduduk Indonesia merupakan pengguna internet serta jika dilihat dari kepemilikan perangkat (gawai) pengguna internet tersebut sebanyak 96% memiliki telepon genggam, kepemilikan laptop/komputer sebanyak 68,7% dan 18% memiliki perangkat tablet. Pemanfaatan teknologi di sektor pariwisata sendiri, wisatawan dapat melakukan wisata secara efisien dengan mencari informasi tujuan, memberikan informasi tentang iklim dan atraksi utama suatu tempat, dan juga membantu dalam pemesanan transportasi dan akomodasi.

Penggunaan teknologi di Desa Wisata, salah satunya dapat dilihat dari desa wisata yang sudah menggunakan media sosial dan website dalam mempromosikan wisata mereka untuk menarik minat pelanggan. Media sosial dan website dapat digunakan sebagai media promosi untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Hal tersebut sangat membantu pengelola desa wisata dalam menawarkan pariwisata desa untuk menarik minat masyarakat. Penggunaan website juga dapat memangkas biaya promosi yang pada umumnya dilakukan secara konvensional yaitu dengan penyebaran brosur (Ibnu, 2021). Penggunaan teknologi sangat berperan penting dalam promosi desa wisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Wisata yang dapat menggerakkan perekonomian masyarakat sekitar.

Proses digitalisasi merupakan proses yang perlu melibatkan kontribusi masyarakat (Cempaka, 2022). Desa Jatiluwih saat ini sudah memiliki media sosial dan website, namun dalam penggunaannya belum optimal. Oleh sebab itu, permasalahan yang diangkat pada penelitian ini adalah belum optimalnya pemanfaatan digitalisasi pariwisata di Desa Jatiluwih sehingga penelitian ini akan

menyusun strategi pengembangan digitalisasi pariwisata yang melibatkan partisipasi masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pengembangan digitalisasi pariwisata di Desa Jatiluwih, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali, mengetahui pelibatan masyarakat dalam pengembangan digitalisasi pariwisata di Desa Jatiluwih dan menyusun strategi pelibatan partisipasi masyarakat dalam pengembangan digitalisasi pariwisata di Desa Jatiluwih.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu: data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari Dinas Pariwisata Kabupaten Tabanan serta pengelola Desa Jatiluwih melalui wawancara webinar serta pengisian kuesioner. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui studi literatur dengan mempelajari berbagai tulisan melalui buku, jurnal, skripsi, maupun internet yang berhubungan dengan penelitian. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa teknik, diantaranya: wawancara, teknik kuesioner, yaitu dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada responden terkait dalam hal ini pengelola Desa Wisata di Kabupaten Tabanan, khususnya Desa Jatiluwih dan studi literatur, yaitu mengumpulkan data dan informasi dari buku, jurnal, skripsi, internet, maupun sumber lain yang kredibel yang berkaitan dengan penelitian.

Gap Analysis

Gap Analysis merupakan suatu metode pengukuran untuk mengetahui kesenjangan (*gap*) antara kinerja suatu variabel dengan harapan konsumen terhadap variabel tersebut. Proses analisa kesenjangan ini biasanya dilakukan untuk menentukan langkah-langkah yang harus ditempuh di masa depan, untuk dapat melakukan perubahan atas kondisi saat ini yang dinilai kurang menguntungkan, menjadi kondisi target yang menguntungkan di masa depan. Analisis kesenjangan menjadi suatu alat

evaluasi yang berpusat pada kesenjangan kinerja sumber daya yang dimiliki perusahaan atau bisnis. Secara singkat, *gap analysis* memiliki beberapa manfaat antara lain: (1) menilai seberapa besar kesenjangan antara kinerja aktual dengan suatu standar kinerja yang diharapkan; (2) mengetahui peningkatan kinerja yang diperlukan untuk menutup kesenjangan tersebut; dan (3) menjadi salah satu dasar pengambilan keputusan terkait prioritas waktu dan biaya yang dibutuhkan untuk memenuhi standar pelayanan yang telah ditetapkan (Parasuraman et al., 1985 dalam Muchsam et al., 2011).

Metode Analisis SWOT

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan merumuskan dan menafsirkan data yang ada melalui matriks analisis SWOT untuk menyusun faktor strategis dengan analisis kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang dihadapi Desa Jatiluwih di Kabupaten Tabanan. Analisis SWOT terdiri dari empat elemen (Rangkuti, 2015), yaitu:

- a. Kekuatan (*Strengths*) adalah suatu keunggulan kompetitif dan atau kondisi kekuatan yang ada dalam Desa Jatiluwih untuk mempertahankan posisinya dengan melakukan aktivitas pada tingkat yang sama. Kekuatan tersebut meliputi berbagai potensi, minat, bakat, keterampilan, kemampuan, pengalaman, dan hal lainnya yang bersifat dari dalam;
- b. Kelemahan (*Weaknesses*) merupakan sesuatu yang tidak dilakukan dengan baik

oleh Desa Jatiluwih atau kondisi kelemahan dimana Desa Jatiluwih tidak memiliki kapabilitas untuk melakukannya, sementara pesaing memiliki kapabilitas tersebut. Kelemahan tersebut meliputi berbagai hambatan, kendala, masalah, pengalaman buruk, kegagalan, konflik, kelemahan, kekurangan, dan hal lainnya yang bersifat dari dalam;

- c. Peluang (*Opportunities*) adalah suatu kecenderungan lingkungan yang menguntungkan yang dapat meningkatkan kinerja Desa Jatiluwih;
- d. Ancaman (*Threats*) adalah suatu kecenderungan lingkungan yang tidak menguntungkan yang dapat merugikan Desa Jatiluwih.

Setelah identifikasi SWOT dilakukan, tahapan selanjutnya adalah menentukan bobot dari tiap isu dan kemudian diberikan rating 1-4 berdasarkan tingkat menonjolnya suatu isu di lingkup penelitian (1= sangat tidak menonjol, 4= sangat menonjol).

Tes Litmus

Tes litmus berguna untuk mengembangkan beberapa ukuran tentang bagaimana strategisnya suatu isu dan untuk menyaring isu-isu strategis. Isu yang benar-benar strategis adalah isu yang memiliki skor tinggi pada semua dimensi, sedangkan isu yang operasional adalah isu dengan skor rendah dalam semua dimensi (Bryson, 2004).

Tabel 1 Pertanyaan-Pertanyaan Tes Litmus

No.	Pertanyaan	Operasional (1)	Opr – Stra (2)	Strategis (3)	Skor
1	Apakah isu strategis ini menjadi agenda kebijakan dari organisasi dan pimpinan organisasi?	Tidak		Ya	
2	Kapan isu strategis tersebut menjadi peluang organisasi?	Sekarang	Tahun Depan	Dua tahun lebih	
3	Seberapa luas isu tersebut akan berpengaruh kepada organisasi?	Hanya 1 bagian saja		Seluruh Organisasi	
4	Seberapa besar resiko keuangan organisasi?	Kecil (<10%)	Moderat (10-25%)	Besar (>25%)	
5	Apakah pemecahan isu strategis akan memerlukan:				
6	a. Pengembangan sasaran dan program pelayanan baru?	Tidak		Ya	
7	b. Perubahan signifikan dalam sumber sumber keuangan/anggaran?	Tidak		Ya	
8	c. Perubahan signifikan dalam peraturan perundang undangan?	Tidak		Ya	
9	d. Penambahan atau modifikasi fasilitas utama?	Tidak		Ya	
10	e. Penambahan staf yang signifikan?	Tidak		Ya	
11	Bagaimana pendekatan terbaik bagi pemecahan isu dilaksanakan?	Siap Diimplementasikan	Menggunakan Parameter	Terbuka	
12	Tingkat manajemen yang terendah manakah yang dapat menetapkan bagaimana menanggulangi isu?	Eselon 2	Eselon 1	Menteri	
13	Konsekuensi yang dihadapi bila isu ini tidak diselesaikan?	Terjadi inefisiensi	Kerugian finansial dan penurunan layanan secara signifikan	Penurunan layanan dalam jangka panjang	
14	Seberapa besar instansi lainnya yang dipengaruhi dan harus dilibatkan dalam isu ini?	Tidak ada	1-3	4 atau lebih	
15	Bagaimana sensitivitas isu strategis ini jika dikaitkan dengan nilai-nilai masyarakat, sosial, politik, keagamaan dan budaya?	Tidak sensitif	Sensitif	Sangat Sensitif	
Jumlah Skor					

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, *gap analysis* diukur berdasarkan kesenjangan antara kondisi ideal (*ideal state*) dengan kondisi saat ini (*current state*) Desa Jatiluwih atas dua aspek tinjauan yaitu pada aspek digitalisasi desa wisata dan aspek partisipasi masyarakat.

Adapun untuk kondisi ideal mengacu pada Buku Pedoman Desa Wisata (Kemenparekraf, 2021). Kondisi ideal ini dapat diterapkan sebagai acuan/indikator untuk pengembangan desa wisata. Secara rinci, pengukuran kesenjangan tersebut dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2 Hasil Pengukuran *Gap Analysis*

Aspek yang Ditinjau	Kondisi Ideal (<i>Ideal State</i>)	Kondisi Saat Ini (<i>Current State</i>)	Kesenjangan (<i>Gap</i>)
Digitalisasi Desa Wisata	Wisatawan dapat melakukan transaksi untuk memesan fasilitas desa dari <i>website</i> Desa Wisata.	<i>Website</i> hanya sebagai pusat informasi. Pemesanan maupun pembayaran belum dapat dilakukan via <i>website</i> .	<i>Website</i> belum tersedia fitur pemesanan dan pembayaran.
	Media sosial mengoptimalkan potensi yang ada untuk mempromosikan Desa Jatiluwih.	Medial Sosial yang berada di naungan Desa Jatiluwih belum optimal karena masih sedikit ditemukan postingan yang mempromosikan Desa Jatiluwih (Contoh: Youtube dan Tik Tok).	Jumlah postingan promosi wisata dengan menggunakan media sosial masih sedikit.
	Setiap pelaku usaha pariwisata sudah menyediakan pembayaran digital untuk transaksi non-tunai.	Sebagian elemen masyarakat belum memahami penggunaan pembayaran digital.	Masih ada informasi terkait tata cara penggunaan pembayaran digital yang belum dipahami oleh masyarakat.
	Manfaat penggunaan teknologi dirasakan oleh seluruh elemen masyarakat.	Ada elemen masyarakat yang tidak mendapatkan keuntungan dari pemanfaatan teknologi digital.	Belum semua elemen masyarakat yang mendapatkan keuntungan dari pemanfaatan teknologi digital.
	Masyarakat memahami konsep digitalisasi desa wisata.	Ada elemen masyarakat yang belum memahami konsep digitalisasi desa wisata.	Masih ada informasi terkait konsep digitalisasi desa wisata yang belum dipahami oleh masyarakat.
Partisipasi Masyarakat	Elemen masyarakat berpartisipasi dalam membuat konten dan menjadi bagian dari konten promosi.	Pembuatan konten belum banyak melibatkan elemen masyarakat.	Belum banyak konten yang melibatkan elemen masyarakat.

Sumber : Hasil analisis

Berdasarkan hasil pengukuran *gap analysis* di atas, terdapat enam poin kesenjangan yang teridentifikasi pada Desa Jatiluwih dalam aspek Digitalisasi Desa Wisata dan Partisipasi Masyarakat yaitu (1) belum tersedianya fitur pemesanan dan pembayaran pada *website* Desa Jatiluwih; (2) masih sedikitnya jumlah postingan promosi wisata pada media sosial Desa Jatiluwih; (3) masih adanya informasi terkait tata cara penggunaan pembayaran digital yang belum dipahami oleh masyarakat Desa Jatiluwih; (4) belum semua elemen masyarakat Desa Jatiluwih yang mendapatkan keuntungan dari pemanfaatan teknologi digital; (5) masih adanya informasi terkait konsep digitalisasi desa wisata yang belum dipahami oleh masyarakat Desa Jatiluwih; dan (6) belum banyaknya konten promosi Desa Jatiluwih yang melibatkan elemen masyarakat.

Dalam mengidentifikasi faktor internal dan eksternal strategis dilakukan analisis *Strength, Weaknesses, Opportunity, dan Threat* atau *SWOT Analysis*. Analisis ini dilaksanakan dalam rangka menggali aspek kondisi yang terdapat di Desa Jatiluwih baik dari sisi internal dan eksternal, untuk menyelesaikan permasalahan yang ada dan mengembangkan potensi dan kekuatan di wilayah. Tahap pertama adalah mengidentifikasi faktor *strength* dan *weaknesses* yang merupakan kondisi internal. Hasil identifikasi didapatkan dengan melihat dokumen, studi pustaka dan hasil kunjungan lapangan (seminar daring), yaitu sebagai berikut:

● **Strength:**

1. Adanya penetapan Desa Wisata melalui Surat Keputusan Bupati Tabanan No 180/337/03/HK&HAM/2016
2. Masyarakat desa berpartisipasi dalam pembuatan konten promosi
3. Masyarakat pengelola Desa Wisata memiliki kompetensi yang cukup dalam

menggunakan media sosial dan teknologi

4. Sikap positif masyarakat dalam menerima program desa wisata digital

● **Weakness:**

1. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi desa belum optimal
2. Tidak adanya fasilitas *booking* pada *website* *jatiluwih.id*
3. Pengetahuan tentang desa wisata digital masih rendah
4. Infrastruktur TIK untuk pengembangan digitalisasi belum optimal

● **Opportunity:**

1. Kerja sama dengan pihak eksternal untuk pengembangan desa
2. Ada alokasi anggaran dari Pemerintah Pusat untuk mengembangkan Desa Wisata (Dana Desa)
3. Wisatawan yang mengunjungi Desa Wisata, berpeluang untuk mempromosikan Desa tersebut ke jejaring yang lebih luas
4. Desa Wisata memiliki sumber daya alam untuk atraksi pariwisata

● **Threat:**

1. Teknologi mengurangi interaksi masyarakat
2. Teknologi memperbesar terjadinya disparitas sosial (terdapat masyarakat yang tidak mendapatkan keuntungan dari pemanfaatan teknologi)
3. Dihentikannya pendanaan yang berasal dari Pemerintah Pusat mempengaruhi pengelolaan desa wisata
4. Pandemi COVID-19 dan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM)

Selanjutnya, analisis-*analisis* *SWOT* yang sudah diidentifikasi, dilakukan pembobotan sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 3 dan 4 berikut ini.

Tabel 3 Pembobotan Analisis SWOT Faktor Internal

Kesimpulan Analisis Faktor Internal					
No	<i>Strength</i>	Bobot	Rating	Skor (B x R)	Kesimpulan Prioritas
1	Adanya penetapan Desa Wisata melalui Surat Keputusan Bupati Tabanan No 180/337/03/HK&HAM/2016	5	4	20	III
2	Masyarakat desa berpartisipasi dalam pembuatan konten promosi	15	3	45	II
3	Masyarakat pengelola Desa Wisata memiliki kompetensi yang cukup dalam menggunakan media sosial dan teknologi	20	4	80	I
4	Sikap positif masyarakat dalam menerima program desa wisata digital	20	4	80	
	<i>Total Strength</i>	60		225	
Kesimpulan Analisis Faktor Eksternal					
No	<i>Weakness</i>	Bobot	Rating	Skor (B x R)	Kesimpulan Prioritas
1	Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi desa belum optimal	15	3	45	I
2	Tidak adanya fasilitas <i>booking</i> pada website jatiluwih.id	10	3	30	II
3	Pengetahuan tentang desa wisata digital masih rendah	5	2	10	IV
4	Infrastruktur TIK untuk pengembangan digitalisasi belum optimal	10	2	20	III
	<i>Total Weakness</i>	40		105	
	Total	100		120	

Sumber : Hasil Perhitungan

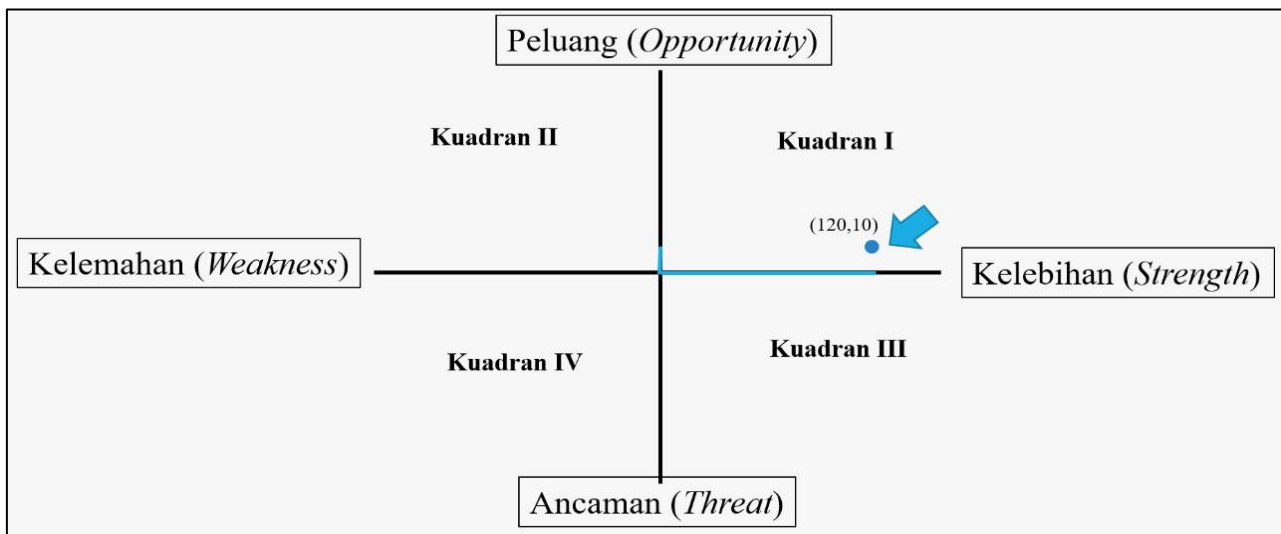
Tabel 4 Pembobotan Analisis SWOT Faktor Eksternal

Kesimpulan Analisis Faktor Eksternal					
No	<i>Opportunity</i>	Bobot	Rating	Skor (B x R)	Kesimpulan Prioritas
1	Kerja sama dengan pihak eksternal untuk pengembangan desa	10	3	30	III
2	Ada alokasi anggaran dari Pemerintah Pusat untuk mengembangkan Desa Wisata (Dana Desa)	10	3	30	
3	Wisatawan yang mengunjungi Desa Wisata, berpeluang untuk mempromosikan Desa tersebut ke jejaring yang lebih luas	20	4	80	I
4	Desa Wisata memiliki sumber daya alam untuk atraksi pariwisata	10	4	40	II

	<i>Total Opportunity</i>	50		180	
	<i>Threats</i>				
1	Teknologi mengurangi interaksi masyarakat	10	3	30	III
2	Teknologi memperbesar terjadinya disparitas sosial (terdapat masyarakat yang tidak mendapatkan keuntungan dari pemanfaatan teknologi)	20	4	80	I
3	Dihentikannya pendanaan yang berasal dari Pemerintah Pusat mempengaruhi pengelolaan desa wisata	10	2	20	IV
4	Pandemi COVID-19 dan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM)	10	4	40	II
<i>Total Threats</i>		50		170	
Total		100		10	

Sumber : Hasil Perhitungan

Analisis SWOT dimulai dari koordinat analisis internal dan koordinat analisis eksternal. Kuadran analisis SWOT ditunjukkan di Gambar 1 berikut.



Sumber : Hasil Perhitungan

Gambar 1 Hasil Kuadran Strategi SWOT

Analisis SWOT menunjukkan bahwa Desa Jatiluwih berada di Kuadran I yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan, desa memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Tabel 5 Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal dengan Matriks SWOT

MATRIKS SWOT		
	Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
KAFI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat pengelola Desa Wisata memiliki kompetensi yang cukup dalam menggunakan media sosial dan teknologi 2. Sikap positif masyarakat dalam menerima program desa wisata digital 3. Masyarakat desa berpartisipasi dalam pembuatan konten promosi 4. Adanya penetapan Desa Wisata melalui Surat Keputusan Bupati Tabanan No 180/337/03/HK&HAM/2016 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi desa belum optimal 2. Tidak adanya fasilitas <i>booking</i> pada website jatiluwih.id 3. Infrastruktur TIK untuk pengembangan digitalisasi belum optimal 4. Pengetahuan tentang desa wisata digital masih rendah
KAFE		
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Asumsi Strategi S-O	Asumsi Strategi W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Wisatawan yang mengunjungi Desa Wisata, berpeluang untuk mempromosikan Desa tersebut ke jejaring yang lebih luas 2. Desa Wisata memiliki sumber daya alam untuk atraksi pariwisata 3. Kerja sama dengan pihak eksternal untuk pengembangan desa 4. Ada alokasi anggaran dari Pemerintah Pusat untuk mengembangkan Desa Wisata (Dana Desa) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat desa dapat menerapkan prinsip <i>Pentahelix</i> untuk bekerja sama dengan pihak eksternal dalam pengembangan kapasitas masyarakat 2. Masyarakat desa dapat berpartisipasi dengan wisatawan untuk membuat konten promosi untuk disebar ke jejaring yang lebih luas 3. SK dapat digunakan untuk meyakinkan Pemerintah Pusat dalam menambah alokasi anggaran Dana Desa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemanfaatan sumber daya alam sebagai objek promosi desa wisata yang partisipatif 2. Pemanfaatan anggaran Dana Desa untuk mengembangkan <i>website</i> desa wisata 3. Melaksanakan kerja sama dengan pihak eksternal untuk pengembangan infrastruktur desa wisata

Ancaman (<i>Threats</i>)	Asumsi Strategi S-T	Asumsi Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Teknologi memperbesar terjadinya disparitas sosial (terdapat masyarakat yang tidak mendapatkan keuntungan dari pemanfaatan teknologi) 2. Pandemi COVID-19 dan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) 3. Teknologi mengurangi interaksi masyarakat 4. Dihentikannya pendanaan yang berasal dari Pemerintah Pusat mempengaruhi pengelolaan desa wisata 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat desa sebagai pengelola <i>website</i> dan media sosial dapat berpartisipasi satu sama lain dalam penyusunan konten ketika pandemi 2. Memanfaatkan legalitas desa untuk mencari alternatif pendanaan dari investor 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan penggunaan media sosial dan <i>website</i> untuk melakukan promosi desa wisata dalam kondisi pandemi 2. Pemerataan pelaksanaan pelatihan untuk peningkatan kompetensi digital masyarakat 3. Peningkatan pengelolaan Desa Wisata dalam berbagai aspek, termasuk dalam lingkup pendanaan dan fasilitas sarana prasarana

Sumber : Hasil Analisis

Table 6 Analisis Strategi dengan Tes Litmus

Asumsi Strategi S-O	Strategi
1	Masyarakat desa dapat menerapkan prinsip <i>Pentahelix</i> untuk bekerja sama dengan pihak eksternal dalam pengembangan kapasitas masyarakat
2	Masyarakat desa dapat berpartisipasi dengan wisatawan untuk membuat konten promosi untuk disebar ke jejaring yang lebih luas
3	SK dapat digunakan untuk meyakinkan Pemerintah Pusat dalam menambah alokasi anggaran Dana Desa.

NO	Pertanyaan	Operasional (1)	Opr – Stra (2)	Strategis (3)	(S-O)1	(S-O)2	(S-O)3
1	Apakah isu strategis ini menjadi agenda kebijakan dari organisasi dan pimpinan organisasi?	Tidak		Ya	3	1	1
2	Kapan isu strategis tersebut menjadi peluang organisasi?	Sekarang	Tahun Depan	Dua tahun lebih	1	1	2
3	Seberapa luas isu tersebut akan berpengaruh kepada organisasi?	Hanya 1 bagian saja		Seluruh Organisasi	3	3	3
4	Seberapa besar resiko keuangan organisasi?	Kecil (<10%)	Moderat (10-25%)	Besar (>25%)	2	1	2
5	Apakah pemecahan isu strategis akan memerlukan:						

NO	Pertanyaan	Operasional (1)	Opr – Stra (2)	Strategis (3)	(S-O)1	(S-O)2	(S-O)3
6	a. Pengembangan sasaran dan program pelayanan baru?	Tidak		Ya	3	1	1
7	b. Perubahan signifikan dalam sumber sumber keuangan/anggaran?	Tidak		Ya	1	1	1
8	c. Perubahan signifikan dalam peraturan perundang undangan?	Tidak		Ya	1	1	1
9	d. Penambahan atau modifikasi fasilitas utama?	Tidak		Ya	3	1	1
10	e. Penambahan staf yang signifikan?	Tidak		Ya	1	1	1
11	Bagaimana pendekatan terbaik bagi pemecahan isu dilaksanakan?	Siap Diimplementasikan	Menggunakan Parameter	Terbuka	2	2	1
12	Tingkat manajemen yang terendah manakah yang dapat menetapkan bagaimana menanggulangi isu?	Eselon 2	Eselon 1	Menteri	2	1	1

NO	Pertanyaan	Operasional (1)	Opr – Stra (2)	Strategis (3)	(S-O)1	(S-O)2	(S-O)3
13	Konsekuensi yang dihadapi bila isu ini tidak diselesaikan?	Terjadi inefisiensi	Kerugian finansial dan penurunan layanan secara signifikan	Penurunan layanan dalam jangka panjang	3	1	1
14	Seberapa besar instansi lainnya yang dipengaruhi dan harus dilibatkan dalam isu ini?	Tidak ada	1-3	4 atau lebih	3	2	2
15	Bagaimana sensitivitas isu strategis ini jika dikaitkan dengan nilai-nilai masyarakat, sosial, politik, keagamaan dan budaya?	Tidak sensitif	Sensitif	Sangat Sensitif	2	3	1
TOTAL SKOR					30	20	19

Sumber : Hasil Analisis

Asumsi Strategi W-O	Strategi
1	Pemanfaatan sumber daya alam sebagai objek promosi desa wisata yang partisipatif
2	Pemanfaatan anggaran Dana Desa untuk mengembangkan website desa wisata
3	Melaksanakan kerja sama dengan pihak eksternal untuk pengembangan infrastruktur desa wisata

NO	Pertanyaan	Operasional (1)	Opr – Stra (2)	Strategis (3)	(W-O)1	(W-O)2	(W-O)3
1	Apakah isu strategis ini menjadi agenda kebijakan dari organisasi dan pimpinan organisasi?	Tidak		Ya	3	1	3
2	Kapan isu strategis tersebut menjadi peluang organisasi?	Sekarang	Tahun Depan	Dua tahun lebih	1	1	2
3	Seberapa luas isu tersebut akan berpengaruh kepada organisasi?	Hanya 1 bagian saja		Seluruh Organisasi	3	1	3
4	Seberapa besar resiko keuangan organisasi?	Kecil (<10%)	Moderat (10-25%)	Besar (>25%)	2	2	2
5	Apakah pemecahan isu strategis akan memerlukan:						
6	a. Pengembangan sasaran dan	Tidak		Ya	3	1	1

NO	Pertanyaan	Operasional (1)	Opr – Stra (2)	Strategis (3)	(W-O)1	(W-O)2	(W-O)3
	program pelayanan baru?						
7	b. Perubahan signifikan dalam sumber sumber keuangan/anggaran?	Tidak		Ya	1	1	3
8	c. Perubahan signifikan dalam peraturan perundang undangan?	Tidak		Ya	1	1	1
9	d. Penambahan atau modifikasi fasilitas utama?	Tidak		Ya	3	1	3
10	e. Penambahan staf yang signifikan?	Tidak		Ya	3	3	3
11	Bagaimana pendekatan terbaik bagi pemecahan isu dilaksanakan?	Siap Diimplementasikan	Menggunakan Parameter	Terbuka	2	1	2
12	Tingkat manajemen yang terendah manakah yang dapat menetapkan bagaimana menanggulangi isu?	Eselon 2	Eselon 1	Menteri	1	1	2

NO	Pertanyaan	Operasional (1)	Opr – Stra (2)	Strategis (3)	(W-O)1	(W-O)2	(W-O)3
13	Konsekuensi yang dihadapi bila isu ini tidak diselesaikan?	Terjadi inefisiensi	Kerugian finansial dan penurunan layanan secara signifikan	Penurunan layanan dalam jangka panjang	2	1	3
14	Seberapa besar instansi lainnya yang dipengaruhi dan harus dilibatkan dalam isu ini?	Tidak ada	1-3	4 atau lebih	2	2	3
15	Bagaimana sensitivitas isu strategis ini jika dikaitkan dengan nilai-nilai masyarakat, sosial, politik, keagamaan dan budaya?	Tidak sensitif	Sensitif	Sangat Sensitif	3	2	2
TOTAL SKOR					30	19	33

Sumber : Hasil Analisis

Asumsi Strategi S-T	Strategi
1	Masyarakat desa sebagai pengelola website dan media sosial dapat berpartisipasi satu sama lain dalam penyusunan konten
2	Memfaatkan legalitas desa untuk mencari alternatif pendanaan dari investor

NO	Pertanyaan	Operasional (1)	Opr – Stra (2)	Strategis (3)	(S-T)1	(S-T)2
1	Apakah isu strategis ini menjadi agenda kebijakan dari organisasi dan pimpinan organisasi?	Tidak		Ya	1	1
2	Kapan isu strategis tersebut menjadi peluang organisasi?	Sekarang	Tahun Depan	Dua tahun lebih	2	2
3	Seberapa luas isu tersebut akan berpengaruh kepada organisasi?	Hanya 1 bagian saja		Seluruh Organisasi	3	3
4	Seberapa besar resiko keuangan organisasi?	Kecil (<10%)	Moderat (10-25%)	Besar (>25%)	1	2
5	Apakah pemecahan isu strategis akan memerlukan:					
6	a. Pengembangan sasaran dan program pelayanan baru?	Tidak		Ya	3	3

NO	Pertanyaan	Operasional (1)	Opr – Stra (2)	Strategis (3)	(S-T)1	(S-T)2
7	b. Perubahan signifikan dalam sumber sumber keuangan/anggaran?	Tidak		Ya	1	3
8	c. Perubahan signifikan dalam peraturan perundang undangan?	Tidak		Ya	1	1
9	d. Penambahan atau modifikasi fasilitas utama?	Tidak		Ya	1	1
10	e. Penambahan staf yang signifikan?	Tidak		Ya	3	1
11	Bagaimana pendekatan terbaik bagi pemecahan isu dilaksanakan?	Siap Diimplementasikan	Menggunakan Parameter	Terbuka	2	2
12	Tingkat manajemen yang terendah manakah yang dapat menetapkan bagaimana menanggulangi isu?	Eselon 2	Eselon 1	Menteri	1	2
13	Konsekuensi yang dihadapi bila isu ini tidak diselesaikan?	Terjadi inefisiensi	Kerugian finansial dan penurunan layanan secara	Penurunan layanan dalam jangka panjang	1	1

NO	Pertanyaan	Operasional (1)	Opr – Stra (2)	Strategis (3)	(S-T)1	(S-T)2
			signifikan			
14	Seberapa besar instansi lainnya yang dipengaruhi dan harus dilibatkan dalam isu ini?	Tidak ada	1-3	4 atau lebih	2	2
15	Bagaimana sensitivitas isu strategis ini jika dikaitkan dengan nilai-nilai masyarakat, sosial, politik, keagamaan dan budaya?	Tidak sensitif	Sensitif	Sangat Sensitif	2	1
TOTAL SKOR					24	25

Sumber : Hasil Analisis

Asumsi Strategi W-T	Strategi
1	Mengoptimalkan penggunaan media sosial dan website untuk melakukan promosi desa wisata dalam kondisi pandemi
2	Pemerataan pelaksanaan pelatihan untuk peningkatan kompetensi digital masyarakat
3	Peningkatan pengelolaan Desa Wisata dalam berbagai aspek, termasuk dalam lingkup pendanaan dan fasilitas sarana prasarana

NO	Pertanyaan	Operasional (1)	Opr – Stra (2)	Strategis (3)	(W-T)1	(W-T)2	(W-T)3
1	Apakah isu strategis ini menjadi agenda kebijakan dari organisasi dan pimpinan organisasi?	Tidak		Ya	1	3	3
2	Kapan isu strategis tersebut menjadi peluang organisasi?	Sekarang	Tahun Depan	Dua tahun lebih	1	2	2
3	Seberapa luas isu tersebut akan berpengaruh kepada organisasi?	Hanya 1 bagian saja		Seluruh Organisasi	3	3	3
4	Seberapa besar resiko keuangan organisasi?	Kecil (<10%)	Moderat (10-25%)	Besar (>25%)	2	2	3
5	Apakah pemecahan isu strategis akan memerlukan:						

NO	Pertanyaan	Operasional (1)	Opr – Stra (2)	Strategis (3)	(W-T)1	(W-T)2	(W-T)3
6	a. Pengembangan sasaran dan program pelayanan baru?	Tidak		Ya	1	3	1
7	b. Perubahan signifikan dalam sumber sumber keuangan/anggaran?	Tidak		Ya	1	1	3
8	c. Perubahan signifikan dalam peraturan perundang undangan?	Tidak		Ya	1	1	1
9	d. Penambahan atau modifikasi fasilitas utama?	Tidak		Ya	1	1	3
10	e. Penambahan staf yang signifikan?	Tidak		Ya	1	3	3
11	Bagaimana pendekatan terbaik bagi pemecahan isu dilaksanakan?	Siap Diimplementasikan	Menggunakan Parameter	Terbuka	1	2	2
12	Tingkat manajemen yang terendah manakah yang dapat menetapkan bagaimana menanggulangi isu?	Eselon 2	Eselon 1	Menteri	1	1	1

NO	Pertanyaan	Operasional (1)	Opr – Stra (2)	Strategis (3)	(W-T)1	(W-T)2	(W-T)3
13	Konsekuensi yang dihadapi bila isu ini tidak diselesaikan?	Terjadi inefisiensi	Kerugian finansial dan penurunan layanan secara signifikan	Penurunan layanan dalam jangka panjang	1	3	2
14	Seberapa besar instansi lainnya yang dipengaruhi dan harus dilibatkan dalam isu ini?	Tidak ada	1-3	4 atau lebih	2	2	2
15	Bagaimana sensitivitas isu strategis ini jika dikaitkan dengan nilai-nilai masyarakat, sosial, politik, keagamaan dan budaya?	Tidak sensitif	Sensitif	Sangat Sensitif	2	1	1
TOTAL SKOR					19	28	30

Sumber : Hasil Analisis

Asumsi Strategi	Strategi	TOTAL
1	Melaksanakan kerja sama dengan pihak eksternal untuk pengembangan kapasitas masyarakat	33
2	Pemanfaatan sumber daya alam sebagai objek promosi desa wisata yang partisipatif	30
3	Masyarakat desa dapat menerapkan prinsip Pentahelix untuk bekerja sama dengan pihak eksternal dalam pengembangan infrastruktur desa	30
4	Peningkatan pengelolaan Desa Wisata dalam berbagai aspek, termasuk dalam lingkup pendanaan dan fasilitas sarana prasarana	30
5	Pemerataan pelaksanaan pelatihan untuk peningkatan kompetensi digital masyarakat	28
6	Memfaatkan legalitas desa untuk mencari alternatif pendanaan dari investor	25
7	Masyarakat desa sebagai pengelola website dan media sosial dapat berpartisipasi satu sama lain dalam penyusunan konten ketika pandemi	24
8	Masyarakat desa dapat berpartisipasi dengan wisatawan untuk membuat konten promosi untuk disebar ke jejaring yang lebih luas	20
9	Mengoptimalkan penggunaan media sosial dan website untuk melakukan promosi desa wisata dalam kondisi pandemi	19
10	SK dapat digunakan untuk meyakinkan Pemerintah Pusat dalam menambah alokasi anggaran Dana Desa.	19
11	Pemanfaatan anggaran Dana Desa untuk mengembangkan website desa wisata	19

Sumber : Hasil Analisis

Berdasarkan hasil tes *litmus* untuk mendapatkan urutan strategi prioritas yang dapat dilaksanakan di Desa Jatiluwih yaitu:

1. Melaksanakan kerja sama dengan pihak eksternal untuk pengembangan kapasitas masyarakat
2. Pemanfaatan sumber daya alam sebagai objek promosi desa wisata yang partisipatif
3. Masyarakat desa dapat menerapkan prinsip Pentahelix untuk bekerja sama dengan pihak eksternal dalam pengembangan infrastruktur desa
4. Peningkatan pengelolaan Desa Wisata dalam berbagai aspek, termasuk dalam lingkup pendanaan dan fasilitas sarana prasarana
5. Pemerataan pelaksanaan pelatihan untuk peningkatan kompetensi digital masyarakat

Strategi Pengembangan Digitalisasi Pariwisata yang Melibatkan Partisipasi Masyarakat di Desa Jatiluwih

Desa Jatiluwih memiliki berbagai sumber daya alam yang telah menjadi daya tarik wisata tersendiri bahkan salah satunya ditetapkan sebagai warisan budaya tak benda yang ditetapkan oleh UNESCO pada 2012, yaitu subak. Pariwisata alam yang ditawarkan oleh Jatiluwih menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan menikmati fasilitas serta atraksi yang tersedia. Dengan potensi tersebut, Desa Jatiluwih dapat melakukan pengelolaan pariwisata yang berbasis agro-ekowisata. Menurut Khasanah (2016), konsep agro-ekowisata merupakan serangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai objek wisata, baik potensi pemandangan alam pertaniannya ataupun kekhasan aktivitas produksi dan teknologi pertanian serta memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk mendapatkan pengalaman mengenai alam dan budaya untuk dipelajari dan memahami betapa pentingnya konservasi keanekaragaman hayati dan budaya lokal. Desa Jatiluwih dapat memanfaatkan teknologi digital dan penerapan konsep agro-ekowisata untuk

meningkatkan jumlah wisatawan melalui strategi-strategi berikut:

Melaksanakan Kerja Sama dengan Pihak Eksternal untuk Pengembangan Kapasitas Masyarakat

Partisipasi masyarakat dalam pembangunan diartikan sebagai keikutsertaan masyarakat dalam setiap kegiatan pembangunan dan turut mampu memanfaatkan serta ikut menikmati hasil atas proses pembangunan tersebut (Slamet, 2003). Sebagai salah satu desa wisata yang sedang berkembang, kapasitas masyarakat menjadi salah satu kunci utama dalam upaya tercapainya tujuan pembangunan Desa Jatiluwih yaitu meningkatkan keterampilan dan daya saing masyarakat desa di era globalisasi. Adapun dalam proses pencapaiannya, peningkatan kapasitas masyarakat tidak dapat dibebankan hanya kepada Pemerintah Desa Jatiluwih semata, melainkan turut dibutuhkan dukungan dan kerja sama dari berbagai pihak eksternal yang antara lain mencakup Pemerintah Daerah Kabupaten Tabanan, perguruan tinggi, *non government organization*, serta pihak media.

Pengembangan kapasitas masyarakat guna meningkatkan keterampilan dan daya saing di era globalisasi tentunya tidak lepas dari penguatan keterampilan digital. Keterampilan digital atau *digital skills* ialah suatu kemampuan seseorang dalam memahami, mengoperasikan, menggunakan, dan memanfaatkan teknologi untuk mengakses dan mengelola informasi. Pengembangan keterampilan digital tersebut dapat mulai ditanamkan kepada masyarakat Desa Jatiluwih melalui kegiatan pelatihan atau *workshop* yang difasilitasi dan diselenggarakan oleh pihak eksternal terkait. Beberapa jenis pelatihan dapat berupa pelatihan terhadap *hard skill* seperti pengoperasian peralatan informasi dan telekomunikasi; keahlian desain grafis; perekaman; dan pengambilan gambar, hingga pelatihan terhadap *soft skill* seperti keahlian *digital marketing*, kewirausahaan, bahasa asing, dan tata cara *public speaking*. Selanjutnya, atas pelaksanaan pelatihan yang

telah diselenggarakan, masyarakat diharapkan dapat mempraktekkan hasil pelatihan secara langsung guna mendapatkan umpan balik dari wisatawan yang berkunjung. Dengan telah meningkatnya kapasitas masyarakat, diharapkan akan turut meningkatkan tingkat partisipasi masyarakat yang inklusif, dimana seluruh masyarakat desa dapat berinteraksi dan secara bersama-sama mengelola Desa Jatiluwih sebagai Desa agro-ekowisata berbasis digital.

Pemanfaatan Sumber Daya Alam sebagai Objek Promosi Desa Wisata yang Partisipatif

Sumber daya alam merupakan sumber daya, faktor produksi, dan segala sesuatu yang bukan merupakan buatan manusia namun disediakan oleh alam yang dapat dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia (Riyani, 2018). Sudah banyak daerah pariwisata yang mendorong sumber daya alam sebagai salah satu objek promosi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke suatu daerah tersebut.

Dengan potensi sumber daya alam yang dimiliki oleh Desa Jatiluwih, penerapan model desa agro-ekowisata bukanlah suatu hal yang mustahil untuk diterapkan. Utamanya dengan penerapan *community-based tourism*, yaitu pendekatan pembangunan pariwisata yang menekankan pada masyarakat lokal (Hausler, 2005), Desa Jatiluwih dapat memberdayakan masyarakat lokal untuk mengelola dan membangun pariwisata dengan konsep agro-ekowisata. Utamanya, karena masyarakat merupakan pelaku langsung yang memiliki pengalaman turun temurun dalam pengelolaan sumber daya alam dan budaya sehingga memiliki komitmen yang kuat untuk mengelola sumber daya alam secara berkelanjutan karena menyangkut kepentingan hidup mereka (Endah & Fandeli, 2012).

Selain itu, Desa Jatiluwih dapat mengimplementasikan model promosi pengembangan desa agro-ekowisata yang mengedepankan partisipasi masyarakat melalui kegiatan *fee-for-service*. Berdasarkan *ASEAN Community Based Tourism Standard*

(2016), kegiatan tersebut memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk menghadiri dan merayakan tradisi lokal, menjalani kehidupan dengan menerapkan gaya hidup masyarakat lokal, serta melestarikan sumber daya alam dan budaya bersama masyarakat lokal sehingga mendorong interaksi yang saling menguntungkan antara masyarakat desa dan wisatawan.

Peningkatan promosi kegiatan pengelolaan sumber daya alam dan budaya yang dapat melibatkan wisatawan atau agro-ekowisata, perlu dilakukan oleh Desa Jatiluwih. Kegiatan yang sudah ada seperti membajak sawah dan menanam padi perlu dipromosikan lebih lanjut melalui kanal yang telah dimiliki. *Website*, media sosial, maupun kerja sama *business to business* dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan *exposure* dari pariwisata yang ditawarkan oleh Desa Jatiluwih. Masyarakat dapat menyusun kalender siklus padi dan mempublikasikannya agar wisatawan dapat menentukan waktu berkunjung dan menikmati pengalaman beraktivitas bersama masyarakat lokal sesuai dengan kegiatan yang diminati. Masyarakat Desa Jatiluwih juga dapat melibatkan wisatawan dalam kegiatan adat maupun budaya yang sekiranya tidak memberikan dampak negatif dengan adanya keterlibatan pihak luar.

Dalam rangka meningkatkan promosi, Desa Jatiluwih dapat memanfaatkan teknologi untuk memudahkan wisatawan dalam mendapatkan informasi wisata, melakukan pemesanan untuk mengikuti aktivitas bersama masyarakat, dan untuk melakukan pembayaran. Desa Jatiluwih juga dapat meminta wisatawan untuk memberikan penilaian terhadap pengalaman yang dialami melalui media sosial atau website. Hal-hal tersebut akan meningkatkan pengalaman baik yang diperoleh oleh para wisatawan sehingga peningkatan pengunjung pariwisata akan terjadi dan kondisi kehidupan masyarakat akan semakin membaik. Dengan demikian, kemungkinan terjadinya kerusakan warisan budaya maupun lingkungan akan semakin mengecil karena masyarakat merasa memiliki

keterlibatan dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata.

Meskipun demikian, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh Desa Jatiluwih dalam pengembangan agro-ekowisata diantaranya:

1. Objek yang dikembangkan adalah objek yang ada di alam, khususnya pertanian dan budaya yang tidak mengalami perubahan sumber daya maupun bentang alamnya.
2. Dampak positif yang diperoleh menunjang upaya pelestarian objek dan dampak negatif yang ditimbulkan terhadap lingkungan sangat kecil, atau sesuai dengan aspek konservasi.
3. Masyarakat sekitar ikut terlibat pada kegiatan pariwisata alam dan dapat memperoleh keuntungan langsung dalam rangka pemberdayaan masyarakat.
4. Peningkatan pemahaman dan kesadaran masyarakat untuk melestarikan objek dengan mengadakan pelatihan dan penyuluhan tentang konservasi sumber daya alam dan ekosistemnya.

Masyarakat Desa dapat Menerapkan Prinsip Pentahelix untuk Bekerja Sama dengan Pihak Eksternal dalam Pengembangan Infrastruktur Desa

Pentahelix adalah model kerja sama dengan pihak eksternal yang melibatkan 5 pemangku kepentingan dalam pelaksanaan pembangunan. Pemangku kepentingan yang dimaksud adalah peneliti, perusahaan, kelompok masyarakat, pemerintah, dan media. Seluruh pemangku kepentingan dapat bekerja sama dengan melaksanakan perannya masing-masing untuk mencapai tujuan pembangunan.

Peneliti atau akademisi berperan untuk mengidentifikasi permasalahan yang terjadi di Desa Wisata serta potensi-potensi agro-ekowisata yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Wisata. Selain peneliti, perusahaan pengembangan wisata juga dapat mengidentifikasi potensi-potensi yang dimiliki oleh petani untuk disusun model-model bisnis yang dapat menghasilkan

pendapatan ekonomi yang memperhatikan keberlangsungan lingkungan. Untuk mengetahui permasalahan dan potensi-potensi yang dimiliki, para pemangku kepentingan dapat bekerja sama dengan kelompok masyarakat lokal, khususnya kelompok tani yang sudah memiliki pengetahuan lokal terhadap daerah yang ditinggalinya. Hal ini menjadi kekuatan utama yang dimiliki oleh kelompok masyarakat karena mereka juga dapat melakukan mobilisasi sumber daya manusia untuk membantu proses pelaksanaan pembangunan.

Pemerintah juga merupakan salah satu pemangku kepentingan utama dalam pelaksanaan kerja sama Pentahelix. Hal ini disebabkan karena Pemerintah akan bertindak sebagai penyusun kebijakan dan pengambilan keputusan yang sekaligus bertindak sebagai pemantau untuk menghasilkan evaluasi implementasi kebijakan pembangunan pariwisata. Secara umum, Pemerintah akan melaksanakan pembangunan dari tahapan perencanaan, pelaksanaan dan pemantauan terhadap hal-hal yang ingin dicapai oleh masyarakat desa. Pada akhirnya, media juga berperan penting dalam pelaksanaan pembangunan karena media dapat membantu untuk menyebarkan program-program yang telah disusun dan atraksi pariwisata yang terdapat di Desa Jatiluwih untuk membantu peningkatan citra dari desa tersebut sebagai desa agro-ekowisata.

Strategi ini akan menitikberatkan peran Pentahelix dalam mengembangkan potensi pariwisata yang ada di Desa Jatiluwih. Sebagai contoh, para pemangku kepentingan harus melaksanakan dialog bersama masyarakat desa sebagai *baseline* penyusunan rencana intervensi pembangunan pariwisata yang dapat dilakukan. Hal ini penting untuk memastikan bahwa masyarakat desa, khususnya petani memberikan pengetahuan dan mengenal pemangku kepentingan eksternal yang akan melaksanakan pembangunan di sekitar area persawahan.

Selain itu, Pemerintah sebagai pengambil keputusan dapat melaksanakan mekanisme Swakelola Tipe IV yang dapat

memberikan kontrak kepada kelompok masyarakat. Pelaksanaan swakelola tipe IV akan memberikan keuntungan kepada Pemerintah karena kelompok masyarakat sudah mengetahui kondisi lapangan di Desa Jatiluwih. Namun Pemerintah juga tetap harus melaksanakan pemantauan dan pengendalian untuk memastikan kelompok masyarakat tetap melaksanakan pembangunan sesuai dengan jadwal dan target yang ditetapkan. Sebagai contoh proyek swakelola tipe IV yang dapat bekerja sama dengan petani adalah rehabilitasi sarpras pertanian yang juga dapat mendukung potensi pariwisatanya.

Pihak perusahaan juga dapat melakukan kerja sama dengan menggunakan metode *Corporate Social Responsibility*. Metode CSR adalah sebuah bentuk tanggung jawab perusahaan untuk berkontribusi kepada masyarakat. Pada dasarnya, setiap perusahaan akan mengalokasikan anggaran tahunannya untuk melaksanakan berbagai proyek pembangunan yang dapat membantu masyarakat. CSR akan memberikan keuntungan bagi kedua pihak karena masyarakat mendapatkan tambahan bantuan pembangunan di luar Pemerintah dan perusahaan dapat menyelesaikan tanggung jawabnya dalam berkontribusi terhadap pengembangan sosial.

Jika dikaitkan dengan digitalisasi, maka pemangku kepentingan di dalam Pentahelix dapat melakukan akselerasi dalam pembayaran digital. Seperti yang diketahui bersama, masih ada pelaku usaha pariwisata yang belum menerapkan konsep pembayaran digital berupa QRIS. Hal ini menjadi salah satu digitalisasi yang paling mendasar dalam era teknologi karena akan memudahkan wisatawan untuk melakukan pembayaran dan memudahkan pelaku usaha untuk melakukan pencatatan jumlah uang yang masuk. Sebagai contoh, pembayaran menggunakan QRIS dapat digunakan sebagai metode pembayaran untuk masuk ke lokasi objek agro-ekowisata.

Peningkatan Pengelolaan Desa Wisata dalam Berbagai Aspek, termasuk dalam lingkup pendanaan dan fasilitas sarana prasarana

G.R Terry (1972) dalam bukunya yang berjudul *Principles of Management*, membagi fungsi dasar manajemen menjadi 4 (empat), diantaranya Perencanaan (*Planning*), Pengorganisasian (*Organizing*), Pelaksanaan (*Actuating*), dan Pengawasan (*Controlling*).

1. Perencanaan (*Planning*) merupakan dasar pemikiran dari tujuan yang ingin dicapai dan penyusunan langkah-langkah untuk dapat mencapai tujuan. Tahap perencanaan juga dapat disebut sebagai tahap persiapan atas kebutuhan yang di dalamnya terdapat strategi, program, prosedur, standar yang dibutuhkan, hingga perkiraan kendala dan merumuskan bentuk pelaksanaan kegiatan.
2. Pengorganisasian (*Organizing*) adalah pengelompokkan, penentuan, penyusunan berbagai kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan, penyediaan faktor fisik untuk keperluan kerja, serta penempatan orang dan penunjukan wewenang agar tujuan dapat tercapai.
3. Pelaksanaan (*Actuating*) adalah tahapan dimana gerakan atau kegiatan yang telah disusun mulai dilaksanakan sesuai dengan pembagian kerja dan sumber daya yang ada agar bisa mencapai tujuan.
4. Pengawasan (*Controlling*) dapat diartikan sebagai proses penentuan standar atas apa yang harus dicapai, penilaian atas apa yang telah dilaksanakan, dan jika diperlukan perbaikan atas apa yang harus diperbaiki sehingga rencana dapat terlaksana serta tujuan dapat tercapai sesuai standar.

Salah satu fungsi lainnya adalah Pengevaluasian atau *Evaluating* dimana setiap permasalahan atau kekurangan yang timbul, hasil dari kegiatan atau rencana yang telah dilaksanakan, serta berbagai hal lainnya dikumpulkan sebagai arsip agar dapat menjadi bahan perbaikan dalam Pelaksanaan/*Planning* berikutnya. Pengelolaan suatu desa tentunya tidak lepas dari rangkaian kegiatan perencanaan hingga

evaluasi. Dalam pelaksanaan pembangunan pariwisata, masyarakat desa memiliki peranan penting karena unsur penggerak utama dari kegiatan yang ada di Desa Wisata, yaitu sumber daya dan keunikan baik dari sisi tradisi maupun sisi budaya, melekat pada masyarakat desa. Keberhasilan pengembangan pariwisata pada suatu desa bergantung pada tingkat penerimaan dan dukungan masyarakat desa karena mereka telah menjadi bagian dari sistem ekologi yang saling berkaitan dengan objek wisata (Susfenti, 2016).

Desa Jatiluwih perlu meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pengelolaan desa wisata dengan konsep agro-ekowisata sehingga pengembangan pariwisata dapat berjalan selaras dengan kebutuhan masyarakat. Masyarakat desa sebaiknya dapat berkontribusi pada setiap kegiatan *planning, organizing, actuating, controlling*, hingga *evaluating*. Hal ini dapat dilakukan dengan mulai meningkatkan sistem *monev (monitoring dan evaluasi)* yang telah ada saat ini. Desa Jatiluwih dapat menyediakan media untuk penyampaian kritik dan saran terkait pengelolaan pariwisata baik dari wisatawan maupun masyarakat sebagai dasar perbaikan atau peningkatan pelayanan ke depannya. Media ini dapat berupa *website*, media sosial, kuesioner, atau *Google review*.

Pemerataan pelaksanaan pelatihan untuk peningkatan kompetensi digital masyarakat

Proses digitalisasi merupakan proses yang perlu melibatkan kontribusi masyarakat (Cempaka, 2022). Oleh sebab itu, dalam menghadapi era digitalisasi ini perlu dilakukan pelatihan kepada masyarakat. Tujuan pelatihan masyarakat adalah penguatan pemerintahan desa dan kelurahan, lembaga kemasyarakatan dan upaya dalam penguatan kapasitas masyarakat. Selanjutnya dalam upaya peningkatan partisipasi masyarakat untuk promosi Desa Jatiluwih melalui penggunaan teknologi harus didukung dengan adanya peningkatan kapasitas digital masyarakat Desa Jatiluwih.

Saat ini sebagian masyarakat Desa Jatiluwih telah mendapatkan pelatihan digital, namun untuk mewujudkan pemerataan, sebelum dilakukan pelatihan perlu dilakukan: 1) Pemetaan pelatihan digital apa saja yang sudah diperoleh masyarakat, 2) Identifikasi jenis pelatihan digital yang dibutuhkan masyarakat; 3) Penyusunan materi pelatihan digital; dan 4) Sosialisasi atau pelaksanaan pelatihan kepada masyarakat.

Menurut Cempaka (2022), untuk meningkatkan keterampilan diperlukan keterlibatan masyarakat dalam mencoba teknologi, upaya peningkatan digitalisasi ini meliputi penyampaian dasar teori dan juga adanya praktik atau implementasi dari materi yang telah disampaikan, adapun materi pelatihan yang dapat mendukung peningkatan kapasitas digital masyarakat untuk mendukung pengembangan pariwisata Desa Jatiluwih sebagai desa agro-ekowisata, sebagai berikut:

a. Pelatihan fotografi

Tujuan Pelatihan fotografi ini agar masyarakat dapat memahami dan mengetahui Teknik dasar fotografi serta dapat memiliki banyak persediaan foto wisata alam, wisata edukasi dan wisata budaya yang dapat digunakan sebagai media promosi di media social. Pelatihan yang diberikan mengenai Teknik dasar fotografi meliputi meliputi pencahayaan, teknik penyesuaian angle, proporsi objek, dan sebagainya. Penyampaian materi ini juga dilakukan dengan adanya praktik implementasi dari materi yang dilakukan oleh peserta pelatihan dibantu oleh mentor yang hadir.

b. Pelatihan Videografi

Pelatihan videografi ini dapat diberikan kepada Kelompok Pengelola wisata agar memahami dan mengetahui Teknik dasar videografi dan juga dapat memiliki banyak persediaan konten video wisata alam, wisata edukasi dan wisata budaya yang dapat digunakan sebagai media promosi di media social. Melalui pelatihan fotografi ini diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisata melalui pemasaran digital pada media sosial. Mekanisme

pelatihan teknik videografi disampaikan materi mengenai teknik dasar dalam pengambilan video. Dalam pembuatan konten video perlu adanya 3 tahapan yang dilewati yaitu pra- produksi, produksi, dan proses editing. Terdapat beberapa teknik dasar yang disampaikan dalam tiga alur proses tersebut, mulai dari pembuatan konsep dan *storyboard*, teknik pengambilan video, pencahayaan, pengenalan alat-alat, hingga pada video editing. Selanjutnya dapat dilakukan praktek langsung pengambilan video oleh masyarakat dibantu oleh mentor.

- c. Pelatihan *Public Speaking & Story Telling*
Dalam pelatihan *public speaking & story telling*, materi yang disampaikan terkait tata cara *public speaking* untuk para penggiat desa wisata ketika melakukan *guide* pengunjung yang akan datang, memahami cara berbicara dengan menarik, beramah tamah dengan para pengunjung seperti menyapa tamu dan lain sebagainya, juga cara menawarkan produk-produk yang ada di desa wisata, materi yang disampaikan juga mencakup: seni berbicara dalam pariwisata, *public speaking* dalam *virtual tour*, tata cara membuat tour yang interaktif, cara membuat desain interaksi yang menarik, pemberian informasi seputar *guide* yang baik seperti berpengetahuan yang luas dan memiliki rasa cinta terhadap tempat dia berada, dan lain sebagainya. Selain dari penyampaian materi tata cara *public speaking* yang baik dalam *tour* peserta juga diberi pemahaman terkait *storynomic* yang ada di dalam Desa Jatiluwih, dimana peserta harus mengetahui pentingnya cerita-cerita yang ada di Desa Jatiluwih yang harus tersampaikan kepada pengunjung ketika datang.

- d. Pelatihan pendaftaran dan penggunaan QRIS untuk pengelola UMKM
Fitur pembayaran digital yang saat ini sudah tersedia platform QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) yang telah terintegrasi secara nasional dengan berbagai bank. Masyarakat dalam hal ini pemilik UMKM perlu mendapatkan

pelatihan terkait pendaftaran dan penggunaan QRIS. Pengadaan QRIS ini dapat meningkatkan potensi UMKM maupun produk wisata dalam menarik potensi transaksi atau pembelian karena menyediakan opsional pembayaran yang fleksibel.

KESIMPULAN

Kondisi saat ini adalah Desa Jatiluwih memiliki kekuatan yaitu adanya penetapan Desa Wisata melalui Surat Keputusan Bupati Tabanan No 180/337/03/HK&HAM/2016, masyarakat desa berpartisipasi dalam pembuatan konten promosi, masyarakat pengelola Desa Wisata memiliki kompetensi yang cukup dalam menggunakan media sosial dan teknologi, sikap positif masyarakat dalam menerima program desa wisata digital. Namun, desa tersebut juga memiliki kelemahan yaitu pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi desa belum optimal, tidak adanya fasilitas *booking* pada *website* jatiluwih.id, pengetahuan tentang desa wisata digital masih rendah, dan infrastruktur TIK untuk pengembangan digitalisasi belum optimal.

Di tengah kekuatan dan kelemahan tersebut. Desa Jatiluwih memiliki peluang yaitu kerja sama dengan pihak eksternal untuk pengembangan desa, ada alokasi anggaran dari pemerintah pusat untuk mengembangkan desa wisata (Dana Desa), wisatawan yang mengunjungi Desa Wisata, berpeluang untuk mempromosikan desa tersebut ke jejaring yang lebih luas, dan desa wisata memiliki sumber daya alam untuk atraksi pariwisata. Pada akhirnya, desa masih memiliki ancaman yaitu teknologi mengurangi interaksi masyarakat, teknologi memperbesar terjadinya disparitas sosial (terdapat masyarakat yang tidak mendapatkan keuntungan dari pemanfaatan teknologi), dihentikannya pendanaan yang berasal dari Pemerintah Pusat mempengaruhi pengelolaan desa wisata, dan pandemi COVID-19 dan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, Desa Jatiluwih dapat memanfaatkan teknologi digital dan penerapan konsep agro-ekowisata untuk meningkatkan jumlah wisatawan melalui strategi-strategi berikut: (1) Melaksanakan kerja sama dengan pihak eksternal untuk pengembangan kapasitas masyarakat; (2) Pemanfaatan sumber daya alam sebagai objek promosi desa wisata yang partisipatif; (3) Masyarakat desa dapat menerapkan prinsip Pentahelix untuk bekerja sama dengan pihak eksternal dalam pengembangan infrastruktur desa; (4) Peningkatan pengelolaan Desa Wisata dalam berbagai aspek, termasuk dalam lingkup pendanaan dan fasilitas sarana prasarana; (5) Pemerataan pelaksanaan pelatihan untuk peningkatan kompetensi digital masyarakat. Desa Jatiluwih dapat mempertimbangkan penerapan strategi tersebut untuk dapat mengembangkan digitalisasi pariwisata dengan melibatkan partisipasi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Bryson, J. M. (2004). What to do When Stakeholders Matter, A Guide to Stakeholder Identification and Analysis Techniques. *Public Management Review*, 6(1).
- Cempaka, D., Murti, W., Kusumastuti, Z. R., Handoko, V. S., Bima, A., & Wijaya, M. (2022). *Peningkatan Digitalisasi Pariwisata di Wilayah Desa Purwoharjo, Kulon Progo*. *Jurnal Atma Inovasia (JAI)*, 2(1)
- Dewi, Fandeli, & Baiquni. (2013). *Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di Desa Wisata Jatiluwih*. *Jurnal Kawistara* Vol.3.
- Pemerintah Desa Jatiluwih. 2013. *Gambaran Umum Desa*. Diunduh melalui <https://jatiluwih.desa.id/artikel/2013/7/29/badan-permusyawaratan-desa>, diakses pada 21 September 2022
- Endah, Sri & Fandeli, C. (2012). *Penerapan Prinsip Community Based Tourism (CBT) Dalam Pengembangan Agrowisata Di Kota Batu, Jawa Timur*. *Jejaring Administrasi Publik*. Th IV. Nomor 1, Januari-Juni 2012
- Fitriana, D. (2020). *Pentingnya Pengembangan terhadap suatu Wilayah di Indonesia*. Diunduh melalui <https://www.researchgate.net/> pada 18 September 2022
- Hausler, Nicole. (2005). *Planning for Community Based Tourism*. Sumber: repository.upi.edu/21562/9/S_MPP_1202549_Bibliography.pdf.
- Khasanah, Rohmatul. (2016). *Model Implementasi Desa Argo-Ekowisata Dalam Membentuk Kemandirian Ekonomi Daerah (Studi Kasus Di Kecamatan Ampelgading)*. *Jurnal Forum Ilmu Sosial, FIS* 43 (2) (2016). <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/FIS>
- Khoir, F., Ani, H. M., & Hartanto, W. 2018. *Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Jember Tahun 2011-2017*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(2), 199–206. <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i2.8320>
- Primastiana, F. (2018). *Kajian Desa Jatiluwih sebagai Desa Wisata Berdasarkan Tingkat Partisipasi Masyarakat*. Bandung: Universitas Pasundan
- Rangkuti, Freddy. (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia
- Riyani, Eko. (2018). *Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Obyek Wisata Alam Air Terjun Jumog dan Dampak terhadap Kondisi Ekonomi Masyarakat (Studi di Desa Berjo Kecamatan Ngargoyoso Kabupaten Karanganyar Provinsi Jawa Tengah)*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta

- Susfenti, N. (2016). *Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism-CBT) di Desa Sukajadi Kecamatan Carita*. Lembaran Masyarakat: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam, [S.l.], v. 2, n. 1, p. 75-86, june 2016. ISSN 2655-4755. Diunduh melalui <http://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/lbrmasy/article/view/483> pada 24 September 2022
- Terry, George F.(1972). *Principles of Management*. United States: R.D. Irwin
- Wearing Stephen. (2001). *Volunteer Tourism: Experiences that Make a Different*. Australia: CABI.
- World Bank, (2021). *“Beyond Unicorns: Harnessing Digital Technologies for Inclusion in Indonesia”*.