

PRAKTIK DIGITALISASI SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN DAN PENINGKATAN RESILIENSI DESA WISATA TINALAH, KULON PROGO

Digitalization Practices as A Development and Improvement of Resilience in Tinalah Tourism Village, Kulon Progo

NAFI IBDIYANA MUSYARRIFANI^{1*}, ANNISA DWI APRILIA¹⁾, GALUH ALIF FAHMI RIZKI²⁾

1) Program Studi Pariwisata, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia 55281

2) Pegiat Desa Wisata Tinalah, Kulon Progo, Yogyakarta 55673

*Email: nafiibdiyana@mail.ugm.ac.id

Diterima 26 September 2022 / Disetujui 16 Oktober 2022

ABSTRACT

Dewi Tinalah is a village located in the Tinalah River and Menoreh Mountains area, Kulon Progo, Yogyakarta. This village won fourth place in the ADWI 2021 award and gold champion in the Creative Tourism Destination Award 2022 for the digital category. Starting from a village that will be evicted due to the construction of dam, Dewi Tinalah managed to survive by developing a tourism village. With help of digitalization, Dewi Tinalah has succeeded in increasing the number of visits each year to reach 12.764 visitors with a total turnover of 259 million rupiah in 2018. This study aims to analyze the process and form of digitization in Dewi Tinalah as one of the factors supporting the resilience of sustainable tourism villages. The data presented is a combination of primary and secondary data. Primary data was obtained from observations and interviews with managers, while secondary data was obtained from analysis of previous research, websites, social media, and articles published. The data will be presented in a qualitative descriptive manner with case study approach. The results indicate that digitalization in Dewi Tinalah cannot be separated from the role of local communities and the pentahelix collaboration with stakeholders. From years of digitalization development and training, Dewi Tinalah's human resources are capable of optimizing SEO and creating omnichannel marketing content on websites, applications, chat media, and social media. Dewi Tinalah has also been equipped with Wi-Fi, digital payments, cloud storage, and Peduli Lindungi for CHSE purposes.

Keywords: digitalization, Dewi Tinalah, resilience, tourism village.

ABSTRAK

Desa Wisata Tinalah (Dewi Tinalah) terletak di kawasan Sungai Tinalah dan Pegunungan Menoreh, Kulon Progo, Yogyakarta. Desa ini menduduki posisi keempat dalam penghargaan ADWI 2021 dan berhasil meraih *Gold Champion* dalam *Creative Tourism Destination Award 2022* kategori desa digital. Di balik penghargaan tersebut, pengelola desa telah melakukan uji coba pemanfaatan media digital untuk pemasaran dengan mengikuti berbagai pelatihan. Berawal dari desa yang akan digusur karena pembangunan bendungan, desa ini berhasil bertahan dengan berinovasi mengembangkan desa wisata. Kemauan untuk berkembang, inovasi, serta bantuan digitalisasi berhasil meningkatkan jumlah kunjungan tiap tahunnya hingga mencapai 12.764 pengunjung dengan total omzet 259 juta rupiah pada 2018. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses dan bentuk digitalisasi pada Dewi Tinalah sebagai salah satu faktor penunjang resiliensi desa wisata berkelanjutan. Data-data yang dipaparkan merupakan kombinasi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari observasi dan wawancara dengan pengelola desa wisata, sementara data sekunder diperoleh dari analisis penelitian terdahulu, *website*, media sosial, artikel, dan berita yang dimuat di *online platform*. Kombinasi data akan dipaparkan secara kualitatif deskriptif dengan pendekatan *case study*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terwujudnya digitalisasi di Dewi Tinalah tidak luput dari peran masyarakat lokal serta kolaborasi *pentahelix* dengan *stakeholder*. Dari pengembangan dan pelatihan digitalisasi selama bertahun-tahun, Dewi Tinalah telah memiliki SDM terlatih yang mampu melakukan optimalisasi SEO dan membuat konten pemasaran *omnichannel* di situs web, aplikasi, media chat, serta media sosial. Dewi Tinalah juga telah dilengkapi dengan Wi-Fi, pembayaran digital, penyimpanan awan, dan Peduli Lindungi untuk tujuan CHSE.

Kata kunci: desa wisata, Dewi Tinalah, digitalisasi, Resiliensi.

PENDAHULUAN

Peraturan Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata mendefinisikan desa wisata sebagai suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, amenitas, dan sarana serta prasarana pendukung wisata yang disajikan dalam tatanan kehidupan masyarakat yang menyatu bersama tradisi yang berlaku di desa setempat. Produk wisata dari desa wisata berupa produk yang bernilai budaya dan memiliki karakteristik tradisional (Dewi *et al.*, 2013). Saat ini desa wisata menjadi pilihan produk wisata yang strategis bagi berbagai daerah di Indonesia. Pengelolaan desa wisata mempunyai peran penting bagi pertumbuhan ekonomi, sosial budaya, dan pemberdayaan sumber daya alam.

Memasuki era industri 4.0 yang hampir segala sesuatunya serba digital, sebagian besar masyarakat Indonesia tidak lepas dari penggunaan internet dalam kegiatan sehari-hari. Munculnya perilaku masyarakat tersebut melahirkan beragam manfaat sekaligus tantangan bagi para pelakunya. Dalam menanggapi fenomena ini, para pegiat atau pengelola pariwisata juga turut serta beradaptasi dengan penggunaan teknologi digital. Pemanfaatan digitalisasi untuk mengembangkan atraksi wisata merupakan salah satu implementasi pendekatan *smart tourism*. Perwujudan digitalisasi pariwisata ini salah satunya adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Digitalisasi di industri pariwisata dianggap menjadi salah satu langkah tepat untuk menyikapi budaya masyarakat saat ini yang berorientasi digital dalam memenuhi segala kebutuhan mereka ketika melakukan perjalanan. Salah satu destinasi wisata di Kulon Progo, yaitu Desa Wisata Tinalah telah memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) sejak desa wisata ini mulai dirintis.

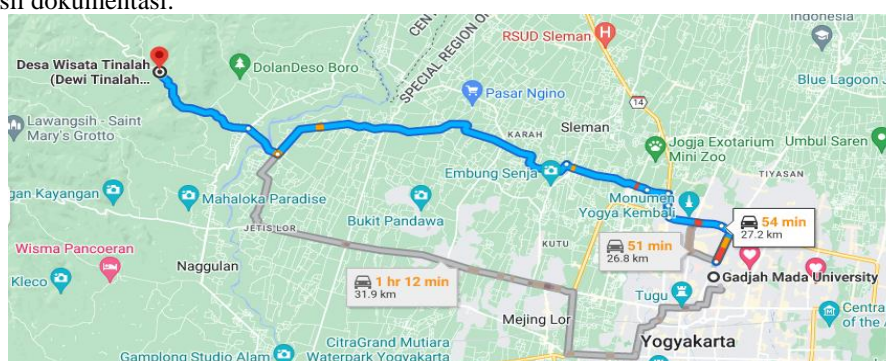
Dewi Tinalah berada di kawasan Pegunungan Menoreh dan daerah aliran sungai (DAS) Tinalah yang memiliki unsur penting berupa air, tanah, dan berbagai mineral yang menopang kehidupan makhluk hidup. Berawal dari penolakan masyarakat Desa Purwoharjo yang terancam digusur karena wacana perencanaan pembangunan bendungan pada tahun 2008, kondisi ini mendesak masyarakat untuk menemukan solusi inovatif yang dapat mempertahankan desanya. Kondisi tersebut kemudian memunculkan ide berupa perintisan desa wisata yang kini dikenal dengan Desa Wisata Tinalah. Demi mempertahankan budaya dan alam sekitar, masyarakat dan pemerintah desa memiliki kemauan yang tinggi untuk terus mengembangkan Dewi Tinalah. Upaya menjaga keunikan dan terus berinovasi untuk tetap eksis menjadi kunci Dewi Tinalah supaya menjadi desa wisata yang berkelanjutan dan mampu bersaing dengan yang lain.

Manajemen pengelolaan Dewi Tinalah yang berbasis *community-based tourism* (CBT) dengan pesona alam dan budaya telah memanfaatkan digitalisasi semaksimal mungkin. Pemanfaatan digitalisasi di Dewi Tinalah sudah dimulai sejak tahun 2013, meskipun pada saat itu belum optimal. Pelatihan digital dilakukan secara otodidak oleh Galuh Alif Fahmi Rizki (pegiat Dewi Tinalah) yang kemudian bermanfaat untuk kemajuan Dewi Tinalah. Meskipun terdapat beberapa kendala dan tantangan yang dihadapi pengelola dalam perkembangannya, Dewi Tinalah berhasil menduduki posisi keempat penghargaan ADWI 2021 dari Kemenparekraf dalam kategori desa digital. Dengan demikian, penelitian ini membahas mengenai proses dan bentuk-bentuk digitalisasi di Dewi Tinalah sebagai salah satu faktor penunjang resiliensi desa wisata berkelanjutan. Konsep resiliensi merupakan bagian penting dalam industri pariwisata. Maliati dan Chalid (2021) mengartikan resiliensi sebagai kemampuan kelompok atau masyarakat dalam meminimalkan tekanan eksternal dan gangguan dari dinamika sosial, politik, dan lingkungan.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan serta mengolah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari observasi dan wawancara dengan pengelola desa wisata yang didukung dengan dokumentasi, sementara data sekunder diperoleh dari analisis penelitian terdahulu, *website*, media sosial, artikel, dan berita yang dimuat di *online platform*. Kombinasi data akan dipaparkan secara kualitatif deskriptif dengan pendekatan *case study*.

Observasi, wawancara, dan dokumentasi dilakukan dengan mengunjungi Desa Wisata Tinalah pada Agustus 2022. Dewi Tinalah terletak di Jl. Persandian No. KM 5, Sendang Sari, Purwoharjo, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta, 27,2 km dari Universitas Gadjah Mada (Gambar 1). Observasi dilakukan untuk mendata bentuk-bentuk nyata dari digitalisasi serta aktivitas yang ada di desa. Wawancara dilakukan secara *semi-structured* dengan pegiat desa wisata sekaligus *author* tulisan ini, yaitu Galuh Alif Fahmi Rizki untuk mengetahui sejarah terbentuknya Dewi Tinalah, proses pengembangan desa wisata, proses digitalisasi, pelatihan yang telah dilakukan, bentuk-bentuk digitalisasi, dampak, serta tantangan yang dihadapi. Data-data yang diperoleh kemudian diperkuat dengan hasil dokumentasi.



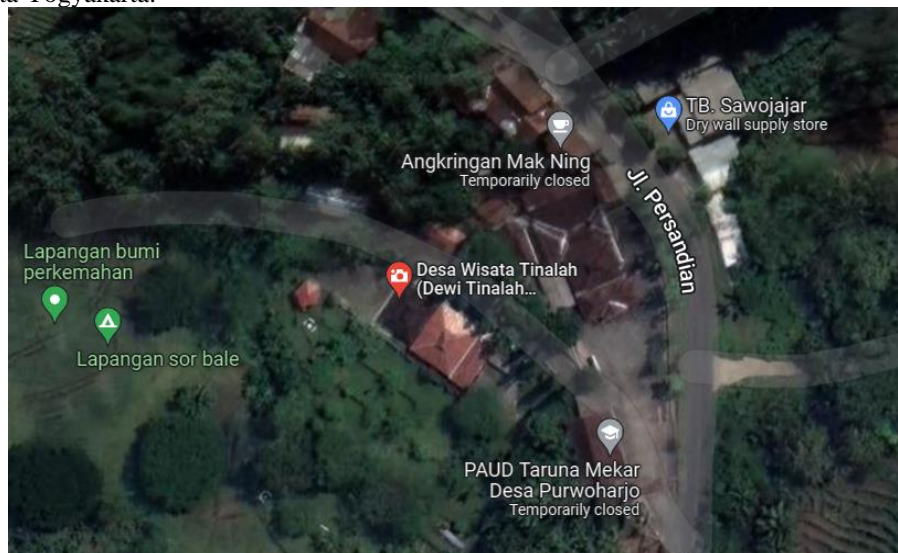
Gambar 1. Peta Menuju Dewi Tinalah dari UGM.
[Sumber : Google Maps, 2022]

Data sekunder merupakan kombinasi hasil analisis dari *website* dan media sosial Dewi Tinalah, artikel berita yang memuat informasi terkait Dewi Tinalah, serta penelitian terdahulu yang meneliti pengembangan Desa Purwoharjo, Kulon Progo, baik terkait digitalisasi, kelembagaan, maupun tata kelola desa. Pendekatan *case study* dipilih untuk mempelajari latar belakang, proses, kondisi, dan bentuk-bentuk digitalisasi secara intensif di Dewi Tinalah. Diharapkan pemaparan hasil penelitian secara deskriptif ini dapat memberikan gambaran komprehensif terkait peran digitalisasi dan kaitannya dengan upaya pengembangan, peningkatan resiliensi, serta peningkatan *competitiveness* desa wisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Dewi Tinalah

Dewi Tinalah terletak di Desa Purwoharjo, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta (Gambar 2). Desa Purwoharjo yang juga dikenal dengan Desa Wisata Tinalah merupakan salah satu desa wisata unggulan di Kulon Progo karena telah memenuhi kriteria Kemenparekraf untuk menjadi desa wisata. Secara geografis, Dewi Tinalah terletak di kawasan Sungai Tinalah dan Pegunungan Menoreh zona 2, Samigaluh, Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi desa dapat ditempuh dengan segala jenis kendaraan pribadi maupun umum. Kawasan Dewi Tinalah sebagian besar berupa pegunungan, persawahan, perkebunan, dan aliran Sungai Progo. Dewi Tinalah memiliki 14 dusun, di antaranya adalah Dusun Puyang, Taman, Plarangan, Tukharjo, Bangunrejo, Dukuh, Kedungrong, Duwet, Junut, Pagutan, Besole, Sendangrejo, Kalinongko, dan Sendangmulyo. Jaraknya dari Kota Yogyakarta yaitu 33 km ke arah barat, 25 km dari Candi Borobudur ke arah selatan, atau dapat ditempuh sekitar 45 menit dari pusat Kota Yogyakarta.



Gambar 2. Peta Lokasi Dewi Tinalah
[Sumber : Google Maps, 2022]

Perjalanan Dewi Tinalah dalam mengembangkan desa wisata melewati proses yang begitu panjang. Dewi Tinalah terbentuk dari adanya peran masyarakat dan pemerintah untuk melakukan pengembangan dalam rangka pengembangan desa melalui Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) mandiri pariwisata di Desa Purwoharjo pada tahun 2012. Demonstrasi yang terjadi di tahun 2012 dengan tuntutan dari masyarakat Desa Purwoharjo yang menolak wacana perencanaan pembangunan bendungan Tinalah pada tahun 2008 menjadi alasan lain di balik perintisan Dewi Tinalah. Dengan dalih wilayah Samigaluh banyak menyimpan nilai sejarah dan pemeliharaan air di daerah Purwoharjo, masyarakat dan pemerintah desa setempat sangat kukuh menolak pembangunan bendungan Tinalah. Dewi Tinalah merupakan *landscape* yang mengandung berbagai sumber kehidupan. Oleh karena itu, menjaga alam Dewi Tinalah menjadi peranan penting bagi masyarakat supaya lingkungan sekitarnya tetap lestari.

Berawal dari penolakan tersebut serta melihat kekayaan potensi wisata alam dan budaya yang dimiliki desa, masyarakat bersama pemerintah desa memutuskan untuk merintis desa wisata dengan memaksimalkan penggunaan teknologi digital. Kegiatan di Dewi Tinalah sudah mulai terbentuk sejak tanggal 1 Oktober 2012. Pada tanggal 9 November 2015, Dewi Tinalah memperoleh SK dari Pemerintah Desa Purwoharjo No. 19 Tahun 2015 tentang Pengurus Desa Wisata Tinalah “Dewi Tinalah” Desa Purwoharjo dan di tanggal 7 November 2016 mendapatkan SK Dinas Pariwisata Pemuda dan Olah Raga Kabupaten Kulon Progo Nomor 556/70/Kpts/IX/2016 tentang Pengukuhan Desa Wisata Tinalah. Dari tahun 2015 sampai 2017, Dewi Tinalah mendapatkan pendampingan dari mahasiswa program

studi Ekonomi Bisnis Vokasi Universitas Gadjah Mada melalui program pengelolaan desa wisata yang berfokus pada tata kelola desa wisata, pengembangan paket wisata, promosi, dan pengembangan suvenir desa wisata.

Pada tahun 2021, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengadakan ajang Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) bertemakan “Indonesia Bangkit”. Desa wisata dipilih sebagai jaring pengaman pariwisata saat pandemi. Pembatasan akses masuk wisatawan mancanegara membuat jumlah kunjungan menurun. Tercatat di BPS, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 16,11 juta wisatawan pada 2019, 4,05 juta wisatawan pada 2020, dan hanya 1,56 juta wisatawan pada 2021. Tidak hanya itu, pandemi juga menyebabkan pergeseran pola perjalanan masyarakat dari yang mulanya bepergian secara berkelompok dalam jumlah besar ke destinasi-destinasi populer, seperti yang terjadi dalam perjalanan *study tour*, menjadi bepergian dalam kelompok kecil ke destinasi-destinasi ruang terbuka yang tidak ramai dikunjungi guna menghindari kerumunan. Dilansir dari Kemenparekraf (2021), tren pariwisata pasca pandemi akan berfokus pada empat karakteristik, yaitu *hygiene*, *low-touch*, *less-crowd*, dan *low-mobility*. Tren ini membuat preferensi berwisata masyarakat menjadi *contactless*, berkonsep kembali ke alam terbuka, keterpencilan-kesunyian, dan *self-distancing*. Menurut Sandiaga Uno, segmentasi pariwisata akan menjadi lebih *personalized*, *customized*, *localize*, dan *smaller in size*. Tren ini kemudian mengarah ke aktualisasi bentuk pariwisata berkualitas dan berkelanjutan yang berfokus pada pelestarian alam dan budaya. Ini dilihat oleh pemerintah sebagai peluang baru mempercepat *recovery* pariwisata di Indonesia. Oleh karena itu, diselenggarakanlah Anugerah Desa Wisata (ADWI) 2021.

Dari target peserta 300 desa wisata, ADWI 2021 berhasil diikuti oleh 1.831 desa wisata dari seluruh Indonesia hingga kemudian ditetapkan 50 desa wisata terbaik dalam 7 (tujuh) kategori. Kategori-kategori tersebut ialah kategori CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, dan Environment Sustainability*), desa digital, souvenir, daya tarik wisata, konten kreatif, serta toilet umum. Tahun ini, ADWI diikuti oleh 3.491 desa wisata dengan 7 (tujuh) kategori, yaitu daya tarik wisata, *homestay*, souvenir, digital dan kreatif, toilet umum, CHSE, dan kelembagaan desa wisata.

Dewi Tinalah berhasil menduduki posisi keempat dalam ADWI 2021 kategori desa digital (Gambar 3). Tidak hanya itu, dalam rangkaian *Jakarta Marketing Week 2022* yang diselenggarakan di Jakarta Selatan, Dewi Tinalah berhasil membawa pulang tiga penghargaan di *Creative Tourism Destination Award 2022*. Penghargaan *Gold Champion* dalam kategori digital serta *Silver Champion* dalam kategori *youth* dan *SDGs*. Dewi Tinalah juga meraih juara 2 gelar ekonomi kreatif desa wisata se-Kulon Progo. Ajang ini diikuti oleh 20 desa wisata. Berdasarkan hasil wawancara, seluruh pencapaian yang berhasil diperoleh Dewi Tinalah tidak lepas dari proses adaptasi TIK dan digitalisasi yang telah dilakukan sejak 2013 mengikuti perkembangan zaman.



Gambar 3. Penghargaan ADWI 2021 yang Diterima Dewi Tinalah.
[Sumber : Pribadi]

Dewi Tinalah memiliki *tagline* pesona alam dan budaya. Sebagai desa wisata yang berfokus pada potensi alam dan budaya, Dewi Tinalah menawarkan beberapa pilihan aktivitas wisata dengan harga mulai dari Rp45.000,00, di antaranya adalah *camping outdoor*, *outbound*, *river tubing*, makrab (malam keakraban), *gathering*, dan *live in* (Gambar 4). Terdapat pula atraksi wisata alam, budaya, dan edukasi. Untuk wisata alam, Dewi Tinalah yang terletak secara geografis di Desa Purwoharjo memiliki beberapa atraksi wisata alam, di antaranya adalah Puncak Kleco, Goa Sriti, dan Sungai Tinalah. Untuk wisata budaya, Dewi Tinalah menyediakan paket *workshop* kerajinan piring lidi dan anyaman daun kelapa, *workshop* kuliner dari singkong, kelapan, dan daun pegagan, *rock painting*, pertunjukan gamelan, gejog lesung, serta budaya tahunan seperti Merti Bumi Tinalah, wiwitan, sapanan, dan tasyakuran. Untuk wisata edukasi,

terdapat layanan studi banding pengembangan desa wisata, pendampingan pengembangan desa wisata, pelatihan pemasaran produk desa wisata, pengembangan kewirausahaan desa, *branding*, *digital marketing*, dan pengelolaan keuangan usaha desa. Dewi Tinalah juga terbuka akan kesempatan kerja sama dengan akademisi terkait program magang, KKN, maupun penelitian.



Gambar 4. Paket Wisata Dewi Tinalah.
[Sumber: Pribadi]

Dari segi amenities dan akomodasi, Dewi Tinalah menyediakan 8 *homestay* yang dikelola oleh warga sekitar dan dilengkapi dengan 27 toilet, 4 gazebo, 1 joglo, 1 rumah budaya, dan 1 musholla. Selain amenities dan akomodasi, pengembangan Dewi Tinalah tentunya tak luput dari campur tangan pengelola. Terdapat 41 pengelola di desa wisata ini dengan sebaran usia 20 tahun hingga di atas 40 tahun yang terbagi ke dalam divisi holistik, *camping*, Goa Sriti, *outbound*, dan seni budaya. Selain menjadi pengelola, masyarakat desa juga memiliki pekerjaan utama, seperti bertani dan berwirausaha.

2. Proses Digitalisasi Dewi Tinalah

Pandemi dengan segala pembatasan dan penghindaran kontak langsung agar tidak tertular virus Covid-19 berimplikasi terhadap berubahnya kebiasaan masyarakat yang mulanya high touch menjadi low touch bahkan contactless. Dapat dikatakan bahwa pandemi menciptakan era baru bernama “The Virtual Century” dimana semua orang doing everything from home dengan bantuan perangkat digital dan online platform. Pandemi menuntut masyarakat untuk beradaptasi dengan media digital. Hal ini dibuktikan dengan data yang dilansir di East Ventures Digital Competitiveness Index yang dimuat di Open Data Jabar (2021) yang menyatakan bahwa terjadi pertumbuhan pengguna internet sebanyak 25 juta orang pada Mei hingga Desember 2020. Databoks Katadata juga merilis data jumlah pengguna internet pada 2018-2022 yang menunjukkan bahwa terjadi peningkatan 29,3 juta pengguna internet sejak Januari 2020 hingga Januari 2022. Selain itu, terjadi peningkatan jumlah pengguna media sosial dua tahun terakhir sebanyak 31 juta pengguna dari yang awalnya 160 juta pengguna pada Januari 2020 menjadi 191 juta pengguna pada Januari 2022 (Data Indonesia, 2022). Tidak hanya itu, Wantiknas juga menyatakan bahwa traffic penggunaan aplikasi WhatsApp dan Instagram naik 40% selama pandemi.

Meskipun media digital baru mengalami akselerasi pesat saat pandemi, pemanfaatannya telah dilakukan oleh Dewi Tinalah sejak 2013 dan optimalisasinya dimulai sejak 2015. Pada 2013, pemanfaatannya masih terbatas pada promosi melalui media sosial Facebook. Terdapat enam arah digitalisasi desa wisata (Ebook Digitalisasi Dewi Tinalah, 2022), di antaranya adalah pengelolaan dokumen digital, pusat informasi digital, pemasaran digital, transaksi digital, komunikasi media sosial, dan literasi digital masyarakat desa. Dewi Tinalah sendiri memiliki fokus utama terhadap peningkatan pemasaran digital dan pengelolaan dokumen (data) digital.

Sebelum pemasaran digital masif digunakan oleh Dewi Tinalah seperti saat ini, pemasaran konvensional menjadi pilihan. Selain promosi di Facebook, pengelola juga menyebarkan flyer di sekolah-sekolah maupun universitas. Namun, pemasaran secara konvensional memakan biaya yang cukup besar. Oleh karena itu, kini Dewi Tinalah memilih untuk melakukan pemasaran utama secara digital yang low cost, berisiko rendah, menjangkau dengan lebih luas, dan

menunjukkan hasil yang terukur. Pemasaran digital dilakukan dengan memperbanyak konten-konten yang menjadi pusat informasi bagi masyarakat disalurkan melalui media sosial, situs web, aplikasi, dan optimalisasi Google Maps. Dewi Tinalah memastikan bahwa informasi terkait desa mudah ditemukan di media sosial, menyajikan informasi terkait daya tarik, produk lokal, jadwal pertunjukan, dan fasilitas umum, serta menampilkan alamat dan kontak yang mudah dihubungi. Agar mudah ditemukan, Dewi Tinalah melakukan copywriting melalui optimalisasi headline dan SEO (search engine optimization) secara organik. Beberapa headline dan kata kunci yang umum digunakan oleh Dewi Tinalah, yaitu (1) wisata edukasi Kulon Progo, (2) camping Kulon Progo, (3) desa wisata Kulon Progo, (4) makrab Kulon Progo, (5) outbound Kulon Progo, (6) paket desa wisata Jogja, (7) makrab Jogja, dan (8) digitalisasi desa wisata. Optimalisasi ini bermanfaat untuk meningkatkan traffic, awareness, dan penjualan, mempertinggi peluang informasi muncul di halaman pertama Google, efisiensi biaya promosi, serta digital branding. Berkat optimalisasi ini, tercatat setidaknya ada lima orang yang menanyakan informasi terkait layanan yang disediakan oleh Dewi Tinalah setiap harinya.

Dalam pengelolaan dokumen digital, Dewi Tinalah berusaha memperbanyak database pasar, meliputi nama, alamat email, nomor telepon (WA), dan instansi. Database ini diperoleh dari followers media sosial Dewi Tinalah, data peserta webinar yang diselenggarakan oleh Dewi Tinalah, data pengunduh ebook di situs web Dewi Tinalah, serta catatan data pengunjung yang sudah pernah membeli paket wisata Dewi Tinalah. Data-data ini kemudian dikumpulkan di sistem pencatatan terintegrasi yang memungkinkan pengelola untuk mengirim pesan broadcast terkait Dewi Tinalah kepada masyarakat dan meningkatkan peluang closing.

Dalam mengembangkan desa wisata, SDM tentunya harus memiliki kompetensi yang mumpuni agar pelayanan yang diberikan kepada wisatawan memuaskan. Kompetensi-kompetensi tersebut dapat diperoleh secara otodidak maupun dengan mengikuti pelatihan-pelatihan. Mulanya kompetensi digital dipelajari secara otodidak oleh salah satu pegiat desa wisata, yaitu Galuh Alif Fahmi Rizki, yang kemudian diimplementasikan ke desa dan memperoleh hasil yang signifikan (lebih lanjut impact akan dibahas di section 4). Masyarakat kemudian mengikuti pelatihan-pelatihan dan sertifikasi lain, baik yang berbayar maupun tidak. Berdasarkan hasil wawancara, tercatat ada 53 pelatihan yang diikuti oleh pengelola Dewi Tinalah sejak 2018 hingga 2022. Rincian pelatihannya meliputi sertifikasi pemandu wisata, pelatihan digitalisasi, pelatihan mengelola homestay, pelatihan manajemen desa wisata, pelatihan pembuatan paket wisata, pelatihan pemandu outbound, pendampingan wirausaha, serta pelatihan tata kelola dan pemasaran bisnis pariwisata. Pelatihan digitalisasi masyarakat sendiri baru dimulai pada 2019.

3. Bentuk Digitalisasi Dewi Tinalah

Strategi pemasaran Dewi Tinalah menggunakan jaringan komunitas yang dimana dalam prosesnya memanfaatkan digitalisasi dengan pengembangan omnichannel, seperti media sosial dan website. Proses pemasaran Dewi Tinalah untuk edukasi menggunakan sistem funneling yang tahapannya dimulai dari awareness calon pengunjung kemudian mereka bertanya tentang paket wisata yang disediakan sebelum akhirnya mereka memutuskan untuk melakukan reservasi. Setelah pengunjung mendapatkan pengalaman di Dewi Tinalah, mereka akan melakukan follow up kepada pengunjung sehingga meningkatkan peluang repeat order.

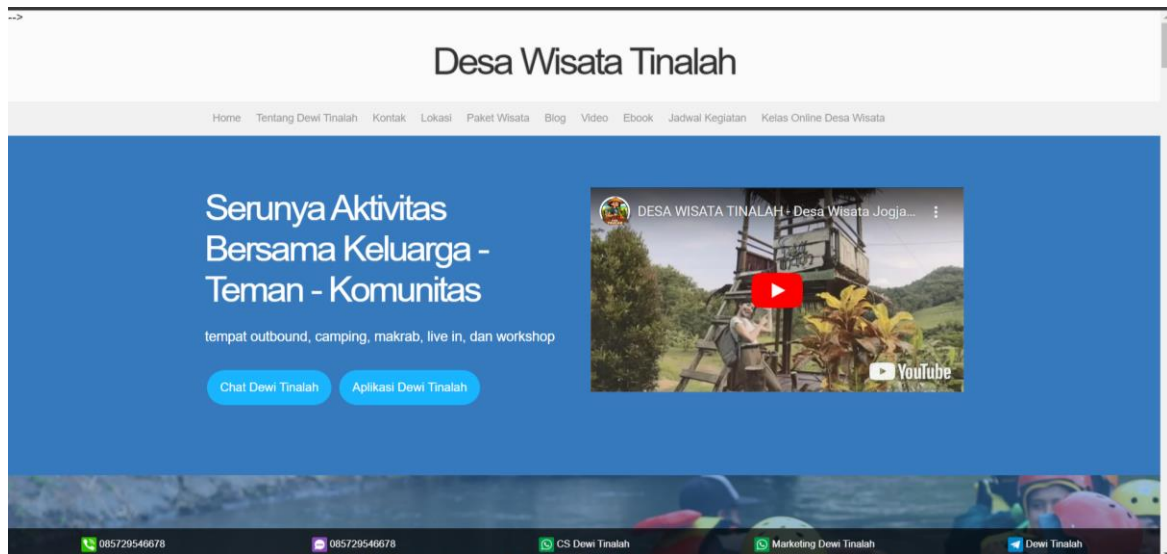
Lebih dari 30% masyarakat Desa Wisata Tinalah telah memiliki smartphone berbasis android dan mampu menggunakan jaringan internet. Tiga puluh persen dari masyarakat yang memiliki smartphone android telah menggunakan online platform sebagai media pemasaran produk mereka (Ebook Digitalisasi Desa Wisata Tinalah, 2022). Dewi Tinalah telah menggunakan berbagai metode pembayaran dengan sistem cashless (QRIS, transfer melalui bank, Dana, kartu kredit, OVO, Gopay, dan Alfamart) dan menyediakan Wi-Fi di beberapa tempat yang bisa diakses para pengunjung sebagai bentuk pengelolaan desa wisata digital. Berikut bentuk-bentuk pemanfaatan teknologi digital lainnya di Dewi Tinalah:

a. Situs (Website)

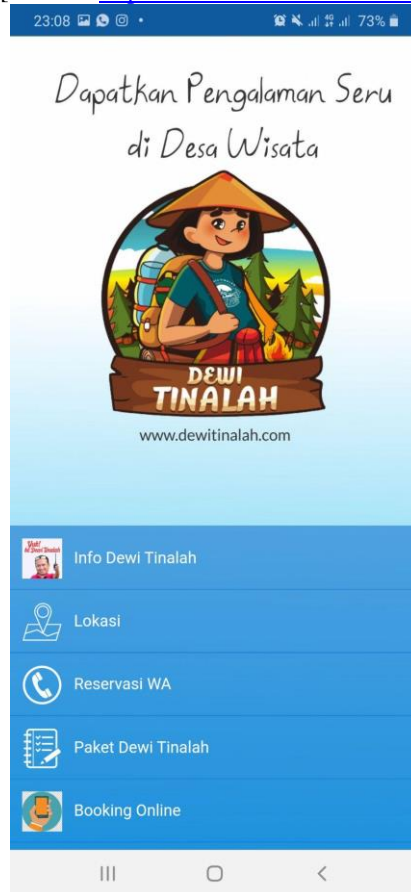
Situs (website) Dewi Tinalah digunakan untuk mempromosikan berbagai aktivitas dan usaha yang mereka tawarkan (Gambar 5). Situs ini berisikan pemesanan tiket, pemilihan paket wisata, pemilihan pondok wisata (homestay), dan informasi media sosial Dewi Tinalah.

b. Aplikasi

Aplikasi Dewi Tinalah diciptakan sebagai bentuk kesungguhan Dewi Tinalah menjadi desa wisata digital yang selalu berinovasi (Gambar 6). Aplikasi ini memberikan fitur profil Dewi Tinalah, layanan reservasi, jelajah Dewi Tinalah melalui aplikasi, notifikasi terkini, game desa wisata digital, dan e-sertifikat bagi pengunjung yang telah menggunakan aplikasi Dewi Tinalah. Selain memperkuat digital marketing, tujuan dari pengembangan aplikasi ini juga meningkatkan awareness. Pola ini merupakan funnel digital marketing yang diterapkan oleh beberapa marketer berpengalaman di dunia.



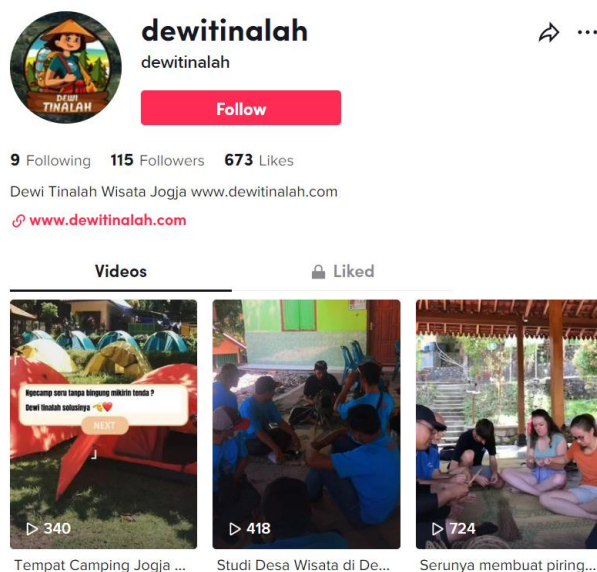
Gambar 5. Tampilan Website Dewi Tinalah.
[Sumber: <https://www.dewitinalah.com/>]



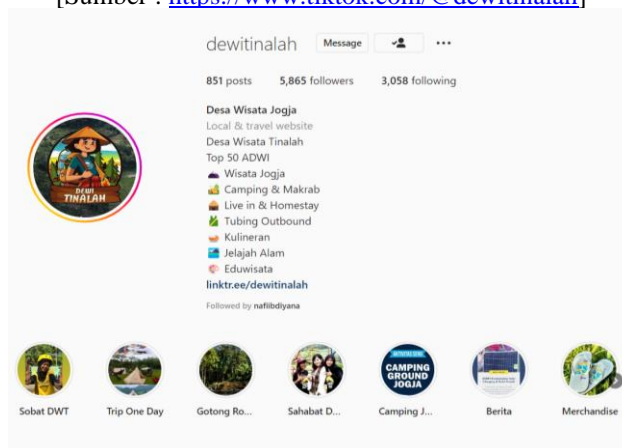
Gambar 6. Aplikasi Dewi Tinalah
[Sumber : <https://www.dewitinalah.com/p/aplikasi-des-wisata-tinalah.html>]

c. Media Sosial Dewi Tinalah

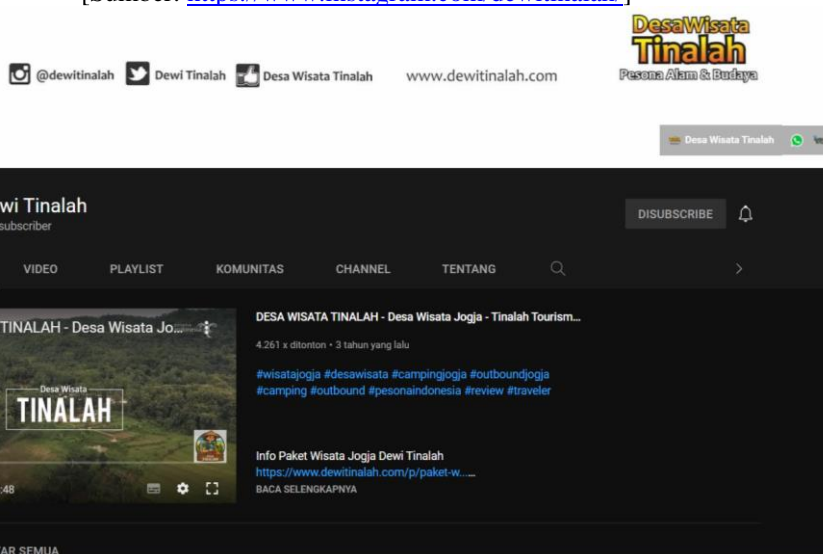
Sebagai desa wisata digital, Dewi Tinalah memiliki berbagai jenis media sosial sebagai strategi pemasaran, seperti WhatsApp (WA), TikTok, Instagram, YouTube, dan Facebook (Gambar 7, 8 dan 9). Media sosial tersebut dikelola secara aktif oleh admin Dewi Tinalah.



Gambar 7. Tampilan Akun Tiktok Dewi Tinalah.
[Sumber : <https://www.tiktok.com/@dewitinalah>]



Gambar 8. Tampilan Akun Resmi Instagram Dewi Tinalah.
[Sumber: <https://www.instagram.com/dewitinalah/>]



Gambar 9. Tampilan Akun YouTube Dewi Tinalah.
[Sumber : <https://www.youtube.com/c/DewiTinalah>]

d. Panel Surya

Panel surya yang berada di samping pendopo Dewi Tinalah merupakan salah satu hasil dari program kerja mahasiswa Fiskom UKRIM ketika mereka melaksanakan pengabdian masyarakat di Dewi Tinalah (Gambar 10). Panel surya ini berfungsi sebagai sumber energi listrik di lingkungan sekitar joglo Dewi Tinalah.

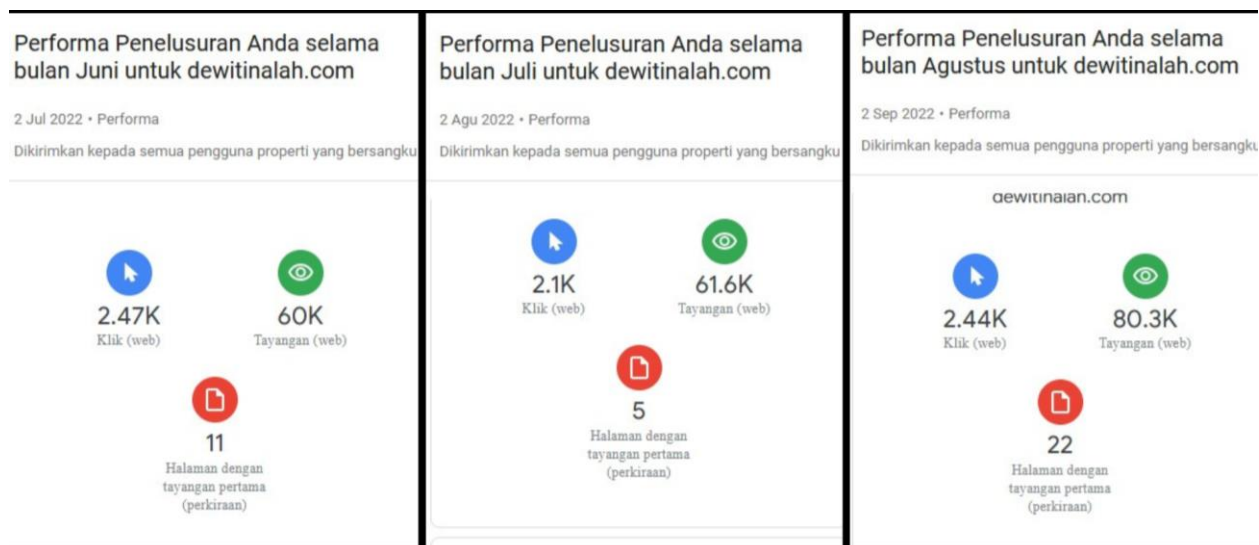


Gambar 10. Panel Surya dari Mahasiswa KKN Fiskom UKRIM 2021.
[Sumber: Pribadi]

4. Impact dari Digitalisasi Dewi Tinalah

Konsep resiliensi merupakan bagian penting dalam industri pariwisata. Menurut Maliati dan Chalid (2021), resiliensi didefinisikan sebagai kapabilitas komunitas atau masyarakat dalam menanggulangi tekanan dari eksternal dan gangguan yang muncul akibat dinamika sosial, politik, dan lingkungan. Resiliensi dalam suatu organisasi ditandai dengan kemampuan organisasi tersebut membuat pengalaman positif dan potensial baik untuk sektor sosial, politik, ekonomi, maupun fisik (McManus dalam Suryaningtyas, 2020). Vargo dan Stephenson (2010) dalam Lee et al., (2013) berpendapat bahwa terdapat enam aspek resiliensi, antara lain: (1) kesadaran penuh terhadap situasi dan manajemen kerentanan yang efektif, (2) kapasitas adaptif yang cekatan, (3) kepemimpinan dan budaya organisasi kelas dunia. Berdasarkan tiga aspek menurut Vargo dan Stephenson (2010) dalam Lee et al., (2013), digitalisasi Dewi Tinalah tergolong resilien dalam menghadapi perubahan yang terjadi dan menjadi lebih kompetitif. Ketiga aspek tersebut telah terpenuhi dengan baik yang dibuktikan dengan mengetahui dan memahami kompetitor serta lingkungan, gesit dan tanggap dalam merespon perubahan di era transformasi digital, dan memiliki komitmen yang luar biasa kepada pelanggan.

Pemanfaatan teknologi digital Dewi Tinalah memberikan dampak yang cukup besar. Dengan menggunakan Teknik SEO (Search Engine Optimization), pengelola dapat menampilkan website di halaman teratas dalam search engine secara organik (gratis) sehingga meningkatkan penjualan dan awareness serta efisiensi biaya promosi (Gambar 11). Eksistensi pemasaran digital pada media sosial membantu meningkatkan kunjungan wisatawan dan ekonomi masyarakat setempat. Adanya berbagai sosial media dan aplikasi memberikan kemudahan akses bagi wisatawan yang ingin berkunjung dalam mendapatkan informasi lengkap mengenai paket wisata dan metode pembayaran tanpa harus datang ke lokasi. Digitalisasi desa wisata menjadi penting untuk mengembangkan desa wisata sehingga menjadi semakin populer di masyarakat.



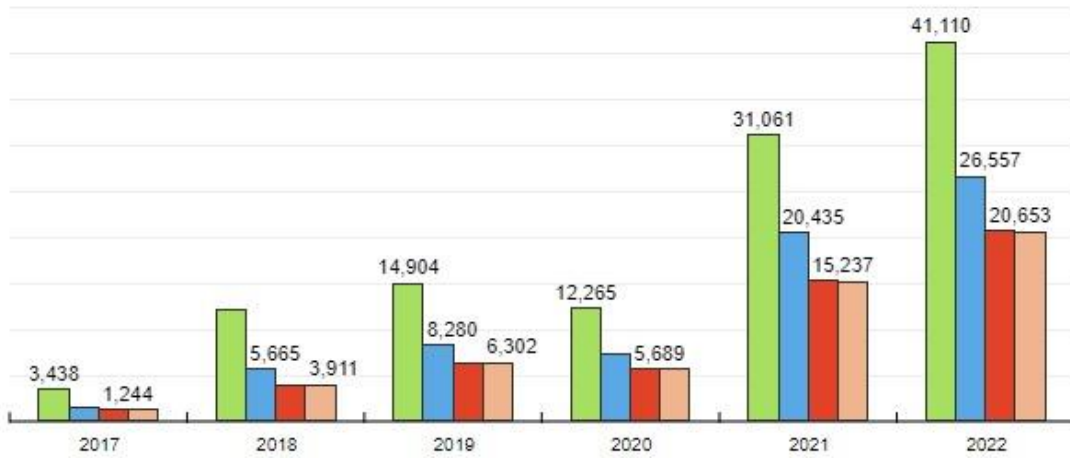
Gambar 11. Performa Penelusuran Website Dewi Tinalah.
[Sumber : Hasil Wawancara]

Tidak hanya itu, Dewi Tinalah juga memanfaatkan *copywriting* untuk mendatangkan wisatawan. Jumlah pengunjung secara keseluruhan dari tahun 2013 sampai Maret 2022 terhitung mencapai 46.185 (Tabel 1). Selain meningkatkan pendapatan, kunjungan wisatawan ke Dewi Tinalah juga berdampak terhadap *review* Google Maps yang saat ini mendapatkan rating 4.4 dari 924 ulasan dengan komentar puas akan keasrian Dewi Tinalah yang menjadi daya tarik utama karena dikelilingi oleh sawah, sungai, hutan, dan perbukitan (Gambar 12, 13, dan 14).

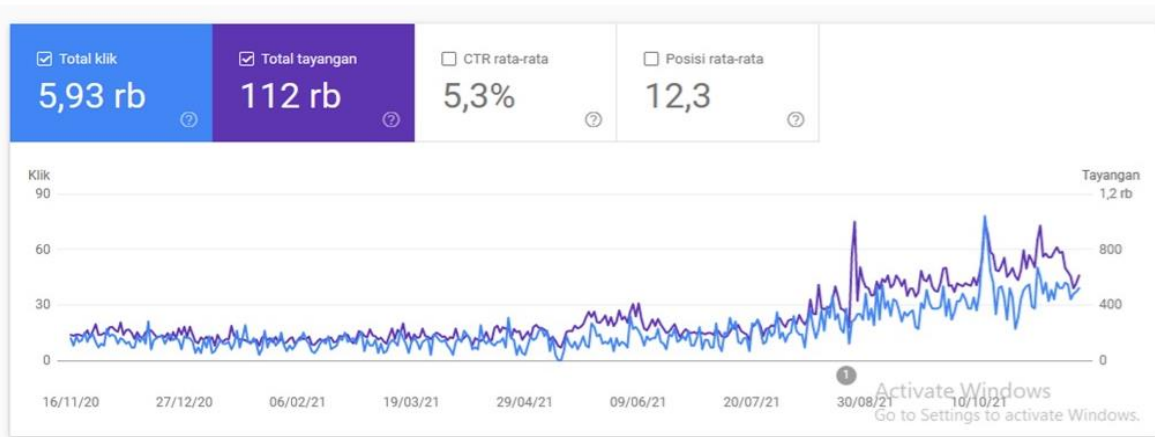
Tabel 1. Data Jumlah Kunjungan dan Pendapatan Dewi Tinalah.

Tahun	Jumlah Kunjungan	Pendapatan
2013	517	10.528.000
2014	1.478	30.099.000
2015	2.191	44.619.600
2016	2.434	49.568.000
2017	7.776	158.358.000
2018	12.764	259.938.500
2019	11.157	188.681.000
2020	2.503	43.589.000
2021	3.395	67.850.000
2022	1.970	87.928.000

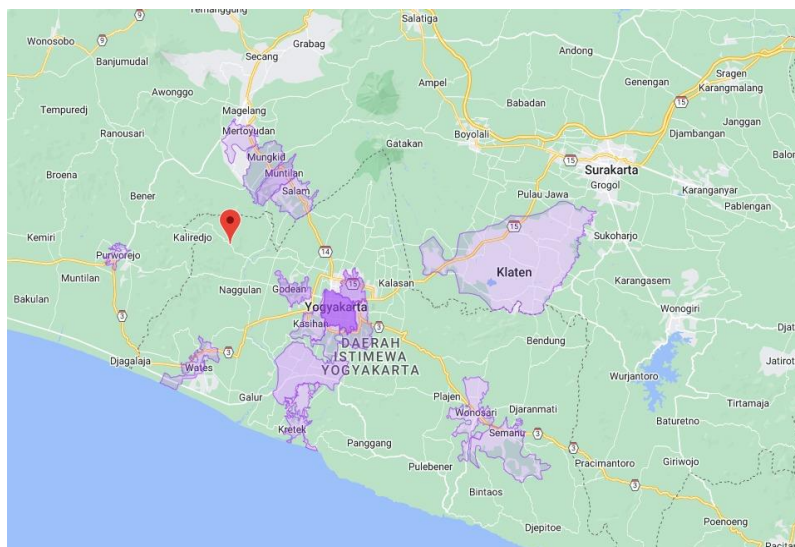
[Sumber: Hasil Wawancara]



Gambar 12. Jumlah Pengunjung Website
[Sumber : Hasil Wawancara]



Gambar 13. Grafik Total Klik dan Tayangan Website Dewi Tinalah.
[Sumber : Hasil Wawancara]



Gambar 14. Data *Insight* Persebaran Wilayah Pencari Desa Wisata Tinalah selama 4 Kuartal Terakhir.
[Sumber : Hasil Wawancara]

Digitalisasi juga turut berdampak pada pengalaman wisatawan. Craig-Smith dan French (dalam Yuniawati dan Ridwanudin, 2015) menyatakan bahwa terdapat tiga fase dalam *tourist experience*, yaitu *anticipatory phase*, *experiential phase*, dan *reflective phase*. *Anticipatory/pre travel phase* adalah fase dimana pengunjung melakukan pengumpulan informasi yang akan mempengaruhi keputusan mereka. Pariwisata identik dengan pengalaman. Pengalaman pengunjung lain yang beredar di internet dapat mempengaruhi keputusan mengunjungi destinasi.

Internet menawarkan peluang mengembangkan bisnis dengan cara yang efisien dan praktis. Internet dapat digunakan untuk melakukan riset pemasaran, menjangkau pasar potensial, mendistribusikan produk secara lebih cepat, memecahkan masalah konsumen, dan berkomunikasi dengan mitra bisnis secara lebih efisien (Terziu, 2020). Dengan memanfaatkan penyebaran informasi yang kredibel dan komprehensif di *omnichannel*, seperti media sosial, aplikasi, website, dan forum chat, Dewi Tinalah mampu meningkatkan *awareness* masyarakat yang berpotensi menjadi pasar baru dan tertarik mengunjungi Dewi Tinalah. Selain itu, *update* dari Dewi Tinalah tentunya membuat *loyal tourist* yang mengikuti perkembangan Dewi Tinalah akan teringat dengan pengalaman mereka selama berada di destinasi sehingga berpotensi memunculkan *revisit*. *Experiential phase* atau *on-site experience* adalah fase dimana pengunjung merasakan langsung pengalaman sensorik selama berada di destinasi. Pengunjung melakukan kontak sosial, budaya, dan lingkungan dengan destinasi. Berkat digitalisasi, Dewi Tinalah telah dilengkapi dengan fasilitas Wi-Fi, stopkontak, dan panel surya yang mendukung peningkatan kualitas akomodasi, amenitas, dan pelayanan. Stigma desa yang identik dengan isolasi dari dunia luar menjadi tidak relevan di Dewi Tinalah sehingga diharapkan pengunjung merasa nyaman menghabiskan waktu di desa ini karena masih dapat terhubung dengan dunia luar. Terakhir, *reflective* atau *post trip phase* adalah fase ketika pengunjung telah melakukan berbagai aktivitas di destinasi dan merasa puas atas pengalaman yang didapatkan. Schegg dan Stangl (2017) menyebutkan bahwa pada fase ini pengunjung akan membagikan pengalamannya kepada teman dan kerabat dekat ataupun berbagi foto dan video secara *online* di media sosial. Diharapkan pengunjung yang merasa puas akan pelayanan di Dewi Tinalah akan membagikan pengalaman mereka, baik melalui WOM (*word of mouth*) maupun secara tertulis di forum chat dan media sosial. Ini tentunya akan berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan ke Dewi Tinalah.

5. Tantangan yang Dihadapi

Secara keseluruhan, pemanfaatan teknologi digital di Dewi Tinalah sudah cukup maksimal. Namun, masih terdapat beberapa tantangan yang dihadapi pengelola dalam mengembangkan Dewi Tinalah di masa mendatang. Tantangan tersebut meliputi: (1) Pembuatan konten. Pengelola menetapkan target untuk membuat minimal satu konten di setiap minggunya dan memposting atau *repost instastory* secara rutin setiap hari. (2) Ekspansi pasar. Ekspansi pasar menjadi tantangan tersendiri di tengah menjamurnya desa wisata di Indonesia yang menawarkan pengalaman serupa. Untuk mengatasi hal tersebut, Dewi Tinalah berusaha mempromosikan desanya berbekal *database* yang dimiliki. Namun, pengumpulan *database* yang dilakukan secara organik ini menjadi tantangan tersendiri karena prosesnya dirasa kurang cepat. Pengumpulan *database* dilakukan dengan meminta masyarakat mengisi nama, alamat email, dan instansi saat akan mengikuti webinar yang diselenggarakan oleh Dewi Tinalah maupun saat akan mengunduh *ebook* di *website* Dewi Tinalah. Diharapkan adanya *database* ini akan mempermudah promosi *broadcast* ke pasar potensial, seperti *tour and travel* dan sekolah serta universitas se-provinsi DIY. (3) Keterbatasan ruang penyimpanan. Pihak pengelola Dewi Tinalah berharap Kemenparekraf memberikan fasilitas berupa *storage unlimited Google Drive* untuk menyimpan bank konten dan *database*. (4) Minimnya kesadaran tentang administrasi karena masyarakat belum terbiasa kerja lapangan sehingga menyebabkan Dewi Tinalah kekurangan cadangan catatan administrasi.

SIMPULAN

Dewi Tinalah merupakan desa wisata yang terletak di Desa Purwoharjo, Kulon Progo, D.I. Yogyakarta. Desa wisata ini merupakan gagasan dari masyarakat setempat yang berusaha mempertahankan desa mereka agar tidak digusur saat akan dilakukan pembangunan bendungan. Desa yang dikelilingi oleh lanskap alam Pegunungan Menoreh dan Sungai Tinalah ini kemudian berkembang menjadi desa wisata dengan *tagline* pesona alam dan budaya. Berawal dari menawarkan paket *camping*, kini Dewi Tinalah telah memiliki beragam paket wisata untuk wisatawan sekaligus terbuka akan kesempatan kerja sama *pentahelix* dengan *stakeholder* pariwisata. Dalam ajang Anugerah Desa Wisata Indonesia 2021 lalu, Dewi Tinalah berhasil menduduki posisi keempat kategori desa digital. Prestasi ini tentunya tidak luput dari usaha para pengelola yang bersedia beradaptasi dengan teknologi digital di era serba digital. Transformasi digital di Dewi Tinalah telah dimulai sejak 2013 secara otodidak oleh salah satu pengelola desa dan kemudian diikuti oleh pengelola lainnya dengan mengikuti berbagai pelatihan sejak 2018 hingga kini. Digitalisasi di Dewi Tinalah memiliki fokus utama pada pemasaran digital dan pengumpulan data-data digital. Desa ini tengah berusaha memperbanyak konten di situs web dan media sosial yang dilengkapi dengan *copywriting* dan optimalisasi SEO serta *headlines*. Pengumpulan *database* digital dilakukan dengan tujuan ekspansi pasar potensial yang berimplikasi pada meningkatnya jumlah kunjungan. Selain itu, bentuk-bentuk digitalisasi lainnya yang terdapat di desa ini, di antaranya ada media sosial, *website*, aplikasi, stopkontak, Wi-Fi, panel surya, *cashless payment*, serta *cloud storage*. Berkat

digitalisasi, Dewi Tinalah berhasil mempertahankan eksistensinya terutama saat diterjang pandemi sehingga dapat dikatakan bahwa desa ini resilien terhadap gangguan. Ini juga dibuktikan dari data jumlah pengunjung yang masih mencapai ribuan (meskipun menurun dari tahun sebelumnya) saat pandemi melanda di tahun 2020-2021.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2022, March 23). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. Databoks. Retrieved September 25, 2022, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2021*.
- Data Indonesia. (2022, February 24). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. DataIndonesia.id. Retrieved September 25, 2022, from <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Dewan Teknologi Informasi dan Komunikasi Nasional. (n.d.). *Akses Digital Meningkat Selama Pandemi*. Berita. Retrieved September 24, 2022, from <http://www.wantiknas.go.id/id/berita/akses-digital-meningkat-selama-pademi>
- Dewi, M. H. U., Fandeli, C., & Baiquni, M. (2013). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Ba TABANAN, BALI. *Kawistara*, 3(2), 129–139.
- Dewi Tinalah. (2022). *Ebook Digitalisasi Dewi Tinalah*. Dewitinalah.com.
- Dewi Tinalah. *Tentang Dewi Tinalah*. Retrieved September 15, 2022 from [dewitinalah.com: https://www.dewitinalah.com/p/desa-wisata-tinalah-merupakan-desa.html](https://www.dewitinalah.com/p/desa-wisata-tinalah-merupakan-desa.html)
- Dewi Tinalah. *Pemuda Desa Wisata Tinalah Kembangkan Aplikasi Reservasi Desa Wisata*. Retrieved September 25, 2022 from [dewitinalah.com: https://www.dewitinalah.com/2020/10/aplikasi-desa-wisata.html](https://www.dewitinalah.com/2020/10/aplikasi-desa-wisata.html)
- Diskominfo Jabar. (2021, June 17). *Akselerasi Digital di Masa Pandemi*. Retrieved September 24, 2022, from [opendata.jabarprov.go.id: https://opendata.jabarprov.go.id/id/infografik/akselerasi-digital-di-masa-pandemi](https://opendata.jabarprov.go.id/id/infografik/akselerasi-digital-di-masa-pandemi)
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021). *Tren Industri Pariwisata 2021*. E-Book. Retrieved from https://s3-kemenparekraf.s3.ap-southeast-1.amazonaws.com/Tren_Pariwisata_2021_0c8fc763cd.pdf
- Lee, A. V., Vargo, J., & Seville, E. (2013). Developing a Tool to Measure and Compare Organizations' Resilience. *Natural Hazards Review*, 29-41. DOI:[10.1061/\(ASCE\)NH.1527-6996.0000075](https://doi.org/10.1061/(ASCE)NH.1527-6996.0000075)
- Maliati, N., & Chalid, I. (2021). Resiliensi Komunitas dan Kerawanan Pangan di Pedesaan Aceh. *Aceh Anthropological Journal*, 5(1), 51-63. <https://doi.org/10.29103/aaaj.v5i1.4602>
- Schegg, R. & Stangl, B. (2017). Information and Communication Technologies in Tourism 2017. Proceedings of International Conference in Rome, Italy. DOI : 10.1007/978-3-319-51168-9
- Suryaningtyas, D. (2020). *Resiliensi Organisasi: Dalam Hubungannya Dengan HPWS, Kepemimpinan Resilien, Budaya Organisasi, dan Kinerja Organisasi*. Malang: Unikama.
- Terziu, H. (2020). The Role of the Internet in the Development of Marketing and Electronic Services in Business. *European Journal of Economics and Business Studies*, 6(2), 1-12.
- Yuniawati, Y., & Ridwanudin, O. (2015). Analysis of Travel Experience Quality at City Destinations. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 1(1). DOI: 10.22334/jbhost.v1i1.15