

TRANSFORMASI DIGITAL DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA BERKELANJUTAN MELALUI KONSEP SMART TOURISM DI SITU WANGI KECAMATAN KAWALI KABUPATEN CIAMIS

Iqbal Pratama Solihin^{1*}, Aan Anwar Sihabudin², Regi Refian Garis³
^{1,2,3} Universitas Galuh, Ciamis, Indonesia

*Korespondensi : iqbal_pratama04@student.unigal.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transformasi digital dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan melalui konsep smart tourism di Situ Wangi, Kecamatan Kawali, Kabupaten Ciamis. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis penelitian didasarkan pada teori transformasi digital Vial yang mencakup dimensi Digital Strategy, Digital Technology, dan Digital Organization. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital telah diterapkan melalui integrasi kebijakan pariwisata digital, pemanfaatan media sosial dan sistem informasi wisata, serta kolaborasi berbagai pemangku kepentingan dalam pengelolaan destinasi. Implementasi smart tourism memberikan kontribusi terhadap peningkatan promosi, akses informasi, dan tata kelola wisata yang lebih efektif. Namun, masih terdapat hambatan berupa keterbatasan infrastruktur internet, rendahnya literasi digital masyarakat, keterbatasan sumber daya manusia, serta belum optimalnya kelembagaan digital. Oleh karena itu, diperlukan penguatan infrastruktur teknologi, peningkatan kapasitas SDM, dan sinergi antar pemangku kepentingan untuk mewujudkan pariwisata berkelanjutan yang berdaya saing.

Kata Kunci : Transformasi Digital; Smart Tourism; Pariwisata Berkelanjutan.

ABSTRACT

This study aims to analyze digital transformation in sustainable tourism development through the smart tourism concept in Situ Wangi, Kawali District, Ciamis Regency. The study employed a qualitative descriptive method, with data collection techniques including observation, interviews, and documentation. The analysis is based on Vial's digital transformation theory, which encompasses the dimensions of Digital Strategy, Digital Technology, and Digital Organization. The results indicate that digital transformation has been implemented through the integration of digital tourism policies, the use of social media and tourism information systems, and collaboration between various stakeholders in destination management. The implementation of smart tourism has contributed to improved promotion, information access, and more effective tourism governance. However, obstacles remain, including limited internet infrastructure, low digital literacy, limited human resources, and suboptimal digital institutions. Therefore, strengthening technological infrastructure, increasing human resource capacity, and synergy among stakeholders are necessary to realize competitive sustainable tourism.

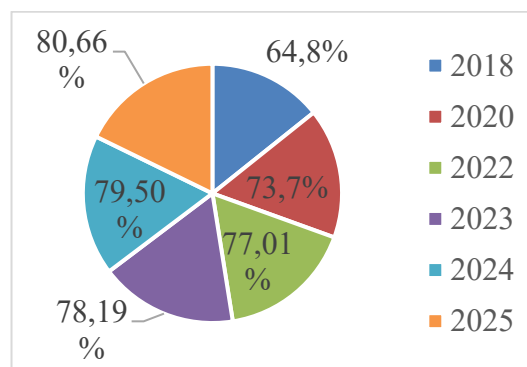
Keywords : Digital Transformation; Smart Tourism; Sustainable Tourism.

A. PENDAHULUAN

Sebagai fenomena mendunia, revolusi digital telah secara drastis mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk industri perjalanan dan pariwisata. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah memungkinkan individu untuk berkomunikasi, memperoleh informasi, dan menggunakan layanan pariwisata dengan cara yang berbeda. Di sektor pariwisata, digitalisasi sangat penting untuk meningkatkan efektivitas pemasaran destinasi, meningkatkan akses pengunjung terhadap informasi, dan mengembangkan pengalaman perjalanan yang lebih kreatif dan efektif. Akibatnya, penggunaan teknologi digital sangat penting untuk membuat lokasi wisata lebih kompetitif di masa sekarang.

Digitalisasi tidak hanya meningkatkan kualitas layanan pariwisata tetapi juga secara strategis mendukung pariwisata berkelanjutan. Teknologi digital dapat membuat manajemen destinasi lebih efisien, transparan, dan ramah lingkungan. Sistem informasi geografis (SIG), platform pemasaran digital, aplikasi reservasi online, dan manajemen data pengunjung hanyalah beberapa teknologi yang dapat membantu memaksimalkan penggunaan sumber daya pariwisata sekaligus mengurangi dampak lingkungan yang merugikan. Oleh karena itu, digitalisasi merupakan alat penting untuk mencapai keseimbangan antara kesejahteraan masyarakat, perlindungan lingkungan, dan kemajuan ekonomi.

Grafik 1. Tren Penetrasi Internet Indonesia Tahun 2018–2025



Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2025.

Berdasarkan Grafik 1, tingkat penetrasi internet di Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang signifikan dalam kurun waktu 2018–2025. Pada tahun 2018, penetrasi internet tercatat sebesar 64,8%, kemudian meningkat menjadi 73,7% pada tahun 2020. Selanjutnya, angka tersebut terus mengalami kenaikan menjadi 77,01% pada tahun 2022, 78,19% pada tahun 2023, 79,50% pada tahun 2024, dan mencapai 80,66% pada tahun 2025. Data ini menunjukkan bahwa akses masyarakat Indonesia terhadap internet semakin luas dan merata, sehingga teknologi digital telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.

Peningkatan penetrasi internet tersebut memberikan peluang besar bagi berbagai sektor pembangunan, termasuk sektor pariwisata.

Semakin banyak masyarakat yang terhubung dengan internet, semakin besar pula potensi penggunaan platform digital sebagai sarana promosi, komunikasi, dan penyediaan layanan wisata. Wisatawan saat ini cenderung memanfaatkan internet untuk mencari informasi destinasi, melakukan pemesanan tiket dan akomodasi, membaca ulasan wisata, serta membagikan pengalaman perjalanan melalui media sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberadaan teknologi digital telah mengubah pola perilaku wisatawan dari yang sebelumnya bersifat konvensional menjadi berbasis teknologi informasi.

Dalam konteks pengembangan pariwisata berkelanjutan, peningkatan penggunaan internet menjadi fondasi utama bagi implementasi konsep *smart tourism*. Konsep ini menekankan pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat daya saing destinasi, serta menciptakan pengalaman wisata yang lebih efektif, efisien, dan berkelanjutan. Melalui dukungan internet yang semakin luas, pengelola destinasi wisata dapat memanfaatkan berbagai inovasi digital seperti pemasaran melalui media sosial, sistem informasi wisata berbasis web, layanan reservasi daring, pemetaan digital, hingga pengelolaan data pengunjung secara real time.

Selain mendukung aspek promosi dan pelayanan, perkembangan internet juga berperan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan destinasi wisata. Masyarakat lokal dapat memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk ekonomi kreatif, mempromosikan budaya lokal, serta menjalin komunikasi yang lebih efektif dengan wisatawan. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya memberikan

manfaat ekonomi, tetapi juga mendukung aspek sosial dan lingkungan yang menjadi prinsip utama pariwisata berkelanjutan.

Bagi pengembangan objek wisata Situ Wangi di Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis, tren peningkatan penetrasi internet tersebut merupakan peluang strategis untuk mempercepat transformasi digital dalam tata kelola destinasi. Ketersediaan akses internet yang semakin baik dapat dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan promosi wisata, meningkatkan kualitas informasi destinasi, memperkuat interaksi dengan wisatawan, serta mendukung pengambilan keputusan berbasis data. Oleh karena itu, peningkatan penetrasi internet di Indonesia menjadi salah satu faktor pendukung yang penting dalam penerapan konsep *smart tourism* guna mewujudkan pengelolaan destinasi wisata yang lebih modern, kompetitif, dan berkelanjutan.

Salah satu cara digitalisasi diimplementasikan dalam pengembangan pariwisata kontemporer adalah melalui konsep pariwisata cerdas. Untuk menciptakan sistem yang lebih cerdas, terhubung, dan adaptif, pariwisata cerdas menggabungkan teknologi informasi dan komunikasi ke dalam setiap aspek pengelolaan destinasi wisata. Buhalis dan Amaranggana (2015) menyatakan bahwa pariwisata cerdas memanfaatkan teknologi seperti aplikasi digital, analisis big data, dan Internet of Things (IoT) untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan destinasi dan kualitas pengalaman pengunjung. Dengan memanfaatkan sumber daya secara lebih efisien dan mendorong kerja sama antar pemangku kepentingan, implementasi gagasan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pariwisata tetapi juga mempromosikan

keberlanjutan destinasi.

Situ Wangi, lokasi wisata alam dengan potensi pertumbuhan yang cukup besar sebagai destinasi wisata regional unggulan, terletak di Kecamatan Kawali, Kabupaten Ciamis, Provinsi Jawa Barat. Daya tarik utama yang dapat menarik wisatawan adalah lingkungan alamnya yang menakjubkan, signifikansi sejarah, dan budaya daerah. Untuk bersaing dengan lokasi wisata lainnya, potensi ini harus didukung oleh pengelolaan berbasis teknologi yang kreatif. Untuk meningkatkan kualitas pengelolaan dan promosi destinasi wisata Situ Wangi, implementasi konsep pariwisata cerdas merupakan alternatif yang tepat.

Digitalisasi menawarkan potensi luar biasa untuk memperkuat masyarakat lokal dalam konteks pariwisata berkelanjutan. Melalui promosi produk ekonomi kreatif, penyediaan layanan pariwisata, dan keterlibatan dalam manajemen informasi destinasi, teknologi digital memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam pengembangan destinasi. Gretzel dkk. (2015) menyatakan bahwa penggabungan teknologi ke dalam industri pariwisata dapat menghasilkan sistem yang lebih berkelanjutan, adaptif, dan inklusif. Akibatnya, digitalisasi mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan dengan bertindak sebagai alat pemberdayaan masyarakat di samping modernisasi.

Namun, masih ada sejumlah tantangan yang menghambat penggunaan teknologi digital secara optimal dalam pengembangan objek wisata Situ Wangi. Belum ada rencana komunikasi yang terorganisir dan manajemen media sosial destinasi masih cukup mendasar. Selain itu, masih terdapat kekurangan kemampuan

sumber daya manusia dalam manajemen teknologi informasi dan literasi digital, yang menyebabkan implementasi digitalisasi yang kurang ideal. Selain itu, perencanaan terpadu dan berkelanjutan saat ini belum mendukung tata kelola dan regulasi pemerintah desa terkait pertumbuhan pariwisata digital. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital Situ Wangi masih perlu diperkuat dari segi kelembagaan, kebijakan, dan sumber daya manusia. Dengan mempertimbangkan keadaan tersebut, transformasi digital melalui penggunaan konsep pariwisata cerdas merupakan langkah terencana yang dapat membantu Situ Wangi membangun pariwisata berkelanjutan. Diharapkan penggunaan teknologi digital akan meningkatkan promosi destinasi, mendorong keterlibatan masyarakat, meningkatkan kualitas layanan pariwisata, dan membangun tata kelola pariwisata yang lebih efisien dan berkelanjutan. Oleh karena itu, penulis ingin melakukan penelitian berjudul "Transformasi Digital dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan melalui Konsep Pariwisata Cerdas di Situ Wangi, Kecamatan Kawali, Kabupaten Ciamis."

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan memperoleh gambaran secara mendalam mengenai transformasi digital dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan melalui konsep smart tourism di Situ Wangi Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis. Penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena berdasarkan kondisi alamiah di lapangan dengan menekankan pada makna, proses,

dan informasi yang diperoleh dari informan.

Fokus penelitian mengacu pada teori transformasi digital Vial (2019) yang terdiri atas tiga dimensi, yaitu Digital Strategy, Digital Technology, dan Digital Organization. Ketiga dimensi tersebut digunakan sebagai dasar dalam mengidentifikasi dan menganalisis pelaksanaan transformasi digital pada pengembangan pariwisata berkelanjutan di Situ Wangi. Dimensi Digital Strategy digunakan untuk melihat kebijakan dan perencanaan strategis digital, Digital Technology untuk melihat pemanfaatan serta ketersediaan teknologi digital, sedangkan Digital Organization untuk melihat kesiapan sumber daya manusia, struktur organisasi, kolaborasi, dan tata kelola dalam mendukung transformasi digital.

Data penelitian berupa data kualitatif yang diperoleh dari sumber data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui kegiatan penelitian di lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen yang relevan dengan penelitian. Informan ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan bahwa informan memiliki pengetahuan dan keterlibatan yang relevan dengan objek penelitian. Informan penelitian berjumlah empat orang, yaitu Sekretaris Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis, Staf Unit Pelaksana Teknis Daerah Pariwisata Wilayah Kawali, Ketua Pokdarwis Situ Wangi, dan anggota Dinas Sumber Daya Air Situ Wangi.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Studi kepustakaan dilakukan dengan mempelajari

berbagai literatur yang berkaitan dengan transformasi digital, pariwisata berkelanjutan, dan smart tourism. Observasi dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap kondisi dan aktivitas pengelolaan wisata di Situ Wangi. Wawancara dilakukan secara langsung kepada informan dengan menggunakan pedoman wawancara untuk memperoleh informasi mengenai pelaksanaan transformasi digital. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian melalui berbagai dokumen, catatan, laporan, artikel, maupun bahan pendukung lainnya.

Analisis data dilakukan secara kualitatif dan berlangsung secara terus-menerus selama proses penelitian, mulai dari pengumpulan data hingga seluruh data penelitian diperoleh. Data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dianalisis dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan memusatkan data yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian deskriptif sehingga keterkaitan antar-temuan dapat dipahami. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan pola dan temuan yang diperoleh selama penelitian.

Penelitian dilaksanakan di Situ Wangi, Desa Winduraja, Kecamatan Kawali, Kabupaten Ciamis, sebagai lokasi penelitian untuk mengkaji pelaksanaan transformasi digital dalam mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan melalui konsep smart tourism.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. *Digital Strategy* (Strategi Digital)

- 1) **Perumusan Kebijakan dan Perencanaan Strategis Pariwisata Berbasis Digital**
Menurut temuan penelitian, kebijakan pengembangan pariwisata berbasis digital Situ Wangi mengacu pada Rencana Pembangunan Daerah (RIPPDA) yang terintegrasi dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa (RPJMDes), Rencana Kerja Desa (RKPDDes), dan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD), dengan penekanan pada promosi digital, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, dan penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan daya saing destinasi. Media sosial dan informasi pariwisata digunakan untuk mengimplementasikan kebijakan, namun masih terdapat tantangan termasuk pendanaan yang tidak memadai, kurangnya infrastruktur digital, kurangnya literasi digital di masyarakat, dan kurangnya koordinasi kelembagaan. Kerja sama pemangku kepentingan, pelatihan digital, dan sinkronisasi kebijakan antara pemerintah desa dan daerah diperkuat untuk mengatasi masalah-masalah ini. Hasil ini konsisten dengan tesis Vial (2019), yang menyoroti pentingnya perencanaan strategis terintegrasi dalam transformasi digital.
- 2) **Integrasi Program Digitalisasi dalam Pengembangan Smart Tourism**
Pusat Informasi Pariwisata (TIK), media sosial, dan kerja sama antara pemerintah, Kelompok Kesadaran Pariwisata (Pokdarwis), sektor komersial, dan influencer mendukung gagasan pariwisata cerdas di Situ Wangi. Digitalisasi digunakan untuk pemantauan lingkungan, meningkatkan pengalaman pengunjung, mempromosikan destinasi, dan menyediakan informasi pariwisata. Meskipun awalnya berhasil meningkatkan eksposur pariwisata, efektivitasnya masih terhambat oleh kurangnya inovasi dalam objek wisata serta kurangnya pendanaan, sumber daya manusia, dan infrastruktur. Sejalan dengan konsep pariwisata cerdas Vial (2019), upaya yang dilakukan meliputi peningkatan kapasitas sumber daya manusia, optimalisasi TIK (teknologi informasi telekomunikasi), peningkatan kolaborasi pemangku kepentingan, dan pembangunan fasilitas pariwisata untuk mendukung keberlanjutan destinasi.
- 3) **Pengalokasian Anggaran untuk Infrastruktur dan Promosi Digital**
Alokasi anggaran Situ Wangi untuk pertumbuhan pariwisata digital masih terbatas dan sebagian besar dialokasikan untuk pembangunan infrastruktur dasar, pemasaran digital, dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Kelompok Kesadaran Pariwisata (Pokdarwis) dan masyarakat setempat berpartisipasi dalam sinergi pendanaan antara pemerintah provinsi, kabupaten, dan desa untuk melaksanakan pembangunan. Namun, hambatan signifikan terhadap pertumbuhan pariwisata digital meliputi anggaran desa yang rendah, kurangnya Wi-Fi, dan ketergantungan pada bantuan dari luar. Transformasi digital pariwisata mencakup pengembangan kompetensi sumber daya manusia, kerja sama keuangan lintas pemerintahan, dan pemberian prioritas utama pada akses internet dan pembuatan konten digital untuk mengatasi masalah-masalah ini.
- 4) **Kerja Sama dan Kemitraan Strategis dalam Implementasi Transformasi Digital**
Melalui pembagian tanggung jawab yang jelas dalam kebijakan, promosi,

pengembangan, dan pengelolaan lingkungan, kerja sama antara pemerintah desa, Dinas Pariwisata, Kelompok Pariwisata (Pokdarwis), dan Dinas Sumber Daya Air telah berperan penting dalam mendukung transformasi digital pariwisata di Situ Wangi. Pengembangan dan promosi destinasi wisata berbasis digital telah sangat terbantu oleh koordinasi pemangku kepentingan; namun, hambatan masih ada, seperti kurangnya sumber daya teknis, kemungkinan konflik kepentingan, dan koordinasi lintas lembaga yang tidak memadai. Meningkatkan sinergi dengan masyarakat dan lembaga terkait, menyediakan pelatihan digital bagi pengelola pariwisata, dan memperkuat kerja sama melalui Nota Kesepahaman merupakan beberapa inisiatif yang dilakukan. Hasil ini mendukung konsep tata kelola kolaboratif dalam manajemen pariwisata dan menyoroti pentingnya kerja sama multi-pemangku kepentingan, seperti yang dijelaskan oleh Vial (2019).

2. Digital Technology (Teknologi Digital)

1) Penyediaan Infrastruktur Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK)

Berdasarkan wawancara, Dinas Pariwisata, Dinas Komunikasi dan Informasi, Unit Pelaksana Teknis (UPTD), dan Dinas Sumber Daya Air bekerja sama untuk menyediakan infrastruktur TIK di wilayah Situ Wangi. Sistem tiket pemindai barcode, Wi-Fi gratis untuk tamu, dan pemasaran digital melalui platform media sosial grup pariwisata (Pokdarwis) telah diimplementasikan. Namun, karena keterbatasan lokasi dan jangkauan, jaringan internet di wilayah wisata tersebut masih belum dapat diandalkan. Sistem tiket digital telah bekerja cukup baik, menurut pengamatan, meskipun konektivitas Wi-Fi

dan internet tidak tersebar merata. Keterbatasan jangkauan jaringan internet, perkembangan Wi-Fi yang lambat, dan kurangnya kolaborasi lintas sektor merupakan beberapa tantangan. Jaringan internet sedang ditingkatkan, layanan informasi digital sedang dikembangkan, dan kerja sama dengan Dinas Komunikasi dan Informasi sedang diperkuat. Hasil ini mendukung pernyataan Vial (2019) bahwa dasar utama pengembangan pariwisata digital adalah infrastruktur TIK.

2) Pemanfaatan Media Sosial dan Platform Digital

Informasi pariwisata Lokasi Wangi telah dipromosikan dan disebarluaskan melalui portal pariwisata regional, situs web resmi, Instagram, Facebook, dan TikTok. Edukasi publik, fasilitas, kegiatan pariwisata, dan kondisi lokal semuanya termasuk dalam konten yang dipublikasikan. Promosi digital telah berjalan dengan baik, menurut pengamatan, meskipun keterlibatan audiens dan pembaruan konten masih relatif jarang. Kurangnya kreativitas dalam atraksi wisata, kekurangan personel untuk manajemen konten, dan infrastruktur digital yang tidak memadai merupakan beberapa tantangan. Integrasi dengan situs web resmi, optimasi Google Maps, bekerja sama dengan produsen konten, dan membantu anggaran TI lokal adalah beberapa inisiatif. Hasil ini menguatkan hipotesis Vial (2019) bahwa dukungan infrastruktur dan konten inovatif berdampak pada efektivitas promosi digital.

3) Penggunaan Sistem Informasi dan Layanan Digital

Halaman web "Visit Ciamis", YouTube, TikTok, Instagram, WhatsApp, dan platform media sosial lainnya digunakan oleh sistem informasi dan layanan digital Situ Wangi untuk

menawarkan detail tentang profil destinasi, aksesibilitas, biaya tiket, fasilitas, dan aktivitas wisata. Meskipun layanan yang lebih terintegrasi seperti pemesanan online masih sedikit, pengamatan menunjukkan bahwa wisatawan dapat dengan cepat memperoleh informasi menggunakan perangkat digital. Penggunaan teknologi digital yang sudah ketinggalan zaman, kurangnya sumber daya manusia, dan kurangnya integrasi layanan merupakan beberapa tantangan yang dicatat. Sebuah portal pariwisata sedang dikembangkan, optimasi media sosial sedang dilakukan, dan berbagai lembaga bekerja sama untuk memberikan informasi digital. Hasil ini mendukung klaim Vial (2019) bahwa sistem informasi digital sangat penting untuk meningkatkan aksesibilitas layanan dan informasi terkait perjalanan.

4) Pemanfaatan Data Kunjungan dan Umpan Balik Wisatawan

Media sosial, Google Maps, sistem tiket barcode, dan saluran pengaduan digital digunakan untuk mengumpulkan statistik dan umpan balik pengunjung. Informasi ini digunakan untuk menilai fitur fasilitas, kebersihan, dan layanan pariwisata serta tingkat dan tren kepuasan pengunjung. Meskipun analisis data belum dilakukan secara teratur di tingkat desa, pengamatan menunjukkan adanya sistem pencatatan kunjungan digital yang terintegrasi dengan Kantor Pariwisata. Analisis data yang terbatas, manajemen umpan balik yang tidak memadai, dan sistem semi-digital merupakan beberapa kesulitan yang dihadapi. Integrasi data terpusat, peningkatan pemantauan platform digital, dan kolaborasi pemangku kepentingan dalam evaluasi layanan sedang diupayakan. Hasil ini mendukung klaim Vial (2019) bahwa umpan balik pengunjung dan data

digital merupakan pilar penting untuk meningkatkan kualitas layanan pariwisata.

3. *Digital Organization (Organisasi Digital)*

1) Struktur dan Penanggung Jawab Pengelolaan Digital

Dengan bantuan dari dewan desa dan Kelompok Kesadaran Pariwisata (Pokdarwis), Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) bertanggung jawab mengelola sistem dan media pariwisata digital Situ Wangi. Meskipun ada pembagian tanggung jawab untuk menangani promosi dan informasi digital, tidak ada koordinator khusus dengan wewenang penuh atau struktur organisasi yang spesifik. Berdasarkan pengamatan, anggota Pokdarwis terus secara sukarela mengawasi aktivitas digital. Kurangnya koordinasi organisasi, kurangnya sumber daya manusia, dan delegasi wewenang yang tidak jelas merupakan beberapa tantangan. Rencana untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, penunjukan administrator media sosial, dan distribusi tugas informal adalah beberapa inisiatif. Hasil ini konsisten dengan hipotesis Vial (2019), yang menyoroti betapa pentingnya struktur organisasi digital yang terdefinisi dengan baik untuk memfasilitasi transformasi digital.

2) Peningkatan Kapasitas dan Literasi Digital SDM

Melalui berbagai program pelatihan dan lokakarya yang dipimpin oleh Dinas Pariwisata, kapasitas sumber daya manusia ditingkatkan. Ini termasuk instruksi dalam manajemen konten, pemasaran digital, dan pengembangan pariwisata. Selain itu, generasi muda secara aktif berpartisipasi dalam pemasaran digital destinasi wisata. Observasi menunjukkan bahwa manajer pariwisata lebih sering menggunakan media

sosial dan memiliki kemampuan digital yang lebih tinggi. Anggaran yang kecil untuk pelatihan tambahan, literasi digital yang buruk di antara beberapa sumber daya manusia, dan akses internet yang terbatas merupakan beberapa tantangan. Pelatihan berkelanjutan, dukungan teknis, dan kerja sama dengan akademisi dan mahasiswa termasuk di antara inisiatif yang dilakukan. Hasil ini mendukung klaim Vial (2019) bahwa pengembangan kompetensi sumber daya manusia yang berkelanjutan diperlukan untuk transformasi digital.

3) Tata Kelola Berbasis Teknologi untuk Transparansi dan Akuntabilitas

Media sosial, situs web, dan sistem dokumentasi digital digunakan untuk mengkomunikasikan informasi tentang pemasaran, kegiatan pariwisata, dan manajemen anggaran secara jelas guna menciptakan tata kelola berbasis teknologi. Observasi menunjukkan bahwa informasi dan dokumentasi kegiatan secara teratur dipublikasikan dan tersedia untuk publik. Ketergantungan pada keterlibatan Pokdarwis, peningkatan situs web yang tidak memadai, dan kurangnya sumber daya manusia merupakan beberapa kendala yang dihadapi. Sistem pelaporan digital sedang diperkuat, pelatihan literasi digital sedang diberikan, dan kerja sama dengan pembuat konten sedang ditingkatkan. Hasil ini konsisten dengan teori Vial (2019), yang menyoroti perlunya akuntabilitas dan transparansi dalam pemerintahan digital.

4) Kolaborasi dan Partisipasi Pemangku Kepentingan

Kantor Pariwisata, Unit Pelaksana Teknis (UPTD), Pemerintah Desa, Dinas Sumber Daya Air, Kelompok Pariwisata (Pokdarwis), Organisasi Pemuda (Karang Taruna), Masyarakat Lokal, dan UMKM

bekerja sama untuk membantu transformasi digital pariwisata Situ Wangi. Promosi digital, penyediaan infrastruktur, manajemen konten, dan pengembangan ekonomi lokal berbasis digital semuanya merupakan bagian dari kemitraan ini. Observasi menunjukkan kerja sama yang teratur dan keterlibatan masyarakat yang aktif dalam mempromosikan pariwisata. Keterbatasan infrastruktur digital, kapasitas teknis masyarakat, dan kendala birokrasi merupakan beberapa kendala yang dihadapi. Forum koordinasi lintas sektor, penyediaan infrastruktur pendukung, dan pelatihan digital termasuk di antara inisiatif yang dilakukan. Hasil ini konsisten dengan kesimpulan Vial (2019) bahwa kerja sama pemangku kepentingan yang aktif memiliki dampak signifikan terhadap efektivitas transformasi digital.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa transformasi digital dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan melalui konsep *smart tourism* di Situ Wangi Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis telah menunjukkan perkembangan yang cukup positif. Transformasi tersebut terlihat dari upaya pengintegrasian teknologi digital ke dalam berbagai aspek pengelolaan destinasi wisata, mulai dari perencanaan, promosi, pelayanan wisata, hingga tata kelola organisasi. Implementasi transformasi digital dilakukan sebagai respons terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat serta tuntutan wisatawan yang membutuhkan akses informasi dan layanan yang cepat, mudah, dan efisien. Kehadiran konsep *smart tourism* menjadi salah satu strategi yang dapat mendukung peningkatan

kualitas destinasi wisata sekaligus mewujudkan pengelolaan pariwisata yang lebih berkelanjutan, kompetitif, dan adaptif terhadap perubahan lingkungan digital.

Pada dimensi Digital Strategy, penelitian menunjukkan bahwa pemerintah daerah dan pemerintah desa telah berupaya mengintegrasikan pengembangan pariwisata berbasis digital ke dalam berbagai dokumen perencanaan pembangunan, seperti Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPDA), Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD), dan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa (RPJMDes). Integrasi kebijakan tersebut menunjukkan adanya komitmen untuk menjadikan transformasi digital sebagai bagian penting dalam pengembangan destinasi wisata Situ Wangi. Selain itu, dukungan berupa alokasi anggaran, program pengembangan pariwisata digital, serta kerja sama antara pemerintah, Pokdarwis, masyarakat, dan berbagai pemangku kepentingan lainnya turut memperkuat pelaksanaan strategi tersebut. Meskipun demikian, implementasi strategi digital masih menghadapi sejumlah kendala, seperti keterbatasan pendanaan, rendahnya tingkat literasi digital masyarakat, belum optimalnya integrasi program lintas sektor, serta masih adanya ketidakjelasan pembagian kewenangan antar lembaga yang terlibat dalam pengelolaan pariwisata digital.

Pada dimensi Digital Technology, penerapan teknologi digital telah memberikan kontribusi yang cukup signifikan terhadap pengembangan dan promosi destinasi wisata Situ Wangi. Berbagai platform digital seperti media sosial, portal informasi wisata, sistem tiket digital, dan pemanfaatan data kunjungan

wisatawan telah digunakan sebagai sarana untuk memperluas jangkauan promosi serta meningkatkan kualitas layanan kepada wisatawan. Kehadiran teknologi tersebut memudahkan wisatawan dalam memperoleh informasi mengenai destinasi, fasilitas, kegiatan wisata, serta berbagai layanan yang tersedia. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital juga membantu pengelola dalam melakukan monitoring dan evaluasi terhadap perkembangan kunjungan wisatawan. Namun demikian, efektivitas penggunaan teknologi masih dipengaruhi oleh keterbatasan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi, terutama terkait kualitas jaringan internet yang belum merata serta keterbatasan sarana pendukung digital yang diperlukan untuk menunjang implementasi *smart tourism* secara optimal.

Selanjutnya, pada dimensi Digital Organization, penelitian menunjukkan adanya keterlibatan aktif berbagai pihak dalam mendukung proses transformasi digital di Situ Wangi. Pemerintah desa, pemerintah daerah, Pokdarwis, komunitas masyarakat, pelaku usaha, dan berbagai pemangku kepentingan lainnya telah berupaya membangun kolaborasi dalam pengelolaan destinasi wisata berbasis teknologi. Selain itu, peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui berbagai kegiatan pelatihan dan pendampingan juga telah dilakukan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital. Meskipun demikian, masih terdapat sejumlah tantangan yang perlu diatasi, seperti belum adanya unit atau lembaga khusus yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan digital destinasi wisata, lemahnya sistem pengelolaan data digital, serta keterbatasan kompetensi teknis sebagian masyarakat dan

pengelola wisata dalam mengoperasikan teknologi yang digunakan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penguatan aspek kelembagaan dan sumber daya manusia masih menjadi kebutuhan penting dalam mendukung keberhasilan transformasi digital.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa transformasi digital melalui konsep *smart tourism* memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan di Situ Wangi. Implementasi strategi digital, pemanfaatan teknologi digital, dan penguatan organisasi digital telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan promosi destinasi, aksesibilitas informasi, efektivitas layanan wisata, serta kualitas tata kelola pariwisata. Namun, untuk mencapai hasil yang lebih optimal dan berkelanjutan, diperlukan berbagai upaya lanjutan berupa penguatan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi, peningkatan literasi digital masyarakat secara berkesinambungan, pembentukan kelembagaan digital yang lebih jelas dan profesional, serta penguatan sinergi dan kolaborasi antar pemangku kepentingan. Dengan adanya dukungan tersebut, transformasi digital di Situ Wangi diharapkan mampu meningkatkan daya saing destinasi wisata, memperkuat pemberdayaan masyarakat lokal, serta mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan di masa mendatang.

E. DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Arikunto, S. (2017). *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Brennan, S., & Kreiss, D. (2016).

Digitalization and society. Oxford University Press.

- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations: Enhancing tourism experience through personalisation of services. In I. Tussyadiah & A. Inversini (Eds.), *Information and communication technologies in tourism 2015* (pp. 377–389). Springer.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2019). *Sustainable tourism: Principles and practice*. Routledge.
- Heeks, R. (2020). *Information and Communication Technology for Development* (2nd ed.). Routledge.
- Heeks, R. (2023). *Implementing and managing e-government: An international text* (3rd ed., p. 24). Routledge.
- Indrajit, R. E. (2002). *Electronic government: Strategi pembangunan dan pengembangan sistem pelayanan publik berbasis teknologi digital*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mowforth, M., & Munt, I. (2020). *Tourism and sustainability: Development, globalisation and new tourism in the Third World* (4th ed.). Routledge.
- Nazir, M. (2014). *Metode penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nugroho, R. (2021). *Digitalisasi pemerintahan dan pelayanan publik*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Nugroho, R. (2022). *Tugas pemerintah: Konsep, teori, praktik*. Elex Media Komputindo.

- Osborne, S. P. (2020). Public service logic: Creating value for public service users, citizens, and society through public service delivery. Routledge.
- Rasyid, M. Ryaas. 2000. Makna Pemerintahan: Tinjauan dari Segi Etika dan Kepemimpinan. Jakarta: Mutiara Sumber Widya.
- Setyosari, P. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2017). Metode riset: Aplikasinya dalam pemasaran. Mitra Wacana Media.
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2022). Tourism and sustainable development goals: Progress and challenges. UNWTO Publications.
- Van Dijk, J. (2020). The digital divide. Polity Press.
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144.
- Weaver, D. (2017). Sustainable tourism: Theory and practice. Routledge.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). Leading digital: Turning technology into business transformation. Harvard Business Review Press.
- Almeida, D. S. de, Abreu, F. B., & Boavida-Portugal, I. (2025). *Digital twins in tourism: A systematic literature review*. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2502.00002>
- Baggio, R., & Del Chiappa, G. (2012). *Tourism destinations as digital business ecosystems*. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1210.3943>
- Dewi, I. A. K., Yudhistira, P. G. A., & Agustina, N. K. W. (2022). Impact of digital content marketing on tourist visit interest to Melasti Beach: The mediating role of social word of mouth. *Journal of Theoretical and Applied Management*, 15(2), 286–299.
- El Archi, Y., Benbba, B., Kabil, M., & Dávid, L. D. (2023). Digital technologies for sustainable tourism destinations: State of the art and research agenda. *Administrative Sciences*, 13(8), 184. <https://doi.org/10.3390/admsci13080184>
- Galvão, A., Abreu, F. B., & Melo, J. J. (2024). Towards a consensual definition for smart tourism and smart tourism tools. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2402.10830>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
- Herningtyas, R., & Wirasenjaya, A. M. (2019). Pengembangan digital marketing desa wisata di Dusun Lopati Kabupaten Bantul Yogyakarta. Seminar Nasional Abdimas II, 926–933.

- Hidayat, L., & Nur, F. (2018). Pemanfaatan big data dan IoT dalam konsep smart tourism. *Jurnal Teknologi Informasi Pariwisata*, 9(1), 25–35.
- Journal of Tourism, Sustainability and Well-being. (2025). Tourism 4.0: Unveiling the digital transformation and sustainable development of the tourism industry. *Journal of Tourism, Sustainability and Well-being*, 13(3), 159–188.
<https://doi.org/10.34623/WKW4-YD03>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2020, June 27). Kemenparekraf genjot platform digital dan konten kreatif untuk tarik wisatawan. Kompas.com.
- Korstanje, M. E. (2025). Smart tourism: Risks, opportunities, and challenges. In A. Sharma, S. Arora, & P. Sodani (Eds.), *Managing the smart revolution in travel, tourism and hospitality* (pp. xx–xx). Emerald Publishing.
<https://doi.org/10.1108/978-1-83662-330-420251003>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Putri, R. M., & Wulandari, S. (2020). Strategi integrasi teknologi dalam smart tourism untuk kepuasan wisatawan. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 12(3), 44–55.
- Rahman, A., & Susanto, H. (2021). Optimisasi smart tourism berbasis teknologi digital dalam pengembangan destinasi. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 15(2), 30–40.
- Sari, N., & Pratama, J. (2019). Pengaruh digitalisasi terhadap pengembangan destinasi wisata: Studi smart tourism. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 7(4), 50–60.
- Xiang, Z. (2021). Journal of smart tourism: A new platform to support and define an emerging field. *Journal of Smart Tourism*, 1(1), 1–2.
<https://doi.org/10.52255/smarttourism.2021.1.1.1>
- Yanti, D. (2020). Pengaruh digital marketing terhadap peningkatan kunjungan wisata di Danau Toba. *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 11(1), 16–26.