

**IMPLEMENTASI *DIGITAL ENABLER* SEBAGAI MEDIA PROMOSI
WISATA PUNCAK PAKEL DESA BADEAN KECAMATAN
BANGSALSARI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh :

Firdatus Sa'diyah
NIM : E20192193

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MARET 2023

**IMPLEMENTASI *DIGITAL ENABLER* SEBAGAI MEDIA PROMOSI
WISATA PUNCAK PAKEL DESA BADEAN KECAMATAN
BANGSALSARI KABUPATEN JEMBER**

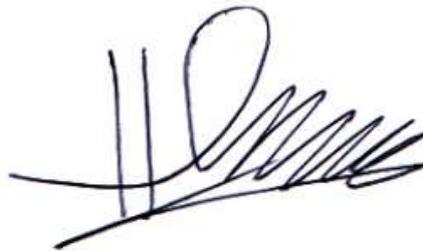
SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

**Firdatus Sa'diyah
NIM : E20192193**

Disetujui Pembimbing



Nur Hidavat, S.E., M.M

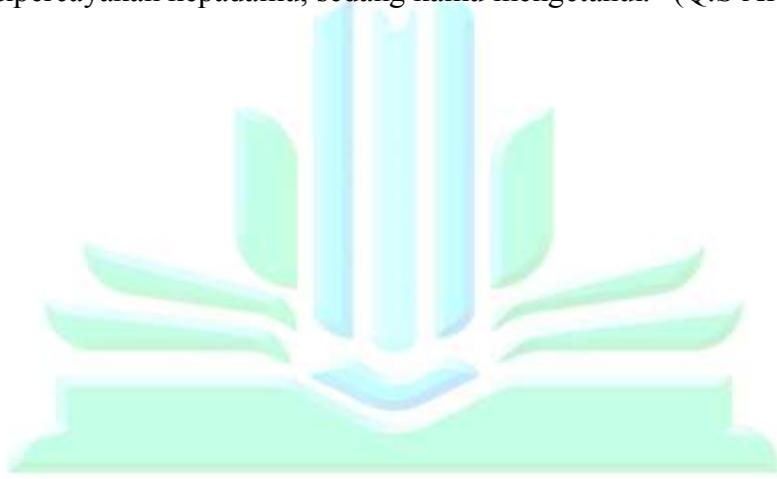
NUP. 201603132

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ

تَعْلَمُونَ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.” (Q.S Al-Anfal: 27) *



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

* Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Semarang: CV. Toha Putra, 1999)

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat beserta hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dan lancar. Serta sholawat yang selalu di panjatkan kepada nabi Muhammad SAW. Sebagai tanda terima kasih, skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Muhammad Isrok dan Ibu Umi Fatluhah yang telah membesarkan dan mendidik saya dengan sabar dan penuh kasih sayang. Serta untaian doa yang tiada putus mengiringi setiap langkah dan memberikan dukungan penuh dalam proses mengerjakan penulisan penelitian skripsi ini hingga selesai.
2. Saudara saya Muhammad Nasrullah dan Kuni Mafaza Fidaroini yang telah memberikan semangat dan doa untuk kelancaran menyelesaikan penelitian skripsi ini.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan lancar.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto S.E, M.M selaku Rektor UIN KHAS Jember yang telah memberikan fasilitas dan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di lembaga yang dipimpinnya.
2. Dr. Khamdan Rifa'i S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
3. Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberi kemudahan dalam proses pembuatan skripsi
4. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I selaku Ketua Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah.
5. Nur Hidayat S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan sabar dan teliti hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama menuntut ilmu di UIN KHAS Jember.
7. Purnanto, S.Sos selaku Kepala Desa Badean yang telah berkenan memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
8. BUMDes Badean khususnya Unit Usaha Pariwisata yang ikut serta berkontribusi dalam proses penelitian hingga berjalan dengan lancar.
9. Serta pihak yang turut memberikan dukungan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

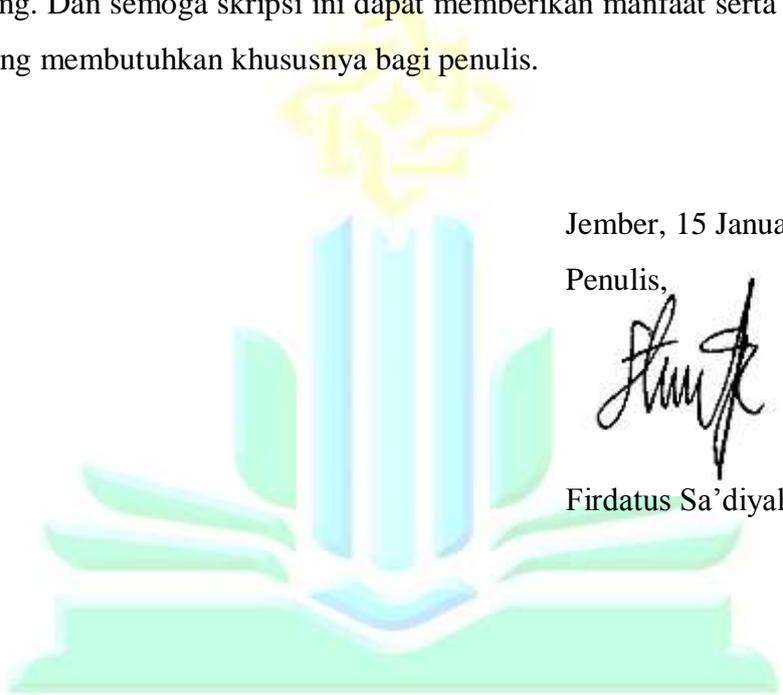
Akhirnya, semoga amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapat balasan yang baik dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna dan masih banyak kekurangan. Untuk itu, penulis memerlukan saran dan kritik dari pembaca untuk kesempurnaan karya tulis ilmiah dimasa mendatang. Dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta berguna bagi pihak yang membutuhkan khususnya bagi penulis.

Jember, 15 Januari 2023

Penulis,



Firdatus Sa'diyah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ABSTRAK

Firdatus Sa'diyah, 2023: Implementasi *Digital enabler* Sebagai Media Promosi Wisata Puncak Pakel Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember

Kata Kunci: *Digital enabler*, Promosi Wisata, *Digital Marketing*, Difusi inovasi

Digital enabler merupakan suatu istilah yang digunakan dalam transformasi pemasaran desa wisata. Berbagai teknologi yang diklasifikasi sebagai *digital enabler* yang dapat dimanfaatkan dalam rangka *digital enabler* adalah perangkat bergerak/aplikasi *mobile*, *internet of things*, *social media*, *QR code* dan sebagainya. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam rangka pemasaran digital desa wisata harus memperhatikan bagaimana fungsi pemasaran digital dapat dicapai. digitalisasi pariwisata merupakan strategi penting dalam mempromosikan wisata melalui pendekatan digital yang berdampak pada pengembangan potensi wisata di suatu desa wisata.

Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah: 1) Bagaimana pemanfaatan *digital enabler* sebagai media promosi Wisata Puncak Pakel Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember? 2) Apa saja kendala yang ditemui dalam pemanfaatan *digital enabler* sebagai media promosi Wisata Puncak Pakel Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember?

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pemanfaatan *digital enabler* sebagai media promosi Wisata Puncak Pakel Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember. 2) Untuk mengetahui kendala yang ditemui dalam pemanfaatan *digital enabler* sebagai media promosi Wisata Puncak Pakel Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember.

Untuk mengidentifikasi permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*). Untuk mendukung data yang peneliti, maka dalam penelitian ini pencarian dan pengumpulan data diperoleh dari informan dengan menggunakan teknik *purposive* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Penelitian ini memperoleh kesimpulan: 1) desa wisata badean khususnya wisata Puncak Pakel sebagai *digital marketing*. wisata Puncak Pakel sendiri memanfaatkan *digital enabler* sebagai media promosi dengan menggunakan atau mengoptimalkan media sosial seperti Insatgram, Facebook, Youtube, dan penggunaan aplikasi *mobile* jelajah desa. 2) Kendala yang dihadapi dari implementasi *digital enabler* sebagai media promosi wisata Puncak Pakel Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember ialah seperti kurang lengkapnya peralatan untuk menunjang dalam pembuatan vidio atau foto dalam promosi, dan Kurangnya antusias dan pemahaman warga sekitar wisata mengenai digitalisasi wisata.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Definisi Istilah.....	11
F. Sistematika Pembahasan.....	14

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	16
A. Penelitian Terdahulu.....	16
B. Kajian Teori.....	30
1. <i>Digital Enabler</i>	30
2. Promosi Pariwisata.....	33
3. <i>Digital Marketing</i>	34
4. Difusi Inovasi.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	35
B. Lokasi Penelitian	35
C. Subyek Penelitian	36
D. Teknik Pengumpulan Data.....	36
E. Analisis Data.....	39
F. Keabsahan Data	41
G. Tahap-tahap Penelitian	42
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....	44
A. Gambaran Obyek Penelitian	44
B. Penyajian Data dan Analisis.....	53
C. Pembahasan Temuan	68
BAB V PENUTUP	77
A. Simpulan	77
B. Saran	78



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

No. Uraian

2.1 Persamaan dan Perbedaan	27
4.1 Pengunjung Tahun 2022.....	67

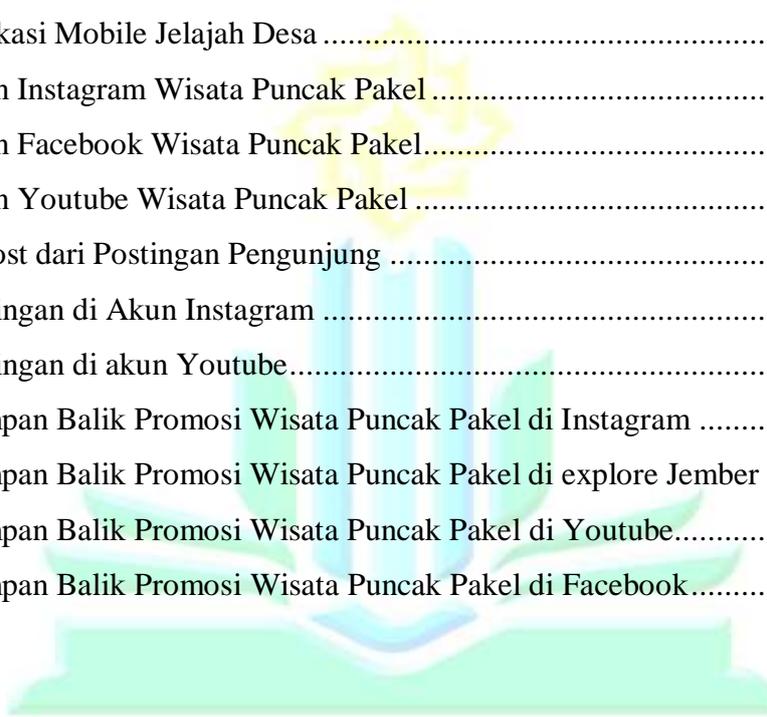


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

No. Uraian

4.1 Wisata Puncak Pakel.....	44
4.2 Susunan Pengurus BUMDes Desa Badean Tahun 2023.....	48
4.3 Aplikasi Mobile Jelajah Desa	56
4.4 Akun Instagram Wisata Puncak Pakel.....	57
4.5 Akun Facebook Wisata Puncak Pakel.....	57
4.6 Akun Youtube Wisata Puncak Pakel	58
4.7 Repost dari Postingan Pengunjung	60
4.8 Postingan di Akun Instagram	62
4.9 Postingan di akun Youtube.....	63
4.10 Umpan Balik Promosi Wisata Puncak Pakel di Instagram	64
4.11 Umpan Balik Promosi Wisata Puncak Pakel di explore Jember	64
4.12 Umpan Balik Promosi Wisata Puncak Pakel di Youtube.....	65
4.13 Umpan Balik Promosi Wisata Puncak Pakel di Facebook.....	65



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Surat Pernyataan Keaslian Tulisan	83
2. Matrik Penelitian.....	84
3. Pedoman Wawancara	87
4. Jurnal Penelitian.....	89
5. Dokumentasi	90
6. Surat Izin Penelitian	92
7. Surat Keterangan Selesai Penelitian	93
8. Surat Keterangan Selesai Bimbingan.....	94
9. Surat Keterangan Lulus Plagiasi.....	95
10. Biodata Penulis	96



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Transformasi digital merupakan sebuah inovasi dalam industri pemasaran hal tersebut menjadi sebuah peluang besar, mengingat kini perilaku masyarakat Indonesia yang tidak dapat lepas dari penggunaan internet dalam kegiatan sehari-hari. Dimana saat ini menghadapi industrial Era 4.0, sehingga hal tersebut membawa manfaat serta tantangan bagi para pelaku industri bisnis. Digitalisasi di industri pariwisata adalah salah satu inovasi dalam menyikapi era industrial yang berorientasi digital dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat untuk berwisata. Salah satu upaya dalam mewujudkan digitalisasi pariwisata adalah dengan pemanfaatan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi).

Ketersediaan dari Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) ini mampu mendorong produsen dan destinasi wisata untuk meningkatkan efisiensi dan merencanakan ulang strategi komunikasi mereka. Digitalisasi wisata memberikan berbagai jasa layanan pariwisata kepada wisatawan dengan kemudahan akses dalam rangka penyelenggaraan pemasarannya.²

Dalam hal pemasaran untuk desa wisata dibutuhkan langkah kreatif dan inovatif untuk memberdayakan teknologi informasi dan komunikasi dalam rangka mentransformasi pemasaran desa wisata atau disebut *digital enabler*.

² Ais Tsurayya Mumtaz, Mila Karmilah, "Digitalisasi Wisata di Desa Wisata", *Jurnal Kajian Ruang*, Vol 1, no.1 (Maret 2021): 2

Berbagai teknologi yang dapat dimanfaatkan dalam rangka *digital enabler* adalah perangkat bergerak/aplikasi *mobile*, *internet of things*, *social media*, *QR code* dan sebagainya. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam rangka pemasaran digital desa wisata harus memperhatikan bagaimana fungsi pemasaran digital dapat dicapai. Terdapat lima fungsi pemasaran digital yaitu *attract*, *engage*, *retain*, *learn* dan *relate*. Jika teknologi digital enabler yang diterapkan di desa wisata bertujuan untuk pemasaran maka lima fungsi pemasaran digital harus dicapai.³

Pariwisata di pandang sebagai sektor penting dalam perekonomian di suatu negara, tercatat di Indonesia sendiri sektor pariwisata mengalami pertumbuhan terhadap PDB terus meningkat dan mencapai target, sehingga pariwisata sebagai *leading sector* tercatat menduduki peringkat sebagai penyumbang devisa setelah industri sawit.⁴ Pariwisata juga merupakan penggerak perkonomian dunia, sehingga mampu memberikan kontribusi terhadap kemakmuran di suatu negara. Pembangunan pariwisata mampu membangkitkan aktivitas bisnis untuk mendapatkan manfaat sosial, budaya, dan ekonomi yang berarti bagi suatu negara.⁵ Bidang pariwisata memiliki peran dalam membangun perekonomian masyarakat di Indonesia khususnya masyarakat yang berada pada wilayah destinasi wisata. Pemerintah perlu

³ Bagus Putu Wahyu Nirmala, Sephy Lavianto, "Pemanfaatan Digital Enebeler Dalam Transformasi Pemasaran Desa Wisata Berbasis Kerakyatan di Bali, *Jurnal Teknologi Informasi dan Komputer*, Vol 5, no. 1 (Januari 2019): 149

⁴ Rencana Strategis KEMENPAREKRAF/BAPAREKRAF 2020-2024, 17

⁵ I Gusti Bagus Rai Utami dan I Wayan Ruspenti Junaedi, *membangun pariwisata dari desa: Desa Wisata Blimbingsari Jembrana Bali Usaha Transformasi Ekonomi* (Yogyakarta:CV Budi Utama, 2018), 21

membangun pariwisata yang berparadigma masyarakat. Pembangunan pariwisata berbasis masyarakat ini salah satu contohnya adalah desa wisata

Desa wisata merupakan kelompok swadaya dan swakarsa masyarakat yang dalam aktivitas sosialnya berupaya untuk meningkatkan pemahaman kepariwisataan, mewadahi peran, dan partisipasi masyarakat.⁶ Menurut UU No.6 Tahun 2014 tentang desa beserta seluruh peraturan pelaksanaan dan penjabaran memberikan energi baru dan ruang yang luas bagi desa untuk mengembangkan potensi perekonomiannya dalam rangka meningkatkan keberdayaan desa dan seluruh masyarakat. Adapun berdasarkan peraturan menteri desa PDT, dan Transmigrasi nomor 4/2015, untuk meningkatkan usaha perekonomian desa, mengoptimalkan aset desa, meningkatkan usaha masyarakat dalam pengelolaan potensi ekonomi, menciptakan peluang dan jaringan pasar, membuka lapangan kerja, serta meningkatkan pendapatan masyarakat desa dan pendapatan asli desa, maka desa dapat membentuk badan usaha milik desa (BUMDes) yang berfungsi sebagai lembaga pengembangan perekonomian desa.⁷ Pola baru pariwisata adalah milik rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat. Eksistensi desa wisata yang ada sekarang ini muncul dan berkembang berdasarkan kegiatan turun-menurun yang menjadi unggulan di suatu desa.

Pengakuan otonomi desa terdapat pada undang-undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, dimana desa dalam penyelenggaraan sistem pemerintahan

⁶ Ervina Desi Prapita, Pengembangan Desa Wisata (Wirogunan, Kartasura, Sukoharjo 57166:CV Graha Printama Selaras,2018), 47

⁷ Ervina Desi Prapita, 2

terendah mempunyai hak dan kewajiban untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia.⁸

Desa wisata merupakan salah satu contoh implementasi dari pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Komponen pembentuk desa wisata terdiri dari manajemen dan keterlibatan masyarakat, edukasi wisatawan, kemitraan, dan peningkatan pendapatan masyarakat. Pengolahan pariwisata yang baik pada sebuah daerah dapat menjadi *branding* yang dapat meningkatkan kuantitas pengunjung.

Pembangunan kepariwisataan harus didasarkan pada kriteria berkelanjutan yang artinya bahwa pembangunan dapat dilakukan dalam jangka panjang sekaligus layak secara ekonomi yang tidak melanggar norma-norma hukum dan ketentuan-ketentuan Allah SWT. Dalam mengelola dan memanfaatkan alam sebagai salah satu fasilitas yang disediakan oleh Allah SWT. Sebagaimana Allah jelaskan dalam al-Qur'an

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ

رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ ﴿٥٦﴾

⁸ Muhammad Farid Ma'ruf, Badrudin Kurniawan, Rizky Purna Aji Galih Pangestu, "Desa Wisata: Sebuah Upaya Mengembangkan Potensi Desa dan Meningkatkan Pendapatan Asli Desa", *Jurnal Dinamika Governance FISIP UPN "Veteran" Jatim*, Vol. 7, No. 2, (Oktober 2017): 193

Artinya :“Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah Amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.” (Q.S al-A“ raf : 56)⁹

Kandungan surat diatas menerangkan bahwa selain beribadah kepada Allah SWT., manusia juga diciptakan sebagai khalifah di muka bumi yang memiliki tugas untuk memanfaatkan, mengelola, dan memelihara alam semesta. Allah SWT. telah menciptakan alam semesta untuk kepentingan dan kesejahteraan semua makhluk-Nya khususnya manusia. Dan segala sesuatu yang diciptakan oleh Allah SWT. dimuka bumi ini hendaknya dikelola dengan baik semata-mata demi kesejahteraan masyarakat Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, yakni secara ekonomis, sosial dan budaya. Namun, jika pengembangannya tidak dipersiapkan dan dikelola dengan baik, justru akan menimbulkan berbagai permasalahan yang menyulitkan atau bahkan merugikan masyarakat.¹⁰

Kabupaten Jember berupaya untuk mengembangkan potensi objek wisata yang memiliki daya tarik bagi para wisatawan lokal maupun mancanegara. Kabupaten Jember memiliki 31 kecamatan dan 248 desa dengan total luas wilayah sebesar 3.293,34 km². Setiap daerah memiliki potensi dan kondisi wilayah yang berbeda. Berdasarkan data BPS Jember Tahun 2018,

⁹ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Semarang: CV. Toha Putra, 1999), surat al-A“ raf ayat 56.

¹⁰ Angga Pradikta, “Strategi Pengembangan Objek Wisata Waduk Gunung Rowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati “, Economics Development Analysis Journal (EDAJ), Vol.2, No.4, (November 2013), h.248.

terdapat 65 destinasi wisata yang telah terdaftar. Seluruh destinasi wisata ini tersebar di berbagai wilayah Kabupaten Jember dan memiliki karakteristik masing-masing yang dapat menjadi pilihan destinasi bagi wisatawan.¹¹

Salah satu desa wisata di kabupaten Jember ialah Desa Badean, Desa Badean yang berada di Kecamatan Bangsalsari ini merupakan bagian dari perintisan desa wisata di Kabupaten Jember. Desa Badean merupakan salah satu objek wisata yang baru muncul di Kabupaten Jember setelah adanya pandemi covid19. Hal ini karena dilaterbelakangi oleh inisiatif kepala desa yang melihat desa tersebut memiliki banyak potensi yang nantinya jika diangkat menjadi objek dan daya tarik wisata dengan sungguh-sungguh akan meningkatkan perekonomian warga setempat. Desa Badean memiliki banyak potensi, diantaranya kuliner khas desa, kebun kopi, kebun durian, aliran sungai yang jernih, batu sejarah megalithikum dan lain-lain.¹² Desa wisata Badean berdiri karena dilaterbelakangi oleh inisiatif kepala desa yang melihat desa tersebut memiliki banyak potensi yang nantinya jika diangkat menjadi objek dan daya tarik wisata dengan sungguh-sungguh akan meningkatkan perekonomian warga setempat. Langkah dan upaya mulai dibentuk oleh

¹¹ Rizky Atika Salsabila Ivabianca Putri, Elizabeth Puspaningrum Sinyor, Annusha Chandrika Putri, Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis ke-3 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember “Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Berbasis Analisis SWOT Desa Sidomekar dan Penggunaan Aplikasi Tour Guide Online Kabupaten Jember”, 174

¹² Hainur Rofiqi, Rebecha Prananta, ”Penerapan Community Based Tourism: Upaya Pendampingan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Karangpakel Bersatu dalam Mengemas Produk Wisata di Desa Badean Jember”, 125

masyarakat Desa Badean dalam bidang pariwisata dengan tujuan untuk meningkatkan perekonomian serta kesejahteraan masyarakat desa.¹³

Melihat hal tersebut, sektor pariwisata di Desa Badean perlu mendapat sorotan. Masih banyak kekurangan dan kendala yang dihadapi oleh Pemerintah Desa Badean dalam memajukan sektor pariwisata. Untuk itu diperlukan sebuah strategi yang matang yang akan mempunyai potensi besar akan berhasil dan membawa dampak perubahan yang lebih baik di berbagai bidang. Sektor pariwisata memerlukan suatu strategi yang dengan pola pengembangan kepariwisataan yang terencana atau tersusun agar potensi yang dimiliki bisa dikembangkan secara optimal.

Aplikasi yang memanfaatkan teknologi digital enabler dalam rangka pemasaran desa wisata berbasis kerakyatan juga di gunakan di Desa Penglipuran dan Desa Taro yang dimana telah berhasil dirancang melalui beberapa tahapan pengembangan sehingga mampu menghadirkan fungsi pemasaran digital bagi Desa Taro dan Desa Penglipuran. Dengan dicapainya 5 fungsi pemasaran digital ini, diharapkan masyarakat lokal lebih memotivasi wisatawan dalam menggunakan aplikasi *digital enabler*. Dimana diharapkan wisatawan untuk lebih “eksis” di media sosial melalui fitur *social share* yaitu *SHARE NOW*. Dengan demikian wisatawan juga dapat membantu pemasaran desa wisata yang dikunjungi berdasarkan pada keaktifan masyarakat mempromosikan aplikasi *digital enabler* ini.¹⁴

¹³ Hainur Rofiqi, Rebecha Prananta, 126

¹⁴ Bagus Putu Wahyu Nirmala, 156

Pemanfaat platform digital diterapkan juga di desa wisata di Desa Ngoro-oro Gunungkidul. Pengembangan dan pemanfaatan platform digital serta pendampingan pelatihan yang sudah dilaksanakan sebagai modal dasar untuk terus memaksimalkan potensi wisata dalam menjual jasa wisata dan produk usaha kecil menengah. Dengan adanya platform digital ini telah menumbuhkan intensi pengurus dan anggota UKM "Bangkit" untuk memajukan wisata di Desa Ngoro-oro Gunungkidul. Pada tahun selanjutnya program-program penguatan telah dipersiapkan sebagai wujud pendampingan berkelanjutan.¹⁵

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat difahami bahwa kegiatan kepariwisataan merupakan salah satu bidang usaha yang dapat memberikan manfaat dan keuntungan bagi masyarakat, pengusaha, maupun pemerintah. Dan dalam hal pemasaran untuk desa wisata dibutuhkan langkah kreatif dan inovatif untuk memberdayakan teknologi informasi dan komunikasi dalam rangka mentransformasi pemasaran desa wisata atau disebut *digital enabler*. Digitalisasi wisata dapat mempermudah wisatawan dalam mengakses informasi tentang suatu destinasi pariwisata dan tentunya dapat mengurangi biaya baik bagi pihak penyelenggara dan/pengelola, maupun bagi wisatawan. Dengan dilakukannya penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi pariwisata merupakan strategi penting dalam mempromosikan wisata melalui pendekatan digital yang berdampak pada pengembangan potensi wisata di suatu desa

¹⁵ Herman Yuliansyah, Surahma Asti Mulasari, Fatwa Tentama, Sulistyawati, Lu'lu' Nafiati, Tri Wahyuni Sukei, "Pengembangan dan Pemanfaatan Platform Digital Untuk Desa Wisata di Desa Ngoro-oro Gunungkidul," *Indonesian Journal of Community Service and Innovation (IJCOSIN)*, Vol. 2, No. 1 (Januari 2022): 64

wisata. Hal tersebutlah yang membuat peneliti tertarik untuk menganalisis bagaimana strategi pengembangan pariwisata Puncak Pakel melalui pemanfaatan *digital enabler* sebagai media promosi desa wisata Badean kecamatan Bangsalsari kabupaten Jember ke dalam skripsi yang berjudul :
“IMPLEMENTASI *DIGITAL ENABLER* SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA PUNCAK PAKEL DESA BADEAN KECAMATAN BANGSALSARI KABUPATEN JEMBER”

B. Fokus Penelitian

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah fokus penelitian.¹⁶ Dari uraian konteks penelitian yang sudah di jelaskankan, maka pada penelitian kali ini peneliti ingin mengetahui:

1. Bagaimana pemanfaatan *digital enabler* sebagai media promosi Wisata Puncak Pakel Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember?
2. Apa saja kendala yang ditemui dalam pemanfaatan *digital enabler* sebagai media promosi Wisata Puncak Pakel Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu kepada

¹⁶ Tim Penyusun Revisi Buku Pedoman Karya Ilmiah IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember, 2019), 45

masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.¹⁷ Berdasarkan fokus penelitian, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu:

1. Untuk mengetahui pemanfaatan *digital enabler* sebagai media promosi Wisata Puncak Pakel Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember.
2. Untuk mengetahui kendala yang ditemui dalam pemanfaatan *digital enabler* sebagai media promosi Wisata Puncak Pakel Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan bagi penulis, organisasi terkait, Instansi dan masyarakat secara keseluruhan.

Kegunaan penelitian harus realistis.¹⁸ Hasil dari penelitian ini diharapkan mempunyai berbagai manfaat bagi berbagai pihak. Berikut manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan bagi pihak yang membutuhkan dalam mengangkat permasalahan penelitian yang sama mengenai Implementasi *Digital enabler* Sebagai Media Promosi Wisata Pakel Desa Badean Kecamatan Bangsalsari

¹⁷ Tim Penyusun, 45

¹⁸ Tim Penyusun, 45

Kabupaten Jember dan juga dapat memberikan referensi kepada peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

Menambah pengetahuan dan wawasan dan sangat berguna untuk pengembangan dan pengaplikasian teori yang telah di dapat selama di bangku kuliah. Serta dapat memenuhi syarat sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Strata (S1).

b. Bagi instansi UIN KHAS Jember

Diharapkan dapat memberikan referensi baru bagi peneliti dan pembaca selanjutnya khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.

c. Bagi masyarakat secara keseluruhan.

Diharapkan memberikan wawasan dan menambah pengetahuan bagi para pembaca dan berbagai desa bahwasannya Implementasi *Digital enabler* Sebagai Media Promosi Wisata Puncak Pakel Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember, sangatlah penting dalam mengembangkan desa wisata dan menjadi acuan bagi desa-desa yang masih belum menjadikan desanya sebagai desa wisata.

E. Definisi Istilah

1. *Digital Enabler*

Digital enabler adalah sebuah teknologi yang terbentuk dari kinerja sekumpulan perangkat teknologi informasi dan komputer dan

memungkinkan sebagai jembatan yang mentransformasi aktivitas bisnis konvensional ke arah digital. Dalam penelitian ini teknologi yang dimanfaatkan sebagai digital enabler adalah perangkat bergerak/aplikasi mobile, internet of things, social media, dan QR code.¹⁹

2. *Promosi*

Promosi merupakan kegiatan memberitahukan produk atau jasa yang hendak ditawarkan kepada calon konsumen/wisatawan yang dijadikan target pasar. Kegiatan promosi idealnya dilakukan secara berkesinambungan melalui beberapa media yang dianggap efektif dapat menjangkau pasar. Hal tersebut baik cetak maupun elektronik, namun pemilihannya sangat tergantung pada target pasar yang hendak dituju.²⁰

3. *Desa Wisata*

Desa Wisata merupakan suatu konsep pengembangan kawasan pedesaan yang menyajikan keaslian dari segi adat istiadat, sosial budaya, arsitektur tradisional, keseharian, serta struktur tata ruang desa yang ditawarkan dalam suatu keterpaduan komponen pariwisata, yakni atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung. Komponen pembentuk desa wisata terdiri dari manajemen dan keterlibatan masyarakat, edukasi wisatawan, kemitran, peningkatan pendapatan masyarakat.

Terdapat empat prinsip dari pengembangan desa wisata, keempat prinsip tersebut adalah sebagai berikut:

¹⁹ Bagus Putu Wahyu Nirmala, Sephy Lavianto, 150

²⁰ Ervina Desi Prapita, 74

a. Layak ekonomi (*Economically Feasible*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa proses pembangunan desa wisata harus layak secara ekonomi. Pembangunan pariwisata diharapkan dapat dilakukan secara efisien agar memberikan manfaat ekonomi bagi pembangunan suatu wilayah sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

b. Berwawasan lingkungan (*Environmentally Feasible*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa proses pembangunan pariwisata diharapkan agar dapat memperhatikan upaya-upaya dalam meningkatkan kelestarian lingkungan dan menghindari dampak negatif yang mengganggu keseimbangan ekologi bahkan menurunkan kualitas lingkungan.

c. Dapat diterima secara sosial (*Socially Acceptable*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa dalam proses pembangunan pariwisata diharapkan dapat diterima secara sosial dengan memperhatikan nilai dan norma yang berlaku di lingkungan masyarakat, dan tentunya tidak merusak tatanan tersebut.

d. Dapat diterapkan secara teknologi (*Technologically Appropriate*)

Prinsip ini mengemukakan bahwa dalam proses pembangunan pariwisata sebaiknya dilaksanakan secara teknis serta diterapkan dengan memanfaatkan sumberdaya lokal sehingga masyarakat dapat mengadopsi dengan mudah dan memiliki orientasi jangka panjang.²¹

²¹ Ais Tsurayya Mumtaz, 3

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang mulai dari bab pendahuluan hingga penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif. Yang terdiri dari lima bab yang secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I

Merupakan bagian pendahuluan dalam penulisan skripsi yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, sistematika pembahasan. Fungsi bab ini adalah menjelaskan tentang alasan penting mengapa penelitian ini dilakukan dan sekaligus menjadi pengantar atas bab-bab selanjutnya.

BAB II

Merupakan bagian kajian kepustakaan, bab ini berisi tentang penelitian terdahulu sebagai perbandingan untuk menyusun kepustakaan dan kajian teori sebagai pendukung karya ilmiah ini, dan dilanjutkan pemaparan kajian teori. Fungsi kajian pustaka adalah sebagai gambaran yang menunjukkan posisi penelitian yang dilakukan jika dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Sedangkan fungsi kajian teori adalah sebagai landasan atau pedoman untuk menganalisis data-data yang di peroleh penelitian.

BAB III

Merupakan bagian metode penelitian yang membahas tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian. Fungsi bab ini sebagai strategi atau cara yang di pilih atau digunakan untuk memperoleh data-data penelitian yang valid sehingga menghasilkan sebuah kajian yang obyektif.

BAB IV

Merupakan bagian penyajian data dan analisis yang tersusun dari gambaran berisi tentang gambaran obyek penelitian, penyajian data dan analisis serta pembahasan temuan. Fungsi bab ini adalah sebagai bahasan kajian empiris untuk memaparkan data yang diperoleh, kemudian dianalisis, serta menemukan kesimpulan penelitian.

BAB V

Merupakan bagian penutup, bagian ini terdiri dari kesimpulan dan saran, bab ini merupakan akhir dari karya ilmiah. Fungsi bab ini adalah menjelaskan tentang kesimpulan penelitian yang dapat digunakan dasar untuk memberikan rekomendasi atau saran terkait fokus penelitian

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan yang berupa skripsi, tesis, disertasi dan sebagainya. Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan oleh peneliti.²² Beberapa penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Hainur Rofiqi dan Rebecha Prananta, “Penerapan *Community Based Tourism*: Upaya Pendampingan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Karangpakel Bersatu dalam Mengemas Produk Wisata di Desa Badean Jember”, (2022), *Electronic Journal of Social and Political Sciences (E-SOSPOL)*, Volume 9, Nomor 2, Universitas Jember.

Jenis penelitian ini ialah penelitian kualitatif. Topik pembahasan dalam penelitian ini yaitu pelaksanaan konsep *Community Based Tourism (CBT)* di Desa Badean yang mana melibatkan masyarakat yang bergabung dalam *POKDARWIS* Karangpangkel bersatu sebagai upaya dan mendorong dalam pengemasan produk wisata. Sedangkan subyeknya adalah wisata di Desa Badean Jember. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan studi pustaka.

²² Tim Penyusun, 46.

Dalam penerapan konsep *Community based tourism* ini menempatkan masyarakat yang tergabung dalam sebuah komunitas sebagai pelaku utama dalam berbagai kegiatan kepariwisataan, dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam, budaya dan buatan yang terdapat di Dusun Karangpakel Desa Badean untuk dikembangkan menjadi sebuah produk pariwisata sehingga memiliki nilai jual pada wisatawan.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada lokasi penelitian yakni Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember. Jenis penelitian sama yaitu pendekatan kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti sekarang terletak pada fokus masalah di mana penitih terdahulu implementasi *Community based tourism* sedangkan penelitian sekarang berfokus terhadap implemtasi *digital enabler* sebagai media promosi.

2. Wahyu Meisanti, "Pembuatan Vidio Profil Objek Wisata Puncak Badean", (2021), Program studi DIII Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Administrasi, Universitas Jember.

Topik pembahasan laporan tugas akhir pembuatan vidio profil desa wisata badean yang mana bertujuan sebagai mempromosikan wisata pakek baden. Pendekatan penelitian ialah deskripsi.

Dalam pembuatan video profil ini sebagai media promosi Puncak Badean dengan harapan dapat menjangkau wisatawan luas untuk berkunjung. Dengan informasi terkait awal mula dibangunnya Puncak

Badean serta daya tarik wisata alam yang indah dengan *view* lereng pegunungan Argopuro serta taman bunga yang memperindah objek wisata Puncak Badean.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada lokasi penelitian yakni Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember. Sama membahas mengenai mempromosikan wisata badean. Perbedaan dengan penelitian yang terdahulu, peneliti terdahulu membuat video profil untuk mempromosikan wisata badean sedangkan penelitian sekarang memiliki fokus penelitian yakni implementasi *digital enabler* sebagai media promosi.

3. Bagus Putu Wahyu Nirmala dan Sephy Lavianto “Pemanfaatan *Digital enabler* Dalam Transformasi Pemasaran Desa Wisata Berbasis Kerakyatan di Bali”, (2019), Jurnal Teknologi Informasi dan Komputer, Vol. 5, No. 1, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) Primakara, Denpasar, Bali.

Penelitian dilakukan melalui dua tahap, tahap pertama dengan metode kualitatif sehingga dapat diperoleh rancangan produk dan penelitian tahap ke dua dengan metode kuantitatif digunakan untuk menguji efektivitas produk tersebut.

Hasil penelitian aplikasi yang memanfaatkan teknologi digital enabler dalam rangka pemasaran desa wisata berbasis kerakyatan di Desa Penglipuran dan Desa Taro yang telah berhasil dirancang melalui beberapa tahapan pengembangan sehingga mampu menghadirkan fungsi pemasaran

digital bagi Desa Taro dan Desa Penglipuran. Aplikasi yang dikembangkan juga mampu mencapai 5 fungsi pemasaran berdasarkan kerangka pemasaran digital

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada istilah yang digunakan yaitu *enabler* sebagai media pemasaran, dan sama-sama membahas desa wisata. Perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti sekarang terletak pada fokus masalah yakni dimana penelitian terdahulu pemanfaatan digital enabler untuk mengubah pemasaran dan memberdayakan teknologi digital *enabler* dapat membantu mencapai lima fungsi Kerangka Pemasaran Digital, sedangkan penelitian yang sekarang berfokus terhadap implemtasi *digital enabler* sebagai media promosi dan apa saja kendala yang ditemui dalam pemanfaatan *digital enabler* sebagai media promosi. Metode penelitian yang digunakan juga berbeda penelitian terdahulu melalui dua tahap dimana tahap pertama dengan metode kualitatif sehingga dapat diperoleh rancangan produk dan penelitian tahap ke dua dengan metode kuantitatif digunakan untuk menguji efektivitas produk tersebut, sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode penelitian kualitatif.

4. Sukron Lubis, "Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah", (2020), Jurusan Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Metode yang digunakan dalam Penelitian ini dilihat dari jenis penelitian yaitu tergolong kedalam jenis Penelitian Komparatif Kuantitatif, yaitu penulis melakukan penelitian langsung ke lokasi penelitian.

Hasil penelitian ini Strategi Promosi yang dilakukan oleh Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai dan Cabang Panam yaitu meningkatkan Pelayanan, meningkatkan Kualitas SDM, meningkatkan Promosi dan meningkatkan kualitas keagamaan melalui syariat Islam. Koperasi Syariah BMT Al Ittihad menggunakan konsep Strategi Segmentasi, Targeting, Positioning, serta juga mengembangkan konsep Promotion mix yang terdiri dari (Penjualan Pribadi, Periklanan, Publikasi, Promosi Penjualan dan Hubungan Masyarakat).

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada pembahasan mengenai strategi promosi, dan metode yang digunakan juga sama dengan penelitian sekarang yaitu kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti sekarang terletak pada objek penelitian dimana penelitian terdahulu meneliti Koperasi Syariah BMT Al Ittihad dan penelitian sekarang meneliti wisata pakel Desa Badean kecamatan Bangsalsari kabupaten Jember.

5. Ikhsan Fadillah, "Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Destinasi Wisata di Provinsi Sulawesi Selatan", (2020), Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mendeskripsikan dan menjelaskan strategi promosi dalam meningkatkan kunjungan destinasi wisata di Provinsi Sulawesi Selatan. Jumlah informan sebanyak 5 orang pegawai di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sulawesi Selatan. Data penelitian dikumpul berdasarkan dari hasil wawancara peneliti dengan informan dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisa dengan reduksi data, penyajian data dalam bentuk uraian singkat, kemudian dibuatkan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Identifikasi *target audience* : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam penentuan *target audience* tidak menggunakan teknik tertentu, untuk menjangkau wisatawan secara luas penentuan hanya dilakukan dari analisa pasar, (2) rancangan pesan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam merancang pesan yaitu penggunaan kalimat berdasarkan dari keindahan objek wisata masing-masing di tiap daerah, dan (3) pemilihan media yang digunakan berdasarkan dari ketersediaan dana.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada pembahasan promosi wisata, perbedaan penelitian terdahulu dan sekarang terletak pada objek penelitian dimana peneliti terdahulu meneliti Dinas Kebudayaan dan Pariwisata peneliti sekarang desa wisata Badean kecamatan Bangsalsari kabupaten Jember.

6. Janri D. Manafe, Tuty Setyorini, Yermias A Alang, "Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni dan Budaya", (2016),

Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Vol. 4, No. 1, Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Kupang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus etnografi. Sumber informasi diperoleh dari 4 orang yaitu, Kasi Promosi, Kasi Objek Wisata, Kasubdin Kebudayaan dan Kasubdin Bina Sarana. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Data-data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis domain. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber yaitu mengecek kebenaran data hasil wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Rote Ndao, penulis pandang masih sederhana sehingga belum mendongkrak jumlah wisatawan baik domestik maupun internasional. Hal ini dibuktikan dalam tabel kunjungan wisata yang rendah, yang pada akhirnya berdampak rendahnya kontribusi sektor pariwisata terhadap PAD kabupaten Rote Ndao.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada pembahasan promosi wisata, dan sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu dan sekarang terletak pada objek penelitian dimana penelitian terdahulu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Rote Ndao, dan peneliti sekarang di desa wisata Badean kecamatan Bangsalsari kabupaten Jember.

7. Yusran Doni Tahir Burhanuddin Kiyai, “Strategi Promosi Pariwisata Bunga di Kota Tomohon”, (2021), JAP, Vol. VII, No. 102, Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Universitas Sam Ratulangi.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik Analisis Data yang digunakan adalah analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats). Hasil penelitian, ada sepuluh (10) isu yang merupakan formulasi strategi dari analisis SWOT, dan melalui Internal Factory Analysis Summary (IFAS) dan External Factory Analysis Summary (EFAS) didapatkan posisi Dinas Pariwisata Kota Tomohon dalam Promosi Pariwisata Bunga berada pada Kuadran I, yaitu Strategi S-O sehingga Dinas Pariwisata Kota Tomohon disarankan mengambil strategi agresif dengan memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang dengan sangat optimal. Kemudian, melalui uji tes litmus, didapatkan empat (4) isu yang masuk dalam kategori strategis, dan 6 isu dalam kategori cukup strategis.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada pembahasan promosi pariwisata, dan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu dan sekarang terletak pada teknik analisis data dimana pada penelitian terdahulu menggunakan analisis SWOT dan penelitian sekarang menggunakan Analisis data.

8. Herlina, Yulmaini, Sri Karnila, M. Ariza Eka Yusendra, “Pengembangan Aplikasi E-Tourism Berbasis Android Sebagai Strategi Promosi Pariwisata

Provinsi Lampung”, (2015), Konferensi Nasional Sistem & Informatika, STMIK STIKOM Bali.

Metode kualitatif digunakan untuk menentukan titik-titik pada tempat lokasi pariwisata di Provinsi Lampung dan penyusunan desain rancang bangun aplikasi E-Tourism. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka, observasi, wawancara dengan lokasi kerjasama adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Lampung untuk mendapatkan data-data lokasi objek pariwisata yang ada di Provinsi Lampung dan data-data fasilitas penunjang pariwisata yang ada di Provinsi Lampung. Metode perancangan perangkat lunak menggunakan sistem informasi geografis yaitu metode Prototype. Hasil yang dicapai pada penelitian tahun pertama ini adalah Arsitektur SIG berbasis mobile pada aplikasi E-tourism, Analisis Activity Diagram Pada Sistem, Rancangan Interface Admin.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada pembahasan promosi pariwisata, dan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu dan sekarang terletak pada membahas mengenai pengembangan aplikasi, sedangkan penelitian sekarang implementasi *digital enabler*.

9. Bunga Adilia Ramadhanie, “Strategi Promosi Wisata Religi di Makam KI Ageng Henis Laweyan”, (2021), Program Studi Manajemen Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Metode penelitian pada skripsi ini adalah kualitatif deskriptif, Hasil penelitian ini, dapat diambil kesimpulan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh makam Ki Ageng Henis yaitu 1) Melalui paket wisata, paket tersebut dimiliki oleh salah satu masyarakat Laweyan yaitu Forum Pengembangan Kampong Batik Laweyan (FPKBL) forum tersebut mengembangkan dan mengenalkan objek wisata, cagar budaya dan industri batik secara meluas dengan menggunakan paket promosi 2) promosi melalui mulut ke mulut, promosi melalui mulut ke mulut menjadi salah satu strategi yang sangat efektif membuat seseorang tertarik untuk berkunjung kesuatu tempat 3) Media sosial, melalui media sosial seseorang akan mudah untuk mengakses informasi terkait hal apapun termasuk objek wisata, sehingga pemerintah kota seperti Dinas Pariwisata meluncurkan aplikasi Solo Destination 4) juga melalui kegiatankegiatan khusus yang berada di Kota Solo, seperti memperingati Hari Jadi Kota Solo dan Selawenan.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada pembahasan promosi pariwisata, dan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu dan sekarang terletak pada objek penelitian dimana penelitian terdahulu ialah Wisata Religi di Makam KI Ageng Henis Laweyan sedangkan penelitian sekarang ialah di desa wisata Badean kecamatan Bangsalsari kabupaten Jember.

10. Diannor Mayasari, "Strategi Promosi Pariwisata Pulau Derawan", (2014), Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, hasil penelitian, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau melakukan strategi promosi dengan beberapa cara. Pertama, melakukan kerja sama dengan media elektronik, online dan surat kabar. Kedua, melakukan kerja sama dengan maskapai Sriwijaya Airlines dan tiga bandara di Indonesia. Ketiga membuat booklet dan leaflet serta mengadakan pameran dan event-event besar. Keempat, penyuluhan kepada pelaku wisata di Pulau Derawan.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada pembahasan promosi pariwisata, dan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu dan sekarang terletak pada objek penelitian dimana penelitian terdahulu ialah Pulau Derawan sedangkan penelitian sekarang ialah di desa wisata Badean kecamatan Bangsalsari kabupaten Jember.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Tabel 2.1
Tabel Persamaan dan Perbedaan

No	Nama Peneliti	Judul penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Hainur Rofiqi dan Rebecha Prananta	Penerapan <i>Community Based Tourism</i> : Upaya Pendampingan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Karangpakel Bersatu dalam Mengemas Produk Wisata di Desa Badean Jember	1. Lokasi Penelitian 2. Metode penelitian Kualitatif	1. Subjek penelitian 2. Fokus Masalah
2	Wahyu Meisanti	Pembuatan Vidio Profil Objek Wisata Puncak Badean	1. Lokasi Penelitian 2. Sama membahas mengenai mempromosikan wisata pakel badean	1. Subjek Penelitian 2. Fokus Penelitian
3	Bagus Putu Wahyu Nirmala dan Sephy Lavianto	Pemanfaatan <i>Digital enabler</i> Dalam Transformasi Pemasaran Desa Wisata	1. Istilah yang digunakan yaitu <i>enabler</i> sebagai media pemasaran 2. Sama-sama membahas desa	1. Metode penelitian 2. Fokus masalah

		Berbasis Kerakyatan di Bali	wisata	
4	Sukron Lubis	Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah	1. Metode penelitian Kualitatif 2. Pembahasan mengenai strategi promosi	1. Fokus penelitian 2. Lokasi penelitian
5	Ikhsan Fadillah	Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Destinasi Wisata di Provinsi Sulawesi Selatan	1. Pembahasan promosi wisata 2. Metode penelitian Kualitatif	1. Fokus penelitian 2. Lokasi penelitian
6	Janri D. Manafe,	Pemasaran Pariwisata	1. Pembahasan promosi wisata	1. Fokus Penelitian 2. Lokasi penelitian

	Tuty Setyorini, Yermias A Alang	Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni dan Budaya	2. Metode penelitian kualitatif	
7	Yusran Doni Tahir Burhanuddin Kiyai	Strategi Promosi Pariwisata Bunga di Kota Tomohon	1. Pembahasan promosi wisata 2. Metode penelitian kualitatif	1. teknik analisis data 2. Fokus penelitian
8	Herlina, Yulmaini, Sri Karnila, M. Ariza Eka Yusendra	Pengembangan Aplikasi E-Tourism Berbasis Android Sebagai Strategi Promosi Pariwisata Provinsi Lampung	1. pembahasan promosi pariwisata 2. metode penelitian kualitatif	1. Perbedaan penelitian terdahulu dan sekarang terletak pada membahas mengenai pengembangan aplikasi, sedangkan penelitian sekarang implementasi <i>digital enabler</i>
9	Bunga Adilia Ramadhanie	Strategi Promosi Wisata Religi di Makam KI Ageng Henis Laweyan	1. pembahasan promosi pariwisata, 2. metode penelitian kualitatif.	1. Fokus penelitian 2. lokasi penelitian
10	Diannor Mayasari	Strategi Promosi	1. Persamaan dengan penelitian	1. Perbedaan penelitian terdahulu

		Pariwisata Pulau Derawan	yang dilakukan oleh peneliti terletak pada pembahasan promosi pariwisata, dan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif.	dan sekarang terletak pada objek penelitian dimana penelitian terdahulu ialah Pulau Derawan sedangkan penelitian sekarang ialah di desa wisata Badean kecamatan Bangsalsari kabupaten Jember.
--	--	-----------------------------	---	---

Sumber: Diolah dari penelitian terdahulu

B. Kajian Teori

Bagian ini berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian.²³

1. *Digital Enabler*

a. Pengertian *Digital enabler Technology*

Teknologi digital enabler adalah sebuah teknologi yang terbentuk dari kinerja sekumpulan perangkat teknologi informasi dan komputer dan memungkinkan sebagai jembatan yang mentransformasi aktivitas bisnis konvensional ke arah digital. Dalam penelitian ini teknologi yang dimanfaatkan sebagai digital enabler adalah perangkat

²³ Tim Penyusun, 46

bergerak/aplikasi *mobile*, *internet of things*, *social media*, dan *QR code*.²⁴

b. Perangkat Yang Termasuk Ke Dalam *Digital enabler*

1) Aplikasi *Mobile*

Aplikasi *mobile* adalah perangkat lunak yang dirancang untuk bekerja di perangkat bergerak, seperti komputer tablet atau *smartphone*. Aplikasi *mobile* sering berfungsi untuk memberi layanan yang serupa dengan yang diakses melalui komputer *desktop*. Aplikasi juga dikenal dengan istilah lain yaitu *apps*. Aplikasi yang dikembangkan dalam penelitian ini menggunakan sistem informasi *Android*. *Android* adalah salah satu sistem operasi yang berbasis *Linux* yang dipergunakan untuk perangkat bergerak.

Android terdiri dari beberapa layer, antara lain *Application and widget*, *Application Framework*, *Library*, *Android Runtime*, dan *Kernel*.²⁵

2) *Internet of Things*

Internet of Things (*IoT*) merupakan istilah yang baru banyak digunakan dalam dekade terakhir ini. Meskipun istilah *Internet of Things* pertama kali digunakan oleh seorang pelopor teknologi asal Inggris bernama Kevin Ashton pada tahun 1999 untuk mendeskripsikan sebuah sistem yang memungkinkan objek di dunia nyata dapat terkoneksi ke internet dengan memanfaatkan

²⁴ Nirmala, 150

²⁵ Nirmala, 150

sensor. Objek dalam *internet of things* mampu mentransfer data melalui jaringan tanpa membutuhkan interaksi manusia. Saat ini implementasi internet of things yang paling banyak digunakan adalah untuk *machine-to-machine* (M2M). Disisi permintaan yaitu wisatawan,. Terkait dengan penggunaannya dalam pemasaran desa wisata, perangkat bergerak wisatawan yang telah dilengkapi sensor dan sebagainya akan mengumpulkan data dan memproses informasi yang diterima serta menggunakan proses tersebut untuk berbagai kebutuhan atau kondisi wisatawan saat melakukan perjalanan disebuah destinasi. Hal ini tentu akan mempermudah wisatawan melakukan perjalanan. Disisi penawaran yaitu masyarakat dapat melakukan pemasaran desa dan usaha-usaha yang tercakup di dalamnya melalui aplikasi mobile.

3) Media Sosial

Media sosial merupakan situs dimana setiap individu orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudia terhubung dengan teman-teman dari berbagai belahan dunia untuk saling berbagi informasi dan berkomunikasi. Media sosial mengajak siapa pun yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberikan kontribusi dan tanggapan balik (*feedback*) secara terbuka, memberikan komentar, serta membagi informasi dalam waktuyang cepat dan tidak terbatas. Media sosial memanfaatkan teknologi berbasis website atau aplikasi yang dapat mengubah suatu komunikasi ke

dalam bentuk dialog interaktif.²⁶ Terdapat pengelompokan media sosial yaitu weblog (contoh: wordpress.com, blogspot.com); microblog (contoh: twitter.com); social network (contoh: facebook.com, plus.google.com); media sharing (contoh: youtube.com), dll.

4) *QR Code*

QR Code adalah barcode dua dimensi yang penggunaannya dapat mengunduh aplikasi pemindaian barcode melalui handphone. *QR Code* menawarkan banyak manfaat, seperti membatasi jumlah kertas yang digunakan dalam bertransaksi. *QR Code* keabilitas koreksi kesalahan untuk mengembalikan data jika kode mengalami kerusakan atau kotor atau kotor. Terdapat empat tingkat koreksi yang dapat digunakan dan dipilih oleh pengguna disesuaikan dengan lingkungan operasi.²⁷

2. Promosi *Pariwisata*

Pariwisata merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusaha objek dan daya tarik serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Kepariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggara pariwisata. Adapun usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana

²⁶ Fabian Chandra, *Social Media Marketing* (Yogyakarta: Diva Press, 2021), 15

²⁷ Ni Luh Novi Arianti, Gede Sri Darma, Luh Putu Mahyuni, "Menakar Keraguan Penggunaan Dalam Transaksi Bisnis," *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol.16, No. 2, (April, 2019): 73

pariwisata, dan usaha lain di bidang tersebut. Promosi adalah sebuah kegiatan mengkomunikasikan informasi keunggulan suatu usaha dari produk yang dihasilkan. Selain itu, membujuk konsumen ataupun calon konsumen untuk membeli dan menggunakan produk tersebut.²⁸

3. Digital Marketing

Digital marketing merupakan kegiatan memasarkan sebuah produk dengan menggunakan media digital atau internet. Tujuan *digital marketing* adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Istilah lain untuk *digital marketing* adalah *online marketing/internet marketing/web marketing*.²⁹

4. Difusi Inovasi

Teori difusi inovasi merupakan teori yang membahas tentang bagaimana ide atau gagasan baru dan teknologi tersebar dalam suatu kebudayaan. Teori difusi inovasi dipopulerkan pada tahun 1964 oleh Everett Rogers. Dalam buku ciptaannya yang berjudul “*Difussion of Innovations*” ia menjelaskan bahwa difusi merupakan proses ketika sebuah inovasi dikomunikasikan melalui beberapa saluran dengan jangka waktu tertentu dalam sebuah sistem sosial.³⁰

²⁸ Ervina Desi Prapita, 74

²⁹ Yustina Chrismardani, S.Si., M.M., dan Triana Setiyarini, S.E.,M.M., *Strateg Digital Marketing Dengan Memaksimalkan Penggunaan Media sosial Dalam Rangka Mendukung Pengembangan Desa Wisata Halal Madura*, (Jawa Barat: CV Adanu Abimata,2022), 10

³⁰ Ananda, “Teori Difusi Inovasi: Pengertian, Jenis, Elemen, Tahapan,” Gramedia Blog, diakses 18 September 2022, <https://www.gramedia.com/literasi/teori-difusi-inovasi/>

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskripsi. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, Tindakan dan lain sebagainya secara holistic dan juga dengan cara deskripsi dalam bentuk Bahasa dan kata-kata pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.³¹

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*). penelitian lapangan (*field research*) dapat juga disebut sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian akan dilakukan. Biasanya berisi tentang lokasi (desa, organisasi, peristiwa, teks, dan sebagainya) dan unit analisisnya.³² Penelitian ini dilakukan di Desa Badean, kecamatan Bangsalsari, kabupaten Jember. Adapun alasan peneliti memilih lokasi penelitian tersebut adalah desa wisata Badean merupakan desa wisata yang baru saja disahkan pada tahun 2019 perlunya media promosi untuk

³¹ Lexi J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 5-6

³² Tim Penyusun, 47

mengenalkan potensi desa wisata untuk mengembangkan desa wisata. Maka dari itu fenomena ini menjadi menarik untuk diteliti sehingga dapat menjadikan contoh bagi seseorang atau masyarakat yang ingin menjadikan desanya sebagai desa wisata.

C. Subyek Penelitian

Untuk mendukung data yang peneliti, maka dalam penelitian ini pencarian dan pengumpulan data diperoleh dari informan dengan menggunakan teknik *purposive* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.³³

Dapat diartikan bahwasannya peneliti hanya memilih informan dengan kriteria tertentu dari orang atau sekelompok yang paling mengetahui terhadap fenomena disertai alasan mengambil informan tersebut. data dalam penelitian ini juga diperoleh dari beberapa informan pendukung lainnya, yang peneliti anggap memiliki kapasitas untuk memberikan informasi terkait dengan penelitian ini. Adapun Informan yang ada di dalam penelitian antara lain:

1. Kepala desa/Sekretaris Desa
2. BUMDes khususnya Unit usaha pariwisata
3. Pengunjung

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data.

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*, (Bandung, ALFABETA, 2008), 219

Pada bagian ini diuraikankan teknik pengumpulan data yang akan digunakan, misalnya observasi, wawancara dan dokumentasi.³⁴

Dengan mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Ada beberapa metode dalam proses pengumpulan data yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan kegiatan pencatatan pola perilaku orang, objek dan kejadian-kejadian dalam suatu cara sistematis untuk mendapatkan informasi tentang fenomena-fenomena yang diminati. Teknik yang digunakan dalam observasi ini adalah observasi partisipatif yakni peneliti datang ke tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.³⁵

Dengan menggunakan teknik observasi ini, peneliti mendapatkan data tentang:

- a. Kondisi objek penelitian *digital enabler* Dalam mempromosikan Desa Wisata
- b. Kegiatan yang dilakukan dalam pengelolaan strategi promosi Desa Wisata.
- c. Letak geografis tempat Desa Wisata.

³⁴ Tim penyusun, 47

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*, 227

2. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam topik tertentu.³⁶

Penelitian kali ini menggunakan metode wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.³⁷

Data yang akan diperoleh dengan metode wawancara ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana implementasi *digital enabler* sebagai media promosi wisata Puncak Pakel Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember
- b. Apa saja kendala yang ditemui dalam implementasi *digital enabler* sebagai media promosi wisata Puncak Pakel Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu.

Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental

³⁶ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, (Yogyakarta Arruzz Media, 2012), 212

³⁷ Djam'an Satori Aan Khomariah, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung, ALFABETA, 2014), 233-234

dari seseorang. Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.³⁸ Data yang diperoleh melalui metode dokumentasi ini adalah foto yang terkait dengan desa wisata Badean kecamatan Bangsalsari, Kabupaten Jember.

E. Analisis Data

Analisa merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori. Menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang paling penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis data model Milles, Huberman dan kawan-kawan. Mereka mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah penuh³⁹

Data dianalisis dengan menggunakan beberapa langkah sesuai teori miles, huberman dan kawan-kawan yaitu menganalisis data dengan tiga langkah: kondensasi data (*data condensation*). Kondensasi data merujuk pada

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*, (Bandung, ALFABETA, 2016), 240.

³⁹ Sugiyono, 244

proses pemilihan (*selecting*), pengerucutan (*focusing*), penyederhanaan (*simplifying*), peringkasan (*abstracting*), dan transformasi data (*transforming*).

1. Kondensasi data merujuk kepada proses menyeleksi,

memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi dan mentransformasi data yang terdapat pada catatan lapangan maupun transkrip wawancara, dokumentasi, dan materi empiris lainnya, dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut. Kondensasi data (*data condensation*).

a. Seleksi data (*data selecting*).

Peneliti harus bertindak selektif, yaitu menentukan dimensi dimensi mana yang lebih penting, hubungan-hubungan mana yang mungkin lebih bermakna, dan sebagai konsekuensinya, informasi apa yang dapat dikumpulkan dan dianalisis. Informasi-informasi yang berhubungan dengan proses *benchmarking* di kumpulkan pada tahap ini. Peneliti mengumpulkan seluruh informasi tentang strategi pengembangan pariwisata pangkel melalui pemanfaatan *digital enabler* sebagai media promosi desa wisata Badean kecamatan Bangsalsari, Kabupaten Jember.

b. Pengerucutan (*focussing*).

Miles dan huberman menyatakan bahwa memfokuskan data merupakan bentuk pra analisis. Pada tahap ini, peneliti memfokuskan data yang berhubungan dengan rumusan masalah penelitian. Tahap ini merupakan kelanjutan dari tahap seleksi

hanya membatasi data yang berdasarkan rumusan masalah. Fokus data pada rumusan masalah yaitu bagaimana strategi pengembangan pariwisata pangkel melalui pemanfaatan *digital enabler* sebagai media promosi desa wisata Badean kecamatan Bangsalsari, Kabupaten Jember.

c. Penyederhanaan dan Transformasi (*Simplifying dan Transforming*).

Data dalam penelitian ini selanjutnya disederhanakan dan ditransformasikan dalam berbagai cara, yakni melalui seleksi yang ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkan data dalam satu pola yang lebih luas, dan sebagainya. Untuk menyederhanakan data, peneliti mengumpulkan data setiap proses dan konteks sosial. Penelitian ini menyimpulkan data sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan. Data-data yang sudah dideskripsikan disimpulkan secara umum. Setelah disimpulkan, analisis data kembali pada tahap awal sampai semua data kompleks.⁴⁰

F. Keabsahan Data

Keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber yang telah ada.

⁴⁰ Matthew B. Milles, etc, *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook* (America: Arizona State University, 2014) 12-13

Triangulasi teknik, berarti penelitian menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda. Peneliti menggunakan observasi, partisipasi pasif. Wawancara terstruktur dan dokumentasi untuk mendapatkan dokumen yang sama dari Teknik yang berbeda. Triangulasi sumber berarti, untuk mendapatkan dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama.⁴¹

Triangulasi teknik dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui data hasil wawancara dengan pengelola desa wisata terkait mengenai strategi pengembangan pariwisata pangkel melalui pemanfaatan *digital enabler* sebagai media promosi di Desa Badean, kecamatan Bangsalsari, kabupaten jember. Dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti dan isi dokumentasi yang terkait dengan penelitian.

Triangulasi sumber ini digunakan untuk membandingkan hasil wawancara mulai dari pengelola desa wisata badean, sehingga data yang diperoleh merupakan data yang valid.

G. Tahap-tahap Penelitian

Bagian ini menguraikan rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yang dimulai dari awal hingga akhir penelitian. Adapun tahap-tahap penelitian ini adalah sebagai berikut :

Menurut Lexy J. Moleong mengemukakan tahapan penelitian secara lebih rinci, yaitu :

⁴¹ Sugiyono, 134-137

a. Tahap pra lapangan

- 1) Menyusun rancangan penelitian.
- 2) Memilih lapangan penelitian.
- 3) Menilai keadaan lapangan .
- 4) Memilih dan memanfaatkan informan.
- 5) Menyiapkan perlengkapan penelitian.

b. Tahap penelitian lapangan

- 1) Memahami latar belakang dan tujuan penelitian.
- 2) Mengumpulkan data atau informan yang dibutuhkan peneliti.

c. Tahap analisis data

- 1) Data yang sudah terkumpul dianalisis secara keseluruhan dan
- 2) dideskripsikan dalam bentuk teks.
- 3) Menyusun data.

- 4) Penarikan kesimpulan terhadap data-data yang sudah terkumpul.⁴²

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁴² Mundir, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Jember: STAIN Jember PRESS, 2013),61.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Letak geografis wisata Puncak Pakel

Wisata Puncak Pakel, Kecamatan Bangsalsari, Kabupaten Jember, berlokasi di Desa Badean, Kecamatan Bangsalsari, berjarak 27,9 KM dari pusat kota Jember, Desa Badean adalah sebuah desa bagian barat kota jember tepatnya lereng gunung argopuro. Letak Desa Badean sangat strategis dengan hawa yang sejuk sehingga menjadikan salah satu destinasi tujuan wisata di jawa timur. Berlatar gunung argopuro. Desa Badean hadir dengan pluralitas, kebersamaan, kegotongroyongan, pelestarian lingkungan hidup dengan bertumpu pada kearifan lokal. Untuk mengetahui lebih Batas sebelah utara : pegunungan Hyang Argopuro Batas sebelah selatan : desa Banjarsari. Batas sebelah barat : Desa Tugusari Batas sebelah timur : Desa Pakis.



Gambar 4.1

Wisata Puncak Pakel

Sejarah berdirinya wisata Puncak Pakel Badean

Pemerintah Desa Badean, Kecamatan Bangsalsari, Jember, menjadikan Puncak Badean sebagai tempat wisata. Pembangunannya dilakukan bersama warga secara kompak. Dikemas dalam badan usaha milik desa (BUMDes). Lahan Puncak Pakel Badean tersebut merupakan tanah bengkok. Dimana luasnya sekitar 16 hektare. Kemudian lahan tersebut di kelola menjadi tempat wisata seperti saat ini.

Awalnya, banyak orang yang tidak percaya wisata itu akan hidup. Apalagi, lokasinya jauh dari Kota Jember. Dibutuhkan waktu perjalanan sekitar satu jam untuk menempuh jarak 25 kilometer. Namun, warga setempat bertekad kuat menyulap tanah bengkok tersebut. Biasanya tanah bengkok itu hanya disewakan per tahun. Namun, pemerintah desa berniat mengelola sendiri yang mana Dikemas dalam badan usaha milik desa (BUMDes). Berlokasi di lereng Gunung Argopuro, objek wisata Puncak Badean ini langsung digemari banyak orang. Tak jarang, banyak mata yang dimanjakan keindahan alamnya. Jika datang pada pagi dan sore hari, wisatawan bisa menyaksikan terbit dan terbenamnya matahari meski tidak begitu sempurna. Namun, alam sekitar wisata cukup mendukung dan masih lestari.

Pembukaan tempat wisata itu memang terbilang nekat karena dilakukan pada awal masa pandemi Covid-19. Tepatnya pada Februari 2020 lalu. Namun, siapa sangka, setiap hari ada saja wisatawan yang berkunjung ke Puncak Badean.

2. Visi dan misi wisata Puncak Pakel

a. Visi

Terwujudnya Desa Badean yang maju, mandiri dan sejahtera secara berkelanjutan dengan melibatkan partisipasi masyarakat desa secara aktif.

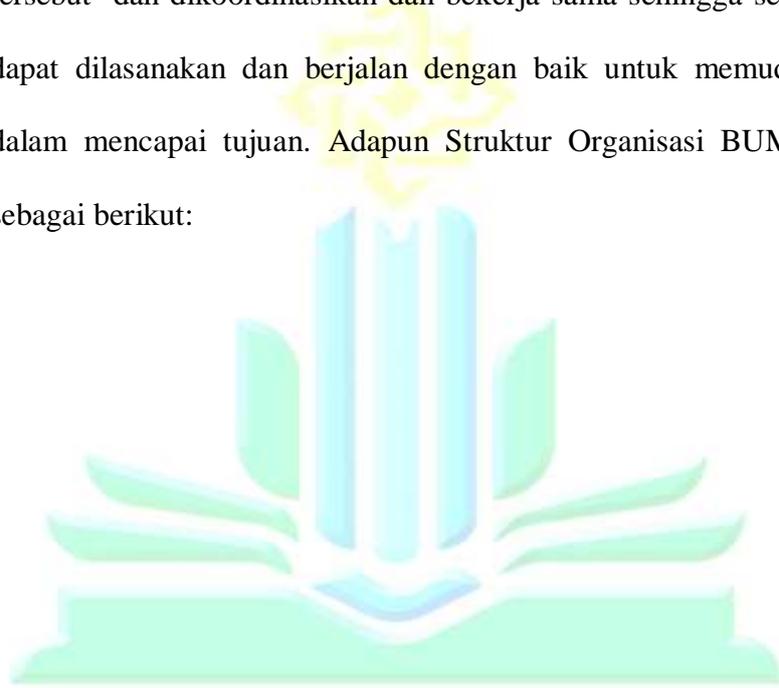
b. Misi

- a. Memperkuat kapasitas ekonomi masyarakat dan membuka lapangan kerja untuk mengurangi angka kemiskinan.
- b. Meningkatkan usaha masyarakat desa dalam pemanfaatan dan pengelolaan potensi desa.
- c. Memanfaatkan potensi sumber daya manusia yang ada di desa sebagai pelaku pembangunan.
- d. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam usaha pembangunan sehingga dapat menumbuhkembangkan kesadaran dan kemandirian dalam pembangunan desa secara

3. Struktur organisasi dan kegiatan yang di kembangkan BUMDes Desa Badean

Struktur organisasi merupakan suatu susunan dan hubungan antar bagian secara posisi yang ada pada suatu usaha dalam menjalin kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai visi dan misi yang sudah ditetapkan, maka diperlukan struktur organisasi. Wisata Puncak Pakel Dikemas dalam badan usaha milik desa (BUMDes). Struktur kepengurusan organisasi tim pengelola desa wisata menggambarkan suatu

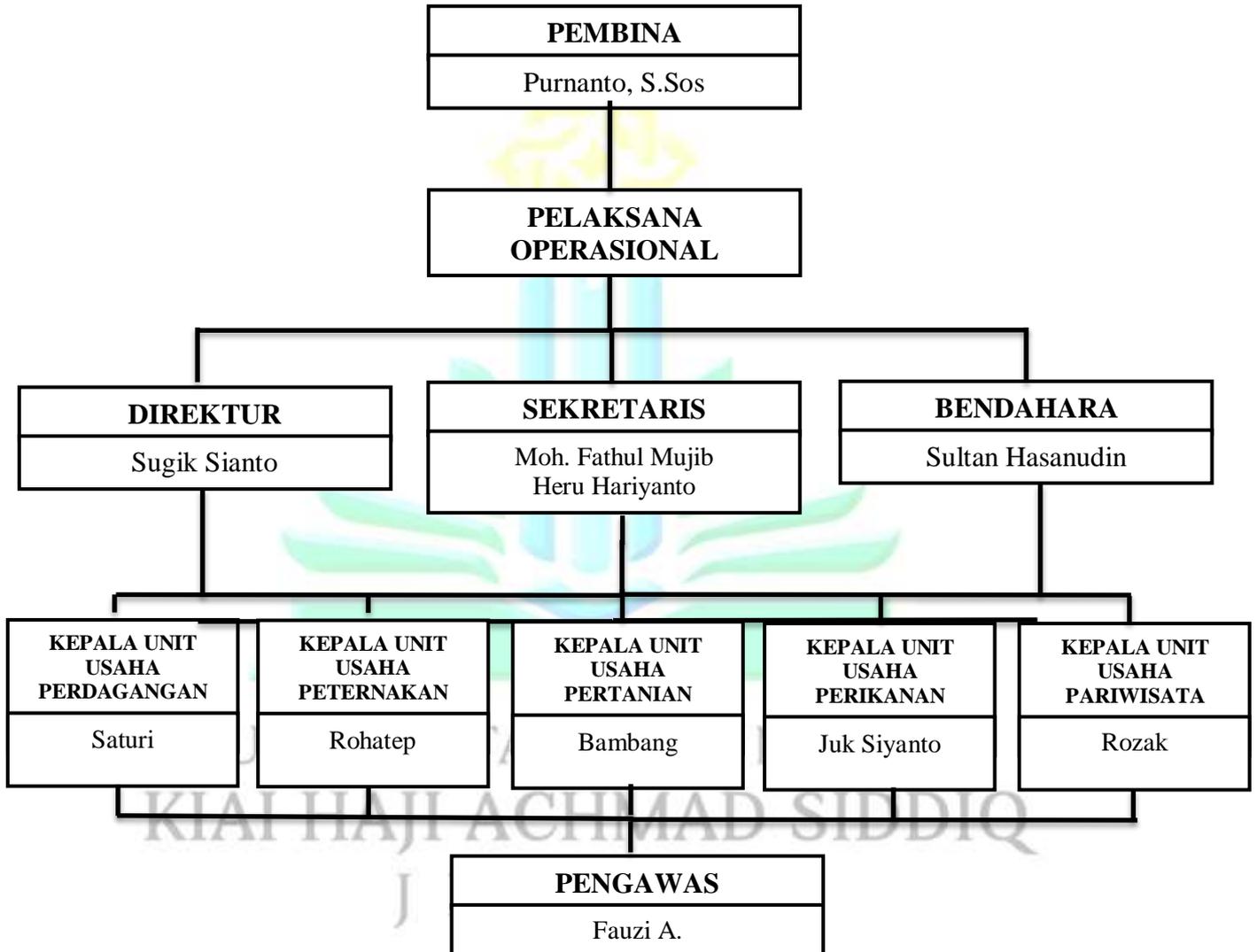
hubungan antar fungsi dan posisi bagian-bagian yang ada dalam suatu usaha, struktur organisasi merinci pembagian tugas dan tanggung jawab, wewenang dan menunjukkan bagaimana fungsi dan kegiatan yang berbeda tersebut dan dikoordinasikan dan bekerja sama sehingga semua kegiatan dapat dilaksanakan dan berjalan dengan baik untuk memudahkan usaha dalam mencapai tujuan. Adapun Struktur Organisasi BUMDes Badean sebagai berikut:



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

STRUKTUR ORGANISASI

BUMDes Desa Badean



Gambar 4.2

Susunan Pengurus BUMDes Desa Badean Tahun 2023

4. Kegiatan Yang Dikembangkan

BUMDes Badean yang terbentuk pada tahun 2018 memiliki beberapa unit usaha diantaranya yaitu pada sektor wisata. Dengan adanya dana desa yang bersumber dari APBN, pemerintah Desa Badean melakukan peningkatan perekonomian masyarakat dengan mengalokasikan sebagian dana tersebut untuk penyertaan modal Bumdes yang bergerak pada sektor pariwisata. BUMDes Badean melibatkan partisipasi masyarakat secara aktif dalam usaha pembangunan dalam mencapai kesejahteraan. Prinsip pendirian BUMDes Badean salah satunya yang utama yaitu prinsip pemberdayaan. Pendekatan utama dari pemberdayaan adalah masyarakat tidak dijadikan sebagai objek pembangunan melainkan sebagai subjek pembangunan. Pemberdayaan masyarakat yang dilaksanakan oleh BUMDes Badean menempatkan masyarakat sebagai kekuatan secara tujuan kolektif dalam pembangunan ekonomi. Kegiatan-kegiatan yang dikembangkan oleh BUMDes Badean melalui pemberdayaan masyarakat desa diharapkan menjadi gerakan yang memberikan kesempatan semua masyarakat untuk berpartisipasi dan berperan secara aktif. Sasaran dari kegiatan BUMDes Badean yaitu masyarakat itu sendiri dan dikembangkan melalui unit-unit usaha yang dijalankan. Adapun kegiatan-kegiatan yang dikembangkan oleh BUMDes Badean antara lain sebagai berikut :

a. Unit Usaha Perdagangan

Unit usaha perdagangan yang dilaksanakan oleh BUMDes Badean merupakan unit usaha yang mengembangkan upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat dan membuka peluang usaha yang potensial di kalangan dunia perdagangan. Peluang usaha tersebut pada bidang produk dan membantu menangani berbagai permasalahan serta memfasilitasi penyediaan sarana pemasaran dan jejaring kerja pemasaran produk masyarakat. BUMDes Badean memfasilitasi masyarakat untuk membuka usaha mikro di lokasi wisata Puncak Badean. Kegiatan usaha tersebut yang menyediakan pelayanan area makanan dan minuman di lokasi wisata. Unit usaha perdagangan dalam usaha mikro ini melibatkan masyarakat lokal sebagai pelaku usaha. Selain itu, usaha penyewaan barang untuk melayani kebutuhan pengunjung ditujukan untuk meningkatkan pendapatan perekonomian. Jenis-jenis usaha yang dapat dilakukan dalam kelompok usaha seperti ini antara lain penyewaan sound, penyewaan tenda, penyewaan alat transportasi dan penyewaan tempat untuk camping.

b. Unit Usaha Peternakan

Jenis usaha yang dilakukan dalam unit ini adalah penggemukan sapi. Penggemukan sapi dirawat oleh masyarakat yang memiliki kandang. Selain penggemukan sapi, usaha peternakan yang lain yaitu kelinci. Kelinci hias ini yang nantinya akan menjadi salah satu objek

wisata yang menarik di Puncak Badean. Pengunjung dapat berfoto dengan kelinci yang ada di lokasi wisata. Selain itu, pengunjung tidak hanya dapat menikmati taman kelinci tetapi juga dapat menikmati olahan dari sate kelinci.

c. Unit Usaha Pertanian

Unit usaha yang bergerak dalam bidang pertanian yaitu budidaya buah-buahan seperti durian dan jeruk. budidaya buah-buahan ini selain untuk memanfaatkan potensi dalam bidang pertanian, juga sebagai langkah fasilitasi yang akan mempermudah dalam mengembangkan kemajuan dalam bidang agribisnis. Kedepannya BUMDes Badean juga akan mengembangkan usaha petani yang tidak hanya menjual secara mentah namun juga dalam bentuk produk olahan. BUMDes juga akan memfasilitasi segala bentuk kerja sama yang bisa dilaksanakan oleh petani-petani sekitar dalam bidang usaha pertanian.

d. Unit Usaha Perikanan

Unit usaha yang dimiliki BUMDes Badean yang lain yaitu dalam bidang usaha perikanan. Ikan yang saat ini dibudidayakan yaitu ikan air tawar. BUMDes Badean memanfaatkan peluang yang ada dalam usaha kuliner dengan budidaya ikan air tawar. Rencana pengembangan unit usaha perikanan yang akan dilaksanakan yaitu menyediakan wisata kolam pancing ikan air tawar bagi pengunjung

dan dapat menikmati olahan ikan yang ada. Konsep wisata pada usaha perikanan yang akan ditawarkan dengan menyediakan fasilitas pancing dan tiket untuk memancing dikenai biaya. Jika ikan yang diperoleh dibawa pulang, maka akan dikenai biaya tambahan.

e. **Unit Usaha Pariwisata**

Desa Badean memiliki potensi desa wisata yang dapat dimanfaatkan sebagai pemberdayaan ekonomi. BUMDES Badean memanfaatkan potensi yang ada dengan meresmikan desa wisata yang bernama Puncak Badean. Pembangunan Puncak Badean dilakukan bersama masyarakat secara kompak. Puncak Badean menawarkan destinasi wisata seperti pemandangan alam dan bantaran sungai yang dilengkapi dengan gazebo pada tiap sudutnya. Puncak Badean dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang beranggotakan masyarakat lokal. Pengembangan desa wisata Puncak Badean melibatkan masyarakat lokal sebagai kegiatan pemberdayaan masyarakat. Tidak hanya pada proses pengelolaannya, melainkan dalam pengembangannya juga masyarakat dilibatkan untuk berpartisipasi secara aktif. Adanya desa wisata Puncak Badean memiliki tujuan untuk memberdayakan masyarakat secara ekonomi agar dapat memenuhi kebutuhan hidup dalam sehari-hari. Pokdarwis Desa Badean yang merupakan salah satu anggota dari unit Bumdes Badean di bidang pariwisata. Pokdarwis Desa Badean juga merupakan organisasi atau Lembaga ditingkat masyarakat yang anggotanya terdiri

dari pelaku kepariwisataan dan memiliki kepedulian serta tanggung jawab yang berperan sebagai penggerak dalam mengembangkan kepariwisataan dan dapat meningkatkan pembangunan daerah melalui kepariwisataan bagi masyarakat sekitar objek wisata. Pembangunan kepariwisataan Desa Badean memerlukan peningkatan peran masyarakat yang memerlukan upaya pemberdayaan (empowerment), sehingga masyarakat dapat berperan secara aktif dan optimal yang sekaligus mendapatkan manfaat positif dari kegiatan pembangunan yang dilaksanakan untuk peningkatan kesejahteraannya.

B. Penyajian Data dan Analisis

Berdasarkan hasil penelitian maka akan diuraikan data-data tentang implementasi *digital enabler* sebagai media promosi wisata Puncak Pakel Desa Badean kecamatan Bangsalsari kabupaten Jember. secara berurutan akan disajikan dari data-data hasil penelitian yang mengacu pada rumusan masalah sebagai berikut :

1. Pemanfaatan *digital enabler* sebagai media promosi wisata Puncak Pakel Desa Badean kecamatan Bangsalsari kabupaten Jember.

Wisata Puncak Pakel dibuka pada bulan Februari 2020. BUMDes unit usaha pariwisata bertugas mengelola dan mempromosikan wisata Puncak Pakel. Data yang diperoleh dari peneliti dari wawancara yang sudah dilakukan, sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Agus Susanto selaku sekretaris Desa Badean: “Wisata Puncak Pakel sendiri

dikelola oleh BUMDes unit usaha pariwisata dimana diketuai oleh Bapak rozak. Dan mengenai pengelolaan untuk promosi wisata sendiri juga dikelola oleh BUMDes unit usaha pariwisata.”⁴³

Pernyataan ini juga disampaikan oleh Bapak Rozak selaku ketua BUMDes unit usaha pariwisata dalam ungkapannya sebagai berikut :

“Wisata Puncak Pakel sendiri di kelola oleh BUMDes unit usaha pariwisata, tanah yang di gunakan adalah tanah bengkok lalu kami sewa untuk dikelola. Dan untuk promosi yang kami lakukan untuk wisata Puncak Pakel sendiri dilakukan dengan mengandalkan inisiatif siapapun yang ingin mempromosikan wisata Puncak Pakel diperbolehkan. Biasanya ada beberapa mahasiswa yang melakukan kegiatan KKN di Desa Badean, dan salahsatu kegiatannya adalah membuat vidio yang menampilkan keindahan wisata pakel yang mana nanti hasil dari vidio tersebut di upload di youtube. Dan untuk media sosial sendiri seperti instagram, facebook, dan youtube atas nama wisata Puncak Pakel di kelola oleh Heru Harianto.”⁴⁴

a. *Digital enabler*

Digital enabler merupakan suatu istilah yang digunakan dalam transformasi pemasaran desa wisata. Berbagai teknologi yang diklasifikasi sebagai *digital enabler* yang dapat dimanfaatkan dalam rangka *digital enabler* adalah perangkat bergerak/aplikasi *mobile*, *internet of things*, *social media*, *QR code* dan sebagainya. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam rangka pemasaran digital desa wisata harus memperhatikan bagaimana fungsi pemasaran digital dapat dicapai.

Data yang diperoleh dari peneliti dari wawancara yang sudah dilakukan, sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Rozak selaku ketua BUMDes unit pariwisata:

⁴³ Agus susanto, diwawancarai oleh penulis, Jember 07 November 2023

⁴⁴ Rozak, diwawancarai oleh penulis, Jember 25 Desember 2022

“Implementasi *digital enabler* untuk promosi desa wisata Puncak Pakel sendiri tentu kami memanfaatkan media sosial sebagai media untuk kami mempromosikan wisata. Kami memanfaatkan sejak awal wisata ini resmi dibuka, dimana sekarang ini semua serba digital kan sehingga kita dapat mengakses informasi dengan cepat dan informasi dapat di sebar dengan cepat.”⁴⁵

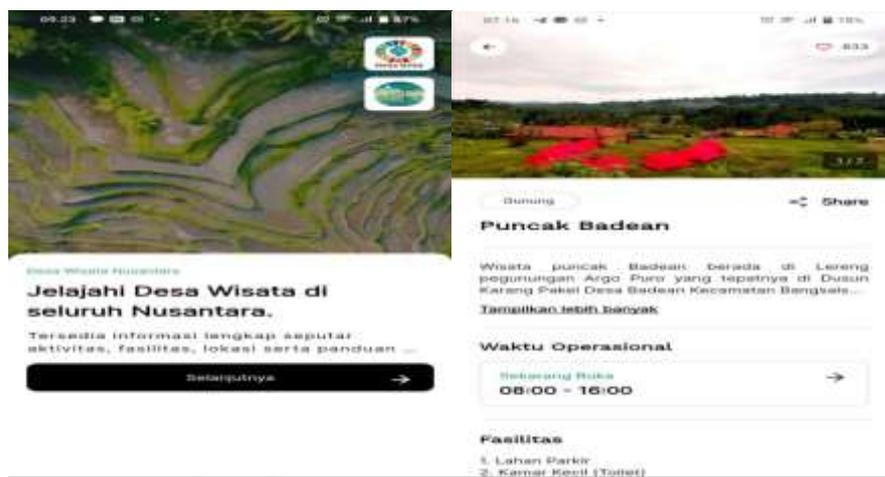
Pernyataan ini juga sama disampaikan dan lebih terperinci oleh Heru Harianto selaku pengelola media sosial wisata Puncak Pakel sebagai berikut :

“Implementasi *digital enabler* untuk mempromosikan wisata Puncak Pakel, kami sekarang menggunakan media sosial seperti instagram, facebook, dan youtube. Kami juga memiliki rencana ingin mengenalkan wisata Puncak Pakel ini di media sosial tiktok juga. Untuk aplikasi mobile kami juga telah memasukkan ke aplikasi jelajah desa dengan nama puncak Badean. Kami juga ketika mengupload di media sosial juga mengtag platform media sosial yang yang memiliki lebih banyak follower contohnya explore jember, dan pesona jember agar bisa di *repost* agar supaya wisata Puncak Pakel ini bisa lebih banyak dikenal orang.”⁴⁶

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan pemanfaatan *digital enabler* sudah ada sejak awal dibukanya desa wisata. Dan sudah menggunakan beberapa perangkat *digital enabler* media sosial seperti instagram, facebook, youtube, dan juga telah memasukan wisata Puncak Pakel dalam aplikasi jelajah desa yang dapat dicari dengan nama puncak Badean. Tentunya dalam hal ini pemanfaatan *digital enabler* bertujuan untuk mencapai fungsi pemasaran. Berikut perangkat *digital enabler* sebagai media promosi yang digunakan di wisata Puncak Pakel :

⁴⁵ Rozak, diwawancarai oleh penulis, Jember 25 Desember 2022

⁴⁶ Heru harianto, diwawancarai oleh penulis, Jember 16 Januari 2023



Gambar 4.3

Aplikasi mobile jelajahi Desa Wisata

Selanjutnya Bapak Soleh salah satu pengunjung wisata Puncak Pakel yang berasal dari Desa Langkap kecamatan Bangsalsari ditemui saat berwisata di Puncak Pakel beliau menyatakan :

“saya sudah tiga kali mengunjungi wisata ini, awalnya saya mengetahui wisata ini dari media facebook. Saya sedang melihat *hashtag* wisata jember lalu saya melihat ada wisata baru dekat dengan rumah saya, sehingga saya lihat akun media sosial milik wisata badean lalu saya tertarik untuk mengunjungi.”⁴⁷

Hal tersebut juga disampaikan oleh Iza pengunjung wisata Puncak Pakel yang berasal dari Summersari ditemui saat berwisata di Puncak Pakel beliau menyatakan “saya pertama kali datang di wisata ini, dan saya mengetahui adanya wisata Puncak Pakel ini dari media sosial instagram.”⁴⁸

⁴⁷ Soleh, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 22 Januari 2023

⁴⁸ Iza, diwawancarai oleh penulis, Jember, 22 Januari 2023



Gambar 4.4

Akun media sosial Instagram wisata Puncak Pakel



Gambar 4.5

Akun media sosial Facebook wisata Puncak Pakel



Gambar 4.6

Akun media sosial Youtube wisata Puncak Pakel

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa implementasi atau pemanfaatan *digital enabler* sudah dilakukan dari awal pembukaan wisata Puncak Pakel ini. Penggunaan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube sudah digunakan. Penggunaan aplikasi mobile seperti Jelajahi Desa Wisata juga sudah digunakan.

Penggunaan digital enabler ini diharapkan dapat digunakan secara maksimal, ada media sosial yang belum digunakan salah satunya yang saat ini banyak diminati yaitu adalah media TikTok. Memaksimalkan penggunaan digital enabler ini bisa berprestasi membuat wisata lebih banyak di kenal yang menyebabkan banyak pengunjung wisata yang datang dan dapat membuat wisata Puncak Pakel ini berkembang. Dari hasil wawancara dengan pengunjung juga menyimpulkan bahwasanya digital

atau lebih spesifiknya media sosial berpengaruh besar terhadap keputusan seseorang untuk mengunjungi wisata.

b. Promosi Desa Wisata

Suatu kawasan wisata tidak akan dikunjungi oleh wisatawan apabila tidak ada promosi tentang keberadaan tempat wisata tersebut. Suatu daerah yang kaya dengan pemandangan alam yang indah dengan bermacam objek wisatanya juga tidak akan dikunjungi oleh para wisatawan jika tidak ada yang namanya promosi atau publikasi.

Heru Harianto selaku pelaksana dari promosi untuk wisata Puncak Pakel, menyatakan:

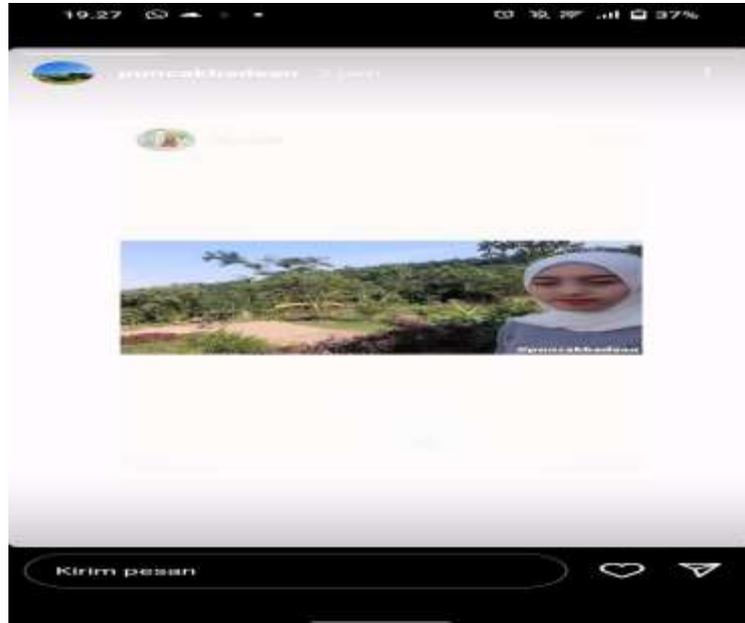
“Puncak Pakel juga tentunya melakukan promosi, kami lebih sering menggunakan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan wisata Puncak Pakel ini. Tentunya dengan sering menampilkan keindahan yang dimiliki wisata Puncak Pakel ini, sehingga diharapkan dapat menarik wisatawan berkunjung disini. Bentuk promosi kita itu adalah membuat video dan foto yang menampilkan keindahan alam yang dimiliki wisata Puncak Pakel lalu kita posting ke media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube.”⁴⁹

Proses promosi wisata Puncak Pakel juga di jelaskan oleh Heru Harianto sebagai berikut:

“Pembuatan video untuk promosi dibuat sendiri oleh saya, apabila ada kegiatan contohnya kegiatan KKN dari perguruan tinggi yang sudah melakukan kerja sama dalam pembuatan video yaitu dari mahasiswa UNEJ. Setelah pembuatan video dilakukan lalu kami upload di Youtube. Terkadang ada pengunjung yang membuat video mengenai wisata Puncak Pakel lalu mengtag akun media

⁴⁹ Heru harianto, diwawancarai oleh penulis, Jember 16 Januari 2023

sosial milik wisata Puncak Pakel, lalu nanti kami *repost* di akun media sosial kami.”⁵⁰



Gambar 4.7

Repost dari postingan pengunjung

Kemudian Iza yang merupakan pengunjung wisata Puncak Pakel yang berasal dari sumbersari menyatakan:

“Promosi itu perlu ya untuk dilakukan, dimana promosi yang dilakukan oleh wisata Puncak Pakel ini kebanyakan saya tau dari media sosial. Contohnya saya sendiri tau wisata Puncak Pakel dari postingan saudara saya bahwa beliau mengunjungi wisata ini dan saya lihat pemandangan yang disuguhkan bagus dan alami. Sehingga hal tersebut membuat saya tertarik untuk mengunjungi wisata Puncak Pakel ini.”⁵¹

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwasannya promosi desa wisata itu penting, dan mampu menarik wisatawan untuk datang.

Promosi yang dilakukan di era 4.0 ini dengan memaksimalkan media

⁵⁰ Heru harianto, diwawancarai oleh penulis, Jember 16 Januari 2023

⁵¹ Iza, diwawancarai oleh penulis, Jember 22 Januari 2023

sosial yang dimiliki, penggunaan media sosial untuk media promosi dapat menjangkau banyak orang. Informasi mengenai wisata tersebut dapat di sebar dengan luas sehingga dapat menjangkau pasar dengan luas.

c. Digital Marketing

Tujuan *digital marketing* khususnya di bidang pariwisata adalah untuk memasarkan potensi yang dimiliki wisata tersebut. Dalam hal ini memasarkan potensi wisata dengan menggunakan media sosial marketing.

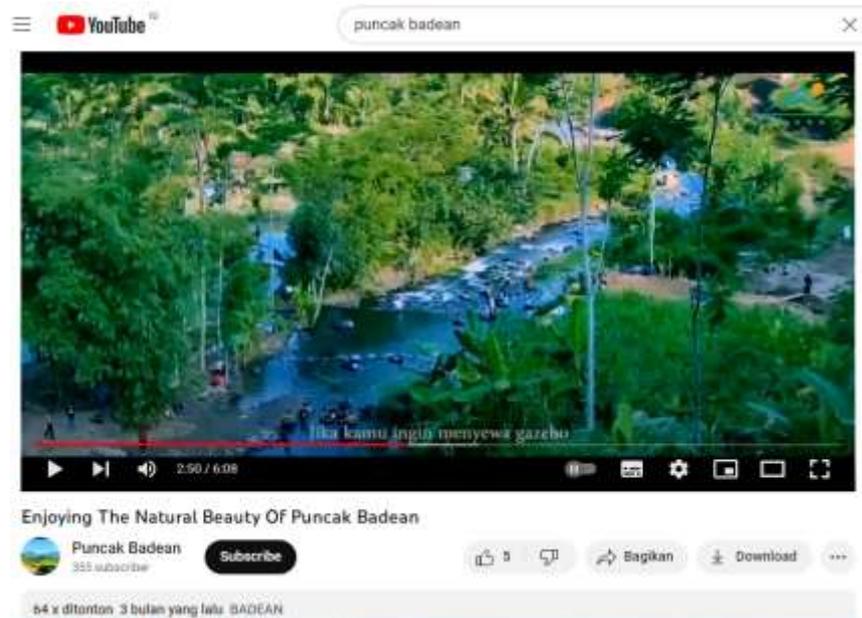
Bapak rozak selaku ketua BUMDes unit pariwisata menyatakan: “potensi yang dimiliki desa wisata Badean ini bukan hanya wisata Puncak Pakel yang merupakan wisata alam, kami juga berencana membuat kolam renang yang nantinya bisa dikunjungi wisata menggunakan air dari aliran sungai yang segar. Dan diharapkan dapat menambah daya tarik wisatawan.”⁵²

Heru Herianto juga menyatakan “selain wisata Puncak Pakel desa wisata Badean juga berencana membuat kolam renang, dan juga memiliki UMKM seperti kopi khas Desa Badean. Dan apabila di perlukan untuk saya upload di media sosial untuk dipromosikan, maka saya akan menguploadnya.”⁵³

Dengan potensi yang dimiliki tentunya untuk melakukan *digital marketing* harus membuat media yang akan di share sebagai usaha untuk

⁵² Rozak, diwawancarai oleh penulis, Jember 25 Desember 2022

⁵³ Heru harianto, diwawancarai oleh penulis, Jember 16 Januari 2023



Gambar 4.9

Postingan di akun Youtube

Dengan adanya *digital marketing* yang merupakan kegiatan pemasaran atau promosi tentu dapat menarik wisatawan untuk datang.

Tentunya dalam kegiatan *digital marketing* atau promosi mendapat umpan balik dari seseorang yang melihat posting mengenai wisata tersebut.

Mengetahui umpan balik (feedback) sangat penting untuk mengetahui respon dari sasaran pemasaran mengenai promosi yang kita lakukan, respon dan umpan balik yang diberikan oleh sasaran promosi yang baik adalah yang sesuai dengan tujuan promosi.

Heru Harianto selaku pelaksana promosi wisata Puncak Pakel menyatakan:

“Komentar dari orang mengenai apa yang kita posting yang tentunya berisi mengenai mempromosikan wisata Puncak Pakel ada beberapa orang yang menglike postingan dan juga berkomentar di

kolom komentar, contoh tanggapan dari orang-orang yaitu dengan mengtag temannya untuk mengajak datang untuk berwisata. Dan juga ada beberapa orang menanyakan mengenai fasilitas dan harga tiket masuk wisata.”⁵⁵

Riska pengunjung wisata Puncak Pakel juga menyatakan “saya melihat postingan dari akun media sosial milik Puncak Pakel ini, saya like postingan juga, saya juga share ke teman saya untuk mengajak datang kesini karena saya tertarik datang ke wisata ini. Saya mengirim link postingan di instagram lalu saya kirim ke temannya saya lewat DM instagram”



Gambar 4.10
Umpan balik pada promosi wisata Puncak Pakel di Instagram



Gambar 4.11

Umpan balik pada promosi di akun media sosial explore jember

⁵⁵ Heru harianto, diwawancarai oleh penulis, Jember 16 Januari 2023



Gambar 4.12

Umpan balik pada promosi di Youtube Puncak Badean



Gambar 4.13

Umpan balik pada promosi di Facebook Puncak Badean

Dengan mengetahui umpan balik yang diberikan oleh sasaran promosi, berarti setidaknya salah satu tujuan promosi yaitu memberi pengetahuan telah tercapai. Selanjutnya mengenai perubahan sikap dan tindakan dapat diketahui dari banyaknya jumlah pengunjung di wisata Puncak Pakel Badean.

d. Difusi Innovation

Dalam proses promosi *digital enabler* ini, pelaksana promosi wisata Puncak Pakel sendiri melalui proses adopsi inovasi. Seperti pernyataan Heru Herianto selaku pelaksanaan promosi untuk wisata Puncak Pakel:

“Saya sendiri yang mengelola promosi untuk wisata Puncak Pakel ini, dari pengelolaan di media sosial, pengambilan foto atau video yang akan diposting di sosmed. Dan juga berkerjasama dengan platform yang mempromosikan wisata yang lebih memiliki pengikut atau follower yang banyak dengan mengtag contohnya explore jember atau pesona jember, yang nantinya akan di *repost* di media sosialnya.”⁵⁶

Heru Harianto juga menambahkan “Pemanfaatan digital sendiri bertujuan agar informasi dapat diterima luas, apalagi sekarang hampir semua orang mempunyai gadget dan menggunakan internet. Sehingga penggunaan digital untuk promosi sangat tepat untuk sekarang”⁵⁷

Heru Harianto merupakan pelaksana promosi untuk wisata Puncak Pakel beliau admin dari media sosial Instagram, Facebook, dan Youtube. Beliau yang mengadopsi inovasi dan memanfaatkan media sosial untuk promosi karena karakter inovasi memberikan banyak keuntungan. Seperti promosi secara digital tidak mengeluarkan banyak biaya dan informasi dapat di sebarkan secara meluas.

⁵⁶ Heru harianto, diwawancarai oleh penulis, Jember 16 Januari 2023

⁵⁷ Heru harianto, diwawancarai oleh penulis, Jember 16 Januari 2023

Tabel 4.1
Tabel Pengunjung Tahun 2022

No	Bulan	Pengunjung
1	Januari	1.490
2	Februari	360
3	Maret	284
4	April	30
5	Mei	1.657
6	Juni	770
7	Juli	819
8	Agustus	389
9	September	395
10	Oktober	Tidak terdata
11	November	Tidak terdata
12	Desember	Tidak terdata
Jumlah Pengunjung		6.194

Sumber : Diolah dari Laporan Buku Kas Harian Wisata Puncak Pakel

2. Kendala yang ditemui dalam pemanfaatan *digital enabler* sebagai media promosi wisata Puncak Pakel Desa Badean kecamatan Bangsalsari kabupaten Jember

Tentunya ada kendala yang dialami dalam pemanfaatan *digital enabler* sebagai media promosi hal tersebut di sampaikan oleh heru Harianto “Kendala yang di hadapi saat ini dalam pembuatan vidio untuk di uploud di media sosial, pembuatan vidio perlu dron untuk merekam atau

memvideo dari atas sehingga penyajian video dari atas dapat merekam secara luas pemandangan wisata.⁵⁸

Adanya kendala dalam pemanfaatan digital untuk promosi juga ada juga upaya untuk mengatasi kendala dalam pemanfaatan digital untuk promosi yaitu dengan mengikuti pelatihan mengenai pemanfaatan digital untuk promosi wisata yang biasanya di berikan oleh pemerintah kabupaten. Seperti pernyataan yang diberikan oleh Heru Harianto “Mengenai digitalisasi wisata salah satunya penggunaan media sosial sebagai media promosi pemerintah kabupaten khususnya dinas pariwisata sering melakukan penyuluhan atau pelatihan mengenai digitalisasi desa wisata.”⁵⁹

C. Pembahasan Temuan

1. Pemanfaatan *digital enabler* sebagai media promosi wisata Puncak Pakel Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember.

a. Pemanfaatan *Digital enabler*

Digital enabler merupakan istilah transformasi dalam pemasaran desa wisata. Adanya aplikasi yang memberdayakan teknologi digital enabler dalam rangka pemasaran desa wisata bertujuan akhir meningkatkan kunjungan wisatawan. Meningkatnya kunjungan ini dapat memberikan *multiplier effect* pada motivasi masyarakat lokal dan pemerintah daerah dalam mengembangkan desa wisatanya. Selain

⁵⁸ Heru harianto, diwawancarai oleh penulis, Jember 16 Januari 2023

⁵⁹ Heru harianto, diwawancarai oleh penulis, Jember 16 Januari 2023

itu, dengan pahamnya masyarakat lokal terhadap digital enabler diharapkan dapat mengurangi kebocoran ekonomi lokal. Karena pemanfaatan teknologi digital enabler tersebut memungkinkan pemasaran usaha-usaha pariwisata yang dimiliki masyarakat lokal. Digital enabler juga memungkinkan informasi tentang desa dikendalikan oleh masyarakat sehingga diharapkan nilai dan budaya lokal lebih banyak disampaikan ke wisatawan. Di wisata Puncak Pakel sendiri pemanfaatan *digital enabler* sebagai media promosi dengan menggunakan atau mengoptimalkan media sosial seperti Insatgram, Facebook, Youtube, dan penggunaan aplikasi mobile jelajah desa.

b. Promosi Desa Wisata

Proses promosi merupakan serangkaian tahapan komunikasi yang dilakukan oleh produsen kepada konsumen untuk tujuan mempersuasi agar konsumen mau menggunakan atau membeli jasa atau produk. Hasil wawancara dan observasi promosi untuk wisata Puncak Pakel sendiri mempromosikan wisata dengan mengupload gambar dan vidio yang memperlihatkan potensi atau keindahan alam yang dimiliki di wisata.

Peranan promosi wisata Puncak Pakel sendiri bertujuan untuk meningkatkan wisatawan, dimana guna mendorong pembelian produk-produk wisata oleh para konsumen dan meningkatkan

efektifitas penjualan pada waktu yang relatif singkat. Dan berusaha menawarkan produk sehingga mampu menarik calon konsumen.

Jenis promosi yang digunakan di wisata Puncak Pakel adalah periklanan. Periklanan di definisikan sebagai pesan yang dibayar yang menggambarkan usaha perusahaan dalam beraneka bentuk, contohnya pemasangan *billboard*, percetakan brosur, untuk disebar, pemasangan spanduk/poster. Pemasangan iklan melalui : koran, majalah, TV, radio, dan pemasangan iklan melalui media lainnya. Jenis promosi wisata Puncak Pakel memanfaatkan media sosial yaitu dari pengambilan video dan di edit semaksimal mungkin lalu di upload di media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Youtube. Media sosial memegang peranan penting dalam pemasaran karena karakteristik yang mendukung proses pemasaran khususnya komunikasi pemasarannya yang dapat menjangkau massa dalam jumlah besar tanpa batas geografis, interaktif, mudah diakses.

Fungsi promosi wisata Puncak Pakel sendiri berfungsi sebagai pengenalan, penawaran, dan penjagaan konsumen. Dimana fungsi pengenalan supaya wisata yang dipromosikan yaitu wisata Puncak Pakel dikenal oleh masyarakat. Fungsi penawaran dimana melakukan promosi wisata Puncak Pakel menawarkan keindahan yang dimiliki wisata tersebut agar konsumen atau calon wisatawan membuat keputusan untuk melakukan kunjungan. Dan yang terakhir fungsi penjagaan konsumen dimana promosi yang dilakukan oleh wisata

bertujuan menjaga loyalitas kosumen atau wisatawan agar kembali mengunjungi wisata Puncak Pakel.

Cara mempromosikan daerah wisata dengan merancang promosi strategi wisata dengan membuat promosi jitu yaitu dengan membuat strategi kreatif promosi yaitu memanfaatkan media sosial yaitu dengan menyebarkan pada platform Instagram, Facebook, dan Youtube. Jadwal penyebaran media dilakukan dalam beberapa tahap yaitu tahap informasi, tahap persuasi, dan tahap pengingat hingga menimbulkan tingkah laku yang berkembang.

c. Digital marketing

Digital marketing merupakan kegiatan pemasaran atau promosi sebuah merk atau produk dengan menggunakan media digital atau internet. diamana bertujuan untuk menarik kosumen dan calon

kosumen secara efektif dan cepat. Tentunya dalam *digital marketing* adanya Attention (Perhatian) dimana harus mendapat perhatian dengan tentunya mengemas produk atau jasa sekreatif atau menarik kosumen atau wisatawan yang di tampilkan pada media promosi, wisata Puncak Pakel sendiri menampilkan foto atau vidio yang menampilkan keindahan wisata sehingga dapat menarik wistawan untuk berwisata. *Interest* (Ketertarikan) dengan promosi menggunakan *digital marketing* tentunya kosumen atau wisatawan ketertarikan mengunjungi wisata hal itu dapat dilihat dari umpan balik dari promosi yang dilakukan oleh wisata Puncak Pakel di media sosial

Puncak Pakel Desa Badean. *Desire* (Keinginan) di tahap ini konsumen atau wisatawan memiliki keinginan untuk mengunjungi wisata hal ini reaksi konsumen akibat aksi *digital marketing* yang dilakukan. *Action* (Keputusan) Dengan mengetahui umpan balik yang diberikan oleh sasaran promosi, berarti setidaknya salah satu tujuan promosi yaitu memberi pengetahuan telah tercapai. Selibuhnya mengenai perubahan sikap dan keputusan dapat diketahui dari banyaknya jumlah pengunjung di wisata Puncak Pakel Badean.

d. Difusi Inovasi

Dalam proses promosi wisata Puncak Pakel, terdapat proses adopsi inovasi, dimana pelaksana promosi wisata Puncak Pakel, maupun pengikut media sosial milik wisata Puncak Pakel yang umumnya disebut *netizen* melalui tahapan pengadopsian inovasi, yaitu pengetahuan, persuasi, keputusan, pelaksanaan, dan konfirmasi. Walaupun tidak semua individu yang mendapatkan informasi promosi *destinasi digital* pada akhirnya benar-benar mengadopsi atau hal ini menyosialisasikan. Mereka setidaknya melalui beberapa tahapan sebelum pengadopsian. Hal ini karena terdapat faktor-faktor tertentu yang membuat mereka melakukan penolakan pengadopsian sebelum mereka mencapai tahap adopsi. Penolakan-penolakan tersebut disebabkan oleh karakter inovasi itu sendiri maupun pendapat pribadi, pendapat dari luar, dan keputusan pribadi.

Tentunya dalam proses promosi wisata Puncak Pakel sendiri *melalui* beberapa tahap pengadopsian inovasi. Penggunaan *digital*

enabler merupakan pengadopsian inovasi sebagai transformasi strategi pemasaran desa wisata yang dapat memberikan banyak keuntungan. Dimana apabila inovasi memberikan banyak keuntungan bagi seseorang atau usaha, maka tingkat adopsi inovasi tersebut semakin tinggi.

2. Kendala yang ditemui dalam pemanfaatan *digital enabler* sebagai media *promosi* wisata Puncak Pakel Desa Badean kecamatan Bangsalsari kabupaten Jember

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan analisis data yang dilakukan terdapat temuan terkait kendala dan cara menangani kendala dalam pemanfaatan *digital enabler* sebagai media promosi wisata Puncak Pakel Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember. Kendala tersebut sebagai berikut :

1) Kurangnya lengkapnya peralatan dalam menunjang promosi.

Hasil wawancara dengan pelaksana promosi untuk wisata Puncak Pakel terdapat kendala seperti tidak ada kamera dron yang bisa merekam pemandangan dari atas. Sehingga tidak bisa dapat menampilkan secara maksimal potensi yang dimiliki wisata Puncak Pakel dari ketinggian. Penampilan video yang bagus dan menarik diharapkan dapat menarik perhatian wisatawan untuk datang berkunjung di wisata Puncak Pakel.

2) Kurangnya antusias dan pemahaman warga sekitar wisata mengenai digitalisasi wisata.

Dalam era transformasi pemasaran yaitu penggunaan *digital marketing*, dimana promosi dapat dilakukan pada media berbasis online seperti media sosial. Penggunaan *digital enabler* sebagai media promosi atau memasarkan potensi yang dimiliki wisata yang akan menjadikan wisata tersebut berkembang serta dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Namun hal itu kurang dimanfaatkan warga sekitar wisata, dikarenakan pemahaman untuk melakukan promosi.

Hasil observasi peneliti melihat dari pelaksana promosi yang dilakukan yang mana dilakukan dan dikelola oleh 1 orang yaitu Heru Harianto belum ada komunitas yang mengelola untuk membuat promosi wisata. Dimana hal tersebut penting dilakukan untuk memaksimalkan promosi untuk wisata Puncak Pakel.

Berdasarkan beberapa kendala yang ada, berikut cara yang dapat menangani kendala dalam pemanfaatan *digital enabler* sebagai media promosi wisata Puncak Pakel Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember:

Memanfaatkan peralatan yang ada dengan maksimal

Alat untuk melakukan promosi, dan mengelola promosi banyak yang dapat di manfaatkan. Contohnya HP dengan menggunakan HP membuat vidio atau mengambil gambar dapat dilakukan dengan muda dan efisien. Pengambilan vidio atau foto dengan menggunakan HP lalu mengedit dengan sebaik atau mungkin

dapat membuat tampilan menjadi menarik, sehingga hal tersebut diharapkan dapat menarik perhatian orang yang melihat.

Mengajak masyarakat berperan aktif dalam pemanfaatan digital.

Minimnya minat dan pemahaman masyarakat mengenai digital sebagai media promosi desa wisata yang mana disebabkan tidak adanya pendampingan yang memberikan pemahaman tentang digitalisasi dan potensi media sosial sebagai sarana promosi. Untuk itu, perlunya pelatihan pengelolaan potensi desa hingga digitalisasi ekonomi pedesaan bagi generasi muda dalam pemasaran potensi yang telah dikelola. Melakukan pemberdayaan masyarakat berdasarkan potensi yang ada, seperti melakukan pelatihan dan sebagainya. Untuk digitalisasi ekonomi pedesaan bagi generasi muda dalam rangka melibatkan sumber daya pemuda untuk aktif dalam mengembangkan potensi desa melalui wadah/platform digital .

Dalam penelitian Novy Setia Yunas, pemerintah harus berperan sebagai kontroler yang memiliki peraturan dan tanggung jawab dalam mengembangkan usaha. Dalam hal ini melibatkan semua jenis kegiatan seperti perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, pengendali, promosi, alokasi keuangan, perizinan, program, undang-undang, pengembangan dan pengetahuan, kebijakan inovasi publik, dukungan untuk jaringan inovasi dan kemitraan publik-swasta. Pemerintah juga memiliki peran dalam mengkoordinasi para pemangku kepentingan yang berkontribusi pada pengembangan

potensi desa. Terakhir, media berperan dalam mendukung publikasi dalam promosi dan membuat *brand image*.⁶⁰

Dalam konteks penelitian ini, pengelola wisata Puncak Pakel Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember harus lebih bersinergis dengan seluruh pihak, khususnya dalam bentuk kolaborasi baik pemerintah, organisasi perangkat daerah (OPD) terkait, masyarakat (komunitas), pihak swasta hingga perguruan tinggi, maupun media. Bersinergi bersama-sama untuk menggerakkan masyarakat maupun mengembangkan potensi yang ada melalui kebijakan inovatif seperti pemanfaatan *digital enabler* sebagai media promosi desa wisata. Dan perlunya pelatihan pengelolaan potensi desa hingga digitalisasi ekonomi pedesaan, hal tersebut perlu dilakukan agar pelaku promosi dapat lebih mengerti tentang komunikasi pemasaran agar dapat mengimplementasikan ketika melakukan promosi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁶⁰ Novy Setia Yunas, "Implementasi Konsep Penta Helix Dalam Pengembangan Potensi Desa Melalui Model Lumbung Ekonomi Desa di Provinsi Jawa Timur," *Matra Pembaruan Jurnal Inovasi Kebijakan*, (Mei, 2019): 45

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat ditarik sebuah kesimpulan mengenai implementasi *digital enabler* sebagai media promosi wisata Puncak Pakel Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember sebagai berikut :

1. *Digital enabler* merupakan suatu implementasi strategi yang digunakan dalam transformasi pemasaran desa wisata. Ini digunakan sebagai media promosi di Desa wisata Badean khususnya wisata Puncak Pakel. Wisata Puncak Pakel sendiri memanfaatkan *digital enabler* sebagai media promosi dengan menggunakan atau mengoptimalkan media sosial seperti Insatgram, Facebook, Youtube, dan penggunaan aplikasi mobile jelajah desa.

2. Kendala yang dihadapi dari implementasi *digital enabler* sebagai media promosi wisata Puncak Pakel Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember ialah seperti kurang lengkapnya peralatan untuk menunjang dalam pembuatan vidio atau foto dalam promosi, dan kurangnya antusias serta pemahaman warga sekitar wisata mengenai digitalisasi wisata.

B. Saran

Berlandaskan deskripsi penelitian dan kesimpulan, maka pada akhir penulisan ini penulis memberikan beberapa saran yang berkemungkinan dapat dijadikan sebagai pertimbangan bahan selanjutnya:

1. Pelaksanaan promosi mengimplementasi *digital enabler* senantiasa konsisten dan *update* dalam menyajikan informasi promosi yang lengkap setiap minggunya.
2. Perlunya sinergis dengan seluruh pihak, khususnya dalam bentuk kolaborasi baik pemerintah, organisasi perangkat daerah (OPD) terkait, masyarakat (komunitas), pihak swasta hingga perguruan tinggi, maupun media. Bersinergi bersama-sama untuk menggerakkan masyarakat maupun mengembangkan potensi yang ada melalui kebijakan inovatif seperti pemanfaatan *digital enabler* sebagai media promosi desa wisata. Dan perlunya pelatihan pengelolaan potensi desa hingga digitalisasi ekonomi pedesaan, hal tersebut perlu dilakukan agar pelaku promosi dapat lebih mengerti tentang komunikasi pemasaran agar dapat mengimplementasikan ketika melakukan promosi.
3. Untuk wisatawan diharapkan untuk lebih “eksis” di media sosial melalui fitur *social share* yaitu *SHARE NOW*. Dengan demikian wisatawan juga dapat membantu pemasaran desa wisata yang dikunjungi berdasarkan pada keaktifan masyarakat mempromosikan aplikasi *digital enabler* ini.
4. Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan mengenai informan atau sumber data yang diperoleh. Untuk penelitian selanjutnya bisa mengembangkan

apa yang belum dilakukan dalam penelitian ini, misalnya mengukur tingkat keberhasilan implementasi *digital enabler* wisata Puncak Pakel di Desa Baden. Baik dengan pendekatan kuantitatif maupun kualitatif.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

- Aan, K., & Djam'an, S. (2014). Metodologi penelitian kualitatif. *Bandung: alfabeta.*
- Ananda. (2022). *Teori Difusi Inovasi: Pengertian, Jenis, Elemen, Tahapan.* 18 September 2022. <https://www.gramedia.com/literasi/teori-difusi-inovasi/>.
- Arianti, N. L. N., Darma, G. S., & Mahyuni, L. P. (2019). Menakar keraguan penggunaan QR Code dalam transaksi bisnis. *Jurnal Manajemen Bisnis, 16*(2), 67-78.
- Chandra Fabian (2021). *Social Media Marketing.* Yogyakarta: Diva Press.
- Fadillah, I., Mone, A., & Riskasari, R. (2021). Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Destinasi Wisata Di Provinsi Sulawesi Selatan. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik (KIMAP), 2*(1), 353-367.
- Herlina, H., Yulmaini, Y., Karnila, S., & Yusendra, M. A. E. (2015). Pengembangan Aplikasi E-Tourism Berbasis Android Sebagai Strategi Promosi Pariwisata Provinsi Lampung. *Proceedings Konferensi Nasional Sistem dan Informatika (KNS&I).*
- I Gusti Bagus Rai Utami dan I Wayan Ruspindi Junaedi (2018). *membangun pariwisata dari desa: Desa Wisata Blimbingsari Jembrana Bali Usaha Transformasi Ekonomi.* Yogyakarta:CV Budi Utama.
- Lubis, S. (2020). *STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA KOPERASI SYARIAH BMT AL ITTIHAD DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Ma'ruf, M. F., Kurniawan, B., & Pangestu, R. P. A. G. (2017). Desa Wisata: Sebuah Upaya Mengembangkan Potensi Desa Dan Meningkatkan Pendapatan Asli Desa (Studi Pada Desa Wisata Bejiharjo Kecamatan Karangmojo Kabupaten Gunungkidul). *Dinamika Governance: Jurnal Ilmu Administrasi Negara, 7*(2).
- Manafe, J. D., Setyorini, T., & Alang, Y. A. (2016). Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni dan Budaya (Studi Kasus di Pulau Rote NTT). *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam, 4*(1), 101-123.
- Mayasari, D., Sutarso, J., & Palupi, M. A. (2014). *Strategi Promosi Pariwisata Pulau Derawan (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Berau Kalimantan Timur Dalam Upaya*

Menjadikan Pulau Derawan Sebagai Tujuan Wisata) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

MEISANTI, W. Pembuatan Video Profil Objek Wisata Puncak Badean Sebagai Media Promosi.

Matthew B. Milles, etc (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*. America: Arizona State University.

Moleong, L. J. (2019). Meleong.

Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2022). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1), 1-15.

Mundir (2013). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Jember: STAIN Jember PRESS.

Nirmala, B. P. W., & Lavianto, S. (2019). Pemanfaatan Digital Enabler Dalam Transformasi Pemasaran Desa Wisata Berbasis Kerakyatan Di Bali. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komputer*, 5(1).

Pradikta, A. (2013). Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati. *Economics Development Analysis Journal*, 2(4).

Prapita Ervina Desi (2018). *Pengembangan Desa Wisata*. Wirogunan, Kartasura, Sukoharjo 57166:CV Graha Printama Selaras.

Prastowo Andi (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta : Arruzz Media.

Putri, R. A. S. I., Sinyor, E. P., & Putri, A. C. (2018). Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Berbasis Analisis Swot Desa Sidomekar Dan Penggunaan Aplikasi Tour Guide Online Kabupaten Jember. *UNEJ e-Proceeding*.

RAMADHANIE, B. A., & Muhammad Raqib, S. E. (2020). *STRATEGI PROMOSI WISATA RELIGI DI MAKAM KI AGENG HENIS LAWEYAN* (Doctoral dissertation, IAIN SURAKARTA).

Rencana Strategis KEMENPAREKRAF/BAPAREKRAF 2020-2024.

Rofiqi, H., & Prananta, R. Penerapan Community Based Tourism: Upaya Pendampingan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Karangpakel Bersatu dalam Mengemas Produk Wisata di Desa Badean Jember.

Shohib, M. (2007). Departemen Agama RI, al-Qur'an dan terjemahnya. *Bogor: Syaamil Quran*.

- Sugiyono (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*. Bandung: ALFABETA.
- Tahir, Y. D., Kiyai, B., & Dengo, S. (2021). Strategi Promosi Pariwisata Bunga di Kota Tomohon. *Jurnal Administrasi Publik*, 7(102).
- Tim Penyusun Revisi Buku Pedoman Karya Ilmiah IAIN Jember (2019). *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember.
- Yuliansyah, H., Mulasari, S. A., Tentama, F., Sulistyawati, S., & Sukei, T. W. (2022). Pengembangan dan Pemanfaatan Platform Digital Untuk Desa Wisata di Desa Ngoro-oro Gunungkidul. *IJCOSIN: Indonesian Journal of Community Service and Innovation*, 2(1), 56-65.
- Yunas, N. S. (2019). Implementasi konsep penta helix dalam pengembangan potensi desa melalui model lumbung ekonomi desa di Provinsi Jawa Timur. *Matra Pembaruan: Jurnal Inovasi Kebijakan*, 3(1), 37-46.
- Yustina Chrismardani, S.Si., M.M., dan Triana Setiyarini, S.E.,M.M. (2022). *Strateg Digital Marketing Dengan Memaksimalkan Penggunaan Media sosial Dalam Rangka Mendukung Pengembangan Desa Wisata Halal Madura*. Jawa Barat: CV Adanu Abimata.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Firdatus Sa'diyah

NIM : E20192193

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 20 Februari 2023

Saya yang menyatakan



Firdatus Sa'diyah

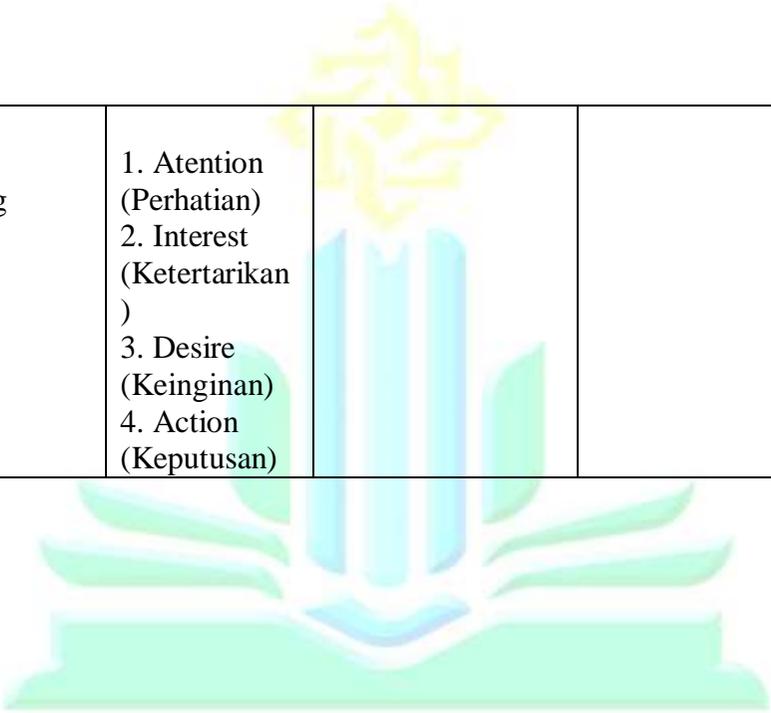
E20192193

- 3. jenis promosi
- 4. fungsi promosi

B. Cara mempromosikan daerah wisata

- 1. rancangan promosi wisata daerah
- 2. strategi rancangan daerah wisata
- 3. strategi kreatif promosi
- 4. tempat penyebaran media promosi
- 5. jadwal dan tempat penyebaran media promosi

		Digital Marketing	<ol style="list-style-type: none">1. Attention (Perhatian)2. Interest (Ketertarikan)3. Desire (Keinginan)4. Action (Keputusan)		
--	--	-------------------	---	--	--



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

PEDOMAN WAWANCARA

1. Pertanyaan untuk Kepala Desa mengenai pemanfaat digital enabeler sebagai media

promosi wisata puncak pakel

1. Bagaimana sejarah wisata puncak pakel berdiri?
2. Siapa yang melakukan promosi wisata puncak pakel?
3. Bagaimana promosi yang dilakukan oleh desa untuk wisata puncak pakel khususnya dalam pemanfaatan digital enabeler?
4. Apakah desa melakukan kerja sama dengan pihak lain untuk pemanfaatan digital enabeler sebagai media promosi wisata puncak pakel?
5. Apa efek yang ditimbulkan dalam proses promosi tersebut?

2. Pertanyaan untuk BUMDes Unit Usaha Pariwisata

1. Bagaimana sejarah berdirinya wisata badean?
2. Batas-batas desa Badean (utara, selatan, barat, timur)?
3. Visi dan misi wisata puncak pakel?
4. Struktur organisasi wisata puncak pakel desa badean?
5. Berapa rata-rata pengunjung wisata pakel per bulan?
6. Siapa yang melakukan promosi?
7. Kapan promosi tersebut dilakukan?
8. Siapa penerima informasi?
9. Apa saja informasi yang dibagikan dalam promosi?
10. Mengapa informasi-informasi tersebut dibagikan dalam proses promosi?
11. Bagaimana pemanfaatan *digital enabeler* sebagai media promosi desa wisata Badean kecamatan Bangsalsari kabupaten Jember?
12. Bagaimana proses pengelolaan informasi dalam pemanfaatan *digital enabeler* sebagai media promosi desa wisata Badean kecamatan Bangsalsari kabupaten Jember?
13. Apakah wisata puncak pakel melakukan kerja sama dengan platform lain untuk mempromosikan wisata tersebut?
14. Apa efek yang ditimbulkan dalam proses promosi tersebut?
15. Bagaimana respon dari pengguna sosial media mengenai informasi yang dibagikan?
16. Apa saja hambatan yang ditemui dalam pemanfaatan *digital enabeler* sebagai media promosi desa wisata Badean kecamatan Bangsalsari kabupaten Jember?

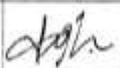
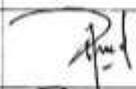
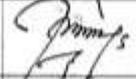
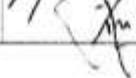
17. Bagaimana cara mengatasi hambatan dalam pemanfaatan *digital enabeler* sebagai media promosi desa wisata Badean kecamatan Bangsalsari kabupaten Jember?

3. Pertanyaan untuk pengunjung wisata puncak pakel

1. Dari mana awal responden mengetahui wisata puncak pakel?
2. Berapa kali responden mengunjungi wisata puncak pakel?
3. Apa yang responden ketahui mengenai wisata puncak pakel ini?
4. Apa saja yang responden ketahui mengenai digital enebeler yang digunakan dalam usaha mempromosikan wisata puncak pakel?
5. Apakah promosi digital membuat responden tertarik mengunjungi wisata puncak pakel?
6. Informasi apa yang di dapatkan oleh responden dalam promosi digital wisata puncak pakel?
7. Menurut responden apakah informasi yang di peroleh dari digital enabeler mengenai wisata puncak pakel jelas dan dapat di pahami dengan mudah?
8. Apakah menurut responden informasi yang disajikan pada digital enabaler sebagai media promosi wisata puncak pakel sesuai dengan realita yang ada?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

JURNAL PENELITIAN

N0	TANGGAL	JENIS KEGIATAN	PARAF
1	29 September 2022	Silaturahmi dan observasi awal dengan Bapak Totok selaku penjaga tiket wisata puncak pakel	
2	07 November 2022	Penyerahan surat izin penelitian dan wawancara dengan Bapak Agus Susanto selaku sekretaris Desa Badean	
4	25 Desember 2022	Wawancara dengan Bapak Rozak selaku ketua BUMDes unit usaha pariwisata	
5	16 Januari 2023	wawancara dengan Heru Harianto selaku pelaksana promosi untuk wisata puncak pakel -	
6	22 Januari 2023	wawancara dengan pengunjung wisata puncak pakel	
7	20 Februari 2023	Pengambilan surat selesai penelitian	

Badean, 20 Februari 2023

An. KEPALA DESA BADEAN


 SEKRETARIS DESA

 AGUS SUSANTO

DOKUMENTASI



1. Dokumentasi Foto ketika wawancara dengan Bapak Agus Susanto, selaku Sekretaris Desa Badean



2. Dokumentasi Foto ketika wawancara dengan Bapak Rozak, selaku ketua BUMDes Unit Usaha Pariwisata



3. Dokumentasi Foto ketika wawancara dengan Heru Harianto, selaku pelaksana promosi di Wisata Puncak Pakel Desa Badean



Dokumentasi Foto ketika wawancara dengan beberapa pengunjung di Wisata Puncak Pakel Desa Badean



PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
KECAMATAN BANGSALSARI
DESA BADEAN

. Argopuro No. 81 Badean Bangsalsari Jember kode Pos :68154

Nomor : 100 / 64 / 35 - D9 - 09 - 2011 / 2023
Lampiran : -
Perihal : Surat Keterangan Selesai Penelitian

Yang tanda tangan dibawah ini :

Nama : Agus Susanto
Jabatan : Sekretaris Desa
Alamat : Jl. Argopuro No. 81 Badean Bangsalsari Jember kode Pos :68154

Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Firdatus Sa'diyah
NIM : E20192193
Program studi : Ekonomi Syariah
Alamat : Dusun Kedungsuko, RT/RW: 002/006, Desa Bangsalsari
Kec. Bangsalsari, Kab. Jember

Instansi : UIN KHAS JEMBER

Telah selesai penelitian di Desa Badean, Kecamatan Bangsalsari, Kabupaten Jember selama 4 Bulan, terhitung bulan November s/d Februari untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan Skripsi penelitian yang berjudul : **"Implementasi Digital Enabler Sebagai Media Promosi Wisata Puncak Pakel Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember"**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya.

Badean, 20 Februari 2023

An. KEPALA DESA BADEAN

SEKRETARIS DESA



AGUS SUSANTO

BIODATA PENULIS



A. Biodata Pribadi

1. Nama : Firdatus Sa'diyah
2. NIM : E20192193
3. Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 27 Mei 2000
4. Email : firdatus.sadiyah@gmail.com
5. Alamat : Dusun Kedungsuko, RT/RW: 002/006, Desa
Bangsalsari, Kec. Bangsalsari, Kab. Jember
6. No. HP : 085856763528
7. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
8. Program Studi : Ekonomi Syariah

B. Riwayat Pendidikan

1. TK Aisyiyah Bustanul Athfal Bangsalsari
2. SDN Bangsalsari 03
3. MTsN 04 Jember
4. MAN 2 Jember
5. UIN KHAS Jember