

Implementasi Pariwisata Berbasis Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi di Desa Wisata Cibiru Wetan

Yofy Syarkani

Universitas Langlangbuana Bandung, Indonesia

Email: yofiesyarkani@unla.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the implementation of Community-Based Tourism (CBT) from an economic perspective in Cibiru Wetan Tourism Village through the strategy of digital promotion and marketing. The research background stems from the need to transform rural economies through empowerment strategies that are adaptive to the digital era. A descriptive qualitative method is used, based on literature studies and supported by theories of community empowerment, digital marketing, and tourism destination management. The findings indicate that digital integration has significantly improved local economic participation, technological literacy, and tourism promotion. However, challenges such as digital literacy gaps and unequal infrastructure access also emerge. Digitalization is not merely a promotional tool but also functions as a means of empowerment and social education. Therefore, collaborative strategies across stakeholders and inclusive digital development are essential for sustaining the transformation of tourism villages.

Keywords *Community Empowerment, Digitalization, Tourism Village*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis implementasi pariwisata berbasis masyarakat (*Community-Based Tourism*) dalam perspektif ekonomi di Desa Wisata Cibiru Wetan melalui strategi digitalisasi promosi dan pemasaran. Latar belakang studi ini adalah kebutuhan akan transformasi ekonomi desa melalui pemberdayaan yang adaptif terhadap era digital. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif berbasis studi pustaka, dengan dukungan teori pemberdayaan masyarakat, digital marketing, dan destinasi pariwisata. Temuan menunjukkan bahwa integrasi digitalisasi berdampak signifikan terhadap peningkatan partisipasi ekonomi lokal, literasi teknologi, dan promosi destinasi. Namun, tantangan seperti kesenjangan literasi digital dan ketimpangan akses infrastruktur juga muncul. Digitalisasi bukan hanya sarana promosi, tetapi juga instrumen pemberdayaan dan edukasi sosial. Oleh karena itu, strategi kolaboratif lintas aktor dan pembangunan digital yang inklusif menjadi kunci keberlanjutan transformasi desa wisata.

Kata Kunci: Pemberdayaan Masyarakat, Digitalisasi, Desa Wisata

A. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi nasional yang mampu memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB), penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2022). Seiring dengan pergeseran tren wisata global menuju keberlanjutan, konsep pengembangan pariwisata yang berorientasi pada pelibatan komunitas lokal menjadi semakin relevan. Salah satu pendekatan yang banyak dikembangkan adalah Pariwisata Berbasis Masyarakat (*Community-Based Tourism/CBT*), yang menempatkan masyarakat sebagai subjek aktif dalam merencanakan, mengelola, dan menikmati hasil dari pengembangan pariwisata itu sendiri (Asker, Boronyak, Carrard, & Paddon, 2010).

Dalam konteks Indonesia, konsep ini telah diadopsi secara luas di berbagai wilayah, terutama di daerah perdesaan yang memiliki kekayaan alam dan budaya lokal. CBT terbukti mampu mendongkrak pendapatan masyarakat melalui sektor informal, memperkuat identitas budaya, dan mendorong kemandirian desa wisata (Rusyidi & Fedryansah, 2018). Namun, tantangan utama dalam pengembangan CBT terletak pada lemahnya strategi promosi dan pemasaran yang masih bersifat konvensional, terbatas jangkauan, dan kurang adaptif terhadap perubahan perilaku wisatawan yang semakin bergantung pada media digital (Wijaya, 2020). Di tengah transformasi digital, desa wisata dituntut untuk mengoptimalkan teknologi dalam memasarkan potensi lokal secara lebih efektif dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Desa Wisata Cibiru Wetan di Kecamatan Cileunyi, Kabupaten Bandung, merupakan contoh desa yang telah menginisiasi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat dengan cukup baik. Desa ini dikenal secara nasional karena berbagai pencapaian inovatif, termasuk sebagai salah satu dari 10 desa percontohan anti korupsi oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). Potensi alam yang indah, kekayaan budaya lokal, serta semangat kolaboratif masyarakat menjadikan Cibiru Wetan sebagai destinasi yang menjanjikan dalam ekosistem wisata berbasis komunitas. Namun, hingga saat ini, belum terdapat kajian yang secara khusus menelaah bagaimana digitalisasi promosi dan pemasaran dapat menjadi strategi pemberdayaan ekonomi lokal di desa ini. Oleh karena itu, fokus penelitian ini diarahkan untuk mengisi kekosongan tersebut.

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat dari berbagai pendekatan. Dewi (2013) menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi masyarakat di Tanah Lot, Bali dilakukan melalui strategi enabling, motivating, educating, encouraging, empowering, dan oportuning. Mutiya (2014) meneliti strategi pengembangan kawasan wisata Air Terjun Madakaripura dan menekankan pentingnya partisipasi masyarakat melalui paguyuban dalam pengambilan keputusan berbasis *Community-Based Tourism* (CBT). Sementara itu, Dimas (2015) menganalisis penerapan CBT di Desa Gubukklakah, Malang yang mencakup pengelolaan sumber daya, pemasaran, manajemen SDM, dan konflik, dengan temuan bahwa partisipasi masyarakat telah mencapai tingkat citizen control.

Persamaan antara penelitian-penelitian tersebut dengan studi ini terletak pada fokus pemberdayaan masyarakat dan penguatan peran lokal dalam manajemen pariwisata. Namun, perbedaannya adalah penelitian ini tidak hanya membahas partisipasi, tetapi juga menekankan pada digitalisasi sebagai pendekatan strategis dalam promosi dan pemasaran desa wisata. Selain itu, penelitian ini menggunakan perspektif ekonomi sebagai bingkai analisis utama untuk menilai dampak dari proses digitalisasi terhadap pemberdayaan masyarakat lokal di Desa Cibiru Wetan.

Originalitas penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap digitalisasi promosi dan pemasaran sebagai strategi utama dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat di desa wisata. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih menekankan pada aspek partisipasi, pengelolaan sumber daya, atau pengambilan keputusan komunitas, penelitian ini menyoroti bagaimana integrasi teknologi digital dapat dimanfaatkan untuk memperkuat daya saing desa wisata dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Fokus pada pemanfaatan media digital sebagai alat transformasi ekonomi masyarakat desa masih jarang dijadikan perhatian utama dalam kajian pariwisata berbasis masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan sudut pandang baru yang menempatkan digitalisasi bukan hanya sebagai alat komunikasi, tetapi sebagai strategi pemberdayaan yang terintegrasi dalam pembangunan desa wisata secara berkelanjutan.

Urgensi penelitian ini muncul dari kebutuhan akan model pengembangan desa wisata yang tidak hanya berkelanjutan secara sosial, tetapi juga efektif secara ekonomi melalui inovasi

digital. Mengingat besarnya potensi Cibiru Wetan sebagai desa wisata percontohan, perlu dikaji lebih dalam bagaimana digitalisasi dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang inklusif dan memberdayakan masyarakat setempat secara nyata (Rusyidi & Fedryansah, 2018; Syahari, Kusumastuti, & Istnabi, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi pariwisata berbasis masyarakat dalam perspektif ekonomi di Desa Wisata Cibiru Wetan melalui strategi digitalisasi promosi dan pemasaran, serta mengidentifikasi dampak positifnya terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat setempat.

B. KAJIAN PUSTAKA

Teori Pemberdayaan Masyarakat (Community Empowerment Theory)

Teori pemberdayaan masyarakat menekankan pada proses meningkatkan kapasitas individu dan kelompok dalam mengendalikan kehidupan mereka sendiri dan berpartisipasi aktif dalam pembangunan. Pemberdayaan bukan sekadar memberikan bantuan, melainkan menciptakan lingkungan yang memungkinkan masyarakat mengambil keputusan secara mandiri. Dalam konteks desa wisata, pemberdayaan mencakup peningkatan keterampilan, pengetahuan, dan akses terhadap sumber daya. Digitalisasi dapat menjadi alat strategis dalam memperluas jangkauan pemberdayaan ini. Tujuannya adalah menciptakan masyarakat yang mandiri, kritis, dan partisipatif terhadap potensi lokal yang dimiliki. Indikator:

- Peningkatan kapasitas sumber daya manusia (pelatihan, keterampilan digital)
- Partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan promosi dan pemasaran
- Akses terhadap teknologi dan informasi
- Kemandirian ekonomi berbasis potensi lokal
- Kepercayaan diri dan kontrol masyarakat atas proses pengembangan desa wisata

Digital Marketing

Teori digital marketing menjelaskan strategi pemasaran yang menggunakan media digital untuk menjangkau konsumen secara efektif dan efisien. Dalam era digital, pemasaran tidak lagi hanya bersifat satu arah, melainkan interaktif dan real-time. Penggunaan media sosial, website, SEO, dan konten digital menjadi kunci dalam menyampaikan nilai produk atau jasa. Untuk desa wisata, digital marketing memungkinkan promosi yang luas, hemat biaya, dan dapat menargetkan wisatawan potensial secara tepat. Teori ini juga menekankan pentingnya analitik digital untuk mengevaluasi efektivitas promosi. Indikator:

- Penggunaan media sosial dalam promosi wisata
- Keberadaan dan pengelolaan website desa wisata
- Interaksi dan engagement di platform digital
- Pemanfaatan foto, video, dan konten naratif tentang daya tarik wisata
- Monitoring dan evaluasi performa digital (misalnya reach, traffic, engagement rate)

Destinasi Pariwisata

Teori destinasi pariwisata berfokus pada bagaimana suatu tempat dikembangkan, dipromosikan, dan dipersepsikan sebagai tujuan wisata. Identitas, daya tarik, dan pengalaman wisata menjadi elemen penting dalam membentuk citra destinasi. Promosi yang efektif tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun emosi dan koneksi dengan calon wisatawan. Digitalisasi memainkan peran sentral dalam membentuk brand image melalui media visual dan narasi yang menarik. Dalam konteks desa wisata, teori ini penting untuk menata strategi pemasaran yang memadukan budaya lokal dengan teknologi digital. Indikator:

- Kejelasan brand image dan positioning destinasi
- Daya tarik wisata yang ditonjolkan dalam promosi digital
- Kualitas pengalaman wisata yang ditawarkan

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggali secara mendalam fenomena sosial mengenai implementasi digitalisasi promosi dan pemasaran di Desa Wisata Cibiru Wetan. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami makna, proses, dan dinamika sosial yang terjadi di lapangan secara kontekstual dan komprehensif. Menurut Creswell dalam Raco (2017), pendekatan kualitatif bertujuan untuk meninjau secara lebih mendalam terhadap suatu fenomena utama, terutama yang berkaitan dengan perilaku, nilai, serta pandangan para partisipan dalam situasi yang alami. Proses penelitian bersifat deduktif sekaligus induktif, memungkinkan peneliti untuk mengkonstruksi pemahaman terhadap objek studi berdasarkan keterkaitan antar-gejala yang diamati secara ilmiah (Creswell, 2014). Peneliti menyajikan data dalam bentuk narasi deskriptif yang berasal dari informasi non-numerik, seperti hasil observasi, dokumentasi visual, dan wawancara (Moleong, 2018).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur (library research). Studi literatur berfungsi sebagai fondasi konseptual dan teoritis untuk memahami kerangka kerja ilmiah yang relevan dengan objek kajian. Peneliti menghimpun data dari berbagai sumber literatur, seperti artikel jurnal ilmiah, laporan penelitian, buku akademik, tesis, disertasi, serta ensiklopedia yang bersifat ilmiah baik dalam bentuk cetak maupun digital. Pendekatan ini digunakan untuk memperkuat landasan teoritis dan memperluas wawasan terhadap praktik-praktik pemberdayaan dan digitalisasi dalam konteks desa wisata. Dengan cara ini, peneliti dapat mengidentifikasi celah kajian (research gap) sekaligus memposisikan penelitian ini dalam konteks wacana akademik yang lebih luas.

Untuk menjamin keabsahan dan kredibilitas data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan metode validasi yang dilakukan dengan mengonfirmasi data melalui berbagai sumber atau metode yang berbeda, seperti wawancara, observasi langsung, serta kajian dokumen tertulis (Moleong, 2004:330). Dengan mengintegrasikan berbagai sumber data tersebut, peneliti mampu mengurangi bias, memperkaya perspektif analitis, dan meningkatkan reliabilitas temuan. Pendekatan triangulatif juga memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi interpretasi secara reflektif dan kritis, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih utuh dan berimbang terhadap objek studi. Hal ini sangat penting dalam penelitian kualitatif yang bersifat kontekstual dan interpretatif.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi Ekonomi Melalui Pemberdayaan dan Digitalisasi

Implementasi pariwisata berbasis masyarakat di Desa Wisata Cibiru Wetan telah menjadi katalisator perubahan signifikan dalam aspek sosial ekonomi masyarakat lokal. Sebelum adanya pengembangan pariwisata, sebagian besar masyarakat menggantungkan hidupnya pada sektor informal seperti buruh tani, peternakan kecil, atau bahkan tidak memiliki pekerjaan tetap. Situasi ini mencerminkan keterbatasan dalam akses terhadap sumber daya ekonomi produktif, yang berdampak langsung pada tingginya tingkat kemiskinan dan rendahnya kualitas hidup masyarakat. Sejalan dengan konsep kesejahteraan menurut Suharto (2015), kesejahteraan masyarakat hanya dapat tercapai apabila kebutuhan dasar seperti pangan, pendidikan, dan kesehatan terpenuhi.

Perubahan mulai terlihat ketika pendekatan pemberdayaan dikombinasikan dengan pengembangan pariwisata berbasis komunitas. Pemerintah desa secara aktif menginisiasi proses transformasi ini melalui penciptaan lapangan kerja baru dan dukungan usaha kecil. Hal ini dilakukan melalui mekanisme formal, seperti penyusunan kebijakan desa dan pembentukan unit usaha pariwisata lokal yang dikelola bersama oleh masyarakat. Partisipasi masyarakat

dalam pengelolaan sektor wisata membuka peluang ekonomi baru, mulai dari penyediaan layanan homestay, warung makan, hingga jasa parkir dan persewaan alat camping. Peran teknologi digital dalam tahap ini mulai muncul sebagai alat bantu promosi produk dan jasa wisata melalui media sosial dan platform pemasaran digital.

Transformasi ekonomi yang terjadi di Desa Wisata Cibiru Wetan dapat dilihat sebagai hasil dari proses berjenjang yang melibatkan pemberdayaan masyarakat, pemanfaatan teknologi digital, serta kolaborasi lintas aktor. Model transformasi ini tidak terjadi secara instan, melainkan melalui tahapan strategis yang saling berkesinambungan. Roadmap transformasi ini terdiri dari tiga fase utama: (1) fase inisiasi pemberdayaan, (2) fase integrasi digital, dan (3) fase ekspansi berkelanjutan.

Fase 1: Inisiasi Pemberdayaan

Fase ini diawali dengan pemetaan potensi desa dan identifikasi aktor-aktor kunci yang dapat dilibatkan dalam pembangunan pariwisata berbasis komunitas. Pemerintah desa memfasilitasi forum musyawarah untuk menyerap aspirasi masyarakat serta mengenali kebutuhan keterampilan dan infrastruktur dasar. Intervensi pada tahap ini mencakup program pelatihan dasar, sosialisasi kebijakan, dan pembentukan unit pengelola pariwisata desa. Keterlibatan aktif masyarakat menjadi fondasi awal dalam membangun rasa kepemilikan dan tanggung jawab terhadap pengembangan wisata.

Fase 2: Integrasi Digitalisasi Promosi dan Pemasaran

Pada tahap ini, digitalisasi dimanfaatkan sebagai akselerator promosi dan pemasaran. Inovasi teknologi mulai diintegrasikan melalui pelatihan digital marketing, pembuatan konten promosi berbasis visual, dan pengenalan platform e-commerce lokal. Pemerintah desa, bekerja sama dengan pihak ketiga seperti LSM dan akademisi, mendampingi masyarakat dalam membangun branding destinasi berbasis cerita lokal dan keunikan budaya. Promosi melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok menjadi strategi efektif untuk menjangkau pasar wisatawan generasi milenial dan gen Z. Fase ini menciptakan efisiensi pemasaran serta memperluas jangkauan promosi tanpa mengandalkan metode konvensional yang berbiaya tinggi.

Fase 3: Ekspansi dan Keberlanjutan

Fase ekspansi menekankan pada penguatan kelembagaan, diversifikasi usaha pariwisata, dan peningkatan kolaborasi antar pemangku kepentingan. BUMDes berperan penting dalam menyatukan berbagai unit usaha ke dalam satu manajemen terpadu. Keberlanjutan jangka panjang dicapai melalui pengembangan wisata edukatif, digitalisasi sistem reservasi, serta monitoring dampak sosial ekonomi dan lingkungan. Inisiatif keberlanjutan juga menasar regenerasi pelaku wisata muda dan integrasi program desa wisata ke dalam rencana pembangunan jangka menengah desa (RPJMDes). Penekanan pada dampak ekonomi kolektif, inklusi digital, serta adaptasi terhadap perubahan pasar menjadi indikator keberhasilan transformasi ini.

Dengan mengikuti roadmap ini, Desa Cibiru Wetan tidak hanya menjadi destinasi wisata berbasis komunitas, tetapi juga laboratorium ekonomi lokal yang resilien dan adaptif terhadap dinamika global melalui digitalisasi. Transformasi semacam ini sesuai dengan semangat kewirausahaan sosial dan pembangunan berkelanjutan, di mana pemberdayaan dan teknologi berpadu untuk menciptakan kesejahteraan bersama.

Digitalisasi Sebagai Instrumen Promosi dan Pemasaran

Salah satu aspek paling strategis dalam pemberdayaan pariwisata berbasis masyarakat di era digital adalah pemanfaatan teknologi sebagai media promosi dan pemasaran. Pemerintah Desa Cibiru Wetan telah mulai mengadopsi pendekatan digital dalam mempromosikan potensi wisata lokal melalui platform media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok, serta penggunaan Google Maps dan website desa sebagai kanal informasi. Digitalisasi ini bukan

ARTIKEL

hanya alat promosi, tetapi menjadi bagian dari strategi branding destinasi desa wisata secara berkelanjutan. Promosi digital memungkinkan penetrasi pasar yang lebih luas, menciptakan visibilitas yang lebih besar, dan membuka akses terhadap wisatawan dari luar daerah, bahkan mancanegara, dengan biaya yang relatif rendah.

Dalam konteks pemberdayaan, digitalisasi juga berfungsi sebagai instrumen edukatif. Pemerintah desa bekerja sama dengan LSM dan institusi pendidikan mengadakan pelatihan digital marketing, fotografi, pembuatan konten, dan manajemen media sosial. Langkah ini sejalan dengan teori pemberdayaan oleh Ife (1995), yang menekankan pentingnya penyediaan pengetahuan dan keterampilan sebagai bentuk investasi sosial yang berkelanjutan. Pemberdayaan digital meningkatkan literasi teknologi masyarakat, khususnya generasi muda, sehingga mereka mampu menjadi aktor utama dalam promosi wisata, tidak lagi sekadar menjadi penonton dari perubahan sosial yang terjadi.

Tabel 1. Unsur-Unsur Penting Temuan: Digitalisasi Sebagai Instrumen Promosi dan Pemasaran

Aspek Temuan	Deskripsi Temuan Kunci
Peran Digitalisasi	Digitalisasi digunakan sebagai instrumen utama dalam promosi dan pemasaran destinasi wisata secara luas dan efisien.
Platform yang Digunakan	Media sosial (Instagram, TikTok, YouTube), website desa, dan Google Maps digunakan untuk branding, promosi, dan navigasi destinasi.
Strategi Branding Berkelanjutan	Digitalisasi menjadi bagian dari strategi jangka panjang untuk menciptakan citra desa wisata yang konsisten dan menarik bagi wisatawan luar daerah.
Akses Pasar Lebih Luas	Pemanfaatan media digital memungkinkan desa menjangkau target pasar wisatawan regional, nasional, hingga internasional dengan biaya promosi yang rendah.
Fungsi Edukatif	Program pelatihan digital marketing, konten kreatif, dan pengelolaan media sosial diberikan kepada masyarakat oleh pemerintah desa dan mitra eksternal.
Pemberdayaan Generasi Muda	Meningkatkan literasi digital dan mendorong partisipasi aktif generasi muda dalam mengelola dan mempromosikan potensi wisata desa.
Teori Pendukung	Teori pemberdayaan oleh Ife (1995), yang menekankan pentingnya penguasaan pengetahuan dan keterampilan dalam meningkatkan kemandirian masyarakat.
Perubahan Peran Masyarakat	Masyarakat tidak lagi pasif; mereka menjadi pelaku utama dalam penciptaan, penyebaran, dan pengelolaan konten wisata digital secara mandiri dan kreatif.

Sumber: diolah Peneliti, 2025

Kolaborasi, Partisipasi, dan Tantangan Sosial dalam Digitalisasi Pemberdayaan

Keberhasilan pemberdayaan melalui digitalisasi tidak terlepas dari sinergi antara berbagai pemangku kepentingan: pemerintah desa, masyarakat, BUMDes, LSM, dan pihak eksternal seperti perguruan tinggi. Kolaborasi ini menciptakan ekosistem yang mendukung proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan promosi dan pemasaran digital. Menurut Dwidjowijoto & Wrihatnolo (2007), pemberdayaan masyarakat harus melewati tiga tahap penting: penyadaran, peningkatan kapasitas, dan pendayaan. Dalam konteks ini, tahap penyadaran dilakukan melalui forum musyawarah desa dan sosialisasi pentingnya digitalisasi, sementara peningkatan kapasitas diwujudkan melalui pelatihan-pelatihan yang relevan, dan tahap pendayaan tampak dari inisiatif warga memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produknya secara mandiri.

Namun demikian, tantangan tetap ada. Munculnya kecemburuan sosial akibat persepsi ketimpangan manfaat, serta polusi akibat meningkatnya arus wisatawan menjadi permasalahan sosial dan ekologis yang harus diantisipasi. Selain itu, kesenjangan literasi digital antara kelompok usia muda dan lansia, serta keterbatasan infrastruktur teknologi seperti jaringan internet yang belum stabil di beberapa titik desa, menjadi hambatan tersendiri dalam proses digitalisasi yang merata. Maka, pendekatan holistik yang mengintegrasikan pembangunan

infrastruktur, pelestarian lingkungan, dan penguatan kapasitas digital secara berkelanjutan menjadi kebutuhan yang tak terelakkan.

Pemberdayaan masyarakat di Desa Wisata Cibiru Wetan melalui digitalisasi promosi dan pemasaran menunjukkan keberhasilan yang cukup signifikan berkat kolaborasi multipihak. Pemerintah desa, masyarakat lokal, Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), serta perguruan tinggi berperan aktif dalam membangun ekosistem pemberdayaan digital yang terintegrasi. Proses ini secara konsisten mengikuti tahapan pemberdayaan yang diuraikan oleh Dwidjowijoto & Wrihatnolo (2007), yaitu penyadaran, peningkatan kapasitas, dan pendayaan. Penyadaran masyarakat dilakukan melalui sosialisasi pentingnya digitalisasi dalam musyawarah desa, sementara peningkatan kapasitas ditunjang oleh pelatihan-pelatihan digital. Akhirnya, tahap pendayaan tercermin dari kemampuan warga dalam menggunakan platform digital secara mandiri untuk mendukung aktivitas ekonomi wisata berbasis komunitas.

Namun demikian, analisis lebih dalam menunjukkan bahwa di balik keberhasilan tersebut terdapat persoalan mendasar yang perlu mendapat perhatian. Ketimpangan dalam distribusi manfaat ekonomi digital menyebabkan kecemburuan sosial di antara warga, terutama antara kelompok yang aktif secara digital dengan kelompok yang tertinggal secara teknologi. Ini menunjukkan bahwa dimensi keadilan sosial dalam pemberdayaan belum sepenuhnya terwujud. Tantangan lain yang cukup mencolok adalah kesenjangan literasi digital antara generasi muda dan kelompok usia lanjut, serta keterbatasan infrastruktur teknologi seperti akses internet yang belum merata di seluruh wilayah desa. Hambatan-hambatan ini mengancam keberlanjutan dari proses pemberdayaan itu sendiri, karena berpotensi menciptakan ketimpangan akses terhadap peluang digital.

Selain itu, peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang dimungkinkan oleh keberhasilan promosi digital juga menghadirkan dampak ekologis yang perlu segera dimitigasi. Polusi, kerusakan fasilitas umum, serta tekanan terhadap daya dukung lingkungan menjadi risiko yang tak terelakkan dari pariwisata massal yang tidak terkelola dengan baik. Tanpa regulasi dan mekanisme pengendalian yang jelas, proses digitalisasi justru dapat menjadi bumerang yang menciptakan eksklusi sosial baru sekaligus mengancam kelestarian lingkungan desa. Oleh karena itu, penting bagi seluruh pemangku kepentingan untuk menerapkan pendekatan holistik yang mengintegrasikan aspek sosial, teknologi, dan lingkungan dalam setiap kebijakan pemberdayaan berbasis digital.

Berdasarkan analisis di atas, peneliti merekomendasikan beberapa langkah strategis berikut:

1. Penguatan Tata Kelola Kolaboratif

Pemerintah desa perlu memperkuat tata kelola kolaboratif melalui mekanisme perencanaan partisipatif yang lebih inklusif dan transparan. Ini mencakup penyusunan kebijakan berbasis musyawarah, melibatkan semua kelompok umur dan gender dalam forum-forum desa, serta monitoring-evaluasi berbasis komunitas untuk menjaga akuntabilitas program digitalisasi.

2. Strategi Inklusivitas Digital

Diperlukan program literasi digital yang menyasar kelompok rentan seperti lansia dan perempuan desa melalui pendekatan intergenerasional. Kolaborasi dengan perguruan tinggi dan relawan digital dapat mengisi kesenjangan ini melalui pelatihan berbasis komunitas dan pendampingan berkelanjutan.

3. Integrasi Teknologi dan Ekologi

Pemerintah desa dan mitra eksternal perlu menyusun kebijakan mitigasi dampak lingkungan akibat peningkatan aktivitas wisata berbasis digital. Salah satunya dengan menerapkan sistem *eco-digital tourism* yang memadukan promosi wisata dengan

pelestarian lingkungan, misalnya melalui kampanye digital bertema “wisata ramah lingkungan” dan insentif untuk pelaku usaha yang mengadopsi prinsip keberlanjutan.

4. Infrastruktur dan Keberlanjutan Digitalisasi

Pembangunan infrastruktur internet yang merata harus menjadi prioritas. Hal ini dapat dilakukan melalui kerja sama dengan penyedia layanan internet atau pengajuan program desa digital ke pemerintah daerah. Tanpa infrastruktur yang memadai, digitalisasi hanya akan menguntungkan segelintir pihak dan memperlebar kesenjangan akses informasi.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi promosi dan pemasaran di Desa Wisata Cibiru Wetan telah menjadi instrumen strategis dalam mendorong pemberdayaan masyarakat lokal. Melalui kolaborasi antara pemerintah desa, masyarakat, BUMDes, LSM, dan institusi pendidikan, proses pemberdayaan berhasil mengubah pola partisipasi warga dari pasif menjadi aktif dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana ekonomi produktif. Namun demikian, keberhasilan tersebut tidak terlepas dari tantangan serius yang menyangkut kesenjangan literasi digital, ketidakmerataan akses infrastruktur, dan dampak sosial-ekologis akibat peningkatan aktivitas wisata. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan yang lebih inklusif, adaptif, dan berkelanjutan agar digitalisasi tidak hanya menjadi alat pemberdayaan, tetapi juga menjadi pilar transformasi desa yang adil, tangguh, dan berwawasan lingkungan.

E. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan masyarakat di Desa Wisata Cibiru Wetan melalui digitalisasi promosi dan pemasaran terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi ekonomi warga serta membentuk ekosistem kolaboratif antar pemangku kepentingan. Digitalisasi tidak hanya menjadi alat promosi, tetapi juga instrumen edukatif dan transformasional yang mendorong perubahan perilaku sosial serta peningkatan kapasitas teknologi masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa tujuan penelitian untuk mengkaji peran digitalisasi dalam pemberdayaan desa wisata telah tercapai, dengan kontribusi utama berupa penekanan pada pentingnya sinergi multipihak dan pendekatan pemberdayaan berbasis teknologi, yang masih jarang dibahas secara mendalam dalam konteks lokal. Untuk itu, disarankan agar pemerintah desa dan pemangku kepentingan lainnya terus memperluas pelatihan literasi digital yang inklusif, membangun infrastruktur teknologi yang merata, dan menetapkan regulasi yang menjaga keseimbangan antara pengembangan pariwisata dan keberlanjutan lingkungan. Penelitian selanjutnya dapat memperdalam aspek dampak sosial dan ekologis dari digitalisasi wisata dengan pendekatan kuantitatif atau campuran, mengingat keterbatasan penelitian ini yang lebih berfokus pada data kualitatif. Selain itu, temuan ini juga memiliki implikasi kebijakan, khususnya dalam merancang kebijakan desa berbasis data dan teknologi yang berorientasi pada pembangunan berkelanjutan.

REFERENSI

- Adikampana, I. M. (2017). *Buku ajar pariwisata berbasis masyarakat*. Denpasar: Cakra Press. Retrieved from https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/2380508977a611bbadb6e562e19690b8.pdf
- Agung Prakoso, A., Pradipto, E., Roychansyah, M. S., & Nugraha, B. S. (2020). *Community-Based Tourism: Concepts, opportunities and challenges*. *Journal of Sustainable Tourism and Entrepreneurship*, 2(2), 95–107. <https://doi.org/10.35912/joste.v2i2.563>
- Anggara, H. D., Dewantoro, D., & Kismartini. (2019). Keberadaan transportasi online dalam pengembangan pariwisata Kota Pekalongan. *Conference on Public Administration and Society*, 1(1), 161–170.

ARTIKEL

- Ashoer, M., Revida, E., Dewi, K. I., Simarmata, M. M., Nasrullah, Mistriani, N., ... Simarmata, H. M. P. (2021). *Ekonomi pariwisata*. In Suparyanto & Rosad (Vol. 5). [Detail penerbit tidak tersedia secara lengkap].
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, 39(1), 164–182.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Dwidjowijoto, R., & Wrihatnolo, R. (2007). *Manajemen pemberdayaan: Sebuah pengantar dan panduan untuk pemberdayaan masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Edi, S. (2005). *Membangun masyarakat memberdayakan rakyat*. Bandung: Fakultas Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial.
- Helmi, A. F., Rembulan, C. L., & Priwati, A. R. (Eds.). (2020). *Riset-riset cyberpsychology* (1st ed.). Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Havadi Nagy, K. X., & Espinosa Segui, A. (2020). Experiences of *Community-Based Tourism* in Romania: Chances and challenges. *Journal of Tourism Analysis*, 27(2), 143–163. <https://doi.org/10.1108/JTA-08-2019-0033>
- Ife, J. (1995). *Community development: Creating community alternatives, vision, analysis and practice*. Melbourne: Longman.
- Liuxiang, J., Wang, S., Wang, J., & Deng, G. (2018). Analysis and simulation of the spatiotemporal evolution pattern of tourism lands at the Natural World Heritage Site Jiuzhaigou, China. *Habitat International*, 79, 74–88.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurhidayati, S. E. (2007). Community based tourism (CBT) sebagai pendekatan pembangunan pariwisata berkelanjutan. *Jurnal Masyarakat, Kebudayaan, dan Politik*, 20(3), 191–202.
- Pitana, I. G., & Diarta, I. M. (2009). *Pengantar ilmu pariwisata*. Denpasar: Udayana University Press.
- Raco, J. R. (2017). *Metode penelitian kualitatif: Jenis, karakteristik, dan keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, E. (2015). *Membangun masyarakat memberdayakan masyarakat: Kajian strategis pembangunan kesejahteraan sosial dan pekerjaan sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Syahari, F., Kusumastuti, K., & Istanabi, T. (2023). Konsep pariwisata berbasis masyarakat pada komponen desa wisata Desa Sendang Wonogiri. *Cakra Wisata*, 24(5), 50–69.
- Wijaya, N. S., & Sudarmawan, I. W. E. (2019). Community based tourism (CBT) sebagai strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan di DTW Ceking Desa Pekraman Tegallalang. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 10(1), 77–98. <https://doi.org/10.22334/jihm.v10i1.162>