

**ANALISIS MANAJEMEN E-TOURISM SEBAGAI SARANA PROMOSI
DI DESA WISATA PULESARI**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Oleh :

GEBRINA RIZKY SEPNADIN

16321080

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2020

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS MANAJEMEN E-TOURISM SEBAGAI SARANA PROMOSI
DI DESA WISATA PULESARI**



Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi.

Tanggal: 24 Juni 2020

Dosen Pembimbing Skripsi,

Mutia Dewi, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0520028302

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISIS MANAJEMEN E-TOURISM SEBAGAI SARANA PROMOSI DI DESA WISATA PULESARI

Disusun Oleh:

GEBRINA RIZKY SEPNADIN

16321080

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Tanggal: 24 Juni 2020

Dosen Penguji:

1. Ketua: Mutia Dewi, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0520028302


(.....)

2. Anggota: Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom

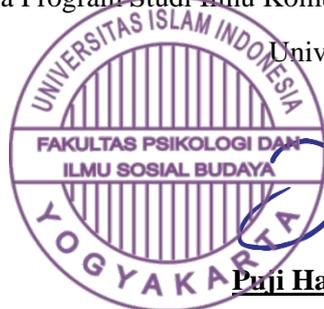
NIDN 0529098201


(.....)

الجمعة الائمة الاندية
Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia




Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0529098201

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Gebrina Rizky Sepnadin

Nomor Mahasiswa : 16321080

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Analisis Manajemen E-Tourism Sebagai Sarana Promosi di Desa Wisata Pulesari

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa :

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 24 Juni 2020

Yang menyatakan



Gebrina Rizky Sepnadin

NIM. 16321080

MOTTO

“ May Allah replace your hardships with blessings “

“Allahuma Aamiin”

PERSEMBAHAN :

Karya ini ku persembahkan kepada :

1. Papa, Mama, Mas Oggie, Kak Brian, dan Kak Diva

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Analisis Manajemen E-Tourism Sebagai Sarana Promosi di Desa Wisata Pulesari”. Fokus penelitian ini adalah manajemen e-tourism sebagai sarana promosi di desa wisata. Tujuan dari penelitian ini untuk dijadikan sebagai masukan bagi pihak yang taerkait untuk pengembangan promosi desa wisata melalui media sosial.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat akademik dalam menyelesaikan studi tingkat strata satu di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. Dalam Penyusunan Skripsi ini banyak hambatan yang dihadapi penulis, namun adanya saran, kritik, serta dorongan semangat dari berbagai pihak, Alhamdulillah Skripsi ini dapat diselesaikan. Berkaitan dengan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Keluarga saya , Bapak H. Hamsarudin dan Ibu Hj. Hana Sri, Mas Oggie, Kak Brian, Kak Diva dan Dek Hakan yang terus memberikan dukungan tiada henti, dan memberikan semangat dan motivasi saya untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.
2. Ibu Mutia Dewi, S.Sos. M.I.Kom selaku dosen pembimbing skripsi yang terus membimbing dan mendukung saya dalam melaksanakan penelitian sehingga skripsi saya dapat terselesaikan dengan baik.
3. Ketua Pengelola Desa Wisata Pulesari dan seluruh masyarakat Desa Wisata Pulesari terutama Bapak Sarjana dan Mas Didik sebagai narasumber penelitian saya yang telah menyediakan waktu dan kesempatan untuk membantu memberikan informasi selama proses penelitian.
4. Bapak Holy Rafika Dhona, S.I.Kom., M.A selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan saya masukan dan dukungan selama proses perkuliahan saya.
5. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi atas ilmu yang diberikan selama penulis menempuh kuliah di Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia.
6. Teman-teman saya (Retno, Kumala, Varadhita, Indraswuri, Yayak,Nisa,Maisy,Fitri, Nuzuli, Askuroini) yang selalu memberikan dukungan dan semangat tiada hentinya.

7. Serta semua pihak yang telah banyak membantu penulis dan tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya penulis berharap agar Skripsi ini dapat bermanfaat bagi beberapa pihak yang membacanya.

Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Yogyakarta, 24 Juni 2020

Penulis,

Gebrina Rizky Sepnadin

(16321080)

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah :.....	5
C. Tujuan Penelitian :	5
D. Manfaat Penelitian :	5
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Kerangka Konsep.....	12
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	25
A. Profil Desa Wisata Pulesari.....	25
BAB III TEMUAN DAN PEMBAHASAN	32
A. Pengembangan Teknologi Informasi di Desa Wisata Pulesari	32
B. Manajemen E-Tourism Desa Wisata Pulesari.....	40
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	64
A. Kesimpulan	64
2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Manajemen E-Tourism Sebagai Sarana Promosi di Desa Wisata Pulesari	66
3. Keterbatasan Penelitian.....	67
4. Saran Penelitian	67
DAFTAR PUSTAKA	68

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 PERTUMBUHAN KUNJUNGAN WISATAWAN DIY 2013-2018.....	2
TABEL 1.2 PENGUNJUNG DESA WISATA PULESARI 2013-2018.....	2

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 KONSEP DASAR E-TOURISM	20
GAMBAR 2.1 ARAH MENUJU DESA WISATA PULESARI.....	25
GAMBAR 2.2 LOGO DESA WISATA PULESARI.....	29
GAMBAR 3.1 DOKUMENTASI PETUGAS PIKET DI KESEKRETARIATAN	43
GAMBAR 3.2 DOKUMENTASI PETUGAS SEDANG MELAKSANAKAN KEGIATAN	46
GAMBAR 3.3 HALAMA UTAMA WEBSITE DESA WISATA PULESARI.....	48
GAMBAR 3.4 HALAMAN PENJELASAN OBJEK WISATA	49
GAMBAR 3.5 HALAMAN PENJELASAN FASILITAS WISATA	49
GAMBAR 3.6 HALAMAN PENJELASAN PAKET WISATA	50
GAMBAR 3.7 HALAMAN FORM PEMESANAN DESA WISATA PULESARI.....	50
GAMBAR 3.8 FACEBOOK DESA WISATA PULESARI.....	52
GAMBAR 3.9 REVIEWS DAN RATINGS DARI WISATAWAN	53
GAMBAR 3.10 TWITTER DESA WISATA PULESARI	54
GAMBAR 3.11 INSTAGRAM DESA WISATA PULESARI.....	55
GAMBAR 3.12 CONTOH CAPTION DAN HASTAG DI INSTAGRAM DESA WISATA PULESARI.....	58

ABSTRAK

Sepnadin, Gebrina (2020). Analisis Manajemen E-Tourism Sebagai Sarana Promosi di Desa Wisata Pulesari. Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Adanya desa wisata dalam pembangunan wisata di Negeri ini sudah berperan penting, desa wisata bisa menunjukkan wisata yang lebih praktis dalam berwisata. Pengelola desa wisata Pulesari dalam mempromosikan desa menggunakan internet atau biasa disebut e-tourism. Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi agar meningkatkan dalam bidang pariwisata dan memberikan layanan pariwisata untuk memudahkan akses pengunjung. Penerapan dalam sistem *e-tourism* juga memberikan sebuah informasi tentang objek wisata serta paket wisata dan komponen-komponen pendukung melalui website dan media sosial yang lebih interaktif dengan wisatawan untuk mendapatkan informasi

Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana manajemen e-tourism yang dilakukan pengelola dalam mempromosikan desa wisata Pulesari dan faktor pendukung dan penghambat dengan adanya manajemen e-tourism di desa wisata Pulesari. Metode yang digunakan yaitu menggunakan jenis dan pendekatan kualitatif agar bisa memperoleh jawaban dengan baik dari narasumber dan sesuai dengan yang diharapkan melalui proses wawancara. Penelitian ini menggunakan konsep manajemen yang berfokus pada enam unsur manajemen (manusia, material, mesin, metode, uang dan pasar) dan empat proses manajemen (perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan), konsep e-tourism (empat karakteristik mengembangkan e-tourism dan tiga konsep dasar e-tourism ,dan analisis SWOT.

Penelitian ini menghasilkan manajemen e-tourism pada desa wisata Pulesari dimulai dari proses perencanaan dengan membuat akun media sosial dan website sebagai sarana promosi desa yang pada tahun 2012 baru memulai menjadi desa wisata. Dalam proses pengorganisasian lebih tertuju untuk mengelola sistem, menetapkan tugas serta prosedur dan penetapan struktur organisasi. Dalam pelaksanaannya dengan menggunakan website desawisatapulesari.wordpress.com, dan media sosial *facebook* [desawisatapulesari](https://www.facebook.com/desawisatapulesari), *instagram* [desawisatapulesari](https://www.instagram.com/desawisatapulesari), dan *twitter* [@Wisatapulesari](https://twitter.com/Wisatapulesari), berjalan sangat efektif selalu memberikan informasi mengenai desa, serta pengunjung mudah mendapatkan informasi mengenai desa wisata, dan bisa mengisi form pemesanan tempat secara online lengkap dengan paket wisata yang tersedia. Dan proses pengawasan dilakukan dengan controlling dari penanggung jawab masing-masing yang sudah ditetapkan, serta melakukan evaluasi setiap satu bulan sekali yang diharapkan bisa memperbaiki kesalahan yang sebelumnya.

Kata Kunci : Manajemen, E-Tourism

ABSTRAK

Sepnadin, Gebrina (2020). Analisis Manajemen E-Tourism Sebagai Sarana Promosi di Desa Wisata Pulesari. Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

The existence of a tourism village in the development of tourism in this country has played an important role, the tourism village can show tourism that is more practical in travel. Pulesari tourism village manager in promoting the village using the internet or commonly called e-tourism. By utilizing information and communication technology to improve tourism and provide tourism services to facilitate visitor access. Implementation in the e-tourism system also provides information about attractions and tour packages and supporting components through websites and social media that are more interactive with tourists to get information.

The formulation of the problem of this research is how the management of e-tourism carried out by managers in promoting the tourism village of Pulesari and the supporting and inhibiting factors with the management of e-tourism in the tourism village of Pulesari. The method used is using a type and qualitative approach so that it can get answers well from the interviewees and in accordance with what is expected through the interview process. This research uses concept management which involves six people (human, material, machine, method, money and market) and four management processes (planning, organizing, mobilizing, and controlling), concept e-tourism (four directions developing e-tourism and three concepts basic e-tourism, and SWOT analysis

This research resulted in the process of e-tourism management in the Pulesari tourism village starting from the planning process by creating a social media account and website as a means of promoting the village which in 2012 only started becoming a tourism village. In the process of organizing it is more focused on managing the system, establishing tasks and procedures and establishing the organizational structure. In its implementation using the website desawisatapulesari.wordpress.com, and social media facebook [desawisatapulesari](https://www.facebook.com/desawisatapulesari), instagram [desawisatapulesari](https://www.instagram.com/desawisatapulesari), and twitter [@Wisatapulesari](https://twitter.com/Wisatapulesari), running very effectively always providing information about the village, and visitors easily get information about the tourist village, and can fill in the booking form in a place that is online complete with tour packages available. And the monitoring process is carried out by controlling the respective responsible parties, and evaluating once a month which is expected to correct previous mistakes.

Keyword : Management, E-Tourism

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Desa Wisata merupakan suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tatacara dan tradisi yang berlaku (M.Syaifulloh,2017, hal. 67). Adanya desa wisata di sektor pariwisata mampu menjadi alternative baru untuk wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata, desa wisata bukan hanya mengajak wisatawan untuk menikmati keindahan alam saja, melainkan belajar dan memperkenalkan kehidupan masyarakat desa secara langsung.

Adanya desa wisata dalam pembangunan wisata di Negeri ini sudah berperan penting, desa wisata bisa menunjukkan tempat wisata yang lebih praktis dalam berwisata , serta orientasi dalam mengembangkan desa wisata mampu mengembangkan kesejahteraan masyarakat yang ada di desa. Karena untuk mengoptimalkan daya dukung desa wisata juga menggunakan kesadaran yang baik untuk mencapai tujuan terutama dalam karakter, dinamika dan potensi sumber daya desa yang berkembang yang tujuannya untuk menjaga kelestarian bukan untuk kerusakan.

UU RI Nomor 10 Th. 2009 tentang kepariwisataan pasal 4 bahwa pariwisata bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya, memajukan kebudayaan. Adanya kepedulian bersama antara pemerintah serta pihak yang terkait dalam mengembangkan desa wisata dirasa mampu merangsang perekonomian masyarakat. Kepedulian pemerintah dengan yang proaktif terhadap desa wisata diharapkan akan mampu meningkatkan perekonomian Indonesia khususnya bagi masyarakat pedesaan (dalam Fauziah Mutiara, 2018, hal. 2).

Desa wisata Pulesari yang berlokasi di Desa Wonokerto, Kec. Turi, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa wisata yang awal merencanakan konsep pariwisata pada tanggal 9 November 2012, desa wisata ini berdiri sendiri yang berawal dari warga setempat dan kembali untuk warga dengan semangat dalam membangun sebuah desa dengan rasa kewajiban bersama dan banyak daya tarik wisata yang berada di wilayah tersebut untuk dilestarikan dan dikembangkan maka dari situlah muncul ide untuk membentuk sebuah desa wisata.

Berdasarkan data statistik Kepariwisata DIY 2018 terdapat kecenderungan peningkatan dari tahun 2013-2018 wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara, adanya peningkatan ini menunjukkan bahwa kota Yogyakarta semakin menjadi perhatian untuk dikunjungi, berikut data dari tahun 2013-2018. (Tabel 1.1)

Tabel 1.1. Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke DIY Tahun 2013-2018

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Pertumbuhan %	Wisatawan Nusantara	Pertumbuhan %	Wisatawan Mancanegara & Nusantara	Pertumbuhan %
2013	235,893	19.29	2,602,074	50.36	2,837,967	20.24
2014	254,213	7.77	3,091,967	18.83	3,346,180	17.91
2015	308,485	21.35	3,813,720	23.34	4,122,205	23.19
2016	355,313	15.18	4,194,261	9.98	4,549,574	10.37
2017	397,951	12.00	4,831,347	15.19	5,229,298	14.94
2018	416,372	4,63	5,272,719	9,14	5,689,091	8,79

Sumber : Dinas Kepariwisata DIY 2018. Statistik Kepariwisata 2018

Pengembangan desa wisata menjadikan kajian dan dorongan untuk mempromosikan portensi desa wisata, pengembangan desa ini kemudian menjadi pacuan desa wisata pulesari untuk menarik perhatian wisatawan domestik dan wisatawan asing agar berkunjung ke Desa Wisata Pulesari, berikut data dari tahun 2013-2018. (Tabel 2.1.)

Tabel 1.2. Pengunjung Desa Wisata Pulesari Tahun 2013-2018

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara
2013	-	4,885
2014	-	21,373
2015	13	56,652
2016	5	45,967
2017	-	51,991

2018	185	72,738
------	-----	--------

Sumber : Dinas Kepariwisataaan DIY. Statistik Kepariwisataaan 2013-2018

Dalam hal ini desa wisata Pulesari untuk mempromosikan desanya agar dikenal oleh masyarakat luas, pengelola desa menggunakan cara yang efektif melakukan promosi dengan menggunakan internet atau yang biasa di sebut e-tourism bertujuan untuk memudahkan memberi informasi oleh masyarakat , pengelola desa menggunakan website dan media sosial yang digunakan saat ini. Dengan pengelola melakukan promosi pariwisata melalui internet menjadi cara yang sangat efektif untuk mempromosikan terlebih dengan kemudahan akses dan jaringan informasi yang luas memungkinkan promosi pariwisata bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja. E-tourism yang dimaksud ialah dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi agar meningkatkan dalam bidang pariwisata dan memberikan layanan pariwisata untuk memudahkan akses pengunjung . Penerapan dalam sistem e-tourism ini juga memberikan sebuah informasi tentang objek wisata serta paket wisata serta komponen-komponen pendukung melalui website dan media sosial yang lebih interaktif dengan wisatawan untuk mendapatkan informasi.

Dalam hal ini e-tourism tidak membutuhkan banyak biaya hanya bermodal kuota internet dan bisa menyebarkan informasi melalui website atau media sosial sehingga pengelola tidak perlu menyetak selebaran kertas untuk disebarluaskan dan banyak memakan biaya. Menurut Gohil (dalam Wendy, 2016, hal.127) media sosial penggunaanya dirasa mudah, hemat biaya dan efektif dalam pemasaran pariwisata bagi suatu daerah, maka hal tersebut yang membuat media sosial semakin diminati untuk sarana komunikasi dan promosi. Maka dengan adanya media sosial sangat membantu bagi para wisatawan untuk bertukar informasi atau membagikan pengalaman saat mereka berkunjung hal ini bisa menjadi sumber dan informasi mengenai obyek wisata.

Adanya internet bukan hanya menjadi temuan teknologi saja, tetapi bisa juga digunakan oleh masyarakat untuk mendapatkan informasi dengan efektif dan efisien, seperti informasi pariwisata,yang membantu mencari informasi potensi wisata. Karena saat ini para wisatawan lebih sering mencari informasi pariwisata sendiri yang menjadi pilihan terbaik, dan umumnya dengan adanya internet untuk wisatawan memudahkan untuk mencari wisata yang menarik, hotel, serta jasa penerbangan. Menurut (Chandra eko, 2019 , hal. 166) menyebutkan bahwa konsep e-tourism mencakup semua fungsi bisnis (misalnya e-commerce, e-marketing, e-

finance, dan e-accounting, eHRM, e-procurement, er& D, e-produksi) serta e-strategi, e-planning dan e-management untuk semua sektor industry pariwisata, termasuk pariwisata, perjalanan, transportasi, rekreasi, perhotelan, kepala sekola, perantara dan organisasi sektor public.

Dikutip dari *kominfo.go.id* Menteri Pariwisata Arief Yahya menyatakan digital marketing sudah selayaknya digunakan oleh pelaku industri pariwisata sesuai dengan dinamika dan gaya hidup masyarakat. “Tren yang ada saat ini mengkondisikan para pelaku industry pariwisata untuk dapat melakukan pemasaran melalui digital marketing. Gaya hidup masyarakat yang bergerak cepat dan bersentuhan langsung dengan internet, menyebabkan model promosi tersebut sangat relevan diaplikasikan baik destinasi wisata maupun pengelola akomodasi pariwisata (<https://kominfo.go.id/content/detail/7998/menpar-gunakan-digital-marketing-untuk-pemasaran-pariwisata/0/berita>).

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti ingin mengetahui sejauh mana e-tourism bermanfaat untuk saluran promosi dalam mempromosikan Desa Wisata Pulesari, terlebih pada saat ini banyak desa wisata dan tempat wisata baru yang bermunculan tetapi kunjungan dan popularitas Desa Wisata Pulesari dapat meningkatkan pengunjung setiap tahunnya.

B. Rumusan Masalah :

Berdasarkan identifikasi masalah di latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian tersebut :

1. Bagaimana manajemen e-tourism yang dilakukan pengelola dalam mempromosikan desa wisata pulesari ?
2. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat dengan adanya manajemen e-tourism?

C. Tujuan Penelitian :

1. Menjelaskan manajemen e-tourism yang dilakukan pengelola desa wisata pulesari dalam mempromosikan desa wisata pulesari
2. Mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam manajemen e-tourism yang dilakukan oleh pengelola desa wisata pulesari

D. Manfaat Penelitian :

1. Penelitian mengenai manajemen e-tourism sebagai sarana promosi di desa wisata Pulesari, manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sejauh mana peran e-tourism dalam mempromosikan desa wisata Pulesari.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi penelitian yang sejenis.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

- a. Penelitian terdahulu pertama yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian yang disusun oleh Dewi Yanti dari Politeknik Pariwisata Medan tahun 2019 dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Digital Tourism Sebagai Promosi Pariwisata di Toba Samosir”. Penelitian ini memiliki rumusan masalah untuk membahas pengembangan digital tourism sebagai sarana promosi pariwisata di Toba Samosir serta analisis penerapan digital tourism di Toba Samosir dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan digital tourism di Toba Samosir untuk menentukan strategi dan arah kebijakan pengembangan digital tourism di Toba Samosir. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan digital tourism sebagai promosi pariwisata di Toba Samosir.

Hasil penelitian ini adalah dengan pengembangan digital tourism di Toba Samosir merupakan untuk bertahan dengan meningkatkan kualitas pelayanan informasi dan performance digital tourism, pengembangan digital tourism kabupaten Toba Samosir dengan kabupaten lain disekitaran kawasan Danau Toba tergolong seimbang walaupun kabupaten Samosir lebih unggul dari kabupaten lain. Kabupaten Toba Samosir dalam pengelolaan digital tourism dianggap masih kurang sebaiknya yang dilakukan kabupaten Toba Samosir adalah melakukan sesuatu yang terbaik dalam pengembangan serta pengelolaan digital tourism untuk industri pariwisata.

Persamaan dengan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif , serta menggunakan analisis SWOT untuk melakukan analisis pengembangan digital tourism. Sedangkan perbedaannya ialah pada penelitian terdahulu subjeknya adalah kabupaten Toba Samosir sedangkan penelitian ini subjeknya Desa Wisata.

- b. Penelitian kedua yang relevan dengan penelitian ini adalah yang disusun oleh Dwi Ayu Pranalia, Universitas Brawijaya tahun 2015 dengan judul “Manajemen E-Government dalam Pelayanan Publik Pada Pemerintah Kabupaten Kutai Barat”. Penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu melihat perkembangan manajemen e-government dari Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BP2T) di Kabupaten Kutai Barat, serta melihat dari sisi faktor penghambat dan pendukung dengan menggunakan e-government di Badan Pelayanan Perizinan Terpadu di Kabupaten Kutai Barat, hasil penelitian ini juga memiliki tujuan untuk menjabarkan dan mengkaji manajemen e-government di Badan Pelayanan Perizinan Terpadu di Kabupaten Kutai Barat serta mengetahui apa saja yang menjadi faktor penghambat dan pendukung e-government pada BP2T di Kabupaten Kutai Barat.

Hasil penelitian ini menjelaskan tentang apa yang dibutuhkan masyarakat dengan adanya layanan public yang harusnya semakin meningkat, yang mengharapkan agar pemerintah bisa menambah peningkatan kualitas pelayanan. Hal itu disebabkan dengan perkembangan zaman yang maju pemerintah bisa merubah layanan public yang dulunya dengan cara manual sekarang menjadi layanan yang menggunakan sarana teknologi informasi dan komunikasi yaitu e-government. Dengan menggunakan e-government menjadi alternative baru untuk berinteraksi pemerintah dengan masyarakat serta kalangan lain yang menggunakan teknologi informasi seperti internet. Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BP2T) Kabupaten Kutai Barat dalam menjalankan e-government menggunakan fungsi manajemen, dengan tahapan awal perencanaan untuk menetapkan tujuan serta merubah layanan perizinan dari manual menjadi layanan secara e-government, tahap kedua dengan mulai pengorganisasian untuk menetapkan tugas serta fungsi dari masing-masing anggota sesuai struktur yang sudah ditetapkan, tahapan ketiga ialah pelaksanaan menuju pada tugas pokok dan fungsi secara umum yang sudah diatur dalam peraturan Daerah Nomor 06 Tahun 2008 menjelaskan tentang tata kerja inspektorat serta organisasi, dan tahapan terakhir pengawasan, pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu sudah melakukan pengawasan tetapi tidak mengadakan evaluasi.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif untuk memperoleh gambaran yang lengkap dari permasalahan yang dirumuskan. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian terdahulu fokus ke manajemen e-government dalam pelayanan public pada pemerintah

Kabupaten Kutai Barat sedangkan penelitian ini fokus ke manajemen e-pariwisata sebagai sarana promosi di Desa Wisata Pulesari.

- c. Penelitian ketiga penelitian yang disusun oleh Ita Suryani, Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika Jakarta tahun 2014 dengan judul “ Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kememparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). Penelitian ini memiliki rumusan masalah bagaimana mendayagunakan media sosial seperti facebook dan twitter atau yang lainnya untuk memasarkan.

Hasil penelitian ini tentang ASEAN Community 2015 yang memberikan manfaat secara langsung untuk masyarakat. Pemerintah Indonesia melakukan berbagai cara seperti dalam bidang ekonomi, sosial dan budaya melakukan dengan cinta produk dalam negeri, serta memperlihatkan produk serta potensi lokal yang dimiliki Indonesia melalui internet untuk menjadi solusi dalam memperkenalkan produk lokal serta yang dimiliki Indonesia melalui internet untuk menjadi solusi dalam memperkenalkan produk lokal yang bisa diakses melalui blog, media sosial dan website untuk memperkenalkan produk-produk dan potensi lokal yang dimiliki Indonesia ke mancanegara yang dikerjakan oleh Kememparekraf RI serta bekerja sama dengan Dinas Pariwisata dan Budaya Provinsi Jawa Barat yang menggunakan media sosial facebook dan twitter untuk memperlihatkan dan memperkenalkan produk dan potensi budayanya. Salah satu peran serta fungsi sebagai media pemasaran, dalam hal ini media sosial juga dapat digunakan untuk mempromosikan kepariwisataan ke seluruh Negara yang ada di Dunia. Sehingga Negara lain bisa menggunakan media sosial untuk menarik minat wisawatan mancanegara agar berkunjung ke suatu tempat. Yang nantinya dengan adanya sosial media twitter @kememparekraf dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat dapat memberikan dukungan Indonesia untuk ASEAN Community 2015.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah sama-sama menggunakan media sosial untuk menjadi media pemasaran untuk mempromosikan pariwisata. Sedangkan perbedaannya pada penelitian terdahulu menggunakan metode riset sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang kedua pada penelitian terdahulu berfokus dengan menggunakan media sosial untuk dapat mendukung Indonesia dalam ASEAN Community sedangkan penelitian ini berfokus pada manajemen e-tourism sebagai sarana promosi di Desa Wisata Pulesari.

- d. Penelitian keempat penelitian yang disusun oleh Diah Pradiatiningtyas, Program Studi Komputerasi Akntasi, AMIK BSI Bandung tahun 2014 dengan judul “Pemasaran Online melalui E-Tourism, Bauran Pemasaran Jasa Pariwisata dan Pemosisian untuk Promosi Pariwisata Daerah di Indonesia. Penelitian ini memiliki rumusan masalah membahas literatur-literatur yang bertujuan untuk kemajuan pemasaran online pariwisata yang berada di Indonesia. Penelitian ini membahas banyak literature yang mengenai pengembangan pemasaran online dalam melakukan promosi pariwisata yang menggunakan E-Tourism dalam bauran pemasaran jasa pariwisata dan positioning. Metode penelitian ini menggunakan studi pustaka.

Hasil dari penelitian ini adalah untuk sarana media promosi, saat ini internet sangat dibutuhkan untuk bisa menjangkau orang dengan mudah dan lebih luas serta memudahkan informasi untuk berbagai orang, dalam dunia pariwisata Indonesia sudah sangat pasti dengan menggunakan internet sangat dibutuhkan. Dengan penghasilan daerah berbagai daerah berlomba untuk meningkatkan kekuatan wilayahnya untuk menjadi destinasi wista dengan menggunakan konsep E-Tourism. Beberapa contoh media online yang menggunakan website pelaku usaha wisata di beberapa daerah di Indonesia yaitu www.gembiralokazoo.com , www.kampunggajah.com , www.diengplateu.com dll.

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan konsep E-Tourism yang membahas tentang website dan facebook, sedangkan perbedaannya adalah yang pertama metode penelitian terdahulu menggunakan metode studi pustaka sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang kedua penelitian terdahulu lebih fokus untuk membahas literatur-literatur yang berhubungan dengan pengembangan pemasaran online pariwisata di daerah Indonesia sedangkan penelitian fokus ke manajemen E-Tourism sebagai sarana promosi di Desa Wisata Pulesari, yan ketiga pada penelitian terdahulu lebih mengenai perkembangan pemasaran online melalui bauran pemasaran jasa pariwisata sedangkan penelitian ini membahas mengenai sarana promosi.

- e. Penelitian kelima penelitian oleh Gita Atiko, Ratih Hasanah, dan Kharisma Nasionalita, Prodi Ilmu komunikasi, Fakultas komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom Bandung tahun 2016 yang berjudul “Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata RI (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @INDTRAVEL) . Penelitian ini memiliki rumusan masalah ialah bagaimana strategi promosi yang dilaksanakan kementerian pariwisata untuk menggunakan akun instagram @indtravel sebagai media promosi pariwisata Indonesia. Adapun tujuan penelitian ini ialah startegi promosi pariwisata yang dilakukan oleh kementerian pariwisata melalui media sosial instagram. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang mengamati objeknya.

Hasil dari penelitian ini adalah memberitahukan bahwa kementerian Pariwisata RI sudah melakukan tugasnya dalam mempromosikan pariwisata dengan sangat maksimal dengan menggunakan media sosial instagram untuk menaikkan jumlah wisatawan di Indonesia baik domestik maupun mancanegara, strategi yang digunakan dalam bidang promosi memiliki beberapa tahapan yang nantinya bisa tercapai tujuannya, yaitu dengan penciptaan konten, penyusunan program, implementasi program, monitoring dan evaluasi. Dalam menggunakan media sosial membantu dan menunjukkan awareness dengan daya tarik wisata yang dimiliki Indonesia.

Persamaan penelitian yang terdahulu dengan penelitian yang ini adalah yang pertama sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif . sedangkan perbedaannya ialah yang pertama pada subjek penelitian terdahulu yaitu pada akun instagram @INDTRAVEL sedangkan penelitian ini Desa Wisata Pulesari, yang kedua fokus penelitian terdahulu Analisis strategi promosi pariwisata melalui media sosial oleh kementerian Pariwisata RI sedangkan penelitian ini fokus penelitiannya ke Analisis Manajemen E-Tourism sebagai sarana promosi di Desa Wisata Pulesari.

F. Kerangka Konsep

1. Manajemen

Istilah manajemen biasanya diidentikan dengan istilah pengelolaan, tidak banyak orang yang mengartikan pengelolaan sama dengan arti manajemen. Hubungan manajemen dengan pengelolaan mempunyai tujuan yang sama yaitu tercapainya tujuan organisasi sebuah lembaga. Pengelolaan ialah bentuk kerja dengan orang-orang secara pribadi dan kelompok demi terwujudnya tujuan.

Menurut James A.f Stoner (dalam Nadila dan hardi, 2018, hal. 4), manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian upaya anggota organisasi dan menggunakan semua sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa definisi manajemen yaitu sebuah rangkaian kegiatan mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan yang tujuannya untuk menggali dan memanfaatkan sumber daya alam yang dimiliki secara efektif untuk mencapai sebuah tujuan organisasi.

Dalam mencapai tujuan organisasi, pengelola membutuhkan sarana manajemen yang biasanya disebut dengan unsur manajemen. Menurut Manullang (dalam Damanik Nora, 2016, hal. 15) menjelaskan tentang unsur manajemen tersebut terdiri atas manusia, material, mesin, metode, money dan markets. Setiap unsur-unsur manajemen memiliki pengertian dan peranan dalam sebuah manajemen agar nantinya bisa mengetahui bahwa manajemen memiliki sebuah unsur-unsur yang bisa dimanfaatkan tersebut. Berikut penjelasan menurut Manullang (dalam Damanik Nora, 2016, hal. 15) setiap unsur-unsur manajemen tersebut :

a. *Man* (Manusia)

Sarana penting atau sarana utama setiap manajer untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan oleh individu-individu tersendiri atau manusianya. Berbagai kegiatan-kegiatan yang dapat diperbuat dalam mencapai tujuan seperti yang dapat ditinjau dari sudut pandang proses, perencanaan, pengorganisasian, staffing, pengarahan, dan pengawasan atau dapat pula kita tinjau dari sudut bidang, seperti penjualan, produksi, keuangan dan personalia. Man atau manusia ataupun juga sering diistilahkan dengan sumber daya manusia dalam dunia manajemen merupakan faktor yang sangat penting dan menentukan. Manusia yang merancang tujuan, menetapkan tujuan dan manusia

jumlah yang nantinya akan menjalankan proses dalam mencapai tujuan yang ditetapkan tersebut.

b. *Material* (Material)

Dalam proses pelaksanaan kegiatan, manusia menggunakan material atau bahan-bahan. Oleh karena itu, material dianggap pula sebagai alat atau bahan-bahan. Oleh karena itu material dianggap pula sebagai alat atau sarana manajemen untuk mencapai tujuan.

c. *Mesin* (Machine)

Dalam kemajuan teknologi manusia bukan lagi sebagai pembantu mesin seperti pada masa lalu sebelum revolusi industri terjadi bahkan, sebaliknya mesin telah berubah kedudukannya menjadi pembantu manusia.

d. *Metode* (Method)

Untuk melakukan kegiatan secara guna dan berhasil guna, manusia dihadapkan kepada berbagai alternative metode cara menjalankan pekerjaan tersebut sehingga cara yang dilakukannya dapat menjadi sarana atau alat manajemen untuk mencapai tujuan.

e. *Uang* (Money)

Uang sebagai sarana manajemen harus digunakan sedemikian rupa agar tujuan yang diinginkan tercapai. Kegiatan atau ketidاكلancaran proses manajemen sedikit banyak dipengaruhi oleh pengelola keuangan.

f. *Pasar* (Markets)

Bagi badan yang bergerak dibidang industri maka sarana manajemen penting lainnya seperti pasar-pasar atau market. Untuk mengetahui bahwa pasar bagi hasil produksi. Jelas tujuan perusahaan industri tidak mustahil semua itu dapat diurai sebagian dari masalah utama dalam perusahaan industri adalah minimal mempertahankan pasar yang sudah ada. Jika mungkin, mencari pasar baru untuk hasil produksinya.

Dari unsur-unsur manajemen diatas bisa disimpulkan, bahwa manusia merupakan unsur dan pemeran utama dalam mencapai sebuah tujuan yang sudah ditentukan. Melalui beberapa kegiatan untuk mencapai tujuan seperti dari sudut pandang proses, perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan yang hanya bisa dilakukan oleh manusia yang menjadi sumber.

Pada dasarnya pembahasan tentang manajemen ialah pembahasan tentang fungsi yang harus dilakukan agar memperoleh gambaran utuh tentang apa yang akan kita lakukan untuk tercapainya tujuan bersama. Menurut George R. Terry (dalam Nadila dan Hardi, 2018, hal. 4), menyatakan bahwa proses manajemen terdiri dari apa yang disingkat menjadi P.O.A.C yaitu Perencanaan (*planning*), Pengorganisasian (*organizing*), Penggerakan (*actuating*), dan Pengawasan (*controlling*). Berikut ini penjelasan ke empat fungsi tersebut:

a. Perencanaan (*Planning*)

Menurut George R. Terry (dalam Nadila dan Hardi, 2018, hal. 4), proses yang menyangkut upaya yang dilakukan untuk mengantisipasi kecenderungan di masa yang akan datang dan penentuan strategi dan taktik yang tepat untuk mewujudkan target dan tujuan organisasi, sedangkan Menurut Mazda dkk (dalam Pranalia Dwi, 2015, hal. 160), proses manajemen yang berkenaan dengan penetapan tujuan-tujuan yang akan dicapai serta pengambilan keputusan tentang bagaimana cara terbaik untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut.

Perencanaan biasanya terkait dengan keadaan yang mendatang dan keadaan yang mendatang pun tidak bisa pasti dan bisa berubah dengan cepat, tidak adanya perencanaan akan membuat susah untuk mencapai tujuan yang akan dicapai. Menurut Damanik Nora, 2016 , hal. 18) menyebutkan bahwa perencanaan dibuat harus berdasarkan sumber antara lain :

1. Kebijakan pucuk pimpinan (*policy top management*), bahwa perencanaan itu sering kali berasal dari badan-badan ataupun orang-orang yang berhak dan mempunyai wewenang untuk membuat berbagai kebijakan, sebab merekalah pemegang kebijakan.
2. Hasil pengawasan, yaitu suatu perencanaan akan dibuat atas dasar fakta-fakta maupun data-data dari pada hasil pengawasan suatu kegiatan kerja, sehingga dengan demikian dibuatlah suatu perencanaan perbaikan maupun penyesuaian secara menyeluruh daripada rencana yang telah pernah dilaksanakan.
3. Kebutuhan masa depan, yaitu suatu perencanaan sengaja dibuat untuk mempersiapkan masa dengan yang baik ataupun untuk mencegah hambatan-hambatan dari rintangan-rintangan guna mengatasi persoalan yang akan timbul.

4. Penemuan-penemuan baru, yaitu suatu perencanaan yang dibuat berdasarkan studi faktual ataupun yang terus menerus maka akan menemukan ide-ide ataupun terus menerus maka akan menemukan ide-ide ataupun pendapat baru untuk sesuatu kegiatan.
5. Prakarsa dari dalam, yaitu suatu planning yang dibuat akibat inisiatif atau usul-usul dari bawahan dari suatu kegiatan kerja sama, untuk mencapai suatu tujuan.
6. Prakarsa dari luar, yaitu suatu rencana yang dibuat akibat dari saran-saran ataupun kritik-kritik dari orang-orang di luar organisasi.

Sehingga perencanaan merupakan sebuah awal yang dilakukan untuk proses manajemen, dikarenakan perencanaan suatu tolak ukur yang harus dicapai, dalam melakukan perencanaan ada dua hal yang ditetapkan yaitu tujuan lalu menentukan sebuah strategi untuk mencapai tujuannya.

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian ialah bagaimana mengalokasikan keseluruhan pekerjaan yang harus dijalankan antara kelompok kerja, menetapkan sebuah wewenang yang relative serta bertanggung jawab dalam tugas individu dan komponen kerja, serta menyediakan lingkungan kerja yang tepat dan sesuai. Pengorganisasian biasanya kegiatan yang dimana berhubungan untuk mengatur manusia atau karyawan. Menurut Robbins (dalam Damanik Nora, 2016, hal. 23) menjelaskan bahwa kegiatan yang dilakukan dalam pengorganisasian dapat mencakup (a). menetapkan tugas yang harus dilakukan, (b) siapa yang mengerjakan, (c) bagaimana tugas itu dikelompokkan, (d) siapa yang melapor, (e) dimana keputusan itu harus diambil.

Menurut George R.Terry (dalam Nadila dan Hardi, 2018, hal. 4), pengorganisasian proses yang menyangkut bagaimana strategi dan taktik yang telah dirumuskan dalam perencanaan didesain dalam sebuah struktur organisasi yang tepat dan tangguh, sistem dan lingkungan organisasi yang kondusif, dan dapat memastikan bahwa semua pihak dalam organisasi dapat bekerja secara efektif dan efisien guna pencapaian tujuan organisasi.

Pengorganisasian ialah sebuah proses untuk mengatur sebuah wewenang dengan anggota organisasi agar tercapai tujuan untuk memudahkan dalam berkejasama antar anggota, serta dengan adanya pengorganisasian di manajemen

diharapkan bisa memperjelas posisi pekerjaan seseorang agar bisa bekerja secara efisien dan efektif.

c. Penggerakan (*Actuating*)

Penggerakan atau pelaksanaan biasanya berjalan sesuai dengan perencanaan maka sangat ditekankan untuk bagaimana cara strategi seorang pemimpin dalam menggerakkan pegawainya. Hal ini biasanya dilakukan untuk menghindari agar bawahan tidak melaksanakan tugasnya dengan tekanan tetapi atas dasar pilihan sadar dengan penuh tanggung jawab. Menurut George R. Terry (dalam Nadila dan Hardi, 2018, hal. 4), proses menggerakkan program agar dapat menjalankan tanggungjawabnya dengan penuh kesadaran dan produktifitas yang tinggi, sedangkan menurut Mazdar dkk (dalam Pranalina Dwi, 2015, hal. 162), menjelaskan bahwa Pelaksanaan ialah sebuah proses awal implementasi sebuah program yang nantinya bisa dijalankan oleh berbagai pihak di organisasi, serta menjadi acuan motivasi untuk semua pihak tersebut dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab dengan ikhlas serta kesadaran penuh, dan menjadi acuan produktivitas agar bisa mencapai tujuan yang diinginkan.

Adapun fungsi pelaksanaan Menurut Siagian (dalam Damanik Nora, 2016, hal. 27) yaitu :

- a. *Motivating* secara implicit berarti bahwa pemimpin organisasi berada di tengah-tengah bawahannya dan dengan demikian dapat memberikan bimbingan, instruksi, nasehat dan koreksi jika diperlukan.
- b. Secara implicit pula, dalam *motivating* telah mencakup adanya upaya untuk mengsinkronisasikan tujuan organisasi dengan tujuan-tujuan pribadi dari para anggota organisasi.
- c. Secara eksplisit dalam pengertian ini terlihat bahwa para pelaksana operasional organisasi dalam memberikan jasa-jasanya memerlukan beberapa perangsang atau insentif.

d. Pengawasan (*Controlling*)

Adanya pengawasan guna untuk menjalankan efektif dan efisien karena pengawasan tidak hanya berlangsung dalam saat pelaksanaan tetapi juga pada saat perencanaan dan pengorganisasian. Pengawasan juga merupakan proses pengevaluasian untuk menjaga agar seluruh kegiatan tidak melenceng dari tujuan yang akan dicapai. Menurut George R. Terry (dalam Nadila dan Hardi, 2018, hal. 4), menjelaskan bahwa proses pengawasan dilakukan untuk

memastikan seluruh kegiatan yang telah direncanakan, diorganisasikan dan digerakkan dapat berjalan sesuai dengan target yang diharapkan sekalipun berbagai perubahan terjadi dalam lingkungan yang dihadapi.

Menurut Marno dan Triyo (dalam Damanik Nora, 2016, hal. 29) ada beberapa unsur dalam proses pengawasan yaitu :

- a. Adanya proses dalam menetapkan pekerjaan yang telah dan akan dikerjakan.
- b. Merupakan alat untuk menyuruh orang bekerja menuju sasaran-sasaran yang ingin dicapai.
- c. Memonitor, menilai, dan mengoreksi pelaksanaan pekerjaan.
- d. Menghindarkan dan memperbaiki kesalahan, penyimpangan atau penyalahgunaan.
- e. Mengukur tingkat efektivitas dan efisiensi kerja.

1. E-Tourism

Dalam sebuah publikasi yang dibuat *World Tourism organization* (dalam Novitasari Fitria, 2019, hal. 2) bahwa pengertian e-tourism adalah penggunaan teknologi untuk meningkatkan hubungan pariwisata, membantu perusahaan yang bergerak dibidang pariwisata untuk meningkatkan proses bisnis, serta meningkatkan proses knowledge-sharing. Sedangkan menurut Buhalis (dalam Utomo Chandra, 2019, hal. 166) mengemukakan bahwa e-tourism mencerminkan digitalisasi semua proses dan rangkaian nilai dalam industry pariwisata, perjalanan, perhotelan dan catering, pada tingkat taktis, ini termasuk e-commerce dan diterapkannya TIK untuk memaksimalkan efisiensi dan efektivitas kepariwisataan.

Menurut (Wilson Jerry, 2019, hal.14) , menjelaskan tentang adanya tujuan dan visi dari e-tourism yaitu :

Tujuan E-Tourism

- a. Mempermudah pelayanan kepada customer dalam bidang pariwisata secara elektronika dan terhubung.
- b. Menyediakan informasi kepada pelanggan mengenai objek wisata yang tersedia di dalam maupun di luar negeri.
- c. Mempromosikan budaya Indonesia secara langsung melalui elektronika.

- d. Menyediakan kemudahan kepada pelanggan untuk memperoleh layanan pariwisata sesuai dengan kemampuan dana pelanggan tersebut secara elektronika.
- e. Menyediakan kenyamanan kepada pelanggan dalam menggunakan layanan elektronika.
- f. Menyediakan lapangan kerja yang lebih luas.

Visi E-Tourism

- a. Mempersiapkan Indonesia mempersiapkan tujuan wisata utama bagi wisatawan asing serta lokal.
- b. Menjadikan Indonesia sebagai pusat perhatian budaya dan wisata.
- c. Menambah devisa Negara dalam bidang Pariwisata.
- d. Memastikan Indonesia sebagai pintu utama bagi wisatawan asing yang berkunjung.

Menurut (Pradiatiningtyas Diah ,2014, hal. 4) menjelaskan bahwa konsep e-tourism adalah Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi membantu bidang pariwisata dalam meningkatkan daya dan guna, serta mendapatkan berbagai jasa layanan pariwisata kepada pelanggan dalam bentuk telekomunikasi dan informatika, serta sebagai pemasaran pariwisata yang lebih mudah di akses kapan dan dimana saja yang langsung mendapatkan informasi sehingga e-tourism bisa menjadi berbagai manfaat antara lain :

1. Relatif murah, karena tidak mengenal konsepsi promo door to door sehingga keterbatasan dana promosi dan masih lemahnya jaringan pemasaran yang dimiliki selama ini akan diatasi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi.
2. memperpendek rantai distribusi, karena teratasi dengan penggunaan teknologi informasi sehingga semua informasi tersedia dalam bentuk layanan telematika.

Pada dasarnya internet memiliki peran penting dalam dunia perkembangan teknologi, terutama bidang pariwisata. Dengan adanya internet menjadi sebuah solusi yang bisa mempermudah kinerja pengembangan pariwisata di Indonesia, Melalui internet kita menjadi dibantu dalam mengakses dengan mudah serta bisa digunakan oleh masyarakat yang ada di dunia. Hal ini menjadi penyebaran informasi untuk pengembangan pariwisata yang bisa diakses kapan serta dimana saja.

Khususnya di Indonesia, dari awal dikembangkan pada tahun 1994 internet sudah banyak mengalami perkembangan yang semakin meningkat. Menurut Boerhanoeddin (dalam Andeka dan Augie, 2007, hal. 3), menjelaskan bahwa tidak ada data yang pasti dalam menyangkut jumlah pengguna internet yang ada di Indonesia. Memanfaatkan internet di Indonesia pada dasarnya masih berada di kota-kota besar, yang disebabkan karena internet sebagai produk yang bisa digunakan oleh kalangan tertentu. Jadi internet mempunyai perkembangan yang cukup kuat, namun juga adanya persoalan dalam bagaimana memanfaatkan internet bukan hanya terbatas untuk sektor-sektor industry dan bisnis, dan merambah ke sektor lain, termasuk di bidang Pariwisata.

Menurut Hendriksson (dalam Andeka dan Augie, 2007, hal. 4), menjelaskan bahwa ada empat karakteristik utama jika ingin mengembangkan e-tourism yaitu : 1) Struktur industry pariwisata, 2) dampak berantai yang dimunculkan oleh industry pariwisata, 3) produk pariwisata, 4) adanya ketersediaan perangkat teknologi komunikasi dan informasi.

Aplikasi internet untuk bidang pariwisata biasanya menjadi cermin dalam melakukan sistem distribusi pariwisata yang menjadi acuan untuk transformasi dalam pengembangan industry pariwisata untuk menjadi perantara tradisional ke arah yang lebih modern yaitu internet, serta web juga memiliki peran penting untuk menjadi penghubung dari produsen pariwisata dan daerah potensi pariwisata untuk mengasah pelayanan kepada pengunjung pariwisata.

Menurut (Ismayanti ,2010), mengkategorikan tingkatan utama dalam susunan sistem e-tourism, yaitu :

- a) Beberapa data, yang merupakan dasar untuk melakukan sebuah standard dan konsolidasi. Ada beberapa elemen-elemen yang penting seperti adanya hotel, tempat rekreasi, dan event-event penting yang nantinya bisa dijadikan informasi dengan para pengunjung. Kumpulan data, standarisasi dan konsolidasi menjadi faktor utama.
- b) Manajemen dan tindak lanjut melingkupi sebuah sistem yang nanti disusun berdasarkan faktor-faktor standarisasi konsolidasi untuk tahap awal.
- c) Aplikasi untuk penerapan sebuah sistem terjadi untuk melakukan pemasaran tingkatan ketiga yang dasarnya digunakan untuk penyampaian dan penyebaran informasi kepada wisatawan.

Konsep Dasar E-Tourism



Gambar 1.1 Konsep Dasar E-Tourism

Sedangkan Menurut UNTACT (dalam Andeka dan Augie 2007, hal. 7) berdasarkan gambar diatas terdapat ada beberapa bagian untuk penyusunan sistem e-tourism dalam tingkatan utama terbagi menjadi tiga bagian yaitu : 1) Adanya koleksi-koleksi berbagai data, yang menjadi dasar untuk melakukan sebuah standarisasi serta konsolidasi. Dalam bagian ini biasanya ada elemen-elemen seperti tempat rekreasi, hotel, serta pengadaan event penting yang bisa diinformasikan untuk konsumen. Maka dari itu, penerapan standarisasi dalam kumpulan data harus menjadi tujuan yang paling penting dalam tingkatan pertama, 2) adanya sebuah perancangan sistem yang sudah disusun berdasarkan bagian-bagian standarisasi serta konsolidasi pada tingkatan pertama ialah tugas dari manajemen untuk meng follow up hal tersebut, 3) dengan adanya penerapan sistem dalam aplikasi untuk melakukan pemasaran, tingkatan ini merupakan tingkatan yang menjadi penyebaran dan penyampaian informasi kepada masyarakat luas.

Dengan demikian manajemen adalah sebuah proses untuk mengelola sumber daya melalui tahap-tahap dalam mencapai tujuan dan pengembangan sebuah organisasi. Bila disandingkan manajemen dengan pariwisata maka dapat diartikan sebagai tindakan dalam mengembangkan sektor pariwisata melalui pemanfaatan sumberdaya lainnya seperti teknologi dalam bidang pariwisata. Menurut Caribbean Toursim Organization (dalam Hanief,201, hal. 140) E-tourism merupakan interaksi yang dinamis antara teknologi informasi dan komunikasi diterapkan untuk proses kepariwisataan untuk memaksimalkan efisiensi dan efektivitas organisasi, pariwisata menyatukan bisnis manajemen, informasi dan komunikasi.

Karena teknologi operasional banyak melibatkan sistem manajemen untuk digunakan dalam sektor akomodasi untuk pemesanan, tempat penjualan, layanan telpon, dan layanan lainnya, biasanya hal ini untuk berinteraksi dengan sistem global, sistem distribusi, manajemen pendapatan, dan manusia sumber daya. Menurut Santosa (dalam Andeka dan Augie 2007, hal. 4) dalam hal ini menjelaskan bahwa internet bukan hanya menjadi sebuah temuan dalam bidang teknologi, internet ibarat sebuah buku yang bisa memberikan informasi kepada khalayak yang mengaksesnya terutama dalam informasi pariwisata yang diinginkan, dan menjadikan hidup menjadi lebih baik dan mudah karena adanya internet

2. Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (dalam Saleh,2016, hal. 81), analisis SWOT ialah beberapa faktor untuk merumuskan strategi sebuah organisasi,dinyatakan bahwa analisis ini menggunakan dasar logika yang nantinya dapat memaksimalkan sebuah kekuatan, peluang, dan secara bersamaan bisa meminimalkan kelemahan serta ancaman yang ada . Berdasarkan hal ini menurut (Saleh ,2016, hal. 81-82) menjabarkan Analisis SWOT sebagai berikut :

a. Kekuatan (Strengths)

Dalam hal ini digunakan pihak untuk mengetahui kekuatan apa yang menjadi unggulan dalam organisasi tersebut, sehingga nantinya bisa menguatkan sebuah organisasi yang tetap dikenal banyak orang. Analisis ini digunakan untuk membantu pihak manajemen dalam memperkuat posisi organisasi karena adanya keunggulan yang dimiliki organisasi tersebut.

b. Weakness (Kelemahan)

Dalam hal ini digunakan pihak manajemen agar mengetahui kelemahan apa yang dimiliki dari organisasi tersebut, sehingga nantinya bisa menghilangkan kelemahan yang membuat jatuh organisasi tersebut.

c. Peluang (Opportunities)

Dalam hal ini digunakan pihak manajemen untuk mengetahui hal apa yang menjadi peluang dari organisasi tersebut agar menjalankan usaha dengan fungsinya untuk tetap eksis dalam mengoptimalkan fungsinya. Analisis ini digunakan pihak manajemen untuk merumuskan peluang yang akan diambil untuk memanfaatkan kesempatan.

d. Ancaman (Threats)

Dalam hal ini digunakan pihak manajemen untuk membereskan ancaman-ancaman apa yang nantinya akan timbul dalam sebuah organisasi. Sehingga bisa disiapkan langkah-langkah untuk menyelesaikan masalah yang harus dihadapi jika terjadi ancaman.

g. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian “Analisis Manajemen E-Pariwisata Sebagai Sarana Promosi di Desa Wisata Pulesari “ akan dijelaskan sebagai berikut :

a. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam Penelitian ini metode yang akan digunakan adalah metode pendekatan kualitatif melalui proses tatap muka dan melakukan wawancara lebih dekat dengan narasumber agar mendapatkan jawaban secara lebih detail dan jelas. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif agar memudahkan menjelaskan beberapa temuan dan hasil yang di dapatkan dilapangan. Sehingga peneliti melakukan penelitian menggunakan jenis pendekatan deskriptif kualitatif agar semua pertanyaan dapat terjawab dengan baik dari responden dan sesuai yang diharapkan.

b. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penelitian yang berjudul “Analisis Manajemen E-Pariwisata Sebagai Sarana Promosi di Desa Wisata Pulesari “. Dimulai dengan penyusunan proposal penelitian, observasi awal, pengambilan dan pengumpulan data, dan terakhir laporan akhir. Penelitian ini dilaksanakan pada 23 September 2019 hingga 12 Januari 2020.

c. Narasumber Penelitian

Narasumber atau informan merupakan hal yang penting dalam penelitian kualitatif, dalam penelitian yang berjudul “Analisis Manajemen E-Pariwisata sebagai sarana promosi di Desa Wisata Pulesari”, narasumber yang dituju adalah Kepala Desa Wisata Pulesari , serta beberapa narasumber yang mengelola akun sosial media. Dalam memilih narasumber (Informan) peneliti memilih berdasarkan tujuan, kebutuhan, dan pertimbangan tertentu.

Dalam Penelitian ini narasumber merupakan pengurus Desa Wisata Pulesari :

- 1) Bapak Sarjana (Ketua Desa Wisata Pulesari)

2) Mas Didik (Master Admin Media Sosial Desa Wisata Pulesari)

d. Pengumpulan Data

Menurut (Mamik, 2015, hal. 103) menjelaskan pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standard untuk memperoleh data yang diperlukan. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara.

Namun dalam penelitian ini pengumpulan data yang dipakai oleh peneliti adalah melalui tiga cara yaitu :

a) Observasi

Menurut Darlington (dalam Anggito,A dan Setiawan J, 2018, hal. 110) menjelaskan Observasi adalah cara yang sangat efektif untuk mengetahui apa yang dilakukan orang dalam konteks tertentu, pola rutinitas dan pola interaksi dari kehidupan mereka sehari-hari. Sedangkan menurut Stake (dalam Anggito,A dan Setiawan J, 2018, hal. 110) menjelaskan dalam pengumpulan data penelitian kualitatif, observasi lebih dipilih sebagai alat karena peneliti dapat melihat, mendengar, atau merasakan informasi yang muncul bisa saja sangat berharga.

b) wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi langsung. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi dimana pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya (Yusuf M, 2014, hal. 372).

c) Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait dengan fokus penelitian adalah sumber informasi yang sangat berguna dalam penelitian. Dokumen itu dapat berupa teks tertulis, artefact, gambar, maupun foto (Yusuf M, 2014 , hal. 391).

e. Analisis data

Analisis data (dalam Yusuf M, 2014, hal. 400) Menurut Fossey Analisis data kualitatif merupakan promereviu dan mengontrol data, meyintesis dan

menginterpretasikan data yang dikumpul sehingga dapat menggambarkan dan menerangkan fenomena atau situasi sosial yang diteliti. Analisis data yang dilakukan tidak akan lepas dari Pengumpulan data (reduksi data, penyajian data dan kesimpulan/ verifikasi).

a) Reduksi data

Reduksi data sebuah kegiatan yang digunakan untuk menganalisis data, untuk memilih data nantinya akan diberikan petunjuk yang mana akan ditarik keluar, sehingga ringkasan sebuah potongan dan pengembangan cerita merupakan analitis.

b) Data display

Data display ialah kumpulan informasi yang sudah telah tersusun yang membolehkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

c) Kesimpulan/ Verifikasi

Kesimpulan adalah menuntut verifikasi oleh orang lain yang ahli dalam bidang yang diteliti, atau mungkin juga mengocek dengan data lain.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Profil Desa Wisata Pulesari

1. Sejarah Desa Wisata Pulesari

Awalnya desa ini hanya desa biasa saja tetapi mencoba membuat inovasi langkah terobosan baru, dengan mempunyai aset yang banyak tetapi tidak menjualnya tetapi menjual jasanya. Desa wisata ini yang berdiri sendiri yang berawal dari masyarakat dan kembali untuk masyarakat dengan membangun sebuah desa serta tanggung jawab bersama dan banyak memiliki potensi yang bisa dikembangkan di wilayah yang dilestarikan maka dari itu muncul sebuah ide untuk membangun sebuah desa wisata. Awal mula yang mempelopori untuk menjadi desa wisata ini ialah Bapak Sarjana selaku Kepala Desa dan bersama mas Sidiq selaku marketing.



Sumber : Dokumen Pribadi

Gambar 2.1 Arah Menuju Desa Wisata Pulesari

Desa Wisata Pulesari merupakan desa wisata yang terletak di kawasan pedesaan dilereng merapi di daerah yang terkenal akan salah pondok, awal mulai merencanakan konsep pariwisata pada tanggal 26 Mei 2012 dan peresmian menjadi

desa wisata pada tanggal 09 November 2012 oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman (Hasil wawancara ketua desa wisata Pulesari, 9 Maret 2019).

Desa Wisata ini menyediakan sebuah wisata alam serta budaya tradisi yang artinya desa mempunyai sebuah potensi alam yang harus dilestarikan dan dikembangkan lebih luas serta dimanfaatkan sewajarnya tanpa merubah sebuah bentuk dari kawasan pedesaan. Sebuah Tradisi bentuk wujud dari desa selalu melestarikan nilai-nilai Budaya yang ada di masyarakat agar tidak hilang ditelan zaman. Desa Wisata ini bertujuan untuk memberdayakan SDM dan SDA yang dimiliki desa agar eksistensi desa bisa dikenal oleh khalayak luas, hingga bisa menjadi alternative sendiri bagi wisatawan yang ingin berkunjung untuk menikmati suasana pedesaan (<https://desawisatapulesari.wordpress.com/about/>, 5 Oktober 2019)

2. Sejarah Pendirian Museum Salak Dewi Pule

Museum salak Dewi Pule ialah sebagai identitas untuk wilayah desa wisata sebagai pusat informasi salak dalam merencanakan pembuatan museum salak yang diberi nama DEWI PULE. Salak pondoh merupakan salah satu yang terkenal di daerah Turi, karena sebagian besar berasal dari wilayah tersebut. Dengan adanya museum salak diharapkan bisa memberikan dampak positif untuk masyarakat luas dan menjadi tempat informasi untuk mengetahui tentang salak.

Adapun fungsi museum salak yaitu untuk melayani kebutuhan public tentang salak sebagai identitas Desa Wisata Pulesari, dengan sifat terbuka serta melakukan pengeoleksian benda-benda tentang petani salak, serta untuk mengkoservasi, meriset, mengkomunikasikan benda nyata kepada masyarakat untuk kebutuhan studi dan pendidikan.

Adapun detail isi Museum Salak Dewi Pule yaitu peralatan petani salak, macam-macam salak, hama tanaman salak yang diawetkan, hasil kerajinan salak, hasil olahan kuliner salak, layanan informasi dan perpustakaan heritage salak (<https://desawisatapulesari.wordpress.com/about/>, 5 Oktober 2019).

3. Visi dan Misi Desa Wisata Pulesari

a. Visi

Menciptakan sebuah wujud Desa Wisata Pulesari yang bersih, aman, nyaman, tentram, dinamis serta seni dan budaya religious yang berkualitas untuk menjadikan Desa Wisata Edukasi masyarakat tradisional.

b. Misi

1. Meningkatkan Kesejahteraan masyarakat dengan motivasi dan komitmen bersama membangun pola pikir yang rasional.
2. Melestarikan dan mengembangkan seni dan Budaya Tradisi Masyarakat Tradisional.
3. Meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) dan Sumber Daya Alam (SDA) yang berkuaitas dan berkembang.
4. Mengutamakan Kualitas Desa Wisata dibandingkan Kuantitas.
5. Meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membangun Desa Wisata yang bersih, aman dan nyaman.

4. Potensi Desa Wisata Pulesari

Desa Wisata Pulesari memiliki luas wilayah 20,5 Ha. Dimana memiliki potensi lahan pertanian, ladang, perkebunan, permukiman, industri, perdagangan dan jasa, hutan rakyat. Dari luasan wilayah tersebut masing-masing mempunyai karakteristik yang berbeda, keadaan ini membawa pengaruh yang kuat untuk mata pencaharian penduduk desa wisata pulesari serta menjadi sumber daya pangan. Selain itu juga terdapat 26 sumber mata air yang mengalir ke beberapa sungai krasak, sungai bedog, yang mencukupi kebutuhan irigasi pertanian. Serta SDM dan SDA yang siap dikembangkan (Hasil wawancara ketua desa wisata Pulesari, 9 Maret 2019).

5. Pemerintah Desa Wisata Pulesari

Struktur Kepengurusan Desa Wisata Pulesari

No	Nama	Jabatan
1.	Kepala Desa Wonokerto	Pelindung
2.	Dukuh Pulesari	Penasehat
3.	Amin Sarjana	Ketua Desa Wisata Pulesari
	Didik Irwanto	

4.	Ahmad Lathiifudin	Sekretaris
5.	Prayitno	Bendahara 1
6.	Agus Suryanto	Bendahara 2
7.	M. Rifaí	Seksi Pemandu
8.	Aghni Muh	Seksi Promosi Wisata
9.	Nurwadi	Seksi Seni dan Budaya 1
10.	Yuliyanto	Seksi Seni dan Budaya 2
11.	Riyanto	Seksi Kuliner 1
12.	Sarijo	Seksi Kuliner 2
13.	Ismanto	Seksi Kerajinan
14.	Santoso	Seksi Pertanian dan Perikanan
15.	Edi Nur Yanto	Seksi Kebersihan Lingkungan 1
16.	Subardi	Seksi Kebersihan Lingkungan 2
17.	Sumardi	Seksi Homestay 1
18.	Rokhim	Seksi Homestay 2
19.	Kuat M	Seksi Pengembangan 1
20.	Tukidi	Seksi Pengembangan 2
21.	Sugeng	Seksi Keamanan 1
22.	Wawan R	Seksi Keamanan 2
23.	Sukri	Seksi P3K 1
24.	Kukuh Waluyo	Seksi P3K 2

Tabel 2.1 Struktur Kepengurusan Pemerintah Desa Wisata Pulesari
(Sumber : Hasil wawancara ketua desa wisata Pulesari 9 Maret 2019)

6. Program dan Kegiatan Desa Wisata Pulesari

Desa Wisata Pulesari memiliki beberapa program untuk masyarakatnya, menurut hasil wawancara dengan ketua desa wisata Pulesari, mempunyai fokus utama dibidang SDM dan SDA untuk bisa dikembangkan lebih luas, memiliki tiga program yang dibagi menjadi jangka pendek, menengah, panjang yang akan dijelaskan sebagai berikut :

a. Jangka Pendek

Program jangka pendek di Desa Wisata Pulesari di bidang SDM berfokus pada manajemen dan pemahaman masyarakat berkelanjutan. Sedangkan dibidang SDA berfokus pada memperbaiki fasilitas-fasilitas yang ada di Desa Wisata dan menguji kelayakan fasilitas, serta menata lingkungan di Desa Wisata.

b. Jangka Menengah

Program jangka menengah di Desa Wisata Pulesari di bidang SDM berfokus pada mergrenasi pengelolaan wisata, melakukan pelatihan yang berfokus pada bidang manajemen serta pendalaman homestay yang difasilitasi oleh pemerintah. Sedangkan untuk dibidang SDA berfokus merevitalisasi alat-alat outbond (*continue*), melanjutkan program “pulesari hijau “ (penghijauan), menjaga lingkungan serta melanjutkan program desa wisata.

c. Jangka Panjang

Program jangka panjang di Desa Wisata Pulesari di bidang SDM berfokus menerapkan sistem desa wisata agar masyarakat juga bisa merasakan eksistensi desa wisata. Sedangkan dibidang SDA melakukan penataan dibidang jalur irigasi, jalur transportasi (khusus wisata), melaksanakan program “ *padat karya* “ , dan pelestarian desa wisata untuk melanjutkan program desa wisata (Hasil wawancara ketua desa wisata Pulesari, 9 Maret 2019).

7. Logo dan Arti Desa Wisata Pulesari



Sumber : <https://desawisatapulesari.wordpress.com/about/profil-desawisata/>

Gambar 2.2 Logo Desa Wisata

- a. Gambar rumah warna coklat orange artinya :

Merupakan warna netral yang natural, hangat, membumi dan stabil, menghadirkan kenyamanan, memberikesan anggun dan elegan. Dapat member keyakinan dan rasa aman, warna yang akrab dan menenangkan, bisa mendorong komitmen (<https://desawisatapulesari.wordpress.com/about/>, 5 Oktober 2019).

- b. Tulisan wisata alam dan budaya tradisi warna hijau artinya :

Selalu dikaitkan dengan warna alam yang menyegarkan, membangkitkan energi dan juga mampu member efek menenangkan, menyejukkan, menyeimbangkan emosi. dan elegan menyembuhkan, menimbulkan perasaan empati terhadap orang lain untuk berwisata ke desa wisata Pulesari (<https://desawisatapulesari.wordpress.com/about/>, 5 Oktober 2019).

8. Slogan Desa Wisata

DESA TRADISI : T : entram

R : amah

A : man

DI : namis

S : ehat

I : ndah

Desa Tradisi memiliki sebuah arti bahwa desa ini sangat kuat akan ideologi tradisi akulturasi masyarakat yang bersifat religius yang telah terbentuk secara turun menurun seiring dengan perkembangan zaman sehingga disebut tradisi tidak melupakan nilai seni budaya yang ada untuk selalu dikembangkan dan

dilestarikan oleh masyarakat (<https://desawisatapulesari.wordpress.com/about/>,
5 Oktober 2019).

BAB III

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan memaparkan hasil temuan wawancara dan observasi yang telah dilakukan sebagai bentuk dari analisis manajemen e-pariwisata sebagai sarana promosi di Desa Wisata Pulesari. Pemaparan yang dilakukan oleh penulis sudah dipilah berdasarkan kebutuhan dan kesesuaian dengan data dalam kerangka penulis. Berikut adalah temuan data wawancara dan observasi pada Master admin media sosial dan Ketua pengelola desa wisata pulesari. Wawancara dilakukan dengan interaksi *face to face*. dan via whatshapp.

Berikut adalah hasil temuan penelitian dari hasil wawancara dan pengamatan di berbagai sosial media Desa Wisata Pulesari.

A. Pengembangan Teknologi Informasi di Desa Wisata Pulesari

1. Peningkatan Kesejahteraan dan Peningkatan Daya Saing Pariwisata

Desa Wisata Pulesari telah membuat sebuah program dalam meningkatkan kunjungan ataupun wisatawan yang datang dengan membuat tiga tim di bagian promosi, pengembangan edukasi, dan pemberdayaan masyarakat, nantinya tugas tim tersebut merumuskan sebuah program baru untuk peningkatan kapasitas pelayanan yang maksimal. Sedangkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ita Suryani tahun 2014 membentuk tiga pilar komunitas yang diharapkan ASEAN *Community* bisa mensejahterahkan masyarakat di seluruh Asia Tenggara , tiga pilar tersebut ialah Asean Political-security *community*, Asean Economic *community*, dan Asean Socio-culture *community*

“Dari program yang telah kita tanamkan untuk meningkatkan kunjungan ataupun wisata yang datang ke pulesari, kita e.. membentuk sebuah tim. Ada tim promosi, pengembangan edukasi, dan pemberdayaan masyarakat nah dari berbagai tim itu tadi kita merumuskan sebuah program yaitu program kalau yang dari promosi bagaimana kita e.. membuat kayak spot-spot selfie, promosi-promosi lewat media sosial dan kegiatan yang diadakan baik itu melalui dinas maupun melalui swasta atau melalui agen-agen yang mengadakan promosi wisata. Terus dari sektor yang lain

pengembangan kita menginovasi wahana agar lebih baik lagi, agar tidak stuck di satu kegiatan agar kegiatan yang lain bisa teramunisi itu yang kita lakukan.” (Wawancara Bapak Sarjana Kepala Desa Wisata Pulesari, 12 Januari 2020)

Dengan adanya program untuk meningkatkan kunjungan wisatawan yang dilaksanakan di Desa Wisata Pulesari, hal ini dapat dilihat bahwa pengelola sangat memperhatikan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan yang datang. Dengan membuat tiga tim seperti bagian promosi, pengembangan edukasi, dan pemberdayaan masyarakat diharapkan nantinya tim tersebut bisa melaksanakan tugasnya dan merumuskan sebuah program baru yang ditujukan untuk membuat inovasi baru di Desa Wisata Pulesari. Terutama dalam bidang bagian promosi harus lebih gencar-gencarnya dalam mempromosikan Desa Wisata Pulesari di berbagai media sosial yang di punya dengan selalu mengupdate kegiatan yang ada di desa baik itu pengunjung yang datang maupun berita tentang desa selalu di update di media sosial, mengupdate fasilitas-fasilitas wisata dan foto terbaru obyek wisata agar wisatawan semakin tertarik dan mengetahui bagaimana tempat tersebut dengan penampakan saat ini, kemudian dari bidang promosi diharapkan sering bekerjasama dengan dinas maupun swasta agar nantinya jika ada pengunjung yang datang agar bisa dialihkan langsung ke Desa Wisata Pulesari. Di bidang pengembangan edukasi diharapkan menambah pengembangan edukasi untuk nantinya dibagikan kepada wisatawan yang datang dan masyarakat desa yang agar bisa mendapatkan juga. dan terakhir dibidang pemberdayaan masyarakat pengelola bidang ini harus memperhatikan bagaiman perkembangan pemberdayaan masyarakat di Desa Wisata Pulesari, agar bisa berjalan berkelanjutan dengan baik dan benar. Dukungan dan pelatihan dari pengelola juga membantu agar nantinya program bisa berjalan berkelanjutan seiring dengan perkembangan Desa Wisata Pulesari.

2. Dampak Berantai Yang Ditimbulkan Dengan Adanya Industri Pariwisata

Adapun dampak positif dan negatif dari adanya industry pariwisata di suatu wilayah, di Desa Wisata Pulesari merasakan dampak positifnya seperti terbantunya dalam perekonomian untuk menambah kebutuhan hidup dan

pendidikan. Kalau dampak negative adanya gesekan sosial yang kearah penghasilan, serta kurangnya penataan manajemen.

“Ada positif ada negatif nya ya mbak, kalau yang positif jelasnya kalau industry atau usaha dibidang pariwisata sangat e.. menunjang sekali dari segi kebutuhan kehidupan masyarakat ke dalam e.. sektor pengembangan masyarakat yang maju contohnya dari penata lingkungan jelas sudah ketata terus dari kebersihan itu otomatis juga ada program sudah tercapai, terus dari e.. pendidikan itu juga, terus dari ekonomi itu juga sangat menunjang dan dari berbagai sektor dari e.. sektor katakanlah alam nya bisa kita kembangkan sebagai komoditif bukan jual barang tapi jasanya, Terus kalau dampak negative nya juga ada mbak yang jelas pertama itu kalo kurang mensikapinya kerentanan akan e.. gesekan sosial jadi kalau sudah bicara ke arah penghasilan uang biasanya gesekannya disitu, terus ada juga kurang penataan dalam manajemen itu di e.. keuangan juga menjadi masalah tapi Alhamdulillah disini sudah teratasi mbak.” (Wawancara Bapak Sarjana Kepala Desa Wisata Pulesari, 12 Januari 2020)

Salah satu penelitian terdahulu juga menggunakan dampak berantai dari adanya industri pariwisata yang dilakukan oleh Diah Pradiatiningtyas tahun 2014 menjelaskan tentang dampak berantai yang ditimbulkan industry pariwisata, dari sisi ini pelaku usaha wisata harus bisa mengetahui rantai atau alur dengan adanya keberdaan usaha wisata tersebut dalam masyarakat, dengan adanya identifikasi ini akan membuat pelaku usaha wisata memahami interaksi-interaksi yang harus dilakukan agar menimunmkan resiko. Sedangkan di Desa Wisata Pulesari dengan adanya industri pariwisata memiliki dampak positif dan dampak negatif, dari dampak positif nya dengan adanya industry wisata sangat membantu masyarakat memperbaiki kehidupan ekonomi dimana menambah pekerjaan sambilan untuk menambah kecukupan kehidupan, sehingga dengan kecukupan hidup mereka bisa memberikan bekal ilmu pendidikan untuk anak-anaknya agar mengetahui pendidikan. Adapun dampak negatif sebenarnya di bidang wisatanya tidak adanya dampak negative tetapi lebih kearah kurangnya penataan manajemen

keuangan, jika mendapatkan uang dan terdapat kurangnya komunikasi dari berbagai pihak, maka gesekan dari berbagai pihak akan muncul tapi pengelola sebisa mungkin menghandle dan mengatasin agar tidak terjadinya perpecahan.

3. Pembangunan Yang Berkelanjutan dan Pengembangan Wilayah

Pengembangan yang berkelanjutan di desa wisata pulesari sudah mulai diterapkan, dari semua sektor diperhatikan satu persatu bukan hanya satu sektor saja. Terutama dalam pemberdayaan masyarakat yang sangat sudah di siapkan agar generasi selanjutnya bisa melanjutkannya, serta dari SDA juga sudah di buat sedemikian mungkin dalam pemetaan wilayah yang nanti kedepannya akan dinilai sejarah. Disini pemangku kepentingan seperti pemerintah juga membantu agar pengembangan tetap terus berjalan.

“Pengembangan yang berkelanjutan itu kita udah terapkan memang udah dari sekarang ya, itu bagaimana kita pengembangannya dari berbagai sektor harus tercover semua, tidak hanya satu sektor saja yang diperhatikan berbagai sektor kita programkan untuk berkelanjutan baik itu dari pemberdayaan masyarakatnya itu yang paling utama, itu kita tidak berhenti hanya dari satu, dua, tiga generasi namun kita sudah mencangkakan ini sampai ke harapannya semakin ke depan itu kan wisata tidak semakin surut tapi semakin berkembang nah itu sudah kita tanamkan dari pengembangan sdm nya yang paling utama untuk berkelanjutannya, bagaimana cucu kami nanti dapat menikmati ini. Ini bukan hanya kita nikmatin dengan masyarakat, pengelola yang satu periode, tiga periode dan harus berkelanjutan dan ini sudah kita katakan seperti ibaratnya membangun rumah harus mempunyai pondasi rumah yang kokoh kolom-kolomnya sudah kita siapkan nantinya..”

(Wawancara Bapak Sarjana Kepala Desa Wisata Pulesari, 12 Januari 2020)

Berdasarkan hasil observasi penulis, ketika mengambil data sudah ada beberapa lahan lagi yang nantinya dibangun obyek wisata yang baru, dimana

hal ini terlihat bahwa pengelola sudah sangat memikirkan untuk kedepannya agar nantinya generasi selanjutnya bisa meneruskan perkembangan agar menjadi lebih maju.

Pengelola Desa Wisata Pulesari telah membuat rancangan kedepannya dalam pembangunan yang berkelanjutan dan pengembangan wilayah hal ini dilakukan agar nantinya penerus yang akan datang bisa meneruskan apa yang sudah dibuat saat ini oleh pengelola sekarang. Diharapkan pengelola sekarang juga mulai memberi pembelajaran bagi penerus saat ini bagaimana mengelola dengan baik dan benar serta harus banyak belajar agar nanti tetap berlanjut. Dalam hal ini terlihat bahwa pengelola sangat peduli dengan penerus yang akan datang yang diharapkan untuk meneruskan desa wisata ini, tetapi pengelola juga harus mulai memberikan pembelajaran untuk bagaimana mengelola tempat dan melanjutkan perancangan selanjutnya. Agar penerus nanti tidak kelabakan dalam mengelola, jika dimulai saat ini pembelajaran setidaknya penerus sudah mempunyai pengetahuan bagaimana mengelola dan melanjutkan agar nanti pengelola sebelumnya tidak kecewa dengan penerus selanjutnya.

4. Terciptanya Sumber Daya Manusia yang Berkualitas

Untuk menciptakan sumber daya manusia pengelola desa wisata pulesari melihat kebutuhan apa saja yang dibutuhkan oleh masyarakatnya, terutama dalam bidang kepeemanduan wisata biasanya anak remaja disini sudah mulai diikutkan pelatihan kepeemanduan untuk mereka berinteraksi dengan tamu-tamu yang datang serta difasilitasi mengikuti pelatihan bahasa inggris untuk nantinya bisa handle wisatawan asing yang datang. Tetapi untuk pelatihan bahasa inggris memang membutuhkan waktu yang lama dikarenakan sulitnya masyarakat untuk mengikutkannya.

“Dalam menciptakan sdm nya tentunya kita e.. melihat sebuah kebutuhan, walaupun pernah beberapa kali sudah kita upayakan e. ada yang berhasil dan ada juga yang belum berhasil sampai saat ini. Nah yang berhasil kita melihat anak-anak disini masyarakat dengan e.. yang ada kita ikutkan dalam pelatihan kepeemanduan bagaimana mereka berinteraksi dengan tamu secara maksimal terus itu juga gak mudah mbak, terus bagi orang-orang yang awam

terus mereka dihadapkan kepada tamu yang ada mahasiswa, perusahaan kebetulan mereka membangun sebuah bahasa juga kan gak mudah, namun ada yang gak berhasil yang dirasakannya mbak bagaimana kita melakukan pelatihan bahasa inggris mbak karena itu sulit kan ya mbak e.. mereka untuk menghadapi tantangan itu sendiri udah bilang sulit padahal itu udah kebutuhan pokok disini.”
(Wawancara Bapak Sarjana Kepala Desa Wisata Pulesari, 12 Januari 2020)

Dalam menciptakan sumber daya manusia pengelola desa wisata pulesari membuat SDA sesuai kebutuhan masyarakat, hal ini dilakukan agar anak-anak remaja sudah mulai ikut pelatihan kependudukan agar nantinya jika melayani tamu-tamu yang datang anak-anak sudah tidak kaku dan mulai terbiasa dalam menghadapi tamu. Dalam mengikuti kependudukan tidak ada unsur paksaan dari berbagai pihak dikarenakan kebutuhan ekonomi anak-anak yang sudah remaja menyadarin dan mulai mengikutin kependudukan wisata tersebut. Pengelola desa juga perlahan-perlahan memasukkan pelajaran bahasa inggris untuk dipelajarin agar nantinya anak-anak bisa melayani tamu-tamu turis yang datang agar tidak perlu lagi penerjamaahan untuk berkomunikasi, tetapi hal ini harus pelan-pelan untuk mempelajarinya karena tidak semua bisa menerima secara langsung tantangan untuk mempelajarin bahasa inggris, tetapi pengelola mengharapkan bahwa beberapa bisa dan fasih untuk mempelajarinnnya karena udah menjadi kebutuhan pokok agar bisa berkomunikasi dengan turis asing.

5. Mengoptimalkan Potensi Kepariwisata dengan Memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi

Pihak pengelola desa wisata pulesari sebisa mungkin memanfaatkan teknologi yang ada. Pada penelitian terdahulu yang juga menggunakan teknologi informasi dan komunikasi yang dilakukan oleh Dewi Yanti pada tahun 2019 dengan menggunakan *digital tourism* sebagai media promosi dan penyebaran informasi dengan teknologi pendukung seperti internet menjadi alat komunikasi besar untuk memudahkan komunikasi dengan masyarakat luas dan bisa diakses kapan, dimana, dan siapa saja. Sama halnya di desa wisata Pulesari dengan memanfaatkan teknologi yang ada saat ini melalui *e-tourism* untuk memudahkan mempromosikan, terutama melalui media

sosial yang memudahkan untuk berinteraksi dengan masyarakat luas. Serta teknologi lainnya seperti wifi sudah mulai dipasang di desa wisata pulesari yang nantinya memudahkan tamu-tamu dan masyarakat desa ingin menggunakannya.

“Kalau dalam memanfaatkan teknologi e.. sebisa mungkin kita memanfaatkan apa yang ada dan yang bisa diterapkan disini katakanlah sekarang ini kita promosi banyak memakai media sosial ada instagram, wa, fb, website yang sudah kita pakai. Terus kita juga sekarang sudah pengembangan bagaimana kita membuat medisgn kampug ini IT lah walaupun itu sederhana jadi di setiap spot-spot atau homestay-homestay sudah punya wifi semua, nah itu untuk memudahkan komunikasi tamu-tamu kami ataupun masyarakat khususnya mereka ikut andil dalam mempromosikan maupun ikut andil dalam mengembangkan dari desa wisata ini.”
(Wawancara Bapak Sarjana Kepala Desa Wisata Pulesari, 12 Januari 2020)

Pernyataan mas Didik sama halnya dengan bapak Sarjana dimana dengan adanya wifi memudahkan masyarakat dan wisatawan dalam berkomunikasi melalui media sosial.

“Kalau fasilitas itu dari swadaya desa, di sisi lain desa wisata juga memfasilitasi untuk menggunakan media sosial jadi satu kampung ini udah di pasang wifi untuk kebutuhan masyarakat sendiri dan untuk kebutuhan wisatawan yang berkunjung kesini dan biaya bulanan nya itu ditanggung oleh desa.” (Wawancara Mas Didik Master Admin Media Sosial, 10 November 2019)

Pengelola desa semaksimal mungkin memnfaatkan teknologi yang ada saat ini, seperti halnya dengan memasang wifi di setiap spot-spot yang ada di desa untuk memudahkan masyarakat dan wisatawan dalam berkomunikasi lewat media sosial terutama bagi pengelola dikarenakan mempromosikan lewat media sosial. Dengan adanya teknologi yang sangat berkembang saat ini, mas Didik selaku master admin media sosial sangat bersyukur karena di fasilitasi laptop untuk menyimpan data dan sebagiannya serta hardisk untuk

menyimpan file tertentu, serta difasilitasi kamera untuk memotret kegiatan yang berlangsung serta mengvideokan, hal ini sangat membantu pengelola untuk mempromosikan. Dan diharapkan nantinya pengelola bisa memberi sosialisasi tentang fotografi dan videografi untuk nantinya anak-anak bisa lebih mengerti bagaimana mengambil foto sesuai tema serta membuat video kegiatan untuk nantinya di upload di berbagai media sosial yang dimiliki desa. Karena saat ini pengunjung wisatawan akan lebih tertarik jika melihat suatu obyek tempat wisata melalui foto dan video.

6. Mengembangkan Sarana dan Prasarana Serta Meningkatkan Aksesibilitas Daya Tarik Wisata

Dalam mengembangkan sarana dan prasarana pihak desa wisata pulesari, membuat gambaran sarana dan prasarana apa saja yang akan di kembangkan terlebih dahulu lalu setelah itu baru dirembukan dengan warga sekitar. Biasanya pihak desa wisata pulesari melakukan perbaikan pada bulan ramadhan yang berasal dari padat karya desa wisata.

“Untuk pengembangannya kita e.. untuk yang lingkup pulesari biasaya kita rembuk lewat e.. rembuk warga kita akan mendisgn katakanlah kita arsitek seperti buat gambaran yang nantinya untuk dirembukan dulu, setelah itu baru kita tentukan setelah itu baru kita sepakatin. Terus kalau yang berkaitan dengan akses tentang pulesari itu biasanya kita masuk musakbangdesa tentang jalan-jalan polos gitu, jadi tidak hanya e.. kita nunggu biasanya kita proaktif dalam mengeluarkan contohnya jalan yang di lewat disitu kalau nunggu dari pemerintah kan lama ya mbak, biasanya kita yang mengeluarkan dari desa wisata e.. ada yang aspalnya bagus tapi tanggulnya gak bagus ya kita biayaiin buat dibagusin mbak e.. biasanya untuk renovasi itu ada bulan renovasinya mbak dalam satu tahun itu sudah kita rencanakan dalam satu bulan di bulan ramadhan itu biasanya perbaikan infrastruktur padat karya dari desa wisata.”(Wawancara Bapak Sarjana Kepala Desa Wisata Pulesari, 12 Januari 2020).

Dengan adanya sarana dan prasarana hal ini sebagai penunjang untuk kemudahan dan kepuasan pengunjung yang akan datang ke Desa Wisata Pulesari. Sarana dan prasarana di Desa Wisata Pulesari terlebih dahulu di rancang oleh beberapa tim lalu dirembuk lagi dengan masyarakat sehingga apapun rencana untuk mengembangkan akan tetap diskusikan dengan masyarakat agar juga ikut mengetahui apa yang dikembangkan selanjutnya. Dalam membangun seperti jalan rusak jika dari pemerintah belum turun, maka pengelola langsung turun tangan untuk memperbaiki dengan dana dari desa, dan setiap setahun sekali pengelola desa akan melakukan renovasi untuk memperbaiki sarana dan prasarana yang ada di desa biasanya dilakukan setiap bulan ramadhan dengan program padat karya.

Hal ini menunjukkan bahwa dengan kategori menjadi desa wisata mandiri ditunjukkan oleh pihak desa dengan menjadi mandiri ketika ada sarana ketika menuju ke desa rusak langsung diperbaiki tanpa adanya bantuan dari pemerintah, menurut hasil observasi melalui wawancara dengan kepala desa bahwa sebisa mungkin pihak desa akan memperbaiki sendiri jika ada sarana menuju ke desa rusak agar nantinya wisatawan yang berkunjung mudah untuk mencapai lokasi.

B. Manajemen E-Tourism Desa Wisata Pulesari

Istilah Manajemen yaitu sebuah rangkaian kegiatan mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan yang tujuannya untuk menggali dan memanfaatkan sumber daya alam yang dimiliki secara efektif untuk mencapai sebuah tujuan organisasi. Untuk mencapai tujuan organisasi, pengelola membutuhkan sarana manajemen yang biasanya disebut dengan unsur manajemen, Menurut Manullang (dalam Damanik Nora, 2016 hal. 15) menjelaskan tentang unsur manajemen tersebut terdiri atas manusia, material, mesin, metode, money dan markets.

1. Man (Manusia)

Sarana penting atau sarana utama untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan oleh individu-individu tersendiri atau manusianya. Man atau manusia ataupun juga sering diistilahkan dengan sumber daya manusia dalam manajemen merupakan factor yang sangat penting untuk merancang tujuan, menetapkan tujuan dan menajalankan proses dalam mencapai tujuan yang

ditetapkan . Di desa Wisata Pulesari dari awal menjadi desa wisata,yang merancang tujuan dan menetapkan tujuan yaitu bapak Sarjana dan dibantu rekan lainnya untuk mengelola desa wisata Pulesari. Ide membuat desa wisata ialah dari bapak Sarjana yang diharapkan dengan menjadi desa wisata bisa membantu pertumbuhan ekonomi warga.

2. Material (Material)

Dalam melakukan proses pelaksanaan kegiatan, membutuhkan material atau bahan-bahan yang menjadi alat atau sarana manajemen untuk mencapai tujuan. Di desa Wisata Pulesari yang menjadi alat atau sarana manajemen ialah media social, desa wisata, masyarakat desa & pengelola desa.

3. Mesin (Machine)

Dengan adanya kemajuan teknologi saat ini banyak khalayak yang menggunakan teknologi informasi untuk memberitahukan informasi, seperti desa wisata Pulesari dengan dibantu adanya teknologi informasi seperti internet, media social, dan website memudahkan pengelola untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas.

4. Metode (Method)

Untuk melakukan sebuah kegiatan biasanya dilakukan dengan berbagai metode cara menjalankan pekerjaan tersebut sehingga bisa menjadi sarana atau alat manajemen untuk mencapai tujuan. Di desa wisata Pulesari menggunakan cara untuk mencapai tujuan dibentuk tiga tim yang memiliki jobdesk berbeda-beda yaitu tim promosi, tim pemberdayaan masyarakat, dan tim pengembangan edukasi diharapkan dengan adanya tim tersebut membantu pengelola desa dalam melaksanakan tugas.

5. Uang (Money)

Uang sebagai sarana manajemen yang digunakan sedemikian rupa untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Di desa wisata Pulesari ketika peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Sarjana selaku ketua pengelola desa wisata Pulesari mendapatkan modal pertama kali dari mengikuti program acara yang mendapatkan uang, dari situlah menjadi modal pertama kali untuk membangun menjadi desa wisata.

6. Pasar (Markets)

Desa wisata Pulesari yang bergerak di bidang industry pariwisata memiliki target pasar yaitu masyarakat luas baik itu domestic maupun mancanegara.

Menurut George R. Terry (dalam Nadila dan Hardi, 2018, hal. 4) menyatakan bahwa proses manajemen terdiri dari apa yang disingkat menjadi P.O.A.C yaitu Perencanaan, Pengorganisasian, Penggerakan, dan Pengawasan, yang dijelaskan sebagai berikut :

1. Perencanaan Manajemen E-Tourism Desa Wisata Pulesari

Awal mula menggunakan media sosial untuk mempromosikan ialah pada tahun 2012 sebelum launching menjadi desa wisata, Pihak desa sudah mulai membuat media sosial seperti instagram, facebook, twitter dan website. Dimana ide tersebut berawal dari Didik selaku master admin media sosial, yang membuat semua akun media sosial serta bertanggung jawab dalam mengelola akun media sosial dari Desa Wisata Pulesari, adapun tim kreatif yang membantu mencari konten-konten foto dan video untuk nantinya di upload di media sosial. Dikarenakan sebagai kebutuhan awal untuk mempromosikan, awal mula merencanakan membuat media sosial pihak desa hanya menggunakan facebook dari beberapa media sosial yang bisa digunakan untuk memberi informasi kepada publik, setelah beberapa tahun ketika instagram sudah banyak digunakan orang pihak desa pun ikut menggunakan instagram sebagai perencanaan desa dalam membagi informasi.

“Sebelum launching menjadi Desa Wisata Pulesari kita udah memulai membuat media sosial seperti instagram, facebook, twitter, website. Karena untuk menjadi awal kebutuhan kami untuk menjadi media promosi, Untuk mempromosikan media sosial di pulesari kita mengupload konten-konten ada sebuah keunikan di dalam kegiatan yang kami laksanakan, kemudian konten-konten yang dapat menjadi daya tarik bagi netizen untuk melihat yang dilakukan di pulesari. Di sisi lain baik dengan adanya berkomunikasi bersama pertemuan pengiat media sosial.” (Wawancara Mas Didik Master Admin Media Sosial , 10 November 2019).

Dalam membantu mengembangkan e-tourism di desa wisata pulesari pemerintah juga ikut membantu dengan tahapan awal sosialisasi tentang e-pariwisata dan wisata , beberapa Universitas yang ada di Yogyakarta ikut membantu dalam hal seperti membantu dalam bidang lembaga pemberdayaan masyarakat dari kampus UPN dimana pihak kampus menunjang kebutuhan serta

memfasilitasi serta dalam bidang fotografi, jurnalistik, juga memfasilitasi pengembangan teknologi masyarakat. Dan dari kampus UNY membantu dalam bidang pemandu wisata, dan kuliner sedangkan dari kampus UIN membantu dalam wisata halal.

“Iya ada beberapa universitas yang membantu kami dalam bentuk kegiatan lembaga pemberdayaan masyarakat dari LPM nya, ada yang bentuknya penguatan kapasitas masyarakatnya ada tujuannya itu untuk e.. menunjang kebutuhan sarana, dari UPN lewat lembaga pemberdayaan masyarakatnya sudah difasilitasi oleh dosen dari UPN itu satu kita diberi fasilitas yang kaitannya dengan media sosial ini kita dibuatkan web oleh beliau disuruh berdaya sendiri karena biaya jadi kita melanjutkan saja karena udah dibuatin webnya mbak, terus ada pelatihan fotografi, jurnalistik, itu yang memfasilitasi juga dari UPN dan juga sebagai bentuk sarannya dan sebagai informasi sebagian, dan juga ada fasilitas pengembang teknologi masyarakatnya, pelatihan e.. membuat mesin pencacah e.. pelepah juga pembuatan semacam branding jenis produk yang ada di pulesari itu. Terus pengembangan lainnya seperti wisat lainnya dari UNY itu juga ada program pengabdian pemandu wisata, kuliner, dari UIN juga ada memfasilitasi kami dari upaya e.. mendampingi kawasan kami jadi wisata halal.” (Wawancara Mas Didik Master Admin Media Sosial , 7 Desember 2019).

Proses perencanaan ialah awal yang dilakukan pertama kali dalam manajemen, karena dengan dimulainya perencanaan menjadi tolak ukur untuk tercapainya suatu tujuan organisasi. Untuk melakukan perencanaan terdapa dua hal yang sudah ditetapkan yaitu yang pertama tujuan serta menentukan sebuah strategi agar bisa mencapai tujuan dari organisasi, menurut George R.Terry (dalam Nadila dan Hardi, 2018, hal. 4), proses menyangkut upaya yang dilakukan untuk mengantisipasi kecenderungan di masa yang akan datang dan penentuan strategi dan taktik yang tepat untuk mewujudkan target dan tujuan organisasi. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dwi Ayu Pranalia pada tahun 2015 dalam proses perencanaan e-government dengan menggunakan sumber daya untuk melakukan proses pembuatan aplikasi SIMYANDU yaitu yang sudah

menjalin kerjasama dengan pihak swasta yang sudah memahamin serta handal dalam menggunakan teknologi informasi komunikasi (TIK), dan tujuan utama dengan adanya aplikasi SIMYANDU sebagai pengadaan sarana serta prasarana, dan melewati proses pemberian bimbingan teknis (BIMTEK) untuk pengawai operator yang telah terpilih. Sedangkan di desa wisata Pulesari dalam melakukan proses perencanaan e-tourism ,pada tahun 2012 sebelum launching menjadi Desa Wisata Pulesari, pengelola mulai membuat media sosial dan website untuk mempromosikan desa agar bisa terjangkau luas. Ide membuat media sosial ini dilakukan oleh mas didik selaku master admin media sosial. Awal mula merencanakan membuat media sosial pihak desa hanya menggunakan facebook dari berbagai media sosial yang bisa memberi informasi kepada public, setelah menjelang beberapa tahun ketika instagram mulai ramai barulah pihak desa menggunakan lagi instagram sebagai perencanaan dan memberi informasi untuk mempromosikan desa. Dalam mengembangkan manajemen e-tourism desa wisata pulesari dibantu oleh beberapa pihak yaitu pemerintah dan beberapa universitas yang ada di Yogyakarta seperti UPN,UNY,UIN.

Dari hasil penelitian proses perencanaan manajemen e-tourism dapat disimpulkan bahwa proses perencanaan manajemen e-tourism dilaksanakan mulai dari membuat akun media sosial dan website sebagai sarana promosi desa yang baru memulai menjadi desa wisata, pemberian informasi mengenai desa wisata yang digunakan dalam mencapai tujuan. Serta dalam proses perencanaan e-tourism dalam pengembangan website dan wisata dibantu oleh kampus UPN, dengan memfasilitasi dalam bidang fotografi dan jurnalistik sangat membantu bagi pengelola desa karena dari sana mereka bisa belajar banyak untuk bagaimana mengambil foto yang baik serta membuat video untuk nantinya dimasukan ke media sosial, serta pengetahuan tentang jurnalistik dan membantu bagaimana penggunaan teknologi yang sudah mulai maju saat ini. Dalam proses perencanaan dibidang pariwisata dibantu juga dari kampus UNY yang membantu dibidang pemandu wisata seperti bagaimana mengelola homestay, mengelola tempat wisata, dan kuliner, dan kampus UIN membantu dalam bidang wisata halal.

2. Pengorganisasian Manajemen E-Tourism Desa Wisata Pulesari

Dalam melakukan pengorganisasian untuk mengelola desa wisata pulesari Kepala Desa Wisata Pulesari tidak sendirian untuk mengelola, tapi dibantu juga oleh beberapa rekan-rekan lainnya untuk nantinya bisa bertanggung jawab dalam tugas yang sudah diberikan.

“Kita ada yang bantu, saya bersama mas didik karena yang punya sistem kan kita. Kita mengusulkan sistem ini baru kita nanti tokoh-tokoh dibawahnya itu atau sebagai pengelola yang mampu kita gerakan yang pelaksana dari awal, yang kita programkan itu baru kita koordinasi kan dengan sub-sub yang lain akhirnya sampai ke semua masyarakat yang di desa ini” (Wawancara Bapak Sarjana Kepala Desa Wisata Pulesari, 16 Februari 2020)

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dwi Ayu Pranalia pada tahun 2015 tahapan awal proses pengorganisasian e-government yang dilakukan bersama sekretaris serta kepala bidang untuk menyusun sebuah rencana kebutuhan barang dan penyelenggaraan pendidikan untuk proses e-government, bidang penanaman modal berkerjasama dengan sub bidang promosi, sub bagian investasi dan kerjasama, sub bidang pengendalian serta pengawsan investasi, sub bidang analisa dan potensi melakukan sebuah analisis data informasi tentang sumber daya yang serta potensi yang dimiliki Kabupaten Kutai Barat untuk melakukan promosi penamaan modal daerah agar menjadi penyampaian informasi yang dimasukkan oleh operator sistem dalam website resmi Kepala Badan untuk menjadi manajer pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BP2T).



Sumber : Dokumen Pribadi

Gambar 3.1 Dokumentasi Petugas piket di kesekretariatan

Untuk menetapkan tugas dan menetapkan prosedur yang diperlukan biasanya Bapak Kepala Desa saling berkoordinasi dengan master admin dan bendahara untuk berembuk dan menganalisis kemampuan orang-orang yang nantinya ditaruh sesuai bidangnya tersebut.

“Saya dan mas didik jadi kita saling berkoordinasi mbak, dengan satu lagi dengan bendahara kita ada juga. Nanti kita berembuk kita kan awalnya akan menganalisis dulu katakanlah orang ini kemampuannya disini, keunggulannya ini agar nantinya yang diberi tugas bisa berkerja secara efektif dan bisa mencapai tujuan yang diinginkan dan kita disini pun juga melihat kelemahannya. Tatkala kita terapkan belum tentu nanti yang kita targetkan sesuai kan ya mbak. Nah itu kita analisa nanti tingkat keberhasilannya berapa persen, dari e.. tugas yang kita berikan belum tentu orang yang kita terapkam ini akan berhasil belum tentu itu, kita sudah antisipasi semula dari awal kalau ini tidak berhasil ada solusinya.” (Wawancara Bapak Sarjana Kepala Desa Wisata Pulesari, 16 Februari 2020)

Menurut Bapak Sarjana dari wawancara tersebut pengelola dalam menentukan tugas dan menetapkan prosedur sudah menganalisa terlebih dahulu untuk menempatkan orang-orang tersebut dalam diberi tanggung jawab, hal ini dilakukan agar yang sudah diberi tanggung jawab merasa nyaman sesuai tugas yang diberikan serta bisa mencapai tujuan organisasi. Dalam hal ini pengelola juga sudah mengantisipasi jika nantinya ada yang tidak berhasil dalam diberi tugas akan diberi solusi oleh pengelola. Dimana menurut George R. Terry (dalam Nadila dan Hardi, 2018, hal. 4) menjelaskan proses pengorganisasian menyangkut bagaimana strategi dan taktik yang telah dirumuskan dalam perencanaan di desain dalam sebuah struktur organisasi yang tepat dan tangguh, sistem dan lingkungan organisasi yang kondusif, dan dapat memastikan bahwa semua pihak dalam organisasi dapat bekerja secara efektif dan efisien guna pencapaian tujuan organisasi.

Dalam menentukan keputusan pengelola mengasihikan kepada masyarakat karena masyarakat lah yang menentukan lalu pihak pengelola nanti yang membuat konsep kebijakannya. Karena Bapak Sarjana mengatakan bahwa desa ini dibangun oleh masyarakat sehingga harus kembali lagi keputusan dari masyarakat.

“Yang menentukan itu masyarakat mbak, dari sebuah keputusan bersama kita membuat sebuah pengelolaan kemudian di pengelolaan itu sendiri akan memunculkan sebuah konsep kebijakan yang harus diambil dari pengelola yang diterapkan oleh masyarakat ataupun ditugaskan. Jadi kerja kita itu e.. amanah masyarakat.” (Wawancara Bapak Sarjana Kepala Desa Wisata Pulesari, 16 Februari 2020).

Disini masyarakat desa juga ikut membantu dalam mempromosikan Desa Wisata Pulesari, dimana peran masyarakat dengan cara memperkenalkan desa wisata pulesari di berbagai acara yang dibuat komunitasnya, door to door, dengan teman-teman komunitas di facebook, dan mengupload beberapa di media sosial yang dimiliki masyarakat. Serta tidak hanya berpartisipasi dalam bidang promosi saja tetapi masyarakat juga menyiapkan rumah mereka untuk dijadikan homestay yang digunakan jika ada tamu-tamu yang menginap di desa wisata pulesari.

“Jadi peran masyarakat dalam membantu untuk memperkenalkan pulesari ini melalui beberapa acara dan departemen komunikasi karena kami selaku tim manajemen memberikan bentuk apresiasi kepada masyarakat yang dapat mendatangkan ketempat kami, sehingga masyarakat berlomba-lomba bagaimana mereka bisa mencari dan memperkenalkan agar tamu dapat berkunjung” (Wawancara Mas Didik Master Admin Media Sosial, 7 Desember 2019).

Dari hasil penelitian ini terlihat bahwa pengorganisasian di desa wisata pulesari lebih tertuju untuk mengelola sistem, menetapkan tugas dan prosedur, dan penetapan struktur organisasi. Dimana dalam mengelola sistem pengorganisasian kepala desa tidak sendiri untuk mengelola tetapi dibantu beberapa rekan lainnya yang bisa bertanggung jawab yang sudah diberikan,

seperti halnya dalam mengusulkan sistem biasanya bapak Sarjana akan berembuk terlebih dahulu dengan beberapa tim ini lalu jika setuju baru mengkoordinasikan dengan sub-sub lainnya untuk disampaikan ke semua masyarakat sehingga masyarakat juga harus mengetahui tentang usulan sistem tersebut, dalam menetapkan tugas dan prosedur bapak Sarjana akan berkoordinasi dengan timnya untuk berembuk dan menganalisis kemampuan orang-orang yang akan ditaruh berdasarkan bidangnya, biasanya dalam melakukan analisis akan dilihat dari kemampuan dan kelemahannya. Tetapi kadang ada beberapa yang gagal dalam melakukan tugasnya, pengelola tidak akan langsung menggantikannya tetapi memberi solusi serta memberikan pembelajaran agar bisa dimengerti dan bisa melaksanakan tugasnya tersebut. Dan yang terakhir dalam menentukan keputusan pengelola akan mengasihkan kepada masyarakat yang berhak menentukan, pengelola disini hanya membuat konsep kebijakannya karena desa ini dibangun oleh masyarakat sehingga harus kembali dengan keputusan masyarakat.

3. Penggerakan Manajemen E-Tourism Desa Wisata Pulesari

Menurut G.R.Terry (dalam Noviana Rina dkk, 2015, hal. 4) menjelaskan proses menggerakan program agar dapat dijalankan oleh seluruh pihak dalam organisasi serta proses memotivasi agar semua pihak tersebut dapat menjalankan tanggungjawabnya dengan penuh kesadaran dan produktivitas yang tinggi. Dalam melakukan penggerakan Bapak Sarjana biasanya yang memulai untuk menggerakkan dalam melakukan kegiatan yang ditentukan seperti kegiatan promosi desa di media sosial, melayani pengunjung yang datang, serta kegiatan yang lainnya, sehingga nantinya yang melaksanakan akan bekerja mengikuti sesuai intruksi.

“Iya saya mbak, dari saya yang menggerakan nanti baru e.. yang sebagai pelaksana atau dibawahpun kerjanya itupun dari intruksi dari saya, katakanlah program bulan ini dilaksanakan nah yang bawah sudah mulai kerja mbak.” (Wawancara Bapak Sarjana Kepala Desa Wisata Pulesari, 16 Februari 2020)



Sumber : Website Desa Wisata Pulesari

Gambar 3.2 Dokumentasi petugas sedang melaksanakan kegiatan

Di setiap menggerakan kegiatan yang akan dilaksanakan Bapak Sarjana tetap memberi motivasi serta bimbingan agar bawahannya tetap merasakan senang dalam melakukan pekerjaan, ia berharap bawahannya melaksanakan dengan hati yang senang tapi tidak dengan keterpaksaan, dan di setiap kegiatan berlangsung Bapak Sarjana tetap ikut langsung dalam kegiatan.

“Pada intinya saya berprinsip bahwa berbuat lah baik kepada orang lain, pasti berbuat baik kepada orang lain yang bermanfaat, karena kan sebaik-baiknya manusia yang bermanfaat untuk orang lain nah itu yang saya cari. Takkala kita mendasari pekerjaan tugas dengan kerelaan hasilnya akan baik tetapi jika kita melaksanakan tugas dengan keterpaksaan hanya memikirkan opo ini tugas saya enggak tapi dengan hati, tapi yang paling pokok itu nyontohin kasih contoh yang saya kira seperti itu. Walau tidak semua lebih baik saya banyak bekerja dripada banyak omongnya jadi saya ikut membantu kegiatan.” (Wawancara Bapak Sarjana Kepala Desa Wisata Pulesari, 16 Februari 2020)

Promosi pariwisata (dalam Irfan dan Apriani, 2017, hal. 326) dengan menggunakan metode konvensional seperti penyebaran brosur/pamphlet, dan sebagainya membutuhkan biaya yang besar dan tidak efektif dilakukan saat ini, sehingga dipandang perlu suatu metode promosi yang lebih efektif yaitu salah satunya melalui promosi internet merupakan cara yang paling efektif dalam mempromosikan pariwisata mengingat kemudahan akses dan jaringan informasi

dari internet yang sangat luas memungkinkan promosi pariwisata dapat diakses kapan, dimana, dan siapa saja. Promosi pariwisata melalui internet dapat dilakukan dengan membuat website pariwisata (e-tourism), promosi video pariwisata melalui youtube dan jejaring sosial. Salah satu yang dilakukan pengelola untuk mempromosikan wisata dan potensi desa wisata melalui internet yang menjadi solusinya dalam memasarkan. Dapat menggunakan website, dan sosial media untuk mempromosikan produk-produk dan potensi yang ada di Desa Wisata Pulesari. Website desa <https://desawisatapulesari.wordpress.com/>, media sosial *facebook* *desawisatapulesari*, *instagram* *desawisatapulesari*, dan *twitter* @Wisatapulesari dalam memperkenalkan atau memasarkan produk dan potensi yang ada di Desa Wisata Pulesari

“Salah satunya media sosial untuk penyampaian informasi di sisi lain karena, satu melalui media sosial kita dengan mudah mempromosikan sebuah kawasan, yang keduanya jadi ketika sudah mengenal media sosial yang menggunakan media sosial tidak hanya dalam sebuah satu kawasan tetapi bisa diakses di seluruh dunia sehingga itu salah satu bentuk upaya kita agar memperkenalkan pulesari ini tidak hanya pada kawasan sekup lokal daerah bahkan tingkat nasional bisa di tingkat dunia.” (Wawancara Mas Didik Master Admin Media Sosial, 10 November 2019)

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dwi Ayu Pranalia pada tahun 2015 menjelaskan bahwa pelaksanaan aplikasi SIMYANDU sudah mencukupi tiga tipe relasi e-government yaitu yang pertama (G-to-C) ialah government-to-citizen dalam aplikasi SIMYANDU memberikan informasi dan layanan kepada masyarakat untuk pelayanan perizinan. (G-to-B) ialah government-to-business ialah sebuah investor atau pihak swasta untuk menginvestasi modal dengan adanya informasi tentang SDA dan potensi yang ada di Kabupaten Kutai Barat, hal ini menjadi komunikasi yang bagus dengan pemerintah sama pihak swasta untuk bisa menjalin relasi untuk menguntungkan satu sama lain. Yang terakhir ada (G-to-E) ialah government-to-employees hal ini membantu para pegawai yang menjadi operator dalam aplikasi SIMYANDU untuk melakukan proses pelayanan perizinan.

a. Website Desa Wisata Pulesari

Website Desa Wisata Pulesari diluncurkan pada tahun 2012 dengan tujuan sebagai media penyampai informasi khususnya dalam hal obyek wisata, sejarah desa, album wisatawan, fasilitas wisata, reservasi pemesanan dan paket wisata. Aktivitas website biasanya lebih memperlihatkan isi-isi berita kegiatan tentang pulesari, obyek wisata yang ada di desa wisata, fasilitas yang dimiliki, paket-paket wisata untuk rombongan yang akan mengunjungi desa wisata, dan tentang museum salak yang dimiliki desa wisata.



Sumber : <https://desawisatapulesari.wordpress.com/about/>

Gambar 3.3 Halaman Utama Website Desa Wisata Pulesari

Jika dilihat dalam *website* untuk mempromosikan Desa Wisata Pulesari dimana pada halaman ini pengelola menampilkan obyek wisata apa saja yang dimiliki dan diberi penjelasan sedikit

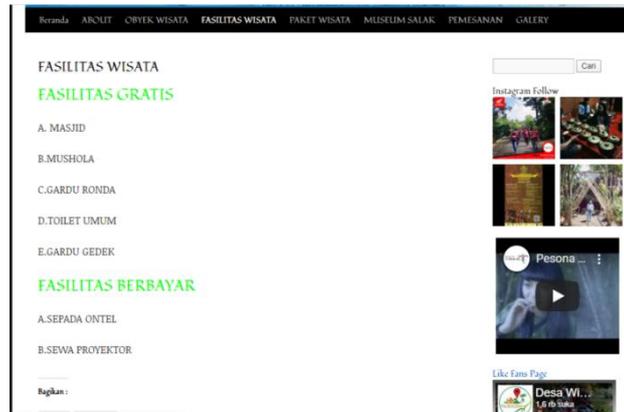


Sumber : <https://desawisatapulesari.wordpress.com/about/>

Gambar 3.4 Halaman Penjelasan Obyek Wisata

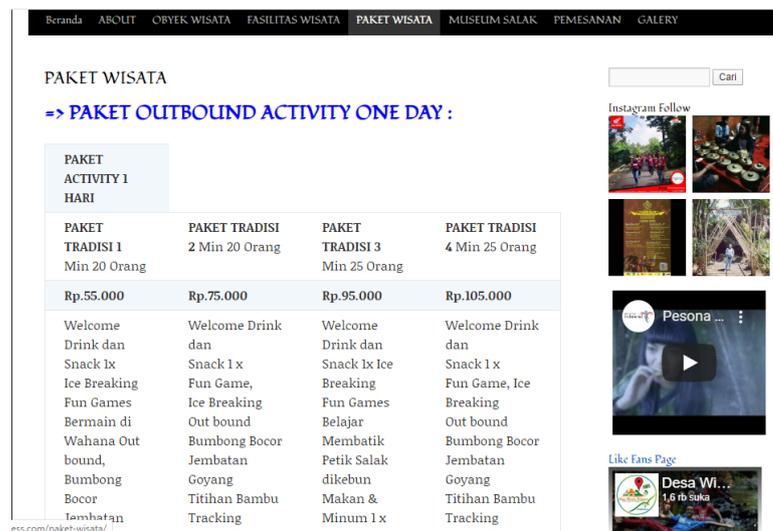
Serta memberitahu tentang fasilitas yang dimiliki desa, dan pengelola mencantumkan ada beberapa pilihan paket wisata untuk wisatawan yang ingin

berkunjung rombongan sehingga memudahkan wisatawan untuk menyesuaikan budget.



Sumber : <https://desawisatapulesari.wordpress.com/about/>

Gambar 3.5 Halaman Penjelasan Fasilitas Wisata



Sumber : <https://desawisatapulesari.wordpress.com/about/>

Gambar 3.6 Halaman Penjelasan Paket Wisata

Ada halaman pemesanan dimana wisatawan bisa langsung mengisi form untuk pemesanan tempat dan beberapa pilihan paket di Desa Wisata Pulesari sehingga memudahkan wisatawan yang ingin berkunjung tanpa harus datang ketempat.

PEMESANAN DESA WISATA PULESARI

Segera Lakukan Pemesanan Wisata Anda Di Desa Wisata Pulesari Menawarkan Wisata Alam dan Budaya Tradisi

* Wajib

*
PENDAFTARAN RESMI
 Ya

*
NAMA LENGKAP

*
ALAMAT LENGKAP

*
RT

*
RW

*
KECAMATAN

*
KABUPATEN/KOTA

Sumber : <https://desawisatapulesari.wordpress.com/about/>

Gambar 3.7 Halaman Form Pemesana Desa Wisata Pulesari

Dari hasil penelitian ini dilihat bahwa beberapa contoh tampilan website desa wisata pulesari berusaha memberikan isi informasi yang lengkap. Terlihat pada tampilan awal pada gambar 3.3 terdapat ada beberapa pilihan profil, obyek wisata, fasilitas wisata, paket wisata dan pemesanan. Para wisatawan bisa memilih salah satu informasi yang diinginkan untuk mengetahui informasi tersebut. Di website juga membuat forum pemesanan bagi wisatawan yang ingin langsung memesan sehingga tidak perlu jauh-jauh untuk datang ke lokasi cukup mengisi forum tersebut dengan lengkap akan langsung di urus dengan pengelola untuk pemesanan tempat.

Penelitian ini sama halnya dengan penelitian terdahulu milik Diah Pradiatiningtyas pada tahun 2014 yang berjudul Pemasaran Online Melalui E-Tourism, Bauran Pemasaran Jasa Pariwisata dan Pemosisian Untuk Promosi Pariwisata Daerah Di Indonesia, Khasanah Ilmu. Fokus penelitian dalam jurnal tersebut berfokus pada kekuatan wilayah untuk menjadi destinasi wisata dengan menggunakan konsep E-Tourism dengan menggunakan media online seperti website. Hal ini memiliki kesamaan apa yang diteliti oleh peneliti karena keduanya sama-sama membahas tentang bagaimana pengelola wisata memberikan informasi lengkap di website untuk menjadi pendukung sehingga

wisatawan bisa menentukan tujuannya untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut.

b. Facebook Desa Wisata Pulesari

Desa Wisata Pulesari memiliki akun *facebook* yang dibuat oleh pihak desa pada tahun 2012 untuk menjadi penyampaian informasi di media, khususnya tentang penambahan jumlah kunjungan wisatawan, kegiatan yang ada di Desa Wisata Pulesari, dan review pengunjung wisatawan yang datang. Akun *facebook* desa wisata Pulesari masih berjalan aktif sampai saat ini, bisa dilihat dari banyak masyarakat yang menyukai halaman *facebook* desa wisata Pulesari sejumlah 1.696 fans, informasi yang ada di akun *facebook* ini menjelaskan mengenai obyek wisata, aktivitas wisatawan, informasi wisata dan kesenian budaya yang dimiliki desa wisata Pulesari, dan mengenai kegiatan/event pariwisata yang diadakan di Desa Wisata Pulesari.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ita Suryani pada tahun 2014 menjelaskan bahwa media *facebook* ditujukan untuk menjadi penyampaian informasi khususnya dibagian peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, belanja wisatawan, lama tinggalnya wisatawan, dan peningkatan investasi di bidang kebudayaan dan pariwisata. Adanya komunikasi di akun *facebook* ini masih aktif sampai saat ini bisa dilihat dengan jumlah menyukai sebanyak 1.953 fans di halaman *facebook* disarbud Provinsi Jawa Barat. Informasi yang disampaikan di akun *facebook* menginformasikan pariwisata, even/kegiatan, ikon pariwisata di Jawa Barat, objek wisata dan yang terakhir informasi tentang perkembangan pariwisata serta budaya.



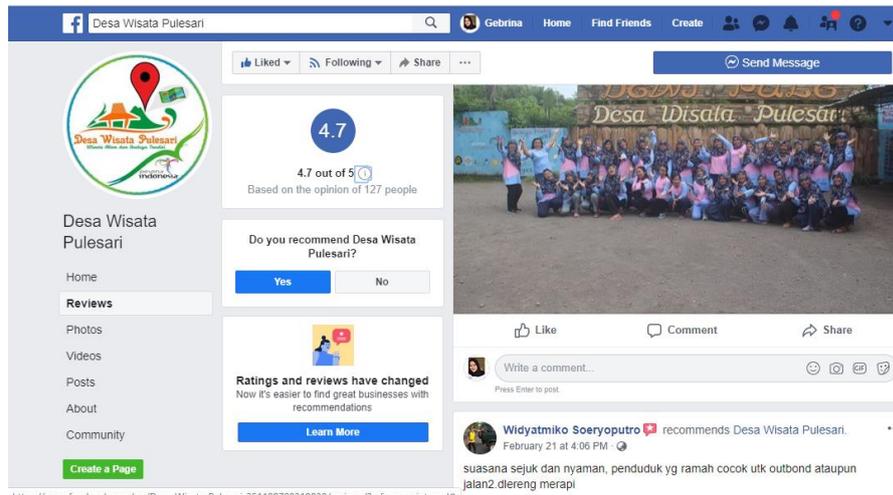
Sumber : <https://www.facebook.com/Desa-Wisata-Pulesari->

Gambar 3.8 Facebook Desa Wisata Pulesari

Menurut (Hendra Ratna ,2016 , hal. 22) menjelaskan Facebook menjadi aplikasi media sosial yang saat ini masih banyak digunakan meskipun muncul media sosial lainnya yang tak kalah banyak penggunanya, kemunculan facebook sejak awal sudah dapat membuktikan bahwa pengguna facebook cukup ngetrend di kalangan masyarakat hingga saat ini. Di dalam facebook mempunyai beberapa fitur yang ada pada facebook memudahkan perusahaan atau organisasi tersebut bisa memberikan informasi dengan cepat kepada khalayak, selain itu juga bisa mendapatkan timbal balik atau respon dengan cepat. Pada awal menggunakan media sosial pengelola desa memberikan informasi kepada publik melalui salah satu media sosial facebook, karena pada tahun 2012 facebook masih sangat ngetrend untuk digunakan sehingga pengelola memanfaatkan untuk mempromosikan desa, sampai saat ini juga pengelola tetap menggunakan facebook dalam penyampaian informasi.

Penilaian dari wisatawan disini berisi informasi foto dan kegiatan wisatawan yang datang ke Desa Wisata Pulesari, adapun layanan dari facebook yang berisi informasi umum tentang perusahaan/instansi yang dapat disukai (like) oleh pengguna facebook secara umum. Interaksi yang terjadi ketika pemilik halaman mengirimkan informasi kegiatan ke halaman tersebut, maka penggemar yang menyukai akan menerima informasi yang dikirim kan tersebut sehingga hal ini sangat efektif untuk pemasaran.

Disini facebook memiliki fitur reviews dan ratings dimana untuk mengadakan sebuah poling (pendapat) dari wisatawan yang datang. Dengan adanya fitur tersebut pemilik usaha akan mendapatkan umpan balik (feedback) dari pelanggannya secara acak, sehingga hasil pendapat tersebut bisa digunakan untuk menentukan kebijakan selanjutnya. Dengan adanya fitur tersebut memudahkan wisatawan lain untuk menilai bagaimana kondisi sekarang ini.



Sumber : <https://www.facebook.com/Desa-Wisata-Pulesari->

Gambar 3.9 Reviews dan Ratings dari Wisatawan

c. Twitter Desa Wisata Pulesari

Akun *twitter* @WisataPulesari diluncurkan tahun 2012 aktif sampai saat ini dengan followers sebanyak 1.238. Situs ini menyediakan informasi dan berita berupa destinasi wisata, kegiatan wisata, serta berbagai acara yang ada di Desa Wisata Pulesari. Akun *twitter* @WisataPulesari juga digunakan untuk memberi informasi kegiatan yang ada di Desa Wisata Pulesari. Hadirnya akun *twitter* ini diharapkan masyarakat semakin mudah mendapatkan informasi produk dan potensi yang ada di Desa Wisata Pulesari. Sebab internet sudah menjadi sumber utama dalam informasi. Walaupun informasi yang ada di *twitter* melalui linkan dari *instagram* dan *facebook* diharapkan nantinya juga ada beberapa wisatawan domestik dan mancanegara tertarik untuk mengunjungi Desa Wisata Pulesari.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ita Suryani pada tahun 2014 menjelaskan tentang akun *twitter* @kemenparekraf yang dibuat pada tahun 2010 dan masih aktif sampai saat ini. Akun *twitter* ini menjadi media penyampaian berita serta informasi tentang kegiatan pariwisata di Indonesia, atraksi, dan destinasi wisata. Media *twitter* ini menjadi sarana promosi juga tentang pariwisata tanah air dan menjelaskan program-program yang sudah dilakukan oleh Kemenparekraf RI. Yang diharapkan masyarakat bisa semakin mudah mengetahui informasi potensi dan produk wisata di Indonesia. Karena dengan adanya internet menjadi acuan utama informasi, dan diharapkan bisa menjadi

banyak jumlah wisatawan domestik serta mancanegara yang berkunjung ke Indonesia.



Sumber : <https://twitter.com/WisataPulesari>

Gambar 3.10 Twitter Desa Wisata Pulesari

Dari hasil penelitian ini mengenai media sosial *twitter* desa wisata pulesari, sampai saat ini *twitter* masih digunakan seperti biasanya yang mengunggah tweet mengenai informasi desa wisata pulesari dan juga memberikan informasi melalui link an dari instagram maupun facebook, hal ini terlihat bahwa media sosial tersebut tetap digunakan walaupun sangat jarang pengelola memberikan informasi di *twitter* tetapi tetap sesekali memberikan informasi. Diharapkan bagi pengelola tetap memberikan informasi di *twitter* walaupun hanya beberapa hari sekali, hal ini dikarenakan sekarang banyak masyarakat kembali menggunakan *twitter* yang diharapkan nanti bisa menarik pengunjung wisatawan dari informasi yang ada dari *twitter* desa wisata pulesari.

d. Instagram Desa Wisata Pulesari

Akun *instagram* desawisatapulesari diluncurkan tahun 2012 aktif sampai dengan saat ini dengan followers sebanyak 3.042. Situs ini menyediakan informasi dan berita berupa destinasi pariwisata, kegiatan wisatawan, kesenian dan kebudayaan yang ada di Desa Wisata Pulesari. Akun ini juga digunakan untuk mempromosikan Desa Wisata Pulesari. Dengan adanya *instagram* desawisatapulesari diharapkan agar wisatawan semakin banyak yang datang untuk berkunjung baik itu wisatawan domestik maupun turis dari mancanegara, dengan mencantumkan nomor yang bisa dihubungi

memudahkan wisatawan untuk langsung mendapatkan informasi dan tidak perlu mencari-cari lagi, serta adanya link website yang dicantumkan bisa memudahkan wisatawan untuk mengetahui produk dan potensi yang dimiliki oleh Desa Wisata Pulesari.



Sumber : <https://instagram.com/desawisatapulesari?igshid=1j819zra5gq6z>

Gambar 3.11 Instagram Desa Wisata Pulesari

Dengan mengupload foto-foto kegiatan wisatawan, memiliki kekuatan untuk menarik perhatian para pengguna instagram lainnya, biasanya para pengguna instagram jika mengunjungi tempat wisata pasti terlebih dahulu melihat instagram lalu mengunjungi tempat tersebut.

“e.. kalau yang di instagram itu pada gambar-gambar yang berkonten tematik, konten gambar yang jarang kita upload jadi kita itu lebih membuat sebuah konten sekiranya itu konten yang unik ataupun yang khas oh ternyata pulesari itu mempunyai sebuah satu misalnya pemandangan seperti ini toh , terus pulesari itu mempunyai wahana di sungai dan fotonya seperti ini jadi lebih adanya semisalkan yang teman-teman bilang itu konten yang menarik dan memiliki daya jual untuk orang itu mau melihat benda tersebut, jadi yang kita lakukan saat ini seperti itu kalau di instagram.” (Wawancara Master Admin Media Sosial Mas Didik, 10 November 2019)

Foto-foto yang diunggah di media sosial instagram menurut informan juga memiliki kriteria tertentu agar wisatawan yang lain tertarik, untuk kriteria foto yang diinginkan juga ada penyeleksian terhadap foto-foto yang di dapat. Seperti

memilih foto yang bagus, foto yang diambil dari sudut yang berbeda walau masih dalam satu tempat wisata, kegiatan seleksi foto dilakukan oleh master admin sehingga anggota bebas memasukkan beberapa foto yang nantinya ada diunggah oleh master admin.

“Kalau foto itu bebas berekspresi silahkan nanti tinggal kumpulin, jadi kira-kira dia itu memilih foto yang bagus yang mana yang mau diambil yang mana, kalau untuk ngumpulin foto itu udah hak nya masing-masing tetapi yang menurutnya dia itu bagus, nah makannya kita harus berfikir bagaimana konten yang sudah kita upload itu agar orang tidak bosan dengan adanya sebuah inovasi foto lainnya. jadi seperti kita menimalisirkan adanya sebuah konten yang menarik dan konten-konten yang baru, kecuali tamu yang datang biasanya menandai desa wisata pulesari dengan foto yang sama versi tamu dan versi pengelola itu tidak masalah karena dari tamu juga mempunyai viewer yang berbeda dari pihak pengelola.”
(Wawancara Master Admin Media Sosial Mas Didik, 10 November 2019)

Penelitian ini sama halnya dengan penelitian terdahulu milik Gita Atiko, Ratih Hasanah, dan Kharisma Nasionalita pada tahun 2016 yang berjudul Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata RI (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @INDTRAVEL). Fokus penelitian dalam jurnal tersebut berfokus pada dalam mempromosikan pariwisata dengan sangat maksimal dengan menggunakan media sosial instagram untuk menaikkan jumlah wisatawan di Indonesia, strategi yang digunakan dalam bidang promosi memiliki beberapa tahapan yang nantinya bisa tercapai tujuan yaitu penciptaan konten, penyusunan program, implementasi program, monitoring dan evaluasi. Hal ini memiliki kesamaan apa yang diteliti oleh peneliti karena keduanya sama-sama menggunakan instagram untuk meningkatkan pengunjung yang datang karena dari instagram bisa banyak menarik wisatawan untuk berkunjung ke desa wisata pulesari, serta tahapan untuk mencapai tujuan juga sama dilakukan oleh pengelola dimana sudah membentuk tim yang nantinya tugasnya untuk menciptakan konten yang

keadaan informasi desa. Berdasarkan hasil observasi peneliti pengelola dalam memberikan informasi melalui website dan media sosial sudah sangat mencakupi dan selalu memberi updatean baru tetapi hanya saja salah satu media sosial seperti twitter sangat jarang sekali memberikan informasi hanya sesekali, informasi yang diberikan hanya melalui linkan dari facebook dan instagram ketika mengupdate sehingga kurang optimalnya dalam memberikan informasi di twitter jika hanya mengandalkan dari linkan saja, di harapkan nantinya pengelola bisa lebih sering membuat tweets mengenai kegiatan atau informasi mengenai desa agar nanti para followers twitter bisa juga mendapatkan informasi.

4. Pengawasan Manajemen E-Tourism Desa Wisata Pulesari

Dengan adanya pengawasan disini berguna untuk melihat efektif dan efisien dalam melaksanakan kegiatan yang berlangsung dan pengorganisasian, pengawasan ini berfungsi untuk pengevaluasian yang nantinya bisa menjadi lebih baik serta sesuai dengan tujuannya. Menurut G.R.Terry (dalam Noviana Rina,dkk, 2015, hal. 4) menjelaskan proses pengawasan yang dilakukan untuk memastikan seluruh kegiatan yang telah direncanakan, diorganisasikan, dan digerakkan dapat berjalan sesuai dengan target yang diharapkan sekalipun berbagai perubahan terjadi dalam lingkungan yang dihadapi. Di Desa Wisata Pulesari dalam melakukan pengawasan biasanya dilakukan sesuai sub posisi yang menjadi tanggung jawabnya.

“Kalau controlling bahwasaya itu katakanlah ada mas didik sesuai sub posisinya , penanggung jawab nanti mereka akan melaporkan ke kita kepada pengelola.” (Wawancara Bapak Sarjana Kepala Desa Wisata Pulesari, 16 Februari 2020)

Dalam melakukan pelaksanaan dan pengorganisasian akan selalu ada evaluasi untuk kedepannya baik itu tentang pengelola yang mengelola wisata, pengelola dalam melayani tamu atau rombongan yang datang dan promosi melalui internet agar bisa memperbaiki kesalahan yang ada sebelumnya, biasanya evaluasi dilakukan dalam kumpulan juma't pon atau ketika sedang kumpulan pengajian dan nantinya akan dijelaskan beberapa point secara umum agar masyarakat bisa mengerti dan juga memberikan masukan kepada pengelola

“Biasanya itu dilakukan ada kumpulan malam juma't pon mbak dari bapak-bapak saya yang menyampaikan, terus ada juga kumpulan pengajian satu kampung tapi hanya tingkat titik point evaluasi yang secara umum bukan secara detail artinya setiap kegiatan dalam 1 bulan kita masukkan apa aja target yang selaras dengan masyarakat yang dibutuhkan.” (Wawancara Bapak Sarjana Kepala Desa Wisata Pulesari, 16 Februari 2020)

Berdasarkan hasil observasi penulis, ketika mengambil data penulis melihat bagaimana setiap pegawai yang diberi tanggung jawab dalam melaksanakan tugasnya langsung mengambil posisi yang sudah ditanggung jawabkan, seperti ada yang menunggu rombongan yang datang, mengawasi rombongan anak sd, menjadi pendamping saat bermain di sungai dan sesekali biasanya mas didik mengontrol kegiatan yang sedang berlangsung.

Dari hasil penelitian menjelaskan di desa wisata Pulesari melakukan controlling dengan penanggung jawab sehingga nantinya akan melaporkan kepada pengelola. Melakukan evaluasi tentang pengelola yang mengelola wisata, pengelola dalam melayani tamu atau rombongan yang datang dan promosi melalui internet, biasanya dilakukan pada saat kumpulan juma't pon atau ketika sedang kumpulan pengajian yang dimana memberikan informasi kepada masyarakat agar nantinya bisa mengerti dan memberikan masukan kepada pengelola. Diharapkan dengan adanya evaluasi bisa memperbaiki kesalahan yang ada dan sebelumnya.

A. Analisis SWOT Manajemen E-Tourism Sebagai Sarana Promosi di Desa Wisata Pulesari

Analisis SWOT ialah analisis yang sering digunakan oleh beberapa instansi atau perusahaan, karena dengan analisis SWOT bisa mengetahui bagaimana dampak dari sebuah instansi atau perusahaan. Analisis SWOT menurut Rangkuti (dalam Saleh, 2016, hal. 81) analisis SWOT ialah beberapa faktor untuk merumuskan strategi sebuah organisasi, dinyatakan bahwa analisis ini menggunakan dasar logika yang nantinya dapat memaksimalkan sebuah kekuatan (strengths), peluang (opportunities), dan secara bersamaan bisa meminimalkan kelemahan (weakness) serta ancaman (threats) yang ada. Analisis

SWOT yang dapat dilakukan setelah adanya hasil survey yang dilakukan juga didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh Kepala Desa dan Master Admin Media Sosial.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan di Desa Wisata Pulesari maka peneliti membuat sebuah analisis SWOT manajemen e-pariwisata sebagai sarana promosi di Desa Wisata Pulesari. Berikut analisis SWOT yang sudah dirangkum tersebut :

1. Kekuatan (*Strengths*)

- Masyarakat desa wisata Pulesari juga ikut membantu dalam mempromosikan dan memperkenalkan desa wisata melalui media sosial yang dimiliki,serta pengelola juga melakukan kegiatan promosi melalui media sosial.
- Melalui media sosial yang dimiliki oleh desa wisata Pulesari dengan adanya foto kegiatan yang dilakukan di desa wisata Pulesari menjadi momen untuk mempromosikan wisata yang ada.
- Adanya ketersediaan dan fasilitas bagi pengelola untuk menunjang kebutuhan dalam bermedia sosial dan pengambilan foto/video ketika ada kegiatan di desa.
- Terpasangnya wifi di setiap sudut desa untuk fasilitas wisatawan yang datang ketika berkunjung serta kebutuhan masyarakat.

2. Kelemahan (*Weakness*)

- Dikarenakan letak desa wisata pulesari daerah gunung sehingga tidak semua operator ada sinyal jika di desa.
- Ketika muncul teknologi baru tidak semua bisa langsung mengakses.

3. Peluang (*Opportunities*)

- Pengelola desa bisa bekerja sama dengan penyedia jasa untuk melakukan optimalisasi search engine untuk menaikkan rankingtraffic dalam pencarian pariwisata di Yogyakarta sehingga wisatawan mudah untuk mendapatkan informasi melalui internet.
- Pengelola desa bisa bekerja sama dengan agen perjalanan wisata, bukan hanya menjual produk atau jasa, tetapi dengan bekerja sama dengan agen perjalanan yang mempunyai banyak chanel bisa membantu mempromosikan desa wisata Pulesari.

4. Ancaman (*Threats*)

- Munculnya desa wisata atau tempat wisata yang baru serta menggunakan media sosial untuk melakukan promosi.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan yang dibuat untuk menganalisis manajemen e-tourism sebagai sarana promosi di Desa Wisata Pulesari, kesimpulan sebagai berikut

1. Desa Wisata Pulesari merupakan salah satu pariwisata di Yogyakarta, desa wisata ini berdiri pada tahun 2012 berdiri sendiri yang berawal dari warga setempat dan kembali untuk warga dengan semangat dalam membangun sebuah desa dengan rasa kewajiban bersama dan banyak daya tarik wisata yang berada di wilayah tersebut untuk dilestarikan dan dikembangkan sehingga muncul ide untuk membentuk sebuah desa wisata. Enam unsur manajemen di desa wisata Pulesari, untuk mencapai tujuan yang ditentukan oleh individu di desa wisata Pulesari, yang merancang tujuan dan menetapkan tujuan yaitu bapak Sarjana dengan dibantu rekan lainnya, modal pertama dalam membuat desa wisata Bapak Sarjana selaku ketua pengelola desa wisata pulesari mendapatkan modal pertama kali dari mengikuti program acara yang mendapatkan uang, dari situlah menjadi modal pertama kali dalam membangun menjadi desa wisata. Untuk melakukan proses pelaksanaan kegiatan desa wisata Pulesari menggunakan media social, desa wisata, masyarakat desa & pengelola desa. Adanya kemajuan teknologi informasi untuk menginformasikan kepada masyarakat luas pengelola desa menggunakan internet, media social dan website. Di desa wisata pulesari menggunakan cara untuk mencapai tujuan dibentuk tiga tim, yaitu tim promosi, tim pemberdayaan masyarakat, dan tim pengembangan edukasi yang nantinya dengan ada tim tersebut membantu pengelola desa dalam melaksanakan tugas. Pengelola desa memiliki target pasar yaitu masyarakat luas baik itu wisatawan domestic maupun mancanegara. Proses perencanaan manajemen e-tourism di desa wisata pulesari dimulai dengan membuat akun media sosial dan website sebagai sarana promosi desa yang baru menjadi desa wisata, dengan memberi

informasi mengenai desa wisata untuk mencapai tujuan, proses perencanaan e-tourism untuk pengembangan website dan wisata, desa wisata mendapatkan bantuan dari pemerintah daerah dan beberapa universitas di Yogyakarta. Tahapan pengorganisasian lebih tertuju untuk mengelola sistem, menetapkan tugas dan prosedur, dan penetapan struktur organisasi. Untuk mengelola sistem pengorganisasian kepala desa dibantu beberapa rekan lainnya yang diberikan tanggung jawab untuk mengatur sub-sub lainnya. Dalam pelaksanaannya menggunakan website desa <https://desawisatapulesari.wordpress.com/>, media sosial *facebook* *desawisatapulesari*, *instagram* *desawisatapulesari*, dan *twitter* *@Wisatapulesari* berjalan sangat efektif walaupun salah satu media sosial seperti *twitter* masih belum begitu efektif untuk memberikan informasi karena pengelola memberikan informasi dengan cara link an dari *instagram* dan *facebook*, walaupun sesekali pengelola memberikan informasi tetapi tidak sesering di media sosial lainnya yang dimiliki. Sebaliknya di media sosial lainnya (*instagram* dan *facebook*) dan website pengelola memberikan informasi desa sangat jelas dan selalu mengupdate kegiatan ketika pengunjung datang, untuk memudahkan wisatawan dalam pemesanan tempat dan mengetahui paket wisata pengelola membuat form pemesanan tempat secara online yang sudah tertera paket wisata, hal ini dilakukan pengelola untuk memudahkan pengunjung yang ingin berkunjung dan bisa menyesuaikan budget. Pada tahap pengawasan pengelola melakukan *controlling* dengan penanggung jawab, biasanya melakukan evaluasi tentang pengelola yang mengelola wisata, pengelola dalam melayani tamu atau rombongan yang datang dan juga mengevaluasi dalam promosi melalui internet. Evaluasi biasanya dilakukan pada saat kumpulan juma't pon atau ketika sedang kumpul pengajian serta pengelola juga memberikan informasi evaluasi kepada masyarakat agar nantinya bisa mengerti dan bisa memberikan masukan kepada pengelola. Dalam konsep dasar e-tourism yang diterapkan di desa wisata Pulesari menurut peneliti ialah 1) Dengan mempunyai modal yang cukup banyak pengelola menggunakan modal tersebut untuk membangun desa pulesari menjadi desa wisata pulesari, serta mempunyai fasilitas umum, objek wisata alam dan buatan, homestay, pendopo dll. Yang bisa digunakan dengan pengunjung dan masyarakat desa,

desa wisata Pulesari juga sering membuat event/ kegiatan yang bekerja sama dengan pemerintah maupun pihak swasta, 2) Untuk meningkatkan kunjungan wisatawan pengelola desa membuat tiga tim untuk membantu tugas pengelola yaitu ada tim promosi yang melakukan promosi-promosi melalui media social dan promosi melalui kegiatan yang diadakan pemerintah maupun swasta, yang kedua ada tim pengembangan edukasi yang bertugas dalam menambah pengembangan edukasi untuk nantinya dibagikan kepada wisatawan dan masyarakat desa, yang ketiga ada tim pemberdayaan masyarakat yang bertugas dalam mengelola pemberdayaan masyarakat di desa wisata Pulesari untuk bisa berjalan lanjut dengan baik dan benar. 3) Penerapan sistem aplikasi untuk penyampaian informasi kepada masyarakat luas desa wisata Pulesari menggunakan website dan media social (Instagram, Facebook, dan twitter) dalam hal ini sangat membantu pengelola dalam mempromosikan desa agar bisa diketahuui oleh masyarakat luas.

2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Manajemen E-Tourism Sebagai Sarana Promosi di Desa Wisata Pulesari

a. Faktor Pendukung

- 1) Dengan adanya e-tourism dalam mempromosikan desa wisata membantu pengelola dalam mempromosikan desa, terlebih memudahkan dalam hal berkomunikasi dengan pengunjung.
- 2) Dengan adanya teknologi yang berkembang saat ini pengelola difasilitasi dari swadaya desa seperti laptop, hardisk, kamera, dan wifi yang diharapkan nanti bisa membantu pengelola untuk mempromosikan.

b. Faktor Penghambat

- 1) Dikarenakan letak desa wisata Pulesari daerah gunung, sehingga tidak semua operator ada sinyal jika di desa.
- 2) Munculnya desa wisata atau tempat wisata yang baru dan menggunakan media sosial untuk melakukan promosi.

3. Keterbatasan Penelitian

Pada Penelitian ini peneliti belum melihat efektivitas pengelola dalam menggunakan e-tourism dalam sehari-hari dan mengikuti kegiatan yang ada di desa wisata Pulesari, disini peneliti hanya melihat dari sudut manajemen e-tourism desa wisata Pulesari, hal itu termasuk keterbatasan yang dialami peneliti. Sehingga diharapkan nantinya bisa menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya yang belum membahas hal ini.

4. Saran Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan beberapa saran untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di daerah penelitian tersebut :

- a. Saran untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pembelajaran mengenai manajemen e-tourism sebagai sarana promosi di desa wisata, serta diharapkan bisa membahas mengenai hal yang lain yang masih berhubungan dengan e-tourism agar penelitian menjadi lebih baik dan bisa menjadi referensi oleh yang lainnya.
- b. Saran untuk Desa Wisata Pulesari dalam menjalankan manajemen e-tourism sudah sangat baik dan aktif sampai saat ini. Kedepannya pengelola desa bisa lebih sering membuat sosialisasi tentang teknologi informasi dan komunikasi untuk masyarakat dan petugas desa agar semakin mahir dalam menggunakan teknologi dan meningkatkan kualitas dalam pelayanan informasi dan performance e-tourism untuk penyampaian kepada publik, untuk menaikkan ranking traffic dalam pencarian pariwisata pengelola desa bisa bekerja sama dengan penyedia jasa untuk menjadi pilihan pengunjung, pengelola desa bisa bekerjasama kembali dengan beberapa agen perjalanan wisata terlebih agen wisata mempunyai banyak channel hal ini bisa membantu mempromosikan desa wisata Pulesari, dan pengelola menambahkan akun media social seperti youtube yang berisikan tentang informasi dan kegiatan desa karena saat ini media social youtube sangat sering digunakan oleh kalangan masyarakat untuk mempromosikan, hal ini bisa membantu pengelola dalam mempromosikan desa.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Anggito, A & Setiawan J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi, Jawa Barat: CV. Jejak
- Hanief, S & Pramana, D. (2018). *Pengembangan Bisnis Pariwisata dengan Media Sistem Informasi*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia (Grasindo).
- Saleh,M. (2016). *Komunikasi dalam Kepemimpinan Organisasi*. Malang : UB Press.
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta : Kencana.
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Taman Sidoarjo : Zifatama Publishing

Skripsi

- Alfianita, R . (2016). “ Manajemen Pemasaran Secara Online Desa Wisata di Yogyakarta (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Untuk Promosi Desa Wisata Gabungan/ Dewiga).” Artikel Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Damanik,N. (2016). “ Implementasi Manajemen Kepala Laboratorium Dalam Meningkatkan Kualitas Praktik Belajar Ipa di MTSN 2”. Artikel Skripsi. Program Studi Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan.
- Mutiara, F . (2018). “ Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Dalam Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus Desa Wisata Pujon Kidul, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang)”, Artikel Skripsi, Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya,Malang.

Jurnal

- Atiko,G & Sudrajat,H & Nasionalita,K. (2016). Analisa Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata RI (Studi Deskriptif pada Akun Instagram @INDTRAVEL). *Jurnal Sosioteknologi*, Vol. 15,378-389.
- Utomo, C. (2019). Implementasi Business Inteligent dalam e-Tourism Bebrbasis Big Data. *Jurnal Of Tourism and Creativity*. Vol.3, 163-178.
- Pranalia, D. (2015). Manajemen Electronic Government Dalam Pelayanan Publik Pada Pemerintah Kabupaten Kutai Barat. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol.4,156-166.
- Irfan, P & Apriani. (2017). Analisa Strategi Pengembangan E-Tourism Sebagai Promosi Pariwisata Di Pulau Lombok. *Jurnal Ilmiah*, Vol.9, 325-330.

- Pradiatiningtyas, D. (2014). Pemasaran Online Melalui E-Tourism, Bauran Pemasaran Jasa Pariwisata dan Pemosisian Untuk Promosi Pariwisata Daerah di Indonesia. *Jurnal Khasanah Ilmu*, Vol.2, 77-87.
- Syaifulloh,M. (2017). Strategi Pengembangan Desa Wisata Pulesari Sebagai Daya Tarik Wisata di Sleman, Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisata*, Vol. 11, 65-76.
- Suryani, I. (2014). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Komunikasi*. Vol 8, 123-137.
- Yanti, D. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Digital Tourism Sebagai Promosi Pariwisata di Toba Samosir. *Jurnal Darma Agung*. Vol. 27, 814-821.
- Putri, N & Warsono, H. (2018). Manajemen Electronic Government di Kabupaten Semarang. 1-12.
- Manuputty, A & Tanaamah, A. (2007) Kepariwisata Berbasis E-Tourism di Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi*. Vol.3, 52-65.
- Kurniawati, W. (2016). Pemanfaatan Instagram Oleh Komunitas Wisata Grobongan Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*. Vol. 8, 127-143.
- Novitasari, F. (2019). Pemanfaatan Teknologi Informasi di Bidang Pariwisata. 1-6.
- Wilson, J . (2019). Potential Implementation Of Digital Tourism / E-Tourism In Increasing Occupancy Rates In Homestay In Humbahas Regency Bakti Raja Village. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*. Vol 7, 11-24.
- Noviana,R & Sulandari, L . (2015) Manajemen e-Government Berbasis Web Model Government-to-Citizen (G2C) Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah. 1-10.

Internet

<https://desawisatapulesari.wordpress.com/2018/11/19/pulesari-raih-juara-1-festival-desa-wisata-di-kabupaten-sleman-2018/>

<https://kominfo.go.id/content/detail/7998/menpar-gunakan-digital-marketing-untuk-pemasaran-pariwisata/0/berita>

<https://visitingjogja.com/download/statistik-pariwisata/>

<https://instagram.com/desawisatapulesari?igshid=g1rw1anuz2sd>

<https://www.facebook.com/Desa-Wisata-Pulesari-251199708319830/>

<https://twitter.com/WisataPulesari>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian



Yogyakarta, 8 Juni 2020

Nomor : 01/DWP/6/2020
Hal : Keterangan Telah Melakukan Penelitian/Projek Tugas Akhir

Kepada Yth.
**Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB)
Universitas Islam Indonesia**
di tempat

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.
Kami yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sarjana
Instansi : Desa Wisata Pulesari
Jabatan : Ketua Pengelola Desa Wisata Pulesari

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut ini telah melakukan penelitian/projek tugas akhir di instansi kami selama lima bulan, dari 23 September 2019 hingga 12 Januari 2020

Nama : Gebrina Rizky Sepnadin
Nomor Mahasiswa : 16321080
Prodi/ Fak./ Univ : Ilmu Komunikasi/ Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya/
Universitas Islam Indonesia
Judul Penelitian : Analisis Manajemen E-Tourism Sebagai Sarana Promosi Di Desa
Wisata Pulesari

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan. Atas kerjasama dan perkenan Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

KETUA PENGELOLA DESA WISATA PULESARI



Lampiran 2. Draft Wawancara

DRAFT WAWANCARA

NO		Aspek	Sub Indikator	Tambahan
1.	E-Tourism	Aspek Konten Media Sosial	Kapan media sosial Desa Wisata Pulesari mulai dibuat ?	Bagaimana cara mempromosikan Desa Wisata Pulesari ?
			Mengapa memilih media sosial sebagai penyampaian informasi ?	Informasi apa yang ditampilkan di media sosial ? Mengapa informasi tersebut ditampilkan ? Bagaimana logo Desa wisata pulesari di media sosial ?
			Bagaimana Kendala dan keuntungan dalam menggunakan media sosial ?	
		Peningkatan Kesejahteraan dan peningkatan daya saing pariwisata	Bagaimana pihak pengelola untuk meningkatkan wisatawan yang datang ?	
		Pembangunan yang berkelanjutan dan pengembangan wilayah	Bagaimana pembangunan berkelanjutan yang akan datang?	

			Apakah ada dukungan dari pihak-pihak tertentu ?	
		Mengoptimalkan potensi kepariwisataan	<p>Bagaimana pihak pengelola dalam memanfaatkan teknologi informasi yang tersedia ?</p> <p>Bagaimana pihak pengelola dalam memberikan informasi untuk masyarakat umum di media sosial ?</p> <p>Bagaimana pelayanan dalam memberikan informasi kepada wisatawan di media sosial ?</p>	
		Terciptanya sumber daya manusia yang berkualitas	<p>Bagaimana pihak desa wisata dalam menciptakan sdm untuk masyarakat desa ?</p> <p>Apa kontribusi dari kepala desa untuk melakukannya ?</p>	
		Dimensi Anggaran untuk media sosial Desa Wisata Pulesari		Bagaimana dengan biaya promosi media sosial ?

				Berapa biaya promosi media sosial 1 bulan ?
2.	Manajemen	Fungsi dari Manajemen	Bagaimana proses Perencanaan ?	
			Bagaimana Proses pengorganisasian?	
			Bagaimana dalam melakukan pelaksanaan ?	
			Proses Pengawasan ?	
			Apa saja program "builder of community pride" di desa wisata pulesari ?	
3.			Bagaimana keterlibatan pemangku kepentingan dalam mengembangkan desa wisata ?	Apakah pihak pemangku kepentingan terlibat dalam usaha tersebut ?
			Apa saja kemitraan yang bekerja sama dengan pemangku kepentingan dalam mengembangkan desa wisata ?	
			Bagaimana hasil tujuan bersama dengan pemangku kepentingan untuk mengembangkan desa wisata ?	
			Bagaimana pencapaian dan kinerja pihak	

			pemangku kepentingan dalam mengembangkan desa wisata ?	
		Indikator keberhasilan	Apakah pemerintah daerah dan pemangku kepentingan memahami pembangunan wisata berkelanjutan ?	
			Bagaimana pemerintah daerah dalam merumuskan dokumen perencanaan pariwisata yang berbasis masyarakat ?	Dalam bentuk dokumen apa saja yang telah dirumuskan oleh pemerintah daerah ?
			Bagaimana upaya dalam meningkatkan daya saing desa wisata sebagai tujuan pengunjung domestik dan internasional ?	Apakah setiap tahun kenaikan jumlah wisatawan terus meningkat ? Apakah kepuasan wisatawan meningkat setelah berkunjung ? Apakah fasilitas di desa wisata pulesari terus ditingkatkan ?

Lampiran 3. Transkrip Wawancara

TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Informan : Didik Irwanto
Jabatan : Master Admin Media Sosial
Tanggal : 10 November 2019
7 Desember 2019
Jam : 09.00- 11.00
Tempat Wawancara : Kesetariatan Desa Wisata Pulesari

Peneliti : Kapan media sosial Desa Wisata Pulesari mulai dibuat dan bagaimana cara mempromosikan Desa Wisata Pulesari di media sosial ?

Informan : Sebelum launching menjadi Desa Wisata Pulesari kita udah memulai membuat media sosial seperti instagram, facebook, twitter, website. Karena untuk menjadi awal kebutuhan kami untuk menjadi media promosi. Untuk mempromosikan media sosial di pulesari kita mengupload konten-konten ada sebuah keunikan di dalam kegiatan yang kami laksanakan, kemudian konten-konten yang dapat menjadi daya tarik bagi netizen untuk melihat yang dilakukan di pulesari. Di sisi lain baik dengan adanya berkomunikasi bersama pertemuan pengiat media sosial.

Peneliti : Mengapa memilih media sosial sebagai penyampaian informasi ?

Informan : Salah satunya media sosial untuk penyampaian informasi di sisi lain karena, satu melalui media sosial kita dengan mudah mempromosikan sebuah kawasan, yang keduanya jadi ketika sudah mengenal media sosial yang menggunakan media sosial tidak hanya dalam sebuah satu kawasan tetapi bisa diakses di seluruh dunia sehingga itu salah satu bentuk upaya kita agar memperkenalkan pulesari ini tidak hanya pada kawasan sekup lokal daerah bahkan tingkat nasional bisa di tingkat dunia.

Peneliti : Biasanya informasi apa yang ditampilkan di media sosial ?

Informan : Kalau informasi di media sosial itu masih kebanyakan e.. kalau yang di instagram itu pada gambar-gambar yang berkonten tematik, konten gambar yang jarang kita upload jadi kita itu lebih membuat sebuah konten sekiranya itu konten yang unik ataupun yang khas oh ternyata pulesari itu mempunyai sebuah satu misalnya pemandangan seperti ini toh , terus pulesari itu mempunyai wahana di sungai dan fotonya seperti ini jadi lebih adanya semisalkan yang teman-teman bilang itu

konten yang menarik dan memiliki daya jual untuk orang itu mau melihat benda tersebut, jadi yang kita lakukan saat ini seperti itu kalau di instagram. Kemudian kalau yang di website yang jelaskan ada websitenya ada isi-isi berita tentang kegiatan pulesari misalkan pulesari ada kegiatan apa dan sebagainya itu ada beberapa bagian yang kita update kebanyakan karena sekarang ini tidak semuanya media sosial memiliki kekuatan informasi sendiri-sendiri tetapi yang sering kami pilih itu kebanyakan ke instagram karena kan ini sebuah kawasan sehingga netizen itu melihat foto kegiatan, ataupun potensial yang disana itu apa dan apa yang ditawarkan di pulesari dengan bentuk-bentuk spot dalam bentuk kegiatan itu kita lebih sering ke instagram di sisi lain kan yang lain kan juga mungkin updatean nya kita connect kan lewat instagram sehingga bisa connect ke facebook atau di twitter.

Peneliti : Apakah ketersediaan infrastruktur teknologi komunikasi dan informasi sudah lengkap untuk digunakan ?

Informan : e.. untuk ketersediaan dan fasilitas Alhamdulillah udah banyak dibandingkan dengan yang dulu, satu di fasilitasi sebuah laptop untuk penyimpanan data dan sebagainya, di fasilitasi sebuah hardisk untuk menyimpan data dan foto sebagainya, di fasilitasi kamera baik kamera bisa untuk foto, memakai kamera hp juga yang memiliki spek khusus yang untuk fotografer dan memvideo dan hp juga digunakan untuk mengupload di sosial media dan kita belajar untuk mengambil foto yang baik.

Peneliti : Berarti semua fasilitas teknologi informasi di sediain oleh pemerintah atau dari desa ?

Informan : Kalau fasilitas itu dari swadaya desa, di sisi lain desa wisata juga memfasilitasi untuk menggunakan media sosial jadi satu kampung ini udah di pasang wifi untuk kebutuhan masyarakat sendiri dan untuk kebutuhan wisatawan yang berkunjung kesini dan biaya bulanan nya itu ditanggung oleh desa.

Peneliti : Untuk yang mengelola akun media sosial dan website mas sendiri atau ada beberapa yang mengelola ?

Informan : Jadi khusus yang megang akun media sosial ini ya semuanya saya mbak, jadikan kami itu sudah membuat semacam tim kreatif nya jadi admin-admin yang bisa mengelola untuk keseluruhan untuk program di website itu masternya admin, temen-temen itu kita sebut sebenarnya “jurnalisme warga”, temen-temen yang kita sebut grup itu dia itu juga mencari konten-konten yang menarik meskipun hingga saat ini belum bisa maksimal karena keterkaitan di desa jadi beda dengan sdm yang ada, jadi saya itu sebagai master admin memberikan edukasi dan pembelajaran agar masyarakat desa generasi muda bisa belajar untuk membantu sehingga e.. teman-teman itu bisa mencari materi dan materinya dikirim ke saya nanti saya upload, kan dalam mengupload di media sosial itu tidak bisa sembarangan sesuatu hal yang misalkan ini foto menurut mereka bagus terus langsung di upload tidak seperti itu dan tetap akan melakukan proses seleksi foto yang nanti akan di upload jadi teman-teman itu mengirim foto ke saya nanti yang bagus di upload yang kurang bagus tidak di upload mbak, sehingga teman-teman itu memiliki gambaran bagaimana untuk mengambil foto yang bagus dan bisa menarik wisatawan untuk yang datang.

Peneliti : Berarti ada syarat untuk mengumpulkan foto ?

Informan : Kalau foto itu bebas berkekspresi silahkan nanti tinggal kumpulin, jadi kira-kira dia itu memilih foto yang bagus yang mana yang mau diambil yang mana, kalau untuk ngumpulin foto itu udah hak nya masing-masing tetapi yang menurutnya dia itu bagus, jadikan sulit mbak membayangkan ketika pulesari ini dari awal dulu sampe sekarang kita dulu bisa mengupload satu hari tiga hari bisa beberapa foto di spot-spot yang berbeda. Kemudian selang empat tahun selang lima tahun nah materi yang kita ambil itu sebenarnya materi yang sama wong satu tahun hingga lima tahun sudah kita ambil foto-foto semuanya tahun berikutnya secara materi yang kita share kan itu juga sama cuman beda orangnya misal kan foto jembatan goyang tahun kemarin tak foto cekrek upload tiga tahun kemudian kita upload lagi cuman beda orang nya aja mbak, nah makannya kita harus berfikir bagaimana konten yang sudah kita upload itu agar orang tidak bosan dengan adanya sebuah inovasi foto lainnya. jadi seperti kita menimalisirkan adanya sebuah konten yang menarik dan konten-konten yang baru, kecuali tamu yang datang biasanya menandai desa wisata pulesari dengan foto yang sama versi tamu dan versi pengelola itu tidak masalah karena dari tamu juga mempunyai viewer yang berbeda dari pihak pengelola.

Peneliti : Bagaimana peran masing-masing anggota dalam mempromosikan desa wisata Pulesari ?

Informan : Ya kalau peran-peran masing-masing anggota itu kan seperti tadi ada yang bagian khususnya untuk mengedit, sebagian mencari materi e.. fotografinya, videonya , materi tentang jurnalismenya.

Peneliti : Jadi semua pengelola juga mengupload jika memiliki media sosial ?

Informan : Bahkan itu tidak hanya warga masyarakat disini biasanya kan ada mahasiswa yang magang disini , nah dia itu kita mintaiin tolong berikan satu buah redaksional tentang potensi desa wisata pulesari nanti kita upload. Terus misalkan kamu punya kemampuan bisa foto nanti ambil yang bagus nanti di upload. Kalau awal-awal dulu kita malah mengadakan misalkan kegiatan karena dulu belum ada konten kan ya mbak jadi program nya itu live in satu minggu di pulesari kita berikan apresiasi untuk pemberian nominasi atau hadiah bagi para pengunjung yang nanti mengupload dan menandai di desa wisata dan nanti kami yang menilai siapa yang berhak mendapatkan nominasi tersebut.

Peneliti : Kalau awal mula merencanakan membuat media sosialnya ?

Informan : Awal mula merencanakan sebuah media sosial ini jelas kan kami memiliki beberapa upaya merencanakan media sosial apa saja yang akan kita gunakan satu beberapa media sosial bisa menjadi media informasi public dalam memperkenalkan desa ini, nah media sosial yang umum biasanya dulukan belum trend terkait dengan whatsapp adanya dulu BBM, fb, twitter, dan kebetulan belum terkait dengan instagram. Barulah muncul beberapa tahun kemudian instagram, kan dulu instagram belum begitu trend. Jadinya kita menggunakan media sosial itu sebagai perencanaan desa untuk membagi informasi. Setelahnya itu baru trend dengan masalah whatsapp kita disini mencoba semua media sosial yang trend saat ini

mbak, tapi yang jelas semua media sosial itu agar nantinya bisa berinteraksi memberikan sebuah ulasan terkait dengan tempat seperti google business. Rencana nya wa masih personal mbak nah kita mau merubah menjadi whatsapp business untuk rencanya kita mengikuti trend media sosial, nah lainnya untuk merencanakan pembuatan website desain, ini udah kita rencanakan sejak awal kita ada desa wisata tetapi kami masih berpikir bagaimana kami kedepannya itu dapat dibuat dan dirawat oleh teman-teman kami. Akhirnya kita merencanakan sebuah wordpress sebagai bentuk blog salah satunya sebagai media informasi secara detail terkait dengan desa wisata pulesari.

Peneliti : Kalau awal menggunakan e-tourism apakah pemerintah ikut membantu ?

Informan : Yang jelas keterlibatan pemerintah itu dari awal kami berupaya untuk mengembangkan potensi yang ada ditempat kami, sebelumnya itu kebudayaan disini Dinas Kebudayaan fokus membantu kami dalam berupaya mengembangkan wilayah seni dari pertunjukan seni, tradisi seni, acara adat kemudian pemerintah daerah terlibatnya itu dalam tahapan awal sosialisasi terhadap masalah ini

Peneliti : Apakah ada kampus-kampus yang membantu juga ?

Informan : Iya ada beberapa universitas yang membantu kami dalam bentuk kegiatan lembaga pemberdayaan masyarakat dari LPM nya, ada yang bentuknya penguatan kapasitas masyarakatnya ada tujuannya itu untuk e.. menunjang kebutuhan sarana satu yang kaitan dengan mbaknya ini kami dari UPN lewat lembaga pemberdayaan masyarakatnya sudah difasilitasi oleh dosen dari UPN itu satu kita diberi fasilitasi yang kaitannya dengan media sosial ini kita dibuatkan web oleh beliau disuruh berdaya sendiri karena biaya jadi kita melanjutkan saja karena udah dibuatin webnya mbak, terus ada pelatihan fotografi, jurnalistik, itu yang memfasilitasi juga dari UPN dan juga sebagai bentuk sarananya dan sebagai informasi sebagian, dan juga ada fasilitas pengembang teknologi masyarakatnya, pelatihan e.. membuat mesin pencacah e.. pelepah juga pembuatan semacam branding jenis produk yang ada di pulesari itu. Terus pengembangan lainnya seperti wisat lainnya dari UNY itu juga ada program pengabdian pemandu wisata, kuliner, dari UIN juga ada memfasilitasi kami dari upaya e.. mendampingi kawasan kami jadi wisata halal.

Peneliti : Kalau masing-masing media sosial biasanya fokuskan buat apa ?

Informan : Kalau twitter itu kan kita link an semuanya mulai dari instagram, facebook, twitter itu saya sinkorkan jadi kalau ada berita di instagram itu pasti udah melink ke instagram, facebook, twitter jadi semua berita itu sama mbak. Kalau website lebih fokus pada penyampaian apa namanya informasi kegiatan yang dilakukan sama bentuk-bentuk penawaran paket program, informasi sama potensi sama layanan yang diberikan di desa.

Peneliti : Kalau disini masyarakat sama pak lurah kontribusi dalam menggunakan e-tourism itu apa ?

Informan : Kalau kami sebagai masyarakat contohnya pemerintah desa itu sebagai perangkat desa, kontribusi masyarakat itu kita ikut membantu kegiatan-kegiatan serta mempromosikan di sosial media untuk penguatan kapasitas dan infrastruktur terkait.

Peneliti : Kalau yang membantu dan membangun sistem itu apakah juga dari UPN?

Informan : Yang membantu sistem dalam pengembangan informasi itu dari UPN mbak dan itu masih baru-baru ini mbak, setelah kami melakukan kegiatan ini perlu pendampingan untuk kelompok masyarakat kami dan fasilitas kami.

Peneliti : Kalau disini partisipasi masyarakat nya apa aja dalam pengembangan e-pariwisata ?

Informan : Jadi peran masyarakat dalam membantu untuk memperkenalkan pulesari ini melalui beberapa acara dan departemen komunikasi karena kami selaku tim manajemen memberikan bentuk apresiasi kepada masyarakat yang dapat mendatangkan ketempat kami itu untuk kami sehingga masyarakat berlomba-lomba bagaimana mereka bisa mencari dan memperkenalkan agar tamu dapat berkunjung kesini caranya itu biasanya door to door, dengan teman-teman komunitas di FB, dengan mengupload beberapa di media sosial yang dimilikinya , beberapa kreativitas yang menunjang yang dia miliki untuk memperkenalkan pulesari.

Peneliti :Kalau pihak-pihak yang terlibat dalam mensukseskan media sosial itu siapa saja ?

Informan :Ya pihak-pihak itu kan ada timnya yang membantu e turut mengembangkan yang ada, membantu untuk program-program yang kratif untuk kita dapat jadikan sebuah bentuk kita untuk menjual atau memperkenalkan pulesari

Peneliti : Biasanya apakah ada evaluasi ?

Informan : Ada, evaluasi hanya sebatas evaluasi saja mbak, kadang hanya sebulan sekali saja mbak.

TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Informan : Sarjana

Jabatan : Kepala Desa Wisata Pulesari

Tanggal : 9 Maret 2019

10 November 2019

12 Januari 2020

Jam : 09.00-11.00

Tempat Wawancara : Kesetariatan Desa Wisata Pulesari

Peneliti : Apa fokus utama pertumbuhan industry di Desa Wisata Pulesari

Informan : Kalau disini fokus utamanya dibidang kebun, alam (yang beberapa sudah menjadi wahana), budayanya (kemasyarakatan, tradisi) namun didalamnya itu memang kita kolaborasi, kalau yang alam seperti sungai menjadi sebuah wahana, sektor pertanian juga termasuk bidang itu seperti agronya, lahan masuknya situ kalau budaya budaya maysarakat warga pulesari ya budaya tradisi yang ada yang kita kembangkan.

Peneliti : Bagaimana pihak Desa Wisata Pulesari dalam menyikapi rombongan grup yang datang ?

Informan : Untuk menyikapi itu semua masyarakat pulesari mulai belajar bagaimana memposisikan diri sebagai masyarakat yang hidup diantara dua sisi kehidupan yang satu berbasis usaha desa wisata, yang satunya mereka hidup layaknya masyarakat dari situ mereka sudah mulai e.. menyesuaikan dengan keadaan yang ada dengan sendirinya mereka sudah bisa memetakan seperti sabtu minggu mereka udah otomatis melayanin atau menjamu tamu terus selain hari-hari itu mereka mulai berkegiatan. Namun sekarang ini sudah mulai berubah lagi dan begeser lagi karena setiap hari selalu ada tamu maka dari situ mereka udah mulai menyesuaikan diri dengan e.. katakanlah penataan dan pengelolaannya dengan masyarakat yang tidak mendapatkan kegiatan jadwal mereka bisa melakukan kegiatan keseharian mereka tetapi kalau mereka dapat jatah atau giliran untuk sebagai pemandu, atau seksi acara mereka mulai kerja tetapi jika hari itu mereka tidak bisa hadir mereka harus mencari pengganti untuk melaksanakan acara tersebut.

Peneliti : Bagaimana lapangan pekerjaan, serta bagaimana kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal ?

Informan : Kalau kita lihat dampak positif dari desa wisata munculnya peluang untuk membuat lapangan pekerjaan baru khususnya untuk generasi muda mereka masuknya dalam kependuan terus kegiatan-kegiatan yang lain mereka bisa masuk, terus

untuk kalangan yang katakanlah masyarakat umum mereka sesuai kapasitas mereka kalau ibu-ibu mereka masuk dibagian catering terus kalau bapak-bapak mereka masuk dalam konsep among tamu mereka yang mempunyai skill dibidang kerajinan, keterampilan dimasukkan dalam bidang edukasi, terus kalau yang petani mereka menyesuaikan kalau ada wisatawan yang mau mengambil paket bertani mereka udah bisa handle. Untuk kontribusi sangat bagus sekali yang kami rasakan berjalan dari 2012 hingga saat ini kami mendapatkan dampak positifnya di kampung kami dulu kita sebagai masyarakat konsumtif hanya mengandalkan bantuan proposal ke pemerintah justru kalau sekarang kita mandiri gak pernah terlintas dipikiran kita untuk minta bantu pemerintah untuk buat bangunan ini itu dll, sekarang malah pemasukan sumber ekonomi dari desa wisata ini sudah mandiri membangun kampung kita sendiri, takkalah kita bisa mengadakan suatu kegiatan seperti halnya padat karya adanya kegiatan e.. penataan lingkungan dengan berbasis kita melakukan gerak masyarakat yang membiayaiin dari pengelola ataupun dari wisata adapun kontribusi untuk ekonomi bagi masyarakat khususnya warga pulesari ikut aktif berkegiatan dampaknya positif.

Peneliti : Apakah pihak desa wisata pulesari telah melakukan koordinasi dengan pemangku pemangku kepentingan untuk mengembangkan desa wisata pulesari ?

Informan : Oh iya kita memang selalu berkoordinasi artinya kita kerja bareng, kenapa kita ditunjuk sebagai desa wisata mandiri karena kita tumbuhnya dari bawah bukan kita ditumbuhkan itu bedanya kita. Kalau yang lain ditumbuhkan dari dinas 'oh ini mau dijadikan desa wisata ' kita memang punya keinginan untuk menjadi desa wisata kemudian masyarakat kompak mendirikan setelah itu kita berkoordinasi dengan dinas lalu pihak dinas mengiyakan menjadikan payung untuk kami, step selanjutnya menjadi kontribusi e.. baik dalam bidang financial dan sdm dinas juga membackup kita.

Peneliti : Bagaimana keterlibatan pemangku kepentingan dalam mengembangkan desa wisata pulesari ?

Informan : Kalau pemangku kepentingan selama ini mereka mengembangkan sesuai dengan kapasitasnya takkalah membantu dalam bidang pariwisata khususnya sesuai kebijakan dengan instasinya terus disisi lain mereka juga membackup kita dalam bidang promosi terus penataan-penataan manajemen yang memang kita belum bisa dan mendapatkan masukan e. sistem pembelajaran dari dinas seperti pelatihan-pelatihan mbak.

Peneliti : Berarti usahanya membantu dalam bidang promosi ?

Informan : Di sisi lain itu walaupun tidak hanya promosi di daerah sleman ataupun di luar jogja tetapi mereka juga berkontribusi mereka juga melakukan promosi lokal ataupun event-event dinas seperti pentas dll nya itu.

Peneliti : Bagaimana upaya dalam meningkatkan daya saing desa wisata sebagai tujuan utama wisatawan domestik ?

Informan : Untuk kita mensikapi persaingan maupun daya saing dengan katakanlah bidang lain tetapi kalau sama-sama bidang wisata kita malah mengambil langkah sebuah konsep kemitraan karena pertumbuhan desa wisata yang sangat signifikan ini di lingkungan kabupaten sleman sudah banyak tetapi mereka membangunnya tidak dengan dasar yang kuat artinya dengan konsep yang kuat bisanya mereka membangun dengan konsep mengcopy misalnya seperti mencoba-coba buat tetapi coba-coba pun bisa juga jalan walaupun nanti arahnya juga belum tentu tepat gitu mbak, kita juga mulai melakukan penataan bagaimana masyarakat pulesari hidup berbasis pariwisata mereka harus mempunyai sebuah sistem yang tahan banting. Jadi tak kala mereka menghadapi persaingan di kanan kiri kami justru malah diterapkan membangun kemitraan lagi sementara ini yang kita rasakan di kampung-kampung sekitar pulesari baik sistem tingkat kecamatan kabupaten justru saya menjadi mitra narasumber disana disitu saya membangun sebuah kemitraan bukan malah mematikan tetapi saya akan mensupport tak kala mereka tumbuh nanti besar mereka bukan menjadi rival atau pesaing kita namun akan menjadi mitra kita, karena tanpa sebuah kerjasama kemitraan saya yakin yang ada hanya ada saingan yang tidak sehat saling membunuh katakanlah nanti disini juga pengen hidup disana juga mau hidup jadinya mereka tidak mau diajak duduk bersama nah dari situlah kita khususnya masyarakat sini dan kita sebagai pengelola masuk kita dalam konsep di forkom (forum komunikasi) itulah yang kita bicarakan apa yang harus kita lakukan apa yang harus kita hadapi di era globalisasi persaingan pariwisata ini sekarang tingkatnya tidak hanya sebatas satu desa wisata pulesari dengan desa wisata lain tapi konsepnya juga sama satu Kabupaten Sleman. Bagaimana bisa tetap eksis dengan bermunculan desa wisata yang ada di kabuapaten lain karena ini bisa menjadi branding kuat sekali dengan kita membangun konsep masyarakat perdesaan kita hanya menjual katakanlah jasa di masyarakat menjadi magnet yang luarbiasa karena masyarakat yang hidup berbasis pariwisata sudah termasuk disitu dari kesehatannya, ekonomi semua masuk sdm.

Peneliti : Jadi kemitraan itu sama desa apa saja ?

Informan : Kalau kemitraan desa-desa itu sama sekitaran kami ada desa wisata pulewulung , desa plosokuning , pancoh, kelor yang diforum desa wisata kemitraannya kita dari situ sekarang kita udah membentuk forkom tingkat provinsi, kabupaten, kecamatan hingga desa sudah ada mbak

Peneliti : Bagaimana pihak pengelola desa wisata pulesari untuk meningkatkan wisatawan yang datang ?

Informan : Dari program yang telah kita tanamkan untuk meningkatkan kunjungan ataupun wisata yang datang ke pulesari, kita e.. membentuk sebuah tim. Ada tim promosi, pengembangan edukasi, dan pemberdayaan masyarakat nah dari berbagai tim itu tadi kita merumuskan sebuah program yaitu e.. kita peningkatan kapasitas pelayanan yang maksimal dan prima itu yang paling pokok nah dari masing-masing tim membuat program sendiri kalau yang dari promosi bagaimana kita e.. membuat kayak spot-spot selfie, promosi-promosi lewat media lewat kegiatan yang diadakan baik itu melalui dinas maupun melalui e.. swasta atau melalui agen-agen yang mengadakan promosi wisata. Terus dari e.. sektor yang lain pengembangan kita

menginovasi wahana agar lebih baik lagi, agar tidak stuck di satu kegiatan agar kegiatan yang lain bisa teramunisi itu yang kita lakukan.

Peneliti : Setiap tim nya dibagi berapa orang ya ?

Informan : Kita memilihnya dengan sesuaikan dengan kemampuan mereka e.. dari sdm nya, dari kebutuhan yang akan kita capai itu kita sesuaikan, dan setiap tim nya biasanya hanya 2 orang aja mbak dan nanti biar mereka cari untuk pengembangannya dan tidak harus satu atau dua orang itu mbak namun nantinya bisa berganti.

Peneliti : Bagaimana pengembangan pembangunan berkelanjutan yang akan datang ?

Informan : Pengembangan yang berlanjutan itu kita udah terapkan memang udah dari sekarang ya, itu bagaimana kita pengembangannya dari berbagai sektor harus tercover semua, tidak hanya satu sektor saja yang diperhatikan berbagai sektor kita programkan untuk berkelanjutan baik itu dari pemberdayaan masyarakatnya itu yang paling utama, itu kita tidak berhenti hanya dari satu, dua, tiga generasi namun kita sudah mencangkankan ini sampai ke harapannya semakin ke depan itu kan wisata tidak semakin surut tapi semakin berkembang nah itu sudah kita tanamkan dari pengembangan sdm nya yang paling utama untuk berkelanjutannya, bagaimana cucu kami nanti dapat menikmati ini. Ini bukan hanya kita nikmatin dengan masyarakat, pengelola yang satu periode, tiga periode dan harus berkelanjutan dan ini sudah kita katakan seperti ibaratnya membangun rumah harus mempunyai pondasi rumah yang kokoh kolom-kolomnya sudah kita siapkan nantinya. Terus dari sumber daya alam nya itu pun sudah kita design sedemikian rupa kita membuat pemetaan wilayah pulesari ini nanti sepuluh tahun atau duapuluh tahun kedepan ini akan ada bangunan yang nanti bangunan tersebut akan dinilai sejarah.

Peneliti : Apakah ada dukungan dari pihak-pihak pemangku kepentingan ?

Informan : Oh ya tentu bantuin mbak, nah itu kan dari dua sumber manusia dan alamnya terus dari, pengembangan yang sifatnya umum itu juga telah berkelanjutan bagaimana tentang e.. regulasi nya udah kita buat untuk berkelanjutan katakanlah seperti pemanfaatan lahan penyewaannya itu sudah dua puluh tahun kedepan sudah kita selesaikan, terus terkait dengan hubungan dengan pemerintah, hubungan dengan pihak lain itu juga kita sudah buat juga mbak e.. jalan atau kerangka bagaimana ini regulasi nya ini dari desa sampai kecamatan sampai kementerian sudah ada linknya terus dari desa wisata dengan pihak-pihak lain ada disitu eo, swasta, lembaga pendidikan, sudah ada link-linknya disitu. Jadi setiap ada kegiatan e.. kita sudah mengkader sesuai kemampuan mereka nanti akan menggantikan kami sistem nya seperti itu mbak.

Peneliti : Bagaimana pihak pengelola dalam memanfaatkan teknologi informasi yang tersedia saat ini ?

Informan : Kalau dalam memanfaatkan teknologi e.. sebisa mungkin kita memanfaatkan apa yang ada dan yang bisa diterapkan disini katakanlah sekarang ini kita promosi banyak memakai media sosial ada instagram, wa, fb, website yang sudah kita pakai. Terus kita juga sekarang sudah pengembangan bagaimana kita membuat medisgn

kampung ini IT lah walaupun itu sederhana jadi di setiap spot-spot atau homestay-homestay sudah punya wifi semua, nah itu untuk memudahkan komunikasi tamu-tamu kami ataupun masyarakat sini khususnya mereka ikut andil dalam mempromosikan maupun ikut andil dalam mengembangkan dari desa wisata ini.

Peneliti : Kalau dari wifi nya itu pihak pengelola yang bayar atau bagaimana ?

Informan : Pengelola yang bayar mbak, terus kita memberikan e.. kepada semuanya dan membuat satu pusat dan disebar ke empat titik dari atas sampai bawah, dari titik-titik tersebut mereka bisa mengakses kerumah-kerumah dan ada beberapa yang beli sendiri untuk pengembangannya. Tapi abodemen yang kita pasang kita semua yang bayarnya mbak

Peneliti : Apakah ada kendala dan keuntungan dalam menggunakan media sosial ?

Informan : Kalau kendala nya pasti ada mbak, kendala pertama mungkin karena sinyal mbak karena disini tidak semua kartu bisa dipakai disini kan ya mbak, teknologinya ataupun barang-barangnya masih tinggi belum semua masyarakat bisa mengakses atau memiliki gitu. Kalau keuntungannya banyak sekali mbak lebih memudahkan kita berkomunikasi yang jelas, mendekatkan yang jauh , dan memudahkan kita saling berkoordinasi lebih cepat gitu jadi gak perlu menggunakan sepeda untuk kesana kemari.

Peneliti : Kalau struktur industry pariwisata disini ?

Informan : Disini ada pokdarwis dan ada pengelola, kalau tingkat pokdarwis cuman tingkat dusun saja mbak atau desa wisata pulesari lah bukan yang kelurahan, pengelola ada sendiri ada juga pengembangan budaya sanggar mbak.

Peneliti : Kalau dampak berantai yang ditimbulkan dengan adanya pariwisata disini ?

Informan : Ada positif ada negatif nya ya mbak, kalau yang positif jelasnya kita industry atau usaha dibidang pariwisata sangat e.. menunjang sekali dari segi kebutuhan kehidupan masyarakat ke dalam e.. sektor pengembangan masyarakat yang maju contohnya dari piñata lingkungan jelas sudah ketata terus dari kebersihan itu otomatis juga ada program sudah tercapai, terus dari e.. pendidikan itu juga, terus dari ekonomi itu juga sangat menunjang dan dari berbagai sektor dari e.. sektor katakanlah alam nya bisa kita kembangkan sebagai komoditif bukan jual barang tapi jasanya. Apalagi jual barang dari hasil bumi seperti salak yang dijual murah tapi dengan pengunjung datang kesini bisa beli sekalian dan membantu perekonomian, dari semua sektor yang ada sapta pesona itu semua ternyata kebutuhan masyarakat yang e.. harus terpenuhi dengan tercapainya sapta pesona dari program industri pariwisata otomatis semua e.. kebutuhan masyarakat itu udah tercukupi. Terus kalau dampak negative nya juga ada mbak yang jelas pertama itu kalo kurang mensikapinya kerentanan akan e.. gesekan sosial jadi kalau sudah bicara ke arah penghasilan uang biasanya gesekannya disitu, terus ada juga kurang penataan dalam manajemen itu di e.. keuangan juga menjadi masalah tapi Alhamdulillah disini sudah teratasi mbak, sampah dan kebisingan lingkungan dari hal-hal negatif itu kemarin di ISTA itu diharapkan bisa terurai walaupun disini gak masuk ke nominasi ISTA namun semua itu udah terurai dari sampah, disini juga

kita buat bank sampah terus dari kebisingan yang dampaknya kelingkungan sudah teratasi semua. Kalau yang sangat negative banget sepertinya gak ada mbak.

Peneliti : Biasanya itu pengunjung datang kesini taunya dari orang atau dari media sosial ya ?

Informan : Kalau kita amatin untuk sekarang ini banyak yang langsung, jadi mereka lewat media sosial dari e.. promosi seperti temannya punya media sosial tu mbak terus foto-foto selfie mereka sebar kan terus ada location nya gitu kan mbak, pasti ada yang nanya itu dimana jadinya dikasih tau gitu mbak. Justru yang menyebarkan itu kebanyakan dari tamu-tamu kita mbak.

Peneliti : Jadi kebanyakan dari media sosial ya ?

Informan : Iya mbak betul, jadi nanti ada yang datang kesini bilang nya ini atas rekomendasi dari saudara saya yang dilihat dari media sosialnya

Peneliti : Bagaimana pengelola desa wisata untuk menciptakan sdm untuk masyarakat di desa?

Informan : Dalam menciptakan sdm nya tentunya kita e.. melihat sebuah kebutuhan, walaupun pernah beberapa kali sudah kita upayakan e. ada yang berhasil dan ada juga yang belum berhasil sampai saat ini. Nah yang berhasil kita melihat anak-anak disini masyarakat dengan e.. yang ada kita ikutkan dalam pelatihan kependuan bagaimana mereka berinteraksi dengan tamu secara maksimal terus itu juga gak mudah mbak, terus bagi orang-orang yang awam terus mereka dihadapkan kepada tamu yang ada mahasiswa, perusahaan kebetulan mereka membangun sebuah bahasa juga kan gak mudah, namun ada yang gak berhasil yang dirasakannya mbak bagaimana kita melakukan pelatihan bahasa inggris mbak karena itu sulit kan ya mbak e.. mereka untuk menghadapi tantangan itu sendiri udah bilang sulit padahal itu udah kebutuhan pokok disini. Kemaren juga ada tamu dari asing pun kita juga harus mencari translate dari luar terus terkait dengan e.. penyediaan sarana dan prasarana wisata yang berkelanjutan itu sendiri kita memang membutuhkan e.. orang-orang yang komitmen di bidang itu jadi kita ada takkala kita mengundang kesini e.. orang yang ahli membuat taman orang yang ahli mendesign alat itu kita memasukkan disitu 2 sampai 5 orang untuk menjadi tenaganya nah mereka kita minta untuk sekalian belajar suatu saat walaupun belum bisa maksimal yang penting udah tau caranya bagaimana.

Peneliti : Biasanya kalau untuk yang masih remaja itu, wajib ikut dalam keikutsertaan untuk membantu desa apa atas kemauan sendiri ?

Informan : Kalau dikampung biasanya disisi lain karena kebutuhan ekonomi, biasanya dilakuiin mbak untuk kebutuhan dan di taruh dimana saja tetap oke. Namun kalau yang sifatnya krusial terus ada juga yang bentuknya bukan hanya tenaga dan juga pikiran orang yang emang mampu dan melaksanakan.

Peneliti : Kalau kontribusi kepala desa dalam bidang sdm ini apa ?

Informan : Kita biasanya difasilitasi lewat dana desa disitu ada pelatihan berbagai kadang ada di desa kadang kuliner, e.. pemanduan ada juga desa mengadakan.

Peneliti : Biasanya kalau pelatihan itu setiap 1 bulan sekali atau bagaimana ?

Informan : Biasanya 1 tahun 2 kali mbak, kan kita ada beberapa session desa ada sendiri ada juga pas dari dinas ada sendiri pas bantuan dari pusat juga ada nah kita tinggal menentukan yang mewakilkan siapa aja yang ikut gitu mbak, biasanya perwakilan 2 sampai 5 orang mbak.

Peneliti : Berarti pemangku kepentingan juga ikut berkontribusi ?

Informan : Iya jelas mbak, ada juga beberapa pihak lain yang membantunya mbak ada dari lembaga pendidikan universitas itu pun juga ada biasanya ada program juga e.. ada pelatihan tentang perhotelan bagaimana mengemas homestay juga diajarin mbak. Semua rumah dipakai mbak tidak wajib tapi harus ikut mbak.

Peneliti : Bagaimana biaya promosi media sosial ?

Informan : Untuk biaya promosi media sosial itu, tidak semua biaya ada yang kalau butuh biaya kita biayaiin mbak, dan di uang pemasukan wisata itu udah kita upload kan oh ini untuk dana sosial, oh ini untuk dana promosi, ini untuk pengembangan dan sebagiannya. Kalau nanti untuk promosi baik itu media sosial atau media tulis pasti kita biayaiin mbak

Peneliti : Bagaimana mengembangkan sarana dan prasarana serta meningkatkan aksesibilitas daya tarik wisata ?

Informan : Untuk pengembangannya kita e.. untuk yang lingkup pulesari biasaya kita rembuk lewat e.. rembuk warga kita akan mendisgn katakanlah kita arsitek seperti buat gambaran yang nantinya untuk dirembukan dulu, setelah itu baru kita tentukan setelah itu baru kita sepakatin. Terus kalau yang berkaitan dengan akses tentang pulesari itu biasanya kita masuk musakbangdesa tentang jalan-jalan polos gitu, jadi tidak hanya e.. kita nunggu biasanya kita proaktif dalam mengeluarkan contohnya jalan yang di lewat disitu kalau nunggu dari pemerintah kan lama ya mbak, biasanya kita yang mengeluarkan dari desa wisata e.. ada yang aspalnya bagus tapi tanggulnya gak bagus ya kita biayaiin buat dibagusin mbak e.. biasanya untuk renovasi itu ada bulan renovasinya mbak dalam satu tahun itu sudah kita rencanakan dalam satu bulan di bulan ramadhan itu biasanya perbaikan infrastruktur padat karya dari desa wisata. Untuk membuat sebuah keputusan juga kita nunggu dari pemerintah kalau asset yang dari luar, kalau dari dalam kita rembuk dengan warga jadi tidak terus wisata seenaknya buat itu enggak mbak karena yang kita buat lahannya milik warga.

Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian



Gambar kegiatan wawancara dengan Kepala Desa Wisata Pulesari

Sumber : Observasi Lapang, 2019



Gambar kegiatan wawancara dengan Master Admin Media Sosial

Sumber : Observasi Lapang, 2019