



Implementasi Teknologi Digital Untuk Mengembangkan Income Generating Desa Wisata Keling Kabupaten Kediri Jawa Timur

Khoirur Rozaq

Fakultas Ekonomika Dan Bisnis/ Manajemen, Khoirurrozaq@Unesa.Ac.Id, Universitas Negeri Surabaya

Abstract

Tourism villages have recently become a list of destinations for domestic tourists. One of the tourist villages in East Java is the Keling Tourism Village in Kediri Regency. This research focuses on the application of digital media to Keling tourism village products as an effort to grow income generation. The aim is to find out how people use digital media to market Keling tourism village products. The research was carried out using primary data taken from direct observation as well as interviews with full parties. For supporting data using a systematic literature review. The approach to this research is qualitative-descriptive. The first research finding is that there are quite a lot of tourism potentials in the Keling tourist village. Second, the use of digital media empirically increases income which is quite satisfactory. Third, digital media really helps managers and tourists to get to know more about and improve the quality and quantity of Keling tourism village products.

Keywords: digital media, income generating, Keling tourism village.

Abstrak

Desa wisata akhir-akhir ini menjadi daftar tujuan dari para pelancong nusantara. Salah satu desa wisata yang ada di Jawa Timur adalah Desa Wisata Keling yang ada di Kabupaten Kediri. Riset ini berfokus pada penerapan media digital atas produk desa wisata Keling sebagai upaya menumbuhkan income generating. Tujuannya adalah mengetahui cara masyarakat memanfaatkan media digital untuk memasarkan produk desa wisata Keling. Riset dilaksanakan dengan data primer yang diambil dari observasi langsung juga wawancara kepada pihak yang berwenang. Untuk data pendukung menggunakan kajian literatur yang sistematis. Pendekatan pada riset ini dengan kualitatif-deskriptif. Temuan riset pertama, potensi wisata di desa wisata Keling cukup banyak. Kedua, penggunaan media digital secara fakta empiris meningkatkan income generating yang cukup memuaskan. Ketiga, media digital sangat membantu pengelola dan wisatawan untuk mengenal lebih jauh dan meningkatkan kualitas juga kuantitas produk desa wisata Keling.

Kata Kunci: media digital, income generating, desa wisata keling.

1. PENDAHULUAN

Masyarakat pada saat ini tentunya tidak asing lagi dengan perkembangan teknologi informasi ataupun dunia digital. Terutama bagi konsep masyarakat milenial, akan memudahkan masyarakat mendapatkan akses yang lebih cepat dan mudah mendapatkan informasi dan layanan digital (Ramadhani et al., 2021). Internet menjadikan akses informasi dan komunikasi antar negara maupun global semakin mudah. Dunia teknologi pada saat ini berkembang dan menjadikan aspek ini memiliki pengaruh yang beragam. Layaknya, konsep generasi yang penuh dengan pengetahuan sehingga mengakibatkan adanya berbagai teknologi yang sekian memenuhi aspek sosial ataupun aspek-aspek lainnya. Sebagaimana yang dikatakan oleh (Kidi & Widayiswara, 2018) bahwa dunia teknologi ini memiliki pengaruh yang cukup besar didalam kehidupannya manusia. Ini dikarenakan bidang teknologi ini bukan cuman mempengaruhi aspek yang ada pada sekeliling masyarakat tetapi dalam fakta yang ada konsep pengetahuan ini mempengaruhi kualitas kehidupan manusia. Sebagai contoh, teknologi yang digunakan dalam pembangunan ekonomi manusia sebagaimana

Received Agustus 30, 2021; Revised September 2, 2021; Accepted September 22, 2021

yang diteliti oleh (Radhi, 2010) bahwa sisi teknologi memiliki berbagai kesesuaian yang menjadi salah satu unsur yang memudahkan masyarakat didalam memperoleh hasil dan juga sisi lainnya mampu membawa keuntungan yang berlipat sehingga tidak sedikit aspek tersebut berada pada bidang ekonomi. Pendapat ini juga didukung oleh (Wahyuni et al., 2013), didalam pernyataannya mengatakan bahwa konsep bidang ilmu teknologi ini sebenarnya berkembang sesuai dengan teknologi yang digunakan sehingga tidak lepas dan tidak pernah tinggal dari adanya perkembangan teknologi. Karena dengan adanya teknologi yang digunakan, mampu meningkatkan potensi investasi serta menjauhkan adanya kepalsuan dari produk-produk yang dipasarkan. Hal ini menunjukkan jika teknologi bukan cuman sebagai alat tetapi ia juga memiliki peran dan pengaruh yang begitu pasif kepada bidang tersebut. Seperti halnya, pada kasus desa Wisata yang mana desa ini merupakan salah satu tempat wisata yang dahulunya tidak terkenal bahkan tempat ini begitu terpencil dibandingkan dengan desa-desa yang ada pada daerah provinsi Jawa Timur yang pada umumnya dikenali dan dijadikan sebagai suatu tempat yang cukup menarik perhatiannya para pengunjung.

Konsep pembangunan ekonomi yang ada pada desa saat ini lebih dominan bergantung pada aspek agrobisnis seperti pertanian, perkebunan, serta bekerja dengan tidak melibatkan aspek bidang teknologi informasi sekalipun. Maka, dari itu seluruh bidang yang ada pada desa ini dikatakan cukup rendah dan tidak mempunyai aspek-aspek sumber daya yang begitu tinggi. Sedangkan, fakta yang ada pada saat ini yang mana perkembangan teknologi semakin jauh, semakin lebih tinggi dan juga pengaruh teknologi ini bukan saja pada bidang sumberdaya manusia namun ia juga memiliki konsep peningkatan ekonomi bagi masyarakat pada daerah setempat (Sary et al., 2021). Dikarenakan hal tersebut, pemerintah setempat mulai menyadari kekurangan tersebut sehingga terdapat perubahan yang dibawa. Salah satunya adalah dengan memberikan pelatihan ataupun sosialisasi mengenai bidang teknologi digital tersebut yang mana bidang ini dibawakan dan digunakan sebagai sumber mengingat potensi desa yang begitu banyak terutamanya dalam meningkatkan sumber ekonomi masyarakat (Rizky, 2015). Sumber ekonomi masyarakat ini mampu terbantuan dengan adanya pemerolehan pendapatan yang kecil-kecilan sehingga menjadi pendapatan yang besar terutamanya dalam aspek pembangunan desa tersebut.

Mengenai peningkatan ekonomi hal ini penulis akan melakukan analisis terhadap desa wisata Keling. Desa wisata sendiri tentu memiliki pengunjung yang disebut dengan turis pedesaan. Wisata pedesaan menjadi tren terutama di negara-negara berkembang sebagai wujud dari konsep *community-based tourism* yang diyakini mampu menangkal dampak negatif *mass tourism* terkait pemerataan sosial, degradasi lingkungan dan upaya penyelamatan budaya masyarakat. Pariwisata pedesaan hadir sebagai vektor pembangunan berkelanjutan yang mampu menciptakan lapangan kerja dan pendapatan, memerangi eksodus pedesaan, menjadi proposal jaringan sosial ekonomi, menyelamatkan dan meningkatkan warisan budaya dan alam, serta meningkatkan kualitas hidup penduduk lokal dan masyarakat berkembang. (Ariyani et al., 2023)

Di Indonesia, desa wisata diwujudkan dalam bentuk pengembangan desa wisata yang sejak tahun 2021 ditetapkan oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian menjadi arah pengembangan pariwisata untuk mendorong pertumbuhan ekonomi bagi kesejahteraan masyarakat, mengentaskan kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya, dan mempromosikan budaya di daerah pedesaan. Pengembangan desa wisata diharapkan menjadi salah satu bentuk percepatan pembangunan desa terpadu untuk mendorong transformasi sosial, budaya, dan ekonomi desa (Saragih et al., 2022). Keberhasilan desa wisata akan menjadi pengungkit perekonomian desa dan daerah yang pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Salah satu daerah di Indonesia yang telah dikembangkan sebagai desa wisata adalah desa-desa di Keling Jawa Timur. Ada delapan desa wisata di kawasan ini. Dilatarbelakangi terbatasnya manfaat waduk bagi masyarakat di daerah hulu, beberapa kelompok masyarakat memanfaatkan panorama waduk sebagai objek wisata. Namun, meski telah dikembangkan selama bertahun-tahun, hingga saat ini upaya tersebut belum menunjukkan kemajuan yang berarti. Alih-alih menciptakan lapangan kerja alternatif, desa-desa ini malah tidak mampu mendatangkan pengunjung yang cukup.

Sektor pariwisata nasional yang berkembang adalah desa dan kota. Desa wisata menekankan pada daya tarik desa wisata dan kehidupan masyarakat pedesaan, yang terdiri dari desa wisata dan desa wisata. Desa wisata merupakan kawasan yang memiliki potensi dan keunikan sebagai daya tarik wisata termasuk keunikan pengalaman hidup di pedesaan dan tradisi masyarakat pedesaan dengan segala potensinya. Desa wisata berperan penting dalam mengurangi beban urbanisasi, menyediakan lapangan kerja, mengurangi pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini digunakan sebagai strategi alternatif dalam pembangunan desa. Indonesia memiliki ribuan desa wisata dengan berbagai potensi daya tarik wisata (Purnomo et al., 2019).

Berdasarkan Statistik Potensi Desa tahun 2018, Indonesia memiliki 1.734 desa wisata yang tersebar di berbagai pulau. Pulau Jawa dan Bali memiliki desa wisata terbanyak, yaitu sebanyak 857 desa wisata. Kemudian Sumatera memiliki 355 desa wisata, disusul Nusa Tenggara 189 desa wisata, Sulawesi 119 desa wisata, Kalimantan 117 desa wisata, Papua 74 desa wisata, dan Maluku 23 desa wisata. Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu provinsi di Jawa-Bali yang memiliki desa wisata terbanyak. Berdasarkan data yang diperoleh Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur tahun 2020, Provinsi Jawa Timur memiliki 551 desa wisata. (Santosa, I. P. E., Astawa, I. B. K., & Sumertajaya, I. M., 2021)

Desa wisata di Kediri memiliki tingkat keberhasilan yang cukup tinggi dengan jumlah kunjungan wisatawan yang terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini didukung oleh letak geografis berbagai daerah, letak beberapa desa wisata dalam satu kawasan atau yang cenderung berdekatan, atau potensi wisata masing-masing desa wisata yang beragam. Sebab, Kediri memiliki tiga kluster desa wisata. Kluster pertama memiliki enam desa wisata, kluster kedua memiliki delapan desa wisata, dan kluster ketiga memiliki sepuluh desa wisata. Setiap kluster desa wisata memiliki karakteristik, kelebihan, dan kekurangannya masing-masing. Berdasarkan penjelasan tersebut, Kediri memiliki 24 desa wisata dengan daya tarik wisata yang beragam, lokasi desa wisata yang cenderung berdekatan, dan jumlah kunjungan wisatawan yang terus meningkat, sehingga Kediri memiliki tiga kluster desa wisata dengan karakteristik desa wisata masing-masing. Oleh karena itu, penting dilakukan penelitian tentang strategi pengembangan kluster desa wisata sebagai upaya peningkatan lama tinggal wisatawan. Penelitian bertujuan merumuskan strategi pengembangan kluster desa wisata sebagai upaya peningkatan lama tinggal wisatawan.

Mengenai hal ini diketahui adanya kajian terdahulu yang membahas akan adanya pembangunan desa wisata. Penelitian yang dilakukan oleh Puspitasari, I., & Hidayat, A. (2017) menerangkan dalam studinya. Penelitian dilakukan di Desa Sambangan untuk mendeskripsikan potensi wisata dan mengukur tingkat potensi wisata dalam pengembangan desa wisata. Teknik survei, observasi, dan wawancara mengumpulkan data. Analisis menggunakan analisis kualitatif yang dipadukan dengan skoring, menggunakan tabulasi silang untuk mengukur potensi wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kategori potensi wisata di Desa Sambangan tergolong tinggi. Destinasi wisata dengan empat variabel menunjukkan skor yang tinggi, seperti atraksi wisata, akomodasi, keterjangkauan, dan pengelolaan usaha pariwisata. Hal ini terlihat dari potensi wisata alam yang dominan yaitu air terjun yang menjaga kelestariannya. Daya tarik utama Desa Sambangan adalah delapan air terjun, dengan sumber air yang terletak di mata air di puncak desa. Desa Sambangan memiliki morfologi perbukitan dan kawasan hutan, sehingga sumber air terjaga sepanjang tahun untuk mendukung sarana wisata yang memadai. Mereka memiliki akses yang mudah untuk meningkatkan pelayanan pariwisata dan menjadi faktor pendorong wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata Sambangan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah potensi Desa Wisata Sambangan tergolong tinggi kategori karena obyek wisata yang ada dapat memenuhi kebutuhan wisatawan. Variabel daya tarik wisata yang dominan adalah wisata alam berupa air terjun, akses mudah mencapai lokasi, keberadaan akomodasi wisata berupa pusat informasi, tempat menginap, warung makan dan minuman, dan pengelolaan pengelola wisata, menunjukkan skor tinggi. Penelitian ini hanya menggunakan empat variabel, hasilnya dapat lebih akurat jika ditambahkan variabel lain yang berkaitan dengan pariwisata, seperti tingkat kepuasan wisatawan. Metode kuantitatif dapat digabungkan untuk mengkonfirmasi hasil yang lebih komprehensif.

Studi lain yang dilakukan oleh Fitria dkk (2019) menerangkan terkait dengan desa wisata dan income generating. Nagari Mandeh merupakan kota yang memiliki potensi luar biasa di Sumatera Barat, baik dari segi pariwisata maupun perikanan. Ikan teri merupakan salah satu ikan yang paling banyak ditangkap di Nagari Mandeh. Padahal, Nagari Mandeh dikenal sebagai salah satu sentra produksi ikan teri bumbu khas di Sumatera Barat. Namun kondisi sosial masyarakat Nagari Mandeh sangat bertolak belakang dengan potensi dan kekayaannya. Masyarakat nelayan Nagari Mandeh masih miskin. Masyarakat nelayan Nagari Mandeh bercirikan inovasi dalam memancing moo sehingga menangkap moo lebih banyak. Kebanyakan pemancing juga belum terbiasa dengan inovasi pascapanen yang dapat mengubah hasil tangkapan ikan dan hasil tangkapan laut lainnya menjadi produk olahan yang menjaga kualitas dengan umur simpan yang lebih lama. Oleh karena itu, tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memperluas wawasan dan kreativitas serta mengembangkan masyarakat nelayan Nagari Mandeh dalam usaha pengolahan hasil laut menjadi komoditas guna meningkatkan pendapatan (gaji) keluarga. pembuatan). Penggunaan latihan dilakukan melalui strategi penyambutan dan tanya jawab serta demonstrasi. Setelah pelatihan selesai, pengetahuan, pemahaman dan keterampilan peserta meningkat menuju inovasi produk berbasis hasil tangkapan laut. (Y. Fitria et al., 2019)

Salah satu penyebab yang diduga adalah pola pembangunan yang didasarkan pada pendekatan konvensional yang menitikberatkan pada karakteristik in-situ. Meskipun pendekatan ini memiliki kelebihan dalam mengidentifikasi kebutuhan lokal, namun lemah dalam memahami faktor-faktor tersembunyi yang sangat mungkin menentukan perkembangan desa wisata. Selain itu, ketiadaan strategi yang menjadi dasar arah pembangunan jangka panjang juga tidak tersedia secara konsisten. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis media digital keberhasilan desa wisata untuk strategi pengembangan pendapatan desa wisata khususnya di Keling dan Indonesia pada umumnya. Mengingat potensi desa wisata Keling bervariasi sebagai desa wisata sehingga menarik untuk dikaji dengan melihat beberapa aspek yaitu daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas, kelembagaan, produk desa, dan kelestarian lingkungan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Digital Media

Media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel optic broadband, satelit dan sistem gelombang mikro. Segala bentuk materi yang diproduksi, dibagikan, dan diakses melalui teknologi digital disebut sebagai media digital. Ini terdiri dari beberapa jenis konten yang didistribusikan melalui berbagai platform digital, termasuk media sosial, situs web, dan aplikasi seluler, seperti teks, foto, audio, dan video. Berikut adalah ringkasan singkat dari literatur media digital

Proliferasi eksponensial media digital telah banyak dibahas dalam literatur. Perkembangan teknologi, perubahan perilaku konsumen, dan meluasnya penggunaan perangkat seluler adalah beberapa elemen yang peneliti lihat sebagai penyebab munculnya media digital. Salah satu jenis media digital yang paling banyak disukai adalah media sosial, literasi digital, pemasaran dan periklanan.

2.1.1. Income Generating

Income generating adalah proses menciptakan aliran pendapatan yang dapat diandalkan melalui berbagai aktivitas, termasuk pekerjaan, investasi, dan kewirausahaan. Salah satu cara paling umum untuk menghasilkan uang adalah melalui kewirausahaan, yang telah diteliti secara menyeluruh dalam literatur. Banyak aspek kewirausahaan telah dipelajari oleh para peneliti, seperti kepribadian dan fitur pengusaha sukses, bagaimana kewirausahaan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi, dan bagaimana kewirausahaan dapat digunakan untuk mengatasi masalah sosial dan lingkungan.

2.1.2. Tourism Village

Sebuah komunitas disebut sebagai "desa wisata" jika telah menjadikan pengembangan pariwisata sebagai kegiatan ekonomi utama dan memberikan pengalaman khas dan asli kepada pengunjung tentang budaya, tradisi, dan cara hidup setempat. Para ahli mempelajari ciri-ciri, komponen, dan standar desa wisata yang efektif. Mereka juga telah melihat keuntungan dan kesulitan dari berbagai macam desa wisata dari perspektif ekonomi, masyarakat, dan lingkungan. Pengembangan dan pengelolaan desa wisata telah banyak diteliti, dengan peneliti mengeksplorasi berbagai aspek perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi proyek desa wisata. Mereka juga mengkaji peran pemangku kepentingan dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan desa wisata, serta tantangan dan peluang yang dihadapi pengelola desa wisata.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Riset dalam penulisan ini dibentuk dengan kualitatif-deskriptif pendekatannya. Maka dari itu adanya data primer dan data sekunder berperan cukup penting disini. Pemerolehan data primer sendiri dilakukan dengan wawancara dan observasi langsung pada objek yang dikaji. Sementara data sekunder diperoleh dengan mengumpulkan berbagai literatur yang relevan dengan penelitian yang sedang dikaji.

Objek riset disini adalah desa wisata Keling yang terletak di Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Untuk subjek yang diwawancarai ada 5 orang dengan rincian pengelola desa wisata Keling, mahasiswa pariwisata dan ekonomi, dan 2 pengunjung desa wisata Keling. Untuk kategori pengunjung dan mahasiswa subjek yang diambil dengan cara random sampling.

Data yang telah diperoleh kemudian penulis analisis dengan mereduksinya dengan mengambil beberapa kata kunci untuk analisis lanjutan. Kemudian data dilakukan deskripsi dengan memberikan dukungan interpretasi penulis melalui sumber penelitian yang relevan dengan data yang telah diperoleh.

Tabel 1. Data Subjek Narasumber

No.	Nama	Status	Kode Inisial
1	Supianto Amri	Pengelola	S
2	Reka Ameilia Liem	Mahasiswa Ekonomi	R
3	Muhammad Nur Shobah	Mahasiswa Pariwisata	M
4	Zalza Aulia Firdaus	Pengunjung	Z
5	Hendar Aulia Boswa	Pengunjung	H

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah hasil wawancara kepada narasumber yang telah penulis rumuskan sebelumnya.

Tabel 2. Hasil Wawancara Narasumber S (Pengelola)

Pertanyaan	Jawaban	Kata Kunci Jawaban
Apa yang menjadi potensi desa Keling sehingga dikelola sebagai desa wisata?	Banyak mbak sebenarnya ya disini yang bisa jadi potensi desa wisata. Kalau diijer (Bahasa Indonesia: dihitung) satu-satu itu ada Makam Syaikh Imam Nawawi, Homestay, budaya dari desa ini sendiri, Masjid Tua Ringinagung, Goa Jegles, River Tubing, edukasi kuliner khas, kerajinan tangan, kawasan alam, dan sejarahnya.	Makam Syaikh Imam Nawawi, Homestay, seni dan budaya, Masjid Tua Ringinagung, Goa Jegles, River Tubing, edukasi kuliner khas, kerajinan tangan, kawasan alam, Arung Kuno, dan sejarahnya.
Bagaimana mengelola produk desa wisata ini sehingga dapat memberikan dampak bagi pemasukan desa?	Kalau untuk pengelolaannya mbak dengan konteks pemasukan desa itu seperti biasa ya mbak kita buka loket, lahan parkir kalau kayak Gua Jegles masuknya tidak ada biaya cukup bayar parkir saja, trus nawarin paket wisata dewata Keling juga, untuk yang kategori kuliner dan persawahan itu nanti kita ambil sebagian omset enakanya bilang pajak dari mereka yang jualan disana. Kurang lebih pajak dan listrik bulannya Rp. 350.000 ya mbak karna kita desa kecil jadi mikir biar ekonomis gitu.	Pembukaan loket tiket, penawaran paket wisata Dewata Keling, lahan parkir, pajak dan listik bulanan Rp. 350.000 untuk wisata kuliner dan persawahan.
Apakah desa wisata Keling menggunakan media digital? apakah ada perubahan pemasukan desa setelah desa wisata Keling ini memanfaatkan media digital?	Tentu mbak kita memanfaatkan Google atau internet buat promosi sama pamer bahwa kita warga desa Keling punya aset yang perlu dilestarikan dan diminati. Kalo perubahan ada ya mbak tentu meningkat. Karna kita jualan di internet itu kita kasih tau bahwa untuk tinggal di sini itu harganya terjangkau dan bisa di scan mbak ada kode barcodenya nanti bisa buat pesan kalau mau kesini.	Memanfaatkan Google untuk promosi, terdapat perubahan setelah menggunakan media digital, dan mempermudah pengunjung dari internet.

Tabel 3. Hasil Wawancara Narasumber R (Mahasiswa Ekonomi)

Pertanyaan	Jawaban	Kata Kunci Jawaban
Menurut Anda untuk desa wisata Keling ini perlukah media digital dalam memasarkan produknya padahal pengunjung cukup banyak disini?	Masih perlu kak mengingat era ini adalah era digital ya semua serba digital. orang akan percaya jika ada di dalam media digital objek yang dimaksud. Walaupun pengunjung disini cukup ramai dan menjanjikan ya tetap perlu karena pengunjungnya masih lokal kak. Jadi perlu pengembangan dan perlu diekspansi lagi	Butuh media digital, pengunjung yang ramai masih lokal.

Implementasi Teknologi Digital Untuk Mengembangkan Income Generating Desa Wisata Keling Kabupaten Kediri Jawa Timur (Khoirur Rozaq)

	agar produknya tetap laku.	
Kira-kira inovasi apa yang perlu dilakukan dalam meningkatkan <i>income generating</i> untuk wisata kecil seperti desa wisata Keling ini melihat potensi yang ada di sini?	Kan kalo media digital sudah ada jadi mungkin perlu peningkatan lagi kak kayak misalnya ditingkatkan fiturnya bisa beli tiket onlie atau gimana gitu, inovasi lainnya pada produknya mungkin kak yang perlu diperbaharui kualitas dan kuantitas agar tidak monoton, selain itu mungkin mengadakan jalan kerjasama ya kak kayak menerima investor dari berbagai arah unuk mengembangkan potensi-potensi yang berjalan.	Memperbaharui media digital, meningkatkan kualitas dan kuantitas produk, dan membuka peluang bagi investor.
Jika menggunakan media digital apakah ada perkiraan perubahan signifikan dalam <i>income generating</i> produk desa wisata Keling ini dengan potensi yang masih seadanya ini?	Berdasarkan banyak kasus serupa sih iya kak. Efek dari media digital itu besar banget setidaknya pengunjung yang jauh dari turis desa ini taunya juga melalui media digital. Minimal diluar Kabupaten Kediri juga taunya dari media digital aku yakin itu. Kalo sudah begitu kan nanti pemasukan dari tiket, lahan parkir atau bilik yang disewa di pasar kuliner kan juga akan bertambah gitu kak.	Akan ada kenaikan dana dari iklan di media digital.

Tabel 4. Hasil Wawancara Narasumber M (Mahasiswa Pariwisata)

Pertanyaan	Jawaban	Kata Kunci Jawaban
Jika anda mengamati desa wisata Keling ini apa yang ada temukan darinya sebagai potensi tempat wisata?	Banyak ya kak dari perbatasan masuk tadi nuansanya udah vintage, udah ada banyak bangunan jadul, pemandangannya pula, udah ada plang-plang menuju wisata alam, disepanjang jalan ini juga banyak yang berjualan hasil bumi, tadi di sebelah timur ada deretan homestay, ada pesantren tua, ada masjid yang kuno juga. Ini semua potensi kak kalau dikelolanya dengan bijak.	Nuansa desa vintage, bangunan jadul, pemandangan, tanda arah ke wisata, pedagang hasil bumi, homestay, pesantren tua, dan masjid kuno.
Perlukah pengenalan desa wisata Keling ini melalui media digital?	Perlu banget kak ya ini jika pengelolaannya bijak bisa jadi cagar budaya juga. Namun, untuk mengenalkan wisata ini ke khalayak ramai kan juga harus ada cara sendiri kayak buat web, diiklankan influencer, dibuat vidio-vidio mini gitu untuk dipost di beberapa platform gitu.	Butuh media digital, cagar budaya, situs wisata, dan iklan online.
Apakah kira-kira dengan menggunakan media digital akan lebih memperkenalkan desa wisata Keling dan membuat pemasukan di sini lebih meningkat?	Tentu saja tentu akan lebih memperkenalkan kak ya. Dengan catatan wilayah wisatanya termuat dan terus diupdate kak. Kayak wisata lainnya gitu yang terus update dan terus diperbaharui. Karena ranah wisatawan sekarang ini justru ke pedesaan kak dari ke area pantai atau perhutanan. Desa itu sudah memuat segalanya apalagi lokasinya kayak gini selain kuliner ada budaya juga. So, selain akan mengenalkan desa wisata Keling ini, dimungkinkan seperti wisata lainnya yang dikenalkan di media.	Lebih memperkenalkan desa wisata, desa wisata memuat kuliner dan budaya, dan pemasukan dana dimungkinkan meningkat.

Yang aku tau mereka memiliki pemasukan dana yang lebih bisa diandalkan kak setelah menggunakan media digital.

Tabel 5. Hasil Wawancara Narasumber Z dan H (Pengunjung)

Pertanyaan	Jawaban Z	Jawaban H	Kata Kunci
Dari mana anda mendapatkan informasi terkait dengan desa wisata Keling?	Dapat informasi desa wisata keling sih dari internet kak ada di web bahkan ada logonya pesona Indonesia. Sama dari youtube kak.	Dapat info dari temen tapi aku dikasih link web desa wisata Keling kak buat disuruh cek.	Dari situs desa wisata Keling
Apa yang menarik perhatian anda untuk berkunjung ke desa wisata Keling?	Banyak ya kak yang menarik disini sebenarnya aku paling suka river Tubing sih kak sama kulineran.	Sebenarnya banyak kak tapi yang paling menonjol dan menantiang itu River Tubing ya, trus aku jelajah alam, sama kulineran dong.	River Tubing dan kuliner
Menurut kamu apakah perlu untuk memperluas jangkauan media digital dari desa wisata Keling?	Perlu banget ya kak karna nemunya masih di google ini wisata aku belum nemu kayak di ig atau platform laon gitu.	Dengan keadaan dan potensi yang seperti ini promosi di media saat ini perlu ya kak. Jadi ga hanya mengacu pada web saja ya di media sosial justru perlu ada.	Penambahan jangkauan media digital dan menjangkau sosial media.

Hasil dari wawancara ini terkait dengan potensi di desa wisata Keling mengungkap beberapa hal yang disampaikan oleh S sebagai pengelola, diantaranya ada Makam Syaikh Imam Nawawi, Homestay, seni dan budaya, Masjid Tua Ringinagung, Goa Jegles, River Tubing, edukasi kuliner khas, kerajinan tangan, kawasan alam, Arung Kuno, dan sejarahnya. Sementara M melihat potensi wisata ini sebagai Nuansa desa vintage, bangunan jadul, pemandangan, tanda arah ke wisata, pedagang hasil bumi, homestay, pesantren tua, dan masjid kuno. Terkait dengan hal ini maka dapat diketahui bahwa desa wisata Keling memang memiliki potensi wisata yang mengarah ke kuno. Dari hal ini M juga memberikan keterangan potensi ini tidak hanya untuk tempat wisata saja melainkan cagar budaya juga.

Hasil dari data wawancara diatas dapat diketahui adanya perkiraan perubahan dan peningkatan income generating akibat dari penggunaan media digital. Pernyataan ini dibuktikan dengan kesaksian dari narasumber S sebagai pengelola desa wisata Keling. Dalam periode wawancara ini dirinya menyatakan bahwa ada perubahan cukup besar karena menggunakan media digital. Selain itu saudara R juga menyatakan jika terus melaju inovasi dari desa wisata ini akan memberikan dampak pada pemasukan desa secara signifikan. Saudara R juga memberikan keterangannya peningkatan kualitas dan kuantitas untuk pemasukan juga dapat dipengaruhi dari inovasi yang terus dilakukan oleh pengelola desa Wisata ini. Untuk saudara M juga memberikan pernyataan bahwa ketika menggunakan media digital akan memberikan dampak pada pemasukan desa wisata yang lebih baik dengan potensi yang seperti ini. Jadi, income generating dari desa wisata Keling, Kabupaten Kediri, Jawa Timur telah membuktikan adanya perubahan yang baik akibat menggunakan media digital sebagai jalan lain mengenalkan produk wisatanya.

Desa Wisata merupakan salah satu desa yang begitu terpencil yang terletak di daerah Provinsi Jawa Timur yang mana desa ini tidak begitu terkenal seperti daerah-daerah yang lain. Secara umumnya, desa ini memiliki potensi ekonomi yang begitu besar dibandingkan dengan potensi ekonomi yang ada pada daerah lain. Melalui perbandingan yang ada tersebut, pemerintah mulai menawarkan aspek ekonomi lokal melalui beberap program sehingga masuknya tren dunia digital. Hal ini sejalan dengan penelitian Ramadhani et al., (2021) dimana dalam hasil penelitiannya, mengungkapkan bahwa konsep digitalisasi dengan dunia desa wisata memiliki imbas yang begitu besar pada pemasaran dikarenakan dengan melalui aspek digital tersebut, masyarakat mampu mengakses informasi yang dibutuhkan oleh calon pengunjung.

Merujuk kepada sistem ilmu dan komunikasi, yang mana ilmu komunikasi dan informasi pada mulanya adalah suatu konsep ilmu pengetahuan yang berbasis kepada penalaran manusia. Dikala, waktu itu

Implementasi Teknologi Digital Untuk Mengembangkan Income Generating Desa Wisata Keling Kabupaten Kediri Jawa Timur (Khoirur Rozaq)

bentuk pengetahuan manusia cukup terbatas dan tidak bisa dikatakan sebagai manusia yang berpemikiran luas. Menurut (L. Fitria, 2018), manusia pada jaman tersebut masih belum mampu menyampaikan suatu bentuk pemikiran yang begitu meluas. Ini dikarenakan pengetahuannya manusia hanyalah berfokus kepada bidang perburuan, cocok tanam, dan bidang pembangunan yang lain. Namun, konsep pemikiran yang ada pada kurun kemudiannya mengajarkan penanaman sikap untuk bersosialisasi dan berperilaku dengan baik. Dalam hal ini, mulai ada perkembangan pemikiran manusia seperti yang dikatakan oleh (Zainal Effendi Berlian, 2012) bahwa tingkat pemikirannya manusia diwaktu itu sudah mulai mengembang, dimana sisi otak kecilnya sudah mampu berkembang sesuai dengan tahapan yang besar dan juga konsep pengetahuannya sudah mulai meluas. Meskipun, pada bidang perburuan dan pencocoktanaman. Konsep ini menjadi bidang yang pertama kali dikaji dan dijadikan sebagai bukti akan adanya konsep pikiran manusia. sejalan juga dengan pendapat dari (Slamet, 2012) yang mana menurutnya perkembangan otak manusia mulai mengembangkan pada konsep awal. Sementara, perkembangan ini sesuai dengan keinginan manusia yang pada umumnya lebih mengarah kepada bidang kebutuhannya.

Sehingga, dapat disimpulkan bahwa bentuk pemikirannya ini mengembangkan sebuah ide yang kemudian ide tersebut dihasilkan sebagai sebuah bidang teknologi. Sejarah awal mulanya teknologi disebutkan dalam penelitian (Kemala Putri, 2018) bahwa alasan utamanya ada teknologi ini adalah bukan pada konsep pemikiran. Akan tetapi, manusia dapat dikatakan sebagai makhluk yang tidak pernah puas sehingga mereka menginginkan sesuatu yang lebih besar dan lebih bermanfaat ketimbang dengan hal-hal ataupun sesuatu yang lain. Maka dari itu, konsep teknologi dikaitkan dengan keinginan manusia yang mana keinginannya selalu ingin mudah, efektif dan juga mampu berpengaruh kepada kehidupan generasi. Demikian juga dengan adanya teknologi ini, tentunya mengambil peran yang lebih banyak contohnya sebagai penghasil produk-produk yang berkualitas, menghasilkan sumber daya yang lebih berintegritas bahkan menjadikan konsep kehidupannya manusia menjadi lebih ringan serta bersikap se-fleksibel mungkin (Budiman, 2017). Jadi, dikarenakan hal tersebut, konsep pentingnya teknologi ini adalah karena peran yang dimiliki olehnya membawa suatu konsep yang begitu bermanfaat bagi manusia. meskipun, tanpa disadari terdapat imbas ataupun dampak yang sering ada pada kehidupan manusia setelah adanya penggunaan teknologi ini. Tetapi, tentunya ini tidak dapat menafikan adanya pengaruh yang lebih positif serta mampu membuat kehidupannya manusia semakin beragam. Penggunaan teknologi yang ada pada saat ini memungkinkan dan juga membawa era digital ke hadapan publik tanpa disadari. Seperti hadirnya gadget, komputer bahkan beberapa barang elektronik lainnya ataupun produk-produk yang memiliki hubungan dengan teknologi. Sehingga, kehadirannya desa Wisata dapat dikenal dan dapat diketahui secara umum bahkan hingga keluar negeri sekalipun.

Hasil wawancara menunjukkan adanya penggunaan media digital menarik perhatian pengunjung. Perkara ini ditunjukkan oleh Z dan H yang mana mereka mengenal desa wisata ini dari web dan media social resmi desa wisata Keling sendiri. Untuk peningkatannya S melakukan berbagai upaya seperti mematok harga yang ekonomis di media digitalnya dan menjualkan produk-produk dengan hanya scan barcode saja sudah dapat membeli buah tangan dari web bersangkutan. Selain itu R juga memberikan keterangan bahwa pentingnya penggunaan media digital untuk menarik perhatian pengunjung dan meningkatkan fitur-fitur yang ada di web. Untuk M menggunakan media digital dengan memanfaatkan fitur mereka dalam mengenalkan desa wisata Keling ini merupakan hal yang penting.

Industry pariwisata di desa erat kaitannya dengan peningkatan perekonomian masyarakat. Konsep income generating ini lebih banyak digunakan pada tingkat suatu daerah yang mana potensi pendapatannya begitu rendah sehingga sangat membutuhkan suatu cara agar sebuah tingkat potensi pendapatan daerah tersebut meningkat (Roskina, 2020). Merujuk cara pemerintah dalam mengembangkan potensi daerahnya seperti melakukan kewirausahaan, usaha produksi, perdagangan, jasa, dan kegiatan lain yang dapat menghasilkan pendapatan secara berkelanjutan. Sejalan dengan pendapat (Karyatun et al., 2020) yang mengatakan bahwa bentuk upaya untuk meningkatkan income generating disebuah desa wisata biasanya terdapat pada pemberdayaan UMKM lokal, yang mana melalui bentuk program tersebut masyarakat dapat menghasilkan pendapatannya serta ikut berpartisipasi kepada daerah. Salah satu peran yang dipegang oleh program ini adalah adanya bentuk-bentuk pembinaan pendampingan produksi dan pemasaran kepada UMKM serta bagaimana cara memperkenalkan potensi daerah tersebut kepada konsumen pengunjung.

Dampak ekonomi desa wisata di Jawa Timur dihasilkan dari aliran uang yang berasal dari pengeluaran wisatawan ke desa wisata. Wisatawan membutuhkan berbagai produk dan jasa selama kunjungannya, seperti penginapan, persewaan peralatan, konsumsi, dan kebutuhan pribadi lainnya. Jika pengelola dapat memenuhi kebutuhan wisatawan melalui unit usaha yang dikembangkan oleh desa wisata, maka akan terjadi transaksi ekonomi antara wisatawan dengan pengelola. Jika hal ini terjadi terus menerus dan

menguntungkan maka akan menjadi income generating desa wisata. Menurut Holden, tidak semua pengeluaran wisatawan selama berwisata dilakukan di lokasi wisata (desa), beberapa transaksi kemungkinan terjadi di luar lokasi wisata. Misalnya biaya perjalanan (dihitung dari BBM dan sewa transportasi dari luar desa). Secara umum pengeluaran wisatawan berbeda-beda, tergantung aktivitas mereka selama berkunjung. Namun peneliti telah memberikan beberapa variabel atau pos pengeluaran yang umumnya ditawarkan oleh pengelola desa wisata. Berikut merupakan proporsi pengeluaran wisatawan yang merupakan Direct Income Generating desa wisata: ticket masuk, homestay, restoran, toko, spot foto, wahana bermain, souvenir, merchandise, transportasi lokal dan parkir.

Industri pariwisata telah menjadi yang terdepan dalam inovasi digital dan terus bertransformasi dengan kecepatan eksponensial di seluruh dunia tidak terkecuali Indonesia. Salah satu keuntungan besar digitalisasi adalah kemampuan untuk mengumpulkan data dan analitik. Konsumen ingin merasa istimewa dan mengharapkan personalisasi layanan dan pengalaman. Dengan menangkap data pribadi dari pelanggan dan mempelajari lebih lanjut tentang pola perilaku mereka, perusahaan semakin mengoptimalkan layanan di seluruh perjalanan pelanggan.

Konsep digitalisasi desa wisata di Jawa Timur ini pada umumnya untuk mempromosikan sekaligus untuk mengenalkan potensi yang ada di daerah tersebut. Hal ini mampu merangkul konsep perbaikan ekonomi yang ada. Sebagai salah satu contoh yang ada, yaitu dengan adanya program ini mampu menunjukkan hasil produk ataupun menarik minat orang banyak melalui strategi-strategi yang ada. Berikut ini strategi-strategi yang ada didalam program digitalisasi desa wisata menurut (Dewi & Dalimunthe, 2017) Melalui hasil wawancara yang telah penulis terangkan maka dapat diketahui bahwa pertama, potensi wisata di desa wisata Keling cukup banyak. Kedua, penggunaan media digital secara fakta empiris meningkatkan income generating yang cukup memuaskan. Ketiga, media digital sangat membantu pengelola dan wisatawan untuk mengenal lebih jauh dan meningkatkan kualitas juga kuantitas produk desa wisata Keling.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Riset ini pada akhirnya dapat dideduksikan sebagai pertama, potensi wisata di desa wisata Keling cukup banyak yang bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan pendapatan dari pengelolaan desa wisata. Kedua, penggunaan media digital secara fakta empiris meningkatkan income generating yang cukup memuaskan terutama dalam mendatangkan pengunjung maupun penjualan berbagai produk UMKM yang dihasilkan. Ketiga, media digital sangat membantu pengelola dan wisatawan untuk mengenal lebih jauh dan meningkatkan kualitas juga kuantitas produk desa wisata Keling. Hasil yang demikian ini menggunakan metode kualitatif-deskriptif yang dikumpulkan dengan 4 data menggunakan random sampling dan 1 data menggunakan pertimbangan pemilihan narasumber.

Penulis berharap penulisan ini dapat dilanjutkan dengan penelitian kuantitatif pada penelitian berikutnya untuk membuktikan pernyataan-pernyataan empiris yang telah disampaikan oleh narasumber. Penulis berharap penulisan ini memberikan inspirasi kepada para pengelola desa wisata Keling. Penulis juga berharap tulisan ini dapat dilanjutkan dengan objek kajian yang baru..

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Budiman, H. (2017). Pengaruh Model pembelajaran Sains-Teknologi-Masyarakat dalam Meningkatkan Literasi Sains dan Teknologi ditinjau dari Gaya Kognitif Siswa. *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam*, 8, 75–83.
- [2] Dewi, R., & Dalimunthe, M. B. (2017). Peningkatan Income Generate Melalui Unit Usaha Counseling Centre Berbasis Intelektual Kampus. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 23(2), 287. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v23i2.7027>
- [3] Fitria, L. (2018). Sejarah Perkembangan Teknologi Pembelajaran. *Repository Umsida*.
- [4] Fitria, Y., Linda, M. R., & Patrisia, D. (2019). Upaya Peningkatan Income Generating Melalui Pelatihan Inovasi Produk Bagi Masyarakat Nelayan. *Sabdamas*, 1(1), 27–32.
- [5] Karyatun, S., Wiweka, K., H. Demolingo, R., Pramania Adnyana, P., & Nurfikriyani, I. (2020). Tourist Village Multiplier Effect Studies: Small Scale Approach BEST PRACTICE OF DESA WISATA

- [6] Kemala Putri. (2018, December). Apa itu Teknologi? Sejarah dan Pengertian Teknologi - Teknologi.id.
- [7] Kidi & Widyaiswara. (2018). Teknologi Dan Aktivitas Dalam Kehidupan Manusia. 28, 1–28.
- [8] Purnomo, S., Rahayu, E. S., & Riani, A. L. (2019). Tourism village management based on information technology with destination management system. Proceeding of ICOHETECH, 229–233. <http://ojs.uadb.ac.id/index.php/icohetech/article/view/809>
- [9] Puspitasari, I., & Hidayat, A. (2017). The Role of Local Wisdom in Developing Tourism Village. *Journal of Tourism, Hospitality and Culinary Arts*, 9(3), 1-8.
- [10] Radhi, F. (2010). Pengembangan Appropriate Technology Sebagai Upaya Membangun Perekonomian Indonesia Secara Mandiri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 15(1), 5885.
- [11] Ramadhani, Suswanta, & Shaddiq, S. (2021). E-Marketing of village tourism development strategy (Case study in the tourist village puncak sosok). *Journal of Robotics and Control (JRC)*, 2(2), 72–77. <https://doi.org/10.18196/jrc.2255>
- [12] Rizky. (2015). Profil Desa Wisata Kajigelem Desa Bangunjiwo Desa. 29.
- [13] Roskina, S. (2020). " Integrasi Kreativitas dan Inovasi pada Kompetensi Kewirausahaan Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Pendapatan Unit Produksi ". *Jurnal Manajemen Dan Supervisi Pendidikan*, 4(3), 267–274. <https://doi.org/10.17977/um025v4i32020p267>
- [14] Santosa, I. P. E., Astawa, I. B. K., & Sumertajaya, I. M. (2021). Evaluating Sustainable Tourism Village Development Indicators: A Case of Penglipuran Village, Bali, Indonesia. *Journal of Sustainability Research*, 3(2), 52-62.
- [15] Saragih, J., Pasaribu, R. M., Simanjuntak, J., Pasaribu, H. D. S., & Matondang, V. (2022). Determinants of Performance of MSMEs in the Era of Industrial Revolution 4.0 in Medan City. *International Journal of Marketing & Human Resource Research*, 3(1), 9–18. <https://doi.org/10.47747/ijmhrr.v3i1.600>
- [16] Sary, K. A., Purwanti, S., & Juwita, R. (2021). Implementation of Smart Tourism in Kedang Ipil Village. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 4(3), 4862–4872.
- [17] Slamet, S. (2012). Hasil Kajian Neuroscience Dan Implikasinya Dalam Pendidikan. *Eprints.Uny.Ac.Id*, 1–22.
- [18] Wahyuni, S., Hamzah, A., & Syahnur, S. (2013). Analisis Pengaruh Teknologi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Aceh (Ak Model). *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1(3), 77–79.
- [19] Zainal Effendi Berlian. (2012). Ilmu Alamiah Dasar Ilmu Sosial Dasar Dan Ilmu Budaya Dasar (p. 12).