

KESIAPAN MASYARAKAT DAN PEMANFAATAN *DIGITAL ENABLER* PADA KAMPUNG WISATA DIGITAL PRAILIU

Soetomo, W.E.¹⁾, Haniek Listyorini²⁾, Uumbu Aris³⁾

¹⁾ Pembimbing I, Dosen Program Pascasarjana STIEPARI Semarang

²⁾ Pembimbing II, Dosen Program Pascasarjana STIEPARI Semarang

³⁾ Alumni Program Studi Magister Manajemen Pariwisata STIEPARI Semarang

ABSTRAK

Kampung Prailiu merupakan Kampung Wisata Digital yang baru saja diresmikan pada tanggal 24 Februari 2020. Salah satu alasan peneliti tertarik untuk meneliti kampung ini karena kampung ini merupakan Kampung Wisata Digital pertama di Sumba. Oleh sebab itu kajian terhadap aspek kesiapan masyarakat dan penggunaan *digital enabler* merupakan hal menarik untuk ditelaah lebih lanjut. Beberapa masalah yang terjadi antara lain masyarakat belum siap dengan penetapan sebagai Kampung Wisata Digital, perubahan pola transaksi dari tradisional ke digital, penggunaan perangkat digital untuk transaksi dan kesiapan sarana prasarana penunjang. Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan pemanfaatan *digital enabler* adalah penggunaan aplikasi *mobile banking* Bank NTT, penggunaan EDC (*Electronic Data Capture*) serta *scan* kode QRIS. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu melalui studi kasus tunggal (*single-case study*) dengan teknik cuplikan *purposive sampling (non probability sampling)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ditinjau dari aspek kesiapan masyarakat, mengacu pada Tahapan Model Kesiapan Masyarakat yang dikembangkan oleh Stanley (2014), Kampung Wisata Digital Prailiu masih berada pada tahapan persiapan. Pemanfaatan *digital enabler* masih sangat terbatas pada penggunaan aplikasi EDC (*Electronic Data Capture*) dan *scan* QRIS. Melalui upaya edukasi, monitoring dan evaluasi, peningkatan infrastruktur, penataan kelembagaan desa, pengembangan potensi kampung serta pemanfaatan *website* dan *social media* sebagai sarana promosi, Kampung Wisata Digital Prailiu diharapkan akan berkembang.

Kata Kunci: *kesiapan masyarakat, digital enabler, kampung wisata*

ABSTRACT

Prailiu Village is a Digital Tourism Village which was recently inaugurated on February 24, 2020. One of the reasons why the researcher is interested in researching this village is because this village is the first Digital Tourism Village in Sumba. Therefore a study of community readiness aspect and the use of digital enablers becomes an interesting subject to study further. Some problems that occur are the community are not ready for the designation as a Digital Tourism Village, the changes in transaction patterns from traditional to digital, the use of digital devices for transactions and the readiness of supporting infrastructure. In this study, the use of digital enablers refers to the use of the Bank NTT mobile banking application, the use of Electronic Data Capture and scanning the QRIS code. This study uses a qualitative research method, namely through a single case study with purposive sampling technique (non-probability sampling). The results show that from the aspect of community readiness, referring to the Stages of the Community Readiness Model developed by Stanley (2014), Prailiu Digital Tourism Village is still in the preparation stage. The use of digital enablers is still very limited to the use of EDC and QRIS scans so that the transformation process of traditional business activities towards digital has not advanced as expected. Through education, monitoring and evaluation efforts, improving infrastructure, structuring village institutions, developing village potential and utilizing websites and social media as promotional tools, Prailiu Digital Tourism Village will develop towards the expected conditions.

Keywords: *community readiness, digital enabler, tourism village*

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Memasuki era modern seperti sekarang ini dunia pariwisata mengalami perkembangan yang sangat pesat, terus bergerak dari era tradisional menuju era digital. Dalam proses pengembangan potensi pariwisata yang diintegrasikan dengan kemajuan teknologi digital, untuk dapat mempromosikan suatu destinasi pariwisata secara maksimal kita harus menuju pada suatu kondisi yang siap untuk *go digital*. Salah satu hal yang melatarbelakangi hal ini adalah adanya perubahan gaya hidup yang tidak terlepas dari aspek digitalisasi terutama pada generasi Y dan generasi Z yang semakin bertambah dalam hal jumlah maupun pengaruhnya dalam dunia perkembangan pariwisata di Indonesia. Jika kita mengamati perilaku generasi millennial ini, kapanpun dan dimanapun mereka selalu terhubung dengan *mobile applications*.

Saat berwisata ke suatu obyek wisata tertentu, salah satu pengalaman yang menarik adalah melakukan swafoto (*selfie*) dengan latar belakang panorama yang menarik kemudian melakukan *posting* pada media sosial seperti Facebook, Instagram dan lain-lain. Selain itu juga, memasuki era *digital tourism* dimana saat ini untuk meminimalisir efek pandemi COVID-19, wisatawan juga dapat melakukan pembayaran secara non tunai saat membeli *souvenir* dan lain-lain dengan melakukan *barcode scan* yang tertera pada produk wisata yang dijual. Melihat pada perubahan

fenomena yang ada kita harus mampu beradaptasi, berubah dan berbenah agar tidak tertinggal oleh perubahan itu sendiri seperti yang dideskripsikan oleh Perkin dan Abraham (2019), ada 3 (tiga) fakta mendasar tentang transformasi digital sebagai berikut:

1. Transformasi digital tidak dapat dihindari. Suka atau tidak suka, perubahan akan terjadi. Kita bisa memilih untuk meresponnya atau tertinggal di belakangnya. Menurut Bahl-Poulsen dalam (Gelter, 2017), memasuki era *digital* bukan lagi menjadi sebuah pilihan, tetapi itu adalah suatu keharusan.
2. Transformasi digital tidak hanya soal teknologi, tetapi juga mengenai strategi, proses, budaya, tingkah laku, dan sumber daya manusia.
3. Transformasi digital melibatkan perubahan mendasar dan menyeluruh.

Digital tourism merupakan suatu tahapan baru dalam pengembangan dunia pariwisata dan kini telah berkembang menjadi salah satu strategi yang efisien dan efektif untuk mempromosikan potensi pariwisata unggulan suatu obyek wisata dengan menggunakan *platform* berbasis teknologi digital. Menurut (Gelter, 2017), *digital tourism* termasuk dalam pengertian *digital technology* yaitu teknologi dan aplikasi umum dalam teknologi informasi dan komunikasi *digital* yang diterapkan dalam pariwisata. Selanjutnya Starc Peceny *et al* (2019) menyatakan bahwa inti dari konsep *digital tourism* adalah bagaimana mengintegrasikan semua

pemangku kepentingan yaitu masyarakat lokal, wisatawan, penyedia layanan wisata dan pemerintah dalam satu proses inovasi kolaboratif yang berpusat pada masyarakat lokal.

Salah satu program unggulan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam upaya untuk meningkatkan target jumlah kunjungan wisata adalah melalui program *digital tourism*. Menurut Travelling Indonesia (2018), dalam kaitan dengan upaya menuju pariwisata yang *go digital*, ada 3 (tiga) slogan penting yang telah dicanangkan oleh Bapak Arief Yahya selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada Kabinet Kerja Periode Pertama Presiden Joko Widodo, yaitu:

1. *the more digital, the more personal.*
Semakin digital dalam menerapkan strategi dan promosi obyek wisata baik melalui aplikasi atau *digital tools* maka akan dapat menjangkau konsumen secara personal.
2. *the more digital, the more professional.*
Semakin digital maka cara kerja/metode dalam menarik wisatawanpun akan semakin profesional.
3. *the more digital, the more global.*
Semakin digital maka akan semakin mudah untuk menjangkau konsumen secara global karena dengan adanya *platform digital* maka memudahkan kita untuk mengakses berbagai informasi obyek wisata yang ada dari seluruh penjuru dunia.

Salah satu embrio dari *digital tourism* adalah Kampung Wisata Digital Prailiu yang terletak di Kabupaten Sumba Timur Provinsi Nusa Tenggara Timur. Kampung ini terbentuk atas inisiatif Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi NTT, Pemerintah Kabupaten Sumba Timur dan Bank NTT dengan tujuan utama untuk mengembangkan pariwisata sebagai *prime mover* ekonomi masyarakat. Kampung Prailiu merupakan Kampung Wisata Digital pertama di Provinsi NTT yang baru saja diresmikan oleh Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia, Destry Damayanti pada tanggal 21 Februari 2020. Menurut (Kalaway, 2021), kampung ini terdiri dari 2 (dua) bagian yaitu *Prailiu* dengan jumlah penduduk 198 jiwa dan *Prai Karaha* dengan jumlah penduduk sebanyak 150 jiwa sehingga jumlah penduduk secara keseluruhan adalah 348 jiwa.

Menurut Rawambaku (2021), kampung ini disebut sebagai Kampung Wisata Digital terutama karena transaksi jual beli produk wisata dilakukan secara non tunai dengan menggunakan aplikasi *mobile banking* PAY QRIS Bank NTT. Ketika wisatawan membeli produk wisata dengan cara memindai (*scan*) kode QR (*quick response code*) pada aplikasi yang telah di-*install* pada telefon genggam, secara *real time* uang akan masuk ke dalam rekening pelaku UMKM yang telah memiliki kode QRIS. Selain itu melalui pemindaian tersebut, wisatawan juga dapat memperoleh informasi yang memadai terkait destinasi wisata maupun produk kerajinan seperti tenun ikat dan lain-lain. Prinsip penerapan kode respon

cepat (QR) ini sama seperti yang dilakukan oleh *Starbucks* sebagai bagian dari strategi gamifikasi seluler untuk promosi produk baru. Dengan memindai kode QR produk, konsumen diarahkan ke situs web seluler perusahaan di mana mereka dapat menemukan informasi tentang produk, buletin, kupon, layanan pelanggan, dan manfaat serupa lainnya (Gelter, 2017). Dengan semboyan UNGGUL (Universal, Gampang, Untung dan Langsung), implementasi kode QRIS ini bertujuan untuk efisiensi transaksi, mempercepat inklusi keuangan dan memajukan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) serta mendorong pertumbuhan ekonomi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Susanto (2011) terkait Analisis *Citizen E-Readiness* Dalam Pengembangan Desa Berbasis Teknologi Informasi yang menyatakan bahwa faktor sumber daya manusia (SDM) memainkan peranan yang penting dalam peningkatan *e-readiness* masyarakat Desa Terong. Penelitian yang dilakukan oleh Nurazizah & Darsiharjo (2018) juga menjelaskan bahwa kesiapan aspek psikologis, aspek sosial masyarakat, aspek dukungan Pemerintah dan aspek kesiapan kelembagaan desa berperan penting dalam pengembangan Desa Wisata di Kampung Seni dan Budaya Jelekong, Kabupaten Badung.

Sebelum kampung ini ditetapkan sebagai Kampung Wisata Digital, kampung Prailiu berfungsi

2. Kajian Teori

Menurut Stanley (2014), kesiapan masyarakat (*community readiness*) adalah tingkatan dimana

sebagai Kampung Adat dengan sebutan Kampung Adat Praingu. Prailiu. Sebagai Kampung Wisata Digital yang baru dibentuk, untuk kondisi saat ini terdapat beberapa aspek yang belum dipenuhi dengan baik dan perlu mendapat perhatian serius antara lain aspek kesiapan masyarakat, ketersediaan tenaga IT (*information technology*), kesiapan infrastruktur dan dukungan Pemerintah. Melalui penelitian ini diharapkan ada peningkatan aspek kesiapan dan kesadaran masyarakat Prailiu sebagai bagian integral dari Kampung Wisata Digital ini dalam memainkan peranannya sebagai subyek sekaligus obyek pengembangan destinasi pariwisata, adanya tenaga IT yang memadai sehingga *update* data dan pengelolaan jaringan dapat dilakukan dengan baik, perbaikan infrastruktur yang menunjang keberadaan Kampung Wisata Digital Prailiu serta keberlanjutan proses mentoring, monitoring dan evaluasi oleh Pemerintah Daerah. Merujuk pada 4 (empat) syarat suatu destinasi pariwisata dapat disebut sebagai Kampung Wisata Digital, faktor kesiapan masyarakat/infrastruktur serta pemanfaatan *digital enabler* merupakan *stressing point* semua unsur yang terkait sehingga peneliti merasa perlu untuk mengkaji lebih mendalam terkait aspek kesiapan masyarakat dan pemanfaatan *digital enabler* pada Kampung Wisata Digital Prailiu.

sebuah komunitas bersedia dan siap untuk mengambil tindakan terhadap suatu masalah tertentu. Masyarakat merupakan kumpulan individu yang berbagi sikap, keyakinan dan cita-

cita yang sama. Tanpa individu tidak akan ada masyarakat. Masyarakat terdiri dari orang-orang yang berinteraksi atas dasar berbagi keyakinan, adat istiadat, nilai-nilai dan sikap (Pujileksono, 2018). Selanjutnya menurut Mac Iver dalam Pujileksono (2018), masyarakat adalah kelompok terbesar dari individu-individu yang menghuni tempat yang sama dengan cara hidup yang sama sebagai hasil berinteraksi terus menerus secara teratur dan pada akhirnya melahirkan pola perilaku yang relatif sama.

Menurut Nirmala, B.P dan Lavianto (2019), teknologi *digital enabler* adalah sebuah teknologi yang terbentuk dari kinerja sekumpulan perangkat teknologi informasi dan komputer dan memungkinkan sebagai jembatan yang mentransformasi aktivitas bisnis konvensional ke arah digital. Dalam penelitian ini teknologi yang dimanfaatkan sebagai *digital enabler* adalah perangkat bergerak/aplikasi mobile, *internet of things*, *social media*, dan QR code.

Antara & Arida (2015) menyebutkan bahwa Desa atau Kampung Wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku. Selanjutnya Joshi (2012) dalam Antara & Arida (2015) menyatakan bahwa Desa Wisata (*rural tourism*) merupakan pariwisata yang terdiri dari keseluruhan pengalaman pedesaan, atraksi alam, tradisi, unsur - unsur yang unik yang secara keseluruhan dapat menarik minat wisatawan.

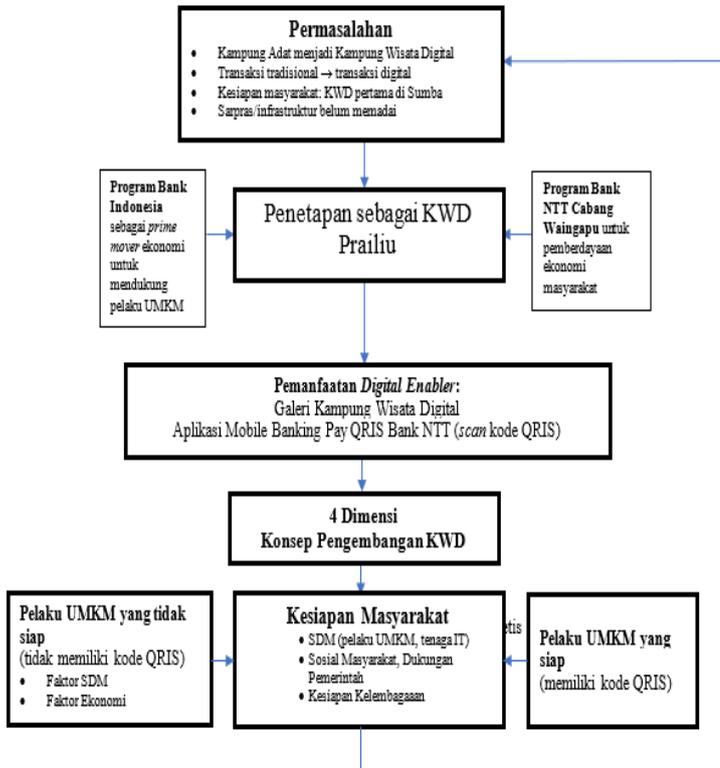
Pariwisata Inti Rakyat dalam Wijayanti (2014) mendefinisikan Desa wisata sebagai suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas, kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan.

Berbicara tentang kampung wisata yang menggunakan *platform digital* dalam layanannya atau dalam hal ini disebut juga sebagai kampung wisata digital, menurut Pranita (2018) ada empat dimensi pemanfaatan teknologi digital yang wajib dipenuhi oleh suatu destinasi pariwisata yaitu:

1. Kemampuan penyediaan informasi terkait obyek wisata
2. Kemampuan berbagi informasi
3. Kemampuan kesadaran konteks
4. Kemampuan penandaan

Berdasarkan hasil telaah terhadap berbagai sumber rujukan yang berhubungan dengan Kesiapan Masyarakat dan Pemanfaatan *digital enabler* Dalam Pengembangan Kampung Wisata Digital Prailiu, penulis mengembangkan suatu konsep Kerangka Pemikiran Teoretis yang menjadi dasar dalam penelitian ini seperti yang disajikan pada Gambar 1 sebagai berikut:

Gambar 1
Kerangka Pemikiran Teoritis



METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus, lebih spesifik lagi adalah studi kasus tunggal (*single - case study*). Dalam suatu penelitian studi kasus, peneliti mempelajari tentang satu topik yang sifatnya spesifik, unik dan menjadi fokus perhatian utama (*point of interest*). Kasus yang dikaji merupakan bagian dari suatu sistem yang lebih besar dan sifatnya terbatas. Studi kasus merupakan penelitian mengenai manusia (dapat suatu kelompok, organisasi maupun individu), peristiwa, latar secara mendalam dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran yang mendalam tentang suatu kasus yang sedang diteliti (Sujarweni, 2020).

2. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengolahan data menjadi sumber informasi yang baru sehingga karakteristik data menjadi lebih mudah untuk dipahami dan berguna dalam menjawab permasalahan penelitian yang dilakukan. Pendekatan induktif dimaksudkan untuk membantu pemahaman tentang pemaknaan dalam data yang rumit melalui pengembangan tema-tema yang diikhtisarkan dari data mentah (Moleong, 2019).

Bogdan & Biklen dalam (Moleong, 2019) menjelaskan bahwa analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang diceritakan kepada orang lain. Lebih lanjut, Alwasilah (2017) menyatakan bahwa analisis data dalam penelitian kualitatif melibatkan proses pengenalan dan pemisahan pendapat sendiri dan pendapat orang lain, penataan (ulang) data sesuai dengan makin canggihnya penafsiran terhadap data. Kedua proses ini hanya dimungkinkan lewat pengorganisasian data secara sistematis analitis. Analisis data dilakukan melalui 3 tahap, yaitu:

- a. Reduksi data (*data reduction*)
- b. Penyajian data (*data display*)
- c. Penarikan kesimpulan dan verifikasi data (*conclusion drawing and verification*)

HASIL PENELITIAN

1. Kondisi Kesiapan Masyarakat Dalam Rangka Pengembangan Kampung Wisata Digital Prailiu

Berdasarkan hasil temuan, secara umum untuk aspek kesiapan masyarakat, masyarakat Kampung Praingu Prailiu cukup siap untuk menjadi bagian integral Kampung Wisata Digital. Dari hasil wawancara dengan 7 (tujuh) narasumber, peneliti menemukan bahwa terdapat beberapa aspek penting yang memiliki hubungan erat dengan aspek ini adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat Kampung Prailiu sadar bahwa mereka adalah salah satu unsur yang penting dalam pengembangan Kampung Wisata Digital Prailiu.

Menurut penuturan narasumber, dijelaskan bahwa ketika wisatawan datang berkunjung ke kampung, anak-anak di kampung langsung menyampaikan kepada orang tuanya bahwa ada tamu yang datang. Hal ini menarik karena kesadaran itu tidak saja ada pada orang tua/orang dewasa, tetapi juga sudah ditanamkan sejak usia dini. Anak-anak sudah menyadari bahwa wisatawan penting bagi kampungnya. Kehadiran wisatawan memberi dampak yang baik bagi keluarganya.

Masyarakat Praingu Prailiu juga memiliki respon yang baik terhadap upaya pengembangan Kampung Wisata Digital. Di kampung itu terdapat sebuah galeri tenun ikat (difasilitasi oleh Bank Indonesia) sebagai tempat untuk memajang dan menjual semua produk UMKM

masyarakat kampung. Ibu Tamu Rambu Likka Ammah yang adalah Ketua/Koordinator galeri mengundang ibu-ibu di kampung bersama bapak-bapak dalam suatu kerapatan dimana salah satu kesepakatan yang dihasilkan adalah terkait jam operasional galeri yang dibuka mulai pukul 09.00 WITA – 12.00 WITA, istirahat jam 12.00 WITA – 13.00 WITA dan setelah jam istirahat kembali ke galeri untuk menanti tamu yang datang. Narasumber menjelaskan bahwa ibu-ibu sudah mempersiapkan dirinya sejak pagi hari, menyelesaikan semua urusan rumah tangganya dan dengan pakaian rapi dan bersih siap menanti kunjungan tamu di galeri. Ada pembagian peran yang menarik diantara anggota keluarga dimana jika ibu sedang bertugas di galeri, bapak yang mengurus semua urusan rumah tangga di rumah.

Salah satu kegiatan wisatawan yang cukup sering saat berkunjung ke kampung adalah foto *pre wedding*, *shooting* film dan berfoto sambil menggunakan kain dan sarung tenunan tradisional Sumba. Beberapa hari sebelum kegiatan dilaksanakan, para pelaku UMKM sudah mempersiapkan dengan baik semua hal yang dibutuhkan oleh wisatawan sehingga saat datang ke kampung semua telah tersedia. Masyarakat sadar sepenuhnya bahwa kehadiran wisatawan akan berdampak positif terhadap ekonomi rumah tangganya juga

terhadap pengembangan Kampung Wisata Digital. Selain ketersediaan Galeri Tenun Ikat, di Kampung Prailiu juga tersedia Lopo Di@ BISA (*Digital Agent Bank NTT dan Mahasiswa*) yang difasilitasi oleh Bank NTT. Lopo ini digunakan sebagai tempat wisatawan berganti pakaian misalnya saat pemotretan menggunakan pakaian tradisional Sumba. Lopo juga berfungsi sebagai kedai mini bagi para wisatawan, sambil menikmati beberapa *display* tenunan yang ada di lopo, wisatawan juga bisa menikmati suguhan minuman dan makanan tradisional Sumba. Hal yang menarik bahwa telah ada kesepakatan antara para pelaku UMKM terkait pembagian jadwal menjual sehingga secara bergantian mereka dapat berjualan di lopo dan hal ini cukup membantu perekonomian rumah tangganya.

Hal lain yang menarik dalam kaitan dengan aspek kesadaran ini adalah sesuai penuturan narasumber bahwa meskipun ada pandemi COVID-19 beberapa minggu setelah penetapan Kampung Wisata Digital yang berdampak pada menurunnya jumlah kunjungan wisatawan (ada kejadian dimana dalam satu bulan sama sekali tidak ada kunjungan), akan tetapi antusiasme para pelaku UMKM tidak pernah berhenti. Ibu-ibu pelaku UMKM tetap melakukan pengerjaan menenun dengan ukuran yang lebih kecil sebagai salah satu upaya antisipatif jika ada wisatawan yang datang. Ibu-

ibu tetap mengisi waktu luang mereka dengan terus melakukan pekerjaan menenun. Pandemi tidak menghentikan proses pengerjaan kain tenunan. Untuk membantu mencukupi kebutuhan harian, beberapa masyarakat kembali melakukan aktivitas berkebun (menanam sayuran). Upaya lain yang dilakukan agar tetap *survive* adalah dengan menjual produk UMKM secara online melalui akun pribadi *social media*.

2. Aspek Sumber Daya Manusia dan Penguasaan Teknologi

Ketika kampung ini ditetapkan sebagai Kampung Wisata Digital dan ada penyampaian informasi awal dari sesepuh kampung, pemerintah daerah, Bank NTT dan Bank Indonesia respon umum yang ada pada masyarakat menurut penuturan narasumber menyiratkan rasa khawatir dan bingung harus melakukan apa dan bagaimana, apalagi ketika mendengar kata digital, penggunaan aplikasi *mobile banking*, *scan QRIS*, mengoperasikan *handphone* android. Hal menarik yang disampaikan narasumber bahwa meskipun demikian masyarakat mau menerima program Kampung Wisata Digital ini dan semua masyarakat yang ada di kampung secara umum mau belajar, mau berproses dalam pengembangan Kampung Wisata Digital ini.

Temuan lain yang menarik bahwa meskipun ada sebagian masyarakat/pelaku UMKM yang

tidak mampu mengoperasikan *handphone* android, mereka menempuh cara lain dengan meminta bantuan anak/anggota keluarga yang mampu mengoperasikan aplikasi *mobile banking*, menjual produk UMKM secara online melalui akun pribadi di *instagram* dan *facebook* serta menitipkan kainnya kepada sesama pelaku UMKM untuk dijual.

Kendala/hambatan lain yang ditemukan berdasarkan hasil wawancara adalah terkait faktor usia, merasa *ribet* dan kurangnya pelatihan. Usia rata-rata pelaku UMKM berkisar antara 30 tahun hingga 65 tahun, bahkan ada satu pelaku UMKM yang berusia sekitar 70 tahun dan masih aktif melakukan pekerjaan menenun seperti *pamening* dan *kabukul*. Menurut penuturan narasumber, ketika pihak Bank NTT menyampaikan tentang aplikasi *mobile banking*, respon yang umum adalah masyarakat merasa *ribet*, membayangkan dengan keterbatasan yang ada harus melakukan transaksi menggunakan *handphone*, bagaimana cara mengoperasikan *feature* yang ada pada aplikasi membuat mereka merasa bahwa ini adalah sesuatu hal yang cukup sulit untuk dilakukan.

3. Faktor Ekonomi

Secara umum, masyarakat di Kampung Prailiu hidup dari pekerjaan sebagai penenun kain tradisional, bertani, beternak dan berkebun (menjual sayuran), bahkan dengan pekerjaan sebagai penenun dapat menopang

ekonomi rumah tangga dan dapat menyekolahkan anak hingga ke perguruan tinggi.

Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) kategorisasi pelaku UMKM sebagai narasumber utama yaitu pelaku UMKM yang memiliki kode QRIS dan pelaku UMKM yang tidak memiliki kode QRIS. Pelaku UMKM yang memiliki kode QRIS adalah yang memiliki *handphone* android sedangkan pelaku UMKM yang tidak memiliki kode QRIS adalah yang tidak memiliki *handphone* android. Menurut penuturan narasumber, faktor ekonomi berpengaruh terhadap kepemilikan *handphone* android, selain aspek sumber daya manusia dan penguasaan teknologi. Pemenuhan kebutuhan rumah tangga sehari-hari, kebutuhan untuk menyekolahkan anak, *social cost* dalam kaitan dengan budaya orang Sumba dimana jika ada upacara adat kematian dan pernikahan cukup memerlukan biaya yang besar. Jika harus membeli *handphone* android, lebih banyak digunakan oleh anak-anak untuk mengerjakan tugas sekolah online atau tugas-tugas perkuliahan.

Salah satu bentuk upaya lain yang dilakukan oleh pelaku UMKM dan masyarakat sebagai wujud kesiapan untuk menjadi bagian yang integral dari Kampung Wisata Digital Prailiu adalah adanya penerapan standard dalam pembuatan produk UMKM khususnya kain tenunan tradisional Sumba (*hinggi* dan *lau*). Kain tenunan

dengan kualitas yang baik (asli) menggunakan pewarna alami menggunakan akar pohon mengkudu (berwarna merah) dan tumbuhan nila (berwarna biru/indigo) dan memiliki harga yang relatif lebih mahal dan meskipun suatu saat kainnya sobek karena faktor usia akan tetapi warnanya tidak menjadi luntur, berbeda dengan kaain yang menggunakan pewarna buatan/campuran. Ukuran panjang dan lebar kain dan motif kain juga menentukan harga dari sebuah kain tenun tradisional Sumba. Menurut penuturan narasumber, untuk menjaga citra dari Galeri Tenun Ikat semua kain yang dipajang (*display*) adalah kain asli.

Selain faktor kesiapan masyarakat, kesiapan pemerintah dalam konteks digitalisasi juga merupakan hal penting untuk menunjang pengembangan Kampung Wisata Digital. Faktor-faktor yang berhubungan dengan government e-readiness meliputi:

1. *E-leadership*: Faktor ini terkait dengan prioritas dan inisiatif pimpinan.
2. *Culture*: faktor ini menyangkut penerimaan individu/aparat pemerintah dalam menggunakan teknologi.
3. *Human resources*: Aspek ini menyangkut kemampuan kognitif dan kemampuan teknis dalam penggunaan teknologi.
4. *E-governance*: Aspek yang menyangkut tata kelola e-government.
5. *ICT infrastructure*: Aspek ketersediaan infrastruktur.

6. *Business climate*: Aspek ini terkait dengan kondisi pasar regulasi dan sistem pasar yang berhubungan dengan ketersediaan hardware dan software (A. Susanto, 2011).

Selanjutnya kesiapan aspek non fisik juga merupakan hal penting lain yang perlu diperhatikan dalam pengembangan suatu destinasi pariwisata antara lain ketersediaan informasi, kemudahan transportasi (keterjangkauan) dan lembaga pengelolaan obyek wisata, sikap mental masyarakat, kesiapan aspek atraksi wisata dan kesiapan aspek biro perjalanan wisata (Handayani Mira, 2018).

2. Pemanfaatan *Digital Enabler* Dalam Proses Pengembangan Kampung Wisata Digital Prailiu

Pemanfaatan *digital enabler* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penggunaan aplikasi *mobile banking* Bank NTT, penggunaan EDC (*Electronic Data Capture*)/alat transaksi gesek kartu ATM dan penggunaan *scan QRIS*. Nirmala dan Lavianto (2019) menyatakan bahwa teknologi *digital enabler* terdiri dari sekumpulan perangkat teknologi informasi dan komputer sebagai media transformasi aktivitas bisnis tradisional kearah digital.

Pada saat persiapan *launching* Kampung Prailiu sebagai Kampung Wisata Digital, Bank NTT mempersiapkan alat transaksi non tunai yaitu 4 (empat) buah EDC yang ditempatkan 2 (dua) buah pada Galeri Tenun Ikat dan 2 (dua) buah pada Lopo Di@ BISA. Menurut penuturan narasumber, saat pertama kali perangkat digital ini

diperkenalkan pada beberapa pelaku UMKM/anggota masyarakat Kampung Prailiu, pihak Bank NTT telah melakukan penjelasan yang disertai peragaan mulai dari tahapan *men-install* aplikasi *mobile banking* Bank NTT, menjelaskan tentang *features* yang ada pada aplikasi, cara penggunaan aplikasi hingga cara melakukan *scan* kode QRIS ketika melakukan transaksi non tunai. Selain itu, pihak Bank NTT juga memperkenalkan cara penggunaan EDC dan untuk penggunaan aplikasi *mobile banking* serta EDC, pelaku UMKM/masyarakat juga diberi kesempatan untuk melakukan percobaan didampingi staf Bank NTT dan saat itu berhasil dilakukan dengan baik dan pada saat *launching* para pelaku UMKM sempat melakukan uji coba transaksi dengan pihak Bank Indonesia yang hadir saat itu menggunakan *scan* QRIS juga EDC dan berhasil dilakukan dengan baik.

Terdapat banyak sekali manfaat yang dirasakan oleh masyarakat Kampung Prailiu dengan adanya program Kampung Wisata Digital ini antara lain menurut narasumber bahwa dengan adanya sistem transaksi non tunai, pembayaran dapat dilakukan dengan mudah dan cepat seperti yang disaksikan saat peragaan oleh staf Bank NTT dan saat pelaku UMKM mencoba secara mandiri. Menurut narasumber, uang dapat langsung masuk kedalam rekening dalam waktu singkat, jumlah uang yang masuk dalam rekening sama dengan jumlah uang yang ditransfer pembeli, bukti transfer juga dapat diperoleh pada saat itu juga. Narasumber memberikan perbandingan

berdasarkan pengalaman pribadi bahwa jika berbelanja pada toko tertentu (sering terjadi), jika pihak toko tidak memiliki uang receh maka kesisaannya dapat ditukar dengan permen. Menurut narasumber, dengan sistem pembayaran digital/non tunai tidak terjadi kasus demikian dan meskipun kesisaan pembayaran nilainya berjumlah kecil, itu sangat berarti. Dengan kata lain, pembayaran dengan sistem digital tidak merugikan pembelinya.

Menurut penuturan narasumber baik dari pihak pelaku UMKM dan staf Bank NTT, salah satu kendala yang ditemukan dalam kaitannya dengan keberlanjutan pemanfaatan *digital enabler* di Kampung Prailiu adalah penggunaan aplikasi *scan* QRIS dan EDC hanya berlangsung pada saat *launching* Kampung Wisata Digital dan satu minggu kemudian. Setelah itu, keempat EDC dan kode QRIS yang dipajang dalam bentuk *display* akrilik dan label plastik pada beberapa produk UMKM/obyek wisata ditarik kembali oleh pihak Bank NTT dengan pertimbangan EDC yang digunakan pada saat *launching* adalah EDC yang digunakan hanya untuk kepentingan khusus (*special event*), keterbatasan admin, menghindari penyalahgunaan perangkat (*misuse of devices*) serta adanya pandemi COVID-19 beberapa minggu setelah penetapan Kampung Wisata Digital. Selain berfungsi dalam transaksi keuangan non tunai, dengan adanya kode QRIS juga dapat menyediakan informasi/deskripsi produk UMKM seperti kain dan beberapa obyek wisata seperti kuburan atau rumah adat sehingga tanpa perlu bertanya

wisatawan dapat memperoleh informasi terkait produk/obyek tersebut. Penjelasan deskripsi yang ada pada produk/obyek ini disiapkan oleh para sesepuh kampung/orang yang dituakan (*Ama Bokul*). Ibu Agnes Yoshinta L. Pandanga sebagai Staf Marketing Dana Bank NTT Cabang Waingapu menjelaskan bahwa saat ini Bank NTT sedang mempersiapkan EDC khusus untuk ditempatkan pada Kampung Wisata Digital Prailiu. Menurut penuturan narasumber, setelah itu jika ada wisatawan/*visitor* yang berkunjung ke kampung dan membeli produk-produk yang dijual maka transaksi kembali dilakukan secara tunai/*cash* atau juga pembeli mentransfer secara langsung ke rekening pelaku UMKM dan hal ini terus berlangsung hingga saat ini.

Kampung Wisata Digital Prailiu memiliki banyak potensi pariwisata yang dapat dikembangkan dengan lebih baik lagi kedepannya antara lain wisata budaya, wisata minat khusus seperti cara menenun kain dan aksesoris, agrowisata, wisata kuliner dan eko wisata. Kampung Prailiu memiliki potensi budaya seperti tata cara adat istiadat orang Sumba antara lain upacara pengebumian Raja/Bangsawan, upacara perkawinan adat, *way of life*, kesenian seperti tari-tarian (*kandingang, kabokang, harama* dll), menjadi sentra tenun ikat kain tradisional Sumba seperti *hinggi kawuru, hinggi kombu, lau hembra, lau pahikung* dan aksesorisnya antara lain selendang, bandana, anting-anting, gelang, gantungan masker, masker yang terbuat dari kain tenunan, *anahida* Kalimantan dengan modifikasi, patung berukuran

kecil dari bahan tulang ikan/batok kelapa, anyaman dan topi serta tas yang dibuat dari sisa kain tenunan bekerjasama dengan penjahit lokal. Potensi lainnya adalah kuburan megalitikum, rumah adat Sumba, lahan pertanian yang dapat dikembangkan menjadi agrowisata, panganan khas Sumba seperti *manggulu* dan *kaparak*. Potensi lain adalah kampung ini sering digunakan sebagai spot foto yang *instagammable* dengan latar belakang kampung yang eksotik dan dalam balutan kain etnik Sumba. Kampung ini juga terletak dekat dengan Lapangan Pacuan Kuda yang telah menjadi salah satu *icon* bagi orang Sumba dimana secara periodik dilaksanakan pacuan kuda se-Sumba dan ini menjadi tontonan yang menarik bagi para wisatawan lokal dan mancanegara. Selain itu, kampung ini dekat dengan Bandara Umu Meheng Kunda, dekat dengan beberapa hotel berbintang serta dekat dengan fasilitas kesehatan serta dekat dengan pusat Kota Waingapu.

Menurut penuturan narasumber, Kampung Prailiu telah dikenal sejak jaman penjajahan Belanda sebagai pusat pemerintahan Kerajaan Lewa Kampera sehingga kampung ini disebut juga sebagai Kampung Raja dan hingga saat ini masih ditempati oleh Raja dan keluarganya. Hal menarik yang ditemukan bahwa kampung ini tidak memiliki struktur organisasi seperti pada beberapa kampung lain sehingga pembagian peran yang telah dilakukan selama ini dalam rangka mengembangkan Kampung Wisata Digital berjalan menurut tradisi budaya orang Sumba secara alamiah dimana Raja/Bangsawan

memainkan peranannya sebagai sesepuh kampung yang paling didengarkan, pelindung, penyayom, pemberi semangat sekaligus menjembatani semua kepentingan yang ada dalam masyarakat. Tidak ada pembagian peran/tanggung jawab secara tertulis, semua hal dikerjakan bersama dalam semangat kekeluargaan dan kegotongroyongan misalnya untuk menjaga kebersihan kampung, masyarakat telah menyepakati bersama sebagai Hari Kebersihan Kampung, sehingga secara bersama-sama membersihkan galeri, rumah, halaman (*talora*), kuburan dan kampung secara keseluruhan.

Beberapa strategi yang perlu dilakukan untuk mengembangkan Kampung Wisata Digital adalah sebagai berikut:

1. Pemberian pelatihan dan sosialisasi secara berkesinambungan kepada pelaku UMKM dan masyarakat terkait penggunaan aplikasi *mobile banking* Bank NTT termasuk tata cara *scan* QRIS dan perangkat digital penunjang seperti EDC.

Menurut penuturan narasumber, ibu-ibu pelaku UMKM di kampung sangat membutuhkan pelatihan lebih mendalam terkait pemanfaatan teknologi dan strategi memasarkan produk UMKM yang ada. Lebih lanjut disampaikan bahwa ibu-ibu menyadari dengan sepenuhnya bahwa dengan penguasaan teknologi digital yang memadai (belum menggunakan alat secara mandiri, belum mahir menggunakan alat, kadang lupa dan tidak lancar bagaimana cara

mengoperasikannya karena sudah lama tidak digunakan). Dengan adanya pelatihan/sosialisasi, sebagai pelaku UMKM, sebagai masyarakat dan sebagai Kampung Wisata Digital akan dapat berkembang dengan lebih baik kedepan karena pada dasarnya masyarakat menyadari dengan baik manfaat dan keberadaan Kampung Wisata ini dalam meningkatkan ekonomi rumah tangga, memajukan kelompok ekonomi kreatif yang ada serta bagi kemajuan pariwisata Sumba Timur pada umumnya. Seperti penuturan narasumber, pendampingan dalam bentuk pelatihan/sosialisasi sangat dibutuhkan karena pada dasarnya ibu-ibu pelaku UMKM memiliki etos kerja yang tinggi. Dengan adanya kain tenunan yang terjual, meskipun dalam masa pandemi harga kain menurun tetapi pendapatan yang diterima jauh lebih besar daripada harus berjualan sayuran. Masyarakat sangat menyadari bahwa kehadiran Kampung Wisata Digital akan memperbaiki kehidupan ekonomi rumah tangganya.

2. Berbicara tentang Kampung Wisata Digital tidak saja berhubungan dengan aplikasi *mobile banking* tetapi juga bagaimana ketersediaan *hardware* dan *software* penunjang lainnya sehingga ada *update* data obyek wisata.

Menurut penuturan narasumber melihat perkembangan kondisi yang ada sekarang, terkadang timbul perasaan dalam hati

bahwa kampung ini belum berkembang seperti yang diharapkan setelah di-*launching* sebagai Kampung Wisata Digital.

3. Ketersediaan sumber daya IT yang memadai dan *local tour guide*
4. Perbaikan dan peningkatan sarana infrastruktur utama dan infrastruktur penunjang. Salah satu harapan yang dituturkan oleh narasumber adalah pemasangan tembok keliling kampung (*kilimbatu*), penataan lokasi parkir, kelengkapan perangkat digital sebagai Kampung Wisata Digital termasuk ketersediaan jaringan internet yang memadai.
5. Penataan kelembagaan yang ada di kampung seperti Pokdarwis, Karang Taruna dll.
6. Menggali dan mengembangkan potensi kampung yang belum dikelola dan dikembangkan dengan baik seperti wisata kuliner dan agrowisata.
7. Pemanfaatan *website* yang dinamis dan *social media* sebagai salah satu media promosi destinasi pariwisata.
8. Kesiapan Pemerintah Daerah Kab. Sumba Timur, Bank NTT dan juga Bank Indonesia sebagai fasilitator dan dinamisator dalam memainkan fungsi monitoring, evaluasi dan juga mentoring secara berkelanjutan, dukungan dalam bentuk program kegiatan maupun anggaran.

Pada akhirnya, suatu destinasi pariwisata wajib memenuhi 4 (empat) dimensi pemanfaatan teknologi jika ingin berkembang menjadi Kampung Wisata Digital yang baik antara lain kemampuan

penyediaan informasi terkait obyek wisata, kemampuan berbagi informasi, kemampuan kesadaran konteks dan kemampuan penandaan (Pranita, 2018).

PENUTUP

1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, wawancara dan studi pustaka yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Mengacu pada 9 (sembilan) Tahapan Model Kesiapan Masyarakat menurut Stanley (2014), Kampung Wisata Digital Prailiu masih berada pada Tahap Persiapan yang dicirikan dengan beberapa kondisi antara lain sebagian besar masyarakat Prailiu telah mendengar upaya lokal yang dilakukan oleh pihak terkait dalam upaya pengembangan kampung Prailiu, pemimpin secara aktif mendukung untuk melanjutkan upaya yang ada, masyarakat prihatin terhadap kondisi yang ada dan ingin melakukan sesuatu demi kemajuan kampung, masyarakat memiliki pengetahuan dasar tentang program Kampung Wisata Digital serta terdapat potensi sumber daya di kampung yang dapat digunakan untuk pengembangan kampung Prailiu menuju Kampung Wisata Digital.
2. Pemanfaatan *digital enabler* dalam pengembangan Kampung Wisata Digital Prailiu masih sangat terbatas pada penggunaan aplikasi *mobile banking* Bank NTT, penggunaan EDC (*Electronic Data Capture*) serta

scan QRIS dan bersifat temporer (sementara) sehingga proses transformasi aktivitas bisnis secara tradisional/konvensional menuju kearah digital belum berjalan seperti yang diharapkan.

3. Beberapa strategi pengembangan Kampung Wisata Digital Prailiu yang dapat dilakukan antara lain edukasi/mentoring yang berkelanjutan melalui kegiatan pelatihan/sosialisasi terkait pemanfaatan perangkat digital destinasi pariwisata dan strategi pemasaran produk wisata,
4. pelaksanaan monitoring dan evaluasi, peningkatan infrastruktur utama dan penunjang, penataan kelembagaan desa, pengembangan potensi kampung yang belum dikelola dengan baik serta pemanfaatan *website* dan *social media* secara maksimal sebagai sarana promosi yang efisien dan efektif.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, wawancara, studi pustaka dan simpulan, penulis ingin menyampaikan beberapa saran yang berkaitan dengan aspek kegunaan praktis dan aspek kegunaan ilmiah penelitian ini sebagai berikut:

1. Kepada pelaku UMKM dan masyarakat Kampung Prailliu sebagai bagian yang penting dalam pengembangan Kampung Wisata Digital ini diharapkan dapat terlibat aktif dalam setiap kegiatan pelatihan/sosialisasi yang ada terutama dalam penggunaan dan penguasaan perangkat digital. Dalam

kaitannya dengan pemberdayaan ekonomi, masyarakat juga perlu mengembangkan sumber pendapatan lainnya sehingga tidak bergantung pada satu mata pencaharian saja. Untuk menunjang pengembangan dan promosi Kampung Wisata Digital, masyarakat juga perlu memanfaatkan media sosial dengan semaksimal mungkin.

2. Kepada Pemerintah Kabupaten Sumba Timur
Sebagai fasilitator dan regulator Pemerintah perlu melakukan kegiatan monitoring dan mentoring secara berkelanjutan melalui berbagai bentuk kegiatan edukasi, memperhatikan ketersediaan fasilitas/sarana prasarana infrastruktur penunjang, menerbitkan Surat Keputusan tentang penetapan Kampung Prailiu sebagai Kampung Wisata Digital, penyediaan alokasi anggaran serta penyediaan *website* dinamis untuk pengembangan Kampung Wisata Digital.
3. Kepada Pengelola
Pengelola dalam hal ini Bank NTT Cabang Waingapu agar dapat menyediakan kembali mesin EDC (*Electronic Data Capture*) dan kode QRIS dalam bentuk *display* akrilik dan label plastik pada beberapa produk UMKM/obyek wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwasilah, A. C. (2017). Pokoknya Kualitatif Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif (Cetakan ke). PT Dunia Pustaka Jaya.
- Antara, M., & Arida, N. S. (2015). Panduan Pengelolaan Desa Wisata Berbasis Potensi Lokal. Konsorium Riset Pariwisata Universitas Udayana, 23.
- Gelter, H. (2017). Digital tourism - An analysis of digital trends in tourism and customer digital mobile behaviour for the Visit Arctic Europe project. *Tourism Recreation Research*, 65.
- Handayani Mira, T. R. (2018). Analisis Kesiapan Desa Mekar Agung Kecamatan Cibadak Kabupaten Lebak Banten Sebagai Desa Wisata Syariah. *Ikra-Ith Ekonomika*, 1(Vol 1 No 2 (2018): IKRAITH-EKONOMIKA vol 1 Nomor 2 Bulan November 2018), 1–12. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/376>
- Kalaway, P. (2021). Komunikasi Pribadi.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook* (Edition 3). SAGE Publications, Inc.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revi). PT Remaja Rosda Karya Bandung.
- Nirmala, B.P dan Lavianto, S. (2019). Pemanfaatan Digital Enabler Dalam Transformasi Pemasaran Desa Wisata Berbasis Kerakyatan Di Bali. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komputer*, Volume 5,. bagus.p.wahyu@gmail.com1) sephylavianto59@gmail.com2)
- Nurazizah, G. R., & Darsiharjo. (2018). Kesiapan Masyarakat Desa Wisata di Kampung Seni. *Gea Jurnal Pendidikan Geografi*, 18(2), 103–113.
- Perkin, Neil dan Abraham, P. (2019). Transformasi Digital demi Kelincahan Bisnis (A. . Susanto (ed.); Cetakan I). PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Pranita, D. (2018). Digitalization: The Way to Tourism Destination's Competitive Advantage (Case Study of Indonesia Marine Tourism). *KnE Social Sciences*, 3(11), 243.
- Pujileksono, S. (2018). Pengantar Sosiologi (Cetakan pe). Intrans Publishing.
- Raco, J. R. (2010). Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya. PT Grasindo.
- Rawambaku, Y. T. . (2021). Komunikasi Pribadi.
- Stanley, L. R. (2014). Community Readiness for Community Change. In *Colorado University* (2nd editio).
- Starc Peceny, U., Urbančič, J., Mokorel, S., Kuralt, V., & Ilijaš, T. (2019). Tourism 4.0: Challenges in Marketing a Paradigm Shift. *Consumer Behavior and Marketing*, March.
- Sujarweni, V. . (2020). *Metodologi Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Susanto, A. (2011). Analisis Citizen E-Readiness Dalam Pengembangan Desa Berbasis

Teknologi Informasi.
Kompetensi Penelitian Dan
Pengembangan Puslitbang
Aptika & IKP Balitbang SOM
Kominfo, 61–74.

[https://mti.kominfo.go.id/index.
php/mti/article/view/19/18](https://mti.kominfo.go.id/index.php/mti/article/view/19/18)

Travelling Indonesia. (2018). Digital
Tourism. Diklat Online
Kemenparekraf.
<https://www.youtube.com/watc>

[h?v=Qqh0ndXvoyc](https://doi.org/10.24127/steekom.v5i1.12345)

Trisliatanto, D. A. (2020).

Metodologi Penelitian Panduan
Lengkap Penelitian dengan
Mudah (Giovanni (ed.)).

Penerbit ANDI.

Wijayanti, A. (2014). Studi

Fenomena Live In Desa Wisata
(Studi Kasus Mahasiswa BSI
Yogyakarta)”. *Khasanah Ilmu*,
5(1), 9–20.



PUBLIKASI ILMIAH