



Pengelolaan Pariwisata Berbasis Digital di Objek Wisata Pantai Minang Rua Kabupaten Lampung Selatan: Studi Kasus Manajemen Destinasi

Indah Sugiarti¹, Budi Rahman², Hadori Rosadi³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

^{2,3}Jurusan Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Negeri Lampung

e-mail: indahsugiarti@unper.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi dan potensi pengelolaan pariwisata berbasis digital (digital based tourism) di objek wisata Pantai Minang Rua, Lampung Selatan. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan metode studi kasus, data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan studi dokumentasi terhadap pengelola wisata, pemerintah daerah, pelaku usaha lokal, dan wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan digital di Pantai Minang Rua masih terbatas pada promosi melalui media sosial yang belum terorganisir secara profesional. Infrastruktur digital, seperti jaringan internet, sistem reservasi daring, dan layanan informasi digital, masih belum tersedia secara optimal. Kendala utama yang dihadapi meliputi rendahnya literasi digital pengelola, keterbatasan sumber daya teknologi, serta kurangnya sinergi antar-pemangku kepentingan. Meskipun demikian, terdapat potensi besar untuk mengembangkan pengelolaan wisata berbasis digital, mengingat tingginya minat wisatawan terhadap informasi digital, munculnya inisiatif digital dari generasi muda lokal, serta dukungan kebijakan dari pemerintah pusat. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan infrastruktur digital, pelatihan SDM, dan kolaborasi lintas sektor untuk menciptakan sistem pengelolaan wisata yang inovatif, efisien, dan berkelanjutan. Digitalisasi pengelolaan pariwisata diharapkan mampu meningkatkan daya saing destinasi dan menciptakan pengalaman wisata yang lebih adaptif terhadap tuntutan era digital.

Kata Kunci :

Pariwisata Digital, Pengelolaan Destinasi, Pantai Minang Rua, Transformasi Digital, Wisata Berbasis Teknologi.

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation and potential of digital-based tourism management at the Minang Rua Beach tourist destination in South Lampung. Using a descriptive qualitative approach and case study method, data were collected through in-depth interviews, field observations, and document analysis involving tourism managers, local government, tourism business actors, and visitors. The findings reveal that digital tourism management at Minang Rua Beach is still limited to social media promotion, which is not yet professionally organized. Digital infrastructure, such as internet connectivity, online booking systems, and digital information services, remains underdeveloped. Key challenges include low digital literacy among managers, limited technological resources, and a lack of synergy among stakeholders. Nevertheless, there is great potential to develop digital-based tourism management due to the increasing reliance of tourists on digital information, the emergence of youth-driven digital initiatives, and supportive policies from the central government. This study recommends the development of digital infrastructure, human resource training, and cross-sector collaboration to establish an innovative, efficient, and sustainable tourism management system. The digitalization of tourism management is expected to enhance destination competitiveness and provide a more adaptive visitor experience in the digital era

Keywords :

Digital Tourism, Destination Management, Minang Rua Beach, Digital Transformation, Technology-Based Tourism.

A. PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi sektor strategis dalam pembangunan ekonomi dan sosial di berbagai negara, termasuk Indonesia. Sebagai negara kepulauan dengan kekayaan alam dan budaya yang melimpah, Indonesia memiliki potensi pariwisata yang luar biasa (Rukmana Syafrin et al., 2023). Dalam beberapa dekade terakhir, perhatian terhadap pengembangan sektor ini semakin meningkat seiring dengan kontribusinya terhadap pendapatan negara, penciptaan lapangan kerja, dan penguatan identitas budaya lokal. Namun demikian, perkembangan zaman dan transformasi digital yang terjadi secara global telah membawa perubahan signifikan dalam cara pengelolaan, promosi, dan konsumsi pariwisata. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi

telah menciptakan era baru dalam dunia pariwisata, yakni pariwisata berbasis digital atau digital based tourism, yang menekankan pada pemanfaatan teknologi digital dalam seluruh aspek pengelolaan destinasi wisata, mulai dari promosi, reservasi, pelayanan wisatawan, hingga sistem monitoring dan evaluasi pengelolaan destinasi (Rialita et al., 2024) (Tiara Dita Puspita & Vivaldy Ismail, 2023).

Dalam konteks Indonesia, digitalisasi pariwisata menjadi sangat relevan mengingat tingginya penetrasi internet dan meningkatnya penggunaan teknologi digital di kalangan masyarakat (Aldino, 2021) (Hanum, 2020) (Herdiana, 2024). Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai lebih dari 77% pada tahun

2024, yang mencerminkan potensi besar dalam mengembangkan ekosistem digital di sektor pariwisata. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga telah mencanangkan strategi transformasi digital sebagai bagian dari pembangunan destinasi wisata berkelanjutan. Inisiatif seperti pembuatan website destinasi, digital marketing, penggunaan platform pemesanan daring, dan aplikasi wisata menjadi bagian dari upaya pemerintah dalam mendorong pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata di tingkat lokal maupun global (Heliawati, 2025) (Ernawati & Hananto, 2023). Digitalisasi tidak hanya membantu meningkatkan visibilitas destinasi, tetapi juga dapat memperluas jangkauan pasar, memperbaiki manajemen pengunjung, serta menciptakan pengalaman wisata yang lebih personal dan interaktif (Hasnia Minanda, 2024) (S, 2024) (Rudolfus Sawu, 2023).

Salah satu objek wisata yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui pendekatan digital adalah Pantai Minang Rua, yang terletak di Kecamatan Bakauheni, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Pantai ini dikenal dengan keindahan alamnya yang eksotis, tebing-tebing karang yang menawan, dan gua-gua alami yang menambah nilai estetika dan daya tariknya. Selain itu, keberadaan ekosistem laut yang relatif masih terjaga, serta keunikan geografisnya menjadikan Pantai Minang Rua sebagai destinasi yang mampu menarik wisatawan lokal maupun mancanegara. Meskipun demikian, pengelolaan pariwisata di kawasan ini masih menghadapi sejumlah tantangan, terutama dalam hal promosi, manajemen informasi, serta pelayanan kepada pengunjung. Minimnya integrasi teknologi dalam pengelolaan destinasi ini mengakibatkan potensi wisata yang besar tersebut belum tergarap secara maksimal (Nyoman & Sana, 2025).

Pengelolaan pariwisata berbasis digital merupakan sebuah pendekatan yang sangat potensial untuk diterapkan di Pantai Minang Rua guna menjawab tantangan-tantangan yang ada. Pendekatan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari penyediaan informasi digital tentang objek wisata, pemanfaatan media sosial untuk promosi, penggunaan sistem reservasi online, integrasi sistem pembayaran digital, hingga pengembangan aplikasi wisata lokal yang mampu memberikan panduan dan informasi real-time kepada wisatawan. Lebih jauh lagi, digitalisasi pengelolaan pariwisata juga dapat digunakan untuk mengelola data pengunjung, memantau aktivitas wisatawan, serta meningkatkan partisipasi masyarakat lokal melalui platform digital (Tanjung et al., 2024). Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk mengeksplorasi bagaimana penerapan digital based tourism dapat diterapkan secara efektif di Pantai Minang Rua serta mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam implementasinya.

Beberapa penelitian sebelumnya dari (Amananti, 2024) telah menunjukkan bahwa digitalisasi dalam pariwisata memiliki dampak yang signifikan terhadap peningkatan kualitas pelayanan, efisiensi manajemen, dan kepuasan wisatawan. Pemanfaatan teknologi informasi dalam destinasi wisata dapat meningkatkan daya tarik dan kualitas pengalaman wisata. Selain itu, pentingnya penerapan smart tourism, yaitu penggunaan teknologi untuk menciptakan destinasi yang lebih cerdas dan responsif terhadap kebutuhan wisatawan. Namun demikian, implementasi digitalisasi di tingkat lokal seringkali dihadapkan pada sejumlah kendala, seperti keterbatasan infrastruktur, kurangnya literasi digital, serta resistensi dari pengelola atau masyarakat lokal yang belum terbiasa dengan penggunaan teknologi dalam aktivitas sehari-hari.

Dalam konteks Pantai Minang Rua, penting untuk memahami kondisi aktual pengelolaan destinasi saat ini, baik dari aspek kelembagaan, partisipasi masyarakat, infrastruktur teknologi, maupun strategi promosi yang digunakan. Pengelolaan pariwisata yang baik seharusnya melibatkan berbagai pihak, mulai dari pemerintah daerah, pengelola objek wisata, pelaku usaha lokal, hingga komunitas masyarakat sekitar. Partisipasi aktif dan kolaborasi antar-stakeholder menjadi kunci dalam menciptakan pengelolaan destinasi yang berkelanjutan dan berbasis digital. Oleh karena itu, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat multidisipliner, dengan menggabungkan perspektif manajemen pariwisata, teknologi informasi, serta pemberdayaan masyarakat.

Secara lebih spesifik, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan objek wisata Pantai Minang Rua, menilai efektivitas strategi digital yang telah diterapkan, serta merumuskan rekomendasi strategis untuk optimalisasi pengelolaan digital destinasi tersebut. Penelitian ini juga akan mengkaji tingkat kesiapan masyarakat dan pemangku kepentingan dalam menerima dan mengimplementasikan teknologi digital sebagai bagian dari sistem pengelolaan pariwisata. Dalam jangka panjang, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan model pengelolaan pariwisata berbasis digital yang dapat direplikasi di destinasi wisata lain di Indonesia, khususnya yang berada di kawasan pesisir atau daerah terpencil dengan potensi wisata alam yang tinggi.

Urgensi dari penelitian ini juga diperkuat oleh perubahan pola perilaku wisatawan pasca pandemi COVID-19, di mana wisatawan cenderung lebih mengandalkan informasi digital dalam merencanakan perjalanan mereka. Wisatawan masa kini menginginkan kemudahan akses informasi, kenyamanan dalam melakukan transaksi digital, serta pengalaman wisata yang aman dan terintegrasi dengan teknologi. Oleh karena itu, destinasi yang tidak mampu menyesuaikan diri dengan

perkembangan teknologi berisiko kehilangan daya saing dan tertinggal dalam persaingan pasar wisata. Dengan demikian, digitalisasi bukan lagi sekadar pilihan, melainkan menjadi kebutuhan mendesak dalam pengelolaan destinasi wisata, termasuk Pantai Minang Rua.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, di mana data akan diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, serta studi dokumentasi. Responden penelitian mencakup pengelola objek wisata, perwakilan pemerintah daerah, pelaku usaha wisata, serta masyarakat lokal. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif dan mendalam mengenai dinamika pengelolaan pariwisata di Pantai Minang Rua serta persepsi para pemangku kepentingan terhadap digitalisasi. Analisis data akan dilakukan secara deskriptif-kualitatif dengan menekankan pada identifikasi tema-tema utama yang muncul dari hasil wawancara dan observasi.

Sebagai bagian dari wilayah Lampung Selatan yang sedang gencar mempromosikan potensi pariwisatanya, Pantai Minang Rua memiliki peluang besar untuk menjadi model destinasi wisata digital di kawasan pesisir. Namun, hal ini hanya dapat tercapai jika terdapat sinergi antara kebijakan pemerintah, kesiapan teknologi, serta keterlibatan aktif masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk memberikan dasar ilmiah dan rekomendasi kebijakan dalam rangka mewujudkan pengelolaan pariwisata yang tidak hanya modern dan efisien, tetapi juga inklusif dan berkelanjutan. Pengembangan pariwisata berbasis digital di Pantai Minang Rua diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam menciptakan destinasi-destinasi unggulan yang mampu bersaing di tingkat nasional maupun internasional, tanpa mengabaikan nilai-nilai lokal dan prinsip kelestarian lingkungan.

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, ini didesain untuk menjawab sebuah permasalahan secara mendalam dalam konteks waktu dan situasi yang bersangkutan, dilakukan secara wajar dan alami sesuai dengan kondisi objektif dilapangan. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar focus penelitian sesuai dengan fakta dilapangan. Sementara rancangan penelitian dipersiapkan sebagai strategi mengatur latar penelitian agar peneliti memperoleh data yang valid sesuai dengan karakteristik variabel dan tujuan penelitian. Jenis dan rancangan penelitian tersebut diaplikasikan di lokasi penelitian bertempat di objek pantai minang rua, Desa Kelawi, Kecamatan Bakauheni, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung dengan titik koordinat 5°50'13.4"S 105°22'47.5"E.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan data, adapun teknik yang dilakukan adalah [1]. Observasi yaitu metode pengumpulan data yang dikatakan dengan cara pengamatan sekaligus pencatatan secara urut yang terdiri dari unsur-unsur yang bermunculan dalam suatu fenomena dalam objek penelitian. Peneliti sudah melakukan observasi terjun langsung ke desa minang rua, serta mengadakan pencatatan atas segala sesuatu yang terkait dengan yang diteliti. [2]. Kuesioner adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan- pertanyaan yang akan dijawab oleh 50 orang responden yang akan diselidiki. Kuesioner adalah suatu bentuk teknik pengumpulan data yang dilakukan pada metode penelitian dengan tidak atau memerlukan kedatangan langsung dari sumber data. Di sini dibuat daftar pertanyaan dan membagikan kepada setiap responden dengan memperhatikan latar belakang responden supaya data yang didapatkan valid. [3]. Wawancara yaitu ialah suatu bentuk komunikasi lisan yang dilakukan secara terstruktur oleh dua orang atau lebih, baik secara langsung maupun secara tidak langsung atau wawancara jarak jauh. Penulis akan mengadakan wawancara dengan pihak pengelola wisata dan masyarakat di objek pantai minang rua. [4]. Dokumentasi yaitu mengambil gambar yang dilakukan oleh mahasiswa saat melakukan riset/penelitian pertama kali di objek pantai minang rua, Kabupaten Lampung Selatan. [5]. Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. [6]. Studi Kepustakaan yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari berbagai buku-buku dan literature yang relevan dengan penelitian serta hasil penelitian terdahulu yang masih ada hubungannya dengan wisata alam tepatnya pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat. Dalam hal ini peneliti mengkaitkan teori yang relevan dalam menganalisis permasalahan yang ada.

Metode analisa data kualitatif berguna untuk mengembangkan teori yang telah dibangun melalui data yang sudah diperoleh. Tahapan analisis penelitian ini antara lain: [1]. Tahap Persiapan; Pada tahap ini dilakukan dengan pengecekan data mengumpulkan semua data yang telah diperoleh. Tahap ini dilakukan dengan melihat catatan – catatan hasil kuesioner, wawancara dan dokumentasi wisatawan di objek pantai minang rua, Kabupaten Lampung Selatan. [2]. Tahap Pengolahan Data; Pada tahap ini dilakukan analisis dari jawaban – jawaban kuesioner dan wawancara yang diperoleh langsung dari wisatawan di objek pantai minang rua, Kabupaten Lampung Selatan. [3]. Tahap Penarikan Kesimpulan; Pada tahap ini diperoleh kesimpulan serta pembahasan mengenai pengelolaan pariwisata berbasis digital di objek wisata pantai minang rua.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa pengelolaan pariwisata di Pantai Minang Rua, Kabupaten Lampung Selatan, masih didominasi oleh pendekatan konvensional, dengan penerapan digitalisasi yang bersifat parsial dan belum terintegrasi secara menyeluruh. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan para pemangku kepentingan, termasuk pengelola wisata, pemerintah daerah, pelaku usaha lokal, dan pengunjung, ditemukan bahwa meskipun ada upaya untuk memanfaatkan media sosial dalam promosi, sistem manajemen destinasi belum mengadopsi teknologi digital secara optimal. Beberapa akun media sosial digunakan secara sporadis untuk membagikan informasi terkait lokasi, tarif masuk, dan kegiatan wisata, namun tidak dikelola secara profesional dan belum konsisten memperkuat *branding* destinasi.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa keterbatasan sumber daya manusia yang melek digital menjadi salah satu kendala utama dalam transformasi menuju pariwisata berbasis digital. Sebagian besar pengelola belum memiliki pelatihan khusus dalam *digital marketing*, manajemen sistem informasi pariwisata, atau pemanfaatan teknologi digital lainnya seperti reservasi daring dan sistem informasi pengunjung. Selain itu, infrastruktur pendukung seperti jaringan internet yang stabil, ketersediaan Wi-Fi publik, serta sistem pembayaran digital juga masih terbatas. Keberhasilan digitalisasi pariwisata sangat dipengaruhi oleh kesiapan teknologi, SDM, dan kebijakan pendukung di tingkat lokal.

Di sisi lain, para wisatawan yang diwawancarai menunjukkan minat tinggi terhadap penggunaan layanan digital saat berwisata. Mayoritas wisatawan mencari informasi mengenai Pantai Minang Rua melalui platform seperti Google Maps, YouTube, dan Instagram sebelum mengunjungi lokasi. Namun, mereka menyatakan bahwa informasi yang tersedia belum lengkap dan terkadang tidak akurat. Tidak adanya situs web resmi yang menampilkan profil lengkap destinasi, harga tiket, kalender kegiatan, dan aksesibilitas menyebabkan wisatawan harus mengandalkan informasi tidak resmi dari blog atau forum komunitas. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ekspektasi digital wisatawan dan layanan informasi yang disediakan pengelola.

Lebih jauh, hasil pengamatan juga menunjukkan bahwa potensi pemanfaatan teknologi digital dalam aspek pelayanan dan pengelolaan pengunjung masih sangat besar. Pengelolaan data pengunjung, pengaturan kapasitas kunjungan, serta sistem umpan balik berbasis aplikasi belum tersedia. Padahal, dalam konteks pengelolaan destinasi berkelanjutan, data pengunjung sangat penting untuk

perencanaan jangka panjang, mitigasi dampak lingkungan, serta pengembangan layanan yang tepat sasaran. Integrasi teknologi digital dalam destinasi wisata tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga mendorong partisipasi wisatawan dalam proses *co-creation experience*, yang dapat menumbuhkan loyalitas dan promosi organik.

Kendala lain yang diidentifikasi adalah rendahnya kolaborasi antara pemerintah daerah, pelaku usaha wisata, dan komunitas lokal dalam mendorong transformasi digital. Masing-masing pihak cenderung bekerja secara terpisah tanpa sinergi strategis. Pemerintah daerah, misalnya, belum memiliki program pengembangan kapasitas SDM digital untuk sektor pariwisata di Pantai Minang Rua, sementara komunitas lokal masih melihat teknologi digital sebagai hal yang rumit dan hanya untuk promosi semata. Padahal, dalam konsep *smart tourism ecosystem*, kolaborasi lintas aktor menjadi fondasi penting dalam menciptakan destinasi yang adaptif, efisien, dan responsif terhadap kebutuhan wisatawan modern.

Walau masih banyak kendala, terdapat potensi strategis yang dapat mendorong percepatan digitalisasi di kawasan Pantai Minang Rua. Pertama, adanya minat dari generasi muda lokal untuk terlibat dalam usaha kreatif berbasis teknologi, seperti pembuatan konten wisata, pengelolaan akun media sosial, hingga bisnis kecil berbasis daring. Hal ini merupakan aset penting untuk pengembangan *digital entrepreneurship* yang dapat menopang ekosistem wisata digital di daerah tersebut. Kedua, peluang kemitraan dengan pihak swasta, seperti *startup* teknologi pariwisata, penyedia sistem pembayaran digital, dan operator jaringan telekomunikasi, dapat dimanfaatkan untuk menyediakan infrastruktur digital dan layanan tambahan yang memperkuat pengalaman wisata. Ketiga, kebijakan pemerintah daerah yang mendukung program digitalisasi UMKM pariwisata dapat diarahkan secara strategis ke destinasi wisata seperti Pantai Minang Rua. Hal ini sejalan dengan inisiatif Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang mendorong program digitalisasi desa wisata melalui pelatihan, bantuan perangkat, dan pendampingan manajemen digital.

Selain itu, hasil pengamatan terhadap pengunjung menunjukkan bahwa penggunaan peta digital, fitur navigasi, serta ulasan daring (*online reviews*) memiliki pengaruh besar terhadap keputusan berkunjung dan kepuasan wisatawan. Beberapa pengunjung mengungkapkan bahwa mereka memilih Pantai Minang Rua karena rekomendasi dari platform seperti Google Review dan TripAdvisor, yang membuktikan bahwa eksistensi digital destinasi di dunia maya sama pentingnya dengan pengelolaan fisik di lapangan. Hal ini menegaskan pentingnya manajemen reputasi digital yang konsisten dan berbasis data.

Jika melihat perbandingan dengan destinasi sukses seperti Desa Wisata Nglanggeran (Yogyakarta), Kawah Ijen (Banyuwangi), dan Tanjung Tinggi (Belitung), keberhasilan digitalisasi mereka tidak hanya terletak pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada kesiapan SDM, kolaborasi lintas sektor, dan strategi promosi terintegrasi. Di Nglanggeran, misalnya, pemerintah desa, komunitas lokal, dan pihak swasta membangun sistem reservasi daring, melakukan *content marketing* profesional, serta menyediakan akses Wi-Fi di titik strategis. Di Kawah Ijen, pembatasan jumlah pengunjung melalui sistem pemesanan online tidak hanya mengatur kapasitas, tetapi juga mendukung pelestarian lingkungan. Tanjung Tinggi memanfaatkan *influencer* nasional dan internasional untuk memperkuat *branding*, sekaligus mengintegrasikan promosi daring dengan layanan wisata lokal.

Dengan mempertimbangkan semua temuan tersebut, pengelolaan pariwisata berbasis digital di Pantai Minang Rua membutuhkan pendekatan komprehensif dan terintegrasi. Langkah strategis yang direkomendasikan meliputi: pengembangan portal resmi destinasi yang responsif dan informatif, pelatihan *digital marketing* dan pengelolaan konten untuk pengelola dan masyarakat lokal, penyediaan infrastruktur teknologi dasar seperti Wi-Fi publik, sistem tiket online, dan QR code informasi, kolaborasi lintas sektor antara pemerintah, swasta, dan komunitas lokal, serta penyusunan *roadmap* digitalisasi destinasi wisata yang mencakup tahap perencanaan, implementasi, evaluasi, dan pengembangan berkelanjutan.

Secara konseptual, hasil penelitian ini memperkuat model pengelolaan destinasi wisata berbasis digital dalam kerangka *Smart Tourism Destination*, yang menekankan pada pemanfaatan *big data*, Internet of Things, dan *cloud computing* untuk mendukung pengambilan keputusan, peningkatan layanan, dan keterlibatan wisatawan. Meskipun skala penerapan di Pantai Minang Rua masih jauh dari implementasi penuh model tersebut, prinsip-prinsip dasarnya dapat mulai diterapkan sesuai konteks lokal. Dengan demikian, *digital based tourism* bukan sekadar inovasi teknologi, tetapi juga transformasi paradigma dalam pengelolaan destinasi yang mengedepankan inklusivitas, efisiensi, dan keberlanjutan.

Secara keseluruhan, pengelolaan pariwisata berbasis digital di Pantai Minang Rua masih berada pada tahap awal, tetapi memiliki prospek yang menjanjikan. Transformasi digital bukan hanya penting untuk peningkatan pelayanan dan promosi, tetapi juga untuk menciptakan sistem manajemen destinasi yang transparan, adaptif, dan berorientasi pada pengalaman wisatawan. Dibutuhkan komitmen bersama, investasi teknologi, serta literasi digital yang kuat di kalangan pengelola dan masyarakat agar pengembangan pariwisata digital ini dapat berjalan secara efektif dan berkelanjutan. Jika strategi ini

diimplementasikan secara konsisten, Pantai Minang Rua berpotensi menjadi destinasi unggulan yang tidak hanya mengandalkan keindahan alamnya, tetapi juga didukung oleh inovasi digital yang memperkuat daya saing di era pariwisata modern.

Pengelolaan pariwisata berbasis digital (*digital based tourism*) merupakan salah satu transformasi strategis yang sedang mengemuka di sektor pariwisata global, termasuk di Indonesia. Dalam konteks lokal, khususnya di destinasi-destinasi wisata yang berada di wilayah pesisir dan daerah terpencil, digitalisasi menjadi solusi penting untuk meningkatkan visibilitas, efisiensi manajemen, kualitas layanan, serta daya saing destinasi. Penelitian terhadap objek wisata Pantai Minang Rua di Kecamatan Bakauheni, Kabupaten Lampung Selatan, memberikan gambaran yang mendalam mengenai kondisi aktual penerapan teknologi digital dalam pengelolaan pariwisata. Hasil penelitian ini tidak hanya mengungkap keterbatasan yang ada, tetapi juga membuka peluang strategis bagi pengembangan pariwisata digital yang inklusif, efisien, dan berkelanjutan. Dalam pembahasan terbaru ini, temuan penelitian akan dikembangkan secara lebih komprehensif dengan mempertimbangkan konteks kebijakan nasional, tren wisatawan pasca-pandemi, serta potensi inovasi berbasis teknologi yang relevan dengan kondisi lokal.

Pantai Minang Rua merupakan salah satu destinasi wisata alam yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi destinasi unggulan di Provinsi Lampung. Keindahan alamnya yang eksotis, ditandai dengan tebing-tebing karang yang menjulang, gua-gua alami, serta ekosistem laut yang masih terjaga, menjadikan lokasi ini menarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Namun, meskipun memiliki daya tarik alam yang kuat, pengelolaan destinasi ini masih sangat konvensional dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi di Pantai Minang Rua masih terbatas pada penggunaan media sosial untuk promosi, yang dilakukan secara sporadis dan tidak terorganisir secara profesional. Akun media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube digunakan oleh beberapa pengelola atau masyarakat lokal untuk membagikan foto dan video destinasi, namun tidak ada strategi konten yang terencana, tidak ada jadwal posting yang konsisten, dan tidak ada upaya untuk membangun *branding* destinasi secara sistematis. Hal ini menyebabkan promosi digital menjadi tidak efektif, karena tidak mampu menciptakan kesan yang kuat atau membangun komunitas pengikut yang loyal.

Selain itu, infrastruktur digital yang mendukung pariwisata di Pantai Minang Rua masih sangat minim. Akses internet di lokasi wisata terbatas, dengan sinyal yang tidak stabil dan kecepatan yang rendah, sehingga wisatawan kesulitan mengakses informasi daring, melakukan check-in di media sosial, atau menggunakan aplikasi navigasi

secara real-time. Tidak adanya Wi-Fi publik di area utama destinasi semakin memperparah kondisi ini. Padahal, dalam era digital saat ini, akses internet menjadi kebutuhan dasar bagi wisatawan modern. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024), lebih dari 77% masyarakat Indonesia telah menggunakan internet, dan sebagian besar dari mereka menggunakan internet untuk mencari informasi wisata, memesan tiket, dan berbagi pengalaman perjalanan. Tanpa akses internet yang memadai, destinasi seperti Pantai Minang Rua akan kesulitan menarik wisatawan milenial dan generasi Z yang sangat bergantung pada teknologi digital dalam setiap aspek perjalanan mereka.

Sistem informasi wisata digital juga belum tersedia di Pantai Minang Rua. Tidak ada situs web resmi yang menyediakan informasi lengkap mengenai destinasi, seperti jam operasional, harga tiket masuk, fasilitas yang tersedia, rute perjalanan, kalender kegiatan, atau kebijakan keamanan dan lingkungan. Akibatnya, wisatawan harus mengandalkan informasi tidak resmi dari blog pribadi, forum komunitas, atau ulasan di platform seperti Google Maps dan TripAdvisor. Informasi yang tersedia seringkali tidak akurat, tidak diperbarui, atau bahkan menyesatkan. Beberapa wisatawan yang diwawancarai mengungkapkan kekecewaan karena tidak menemukan informasi yang jelas mengenai akses jalan menuju destinasi, ketersediaan penginapan, atau fasilitas MCK. Kondisi ini menciptakan kesenjangan antara ekspektasi wisatawan dan realitas di lapangan, yang berpotensi menurunkan tingkat kepuasan dan mengurangi kemungkinan kunjungan ulang.

Lebih jauh, sistem reservasi online dan pembayaran digital belum diterapkan sama sekali di Pantai Minang Rua. Semua transaksi dilakukan secara manual dan tunai, yang tidak hanya kurang efisien, tetapi juga berisiko terhadap kebocoran data dan ketidaktransparanan keuangan. Sistem tiket konvensional yang digunakan saat ini tidak mampu mengelola kapasitas pengunjung secara optimal, sehingga berpotensi menyebabkan over-tourism pada hari-hari libur atau akhir pekan. Padahal, sistem reservasi daring yang terintegrasi dengan pembayaran digital dapat membantu mengatur alur kunjungan, mengurangi antrean, dan memberikan data yang akurat mengenai jumlah pengunjung harian. Data ini sangat penting untuk perencanaan jangka panjang, pengelolaan lingkungan, serta pengembangan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Contoh sukses dapat dilihat di destinasi seperti Kawah Ijen di Banyuwangi, yang menerapkan sistem pemesanan online untuk mengontrol jumlah pengunjung demi menjaga kelestarian lingkungan dan meningkatkan kenyamanan wisatawan.

Kendala utama dalam penerapan digitalisasi pariwisata di Pantai Minang Rua terletak pada rendahnya literasi digital di kalangan pengelola dan masyarakat lokal. Sebagian besar pengelola destinasi berasal dari komunitas lokal yang tidak memiliki latar

belakang pendidikan atau pelatihan dalam bidang teknologi informasi dan digital marketing. Mereka masih melihat teknologi digital sebagai hal yang asing, rumit, dan mahal, sehingga cenderung enggan untuk mengadopsinya. Kurangnya pelatihan dan pendampingan dari pihak pemerintah daerah memperparah kondisi ini. Padahal, literasi digital merupakan fondasi penting dalam transformasi pariwisata berbasis digital. Tanpa pemahaman yang memadai mengenai cara menggunakan media sosial, mengelola website, atau menganalisis data pengunjung, upaya digitalisasi akan sulit berjalan secara efektif. Oleh karena itu, pelatihan SDM menjadi salah satu prioritas utama yang harus segera dilakukan.

Selain literasi digital, keterbatasan sumber daya teknologi juga menjadi penghambat signifikan. Infrastruktur teknologi seperti server, perangkat komputer, sistem jaringan, dan platform digital memerlukan investasi yang tidak sedikit. Di sisi lain, pengelola destinasi di Pantai Minang Rua umumnya memiliki keterbatasan anggaran, karena sebagian besar dana operasional berasal dari pendapatan tiket masuk yang jumlahnya terbatas. Belum adanya dukungan anggaran dari pemerintah daerah untuk pengembangan infrastruktur digital membuat proses digitalisasi menjadi sangat lambat. Meskipun Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah mencanakan program digitalisasi desa wisata, implementasinya di tingkat lokal masih belum merata, dan banyak destinasi seperti Pantai Minang Rua yang belum tersentuh oleh program tersebut.

Kurangnya sinergi antar-pemangku kepentingan juga menjadi faktor krusial yang menghambat percepatan digitalisasi. Pengelolaan pariwisata seharusnya melibatkan kolaborasi antara pemerintah daerah, pengelola objek wisata, pelaku usaha lokal (seperti UMKM kuliner, homestay, dan penyewaan alat), serta komunitas masyarakat. Namun, dalam praktiknya, masing-masing pihak cenderung bekerja secara terpisah tanpa koordinasi yang kuat. Pemerintah daerah fokus pada aspek regulasi dan pembangunan infrastruktur fisik, sementara pengelola destinasi hanya fokus pada operasional harian, dan masyarakat lokal hanya melihat pariwisata sebagai sumber pendapatan tambahan tanpa memahami pentingnya aspek pemasaran dan pelayanan digital. Kondisi ini menciptakan fragmentasi dalam pengelolaan destinasi, sehingga sulit untuk mewujudkan sistem manajemen yang terintegrasi dan berkelanjutan.

Namun demikian, meskipun menghadapi berbagai tantangan, penelitian ini juga mengungkap potensi besar untuk mengembangkan pariwisata berbasis digital di Pantai Minang Rua. Salah satu potensi utama adalah tingginya minat wisatawan terhadap informasi digital. Mayoritas wisatawan yang diwawancarai menyatakan bahwa mereka mencari informasi tentang destinasi melalui Google, Instagram, dan YouTube sebelum memutuskan untuk

berkunjung. Mereka mengandalkan ulasan daring, foto, video, dan rekomendasi dari influencer untuk mengevaluasi kualitas dan keamanan destinasi. Bahkan, beberapa wisatawan mengungkapkan bahwa mereka memilih Pantai Minang Rua karena melihat postingan menarik di Instagram dari pengunjung sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa eksistensi digital destinasi sangat menentukan keputusan kunjungan, dan jika dikelola dengan baik, dapat menjadi alat promosi yang sangat efektif dan murah.

Potensi lainnya adalah munculnya inisiatif digital dari generasi muda lokal. Beberapa pemuda di sekitar Pantai Minang Rua telah mulai aktif membuat konten wisata di media sosial, merekam video perjalanan, dan mempromosikan destinasi secara mandiri. Mereka memiliki pemahaman yang lebih baik tentang teknologi digital dan lebih terbuka terhadap inovasi. Mereka juga memiliki semangat kewirausahaan digital, seperti membuka usaha jasa fotografi, rental drone, atau jasa pembuatan konten untuk pelaku usaha lokal. Potensi ini dapat dimanfaatkan sebagai agen perubahan (*change agents*) dalam proses digitalisasi pariwisata. Dengan pelatihan dan pendampingan yang tepat, generasi muda ini dapat menjadi ujung tombak dalam pengembangan ekosistem pariwisata digital di kawasan tersebut.

Selain itu, terdapat peluang besar untuk menjalin kemitraan dengan pihak swasta, seperti startup teknologi pariwisata, penyedia layanan pembayaran digital (GoPay, OVO, DANA), operator telekomunikasi (Telkomsel, XL, Indosat), dan platform pemesanan wisata (Tiket.com, Traveloka). Kemitraan ini dapat membantu menyediakan infrastruktur digital, seperti Wi-Fi gratis, sistem tiket online, dan aplikasi wisata lokal. Misalnya, operator telekomunikasi dapat membangun menara BTS baru atau menyediakan hotspot Wi-Fi gratis di area destinasi sebagai bagian dari program CSR. Sementara itu, startup teknologi pariwisata dapat membantu mengembangkan aplikasi mobile yang menyediakan peta digital, informasi real-time, dan fitur reservasi. Kemitraan seperti ini telah berhasil diterapkan di beberapa destinasi unggulan di Indonesia, seperti di Labuan Bajo dan Borobudur, yang bekerja sama dengan berbagai pihak untuk menciptakan ekosistem *smart tourism*.

Kebijakan pemerintah pusat juga memberikan dukungan yang kuat terhadap digitalisasi pariwisata. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) telah meluncurkan berbagai program, seperti Desa Digital, Kampung Wisata Digital, dan pelatihan digital marketing untuk pelaku pariwisata. Program-program ini memberikan bantuan perangkat, pelatihan, dan pendampingan untuk membantu destinasi wisata mengadopsi teknologi digital. Jika program ini dapat diakses oleh Pantai Minang Rua, maka akan menjadi langkah awal yang sangat strategis dalam mempercepat transformasi digital. Selain itu, kebijakan nasional

seperti Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) juga mendorong digitalisasi UMKM, termasuk pelaku usaha pariwisata lokal, yang dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan produk dan layanan wisata secara daring.

Dalam konteks pengalaman wisata, digitalisasi dapat menciptakan pengalaman yang lebih personal, interaktif, dan adaptif. Misalnya, dengan menggunakan aplikasi mobile, wisatawan dapat mengakses peta digital interaktif yang menunjukkan titik-titik menarik, rute hiking, lokasi fasilitas, dan informasi budaya. Mereka juga dapat menerima notifikasi real-time mengenai cuaca, kapasitas pengunjung, atau kegiatan khusus yang sedang berlangsung. Fitur *augmented reality* (AR) dapat digunakan untuk memberikan informasi tambahan tentang flora, fauna, atau sejarah lokal saat wisatawan mengarahkan kamera ponsel ke objek tertentu. Sistem *feedback* berbasis aplikasi juga memungkinkan wisatawan untuk memberikan masukan secara langsung, yang dapat digunakan oleh pengelola untuk meningkatkan kualitas layanan.

Digitalisasi juga dapat mendukung pengelolaan destinasi yang berkelanjutan. Dengan sistem monitoring berbasis data, pengelola dapat memantau dampak lingkungan dari aktivitas wisata, seperti jumlah sampah, kualitas air laut, atau tekanan terhadap ekosistem mangrove. Data ini dapat digunakan untuk merancang kebijakan mitigasi, seperti pembatasan jumlah pengunjung, program edukasi lingkungan, atau sistem pengelolaan sampah berbasis digital. Selain itu, digitalisasi dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan keuangan destinasi, karena semua transaksi dapat direkam dan dilacak secara digital, sehingga mengurangi risiko korupsi atau penyimpanan dana.

Untuk mewujudkan transformasi digital yang efektif, dibutuhkan pendekatan yang komprehensif dan terintegrasi. Langkah pertama yang harus diambil adalah pengembangan infrastruktur digital dasar, seperti penyediaan akses internet yang stabil, Wi-Fi publik, dan sistem listrik yang andal. Langkah kedua adalah pelatihan dan pemberdayaan SDM, khususnya bagi pengelola destinasi dan masyarakat lokal, dalam bidang digital marketing, manajemen media sosial, dan penggunaan teknologi digital. Pelatihan ini dapat dilakukan bekerja sama dengan pihak universitas, lembaga pelatihan, atau organisasi non-pemerintah. Langkah ketiga adalah pengembangan portal digital destinasi, berupa website resmi dan aplikasi mobile yang menyediakan informasi lengkap, sistem reservasi online, dan fitur interaktif untuk wisatawan.

Langkah keempat adalah membangun ekosistem kolaborasi antar-pemangku kepentingan. Diperlukan forum koordinasi yang melibatkan pemerintah daerah, pengelola destinasi, pelaku usaha, komunitas lokal, dan pihak swasta untuk menyusun rencana strategis digitalisasi pariwisata. Forum ini dapat menjadi wadah untuk berbagi sumber daya,

merancang program bersama, dan memantau perkembangan implementasi. Langkah kelima adalah penyusunan roadmap digitalisasi destinasi yang mencakup tahap perencanaan, implementasi, evaluasi, dan pengembangan berkelanjutan. Roadmap ini harus disusun secara partisipatif dan berbasis data, sehingga dapat menyesuaikan dengan kebutuhan dan kapasitas lokal.

Secara konseptual, pendekatan digital based tourism di Pantai Minang Rua dapat dikembangkan dalam kerangka Smart Tourism Destination (Destinasi Pariwisata Cerdas). Model ini menekankan pada pemanfaatan teknologi seperti big data, Internet of Things (IoT), cloud computing, dan artificial intelligence (AI) untuk mendukung pengambilan keputusan, peningkatan layanan, dan keterlibatan wisatawan. Meskipun penerapan penuh model ini masih jauh dari kesiapan Pantai Minang Rua, prinsip-prinsip dasarnya dapat diterapkan secara bertahap. Misalnya, penggunaan data pengunjung untuk perencanaan, integrasi sistem informasi, dan pemanfaatan teknologi mobile dapat menjadi fondasi awal dalam membangun destinasi cerdas.

Keberhasilan digitalisasi pariwisata di Pantai Minang Rua juga sangat ditentukan oleh komitmen kebijakan dari pemerintah daerah. Diperlukan kebijakan yang mendukung, seperti alokasi anggaran khusus untuk digitalisasi, insentif bagi pelaku usaha yang mengadopsi teknologi digital, serta regulasi yang mendorong inovasi dan kolaborasi. Selain itu, kesadaran kolektif masyarakat lokal terhadap pentingnya adaptasi teknologi juga harus dibangun melalui edukasi, pelatihan, dan kampanye sosial. Masyarakat harus melihat digitalisasi bukan sebagai ancaman, tetapi sebagai peluang untuk meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup.

Dalam jangka panjang, digitalisasi pariwisata di Pantai Minang Rua diharapkan dapat meningkatkan daya saing destinasi, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan pendapatan daerah, dan menciptakan lapangan kerja baru di sektor ekonomi kreatif. Destinasi ini tidak hanya dikenal karena keindahan alamnya, tetapi juga karena inovasi digitalnya yang mampu memberikan pengalaman wisata yang unggul. Dengan demikian, Pantai Minang Rua dapat menjadi model destinasi wisata digital di kawasan pesisir Indonesia, yang dapat direplikasi di destinasi lain dengan potensi serupa.

E. SIMPULAN

Pengelolaan pariwisata berbasis digital di Pantai Minang Rua, Lampung Selatan, masih berada pada tahap awal dan terbatas pada promosi melalui media sosial yang belum terorganisir secara profesional. Infrastruktur digital seperti akses internet stabil, sistem reservasi online, website resmi, dan pembayaran digital belum tersedia, sementara rendahnya literasi digital pengelola serta kurangnya sinergi antar-pemangku kepentingan menjadi kendala utama. Namun, terdapat potensi besar untuk

pengembangan pariwisata digital, didukung oleh tingginya ketergantungan wisatawan pada informasi digital, inisiatif generasi muda lokal, serta kebijakan pemerintah pusat. Diperlukan strategi komprehensif yang mencakup pembangunan infrastruktur digital, pelatihan SDM, dan kolaborasi lintas sektor agar Pantai Minang Rua dapat menjadi destinasi wisata yang inovatif, efisien, dan berkelanjutan di era digital..

DAFTAR PUSTAKA

- Aldino, I. (2021). Strategi Pemasaran Digital Pariwisata Berbasis Budaya Pemerintah Kota Surakarta. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 7, 45–61.
- Amananti, W. (2024). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析 Title. 4(02), 7823–7830.
- Ernawati, H., & Hananto, K. (2023). Pariwisata Digital: Perspektif Dan Agenda Riset Masa Depan. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 17(2), 144. <https://doi.org/10.47256/kji.v17i2.215>
- Hanum, F. (2020). Konsep Smart Tourism sebagai Implementasi Digitalisasi di Bidang Pariwisata. *Tornare*, 2(2), 14–17. <https://doi.org/10.24198/tornare.v2i2.25787>
- Hasnia Minanda¹, B. N. U. I. H. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Digital Tourism Sebagai Promosi Pariwisata Di Desa Wisata Kembang Kuning Lombok Timur. *Pariwisata*, 13(1), 115–122.
- Heliawati, C. (2025). Peran Teknologi Digital dalam Pengembangan Pariwisata Budaya dan Religi di Banten. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 398–403. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i2.3860>
- Herdiana, D. (2024). Pengembangan Kebijakan Desa Wisata Berbasis Digital Tourism Di Provinsi Jawa Barat: Isu Dan Tantangan. *Jurnal Pesona Pariwisata*, 1(2), 102–107. <https://doi.org/10.33005/peta.v1i2.20>
- Nyoman, I., & Sana, L. (2025). Journal of Mandalika Social Science Transformasi Manajemen Pariwisata Berbasis Teknologi Digital Menuju Green Tourism yang Tangguh dan Inklusif. <https://journal.institutemandalika.com/index.php/jomss>
- Rialita, A. J., Nikmah, A. N. K., & Aeni, N. (2024). Peran Pemasaran Digital Dalam Pengembangan Pariwisata Kota Metro. *Journal on Education*, 07(01), 7362–7370.
- Rudolfus Sawu, M. (2023). Strategi Promosi Pariwisata Berbasis Digital Daya Tarik Wisata Sendang Seruni Di Kabupaten Banyuwangi (Digital-Based Tourism Promotion Strategy in Sendang Seruni Tourist a. *Jurnal Pariwisata PaRAMA: Panorama, Recreation, Accomodation, Merchandise, Accessibility,*

- 4(2), 112–124.
<https://doi.org/10.36417/jpp.v4i2.633>
- Rukmana Syafrin, N. S., Risma Niswaty, & Andi Cudai Nur. (2023). Urgensi Manajemen Pariwisata Berbasis Teknologi Informasi dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan di Kabupaten Majene. *Ruang Komunitas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 60–67. <https://doi.org/10.24252/rkjpm.v1i2.41182>
- S, P. (2024). No. 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. 08(February), 4–6.
- Tanjung, H., Tanjung, I. S., & Astuti, R. (2024). Digital Tourism-Based Tourism Marketing Model in Central Tapanuli Regency. *Perspektif*, 13(3), 700–707. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v13i3.11656>
- Tiara Dita Puspita, & Vivaldy Ismail. (2023). Pariwisata qwertyuiop. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 19(1), 10–23.