

Strategi Daya Tarik Wisata Alam Curug Leuwi Bumi Dalam Implementasi Sistem Reservasi Digital

Irwan Tamrin

Magister Pariwisata Berkelanjutan Universitas Padjadjaran
Irwantamrin.wsi@gmail.com

Rusdin Tahir

Administrasi Bisnis FISIP Universitas Padjadjaran
rusdin@unpad.ac.id

M. Liga Suryadana

Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung
mligasuryada@gmail.com

ABSTRAK

Pengembangan pariwisata berbasis digital merupakan salah satu alternatif untuk menjawab permasalahan pariwisata massal yang kerap mengancam keberlangsungan destinasi pariwisata. Keberlanjutan dalam perspektif pariwisata tidak hanya tentang bagaimana lingkungan ekologis, tetapi juga bagaimana masyarakat setempat menjalani kehidupannya sehari-hari serta manfaatnya secara ekonomi. Penerapan teknologi reservasi digital merupakan salah satu terobosan yang diterapkan oleh daya tarik wisata alam Curug Leuwi Bumi di Provinsi Banten dalam upayanya mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pendampingan digitalisasi berupa teknologi sistem reservasi digital pada destinasi wisata, khususnya yang berbasis wisata alam. Metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini dikembangkan dengan narasi deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan sistem reservasi digital dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas pengelola daya tarik wisata Curug Leuwi Bumi.

KATA KUNCI: E-Tourism, Pariwisata Berkelanjutan, Tata Kelola Pengunjung, Sistem Reservasi, Digitalisasi

PENDAHULUAN

Perkembangan sistem informasi (teknologi digital) dalam industri pariwisata tak bisa dihindari. Digitalisasi menjadi tantangan ketika penggunaan sosial media belakangan menjadi informasi yang viral sehingga menyebabkan *over tourism* di suatu destinasi. Misalnya di Provinsi Banten, kasus viralnya destinasi negeri diatas awan di Desa Citorek Kidul, kecamatan Cibeber di penghujung tahun 2019 silam. Informasi yang berkembang

melalui unggahan video di aplikasi sosial media sejak September 2019 menyebabkan ledakan pengunjung yang fantastis. Sepanjang September – Desember 2019 jumlah pengunjung yang datang ke daya tarik negeri diatas awan mencapai 30.000 orang (Nofiyanti et al., 2020). Lokasi Provinsi Banten yang dekat dengan Ibu Kota adalah alternatif yang dianggap paling sesuai untuk berwisata di samping kota kota lainnya.

Kekuatan komunikasi digital kenyataannya mampu menggiring masyarakat untuk mengunjungi lokasi wisata guna memenuhi ekspektasi yang mereka terima dari pesan digital. Namun sayangnya, kondisi tempat wisata yang ada belum seperti yang dibayangkan oleh publik. Akses jalan belum benar benar baik, prasarana tempat kunjungan pun belum tertata dengan baik akhirnya menyebabkan gangguan berupa kemacetan yang mengular. Akhirnya wisatawan pun kecewa dan menimbulkan persepsi negatif terhadap tempat wisata yang kembali diviralkan melalui sosial media (Purwantoro, 2020). Hingga di penghujung tahun 2019 akhirnya tempat wisata ditutup sementara oleh pemerintah daerah setempat guna mengantisipasi ancaman bencana sebab jalan menuju lokasi sering mengalami longsor, kehadiran banyak pengunjung berpotensi menyebabkan peluang terjadi longsor semakin meningkat. Sehingga, dalam satu destinasi wisata tata kelola pengunjung menjadi hal mutlak yang diperlukan sebelum beroperasinya destinasi wisata guna menjawab tantangan *over tourism* di era digital ini.

Tata kelola pengunjung memiliki pengertian sebagai sebuah strategi manajemen pengunjung yang mengacu pada penerapan alat manajemen dan intervensi untuk mengatur aliran, pergerakan, dan perilaku pengunjung di destinasi wisata (Albrecht, 2017). Albrecht

(2017) melanjutkan bahwa tujuan dari diselenggarakannya tata kelola pengunjung adalah agar atraksi bisa dikelola, dikomunikasikan, dan diproyeksikan dengan lebih baik kepada pengunjung dengan keterlibatan dan pengalaman yang berkesan terutama di daerah yang rawan. Sehingga, destinasi wisata alam yang notabeneanya memiliki faktor resiko yang tinggi dalam pengelolaannya membutuhkan satu fasilitasi tata kelola pengunjung guna meningkatkan kepuasan wisatawan dari segi kenyamanan dan keamanan. Destinasi wisata alam membutuhkan pengelolaan yang tidak hanya berfungsi secara teknis namun juga administratif guna meminimalisir bukan hanya resiko ancaman bencana alam namun juga bencana Kesehatan seperti kondisi pandemi coronavirus-19 yang membutuhkan penanganan khusus terkait penerapan *physical distancing*. Sejarah juga telah menunjukkan bahwa krisis dapat menghasilkan inovasi dan perkembangan teknologi (Colombo et al., 2016).

Volume pengunjung yang semakin besar disuatu destinasi wisata di era digital kini tidak bisa dihadapi dengan tata kelola pengunjung secara manual atau tradisional namun membutuhkan pendekatan sistem yang cepat, akurat, dan real time atau dengan kata lain harus secara digital pula untuk menghadapinya (Ivars-Baidal et al., 2019). Sehingga digitalisasi dalam industri pariwisata tidak hanya menjadi ancaman tapi disisi lain turut menjadi peluang menjawab atas tantangan yang diciptakannya.

Curug Leuwi Bumi adalah salah satu atraksi wisata berbasis alam yang berada di Desa Ramea, Kabupaten Pandeglang, Banten. Dibawah bendera PT. Turalak Insan Membangun, Leuwi Bumi coba dikembangkan sebagai sebuah destinasi wisata komersial. Dalam pengembangannya, digitalisasi menjadi salah satu strategi yang diterapkan dalam tata kelola pariwisatanya. Pengadaan *E-ticketing* menjadi terobosan yang diterapkan di sana, hingga berhasil meraih penghargaan sebagai wisata alam tirta terbaik se Kabupaten Pandeglang di 2019, kemudian di 2020 meraih penghargaan DTW alam tirta terbaik se Provinsi Banten.

Meski pengelolaan dilakukan oleh pihak swasta, namun destinasi wisata air terjun Leuwi Bumi turut melibatkan masyarakat desa sebagai basis pengembangan daya tarik wisatanya. Keterlibatan masyarakat adalah satu faktor yang turut menentukan pengaruh tingkat dukungan terhadap pengembangan wisata berkelanjutan (UNWTO, 2018).

Namun, disisi lain patut disadari kapasitas SDM masyarakat desa yang terbatas, bersifat subsisten disertai

resisten terhadap perubahan menjadi satu problema yang harus dihadapi dan diupayakan agar bisa mencapai misi keberlanjutan. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh pengelola Curug Leuwi Bumi dalam melakukan digitalisasi pada tata kelola pengunjung dengan melibatkan masyarakat desa sebagai sumber daya manusia nya. Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

METODE

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif deskriptif merupakan suatu pendekatan yang menitikberatkan penafsiran pada suatu fenomena yang ingin diketahui tentang siapa, apa, dan dimana suatu kejadian terjadi (Baloglu et al., 2014). Menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitian ilmiah bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena secara detail atau terperinci, dan mendalam. Sehingga, dalam penelitian ini tidak memandang bahwa besarnya sampling sebagai keutamaan pengumpulan data melainkan dengan menggunakan sampling dalam jumlah terbatas. Apabila data yang dikumpul telah mendalam serta mampu menggambarkan fenomena yang diteliti, maka tidak memerlukan sampling tambahan atau yang lainnya (Lee, 2013).

Pendekatan kualitatif dicirikan dengan membangun teori dari data atau fakta kemudian mengembangkan sintesa atas interaksi serta teori-teori yang telah dibangun dari fakta-fakta mendasar (*grounded*) kemudian mengembangkan pengertian, dan sebagainya (Sahrah, 2020). Setidaknya, ada lima jenis metode yang digunakan dalam penelitian kualitatif yang banyak diaplikasikan, yaitu: 1. Observasi terlibat; 2. Analisis percakapan; 3. Analisis wacana; 4. Analisis isi; dan 5. Pengambilan data etnografis (Oun & Bach, 2014).

Dalam penelitian ini metode etnografis dipilih menjadi cara untuk mengumpulkan data dan informasi kepada narasumber yang terlibat dalam pengembangan. Adapun ciri metode etnografis yang tidak terstruktur serta memfokuskan pada kedalaman tekstur serta mengalir dari pengalaman- pengalaman yang secara selektif dari narasumber yang dipilih dengan melalui proses interaksi terhadap subjek penelitian dengan Teknik wawancara secara mendalam sesuai untuk mendalami bagaimana narasumber.

Dalam mengaplikasikan metode kualitatif peneliti harus mempertimbangkan pemahaman yang dimilikinya, baik dalam proses perencanaan maupun selama proses analisis,

untuk meminimalkan bias akan diri sendiri (Kriyantono, 2014). Untuk menghindari bias asumsi dari peneliti maka pengumpulan data dilakukan triangulasi.

Triangulasi didefinisikan sebagai kegiatan pengecekan data dengan beragam sumber, teknik, dan waktu. Adapun Tujuan triangulasi antara lain guna meningkatkan kekuatan teoritis, metodologis, maupun interpretatif dari penelitian kualitatif (Sahrah, 2020). Analisis data penelitian dilakukan dengan cara reduksi data, paparan data, dan simpulan.

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara mendalam (Indepth interview) kepada pengelola destinasi wisata Curug Leuwi Bumi dengan menyampaikan pertanyaan terbuka open-ended question. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dengan menggunakan studi terhadap literatur-literatur atau dokumen pendukung dan observasi. (Creswell, 2014) mendefinisikan observasi dalam penelitian kualitatif sebagai kegiatan pencatatan yang dilakukan oleh peneliti tentang perilaku dan kegiatan yang terjadi dalam suatu penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Curug Leuwi Bumi

Daya Tarik Wisata Alam Curug Leuwi Bumi berada di Kampung Turalak, Desa Ramea, Kecamatan Mandalawangi, Kabupaten Pandeglang – Banten. Curug Leuwi Bumi mulai diperkenalkan sebagai destinasi pariwisata pada tahun 2018. Sebelumnya tempat ini hanyalah dijadikan sebagai tempat untuk mencuci hasil pertanian oleh masyarakat sekitar dan jalan pintas menuju desa sebelah. Lokasinya yang berada jauh di lembah, membuat tempat ini jarang didatangi oleh manusia sehingga terkesan angker. Sehingga tidak pernah terbayang oleh masyarakat sekitar bahwa tempat ini kelak akan menjadi tempat wisata yang menarik banyak kunjungan wisatawan.

Desa Ramea adalah desa yang baru saja lepas dari statusnya sebagai Desa Tertinggal. Lokasi Desa Ramea yang berada cukup jauh dari jalan raya membuat desa ini seolah-olah tidak banyak diketahui oleh masyarakat umum. Tak heran kalau banyak orang-orang yang tidak mengenal daya tarik wisata apa saja yang ada dan bisa dikunjungi di desa tersebut.

Disamping itu, akses jalan yang masih buruk, juga membuat desa ini semakin terisolasi dari kunjungan

wisatawan. Jangankan wisatawan nusantara atau wisatawan mancanegara, masyarakat lokal yang berasal dari kabupaten Pandeglang pun masih ada yang belum mengetahui keberadaan tempat ini. Baru sekitar 3 tahun belakangan ini tempat ini mulai dikenal oleh para wisatawan.

Selain kondisi jalan, latar belakang pendidikan masyarakat di Kampung Turalak juga menjadi indicator mengapa daerah ini sempat menjadi daerah tertinggal. Rata-rata tingkat pendidikan masyarakat di Kampung Turalak adalah lulusan SMP karena di desa ini hanya ada 1 bangunan sekolah SMP. Sementara untuk melanjutkan ke tingkat SMA, sekolah terdekat dari kampung turalak berjarak 17 KM dengan waktu tempuh kurang lebih 45 menit dengan kendaraan bermotor. Meskipun jarak bukan menjadi alasan, tetapi hal ini yang membuat banyak warga enggan untuk melanjutkan pendidikannya ke jenjang SMA.

Namun beragam kendala yang telah diuraikan diatas, tidak membuat manajemen Curug Leuwi Bumi surut dalam upayanya mengembangkan daya tarik wisata alam ini. Dengan luas yang mencapai 7 hektar, baru sekitar 20 % dari area ini yang telah digunakan untuk aktivitas wisata. Sisanya masih berupa hutan dan sebagian lahan sudah digunakan untuk areal pertanian. Curug Leuwi Bumi memiliki potensi yang besar untuk lebih berkembang lagi.

Koneksi

Keterbatasan aksesibilitas menjadi tantangan tersendiri bagi manajemen dalam pengembangan daya tarik wisata alam ini. Jalan menuju ke Kampung Turalak dari jalan Raya Mandalawangi hanya mampu dilalui oleh kendaraan roda empat tipe jeep atau roda dua. Sementara untuk menuju ke lokasi Curug Leuwi Bumi dari Kampung Turalak hanya bisa dilalui oleh roda dua atau dengan berjalan kaki. Ditambah kondisi jalan yang rusak parah menambah permasalahan tersendiri bagi pengelola untuk memperkenalkan dan mempromosikan Curug Leuwi Bumi. Sebenarnya terdapat akses yang lebih dekat jika melalui Kecamatan Padarincang, Kabupaten Serang. Namun kondisi jalan yang rusak parah membuat akses tersebut hanya dapat dilalui oleh kendaraan roda dua.

Solusi harus segera ditemukan, dan promosi melalui media sosial adalah salah satunya. Semenjak awal dibuka untuk umum, manajemen Curug Leuwi Bumi belum pernah mempublikasikan potensi yang dimilikinya melalui media lain selain media sosial. Sumber kekuatan di balik meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke Curug

Leuwi Bumi adalah *electronic word of mouth* (e-WOM). Melalui media sosial, informasi dan promosi tentang Curug Leuwi Bumi memungkinkan untuk dijangkau wisatawan. Wisatawan pun mulai berdatangan walaupun sudah diinformasikan mengenai kondisi jalan yang kurang nyaman.

Namun keputusan untuk mengoptimalkan peran media sosial bukan menjadi Langkah yang mudah. Dibutuhkan sumber daya manusia dengan keterampilan serta pengetahuan yang mumpuni untuk bisa memaksimalkan fungsi media tersebut. Tidak hanya sekedar memberikan informasi, tapi juga mampu mengirimkan pesan yang dapat menarik minat kunjung wisatawan. Untuk itu pihak manajemen melakukan terobosan dengan cara mengundang beragam komunitas yang aktif di media sosial.

Strategi ini dinilai berhasil. Dari data kunjungan wisatawan terlihat peningkatan yang signifikan terutama di akhir pekan dan hari libur nasional lainnya. Pengunjung dari luar Kabupaten Pandeglang mulai berdatangan untuk mencoba tantangan atraksi wisata “Papalidan” atau sekedar bersantai menikmati keindahan alam di Curug Leuwi Bumi. Pihak manajemen terus berupaya menjalin hubungan baik dengan wisatawan agar wisatawan tersebut bisa memberikan rekomendasi kepada wisatawan lainnya untuk datang ke Curug Leuwi Bumi. Popularitas Curug Leuwi Bumi melalui media sosial pun semakin meningkat.

Pihak manajemen pun mulai memikirkan cara untuk mengetahui tingkat popularitas Curug Leuwi Bumi di mata wisatawan. Melalui ajang Anugerah Daya Tarik Wisata Pandeglang Tahun 2019, Curug Leuwi Bumi memberanikan diri mendaftar sebagai peserta kendati usianya baru berjalan satu tahun. Penilaian dilakukan dengan cara pemilihan suara oleh wisatawan melalui tautan yang disebar via media sosial. Hasilnya sesuai dengan harapan, Curug Leuwi Bumi meraih predikat Daya Tarik Wisata Tirta terbaik Kabupaten Pandeglang pada ajang tersebut yang sekaligus membuktikan popularitasnya di media sosial.

Popularitas akan menjadi batu sandungan apabila tidak diiringi dengan pelayanan serta fasilitas yang baik di lokasi wisata. Terdapat permasalahan lain yang dimiliki oleh Curug Leuwi Bumi dalam menjangkau informasi secara digital kepada wisatawan yaitu koneksi internet. Lokasi Curug Leuwi Bumi yang berada di lembah membuat tempat tersebut tidak dapat dijangkau

oleh *provider* seluler manapun. Pihak pengelola dipaksa untuk berpikir keras menjawab permasalahan ini.

Mulai dari menghubungi pihak provider seluler, Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Pandeglang, hingga penyedia jaringan internet dilakukan oleh pihak pengelola. Namun upaya ini tidak menemukan jalan keluar. Dibutuhkan biaya yang sangat mahal untuk bisa membuat Curug Leuwi Bumi terkoneksi jaringan internet. Strategi lain terpaksa harus dipikirkan.

“There is no WiFi in the forest, but you will find a better connection with nature”. Slogan tersebut yang selanjutnya dikampanyekan dan dijadikan strategi oleh pengelola Curug Leuwi Bumi agar tetap dapat menarik minat kunjung wisatawan. Strategi ini dilakukan bukan tanpa alasan. Penelitian yang dilakukan oleh Cai et al., (2020) berjudul *“Turning It Off: Emotions in Digital-Free Travel”* menunjukkan hasil bahwa terdapat wisatawan yang memilih untuk tidak terkoneksi dengan gadget demi menikmati perjalanan wisatanya. Semua itu dilakukan oleh pihak pengelola agar dapat membuat Curug Leuwi Bumi terkoneksi dengan wisatawan.

Kontribusi

Program pemberdayaan menjadi salah satu corong solusi dalam membenahi destinasi wisata. Keterlibatan masyarakat menjadi kunci terciptanya organisasi yang berkesinambungan. Pelaksanaan pemberdayaan secara umum di Desa Ramea selama ini cenderung pragmatis, general, hanya menyentuh bagian permukaan masalah. Perspektifnya cenderung menjadikan masyarakat sebagai objek yang sangat tergantung akan bantuan pihak lainnya. Padahal melihat kondisi daya dukung Provinsi Banten yang strategis dekat dengan Ibu Kota dengan adanya destinasi pariwisata alam seperti Curug Leuwibumi, seyogyanya perhatian untuk memngembangkan pariwisata berbasis masyarakat dapat diimplementasikan dengan baik.

Pemberdayaan masyarakat dalam mendukung operasional destinasi wisata alam Curug Leuwi Bumi dilaksanakan dengan melibatkan masyarakat Desa Ramea dengan pendekatan partisipatif. Artinya, konsep pemberdayaan melibatkan masyarakat sekitar destinasi wisata Desa Ramea dalam memetakan kebutuhan mereka (*bottom-up*) namun segala masukan dan program diputuskan secara *top down* oleh pihak pengelola daya tarik wisata yaitu PT. Turalak Insan Membangun secara terbuka dengan berbagai aspek pertimbangan. Salah satu pertimbangan yang utama adalah arah pemberdayaan difokuskan pada

pemenuhan kebutuhan dasar wisatawan yang tidak bertentangan dengan kebutuhan dasar masyarakat sekitar.

Pemberdayaan tidak hanya memenuhi dimensi fisik sarana dan prasarana saja namun juga terhadap dimensi mental mereka sebagai seorang warga masyarakat tradisional yang membutuhkan kenyamanan dan pengakuan atas nilai-nilai adat serta norma hidup. Pemberdayaan yang dilaksanakan oleh pihak pengelola didanai dari hasil operasional daya tarik wisata. Keterlibatan masyarakat sekitar Curug Leuwi Bumi memiliki peran sebagai pengelola, pekerja harian, pemandu wisata, penyedia transportasi serta penyedia produk komersial seperti kios makanan dan minuman.

Tahapan melibatkan masyarakat dalam pemberdayaan dimulai dari tahap penyadaran, pelatihan, dan pelaksanaan. Pada Tahap penyadaran, tidak bisa dipungkiri penolakan dan resistensi masyarakat setempat untuk terlibat terjadi. Namun seiring melihat pengaruh positif dari kegiatan yang ada di Curug Leuwi Bumi, masyarakat kini justru antusias untuk terlibat serta membantu mengembangkan kemampuan mereka dalam memahami pengelolaan pariwisata serta teknologi yang ada di dalamnya. Pengembangan kemampuan dan pemahaman yang dimiliki oleh warga sekitar merupakan wujud kontribusi yang dilakukan oleh manajemen Curug Leuwi Bumi dalam mengembangkan potensi wisata di Desa Ramea untuk menjadi Desa Wisata.

Kedepan dengan berlakunya kebijakan di tingkat desa maka memungkinkan pihak desa untuk ikut serta berkontribusi dalam pengembangan dan pendirian desa wisata di Desa Ramea. Penggunaan Dana Desa bisa menjadi opsi dari wujud kontribusi tersebut. Pada Permendes no. 13 tahun 2020 menyebutkan bahwa prioritas penggunaan dana desa di tahun 2021 ditujukan salah satunya guna pengembangan desa wisata dan pengembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Desa guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa yang terintegrasi.

Kolaborasi

Untuk bisa mewujudkan visi Curug Leuwi Bumi sebagai destinasi pariwisata berkelanjutan, diperlukan upaya dari berbagai pihak. Tidak hanya terbatas kepada kemampuan internal manajemen, tetapi juga diperlukan upaya dari pihak luar untuk bisa mengoptimalkan potensi yang ada. Dalam konteks pengelolaan, jika organisasi ingin melesat/unggul, umumnya organisasi tersebut memilih untuk mendapatkan sumber daya terbaik dari luar

organisasi, kendati harus mengeluarkan biaya yang mahal (Tahir, 2013).

Pada awal tahun 2020, manajemen Curug Leuwi Bumi memutuskan untuk bekerja sama dengan Outing.id, salah satu startup di bidang pariwisata yang fokus kepada kegiatan *educational & experiential tourism*. Pengalaman yang dimiliki oleh Outing.id dalam membawa wisatawan ke daya tarik wisata pedesaan, menarik minat pihak manajemen Curug Leuwi Bumi. Disamping karena keterbatasan kemampuan sumber daya manusia yang dimiliki oleh pihak Curug Leuwi Bumi, keinginan untuk mewujudkan tata kelola destinasi yang lebih baik melalui digitalisasi menjadi alasan kuat rencana Kerjasama tersebut. Disaat bersamaan Outing.id juga sedang mencari destinasi pariwisata yang bisa dijadikan mitra uji coba mewujudkan sistem reservasi online untuk rural area yang sedang dikembangkan Outing.id hingga akhirnya proses kolaborasi kedua perusahaan inipun terwujud.

Melalui serangkaian uji coba, proses pengembangan system pun mulai berjalan. Pada tahap awal, sistem yang digunakan adalah menggunakan *platform* pihak ketiga dalam bentuk formulir digital. Hal ini dilakukan bertujuan untuk mengukur sejauh mana kemampuan manajemen Curug Leuwi Bumi dalam menerima teknologi yang akan diterapkan. Dari uji coba ini ditemukan hasil bahwa diperlukan pendampingan lanjutan agar pihak pengelola dan warga masyarakat yang terlibat dapat terbiasa dengan cara kerja digital.

Serangkaian pelatihan dan pendampinganpun dilakukan oleh pihak Outing.id untuk memastikan pengelola serta warga masyarakat yang terlibat dalam operasional Curug Leuwi Bumi dapat memahami teknologi yang digunakan. Cara menyambut dan melayani wisatawan di pintu pendaftaran menjadi fokus utama agar para pengunjung merasakan kenyamanan dalam melakukan reservasi. Pengetahuan teknis tentang penggunaan teknologi reservasi digital juga diberikan kepada para petugas yang nantinya akan menjaga gerbang masuk ke Kawasan Curug Leuwi Bumi.

Tahap selanjutnya adalah pengembangan aplikasi sistem reservasi online yang dilakukan oleh Outing.id guna mendukung penerapan digitalisasi di Curug Leuwi Bumi. Hingga saat ini uji coba lanjutan masih terus dilakukan untuk memastikan aplikasi yang diterapkan pada daerah terpencil tersebut dapat berjalan dengan baik. Untuk itu pihak Outing.id juga melakukan serangkaian penelitian guna mendapatkan hasil yang maksimal dari proses penerapan teknologi digital tersebut.

KESIMPULAN

Destinasi pariwisata terutama yang memiliki faktor resiko yang tinggi dalam pengelolaannya membutuhkan suatu fasilitas tata Kelola pengunjung guna meningkatkan kepuasan wisatawan dari segi kenyamanan dan keamanan (Winter et al., 2020). Untuk itu terdapat beberapa alasan mengapa system reservasi online diterapkan di Curug Leuwi Bumi. Pertama, untuk memudahkan pendataan pengunjung atau *database management* dari yang sebelumnya bersifat manual, diubah kedalam bentuk digital. Proses ini dinilai perlu mengingat semakin banyak jumlah kunjungan wisatawan ke Curug Leuwi Bumi. Sehingga pengembangan teknologi digital dianggap sebagai jawaban dari permasalahan tersebut.

Kedua, atraksi wisata yang dilakukan di Curug Leuwi Bumi yaitu “Papalidan” atau *body rafting* merupakan kegiatan yang sarat akan resiko. Pendataan pengunjung yang akan mengikuti atraksi wisata tersebut diperlukan untuk memudahkan proses mitigasi jika terjadi suatu hal yang tidak diinginkan. Pendataan ini nantinya juga akan diperlukan oleh pihak asuransi untuk bisa diberikan manfaatnya kepada wisatawan.

Ketiga, pandemi coronavirus-19 yang terjadi secara global, memaksa destinasi pariwisata untuk bisa menetapkan protokol Kesehatan jika ingin tetap menjalankan operasional. Pembatasan kuota serta pembayaran non tunai atau *cashless* dinilai cara jitu untuk menekan penyebaran virus ini. Digitalisasi *visitor management* merupakan solusi yang tepat karena memungkinkan pihak manajemen untuk melakukan pembatasan kunjungan secara langsung via aplikasi serta proses melakukan pembayaran secara online melalui fitur *e-ticketing*.

Dan terakhir, database wisatawan yang diterima oleh manajemen bisa diolah untuk dijadikan kajian terhadap perilaku wisatawan ketika memutuskan berkunjung ke Curug Leuwi Bumi. *Database* ini juga bisa digunakan untuk kepentingan informasi dan promosi dari pihak manajemen kepada wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

Albrecht, J. N. (2017). Introduction to Visitor Management in Tourism Destinations. In *Visitor management in tourism destinations* (pp. 3–8). CABI. <https://doi.org/10.1079/9781780647357.0003>

- Baloglu, S., Henthorne, T. L., & Sahin, S. (2014). Destination Image and Brand Personality of Jamaica: A Model of Tourist Behavior. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 31(8), 1057–1070. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.892468>
- Cai, W., McKenna, B., & Waizenegger, L. (2020). Turning It Off: Emotions in Digital-Free Travel. *Journal of Travel Research*, 59(5), 909–927. <https://doi.org/10.1177/0047287519868314>
- Colombo, M. G., Piva, E., Quas, A., & Rossi-Lamastra, C. (2016). How high-tech entrepreneurial ventures cope with the global crisis: changes in product innovation and internationalization strategies. *Industry and Innovation*, 23(7), 647–671. <https://doi.org/10.1080/13662716.2016.1196438>
- Creswell, John W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. In *English Language Teaching* (Vol. 12, Issue 5, p. 265).
- Ivars-Baidal, J. A., Celdrán-Bernabéu, M. A., Mazón, J. N., & Perles-Ivars, Á. F. (2019). Smart destinations and the evolution of ICTs: a new scenario for destination management? *Current Issues in Tourism*, 22(13), 1581–1600. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1388771>
- Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34, 37–46. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.03.007>
- Nofiyanti, F., Mayasari, I., & Parwoto, B. D. (2020). Tourism Attractions and Visitors Perceptions on “Negeri di Atas Awan”, A New Tourist Destination in Citorek Kidul Lebak Banten. *TRJ Tourism Research Journal*, 4(1), 93. <https://doi.org/10.30647/trj.v4i1.80>
- Oun, M. A., & Bach, C. (2014). Qualitative Research Method Summary. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST)*, 1, 3159–3199. www.jmest.org
- Purwantoro, T. (2020). Kredibilitas Komunikator pada Destinasi Wisata Melalui Media Sosial (Video Viral Negeri di Atas Awan Citorek, Banten). *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 157. <https://doi.org/10.33822/jep.v3i2.1863>
- Rachmat, K. (2014). *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Prenada Media. https://books.google.co.id/books?id=gI9ADwAAQB-AJ&printsec=frontcover&dq=gI9ADwAAQB-AJ&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwish6y64_XnAhUZVH0KHZL-AaUQ6AEIKDAA#v=onepage&q&f=false
- Sahrah, A. (2020). *Studi Indigenous Dengan Metode Kualitatif* (Vol. 7, Issue 2).

- Tahir, R. (2013). Keterikatan Karyawan Dan Kontribusinya Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *JURNAL ILMU MANAJEMEN DAN BISNIS*, 4(1). <https://doi.org/10.17509/jimb.v4i1.988>
- UNWTO. (2018). *Tourism for SDGS - How to engage travellers*. <http://tourism4sdgs.org/act/travellers/>
- Winter, P. L., Selin, S., Cervený, L., & Bricker, K. (2020). Outdoor recreation, nature-based tourism, and sustainability. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 12, Issue 1, pp. 1–12). MDPI AG. <https://doi.org/10.3390/SU12010081>