



PENGUATAN STRUKTUR ORGANISASI DAN PEMASARAN DIGITAL DALAM OPTIMALISASI DESA WISATA DI KABUPATEN BADUNG

STRENGTHENING ORGANIZATIONAL STRUCTURE AND DIGITAL MARKETING IN OPTIMIZING TOURISM VILLAGES IN BADUNG DISTRICT

I Made Darsana¹, Gusti Made Suka Arnawa², I Made Astrama³, Ni Wayan Rena Mariani⁴,
I Ketut Muliadiasa⁵, Gede Eka Wahyu⁶

Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional^{1,2,4,5,6}, Universitas Hindu Indonesia³

Email: made.darsana@ipb-intl.ac.id¹, sukaarnawa@ipb-intl.ac.id², astrama@unhi.ac.id³,
wynrena@ipb-intl.ac.id⁴, muliadiasa@ipb-intl.ac.id⁵, eka.stpbispb14@gmail.com⁶

ABSTRAK

Desa wisata di Kabupaten Badung, Bali, memiliki potensi besar untuk meningkatkan perekonomian lokal dan melestarikan budaya. Meskipun demikian, pengelolaan yang kurang optimal dan kelembagaan yang belum terstruktur dengan baik menjadi tantangan utama dalam pengembangan desa wisata. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi kelembagaan desa wisata serta mengidentifikasi strategi yang diperlukan untuk optimalisasi pengelolaan. Metode yang digunakan meliputi survei, diskusi kelompok terfokus, dan pelatihan manajemen pariwisata bagi kelompok sadar wisata (Pokdarwis). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penguatan struktur organisasi, peningkatan infrastruktur, dan promosi digital merupakan langkah penting dalam mengatasi tantangan yang ada. Selain itu, kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan akademisi sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem pariwisata yang berkelanjutan. Dengan menerapkan strategi pemasaran digital dan pelatihan berkelanjutan, diharapkan desa-desa wisata di Kabupaten Badung dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan manfaat ekonomi serta sosial bagi masyarakat setempat.

Kata Kunci: *Desa Wisata, Optimalisasi Kelembagaan, Pengelolaan Pariwisata, Perekonomian Lokal, Promosi Digital*

ABSTRACT

Tourist villages in Badung Regency, Bali, have great potential to improve the local economy and preserve culture. However, less than optimal management and institutions that are not well structured are the main challenges in developing tourist villages. This research aims to analyze the institutional conditions of tourist villages and identify the strategies needed to optimize management. The methods used include surveys, focus group discussions, and tourism management training for tourism awareness groups (Pokdarwis). The research results show that strengthening organizational structures, improving infrastructure and digital promotion are important steps in overcoming existing challenges. Apart from that, collaboration between government, society and academics is very necessary to create a sustainable tourism ecosystem. By implementing digital marketing strategies and sustainable training, it is hoped that tourist villages in Badung Regency can develop sustainably and provide economic and social benefits for the local community.

Keywords: *Tourism Villages, Institutional Optimization, Tourism Management, Local Economy, Digital Promotion*

PENDAHULUAN

Desa wisata di Kabupaten Badung, Bali, memiliki potensi yang sangat besar untuk meningkatkan perekonomian lokal dan melestarikan budaya. Dengan keindahan alam yang memukau, kekayaan budaya yang

mendalam, dan tradisi yang kaya, desa-desa ini menawarkan pengalaman unik bagi wisatawan. Namun, meskipun potensi tersebut sangat besar, pengelolaan yang kurang optimal dan kelembagaan yang belum terstruktur dengan baik menjadi tantangan



utama dalam pengembangan desa wisata di daerah ini. Menurut Kementerian Pariwisata, desa wisata adalah wilayah administrasi desa yang memiliki potensi dan keunikan daya tarik wisata yang khas. Namun, banyak desa yang belum sepenuhnya memanfaatkan potensi tersebut (Kementerian Pariwisata, 2019). Dalam konteks ini, desa-desa seperti Petang, Carangsari, dan Sangeh menjadi contoh nyata dari potensi yang bisa dikembangkan lebih lanjut. Desa Petang, misalnya, terletak di dataran tinggi dan menawarkan pemandangan alam yang menenangkan serta berbagai aktivitas budaya seperti seni lukis dan pertunjukan tari. Hal ini menunjukkan bahwa desa wisata tidak hanya berfungsi sebagai tempat rekreasi tetapi juga sebagai pusat pelestarian budaya lokal.

Di sisi lain, Desa Carangsari dikenal sebagai tempat kelahiran pahlawan nasional I Gusti Ngurah Rai dan memiliki museum yang menyimpan banyak cerita heroik. Ini menambah nilai sejarah yang bisa dimanfaatkan untuk menarik wisatawan yang tertarik pada aspek budaya dan sejarah. Namun, tantangan dalam pengelolaan desa wisata di Badung cukup signifikan. Banyak desa yang masih menghadapi masalah dalam hal sumber daya manusia (SDM) yang terlatih untuk mengelola pariwisata secara profesional. Keterbatasan pelatihan bagi pengelola desa wisata mengakibatkan kurangnya pengetahuan tentang manajemen pariwisata, pemasaran, dan pelayanan pelanggan. Selain itu, infrastruktur yang tidak memadai juga menjadi kendala dalam menarik lebih banyak pengunjung. Jalan akses yang kurang baik dan fasilitas umum yang minim membuat pengalaman wisatawan menjadi kurang optimal. Promosi juga menjadi faktor penting dalam menarik perhatian wisatawan. Banyak desa wisata di Badung belum memanfaatkan teknologi

informasi dan media sosial secara maksimal untuk mempromosikan diri mereka. Dalam era digital saat ini, keberadaan online sangat penting untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Oleh karena itu, strategi pemasaran digital perlu diterapkan agar desa-desa ini dapat bersaing dengan destinasi lain di Bali.

Untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut, diperlukan pendekatan terpadu dalam optimalisasi kelembagaan desa wisata. Pertama-tama, penguatan struktur organisasi di setiap desa sangat penting agar pengelolaan dapat dilakukan secara efektif. Pembentukan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) yang terlatih akan membantu dalam mengelola potensi lokal dan meningkatkan kualitas layanan kepada pengunjung. Selain itu, kerja sama dengan pemerintah daerah untuk meningkatkan infrastruktur dasar juga harus menjadi prioritas. Pemberdayaan masyarakat lokal juga merupakan aspek krusial dalam pengembangan desa wisata. Melibatkan masyarakat dalam setiap tahap perencanaan dan pelaksanaan akan meningkatkan rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap keberhasilan desa wisata. Pelatihan manajemen pariwisata bagi masyarakat setempat akan memberikan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola usaha pariwisata secara mandiri. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan desa-desa wisata di Kabupaten Badung dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat. Keberhasilan dalam mengelola potensi pariwisata tidak hanya akan meningkatkan pendapatan daerah tetapi juga melestarikan budaya lokal yang menjadi identitas masyarakat Bali. Dengan demikian, optimalisasi kelembagaan desa wisata bukan hanya sekadar upaya peningkatan ekonomi tetapi juga merupakan langkah penting dalam



menjaga warisan budaya dan lingkungan hidup.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengembangan desa wisata merupakan bagian integral dari pariwisata berkelanjutan yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik wisata dan memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2021), desa wisata adalah wilayah administrasi desa yang memiliki potensi dan keunikan daya tarik wisata yang khas, serta berfungsi sebagai sarana pelestarian budaya dan lingkungan. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Wibowo *et al.* (2022) yang menunjukkan bahwa pengembangan desa wisata dapat meningkatkan perekonomian lokal melalui pemberdayaan masyarakat dan pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan. Optimalisasi kelembagaan dalam pengelolaan desa wisata sangat penting untuk memastikan partisipasi aktif masyarakat. Menurut Sari dan Supriyadi (2023), penguatan struktur organisasi di tingkat desa, seperti pembentukan kelompok sadar wisata (Pokdarwis), dapat meningkatkan efektivitas pengelolaan dan pelayanan kepada wisatawan. Penelitian ini juga menekankan bahwa pelatihan manajemen pariwisata bagi anggota Pokdarwis perlu dilakukan secara berkala untuk meningkatkan kapasitas SDM lokal dalam mengelola potensi pariwisata. Infrastruktur yang memadai merupakan faktor kunci dalam menarik wisatawan. Menurut Nugroho *et al.* (2022), banyak desa wisata di Kabupaten Badung masih menghadapi masalah infrastruktur, seperti jalan akses yang buruk dan fasilitas umum yang minim. Tanpa perbaikan infrastruktur, potensi desa-desa tersebut tidak akan dapat dimanfaatkan secara

maksimal. Oleh karena itu, kerja sama antara pemerintah daerah dan masyarakat sangat diperlukan untuk memperbaiki infrastruktur dasar yang mendukung kegiatan pariwisata. Minimnya promosi digital juga menjadi tantangan signifikan bagi banyak desa wisata. Penelitian oleh Anom *et al.* (2021) menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dan platform digital lainnya dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan secara signifikan. Namun, banyak desa masih belum memanfaatkan teknologi informasi secara optimal untuk mempromosikan atraksi dan kegiatan mereka. Oleh karena itu, penting bagi setiap desa untuk mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif dengan melibatkan generasi muda setempat yang lebih familiar dengan teknologi informasi.

METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat dalam optimalisasi kelembagaan desa wisata di Kabupaten Badung dirancang untuk menciptakan pendekatan yang komprehensif dan partisipatif. Pertama, survei dan observasi dilakukan untuk mengumpulkan data mengenai kondisi kelembagaan dan potensi masing-masing desa. Metode ini penting untuk memahami karakteristik unik dari setiap desa serta tantangan yang mereka hadapi dalam pengelolaan pariwisata. Menurut Sugiyono (2017), survei merupakan teknik pengumpulan data yang efektif untuk mendapatkan informasi yang akurat mengenai fenomena sosial yang terjadi di lapangan. Selanjutnya, **diskusi** kelompok terfokus (FGD) melibatkan masyarakat dan pemangku kepentingan untuk mendiskusikan tantangan dan solusi yang relevan dengan pengembangan desa wisata. FGD tidak hanya



memberikan ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan pendapat mereka, tetapi juga menciptakan sinergi antara berbagai pihak yang terlibat, sehingga dapat menghasilkan ide-ide inovatif (Krueger & Casey, 2015). Terakhir, pelatihan dan *workshop* diselenggarakan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan manajemen pariwisata kepada kelompok sadar wisata (Pokdarwis) di masing-masing desa. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas SDM lokal dalam mengelola potensi pariwisata secara profesional dan berkelanjutan. Sebagaimana dinyatakan oleh Kementerian Pariwisata (2019), peningkatan kapasitas SDM merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Melalui pendekatan ini, diharapkan desa-desa wisata di Kabupaten Badung dapat lebih siap dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Kondisi kelembagaan desa wisata di Kabupaten Badung bervariasi, mencerminkan tingkat kesiapan dan

pengelolaan yang berbeda-beda di setiap desa. Beberapa desa telah berhasil membentuk struktur organisasi yang jelas dan efektif, sementara desa lainnya masih menghadapi tantangan dalam memperkuat kelembagaan mereka. Menurut Mertha *et al.* (2018), dari sebelas desa wisata yang ditetapkan pemerintah, hanya dua desa yang dianggap berhasil dalam hal kunjungan wisatawan dan partisipasi masyarakat, yaitu Desa Wisata Belok Sidan dan Plaga. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada potensi besar, pengelolaan yang baik dan struktur organisasi yang kuat sangat diperlukan untuk mengoptimalkan keberhasilan desa wisata. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya pelatihan bagi pengelola desa wisata. Banyak pengelola yang belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam manajemen pariwisata, sehingga berdampak pada kualitas layanan dan pengalaman wisatawan. Kementerian Pariwisata (2019) menekankan pentingnya peningkatan kapasitas SDM sebagai salah satu kunci keberhasilan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat.



Tanpa pelatihan yang tepat, pengelola akan kesulitan dalam menghadapi dinamika

pasar pariwisata yang terus berubah. Selain itu, infrastruktur di beberapa desa wisata juga



belum memadai. Aksesibilitas menjadi faktor penting dalam menarik wisatawan, dan banyak desa masih mengalami keterbatasan dalam hal jalan, fasilitas umum, dan akomodasi. Sebagai contoh, Desa Wisata Munggu mengalami kendala serius terkait infrastruktur meskipun telah ditetapkan sebagai desa wisata sejak tahun 2010 (Nugroho *et al.*, 2018). Tanpa perbaikan infrastruktur yang signifikan, potensi desa-desa tersebut tidak akan dapat dimanfaatkan secara maksimal. Minimnya promosi digital juga menjadi tantangan signifikan bagi desa wisata di Badung. Banyak desa belum memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya untuk mempromosikan atraksi dan kegiatan mereka. Dalam era digital saat ini, promosi online sangat penting untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Menurut penelitian oleh Anom *et al.* (2015), promosi yang efektif dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan secara signifikan.

Oleh karena itu, strategi promosi digital perlu diterapkan agar desa-desa ini dapat bersaing dengan destinasi lain di Bali. Untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut, beberapa strategi optimalisasi kelembagaan dapat diterapkan. Pertama, penguatan struktur organisasi menjadi langkah awal yang krusial. Membentuk tim pengelola terlatih di setiap desa akan membantu dalam pengelolaan potensi lokal secara lebih efektif. Tim ini harus terdiri dari anggota masyarakat lokal yang memiliki pemahaman tentang pariwisata serta komitmen untuk mengembangkan desanya. Menurut Inskeep (1991), keberhasilan suatu destinasi pariwisata sangat bergantung pada adanya organisasi pengelola yang kuat dan terkoordinasi. Kedua, peningkatan infrastruktur harus menjadi prioritas utama. Kerja sama dengan pemerintah daerah untuk

memperbaiki aksesibilitas dan fasilitas pendukung sangat diperlukan. Infrastruktur yang baik tidak hanya meningkatkan kenyamanan wisatawan tetapi juga menciptakan citra positif bagi desa tersebut sebagai destinasi wisata. Ketiga, promosi digital harus dimanfaatkan secara maksimal untuk menarik lebih banyak pengunjung.

Desa-desa wisata perlu mengembangkan strategi pemasaran digital melalui media sosial dan website resmi untuk menampilkan atraksi serta kegiatan mereka secara menarik. Dengan demikian, informasi mengenai potensi pariwisata di masing-masing desa dapat tersebar luas dan menjangkau audiens global. Secara keseluruhan, optimalisasi kelembagaan desa wisata di Kabupaten Badung memerlukan pendekatan holistik yang melibatkan semua pemangku kepentingan, termasuk pemerintah daerah, masyarakat lokal, dan sektor swasta. Sebagai tambahan, telah dilaksanakan diskusi kelompok terfokus (FGD) pada tanggal 02 Oktober 2024 untuk memecahkan masalah terkait Desa Wisata di Kabupaten Badung. FGD ini dihadiri oleh berbagai stakeholder pariwisata termasuk pemerintah kabupaten, asosiasi pariwisata, Pokdarwis, serta tim pendamping dari IPB Internasional. Pertemuan ini bertujuan untuk mendiskusikan tantangan dan solusi dalam pengembangan desa wisata serta merumuskan langkah-langkah strategis ke depan. Dengan langkah-langkah strategis tersebut, diharapkan desa-desa wisata di Badung dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan manfaat ekonomi serta sosial bagi masyarakat setempat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Optimalisasi kelembagaan desa wisata di Kabupaten Badung merupakan langkah



strategis yang sangat penting untuk meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan pariwisata lokal. Dalam konteks ini, kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan akademisi menjadi kunci dalam mengatasi berbagai tantangan yang ada. Dengan pendekatan yang terintegrasi, diharapkan desa-desa wisata dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi masyarakat setempat. Salah satu langkah awal yang perlu diambil adalah melakukan pelatihan secara berkala bagi pengelola desa wisata. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, motivasi, dan kompetensi pengelola dalam mengelola destinasi wisata. Pelatihan ini mencakup berbagai aspek manajemen, pemasaran, pelayanan, dan pengembangan produk wisata. Dengan mengikuti pelatihan, para pengelola dapat memperoleh keterampilan yang diperlukan untuk memberikan layanan yang lebih baik kepada wisatawan serta menyusun strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, peningkatan infrastruktur dasar juga menjadi prioritas dalam mendukung kegiatan pariwisata. Infrastruktur yang memadai sangat penting untuk menarik minat wisatawan. Masyarakat perlu bekerja sama dengan pemerintah daerah dan pihak terkait untuk mengembangkan infrastruktur seperti jalan akses, fasilitas akomodasi, dan sarana transportasi. Selanjutnya, mengembangkan strategi pemasaran digital juga merupakan langkah penting untuk menjangkau lebih banyak wisatawan.

Dalam era digital saat ini, promosi melalui media sosial dan *platform online* lainnya sangat efektif dalam menarik perhatian calon pengunjung. Masyarakat dapat memanfaatkan media sosial untuk membagikan foto dan cerita menarik mengenai desa mereka serta mengundang

influencer atau blogger untuk mengulas desa wisata tersebut. Promosi yang efektif melalui media digital dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan secara signifikan. Oleh karena itu, penting bagi desa-desa wisata di Badung untuk memiliki strategi pemasaran digital yang terencana agar dapat bersaing dengan destinasi lain di Bali. Dengan langkah-langkah tersebut pelatihan berkala bagi pengelola desa wisata, peningkatan infrastruktur dasar, serta pengembangan strategi pemasaran digital diharapkan 17 desa wisata di Kabupaten Badung dapat berkembang secara berkelanjutan. Keberhasilan dalam mengelola potensi pariwisata tidak hanya akan meningkatkan pendapatan daerah tetapi juga melestarikan budaya lokal yang menjadi identitas masyarakat Bali. Melalui kolaborasi antara semua pemangku kepentingan dan penerapan strategi yang tepat, desa-desa ini dapat menjadi contoh sukses dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat.

Penguatan struktur organisasi menjadi fokus utama dalam optimalisasi ini. Desa Wisata Sangeh memiliki kelompok sadar wisata (Pokdarwis) yang aktif, sementara di Abiansemal, pengelolaan masih terfragmentasi dan kurang terkoordinasi. Oleh karena itu, pelatihan berkelanjutan diperlukan untuk meningkatkan kapasitas manajerial Pokdarwis di desa-desa yang membutuhkan perbaikan. Selain itu, minimnya promosi digital menjadi kendala bagi banyak desa. Beberapa desa seperti Munggu telah memanfaatkan media sosial untuk promosi, namun banyak yang belum memanfaatkan platform digital secara maksimal. Oleh karena itu, penting bagi setiap desa untuk mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif dengan melibatkan generasi muda setempat yang lebih familiar dengan teknologi informasi. Dengan langkah-langkah



ini, diharapkan optimalisasi kelembagaan desa wisata dapat dilakukan secara lebih efektif dan berkelanjutan

DAFTAR PUSTAKA

- Anom, H., Suasapha, H., & Wiarti, L.Y. (2021). *Pemasaran Digital dalam Pengembangan Desa Wisata di Bali*. Jurnal Kepariwisata.
- Anom, H., Suasapha, H., & Wiarti, L. Y. (2015). Stakeholders: Peran dan Kendala Pelibatangannya dalam Pengembangan Desa Wisata di Bali. Jurnal Kepariwisata.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Pedoman Pengembangan Desa Wisata*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Kementerian Pariwisata. (2019). *Pengembangan Desa Wisata*. Jakarta: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.
- Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2015). *Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research*. Thousand Oaks: SAGE Publications
- Mertha, I.W., Wiarti, L.Y., & Suasapha, H. (2018). Peran Stakeholders dalam Pengembangan Desa Wisata. Jurnal Kepariwisata
- Nugroho, A.Y., Zarkasyi Rahman, A., & Kismartini. (2022). *Analisis Infrastruktur dalam Pengembangan Desa Wisata di Bali*. Jurnal Administrasi Publik Universitas Diponegoro.
- Nugroho, A.Y., Zarkasyi Rahman, A., & Kismartini. (2018). Peran Stakeholders dalam Pengembangan Desa Wisata Nongkosawit Kota Semarang. Jurnal Administrasi Publik Universitas Diponegoro.
- Paturusi, A. (2001). *Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sari, R., & Supriyadi, E. (2023). *Penguatan Kelembagaan Desa Wisata: Studi Kasus Desa Sangeh dan Abiansemal*. Jurnal Ilmiah Pariwisata.
- Suwarti, N., & Yuliamir, E. (2017). *Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan*. Jurnal Ilmiah Pariwisata, 5(2), 45-56.
- Wibowo, A., Rahardjo, D., & Setiawan, B. (2022). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata: Peluang dan Tantangan*. Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik.
- Yoeti, O. (2001). *Dasar-Dasar Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Penerbit Alfabeta.

