PESONA TAWANGMANGU : INOVASI DIGITALISASI BERBASIS APLIKASI *MOBILE* SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN *LOCAL WISDOM* DAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT TAWANGMANGU

Septi Kristiani, Muhammad Dimas Priyastom , Hayatin Sapitri

Universitas Brawijaya

Abstrak

Pariwisata menjadi sektor unggulan di Indonesia yang mampu menyumbang devisa sebesar 1,7 miliar USD dan 4,3% untuk *Product Domestic Bruto* (PDB). Berdasarkan data dari YouGov tahun 2022 menunjukkan bahwa pariwisata Indonesia berkembang pesat serta mampu menduduki posisi 10 besar dunia. Adapun salah satu kota wisata di Indonesia yang masih belum banyak diketahui masyarakat luas adalah Tawangmangu. Potensi wisata yang ada di Tawangmangu meliputi wisata alam, wisata kuliner, wisata budaya, dan wisata religi yang tentunya mampu meningkatkan perekonomian serta pertumbuhan sektor wisata di Indonesia. Akan tetapi, potensi pariwisata yang ada di Tawangmangu belum didukung dengan sarana dan prasarana yang baik serta perencanaan juga pengelolaan wisatanya yang masih belum optimal. Hal ini dikhawatirkan dapat membuat wisata di Tawangmangu akan sepi pengunjung serta tidak ter-ekspose kepada masyarakat lokal maupun mancanegara. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu inovasi untuk dapat memperkenalkan wisata Tawangmangu kepada masyarakat tentang eksotika Tawangmangu dengan adanya sebuah aplikasi *mobile* yang bernama Pesona Tawangmangu. Pesona Tawangmangu merupakan sebuah aplikasi *mobile* yang memanfaatkan digitalisasi dengan tujuan untuk memperkenalkan wisata, budaya, dan kuliner di Tawangmangu. Adapun metode penulisan yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan melakukan studi pustaka (*library research*) dan penelusuran informasi secara digital. Pesona Tawangmangu dilengkapi dengan berbagai fitur diantaranya fitur pemesanan makanan dan kerajinan, pemesanan tiket, pemesanan transportasi dan penginapan serta aplikasi ini juga dilengkapi fitur sejarah Tawangmangu sebagai pengetahuan bagi *user*. Hal ini tentunya mempermudah masyarakat dalam menelusuri, merasakan sensasi, dan mengunjungi Tawangmangu. Diharapkan dengan adanya inovasi Pesona Tawangmangu dapat meningkatkan daya tarik wisatawan untuk mengunjungi Tawangmangu dan meningkatkan perekonomian masyarakat.

***Kata Kunci**: Keamanan Data, Logistik, Quick Response Code*

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor terbesar dan terkuat dalam perekonomian dunia. Hal ini disebabkan karena sektor pariwisata memiliki berbagai keuntungan yang dapat memberikan devisa bagi suatu negara, mampu memperluas lapangan pekerjaan dan mampu memperkenalkan budaya suatu negara (Sabon *et al.*, 2018). Menurut *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO), sektor pariwisata itu sangat berperan penting dalam menyumbang 9% dari total GDP dunia serta menjadi sektor ketiga sebagai kontributor terhadap PDB (Produk Domestik Lokal) secara global (Setyanugraha *et al.*, 2021). Pariwisata saat ini dianggap sebagai kegiatan ekonomi global, hal tersebut disebabkan karena sifatnya yang saling melengkapi dengan kegiatan ekonomi lainnya. Jika ditinjau dari segi penciptaan tenaga kerja, sektor pariwisata mampu menarik banyak tenaga kerja sehingga menjadikan sektor pariwisata menjadi sebagai satu dari 11 pekerjaan yang paling banyak menyerap tenaga kerja (Mumu *et al.*, 2021). Oleh sebab itu, banyak negara-negara di dunia terus berupaya dalam mengembangkan serta mempromosikan pariwisatanya mulai dari lingkup domestik hingga internasional.

Indonesia merupakan salah satu negara yang sangat terkenal dengan sektor pariwisatanya karena memiliki sejuta destinasi wisata terbesar serta luas di berbagai pelosok negeri. Kekayaan budaya, adat dan tradisi serta keindahan alam menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia. Dari sekian juta wisata yang ada di Indonesia, ternyata masih terdapat beberapa wisata yang belum terekspose contohnya yaitu Tawangmangu. Kawasan wisata Tawangmangu berpotensi dalam mendukung *local wisdom* dan perekonomian masyarakat. Taman wisata Tawangmangu sebagai salah satu obyek wisata alam yang sudah ada sejak lama di Indonesia yang memiliki daya tarik tersendiri (Darmawan *et al.*, 2018). Hal tersebut dapat dibuktikan dengan data BPS karanganyar kunjungan wisatawan yang mengunjungi Kawasan Wisata Tawangmangu sebanyak 334.276 WNI dan 698 WNA rata-rata setiap bulan pada tahun 2020 dan tetap bertambah setiap tahunnya.

Dibalik kelebihan sektor pariwisata Indonesia yang dinilai paling siap untuk menghadapi *AEC* karena Indonesia memiliki potensi pariwisata yang menarik, juga memiliki kekurangan infrastruktur yang belum memadai seperti informasi terkait wisata yang terdapat di Tawangmangu. Menurut Putra (2018), terdapat beberapa contoh penerapan inovasi seperti aplikasi wisata Tawangmangu contohnya yaitu Wisata Karanganyar, namun aplikasi tersebut masih kurang maksimal sehingga berakibat pada

rendahnya angka kepuasan pada aplikasi tersebut (Hartson Phyla, 2012).

Berdasarkan permasalahan tersebut sehingga sangat diperlukan inovasi digitalisasi berbasis aplikasi *mobile* yang dirancang agar dapat membantu dalam meningkatkan *local wisdom* dan perekonomian masyarakat daerah Tawangmangu, yaitu Pesona Tawangmangu. Dalam aplikasi Pesona Tawangmangu , para pengunjung akan mengetahui informasi terkait berbagai wisata yang terdapat di 2 Tawangmangu, informasi mengenai penginapan, informasi terkait pembelian oleh-oleh ataupun souvenir, tempat makan disekitar, perkiraan tingkat kemacetan, kepadatan pengunjung serta akan mendapatkan informasi mengenai tempat wisata yang ingin dituju. Aplikasi Pesona Tawangmangu dirancang berdasarkan metode Hartyson-Phyla dengan konsep *The Wheel* yang terdiri dari empat aktivitas utama, yaitu analisis, desain, purwarupa dan evaluasi. Adapun tujuan utama dari konsep *The Wheel* ini adalah untuk terus bergerak maju dalam menyelesaikan proses desain hingga akhirnya memasuki tahap untuk menghasilkan *product* akhir Pesona Tawangmangu.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penulisan karya tulis ilmiah ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana gambaran umum serta kondisi pariwisata di Kabupaten Tawangmangu?
2. Bagaimana langkah strategis yang mampu meningkatkan pengembangan pariwisata di Kabupaten Tawangmangu?

C. Tujuan

Tujuan dalam penulisan karya tulis ilmiah ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mendeskripsikan gambaran umum serta kondisi pariwisata di Kabupaten Tawangmangu
2. Untuk mendeskripsikan langkah strategis guna meningkatkan pengembangan pariwisata di Kabupaten Tawangmangu.

D. Manfaat

Manfaat dalam penulisan karya tulis ilmiah ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi Mahasiswa

Dapat meningkatkan kreativitas mahasiswa dalam berpikir secara kristis serta berinovasi dalam pengembangan wisata di Tawangmangu melalui teknologi digital berbasis aplikasi *mobile*. Hal tersebut berfungsi dalam melatih fungsi kristis, keterampilan dan wawasan bagi mahasiswa Indonesia dalam mendalami penelitian

mengenai pemberdayaan masyarakat yang berkaitan dengan pilar Nawa Cita.

2. Bagi Masyarakat

Dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang berada di sekitar kawasan wisata Tawangmangu sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.

3. Bagi Pemerintah

Sistem yang memanfaatkan digitalisasi, integrasi serta kolaborasi yang digunakan dalam proses perencanaan, pengelolaan serta monitoring yang bisa membantu bagi Pemerintah Kabupaten Tawangmangu di dalam melakukan *branding* kota serta mampu meningkatkan pendapatan bagi daerah sehingga kesejahteraan Kabupaten Tawangmangu juga diharapkan bisa meningkat dari yang sebelumnya.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori *Pentahelix*

Teori *pentahelix* merupakan sebuah model inovatif dalam pengembangan dari model *QuadrupHelix* yang dapat mengubungkan dari beberapa *Stakeholder* yaitu Akademisi, Praktisi/Bisnis, Komunitas, Pemerintah serta Media yang mampu menciptakan ekosistem berdasarkan kreativitas dan pengetahuan, di mana yang diharapkan pada konsep ini adalah sebuah inovasi yang mampu mengembangkan kreativitas, inovasi dan teknologi industri kreatif (Yunas, 2019). Model *pentahelix* ini ialah sektor yang memiliki peran penting dalam menciptakan nilai kemanfaatan dalam sektor pariwisata juga mampu memberikan keuntungan, tidak hanya bagi masyarakat melainkan juga kepada lingkungan (Rahu, 2021). Kolaborasi *pentahelix* ini mempunyai peran penting dalam mendukung tujuan inovasi bersama sehingga mampu memberikan kontribusi dalam kemajuan sosial ekonomi daerah. Model *pentahelix* pertama kali dicanangkan oleh menteri pariwisata Arief Yahya serta dituangkan ke dalam Peraturan Menteri (Permen) Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan bahwa untuk menciptakan, memastikan kualitas aktivitas, fasilitas, pelayanan, dan untuk menciptakan pengalaman dan nilai manfaat kepariwisataan agar memberikan keuntungan dan manfaat pada masyarakat dan lingkungan, maka diperlukan pendorong sistem kepariwisataan

Gambar 1. Model *Pentahelix*

B. Pariwisata Kreatif

Pariwisata didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah tetapi hanya untuk bersenang-senang, memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau waktu liburan dan tujuan lain (Sudiana, 2019). Menurut Ohridska Olson, pariwisata kreatif adalah salah satu bentuk pengembangan wisata budaya. Wisata kreatif adalah jawabannya munculnya era kreatif di bidang pariwisata (Ohridska-Olson, 2009). Terminologi Pariwisata kreatif (kreatif berbasis pariwisata) sepertinya menjawab tantangan ekonomi penuh dengan unsur inovasi dan kreativitas dan pengembangan tak terelakkan dalam evolusi produk turis (Purnomo, 2016). pariwisata kreatif di 4 umumnya memiliki komponen dasar antara lain: partisipasi aktif, pengalaman otentik dan unik, ada eksplorasi kreativitas dan proses pembelajaran, interaktivitas, berkaitan dengan budaya dan lingkungan masyarakat, dan manfaatkan alam dan budaya lokal. Potensi kreatif pariwisata dibangkitkan melalui partisipasi aktif dalam program dan pengalaman belajar sesuai dengan karakteristik tujuan dikunjungi (Richards dan Wilson, 2007). Dalam pariwisata kreatif tidak hanya berhubungan dengan sesuatu untuk dilihat, sesuatu untuk dibeli, dan sesuatu untuk dilakukan tetapi terkait juga dengan sesuatu untuk dipelajari dan sesuatu untuk dirasakan (Alfian, 2017).

C. Gambaran Keindahan Tawangmangu

Tawangmangu adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah, berbatasan dengan Provinsi Jawa Timur. Kabupaten ini terkenal sebagai kawasan wisata yang sangat sejuk. Tawangmangu dikenal sebagai objek wisata gunung di lereng barat Gunung Lawu. Tawangmangu sejak masa penjajahan Belanda telah menjadi tempat wisata (Aliyah *et al*. 2021). Destinasi wisata utama adalah Air Terjun Grojogan Sewu (tinggi 81 m). Dari Tawangmangu, anda bisa mulai mendaki ke puncak Gunung Lawu

(Pos Cemorokandang). Selain itu, dari sini ada celah yang mengarah ke Telaga Sarangan di Magetan melalui Cemorosewu (Boleng, 2019). Tawangmangu terletak di daerah pegunungan yang subur dikelilingi oleh hutan dan perbukitan. Namun kota kecil ini sudah dikenal hingga mancanegara karena kawasan ini merupakan objek wisata yang cocok sebagai pilihan saat berlibur atau jalan-jalan. Selain udaranya yang sejuk, keindahan alam di sekitarnya tidak kalah menariknya dengan daerah lain di Indonesia, apalagi di daerah ini yang terkenal dengan produksi pertanian penghasil sayur mayur selain dari keberadaan objek wisata Air Terjun Grojokan Sewu (Bw, 2019).

D. *Local Wisdom* (Kearifan Lokal)

Terminologi kearifan lokal terdiri dari dua kata yang masing-masing secara umum telah dipahami maknanya. Kearifan sinonim dengan kata kebijaksanaan, sedangkan lokal berarti setempat. Dalam Bahasa Inggris, istilah kearifan lokal disebut dengan Local Wisdom. Local berarti setempat, sedangkan Wisdom sama dengan kearifan atau kebijaksanaan. Rahmatih *et al*., (2020) mengartikan kearifan lokal sebagai gagasan-gagasan setempat (*local*) yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya. Kearifan lokal merupakan usaha manusia dengan menggunakan akal budinya (kognitif) untuk bertindak dan bersikap terhadap sesuatu, objek, atau peristiwa yang terjadi dalam ruang tertentu.

Melino (2011) dalam tulisannya yang berisi "*Understanding the Nusantara Thought and Local Wisdom as an Aspect of the Indonesian Education*" mengembangkan bahwa kearifan lokal di Indonesia merupakan bentuk ekspresi dari suku-suku di Indonesia, dimana masyarakatnya melakukan aktivitas dan berperilaku sesuai dengan ide yang akhirnya menghasilkan karya-karya tertentu. candi dan candi Borobudur Prambanan yang indah, sistem irigasi Subak di Sawah 5 Bali, dan batik, warisan budaya yang kaya dikenal dunia. Contoh-contoh ini menunjukkan bahwa ada ide dan kegiatan mendasari penciptaan artefak dan bentuk elegan lainnya dari produk etnik dan megah di Indonesia. Ini juga menunjukkan kearifan lokal berasal dari kedalaman budaya Indonesia adalah kompilasi budaya suku, sebuah proses yang mengekspresikan kehidupan masyarakat melalui praktik pembelajaran.

E. Pengembangan Digitalisasi sebagai *Smart Tourism*

Internet sebagai sarana penyebaran iklan dan promosi memiliki banyak keuntungan dibandingkan dengan media massa lainnya. Media internet dengan sifatnya yang luas dan tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, menyebabkan internet menjadi alternatif utama dalam menyebarluaskan konten budaya lokal. Internet menyediakan fasilitas yang kompleks di dunia pemasaran suatu produk, dimulai dari target konsumen khusus, pesan khusus, kemampuan interaktif, akses ke informasi, kreativitas, eksposur

luas dan kecepatan (Kurniawan, 2020).

Di era digitalisasi ini, tren masyarakat berubah sangat cepat karena akses yang lebih mudah dalam mencari informasi. Sektor pariwisata sebagai salah satu Industri yang berkembang pesat harus terus berubah untuk mengikuti tren yang sedang berlangsung. Sektor pariwisata perlu beradaptasi dengan cepat untuk lingkungan dan persaingan yang ketat (Gajdosik, 2018). *Smart Tourism* adalah cara terbaik untuk bertahan hidup dalam kerasnya evolusi teknologi dan informasi dimana dimensi fisik dan tata kelola pariwisata masuk ke level selanjutnya (digitalisasi) sehingga mencapai generasi baru yang lebih modern sesuai dengan perkembangan zaman. Konsep *Smart Tourism* dalam pariwisata cerdas adalah hasil perkembangan teknologi dan inovasi informasi (Gajdosik, 2018). *Smart Tourism* digunakan segala potensi dan sumber daya yang ada untuk menambah pengalaman di bidang Pariwisata. *Smart Tourism* sebagai solusi menawarkan pembukaan berbagai bisnis dengan lokasi yang tersebar sehingga bisa menjadi peluang untuk membuka banyak bidang pekerjaan (Haqqi dan Wijaya, 2019).

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan fokus utama yaitu memperoleh pemahaman atas tindakan dan makna gejala sosial berdasarkan sudut pandang penelitian. Menurut Fadli (2021) menyatakan bahwa dengan penelitian kualitatif peneliti dapat mengenali subjek dan paham mengenai konteks dengan situasi fenomena alami yang sedang diteliti. Adapun tujuan dari penelitian kualitatif yaitu mendeskripsikan objek penelitian dan mengungkapkan makna di balik suatu fenomena yaitu mengenai inovasi sistem digitalisasi, integrasi, dan kolaborasi dalam proses perencanaan, pengelolaan, dan monitoring pariwisata Kabupaten Tawangmangu.

Pendekatan yang digunakan yaitu *interpretive social science*, pendekatan yang berangkat dari upaya untuk mencari penjelasan tentang peristiwa sosial berdasarkan pada perspektif dan pengalaman orang yang diteliti (Muslim, 2016). Interpretif melihat fakta sebagai sesuatu yang unik dan memiliki konteks sebagai esensi dalam memahami makna sosial. Adapun tipe penelitian yang digunakan bersifat deskriptif karena bertujuan untuk mendeskripsikan Pesona Tawangmangu sebagai inovasi digitalisasi berbasis aplikasi *mobile* dalam upaya peningkatan *local wisdom* dan perekonomian masyarakat Tawangmangu.

B. Teknik Pengumpulan Data

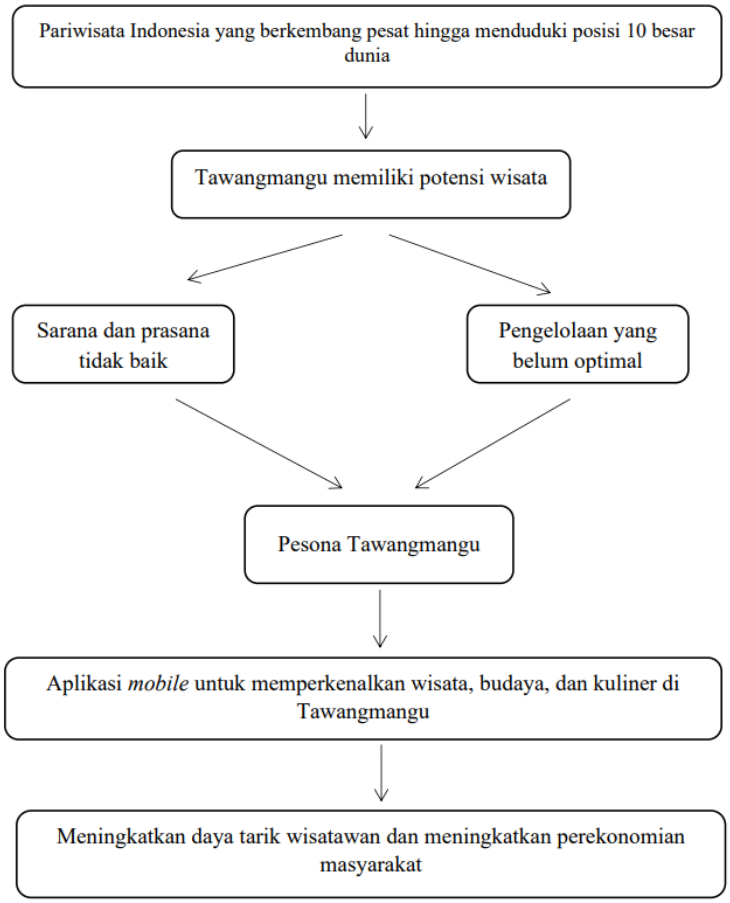
Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan melakukan studi pustaka (*library research*) dan penelusuran informasi digital dengan tujuan sebagai studi literatur. Menurut Moto (2019), *library research* yaitu kegiatan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan topik yang bersumber dari jurnal dan artikel. Sumber data yang digunakan dari hasil membaca, menganalisis, dan mengaitkan informasi dari sumber bacaan yang sesuai dengan topik. Studi pustaka meliputi buku, jurnal, dan artikel yang relevan dengan topik. Selain itu, pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara kepada wisatawan dan masyarakat Tawangmangu.

C. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Data yang terkumpul diolah dan diinterpretasikan secara kualitatif untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Teknik pengolahan data dilakukan dengan studi silang yaitu menggunakan data yang terkumpul dan teori yang relevan dengan topik. Sedangkan teknik analisis data yang dilakukan dengan mengaitkan informasi yang didapatkan dengan teori yang relevan sehingga mendapatkan inovasi baru sebagai solusi dari permasalahan yang diangkat. Triangulasi merupakan suatu pendekatan analisis data yang mensintesa data dari berbagai sumber. Adapun tujuan dari triangulasi yaitu untuk meningkatkan pemahaman peneliti terhadap data dan fakta yang didapatkan. (Bachri, 2010).

D. Kerangka Berpikir

Pariwisata menjadi sektor unggulan yang mampu menyumbang untuk devisa negara. Pariwisata Indonesia berkembang pesat hingga mampu menduduki posisi 7 10 besar dunia. Adapun salah satu kota wisata yang masih belum banyak diketahui oleh masyarakat adalah Tawangmangu. Tawangmangu memiliki potensi wisata yang mampu meningkatkan perekonomian masyarakat dan pertumbuhan sektor pariwisata di Indonesia. Akan tetapi, wisata di Tawangmangu belum didukung dengan sarana dan prasarana yang baik serta perencanaan pengelolaan wisata yang belum optimal. Oleh karena itu, hadirlah Pesona Tawangmangu yang merupakan aplikasi *mobile* untuk memperkenalkan eksotika wisata yang ada di Tawangmangu. Diharapkan dengan adanya Pesona Tawangmangu dapat meningkatkan daya tarik wisatawan untuk mengunjungi Tawangmangu dan meningkatkan perekonomian masyarakat.



Gambar 2. Kerangka Berfikir

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum dan Kondisi Wisata Tawangmangu

Kecamatan Tawangmangu memiliki letak yang strategis karena berada di daerah pegunungan dengan ketinggian rata-rata 800-1200 mdpl dan melewati jalan raya Tawangmangu yang merupakan kawasan wisata. Kecamatan Tawangmangu memiliki lokasi yang strategis dengan kondisi alam (fisik) yang menguntungkan seperti topografi, kondisi iklim relief, dan daratan, ditambah dengan keberadaan beberapa tempat wisata seperti Grojogan Sewu, Taman Rekreasi Balekambang, dan Bumi Camp Skipan adalah motivator bagi masyarakat pasti akan membangun vila di kawasan ini sebagai tempat peristirahatan. Selain itu, perkembangan Kabupaten Tawangmangu sangat dipengaruhi oleh beberapa objek wisata alam yang ada di kabupaten tersebut itu. Obyek wisata alam yang terletak di Kecamatan Tawangmangu termasuk Air Terjun Grojogan Sewu, Taman Rekreasi Balekambang, dan Perkemahan Skipan. Adanya kondisi tersebut juga mendorong terjadinya perubahan di daerah ini yang ditandai dengan pemberian dan

infrastruktur pendukung seperti hotel, restoran, kios, pertokoan, warung bahkan in kelompok tertentu membangun vila di daerah ini, dan penyediaan berbagai jasa. Ini menyangkut seberapa jauh perubahannya penggunaan lahan yang terjadi di daerah ini dari penggunaan lahan untuk pertanian mengubah penggunaannya, karena kemajuan terpengaruh dengan keberadaan objek wisata di Kabupaten Tawangmangu.

Tawangmangu adalah tempat yang sangat cocok untuk beristirahat melepaskan dan melupakan masalah mereka. 1999 vila terletak di Kecamatan Tawangmangu berjumlah 60 unit dan pada tahun 2003 jumlah vila bertambah menjadi 133 unit (Kecamatan Tawangmangu Dalam Angka 2003). Dengan melihat peningkatan jumlah vila, bisa jadi Diketahui dari tahun 1999-2003 jumlah vila meningkat 73 buah. Selain peningkatan jumlah vila, peningkatan juga terjadi di sarana dan prasarana seperti hotel, restoran, pertokoan, warung dan jasa lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa ada perkembangan di daerah ini, sehingga memungkinkan perubahan penggunaan lahan, dan Perubahan penggunaan lahan yang terjadi adalah dari lahan pertanian, perkebunan, ladang, hutan menjadi lahan pemukiman.

Dalam mendukung kemudahan mengakses kawasan ini, pemerintah telah melakukan upaya perbaikan jalur transportasi dengan menerapkan pemeliharaan jalan dan pembangunan jalan antar provinsi baru dari Tawangmangu di Jawa Tengah hingga Magetan, Jawa Timur. Selain pembangunan jalan, pemerintah juga telah melakukan pembangunan kembali secara total Pasar Tawangmangu yang sebelumnya merupakan pasar tradisional kumuh, kini menjadi bangunan pasar wisata yang megah, diharapkan dengan adanya rehabilitasi pasar ini, wisatawan yang datang ke Tawangmangu dapat dengan mudah dan bebas berbelanja semua jenis suvenir serta menghasilkan lebih nyaman.

Berikut merupakan beberapa obyek wisata yang terdapat di kawasan wisata Tawangmangu.

Gambar 3. Objek Wisata Tawangmangu
Sumber: Setyanto, 2018

B. Langkah Strategis untuk Pengembangan Wisata di Tawangmangu

Pembangunan sektor ekonomi dikatakan semakin membaik apabila ditandai

dengan meningkatnya pertumbuhan perekonomian. Adapun faktor yang dapat mendorong peningkatan pertumbuhan ekonomi masyarakat salah satunya adalah sektor pariwisata. Pariwisata memiliki peranan penting dalam pembangunan negara yang berintikan pada tiga unsur yaitu unsur ekonomis (sumber devisa dan pajakpajak), unsur sosial (menciptakan lapangan pekerjaan), dan unsur kebudayaan (memperkenalkan budaya lokal kepada wisatawan) (Nurfiana, 2013). Menurut Eddyono (2021), pariwisata menjadi salah satu industri dengan tingkat pertumbuhan yang tergolong cepat dan peluang perkembangannya tinggi. Pendapatan dari sektor pariwisata sering digunakan dalam mengukur tingkat perekonomian di suatu kawasan destinasi pariwisata. Oleh karena itu, pengembangan sektor pariwisata sangat dibutuhkan dengan harapan untuk mengurangi masalah kemiskinan dan kesenjangan ekonomi masyarakat Indonesia.

Kawasan wisata Tawangmangu merupakan kawasan wisata yang belum terekspose oleh masyarakat luas. Seperti yang dijelaskan Ardiana (2019), bahwa potensi pariwisata di Indonesia masih sangat luas namun belum banyak terjamah oleh masyarakat, baik masyarakat lokal maupun masyarakat manca. Hal tersebut terjadi karena beberapa alasan seperti belum optimalnya strategi promosi dari kawasan wisata Tawangmangu. Menurut hasil penelitian dari Awaluddin dan Sumarni (2021), menjelaskan bahwa strategi promosi berdampak positif pada peningkatan kunjungan wisatawan. Pengembangan wisata di Tawangmangu perlu ditingkatkan baik dari segi promosi maupun perbaikan kawasan pariwisatanya. Dengan adanya strategi promosi pariwisata yang baik, maka dapat meningkatkan jumlah wisatawan terutama wisatawan manca yang berkunjung ke kawasan wisata Tawangmangu ini.

Peningkatan jumlah wisatawan tersebut tentu akan berkontribusi terhadap penerimaan devisa di sektor pariwisata kawasan Tawangmangu. Dalam hal ini strategi promosi yang ditawarkan yaitu melalui penggunaan aplikasi *mobile* bernama “Pesona Tawangmangu”. Pesona Tawangmangu merupakan salah satu aplikasi yang bertujuan untuk menguatkan strategi promosi dari kawasan wisata Tawangmangu agar dapat terekspose ke masyarakat luas. Dengan begitu, 10 kunjungan wisatawan akan meningkat dan penerimaan devisa dari sektor pariwisata di Tawangmangu juga dapat meningkat.

C. Inovasi Pesona Tawangmangu sebagai Strategi Penguatan Promosi berbasis Aplikasi *Mobile*

Aplikasi Pesona Tawangmangu dirancang seperti aplikasi pemesanan perjalanan wisata namun hanya terkhusus pada kawasan wisata Tawangmangu. Penerapan aplikasi Pesona Tawangmangu akan memanfaatkan teknologi *Augmented Reality* yang mampu memperindah tampilan aplikasi dan dapat mengenalkan kepada wisatawan tentang kebudayaan yang ada di kawasan wisata Tawangmangu dengan lebih optimal. Terdapat

beberapa fitur dalam aplikasi yang meliputi.

1. Fitur Fitina

Fitur Fitina merupakan fitur introduksi kebudayaan yang ada di kawasan wisata Tawangmangu. Pada fitur ini akan dilengkapi dengan teknologi *Augmented Reality* yang tentunya dapat menarik perhatian lebih dari para pengunjung aplikasi. Fitur ini akan menyajikan terkait informasi dari berbagai destinasi wisata yang ada di Tawangmangu seperti Air Terjun Grojogan Sewu, Astana Girilayu, Candi Sukuh, Wisata Perkebunan Teh, The Lawu Park, dan masih banyak lagi.

2. Fitur Orfoda

Pada fitur Orfoda merupakan fitur yang menyediakan referensi pemesanan makanan tradisional yang ada di kawasan wisata Tawangmangu ini. Seperti molen tawangmangu, gandos, jadah tempe, dan masih banyak lagi. Dalam fitur ini terdapat pengelompokan untuk makanan yang memiliki daya simpan lama dan makanan yang tidak memiliki daya simpan lama. Hal tersebut ditujukan kepada wisatawan yang berada di luar wilayah Tawangmangu tetap dapat memesan makanan khas dari kawasan wisata ini. Pada fitur ini juga terdapat fitu untuk membeli kerajinan khas Tawangmangu seperti gantungan kunci candi, batik, dan aneka kerajinan lokal lainnya.

3. Fitur Karcis

Pada fitur ini akan menyediakan tiket untuk pemesanan destinasi wisata yang dapat dikunjungi oleh para wisatawan. Adapun jenis destinasi akan dikelompokkan per masing-masing jenis wisata yang ada di Tawangmangu seperti kawasan destinasi wisata candi, air terjun, agrowisata, taman sejarah, dan obyek wisata lainnya.

4. Fitur Pentra

Pada fitur pentra ini akan terkoneksi dengan fitur karcis dimana setiap destinasi wisata sudah terakomodasi dengan transportasi, penginapan, dan *tourguide*. Hal ini ditujukan agar para wisawatan manca yang ingin berkunjung ke kawasan wisata Tawangmangu tidak bingung dalam memiliki transportasi dan penginapan yang tepat selama di Tawangmangu.

Berikut ini merupakan gambaran aplikasi Pesona Tawangmangu.

Gambar 4. Desain Aplikasi Pesona Tawangmangu

D. Analisis SWOT

Tabel 1. Analisis SWOT

Eksternal / Internal	Kekuatan (*Strength*)	Kelemahan (Weakness)
	1. Memiliki fitur sejarah, budaya, kuliner, dan wisata sehingga *user* dapat melakukan perjalanan *virtual* terlebih dahulu sebelum menikmati langsung eksotika Tawangmangu 2. Pemerintah dapat mengontrol perkembangan pariwisata 3. Mudah digunakan dan desain yang menarik	1. Banyaknya fitur yang dirancang sehingga sulit diaplikasikan sesuai rencana 2. Membutuhkan waktu yang cukup panjang untuk mengimplementasikan
Peluang	**Strategi S-O**	**Strategi W-O**

(*Opportunity*)

1. Perkembangan teknologi yang pesat 2. Ukuran aplikasi ringan untuk digunakan	1. Fitur yang lengkap, mudah digunakan, dan menarik sehingga dapat dioptimalkan dengan ukuran aplikasi yang ringan	1. Memanfaatkan perkembangan teknologi sehingga mempermudah dalam mengimplementasikan aplikasi
Tantangan (Threat)	**Strategi S-T**	**Strategi W-T**
1. Tidak semua masyarakat lokal yang paham akan teknologi	1. Mengoptimalkan fitur wisata dengan mudah dan menarik sehingga bisa meningkatkan pemahaman masyarakat terkait penggunaan aplikasi	1. Menerapkan metode *Participatory Learning and Action* (PLA) untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terkait teknologi

BAB V
KESIMPULAN DAN PEMBAHASAN

A. Kesimpulan

Kecamatan Tawangmangu memiliki lokasi yang strategis dengan kondisi alam (fisik) yang menguntungkan seperti topografi, kondisi iklim relief, dan daratan, ditambah dengan keberadaan beberapa tempat wisata seperti Grojogan Sewu, Taman Rekreasi Balekambang, dan Bumi Camp Skipan. Pengembangan wisata di Tawangmangu perlu ditingkatkan baik dari segi promosi maupun perbaikan kawasan pariwisatanya. Dengan adanya strategi promosi pariwisata yang baik, maka Layanan logistik saat ini masih

menggunakan cara konvensional untuk menampilkan data-data milik pengguna layanan jasa logistik yang diperlukan dalam kegiatan pengiriman barang. dapat meningkatkan jumlah wisatawan terutama wisatawan manca yang berkunjung ke kawasan wisata Tawangmangu ini. Dalam hal ini strategi promosi yang ditawarkan yaitu melalui penggunaan aplikasi mobile bernama "Pesona Tawangmangu". Pesona Tawangmangu merupakan salah satu aplikasi yang bertujuan untuk menguatkan strategi promosi dari kawasan wisata Tawangmangu agar dapat terekspose ke masyarakat luas. Pesona tawangmangu merupakan aplikasi mobile berbasis digital yang dilengkapi berbagai fitur diantaranya fitur Fitina, fitur Orfoda, fitur Karcis, dan fitur Pentra. Tentunya dengan adanya aplikasi pesona tawangmangu membuat user bisa menelusuri dan mendapatkan informasi mengenai wisata yang ada di Tawangmangu sebelum menikmati secara langsung eksotika Tawangmangu. Selain itu, aplikasi ini juga mempermudah wisatawan dalam memesan tiket, transportasi, dan penginapan melalui aplikasi dengan pembayaran melalui *m-banking* dan *e-money*. Diharapkan dengan adanya Pesona Tawangmangu dapat meningkatkan Daya tarik wisatawan untuk mengunjungi tawangmangu dan meningkatkan perekonomian masyarakat.

B. Saran

Diperlukan pendanaan agar gagasan yang diangkat dapat terwujud serta inovasi lanjutan terkait fasilitas yang diberikan kepada para pengunjung agar semakin mempermudah dalam menjangkau Tawangmangu. Selain itu juga diperlukan *Stakeholder* yang benar-benar membantu untuk berkolaborasi agar inovasi yang diberikan mampu berjalan dengan baik dalam memperkenalkan Tawangmangu dan membantu dalam membangun ekonomi masyarakat sekitar

DAFTAR PUSTAKA

[1] Alfian, F. 2017. Model Pengembangan Pari-Wisata Kreatif Pada Saung Angklung Udjo Bandung. Disertasi, Bandung: Universitas Padjajaran

[2] Aliyah, I., Sugiarti, R., & Yudana, G. 2021. Manajemen Risiko Bencana Kawasan Wisata Lereng Pegunungan Berbasis Pemberdayaan Masyarakat (Kawasan Wisata Lereng Gunung Lawu Kabupaten Karanganyar). Yayasan Kita Menulis.

[3] Ardiana, P. 2019. Daya Tarik Air Terjun Grojogan Sewu Sebagai Wisata Alam di Kecamatan Karanganyar, Jawa Tengah.

[4] Awaluddin, A., & Sumarni, S. 2021. Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan Di Kota Palopo. Movere Journal, 3(1), 81-92.

[5] Bachri, B.S. 2010. Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi pada Penelitian Kualitatif. Jurnal Teknologi Pendidikan, 10(1) : 46-62.

[6] Boleng, A. 2019. Keindahan Kebun Teh Kemuning Sebagai Daya Tarik Wisata Karanganyar Jawa Tengah.
[7] Bps (Badan Pusat Statistika). 2020.
[8] Https://Karanganyarkab.Bps.Go.Id/Subject/16/Pariwisata.Html
[9] Bw, P. A. 2019. Daya Tarik Air Terjun Grojogan Sewu Sebagai Wisata Alam Di Kecamatan Karanganyar, Jawa Tengah.
[10] Darmawan, A., Baidillah, I. B., & Zahra, Y. F. A. 2018. Bentuk Ketersedian Ojek Konvensional Sebagai Transportasi Umum Informal Sekitar Kawasan Wisata-Bioregionalisme TawangmanguKabupaten Karanganyar. Proceeding Of The Urecol, 303-315.
[11] Eddyono, F. 2021. Pengelolaan Destinasi Pariwisata. uwais inspirasi indonesia.
[12] Uwais Inspirasi Indonesia: Ponorogo.
[13] Fadli, Muhammad Rizal. 2021. Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif.
[14] Humanika, 21(1) : 33-54.
[15] Haqqi, H., & Wijayati, H. 2019. Revolusi Industri 4.0 Di Tengah Society 5.0: Sebuah Integrasi Ruang, Terobosan Teknologi, Dan Transformasi Kehidupan Di Era Disruptif. Anak Hebat Indonesia.
[16] Hartson R, Pyla P. 2012. The Ux Book. Process And Guidelines For Ensuring A Quality User Experience. Waltham (Usa): Elsevier Inc.
[17] Kurniawan, A. R. 2020. Tantangan Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Pada Era Digital Di Indonesia (Studi Kasus Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Di Pangalengan). Tornare: Journal Of Sustainable And Research, 2(2), 10.
[18] Moto, M.M. 2019. Pengaruh Penggunaan Media Pembelajaran dalam Dunia Pendidikan. Indonesian Journal of Primary Education, 3(1) : 20-28.
[19] Mumu, N. E., Rotinsulu, T. O., & Engka, D. S. 2021. Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Dan Penyerapan Tenaga Kerja Di Provinsi Sulawesi Utara. Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah, 21(2), 1-16.
[20] Muslim.2016. Varian-varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian dalam Ilmu Komunikasi. Wahana, 1(10) : 77 – 85.
[21] Nurfiana, E. 2013. Analisis Dampak Ekonomi dan Lingkungan Kegiatan Wisata di Taman Wisata Alam Grojogan Sewu, Kabupaten Karanganyar, Provinsi Jawa Tengah Terhadap Masyarakat Sekitar.
[22] Ohridska-Olson, R. 2009. “Country BrandIng From A Global Cultural Tourism Perspective”. Rossitza Ohridska-OlSon. Diakses Pada 15 Januari 2020. Dapat Diakses Di Https://CulturalRealms.Com.
[23] Purnomo, R. A. 2016. Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia. Ziyad Visi Media.
[24] Putra, D. A. 2018. Pengembangan Kawasan Wisata Telaga Sarangan Berbasis Potensi Lokal Oleh Dinas Pariwisata, Budaya, Pemuda Dan Olah Raga Kabupaten Magetan Tahun 2016 (Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya).

[25] Rahmatih, A. N., Maulyda, M. A., & Syazali, M. 2020. Refleksi Nilai Kearifan Lokal (Local Wisdom) Dalam Pembelajaran Sains Sekolah Dasar: Literature Review. Jurnal Pijar Mipa, 15(2), 151-156.

[26] Rahu, P. D. 2021. Kolaborasi Model Pentahelix Dalam Pengembangan Desa Wisata Sei Gohong Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya. Journal Ilmu Sosial, Politik Dan Pemerintahan, 10(1), 13-24.

[27] Richards, G. And Wilson, J. 2007. Tourism, Creativity And Development. New York: Routledge.

[28] Ridwansyah, N. 2018. Desain Interaksi Aplikasi Go Tawangmangu (Gotw) Untuk Perkiraan Kunjungan Wisatawan Dengan Metode Hartson-Pyla.

[29] Sabon, V. L., Perdana, M. T. P., Koropit, P. C. S., & Pierre, W. C. D. 2018. Strategi Peningkatan Kinerja Sektor Pariwisata Indonesia Pada Asean Economic Community. Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 8(2), 163-176.

[30] Setyanugraha, R. S., Fitriana, A., & Hasibuan, R. R. 2021. Festival Wisata Online Sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran Dan Peningkatan Kinerja Keuangan Umkm Di Masa Pandemi Covid-19. Aguna: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2(2), 54-62.

[31] Sudiana, I. K. 2019. Dampak Olahraga Wisata Bagi Masyarakat. Jurnal Ika, 16(1), 55-66.

[32] Yunas, N. S. 2019. Implementasi Konsep Penta Helix Dalam Pengembangan Potensi Desa Melalui Model Lumbung Ekonomi Desa Di Provinsi Jawa Timur. Matra Pembaruan: Jurnal Inovasi Kebijakan, 3(1), 37-46.