

Transformasi Digital Dalam Pelayanan Publik Sektor Pariwisata: Studi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi

Isnani Wildana^{1*}, Wheny Khristianto², Suji³

^{1,2} Prodi Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember

³ Prodi Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember

Corresponding Author's e-mail : isnainiwildana35@gmail.com, wheny.fisip@unej.ac.id,
suji42@gmail.com



e-ISSN: 2964-0962

SEIKAT: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hukum

<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/seikat>

Vol. 5, No. 3, Juni 2026

Page: 219-228

Available at:

<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/seikat/article/view/2367>

DOI:

<https://doi.org/10.55681/seikat.v5i3.2367>

Article History:

Received: 05-04-2026

Revised: 10-05-2026

Accepted: 20-06-2026

Abstract : This study aims to analyze the implementation of digitalization in tourism services at the Banyuwangi Regency Culture and Tourism Office and evaluate its effectiveness in improving the quality of public services. The research method used is a qualitative approach with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. Data analysis was conducted descriptively with reference to the information system quality model which includes system quality, information quality, and operational quality. The results show that digitalization has been implemented in various aspects of tourism services, including digital information and promotion systems, the implementation of E-Ticketing, the development of location-based mobile applications, and the digitization of destination administration and management. This implementation has had a positive impact in increasing service efficiency, ease of access to information, and transparency of management. However, the effectiveness of digitalization implementation still faces several obstacles, such as limited digital infrastructure, low digital literacy of civil servants, lack of integration between platforms, and less than optimal personalization of data-based services. The main supporting factors in the implementation of digitalization include the commitment of local governments, support from central government policies, participation of the younger generation, and opportunities for collaboration with the private sector. Meanwhile, inhibiting factors include limited resources, resistance to organizational change, and technical constraints in digital systems. This study concludes that digitalization plays a strategic role in improving the quality of tourism services and supporting destination management based on the Smart Tourism Destination concept. Therefore, infrastructure strengthening, human resource capacity building, and sustainable digital system integration are necessary.

Keywords: Tourism Digitalization, Public Services, E-Ticketing, Banyuwangi

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan digitalisasi dalam pelayanan kepariwisataan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, serta mengevaluasi efektivitasnya dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan mengacu pada model kualitas sistem informasi yang meliputi *system quality*, *information quality*, dan *operational quality*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi telah diterapkan dalam berbagai aspek pelayanan kepariwisataan, meliputi sistem informasi dan promosi digital, penerapan E-Ticketing, pengembangan aplikasi mobile berbasis lokasi, serta digitalisasi administrasi dan manajemen destinasi. Penerapan ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan efisiensi layanan, kemudahan akses informasi, serta transparansi pengelolaan. Namun demikian, efektivitas implementasi digitalisasi masih menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan infrastruktur digital, rendahnya literasi digital aparatur, kurangnya integrasi antar-platform, serta belum optimalnya personalisasi layanan berbasis data. Faktor pendukung utama dalam penerapan digitalisasi meliputi komitmen pemerintah daerah, dukungan kebijakan pemerintah pusat, partisipasi generasi muda, serta peluang kerja sama dengan pihak swasta. Sementara itu, faktor penghambat mencakup keterbatasan sumber daya, resistensi terhadap perubahan organisasi, dan kendala teknis dalam sistem digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa digitalisasi memiliki peran strategis dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepariwisataan dan mendukung pengelolaan destinasi berbasis konsep *Smart Tourism Destination*. Oleh karena itu, diperlukan penguatan infrastruktur, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta integrasi sistem digital secara berkelanjutan.

Kata Kunci : Digitalisasi Pariwisata, Pelayanan Public, E-Ticketing, Banyuwangi

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi agenda strategis pembangunan nasional di berbagai sektor, termasuk pariwisata. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam pengelolaan destinasi wisata tidak lagi sekadar pilihan, melainkan kebutuhan mendesak untuk meningkatkan daya saing dan kualitas pelayanan publik (Ernawati & Hananto, 2023; Hanum, 2020). Di Indonesia, penetrasi internet yang mencapai lebih dari 77% pada tahun 2024 menciptakan peluang besar bagi pengembangan ekosistem digital di sektor pariwisata (Sugiarti, Rahman, & Rosadi, 2025). Sejalan dengan hal tersebut, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) telah mencanangkan strategi transformasi digital sebagai bagian dari pembangunan destinasi wisata berkelanjutan melalui berbagai inisiatif, seperti pembuatan website destinasi, digital marketing, penggunaan platform pemesanan daring, serta pengembangan aplikasi wisata (Heliawati, 2025).

Perkembangan tersebut juga berdampak pada perubahan perilaku wisatawan dalam mengakses informasi dan menentukan pilihan destinasi. Wisatawan modern cenderung mengandalkan media digital sebagai sumber utama informasi sebelum melakukan perjalanan. Hal ini diperkuat oleh data yang menunjukkan bahwa lebih dari 70% calon wisatawan mencari informasi destinasi melalui internet dan media sosial sebelum memutuskan untuk berkunjung. Dengan demikian, kehadiran destinasi wisata dalam ruang digital menjadi faktor krusial dalam meningkatkan daya tarik serta peluang ekonomi suatu daerah. Destinasi yang tidak mampu beradaptasi dengan perkembangan digital berpotensi kehilangan peluang pasar yang signifikan.

Dalam konteks daerah, Kabupaten Banyuwangi yang dikenal sebagai “The Sunrise of Java” merupakan salah satu destinasi unggulan di Indonesia yang menunjukkan komitmen kuat dalam mengadopsi teknologi digital dalam pengelolaan pariwisata. Pemerintah daerah

melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi secara aktif mengembangkan berbagai inovasi digital guna meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi wisata. Inovasi tersebut meliputi penerapan sistem E-Ticketing wisata, pengembangan aplikasi informasi destinasi, serta strategi branding digital untuk desa wisata (Rudolfus Sawu, 2023; Sitanggang, Siagian, & Pasaribu, 2025). Upaya ini tidak hanya bertujuan untuk mempermudah akses layanan bagi wisatawan, tetapi juga untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan destinasi.

Selain itu, optimalisasi penggunaan media sosial sebagai sarana promosi juga menjadi strategi penting dalam pengembangan pariwisata Banyuwangi. Pemanfaatan platform digital dinilai memiliki peranan yang kuat dalam memperluas jangkauan informasi serta meningkatkan daya tarik destinasi wisata. Dalam era industri 4.0 dan society 5.0, kemampuan melakukan promosi digital menjadi krusial bagi setiap destinasi wisata. Oleh karena itu, pendekatan konvensional dalam promosi tidak lagi memadai dan perlu dikombinasikan dengan inovasi berbasis teknologi digital.

Lebih lanjut, Pemerintah Kabupaten Banyuwangi juga mengembangkan berbagai kegiatan pariwisata yang terintegrasi dengan strategi digital. Salah satu upaya yang dilakukan adalah penyelenggaraan Banyuwangi Festival (B-Fest) yang mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Kegiatan ini dirancang tidak hanya sebagai atraksi wisata, tetapi juga sebagai media promosi yang efektif dalam membangun citra destinasi. Dalam pelaksanaannya, kegiatan tersebut harus memenuhi standar festival serta pengelolaan destinasi yang berorientasi pada aspek kesehatan, keselamatan, dan kenyamanan wisatawan.

Penerapan standar CHSE (Cleanliness, Health, Safety, and Environmental Sustainability) juga menjadi bagian penting dalam pengembangan pelayanan kepariwisataan di Banyuwangi. Standar ini diterapkan pada berbagai sektor pendukung, seperti destinasi wisata, hotel, restoran, dan usaha kuliner, guna memastikan kenyamanan dan keamanan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya berfokus pada aspek promosi, tetapi juga terintegrasi dengan peningkatan kualitas layanan secara menyeluruh.

Sebagai bagian dari strategi transformasi digital, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi juga mengembangkan pendekatan inovatif dalam pemasaran pariwisata melalui konsep Anti Mainstream Tourism Marketing (AMTOMA). Pendekatan ini menekankan kreativitas, diferensiasi, serta pemanfaatan teknologi digital dalam membangun citra destinasi yang unik dan kompetitif. Konsep ini mencerminkan adanya pergeseran paradigma dalam pengelolaan pariwisata dari pendekatan konvensional menuju pendekatan yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Namun demikian, implementasi digitalisasi dalam pelayanan kepariwisataan tidak terlepas dari berbagai tantangan. Keterbatasan infrastruktur digital, rendahnya literasi digital aparatur, serta kurangnya integrasi antar-platform masih menjadi kendala utama dalam optimalisasi layanan (Sugiarti, Rahman, & Rosadi, 2025; Herdiana, 2024). Selain itu, desa wisata sebagai bagian penting dari ekosistem pariwisata juga menghadapi tantangan dalam hal kapasitas branding digital yang belum memadai. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi digitalisasi dengan kemampuan implementasi di lapangan.

Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa meskipun berbagai inisiatif digital tourism telah diimplementasikan, efektivitasnya masih menghadapi hambatan, terutama

terkait dengan keterbatasan kompetensi sumber daya manusia serta belum optimalnya integrasi sistem digital dengan layanan yang tersedia (Sitanggang, Siagian, & Pasaribu, 2025). Hal ini mengindikasikan bahwa keberhasilan digitalisasi tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh kesiapan organisasi dan sumber daya manusia dalam mengelolanya.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa digitalisasi dalam pengembangan pelayanan kepariwisataan merupakan proses yang kompleks dan multidimensional. Digitalisasi tidak hanya mencakup aspek teknologi, tetapi juga melibatkan perubahan dalam sistem pelayanan, kapasitas kelembagaan, serta pola interaksi antara pemerintah dan masyarakat. Dalam konteks Kabupaten Banyuwangi, transformasi digital menjadi strategi penting dalam memperkuat daya saing destinasi sekaligus meningkatkan kualitas pelayanan publik di sektor pariwisata.

Oleh karena itu, diperlukan kajian mendalam mengenai penerapan digitalisasi dalam pengembangan pelayanan kepariwisataan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi. Kajian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk pemanfaatan teknologi digital, menilai efektivitas strategi yang telah diterapkan, serta mengkaji berbagai tantangan yang dihadapi dalam implementasinya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian pariwisata berbasis digital serta menjadi dasar dalam merumuskan rekomendasi strategis untuk optimalisasi pelayanan kepariwisataan di masa yang akan datang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena penerapan digitalisasi dalam pengembangan pelayanan kepariwisataan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali makna, proses, serta dinamika yang terjadi dalam implementasi kebijakan dan inovasi digital di sektor pariwisata (Creswell, 2016). Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dengan teknik penentuan informan menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang memiliki pengetahuan dan keterlibatan langsung dalam proses digitalisasi pelayanan (Moleong, 2018). Informan penelitian meliputi aparatur dinas, pengelola destinasi wisata, serta pihak terkait lainnya. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi guna memperoleh data yang komprehensif dan kontekstual (Sugiyono, 2019).

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara sistematis (Miles & Huberman, 2014). Peneliti berperan sebagai instrumen utama (human instrument) yang secara langsung terlibat dalam proses pengumpulan dan analisis data, sehingga dituntut memiliki kemampuan interpretatif yang baik (Lincoln & Guba, 1985). Untuk menjamin keabsahan data, digunakan teknik triangulasi sumber dan metode, serta dilakukan member check guna memastikan validitas informasi yang diperoleh dari informan (Moleong, 2018). Dengan pendekatan dan teknik tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan gambaran yang akurat dan mendalam mengenai

implementasi digitalisasi dalam pelayanan kepariwisataan serta berbagai faktor yang memengaruhinya.

PEMBAHASAN

Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi

Kabupaten Banyuwangi merupakan wilayah paling timur di Pulau Jawa yang memiliki potensi pariwisata yang sangat beragam, mencakup wisata alam, budaya, kuliner, dan agrowisata. Destinasi unggulan seperti Kawah Ijen, Pantai Pulau Merah, dan Taman Nasional Meru Betiri menjadi daya tarik utama, sementara kesenian tradisional seperti Gandrung, Barong, dan Seblang memperkaya identitas budaya daerah. Dalam konteks ini, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi berperan sebagai institusi strategis dalam mengelola, mengembangkan, dan mempromosikan sektor pariwisata secara berkelanjutan.

Dalam beberapa tahun terakhir, Pemerintah Kabupaten Banyuwangi menunjukkan komitmen kuat terhadap transformasi digital dalam sektor pariwisata. Berbagai inovasi berbasis teknologi telah dikembangkan, seperti sistem E-Ticketing Wisata, aplikasi informasi destinasi, serta platform digital marketing yang bertujuan untuk memperkuat daya saing pariwisata daerah. Transformasi ini mencerminkan upaya pemerintah dalam mewujudkan destinasi wisata berbasis digital yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan wisatawan modern (Sawu, 2023; Sitanggang, Siagian, & Pasaribu, 2025).

Bentuk Penerapan Digitalisasi dalam Pelayanan Kepariwisataan

Sistem Informasi dan Promosi Digital

Penerapan digitalisasi dalam aspek informasi dan promosi pariwisata di Banyuwangi diwujudkan melalui pengembangan berbagai platform digital yang terintegrasi. Website resmi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata berfungsi sebagai portal utama yang menyediakan informasi lengkap mengenai destinasi wisata, event budaya, paket perjalanan, serta fasilitas umum yang dapat diakses oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Keberadaan website ini menjadi fondasi utama dalam penyebaran informasi yang cepat dan akurat.

Selain itu, pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan TikTok menjadi strategi penting dalam digital marketing pariwisata. Konten visual berupa foto, video, dan virtual tour diproduksi secara konsisten untuk menarik minat wisatawan. Penelitian menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan domestik cenderung menentukan pilihan destinasi berdasarkan konten visual yang mereka temukan di media sosial, sehingga strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan kunjungan wisata (Sitanggang et al., 2025). Di samping itu, kerja sama dengan influencer dan content creator juga dilakukan untuk memperkuat branding destinasi secara digital, sebagaimana telah diterapkan pada destinasi lain yang berhasil mengembangkan pariwisata berbasis digital (Sugiarti, Rahman, & Rosadi, 2025).

Sistem Pemesanan dan E-Ticketing

Digitalisasi juga diterapkan dalam sistem pemesanan tiket melalui pengembangan E-Ticketing Wisata. Sistem ini memberikan kemudahan bagi wisatawan dalam melakukan pembelian tiket secara online tanpa harus mengantre di lokasi. Selain meningkatkan efisiensi

pelayanan, sistem ini juga memungkinkan pengelola destinasi untuk mengatur kapasitas pengunjung secara lebih terkontrol, sehingga mendukung upaya pelestarian lingkungan.

Penerapan E-Ticketing juga berkontribusi terhadap peningkatan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan keuangan destinasi. Dengan sistem digital, seluruh transaksi tercatat secara otomatis dan dapat dipantau secara real-time. Praktik ini sejalan dengan penerapan sistem serupa di Kawah Ijen yang tidak hanya berfungsi sebagai alat manajemen pengunjung, tetapi juga sebagai instrumen pengendalian dampak lingkungan akibat aktivitas pariwisata (Sugiarti et al., 2025).

Aplikasi Mobile dan Layanan Berbasis Lokasi

Pengembangan aplikasi mobile menjadi bagian penting dalam ekosistem wisata digital di Banyuwangi. Aplikasi ini menyediakan berbagai fitur seperti peta digital, informasi real-time, navigasi lokasi, serta ulasan wisatawan yang dapat membantu pengambilan keputusan. Melalui aplikasi tersebut, wisatawan dapat memperoleh pengalaman yang lebih interaktif dan personal, karena sistem mampu memberikan rekomendasi berdasarkan lokasi dan preferensi pengguna.

Keberadaan layanan berbasis lokasi juga memperkuat keterhubungan antara wisatawan dengan destinasi yang dikunjungi. Hal ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan wisatawan, tetapi juga mendorong keterlibatan aktif mereka dalam memberikan feedback yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi oleh pengelola destinasi.

Digitalisasi Administrasi dan Manajemen Destinasi

Digitalisasi tidak hanya diterapkan pada layanan eksternal, tetapi juga pada sistem administrasi internal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Penggunaan sistem informasi manajemen memungkinkan pengelolaan data wisatawan secara lebih terstruktur dan efisien. Selain itu, digitalisasi perizinan usaha pariwisata mempermudah pelaku usaha dalam mengakses layanan pemerintah secara transparan dan cepat.

Sistem monitoring dan evaluasi berbasis data juga diterapkan untuk menilai kinerja destinasi secara objektif. Di sisi lain, platform pengaduan digital memberikan ruang bagi masyarakat dan wisatawan untuk menyampaikan keluhan maupun saran, sehingga mendukung peningkatan kualitas pelayanan secara berkelanjutan.

Efektivitas Penerapan Digitalisasi

Kualitas Sistem (System Quality)

Dari aspek kualitas sistem, penerapan digitalisasi di Banyuwangi menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Infrastruktur teknologi seperti jaringan internet dan sistem berbasis cloud telah tersedia dan mendukung operasional layanan digital. Namun demikian, stabilitas sistem masih menjadi tantangan, terutama pada saat terjadi lonjakan kunjungan wisatawan. Selain itu, aspek keamanan data juga perlu terus ditingkatkan untuk mengantisipasi ancaman siber yang semakin kompleks (DeLone & McLean, 2003).

Kualitas Informasi (Information Quality)

Kualitas informasi yang disediakan melalui platform digital dinilai cukup baik dari segi kelengkapan, akurasi, dan relevansi. Informasi mengenai destinasi, event, dan fasilitas umum disajikan secara terstruktur dan diperbarui secara berkala. Meskipun demikian,

keterbatasan penyediaan informasi dalam bahasa asing masih menjadi kendala bagi wisatawan mancanegara. Selain itu, transparansi informasi terkait tarif dan kebijakan publik juga perlu ditingkatkan untuk memenuhi prinsip akuntabilitas pelayanan publik (Heliawati, 2025).

Kualitas Operasional (Operational Quality)

Dari sisi operasional, layanan digital menunjukkan tingkat efisiensi dan responsivitas yang cukup baik dalam kondisi normal. Aparatur telah mendapatkan pelatihan dasar dalam pengoperasian sistem digital sehingga mampu memberikan layanan yang memadai kepada pengguna. Namun, pada saat terjadi gangguan teknis atau lonjakan pengguna, responsivitas layanan cenderung menurun. Selain itu, pemanfaatan data untuk personalisasi layanan masih belum optimal dan memerlukan pengembangan lebih lanjut (Parasuraman et al., 2005; Sitanggang et al., 2025).

Faktor Pendukung dan Penghambat Digitalisasi

Keberhasilan digitalisasi di Banyuwangi didukung oleh komitmen kuat pemerintah daerah yang diwujudkan melalui kebijakan strategis dan alokasi anggaran yang memadai. Dukungan dari pemerintah pusat melalui berbagai program digitalisasi pariwisata juga memperkuat implementasi di tingkat daerah (Herdiana, 2024; Ernawati & Hananto, 2023). Selain itu, partisipasi generasi muda dan komunitas lokal menjadi faktor penting dalam pengembangan konten digital serta promosi destinasi secara kreatif (Sugiarti et al., 2025). Peluang kerja sama dengan pihak swasta juga memberikan kontribusi dalam penyediaan infrastruktur dan layanan digital tambahan (Minanda, 2024).

Di sisi lain, terdapat berbagai kendala yang menghambat optimalisasi digitalisasi. Keterbatasan infrastruktur digital di beberapa wilayah masih menjadi tantangan utama, terutama di daerah terpencil. Selain itu, rendahnya literasi digital di kalangan aparatur menyebabkan pemanfaatan teknologi belum optimal. Kurangnya integrasi antar-platform digital juga menimbulkan inefisiensi dalam pelayanan, sementara keterbatasan anggaran dan resistensi terhadap perubahan organisasi menjadi hambatan dalam implementasi transformasi digital secara menyeluruh (Sugiarti et al., 2025; Sitanggang et al., 2025).

Perbandingan dengan Destinasi Lain

Jika dibandingkan dengan destinasi lain seperti Desa Wisata Nglanggeran, keberhasilan digitalisasi tidak hanya ditentukan oleh teknologi, tetapi juga oleh kolaborasi lintas sektor dan pemberdayaan masyarakat. Nglanggeran berhasil mengintegrasikan sistem reservasi online, promosi digital, dan penyediaan infrastruktur pendukung secara terpadu. Banyuwangi telah menunjukkan kemajuan yang signifikan, namun masih perlu meningkatkan integrasi sistem dan kolaborasi antar pemangku kepentingan untuk mencapai hasil yang optimal (Sugiarti et al., 2025).

Implikasi Teoritis

Temuan penelitian ini memperkuat konsep Smart Tourism Destination yang menekankan pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan destinasi wisata secara cerdas dan berkelanjutan. Penggunaan teknologi seperti big data dan Internet of Things memungkinkan peningkatan kualitas layanan serta pengambilan keputusan berbasis data (Buhalis & Amaranggana, 2015; Gretzel et al., 2015). Selain itu, model kualitas sistem

informasi dari DeLone dan McLean serta konsep kualitas layanan dari Parasuraman terbukti relevan dalam menganalisis efektivitas pelayanan digital di sektor pariwisata.

Penelitian ini juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan konsep digital governance dalam konteks pariwisata daerah, yang menekankan pentingnya integrasi antara teknologi, proses, dan kolaborasi antar pemangku kepentingan dalam menciptakan tata kelola yang efektif (Janssen & van der Voort, 2020; Mergel et al., 2019).

Rekomendasi Strategis

Berdasarkan hasil analisis, optimalisasi digitalisasi pariwisata di Banyuwangi memerlukan penguatan infrastruktur digital, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta integrasi sistem dan platform digital secara menyeluruh. Selain itu, kolaborasi lintas sektor perlu diperkuat untuk menciptakan ekosistem pariwisata digital yang berkelanjutan. Penyusunan roadmap digitalisasi yang jelas dan terukur juga menjadi langkah penting dalam memastikan keberlanjutan transformasi digital di sektor pariwisata daerah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai penerapan digitalisasi dalam pelayanan kepariwisataan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, dapat disimpulkan bahwa transformasi digital telah diimplementasikan secara cukup komprehensif dan menunjukkan perkembangan yang signifikan. Digitalisasi diwujudkan melalui berbagai bentuk, seperti sistem informasi dan promosi digital berbasis website dan media sosial, penerapan sistem E-Ticketing, pengembangan aplikasi mobile berbasis lokasi, serta digitalisasi administrasi dan manajemen destinasi. Implementasi ini menunjukkan adanya upaya sistematis dari pemerintah daerah dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik di sektor pariwisata serta memperkuat daya saing destinasi.

Dari aspek efektivitas, penerapan digitalisasi secara umum telah memberikan dampak positif terhadap kualitas pelayanan, terutama dalam meningkatkan efisiensi, aksesibilitas informasi, dan transparansi layanan. Berdasarkan dimensi kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas operasional, dapat disimpulkan bahwa sistem digital yang digunakan telah berjalan dengan baik, meskipun masih terdapat beberapa kendala, seperti stabilitas sistem pada saat lonjakan pengunjung, keterbatasan informasi dalam bahasa asing, serta belum optimalnya personalisasi layanan berbasis data. Hal ini menunjukkan bahwa implementasi digitalisasi masih berada pada tahap pengembangan dan memerlukan penyempurnaan berkelanjutan.

Keberhasilan penerapan digitalisasi di Kabupaten Banyuwangi didukung oleh berbagai faktor, di antaranya komitmen kuat pemerintah daerah, dukungan kebijakan dari pemerintah pusat, partisipasi aktif generasi muda dan komunitas lokal, serta peluang kerja sama dengan pihak swasta. Namun demikian, terdapat pula sejumlah hambatan yang memengaruhi optimalisasi digitalisasi, seperti keterbatasan infrastruktur digital, rendahnya literasi digital aparatur, kurangnya integrasi antar-platform, keterbatasan anggaran, serta resistensi terhadap perubahan organisasi.

Jika dibandingkan dengan destinasi lain yang telah berhasil menerapkan digitalisasi secara optimal, seperti Desa Wisata Nglanggeran, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada kesiapan sumber daya manusia, integrasi sistem, serta kolaborasi lintas sektor yang kuat.

Oleh karena itu, pengembangan digitalisasi pariwisata di Banyuwangi perlu terus diarahkan pada penguatan aspek-aspek tersebut agar dapat mencapai tingkat kematangan digital yang lebih tinggi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa digitalisasi memiliki peran strategis dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepariwisataan dan mendukung pengelolaan destinasi yang lebih efektif dan berkelanjutan. Penerapan konsep Smart Tourism Destination dan digital governance terbukti relevan dalam konteks pengelolaan pariwisata daerah, sehingga dapat menjadi landasan dalam pengembangan kebijakan dan strategi digitalisasi pariwisata di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart Tourism Destinations. *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*, 553–564. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_40
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Ernawati, H., & Hananto, K. (2023). Pariwisata Digital: Perspektif dan Agenda Riset Masa Depan. *Kepariwisataan: Jurnal Ilmiah*, 17(2), 144. <https://doi.org/10.47256/kji.v17i2.215>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart Tourism: Foundations and Developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
- 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 Minanda, 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>
- Janssen, M., & van der Voort, H. (2020). Adaptive and Dynamic Governance through Digital Twins. *Government Information Quarterly*, 37(4), 101489. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2020.101489>
- Mergel, I., Edelmann, N., & Haug, N. (2019). Defining Digital Transformation: Results from Expert Interviews. *Government Information Quarterly*, 36(2), 258–265. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.01.002>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- Nyoman, I., & Sana, L. (2025). Transformasi Manajemen Pariwisata Berbasis Teknologi Digital Menuju Green Tourism yang Tangguh dan Inklusif. *Journal of Mandalika Social Science*. <https://journal.institutemandalika.com/index.php/jomss>

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- 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. *Jurnal Pariwisata PaRAMA: Panorama, Recreation, Accomodation, Merchandise, Accessibility*, 4(2), 112–124.
- Sitanggang, S. A., Siagian, N., & Pasaribu, J. (2025). Pengaruh Strategi Digital Tourism oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik di Waterfront City Pangururan Kabupaten Samosir. *GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan*, 12(1), 257–268.
- Sugiarti, I., Rahman, B., & Rosadi, H. (2025). Pengelolaan Pariwisata Berbasis Digital di Objek Wisata Pantai Minang Rua Kabupaten Lampung Selatan: Studi Kasus Manajemen Destinasi. *TOBA (Journal of Tourism, Hospitality and Destination)*, 4(3), 271–279. <https://doi.org/10.55123/toba.v4i3.6126>
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wang, D., Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2013). Adapting to the Mobile World: A Model of Smartphone Use. *Annals of Tourism Research*, 48, 11–26. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.10.008>