



DAMPAK STRATEGI *DIGITAL MARKETING* PARIWISATA TERHADAP TINGKAT KEMISKINAN DI KABUPATEN PAMEKASAN: *STUDY OF THE PARTICIPATION APPROACH*

Yuliana Masita^{1*}, Alifah Rokhmah Idialis²

^{1,2}Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo
Madura, Jl. Raya Telang, Kec. Kamal, Kab. Bangkalan Jawa Timur 69162 Indonesia

^{1*}yulianamasita44@gmail.com, ²alifah.ridialis@trunojoyo.ac.id

*Corresponding author

Received: Agustus, 2024

Accepted: September, 2024

Published: September, 2024

Abstract

This research aims to analyze the impact of tourism digital marketing strategies on poverty levels in Pamekasan Regency, focusing on the community participatory approach. A qualitative method in the form of a case study was used to understand and analyze in depth the relationship between tourism digital marketing strategies and their impact on poverty levels in the region. Sampling was conducted using purposive sampling technique and data collection process through observation, interview, and documentary study. Data sources in this study include tourism-related stakeholders and the local community. Researchers also applied source triangulation techniques to assess the validity of the data. The results showed that tourism development that applies digital marketing strategies has a positive impact on increasing the number of tourist visits, besides that it can expand employment and increase community income which in turn can have a positive impact on reducing poverty levels. The role of the community in tourism development in Pamekasan Regency is as tourism managers, tourism management, and others. The results of this study are expected to provide insight into the importance of using and utilizing digital technology in tourism development so that it can have a positive impact on the local community.

Keywords: *Tourism, Digital Marketing, Poverty.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak strategi digital marketing pariwisata terhadap tingkat kemiskinan di Kabupaten Pamekasan, dengan fokus pada pendekatan partisipatif masyarakat. Metode kualitatif dengan bentuk studi kasus digunakan untuk memahami dan menganalisis secara mendalam hubungan antara strategi digital marketing pariwisata dengan dampaknya terhadap tingkat kemiskinan di wilayah tersebut. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling serta proses pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi dokumenter. Sumber data dalam penelitian ini meliputi stakeholders terkait pariwisata dan masyarakat setempat. Peneliti

juga menerapkan teknik triangulasi sumber untuk menilai keabsahan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya dengan pengembangan pariwisata yang menerapkan strategi pemasaran digital berdampak positif terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, selain itu dapat memperluas lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat yang mana dengan adanya peningkatan pendapatan tersebut pada akhirnya dapat berdampak positif terhadap pengurangan tingkat kemiskinan. Adapun peran dari masyarakat dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Pamekasan yaitu sebagai pengelola wisata, manajemen pariwisata, dan lainnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan terkait pentingnya penggunaan dan pemanfaatan technology digital dalam pengembangan pariwisata sehingga dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat setempat.

Kata kunci: *Pariwisata, Digital Marketing, Kemiskinan.*

1. PENDAHULUAN

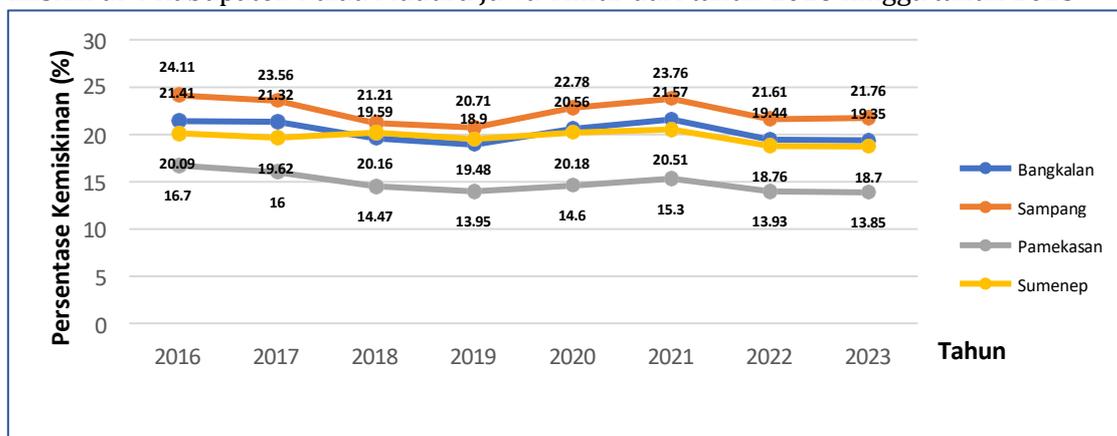
Kemiskinan merupakan masalah krusial baik di negara maju maupun negara berkembang, salah satunya negara Indonesia. Kemiskinan adalah suatu kondisi dimana seseorang tidak memiliki kekuasaan dalam memenuhi kebutuhan dasar, seperti penyediaan makanan, pakaian, dan tempat tinggal (Heriska et al., 2023). Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan kemiskinan yang mengacu pada ketidakmampuan secara finansial untuk memenuhi kebutuhan dasar pangan dan non pangan yang diukur dari sisi pengeluaran (BPS, 2023). Menurut Todaro & Smith (2006: 232), tingkat kemiskinan dalam suatu negara dipengaruhi oleh dua faktor utama, yakni tingkat rata-rata pendapatan nasional dan tingkat kesenjangan dalam distribusi pendapatan. Penyebab-penyebab kemiskinan inilah yang kemudian menjadi dasar adanya teori lingkaran setan kemiskinan (*vicious circle of poverty*) yang diperkenalkan oleh Ragnar Nurkse pada tahun 1953 dimana menjelaskan bahwa *“poor countries are poor because they are poor”* yang artinya negara miskin karena mereka miskin (Bass, 2011).

Sejalan dengan hal tersebut dalam penelitian Heriska et al., (2023) kemiskinan disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk aspek lingkungan, aspek sosial, dan ekonomi. Aspek-aspek tersebut pada dasarnya memiliki keterkaitan satu dengan lainnya. Dalam (Prayoga et al., 2021) menyebutkan bahwa beberapa hal yang berkontribusi terhadap kemiskinan adalah kualitas hidup yang rendah, pendapatan minimum yang tidak mencukupi, dan peningkatan pengangguran setiap tahunnya karena tidak adanya prospek pekerjaan baru. Zainal et al., (2012) menyatakan bahwa kemiskinan merupakan masalah global yang bersifat kompleks dan multidimensi. Oleh karena itu, pengentasan kemiskinan merupakan suatu hal yang penting dan harus diberikan perhatian khusus, sebab kemiskinan berdampak pada turunnya kualitas hidup masyarakat, rendahnya produktivitas sumber daya manusia (SDM), dan menurunnya mutu atau kualitas generasi yang akan datang. Pengentasan kemiskinan merupakan inti dari permasalahan pembangunan dan tujuan utama dari kebijakan pembangunan (Adelia & Azhar, 2023).

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Timur pada maret 2023 Jawa Timur merupakan provinsi yang memiliki angka kemiskinan paling tinggi yakni sebesar 4,18 juta dari penduduknya atau sama dengan 10,35%. Selaras dengan hal tersebut, Pulau Madura yang mana merupakan bagian dari Provinsi Jawa Timur menurut BPS 2023 tercatat

bahwa tingkat kemiskinaannya-pun masih tergolong tinggi. Pulau Madura memiliki 4 Kabupaten dengan masing-masing tingkat kemiskinan yakni Kabupaten Bangkalan sebesar 19,35% , Kabupaten Sampang sebesar 21,76%, Kabupaten Pamekasan sebesar 13,85%, dan Kabupaten Sumenep sebesar 18,76%.

Dalam penelitian ini peneliti melihat Kabupaten Pamekasan sebagai objek penelitian dimana Kabupaten Pamekasan merupakan Kabupaten yang berada di tengah pulau Madura, Provinsi Jawa Timur yang mana sebelah utara berbatasan dengan laut Jawa, Sebelah selatan berbatasan dengan Selat Madura, Kabupaten Sumenep di sebelah timur, dan Kabupaten Sampang di sebelah barat. Kabupaten Pamekasan ini memiliki angka kemiskinan paling rendah diantara 3 Kabupaten lainnya di Madura yakni sebesar 13,85%. Meskipun demikian, masalah kemiskinan ini masih menjadi salah satu isu strategis yang perlu diperhatikan oleh pemerintah. Pada grafik 1 dibawah ini merupakan perkembangan persentase penduduk miskin di 4 Kabupaten Pulau Madura Jawa Timur dari tahun 2016 hingga tahun 2023.



Gambar 1. Persentase Penduduk Miskin di Empat Kabupaten di Pulau Madura, Jawa Timur Tahun 2016 -2023 [Sumber: BPS Jawa Timur, 2023]

Berdasarkan Gambar 1 diatas, dapat terlihat bahwa persentase penduduk miskin di Kabupaten Pamekasan mengalami fluktuasi tiap tahunnya. Dimana secara umum tingkat kemiskinan di Kabupaten Pamekasan cenderung mengalami penurunan dari tahun 2016 hingga tahun 2023. Persentase penduduk miskin mengalami peningkatan pada tahun 2021 sebesar 15,3 persen. Angka ini menjadi angka kemiskinan tertinggi sejak tahun 2017 yang disebabkan oleh adanya pandemi Covid-19, yang berimbas pada perekonomian masyarakat. Salah satu penyebab kemiskinan di kabupaten pamekasan yaitu kurangnya akses ketersediaan lapangan kerja dimana pada september tahun 2022 jumlah pengangguran di Kabupaten Pamekasan sebesar 7.253 jiwa dari total angkatan kerja (Badan Pusat Statistik, 2023).

Selanjutnya salah satu alat yang dapat mengurangi tingkat Kemiskinan yakni dengan mengembangkan sektor pariwisata yang dimana dapat memperluas lapangan pekerjaan dan dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat itu sendiri. Folarin & Adeniya (2020) menyatakan bahwa pengembangan pariwisata dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, diantaranya penerimaan devisa, peningkatan infrastruktur fisik dan sumber daya manusia, dan invasi lapangan kerja, yang berakhir pada peningkatan pendapatan. Sejalan dengan hal tersebut dalam penelitian Deladem (2021) menyatakan bahwa secara ekonomi, pengembangan pariwisata dapat meningkatkan kesempatan kerja, peningkatan pendapatan, dan pertumbuhan bisnis lokal, sehingga berkontribusi terhadap pertumbuhan

ekonomi suatu wilayah secara keseluruhan. Hal ini juga dapat merangsang investasi di bidang infrastruktur dan jasa, yang selanjutnya meningkatkan pembangunan ekonomi.

Sebagai sebuah sektor yang dapat memberikan sumber pendapatan, pariwisata saat ini dianggap sebagai industri yang menjanjikan karena menawarkan peluang bisnis yang luas. Tidak hanya dapat dijadikan sebagai peluang bisnis yang dapat berdiri sendiri, pariwisata juga memiliki *multiplier effect* dan memberikan dampak yang cukup besar bagi sektor-sektor lainnya. Dalam penelitian Pantiyasa (2018) menyebutkan bahwa sektor lain yang terkena dampak *multiplier effect* dari pariwisata antara lain penyedia jasa transportasi, penginapan, akomodasi, makanan dan minuman, serta produk lokal. Tao (2020) menambahkan pengembangan pariwisata mempengaruhi berbagai aspek kehidupan: sektor ekonomi, sektor ilmu pengetahuan dan teknologi, dan sektor kependudukan. Pariwisata mempunyai dampak ekonomi, lingkungan dan sosial yang besar. Perekonomian tumbuh melalui investasi dan lapangan kerja. Dalam lingkungan, praktik berkelanjutan penting untuk mencegah degradasi. Di tingkat sosial, pariwisata mendukung pertukaran budaya dan kesejahteraan masyarakat serta memperkuat ikatan sosial (Yang, 2020).

Dengan demikian, pada akhirnya pariwisata berpotensi dalam upaya pengurangan kemiskinan. Scheyvens & Hughes (2019) menyebutkan dengan menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan mendukung bisnis lokal, pariwisata berpotensi mengurangi kemiskinan. Kerja sama yang efektif dengan organisasi lokal dapat menyediakan sumber daya yang penting bagi masyarakat, mendukung pengembangan masyarakat, dan meningkatkan ketahanan masyarakat terhadap perubahan lingkungan atau ekonomi. UNWTO (2023) menyebutkan bahwa Pariwisata berperan sebagai kunci dalam mengurangi kemiskinan di suatu negara melalui penciptaan lapangan kerja dan dukungan terhadap usaha kecil, terutama di negara berkembang. Pendapatan pariwisata menjadi sumber utama devisa bagi banyak negara tersebut, menopang jutaan pekerjaan dan usaha kecil. Sektor pariwisata juga menjadi tulang punggung ekonomi, dengan output mencapai USD 3,5 triliun pada 2019, setara dengan 4% dari PDB dunia. Sekitar 80% bisnis pariwisata adalah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang memberikan peluang bagi perempuan dan generasi muda bekerja. Pertumbuhan pariwisata juga mendorong pembangunan infrastruktur seperti jalan, bandara, dan hotel, menciptakan lapangan kerja tambahan dan merangsang pertumbuhan ekonomi lokal

Pengembangan pariwisata dapat dilakukan salah satunya dengan pemanfaatan *Digital Marketing* dengan akses internet. Smith & Chaffey (2008) mengartikan bahwa digital marketing merupakan sebuah alat elektronik dalam kegiatan pemasaran dengan tujuan menambah pandangan konsumen serta menyelaraskan dengan kebutuhan mereka. Dimana pemanfaatan internet dan teknologi digital berkaitan dengan metode komunikasi konvensional dalam upaya mencapai tujuan pemasaran (Chaffey, 2016). Hal ini dapat menjadi pendorong atau memaksimalkan sektor pariwisata. Dengan menggunakan media Digital sebagai media promosi dapat memberikan dampak meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke destinasi wisata. Selanjutnya, ketika jumlah kunjungan wisatawan meningkat maka secara bersamaan hal ini dapat memberikan sumber pendapatan baik bagi pengelola wisata atau *Stakeholders* yang terlibat, selain itu dapat mendorong perkembangan UMKM dan industri jasa ditengah masyarakat (Oktaviana, 2022). Dalam penelitian Myat et al., (2023) menyebutkan bahwa internet telah menjadi pendorong utama pertumbuhan sektor pariwisata di banyak Negara. Gustiarini & Pandin (2021)

menyebutkan bahwa perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi melalui Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, dan WhatsApp telah memberikan peluang besar untuk mempromosikan destinasi wisata. Dalam penelitian Saputra & Suniantara (2023) menyebutkan pula bahwa penggunaan media digital (*E-Tourism*) sebanyak 81,43% dinilai dapat menjadi alat promosi alternatif yang dapat meningkatkan jumlah wisatawan.

Dengan memanfaatkan media *digital* sebagai *strategi Marketing* dibutuhkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang tinggi dalam pelaksanaannya, oleh karenanya dibutuhkan partisipasi masyarakat masyarakat. Rizkianto (2017) mengatakan bahwa masyarakat lokal berperan sebagai mitra yang berkepentingan serta memiliki kedudukan dan kunci didalam mendorong pengembangan pariwisata dan kesuksesannya. Partisipasi masyarakat didefinisikan oleh Kusmiarto et al., (2018) bahwasanya Partisipasi masyarakat adalah proses interaktif yang melibatkan komunikasi, keterlibatan, konsultasi, penggabungan, dan kerja sama dengan masyarakat sebagai mitra yang memberi persetujuan dan pendapat untuk proses pengambilan keputusan. Pembangunan pariwisata yang melibatkan masyarakat setempat secara aktif dan secara signifikan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat tersebut (Pantiyasa, 2018).

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disebutkan, peneliti tertarik untuk menganalisis dampak dari adanya strategi *Digital Marketing* pariwisata terhadap tingkat Kemiskinan di Kabupaten Pamekasan dimana dalam hal ini peneliti melihat Partisipasi Masyarakat lokal di sekitar destinasi wisata. Hal ini juga bertujuan untuk mengetahui peran dari *Stakeholders* yang terkait dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Pamekasan. Dengan demikian adanya perbedaan variabel yang digunakan oleh peneliti yang mana dalam penelitian ini peneliti menggunakan variabel *Digital Marketing* pariwisata sebagai variabel bebas yang kemudian dianalisis dampaknya terhadap tingkat kemiskinan yang merupakan variabel terikat. Hal tersebut dapat menjadi pembeda dari kajian sebelumnya, sehingga penelitian ini penting untuk dilakukan karena temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan terkait pentingnya penggunaan *Technology Digital* dalam pengembangan wisata yang dapat meningkatkan daya tarik wisatawan yang kemudian meningkatkan pendapatan masyarakat sehingga pada akhirnya dapat mengurangi tingkat kemiskinan di suatu wilayah atau daerah khususnya dalam hal ini Kabupaten Pamekasan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan model studi kasus. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian ilmu sosial yang mengumpulkan data berupa kata-kata lisan maupun tulisan, dan peneliti tidak perlu mengkuantifikasikan data yang diperoleh, sehingga tidak perlu melakukan analisis angka. Kemudian studi kasus merupakan bentuk penelitian yang memfokuskan pada investigasi atau analisis terhadap masalah tertentu yang bersifat khusus, baik pada tingkat individu maupun kelompok, bahkan dalam lingkup masyarakat secara umum (Abdussamad, 2021). Metode ini telah disesuaikan dengan penelitian karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami situasi sosial, interaksi personal, dan dinamika kelompok. Sehingga dalam penelitian ini masalah yang akan dianalisis oleh peneliti yakni tingkat kemiskinan di Kabupaten Pamekasan yang kemudian dihubungkan dengan peran dari adanya strategi *digital marketing* pariwisata dan dampaknya terhadap masyarakat sekitar. Sumber data diperoleh melalui observasi terhadap objek penelitian, dilanjutkan wawancara secara mendalam bersama informan yang merupakan pengelola Wisata (BUMDesa), perangkat Desa, Dinas Pariwisata Kabupaten Pamekasan, dan masyarakat yang tinggal di sekitar objek wisata. Selain itu, peneliti melakukan studi dokumenter untuk melengkapi data yang diperoleh di lapangan.

Penelitian ini mengambil sampel di beberapa objek wisata yang ada di Kabupaten Pamekasan khususnya di desa-desa yang mengelola destinasi wisata seperti Desa Padelegan (wisata Pantai The Legend), Desa Tanjung (Wisata Pantai Tanjung), Desa Bunder (Eduwisata Garam), Desa Kertagena Dajah (Wisata Bukit Kehi), dan Desa Gagah (Wisata Gagah Dream Park). Wisata-wisata tersebut merupakan wisata yang pada saat ini dikelola oleh BUMDesa atau masyarakat. Dengan demikian, peneliti ingin menganalisis partisipasi masyarakat Kabupaten Pamekasan dalam pengembangan objek wisata tersebut dan bagaimanakah dampak adanya Strategi Digital Marketing Pariwisata terhadap tingkat Kemiskinan di Kabupaten Pamekasan.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*. Sugiyono (2018) mendefinisikan Teknik *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk tujuan tertentu dengan cara memilih sampel yang memiliki ciri-ciri atau kriteria yang berkaitan dengan fokus penelitian. Peneliti berperan sebagai instrument utama dalam penelitian kualitatif. Selanjutnya, untuk menilai keabsahan data, peneliti juga menggunakan teknik triangulasi sumber yang didasarkan pada hasil wawancara dan observasi dengan informan kunci dan tambahan (Raihan, 2017).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data

Pada tabel 1. dibawah ini dapat diketahui bahwa jumlah informan di dalam penelitian ini adalah 20 informan. Dengan rincian laki-laki 13 orang atau sebesar 65% dan perempuan 7 orang atau sebanyak 35%. Dalam penelitian ini yang menjadi informan terpilih merupakan pengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) wisata, Dinas Pariwisata Kabupaten Pamekasan, perangkat Desa, dan Masyarakat yang tinggal disekitar objek wisata. Selanjutnya dari aspek usia cenderung didominasi oleh informan yang berusia 26-35 tahun atau sebesar 40% dari total narasumber. Sedangkan dari sisi status pernikahan didominasi oleh informan yang telah berstatus menikah yakni berjumlah 14 orang atau 70%. Disisi lain, untuk tingkat pendidikan dapat diketahui bahwa lulusan S1/Sederajat untuk informan mendominasi dengan berada di urutan pertama yang berjumlah 11 orang atau sebesar 55%, kemudian diurutan kedua adalah lulusan SMA/Sederajat sebanyak 7 orang atau 35% dan yang terakhir adalah lulusan SMP/Sederajat dengan jumlah 2 orang atau 10% dari total narasumber.

Tabel 1: Karakteristik Informan
[Sumber: Diolah Peneliti, 2023]

	Frequency	Percent
Jenis Kelamin		
Laki-laki	13	65%
Perempuan	7	35%
Jumlah	20	100%
Usia		
18 - 25 tahun	7	35%
26 - 35 tahun	8	40%
36 -55 tahun	4	20%
> 55 years old	1	5%
Jumlah	20	100%
Status		
Belum Menikah	6	30%
Menikah	14	70%

Jumlah	20	100%
Pendidikan		
Tidak Sekolah	0	0%
SD/Sederajat	0	0%
SMP/Sederajat	2	10%
SMA/Sederajat	7	35%
S1/Sederajat	11	55%
Jumlah	20	100%

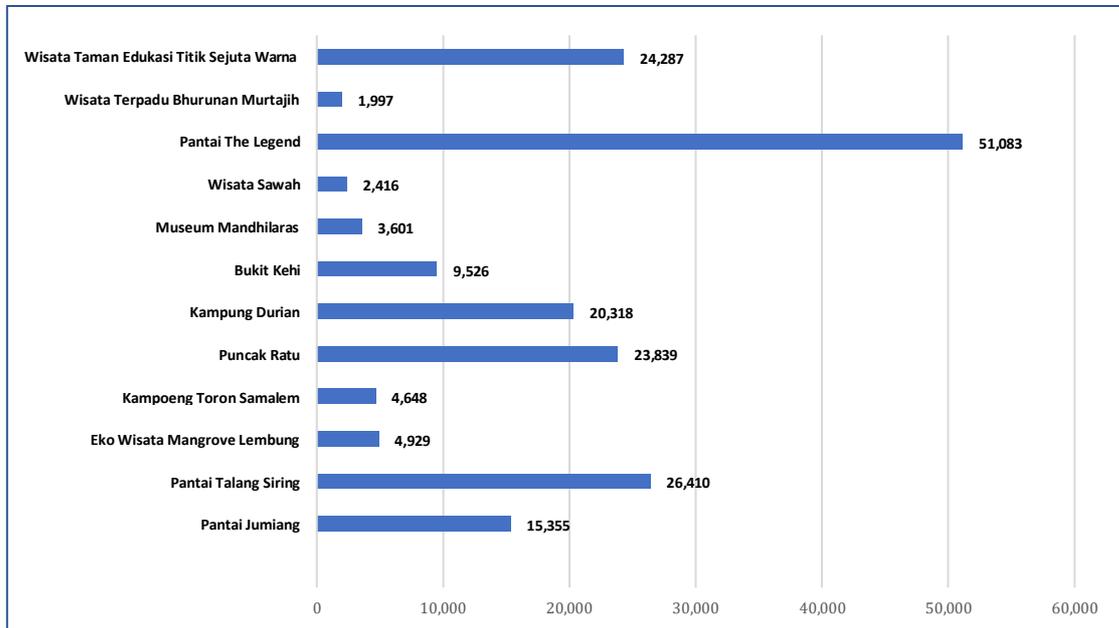


Gambar 2. Peta Wisata Kabupaten Pamekasan

[Sumber: Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Kab. Pamekasan, 2023]

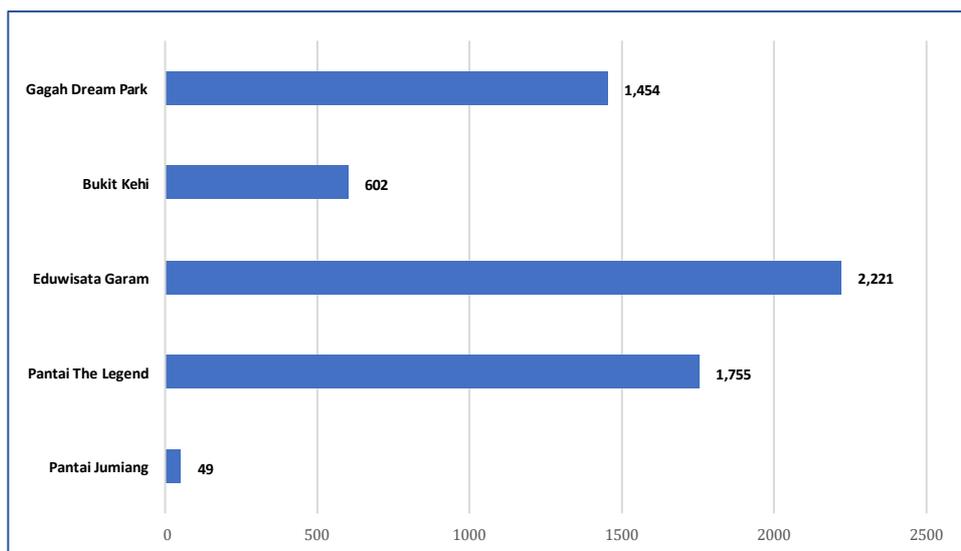
Pada gambar 2 diatas menunjukkan peta wisata kabupaten Pamekasan dimana wisata dibagi menjadi 3 yaitu wisata alam, wisata budaya religi, wisata buatan. Wisata alam diantaranya wisata alam Api Tak Kunjung Padam, wisata alam Pantai Jumiang, wisata alam Pantai Talang Siring, ekowisata mangrove Lembung, pantai Batuy Kerbuy, wisata alam pantai Pandeglen, wisata alam Goa Mas Batu Bintang. Kemudian terdapat wisata budaya dan religi diantaranya Masjid Agung Asy-Syuhada, Monumen Arek Lancor, Museum Mandhilaras, Situs Ronggosukowati, Pesarean Batu Ampar, Pesarean Joko Tarub, Taneyan

Lanjhang, Vihara Avalokitesvara, Pasar 17 Agustus, juga terdapat wisata buatan yaitu Kampong Durian, Puncak Ratu, Kampong Toron Samalem, Bukit Brukoh, Bukit Kehi.



Gambar 3. Jumlah Pengunjung Objek Wisata Menurut Objek Wisata, tahun 2022
[Sumber: Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Kab. Pamekasan]

Pada gambar 3 diatas dapat kita ketahui bahwa pada tahun 2022 wisata Pantai The Legend menempati urutan pertama dengan pengunjung terbanyak sebesar 51.083 wisatawan. Kemudian yang berada di urutan kedua yaitu Pantai Talang Siring dengan jumlah wisatawan sebesar 26.410 pengunjung.



Gambar 4. Jumlah *Followers* Instagram Masing-Masing Objek Wisata.
[Sumber: Observasi Peneliti, 2023]

Pada gambar 4 tersebut dapat diketahui bahwa objek wisata di Kabupaten Pamekasan telah menerapkan strategi digital marketing melalui penggunaan media instagram atau pada saat ini biasa disingkat dengan nama (*IG*). Adapun jumlah pengikut atau *followers* objek wisata yang menjadi sampel dalam penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut; pada urutan pertama diduduki oleh objek Eduwisata Garam dengan jumlah paling banyak yakni 2.221 ribu orang, disusul oleh wisata Pantai The Legend dengan *followers* sebanyak 1.755 ribu orang, kemudian wisata baru Gagah Dream Park dengan jumlah *followers* sebanyak 1.454 ribu orang, kemudian diurutan keempat wisata Bukit Kehi dengan jumlah *followers* 602 ribu orang, dan yang terakhir merupakan objek wisata Pantai Jumiang dengan jumlah *followers* hanya 49 orang saja.



Gambar 5. Perbandingan Pendapatan Masyarakat Sebelum dan Sesudah Adanya Wisata.

[Sumber: Diolah Peneliti, (2023)]

Pada gambar 5 tersebut dapat diketahui bahwasanya berdasarkan hasil wawancara dengan informan dampak adanya pengembangan pariwisata di Kabupaten Pamekasan salah satunya adalah peningkatan pendapatan masyarakat dimana dalam hal ini pendapatan sebelum seseorang tersebut aktif dalam kegiatan pariwisata berada pada rata-rata kisaran Rp.100.000 – Rp.1.500.000-, perbulan kemudian mengalami peningkatan atau berubah menjadi Rp.2.000.000 – Rp.2.500.000-, perbulan. Lebih lengkapnya yaitu sebelum adanya wisata sebesar 50% atau 10 orang informan memiliki pendapatan sebesar Rp.100.000 – 1.500.000 perbulan, kemudian 6% atau 6 informan memiliki pendapatan Rp.1.550.00 – Rp.2.500.000 perbulan, dan 20% atau 4 informan memiliki pendapatan Rp.2.550.00 – Rp. 3.000.000 perbulan. Selanjutnya setelah adanya wisata sebesar 55% atau 11 informan memiliki pendapatan Rp.2.000.000 – Rp.2.500.000 perbulan, 30% atau 6 informan memiliki pendapatan Rp.2.550.000 – Rp.3.500.000 perbulan, dan terakhir sebanyak 22% atau 3 informan memiliki pendapatan sebesar Rp.3.550.000 – Rp.4.000.000 perbulan.

3.2 Pembahasan

Peran Masyarakat, dan Strategi *Digital Marketing* Dalam Peningkatan Kunjungan Wisatawan

Dalam pengembangan sektor pariwisata peran masyarakat sangatlah penting baik dalam pengelolaan wisata, manajemen pariwisata, dan lainnya. Dalam penelitian Paula (2022) menyebutkan bahwa peran masyarakat lokal dalam pengembangan sektor wisata salah satunya adalah dengan memberikan pelayanan maupun jasa yang baik kepada wisatawan. Sehingga akan tercipta *feedback* yang positif antara masyarakat lokal dengan wisatawan dan pada akhirnya dapat memberikan tingkat

kepuasan yang tinggi bagi wisatawan tersebut. Selanjutnya dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa dalam pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Pamekasan masyarakat berperan sebagai *stakeholders* salah satunya dengan aktif menjadi pengelola wisata dibawah koordinasi BUMDesa. Tak hanya itu saja, dalam kegiatan pariwisata masyarakat di Kabupaten Pamekasan juga berperan sebagai penyedia layanan maupun jasa seperti transportasi, homestay, dan konsumsi bagi wisatawan.

Selanjutnya adanya strategi *digital marketing* pariwisata dinilai dapat memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Sejalan dengan hal tersebut dalam penelitian Soave et al., (2021); Darmayanti et al., (2023) menyebutkan bahwa peran *digital marketing* dapat berkontribusi terhadap keberlanjutan desa wisata. Pengembangan pemasaran digital dapat berdampak positif dalam memperkenalkan dan mempromosikan Wisata Desa. Disamping itu, implementasi dari strategi *digital marketing* oleh pengelola wisata dapat menjadi kesempatan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Folarin & Adeniyi (2020) menyebutkan pula bahwasanya pemasaran digital memegang peranan penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan melalui promosi online yang lebih efisien dan efektif.

Kabupaten Pamekasan yang memiliki keindahan alam, dan potensi destinasi wisata baik itu wisata alam, wisata budaya religi, dan wisata buatan pada faktanya dalam pengelolaannya telah menerapkan strategi *digital marketing* melalui penggunaan media sosial seperti Instagram, Tiktok, dan Youtube. Hasil observasi peneliti menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dari adanya strategi *digital marketing* yang diterapkan oleh masing-masing objek wisata dengan peningkatan kunjungan wisatawan pada destinasi wisata tersebut. Dimana dari hasil observasi dan studi dokumenter yang telah dilakukan oleh peneliti pada masing-masing sampel menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan pada objek wisata Pantai The Legend menempati urutan pertama dengan jumlah pengunjung terbanyak yakni 51.083 juta orang pada tahun 2022 yang kemudian jika dihubungkan dengan jumlah pengikut atau *followers* instagram dari objek wisata tersebut menempati urutan kedua setelah Eduwisata Garam dengan rincian Pantai The Legend memiliki jumlah pengikut atau *followers* instagram sebanyak 1.755 ribu orang dan Eduwisata Garam sebanyak 2.221 ribu orang. Akan tetapi, meski objek wisata Eduwisata Garam memiliki jumlah pengikut atau *followers* instagram paling banyak dibandingkan dengan objek wisata lainnya objek wisata ini belum bisa menarik kunjungan wisatawan. Alasannya, yaitu sesuai informasi yang telah diperoleh peneliti dari wawancara bersama informan bahwasanya wisata ini pada masa Covid-19 yakni tahun 2020 terpaksa harus ditutup dan baru diresmikan atau *launching* kembali pada bulan november tahun 2023 kemaren, sehingga objek wisata ini pada tahun 2022 belum memiliki data kunjungan wisatawan sama sekali.

Optimalisasi strategi *digital marketing* disini perlu dilakukan seperti memberikan pelatihan-pelatihan atau pemberdayaan kepada pengelola wisata maupun masyarakat yang dapat dilakukan oleh *stakeholder* terkait salah satunya Dinas Pariwisata. Adapun bentuk pelatihan yang dapat diberikan salah satunya yaitu bagaimana cara pembuatan website dan optimasi mesin pencari atau *Search Engine Optimization (SEO)* yang dimana SEO merupakan bagian penting dari website yang didalamnya dapat diatur terkait konten destinasi wisata sehingga dapat memudahkan pengguna internet yang mencari referensi wisata melalui website internet atau digital. Selain itu bentuk pelatihan lain yang dapat diberikan yaitu bagaimana cara mengoptimalkan penggunaan sosial media yang dapat memunculkan inovasi-inovasi terkait konten pemasaran khususnya di bidang pariwisata. Hal ini bertujuan agar keberlangsungan dan keberlanjutan sebuah wisata dapat terjaga dan terus berkembang.



Gambar 6. Foto Dokumentasi Wawancara
[Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2023]

Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat, serta Dampaknya Terhadap Penurunan Tingkat Kemiskinan

Adanya upaya pengembangan pariwisata di suatu daerah memiliki dampak positif terhadap peningkatan pendapatan masyarakat di wilayah tersebut, dimana selain dari hal itu, terdapat pula adanya perluasan lapangan kerja yang dirasakan oleh masyarakat sebagai akibat adanya pengembangan sektor wisata (Ismiwati et al., 2020). Selanjutnya hasil penelitian yang dilakukan oleh Sulastri (2020) menunjukkan bahwasanya pendapatan dari sektor pariwisata secara signifikan dan berpengaruh positif pada pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

Selanjutnya dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwasanya melalui pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Pamekasan terdapat perubahan penerimaan pendapatan yang diperoleh masyarakat yang mana sebelum adanya sektor pariwisata jumlah pendapatan mereka rata-rata berada pada kisaran Rp.100.000 – Rp.1.500.000-, perbulan kemudian mengalami perubahan menjadi Rp.2.000.000 – Rp.2.500.000-, perbulan. Hal ini menunjukkan bahwasanya sektor pariwisata berpengaruh positif terhadap jumlah penerimaan pendapatan masyarakat. Hal ini juga disebabkan oleh adanya peluang kesempatan kerja yang dirasakan oleh masyarakat melalui pengembangan sektor wisata. Dimana pada mulanya penduduk Kabupaten Pamekasan hanya mengandalkan sektor pertanian dan perikanan saja.

Terbukanya lapangan pekerjaan akibat adanya wisata disuatu daerah berpengaruh positif terhadap pengurangan tingkat pengangguran di suatu daerah (Ababil & Yulistiyono, 2022) ; (Nabil & Wiguna, 2023). Dimana disisi lain juga dapat menjadi pendorong keberhasilan dari tujuan Indeks Pembangunan Manusia (IPM). Adapun dalam penelitian ini

diperoleh hasil dari wawancara yang telah dilakukan bersama informan bahwasanya sebelum adanya wisata masyarakat Kabupaten Pamekasan hanya memiliki mata pencaharian seperti petani, dan nelayan. Kemudian setelah adanya wisata masyarakat dapat memperoleh pendapatan dengan menjadi pengelola wisata, maupun menjadi wirausahawan di sekitar destinasi wisata. Sehingga dapat diketahui adanya wisata ini sangat berdampak pada tingkat pengangguran di Kabupaten Pamekasan, yang mana pada awalnya seseorang tersebut tidak memiliki penghasilan sama sekali kemudian dapat memperoleh pendapatan dari adanya sektor pariwisata dan dapat memenuhi kebutuhan ekonominya.

Dengan adanya peningkatan pendapatan yang dirasakan oleh masyarakat Kabupaten Pamekasan maka secara tidak langsung dapat berdampak pula pada penurunan tingkat kemiskinan di Kabupaten ini. Dimana sesuai dengan teori lingkaran kemiskinan (*vicious circle of poverty*) yang dikemukakan oleh Ragnar Nurkse dalam Kuncoro et al., (2010) yang mengatakan "*a poor country is poor because it is poor*" yang artinya negara miskin karena dia miskin. Adanya keterbelakangan, ketidaksempurnaan pasar, dan kurangnya modal menyebabkan rendahnya produktivitas. Rendahnya produktivitas mengakibatkan rendahnya pendapatan yang diterima. Rendahnya pendapatan ini akan berdampak pada rendahnya tabungan dan investasi. Kemiskinan disebabkan oleh tingkat produktivitas manusia yang rendah, yang muncul karena kurangnya akses atau dukungan keuangan untuk pendidikan. Akibatnya, kesulitan dalam mendapatkan pekerjaan jangka panjang terjadi, menyebabkan dampak negatif pada tingkat kesejahteraan individu dan meningkatnya angka pengangguran serta kemiskinan di negara tersebut. Situasi ini menjadi hambatan serius untuk menyelamatkan kondisi ekonomi negara tersebut (Oktaviana, 2022).

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwasanya adanya pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Pamekasan berakibat atau berdampak positif terhadap perluasan lapangan pekerjaan serta peningkatan pendapatan masyarakat. Disamping itu, juga berdampak pada penurunan tingkat kemiskinan di Kabupaten ini.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Pamekasan peran dari masyarakat sangatlah penting baik dalam pengelolaan wisata, manajemen pariwisata, dan lainnya. Dalam pelaksanaannya, masyarakat di Kabupaten Pamekasan berperan sebagai *stakeholders* dengan aktif menjadi pengelola wisata dibawah koordinasi BUMDesa, kemudian juga berperan sebagai penyedia layanan maupun jasa seperti transportasi, homestay, dan konsumsi bagi wisatawan. Selanjutnya, adanya strategi *digital marketing* pariwisata dapat berkontribusi positif terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Pamekasan. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan studi dokumentasi yang telah dilakukan oleh peneliti diperoleh hasil bahwasanya melalui penerapan strategi *digital marketing* dengan menggunakan media sosial khususnya dalam hal ini media Instagram yang diterapkan oleh masing-masing objek wisata yang mana jumlah pengikut atau *followers* instagram memiliki hubungan positif dengan peningkatan jumlah wisatawan. Kemudian dengan adanya pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Pamekasan berdampak positif terhadap adanya perluasan lapangan kerja dan penurunan tingkat kemiskinan di Kabupaten ini, dimana terjadi peningkatan pendapatan masyarakat sehingga dengan adanya peningkatan pendapatan tersebut maka kualitas hidup atau kesejahteraan masyarakat pula semakin meningkat. Hal ini berarti bahwasanya adanya pengembangan pariwisata dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap manfaat ekonomi dan meningkatkan peluang masyarakat untuk keluar dari lingkaran setan kemiskinan. Implementasi digital marketing memerlukan keterampilan khusus dalam hal

pengelolaan media sosial, konten pemasaran, serta optimisasi mesin pencari (SEO). Jika pengelola wisata atau masyarakat lokal tidak memiliki keterampilan ini, efektivitas strategi digital marketing bisa menurun.

Disarankan kepada *stakeholders* terkait seperti Dinas Pariwisata dapat melakukan optimalisasi penggunaan strategi *digital marketing* pariwisata salah satunya dengan memberikan pelatihan-pelatihan maupun pemberdayaan *technology digital* seperti cara pembuatan website yang menarik pada pengelola wisata atau masyarakat dimana hal ini bertujuan untuk menarik minat kunjungan wisatawan serta agar keberlangsungan dan keberlanjutan sebuah wisata dapat terjaga dan terus berkembang sehingga dapat memberikan dampak yang positif bagi masyarakat dan pemerintah.

PERNYATAAN PENGHARGAAN

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada para informan yang telah bersedia menjadi sumber data dalam penelitian ini. Selanjutnya, peneliti mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing dan menemani peneliti selama proses penyelesaian artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ababil, A. A., & Yulistiyono, H. (2022). Peran BUMDes dalam Mengelola Desa Wisata Bukit Kehi sebagai Pengembangan Ekonomi Masyarakat Desa. *Jurnal Ilmiah Aset*, 24(2), 97–112. <https://doi.org/10.37470/1.24.2.204>
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna (ed.)). CV. Syakir Media Press.
- Adelia, G. F., & Azhar, Z. (2023). Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kemiskinan di Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(3), 83. <https://doi.org/10.24036/jkep.v5i3.15289>
- Anastasia Gustiarini, & Pandin, Y. E. L. (2021). Peran Media Sosial Terhadap Kompetensi Mahasiswa Ekowisata Unipa Menunjang Promosi Pariwisata Rajaampat. *Media Wisata*, 19(2), 235–244. <https://doi.org/10.36276/mws.v19i2.165>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Kabupaten Pamekasan Dalam Angka 2023*.
- Baiq Ismiwati, Himawan Sutanto, S. (2020). Pengembangan Pariwisata Di Desa Timbanuh Kecamatan Pringgasele Kabupaten Lombok Timur Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Masyarakat. *Journal of Economics and Business*, 6(1), 83–101. <https://doi.org/10.29303/ekonobis.v6i1.49>
- Bass, H. H. (2011). Ragnar Nurkse's development theory: Influences and perceptions. *Ragnar Nurkse (1907-2007): Classical Development Economics and Its Relevance for Today*, 1, 183.
- Chaffey, D. (2016). *Digital marketing: strategy, implementation and practice*. Pearson Education Limited.
- Darmayanti, P. W., I Made Darma Oka, & Fransiska Fila Hidayana. (2023). Peran Digital Marketing Dalam Pengembangan Desa Wisata Di Kabupaten Tabanan. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 3(2), 21–29. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v3i2.78>
- Deladem, T. G. (2021). Developing sustainable tourism through public-private partnership to alleviate poverty in Ghana. *Tourist Studies*, 21(2), 317–343. <https://doi.org/10.1177/1468797620955250>
- Folarin, O., & Adeniyi, O. (2020). Does Tourism Reduce Poverty in Sub-Saharan African Countries? *Journal of Travel Research*, 59(1), 140–155. <https://doi.org/10.1177/0047287518821736>
- Heriska, R., Agustian, E., & Mutaqin, Z. (2023). Analisis faktor-faktor penyebab kemiskinan di Desa Suro, Kecamatan Muara Beliti, Kabupaten Musi Rawas. *Region : Jurnal Pembangunan Wilayah Dan Perencanaan Partisipatif*, 18(2), 504.

- <https://doi.org/10.20961/region.v18i2.67115>
- Kuncoro, M., Hayati, Y. S., Rahmat, R., & Hardani, W. (2010). *Masalah, kebijakan, dan politik ekonomika pembangunan*. Erlangga.
- Kusmiarto, Yulfa, A., & Mustofa, C. (2018). Model-Model Pendekatan Partisipatif Dalam Sistem Informasi Geografi Participatory Approach Models in Geographic Information Systems. *Bhumi*, 4(2), 208–223. <http://dx.doi.org/10.31292/jb.v4i2.279>
- Myat, A. A., Sharkasi, N., & Rajasekera, J. (2023). Myanmar's tourism: Sustainability of ICT to support hotel sector for online booking and digital marketing. *Benchmarking*, 30(7), 2486–2508. <https://doi.org/10.1108/BIJ-07-2017-0200>
- Nabil, D. A., & Wiguna, A. B. (2023). Analisis Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Tingkat Pengangguran Terbuka Di Provinsi Diy (Daerah Istimewa Yogyakarta) Tahun 2015-2019. *Journal of Development Economic and Social Studies*, 2(1), 38–46.
- Oktaviana, R. N. (2022). Pengaruh Pariwisata, Proporsi Kredit UMKM, Angka Partisipasi Sekolah, Keuangan Daerah, Infrastruktur dan GDP terhadap Jumlah Kemiskinan di Indonesia periode tahun 2011-2019. *Literatus*, 3(2), 246–253. <https://doi.org/10.37010/lit.v3i2.963>
- Pantiyasa, I. W. (2018). PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT (COMMUNITY BASED TOURISM) DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT (Studi kasus di Desa Bedulu, Blah Batuh, Gianyar). *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 1(2). <https://doi.org/10.22334/jihm.v1i2.68>
- Paula, G. (2022). Dampak Program Ekowisata Berbasis Kearifan Masyarakat Impact of Local Wisdom-Based Eco-Tourism Program on the Increased Community Income. *ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial Dan Budaya*, 11(1), 34–45.
- Prayoga, M. L., Muchtolifah, M., & Sishadiyati, S. (2021). Faktor Kemiskinan Di Kabupaten Sidoarjo. *Jambura Economic Education Journal*, 3(2), 135–142. <https://doi.org/10.37479/jeej.v3i2.11058>
- Raihan. (2017). Metodologi penelitian. *Universitas Islam Jakarta*, 1–186.
- Rizkianto, N. (2017). *Penerapan konsep community based tourism dalam pengelolaan daya tarik wisata berkelanjutan (Studi pada Desa Wisata Bangun, Kecamatan Munjungan, Kabupaten Trenggalek)*. Universitas Brawijaya.
- Saputra, K. S. A., & Suniantara, I. K. P. (2023). Sistem Informasi e-Tourism Ekowisata Hutan Mangrove Se-bagai Media Promosi Pariwisata Bali Berbasis Android. *JTIM : Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 5(3), 171–185. <https://doi.org/10.35746/jtim.v5i3.364>
- Scheyvens, R., & Hughes, E. (2019). Can tourism help to “end poverty in all its forms everywhere”? The challenge of tourism addressing SDG1. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1061–1079. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1551404>
- Smith, P. R., & Chaffey, D. (2008). *eMarketing Excellence*. Routledge.
- Soave, D., Marbun, N., & Simanjuntak, M. (2021). *Pengaruh Digital Marketing terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba Indonesia. 2020*, 130–142.
- Sulastri, S. (2020). Pengaruh Pendapatan Sektor Pariwisata Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dan Pertumbuhan Ekonomi Lampung Timur. *Fidusia : Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 2(2), 13–27. <https://doi.org/10.24127/jf.v2i2.451>
- Tao, Z. (2020). Analysis the difference between supply and demand of tourism development in relocated villages for poverty alleviation Take Deji Tibetan village, Qinghai as an example. In *Proceedings - 2020 2nd International Conference on Economic Management and Model Engineering, ICEMME 2020* (pp. 113–116). <https://doi.org/10.1109/ICEMME51517.2020.00030>
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2006). *PEMBANGUNAN EKONOMI, edisi 9, jilid 1*. Erlangga.
- UNWTO, W. T. O. (2023). *Tourism Highlights 2023 Edition International Tourism*.

<https://doi.org/10.18111/978928442450-4>

Yang, J. (2020). How to Promote Ethnic Village Residents' Behavior Participating in Tourism Poverty Alleviation: A Tourism Empowerment Perspective. *Frontiers in Psychology, 11*.

<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.02064>

Zainal, N. R., Kaur, G., Ahmad, N. 'Aisah, & Khalili, J. M. (2012). Housing Conditions and Quality of Life of the Urban Poor in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 50*(July 2012), 827-838. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.08.085>