

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Banyumas merupakan salah satu daerah di provinsi Jawa Tengah yang terkenal dengan wisata alamnya yang menjadi daya Tarik. Hal ini dibuktikan dengan letak Banyumas yang berada dibawah kaki gunung Slamet yang tentu saja menawarkan keindahan alam yang tidak kalah dengan daerah lainnya. Ada beberapa lokasi wisata alam yang sudah menjadi daya Tarik bagi wisatawan luar daerah maupun domestik untuk berkunjung ke Banyumas. Taman wisata Batturaden menjadi salah satu wisata alam yang sudah dikenal oleh berbagai kalangan masyarakat baik local maupun domestik.

Sektor pariwisata menjadi salah satu sektor unggulan bagi pemerintah Banyumas hal ini ditunjukkan pada website Banyumaskab.go.id. Tahun 2019 PAD yang diterima pemerintah Banyumas dari sektor Pariwisata 6,88 % pada tahun 2020 – 2021 PAD yang diterima dari sektor pariwisata mengalami penurunan akibat adanya pandemi Covid 19. Namun pada tahun 2022 PAD mengalami kenaikan sebesar 6,38%. Adanya wabah Covid 19 membuat sektor pariwisata di Banyumas mengalami kerugian karena tidak ada kunjungan wisatawan seperti biasanya. Melalui Peraturan Pemerintah Nomor **21** Tahun 2020 pemerintah melalui Menteri Kesehatan menetapkan Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar atau yang biasa dikenal dengan PSBB. Pembatasan sosial berskala besar atau yang dikenal dengan PSBB merupakan sebuah Langkah bijak yang diambil oleh pemerintah sebagai salah satu upaya untuk memutus rantai penyebaran Covid 19 yang ada di Indonesia (Thorik, 2020).

Adanya kebijakan pembatasan sosial berskala besar ini mengakibatkan sektor pariwisata di Banyumas menjadi berhenti beroperasi sementara. Hal menyebabkan

kerugian baik bagi pemerintah banyumas karena mengalami penurunan kunjungan wisatawan dan juga menurunnya PAD yang diterima oleh pemerintah banyumas. Dengan adanya peraturan PSBB dan juga pandemik covid 19 mengakibatkan banyak tempat wisata menjadi tidak terawat dan gulung tikar karena penurunan pengunjung yang cukup drastis dan dengan adanya pandemik ini mengakibatkan adanya pemutusan hubungan kerja bagi karyawan yang bekerja di tempat wisata (A.A.A Ribeka Martha Purwahita et al., 2021).

Untuk mengatasi kondisi dan situasi ini pemerintah berupaya untuk melakukan pemulihan pemerintah pusat menginstruksikan kepada pemerintah daerah untuk melakukan upaya pemulihan terhadap sektor pariwisata agar tidak terus berlarut larut. Dengan melihat situasi dan kondisi pandemik covid 19 yang sudah tertangani dengan baik melihat data penularan covid 19 yang terjadi di Indonesia sudah terkendali maka pemerintah melakukan Pelonggaran kebijakan PSBB dengan adanya Pelonggaran ini pemerintah berharap terjadi peningkatan jumlah pengunjung yang sebelumnya mengalami penurunan (Kustiani, 2020). pelonggaran PSBB ini tentu saja menjadi sebuah angin segar bagi para pelaku wisata karena sudah sektor pariwisata sudah dibuka Kembali dengan syarat dan ketentuan yang tentu sudah ditetapkan oleh pemerintah. Momen pelonggaran PSBB ini dapat dimanfaatkan oleh pemerintah daerah untuk melakukan berbagai inovasi baru dengan tujuan sebagai sebuah upaya pemulihan sektor pariwisata.

Dengan dilonggarkannya kebijakan PSBB ini tentu saja menjadi salah satu titik balik kebangkitan sektor pariwisata. Seperti halnya yang dilakukan oleh pemerintah kabupaten Banyumas yang sudah mulai melakukan persiapan pemulihan di sektor pariwisata. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah banyumas dalam melakukan pemulihan di sektor pariwisata ini dengan melakukan pengajuan peminjaman dana pemulihan

ekonomi nasional daerah kepada PT Sarana Multi Infrastruktur sebesar Rp 191,2 Milyar yang digunakan untuk melakukan pengembangan dan pembangunan beberapa lokasi wisata baru (Sumarwoto, 2022).

Namun adanya covid 19 membuat jumlah wisatawan yang berkunjung mengalami penurunan yang cukup tajam. Hal ini dirasakan pada setiap objek wisata andalan yang ada di banyumas. mulai dari tahun 2020 wisatawan yang berkunjung sudah mengalami penurunan. Hal ini dibuktikan dengan data kunjungan wisatawan pada tahun 2019 – 2022 yang ada dalam website dari Dinas pemuda olahraga Kebudayaan dan pariwisata kabupaten banyumas.

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan wisatawan Tahun 2019 -2022

Uraian	satuan	Tahun			
		2019	2020	2021	2022
Jumlah Kunjungan wisata	orang	3.580.743	1.866.157	1.466.580	2.656.579
Wisatawan Nusantara	orang	3.580.485	1.866.083	1.466.571	2.656.540
Wisatawan Mancanegara	orang	258	74	9	39

Sumber: dinporabudpar.Banyumas.co.id

Menurut data pada tahun 2020 menjadi tahun pertama turunnya jumlah kunjungan wisatawan yang terjadi pada tahun 2021. Selanjutnya selama tahun 2020 lokawisata batturaden yang menjadi andalan pariwisata banyumas mencatat hanya 200.000 wisatawan

saja yang berkunjung. Selanjutnya pada libur natal dan tahun baru wisatawan yang berkunjung ke lokawisata batturadan tercatat hanya 4.000 wisatawan hal ini disebabkan karena adanya pandemic covid 19 dan juga adanya pembatasan kuota wisatawan yang sudah menjadi ketetapan dan ketentuan pemerintah (Nugroho, 2021).

pemerintah kabupaten banyumas dapat memanfaatkan konsep smart tourism sebagai bagian sebuah upaya untuk melakukan pemulihan dan pengembangan pariwisata yang sudah terkena dampak dari adanya covid 19. Smart tourism merupakan sebuah langkah penggunaan teknologi informasi di bidang pariwisata yang mana tata Kelola pariwisata dilakukan berbasis dengan teknologi (Wi, 2018). Berbekal kemajuan teknologi yang sudah ada saat ini tentu saja akan memudahkan pemerintah kabupaten banyumas dalam hal mempromosikan lokasi wisata yang ada dibanyumas. Penggunaan website dan media social seperti Instagram dan juga youtube tentu sangat membantu sekali dalam rangka pemulihan wisata daerah pasca terjadinya covid 19.

Dalam konsep smart tourism terdapat empat pilar utama agar implementasi smart tourism dapat berjalan dengan optimal. Keempat pilar utama itu antara lain: 1. Penerapan teknologi digital 2. Konsumen 3. bisnis 4. Tujuan pariwisata (Wi, 2018). Dengan mengacu kepada empat faktor tersebut maka penerapan konsep smart tourism dapat berjalan dengan baik. dalam implementasinya konsep smart tourism ini sangat membutuhkan persiapan yang cukup matang dari sisi infrastruktur, pendanaan serta ketersediaan Sumber daya manusia yang berkualitas.

Dalam pelaksanaannya penerapan konsep Digital Marketing di kabupaten banyumas belum sepenuhnya berjalan dengan optimal sebagai bagian dari kebijakan pemulihan pariwisata di banyumas. Upaya yang sudah dilakukan pemerintah kabupaten

banyumas dalam hal pemulihan sektor pariwisata selain menambah beberapa lokasi wisata baru. Pemerintah daerah banyumas melalui Dinas pariwisata membuat satu terobosan inovasi yaitu pembuatan aplikasi “Dolan Banyumas” adanya aplikasi ini dijadikan sebagai sebuah media untuk memasarkan pariwisata yang ada dibanyumas secara luas. Didalam aplikasi Dolan Banyumas ini terdiri dari informasi tentang obyek wisata, penginapan, dan biro wisata.

Namun dibalik kelengkapan fitur yang ada didalam aplikasi ini “Dolan Banyumas” masih banyak wisatawan yang belum mengetahui tentang adanya aplikasi ini. sehingga saat ini aplikasi dolan banyumas masih belum berjalan dengan optimal kurangnya sosialisasi ini juga menjadi penyebab masyarakat kurang tau akan aplikasi ini. hal ini tentu saja akan menjadi sebuah masalah dimana pelaksanaan konsep Digital Marketing di kabupaten banyumas yang masih belum optimal. Dengan alasan ini penelitian dilakukan, dengan melihat belum optimalnya upaya pemulihan pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Banyumas pasca terjadinya covid 19. Maka peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang pelaksanaan Digital Marketing dalam upaya pemulihan pariwisata oleh pemerintah Kabupaten Banyumas, dengan ini maka judul penelitian ini adalah **“E-Government Digital Marketing Sebagai upaya pemulihan pariwisata daerah di kabupaten Banyumas pada tahun 2021-2022”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Digital Marketing dalam upaya pemulihan pariwisata di Kabupaten Banyumas pada tahun 2021-2022 ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan upaya dinas pemuda olahraga kebudayaan dan pariwisata banyumas dalam melakukan pemulihan wisata berbasis pada Digital Marketing Pada Tahun 2021- 2022
2. Untuk mengetahui upaya pemerintah daerah dalam mengoptimalkan pemasaran melalui media sosial Pada Tahun 2021-2022

D. Manfaat penelitian

Penulis berharap penelitian dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca. Berikut adalah beberapa manfaat yang diharapkan dari penulisan ini :

1. Manfaat Teoritis

Temuan dalam penelitian ini dapat menambah pemahaman tentang konsep Digital Marketing itu sendiri yang tentunya diterapkan sebagai salah satu upaya pemulihan pariwisata daerah kabupaten banyumas. adanya wawasan terbaru tentang inovasi lanjutan yang menjadi bagian dari strategi pemerintah Banyumas Guna melakukan upaya pemulihan pariwisata

2. Manfaat Praktis

Temuan dalam penelitian ini bisa menjadi panduan bagi pemerintah Banyumas guna membuat kebijakan pemulihan pariwisata berbasis pada konsep Digital Marketing Dapat membantu pemerintah banyumas dalam Menyusun strategi guna meningkatkan daya Tarik dan pemasaran yang efektif dan efisien guna menarik perhatian wisatawan.

E. Tinjauan Pustaka

Sudah ada beberapa penelitian terdahulu yang melakukan penelitian dengan focus pada upaya pemulihan pariwisata pasca terjadinya covid 19 . Peneliti juga sudah melakukan analisis terhadap hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik tersebut. terdapat sepuluh penelitian terdahulu yang berkaitan :

Penelitian yang pertama yaitu yang ditulis oleh Riza Muhammad fadhil dengan judul penelitian “Strategi recovery Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta Pada Masa New Normal” tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategy recovrey dari dinas pariwisata kota yogyakarta dalam masa new normal. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasi penelitian yang dilakukan dinas pariwisata kota Yogyakarta sudah megupayakan berbagai macam cara seperti halnya mencoba mendatangkan wisatawan agar para pelaku usaha pariwisata di Yogyakarta bisa terus bertahan. Salah satu upaya yang dilakukan ialah dinas pariwisata melakukan Kerjasama dengan para stakeholders terkait sebagai salah satu upaya untuk menekan persebaran covid 19, menyalurkan dana hibah untuk kepentingan pariwisata dan mengadakan event virtual. Kelemahan yang ada dalam penelitian ini adalah dalam hal pengumpulan data yang hanya mewawancarai dari pihak pemerintah saja tidak ada wawancara yang dilakukan dengan para pelaku usaha pariwisata yang terkena langsung dampak dari adanya pandemic covid 19 ini. selanjutnya pembahasan dalam penelitian ini sudah sangat baik.

Penelitian yang kedua yaitu yang ditulis oleh sri utami dengan judul “New Normal policy: Promosi Kebijakan Pariwisata Dalam Rangka Percepatan Penanganan Dampak Covid 19” tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mendeskripsikan

tentang kebijakan pemerintah tentang upaya mitigasi dan pemulihan di sector pariwisata pada masa transisi pasca terjadinya covid 19. Hasil penelitian ini kebijakan pada masa transisi pasca covid 19 diumumkan melalui akun media social official kemenparekraf berupa akun official twitter kemenparekraf dari hasil penelitian yang dilakukan menggunakan Nvivo 12 hanya keluar 3 hastag yang menjelaskan secara langsung tentang kebijakan yang dikeluarkan oleh kemenparekraf. penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan melakukan analisis data yang dibantu menggunakan Nvivo 12 plus. Kelemahn yang ada didalam penelitian ini terdapat rumusan masalah yang ada di bagian metode penelitian yang seharusnya rumusan masalah ini ada pada latar belakang, meski demikian, pembahasan yang diberikan sudah sangat baik.

Penelitian yang ketiga yaitu yang ditulis oleh Dinar Wahyuni dengan judul “Upaya Pemulihan pariwisata Yogyakarta pada Masa Pandemi Covid 19 ” tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh dinas pariwisata Yogyakarta sebagai salah satu upaya untuk pemulihan pariwisata di Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini upaya pemulihan pariwisata di Yogyakarta masih pada fase tanggap darurat karena pandemic covid 19 masih berlangsung. Fase ini dimulai menggunakan cara matching fund dimana pemerintah Yogyakarta memindahkan anggaran ke dalam program mitigasi. Pemerintah daerah Yogyakarta mempunyai tiga strategi yang digunakan dalam rangka untuk pemulihan pariwisata tiga strategi tersebut terdiri dari inovasi, adaptasi dan kolaborasi. Selanjutnya pemerintah jogja sudah berinovasi dengan menciptakan beberapa trobosan

baru seperti visiting jogja dan jogja passs, selanjutnya pemerintah mewujudkan strategi adaptasi menggunakan kampanye protokol Kesehatan, dan yang terakhir pemerintah daerah Yogyakarta melakukan kolaborasi dengan beberapa stakeholders sebagai salah satu upaya untuk melakukan pemulihan dibidang pariwisata. Kelemahan dari penelitian ini adalah ada salah penulisan kata “terpumpun” , penulisan pada bagian abstrak yang terlalu banyak. Meski demikian pembahasan pada penelitian ini sudah sangat baik.

Penelitian yang ke empat yaitu yang ditulis oleh Fachri Ahmad dengan judul “Peran Dinas Pariwisata Kota Gorontalo Dalam Pengembangan Pariwisata Dimasa Pandemi Covid 19” tujuan dari penelitian ini untuk melakukan analisis peran Dinas Pariwisata Kota Gorontalo dalam melakukan pengembangan pariwisata dimasa covid 19. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini disini dinas pariwisata kota gorontalo sudah memiliki peran yang sangat baik dalam melakukan pengembangan pariwisata. hal ini sudah terbukti didalam rencana pengembangan sudah bekerjasama dengan para investor yang memiliki peran sebagai seorang operator, koordinator, fasilitator, dan juga stimulant. Meskipun dalam implementasinya masih terdapat kekurangan yang belum bisa dilaksanakan oleh bagian koordinator dan fasilitator.kelemahan dari penelitian ini adalah terdapat salah penulisan ejaan kata “savety” penulisan yang benar “safety”, meski demikian dari hasil dan pembahasan jurnal ini sudah sangat baik karena disertakan hasil wawancara baik dengan kepala dinas pariwisata , sekretaris dinas pariwisata dan juga warga Gorontalo.

Penelitian yang Ke Lima yaitu yang ditulis oleh Ajie Wicaksono dengan judul “New Normal Pariwisata Yogyakarta” Tujuan dari penelitian ini menjelaskan tentang perubahan pada sector pariwisata di yogyarakarta sebelum, saat dan sesudah pandemic.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Hasil analisis kondisi pariwisata pada saat pandemic maupun sesudah pandemic tetap menerapkan protocol Kesehatan baik pada lokasi wisata, hotel maupun transportasi penduku. Sistem pembayaran beralih menggunakan pembayaran elektronik hal ini dilakukan untuk memutus dan menghindari terjadinya kontak fisik, selanjutnya lokasi wisata dibuka secara bertahap. Kelemahan dalam jurnal ini adalah dalam struktur penulisan abstrak penulis tidak menuliskan tentang metode yang akan dipakai, selanjutnya abstrak hanya menggunakan bahasa inggris saja, meski demikian untuk penjelasan dalam artikel ini sudah cukup baik.

Penelitian yang ke enam yang ditulis oleh Yulia Rimapradesi dengan judul “Strategi Kebijakan Pariwisata Pemerintah D.I. Yogyakarta di Era New Normal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya pemerintah provinsi Yogyakarta dalam melakukan revitalisasi pariwisata menggunakan perspektif digitalisasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berbasis pada data hasil literatur review. Hasil penelitian ini pemerintah provinsi DIY berhasil dalam melakukan inovasi baru yang sangat mudah dipahami oleh masyarakat serta adanya informasi yang terstruktur dan sudah ada nya transaksi yang pasti. Kelemahan dalam penelitian ini agar lebih bagus jika ditambah akan adanya wawancara dari dinas pariwisata maupun masyarakat , meski demikian penelitian memiliki penjelasan yang sudah sangat baik.

Penelitian yang ke tujuh yang ditulis oleh Astin Arofah dengan judul “Analisis Penggunaan Digital Marketing Sebagai Upaya Pemulihan Pariwisata Di Era New Normal (Studi Kasus Pada Taman Kyai Langgeng Magelang). Tujuan dari penelitian

ini untuk mengetahui bagaimana penerapan digital marketing di taman kyai Langgeng dan untuk mengetahui efektivitas penerapan digital marketing ini di era new normal, selanjutnya Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan model AISAS. hasil penelitian penerapan digital marketing di taman kyai langgeng saat ini kurang maksimal, akibat kurang maksimalnya digital marketing ini menyebabkan pada wisatawan yang kurang berminat untuk berkunjung ke taman kyai langgeng. Kelemahan dalam penelitian ini warna huruf yang kurang pas seharusnya warna tulisan menggunakan warna hitam sehingga memudahkan bagi pembaca dalam memahami isi penelitian ini, selanjutnya kurangnya huruf pada penulisan kata daerahnya seharusnya daerahnya. Selanjutnya untuk penjelasan penelitian ini sudah sangat baik.

Penelitian yang ke delapan ditulis oleh Nur Inna Alfiyah dengan judul “Pemanfaatan Platform Digital Dalam Promosi Pariwisata Di Kabupaten Sumenep” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektifitas penggunaan platform digital untuk melakukan promosi, Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Eksplanatif. Hasil pembahasan dengan adanya aplikasi Hi Sumenep ini sangat memberikan kemudahan baik bagi pemerintah dengan tujuan untuk memperkenalkan potensi wisata yang dimiliki serta bagi masyarakat adanya aplikasi ini dapat mengetahui potensi wisata yang dimiliki oleh Kabupaten sumenep. Kelemahan dari penelitian ini pada bagian abstrak tidak ada hasil pembahasan dan tidak sesuai dengan sistematika penulisan pada umumnya, selanjutnya untuk penjelasan dalam penelitian ini sudah sangat baik.

Penelitian yang ke sembilan ditulis oleh Febryola Indra dengan Judul “Etika Profesi Pariwisata: Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana promosi Pariwisata.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran media social dalam melakukan promosi destinasi wisata , jenis penelitian yang digunakan penelitian ini kualitatif dengan menggunakan sumber data sekunder. hasil pembahasan penggunaan media social menjadi salah satu cara efektif dalam melakukan promosi destinasi pariwisata, jangkauan media social yang luas sehingga dapat menjangkau wisatawan yang berasal dari luar daerah dan sebaliknya masyarakat dapat mengetahui informasi tentang destinasi wisata tersebut. kelemahan pada penelitian ini adalah pada bagian abstrak hanya dituliskan dalam Bahasa Inggris saja dan didalam abstrak tersebut tidak ada penjelasan tentang hasil penelitian, selebihnya kelebihan dari penelitian ini dari segi penjelasan sudah sangat baik.

Penelitian yang ke sepuluh ditulis oleh Desak Putu Henny Puspawati dengan judul “Strategi Promosi Digital untuk Pengembangan Pariwisata Kota Magelang”. Tujuan Dari penelitian ini untuk melakukan identifikasi kendala dalam melakukan promosi serta memberikan alternative promosi dengan memanfaatkan platform digital, selanjutnya Metode yang digunakan adalah kualitatif Deskriptif. hasil penelitian banyaknya destinasi wisata yang tersedia di kota Magelang pemerintah harus melakukan kolaborasi dengan berbagai pihak. dalam melakukan pengelolaan destinasi pariwisata yang tersedia mulai dari penggunaan media sosial sebagai sarana promosi karena media sosial memiliki jangkauan yang luas dan promosi menggunakan media social tidak membutuhkan biaya yang mahal. Kelemahan tidak ada hasil pembahasan pada bagian abstrak , selanjutnya pada untuk penjelasan dalam penelitian ini sudah sangat baik.

Table 1.2 Ringkasan Penelitian Terdahulu

NO	Jenis Pengelompokan	Temuan /Hasil
1	Strategi Pemulihan Pariwisata	Fadhil (2021), Sri Utami, Janianton,dyah(2021),Yulia dan Surwandono (2022), Dinar (2021), Fachri, Arman, Swastiani (2021), Aji (2020) membahas tentang strategi pemulihan pariwisata pasca terjadinya covid 19 strategi pemulihan pada masa transisi setelah terjadinya covid 19.
2	Digital Marketing	Astin dan Andhatu (2022), Putu, I Gusti Ngurah Darma (2021), Febryola, Cheryl, Felicia, Feronia (2023), Nur (2019), Hendi Dan Bachtiar (2022). Membahas tentang penerapan digital Marketing sebagai bagian dari kebijakan pemulihan di sektor pariwisata pasca terjadinya covid 19.

sumber : diolah oleh penulis (2023)

Dari penjelasan penelitian terdahulu dapat dilihat bahwasannya ada perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh penulis perbedaan tersebut terletak pada variable penelitiannya. Dimana penulis ingin mengkaji tentang Smart Branding Tourism Sebagai Upaya Pemulihan Pariwisata Daerah Kabupaten Banyumas Tahun 2021 – 2022. Dimana pada penelitian terdahulu banyak membahas kebijakan pada masa transisi pasca covid 19 yang menjadi awal

mula penggunaan media sosial sebagai bagian dari kebijakan pemulihan. belum ada yang meneliti tentang pelaksanaan penerapan Digital Marketing sebagai bagian dari kebijakan pemulihan.

F. Kerangka Dasar Teori

1. E Government

E Government merupakan penerapan teknologi informasi dan komunikasi didalam instansi pemerintah guna meningkatkan pelayanan public guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pelayanan kepada masyarakat. hal ini sesuai dengan dasar hukum no 3 tahun 2003 yang menjadi dasar dalam penerapan *E Government* di Indonesia. menurut Holmes, 2001:2 didalam penelitian (Bambang Irawan, 2023)

“...is the use of information technology, in particular the internet, to deliver public services in a much more convenient, customer-oriented, cost-effective, and altogether different and better way. It affects an agency’s dealing with citizens, businesses, and other public agencies as well as its internal business processes and employees.” Selanjutnya, masih didalam penelitian yang sama menurut Indrajit, 2004 *“E-Government* adalah penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk mempromosikan pemerintahan yang lebih efisien dan hemat biaya, memfasilitasi layanan pemerintah yang lebih nyaman, memungkinkan akses publik yang lebih besar terhadap informasi, dan membuat pemerintah lebih bertanggung jawab kepada masyarakat” (Bambang Irawan, 2023). Dari Beberapa pengertian Tentang *E Government* dapat ditarik sebuah kesimpulan Bahwasannya *E Government* merupakan sebuah sistem pemerintahan yang sudah berbasis pada

penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dengan berbasis pada penggunaan teknologi maka dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat dan tentunya dapat terwujudnya pemerintah yang terbuka dan bertanggung jawab. Bebas dari adanya tindakan korupsi karena masyarakat dapat memantau langsung melalui website yang berisi tentang kegiatan dan program kerja pemerintah.

- **Indikator E Government**

Hasil kajian Dari riset yang dilakukan oleh Harvard JFK School Of Government (dalam Bambang Irawan, 2023) menyatakan Bahwasannya dalam menerapkan konsep digitalisasi pada sektor public, terdapat 3 indikator penting yang harus dimiliki :

- **Dukungan (Support)**

Komponen pertama dan paling penting yang harus dimiliki oleh pemerintah adalah "keinginan politik" dari para pejabat publik dan politik untuk benar-benar menerapkan gagasan *e-Government*, bukan hanya mengikuti tren atau menentang inisiatif yang berkaitan dengan gagasan ini. Tanpa ini, berbagai inisiatif pembangunan dan pengembangan *e-Government* akan sangat sulit dalam meraih keberhasilan.

- **Kapasitas (Capacity)**

ada tanda-tanda bahwa pemerintah setempat memiliki kemampuan atau keinginan untuk mewujudkan "impian" *e-Government* yang relevan.

- **Manfaat (Value)**

Komponen pertama dan kedua adalah elemen yang dilihat oleh pemerintah sebagai pihak pemberi jasa (supply side). Tidak akan ada gunanya berbagai

inisiatif e-Government jika tidak ada pihak yang merasa diuntungkan dengan pelaksanaannya. Dalam hal ini, pihak yang menentukan seberapa besar manfaat yang diperoleh dari e-Government bukanlah pemerintah sendiri, melainkan masyarakat dan pihak yang berkepentingan (demand side). Untuk alasan ini, pemerintah harus sangat berhati-hati saat memilih jenis aplikasi e-government mana yang harus diprioritaskan untuk dibangun agar nilai (manfaat) yang mereka berikan benar-benar dirasakan oleh masyarakat.

- **Manfaat *E government***

1. Adanya *E Government* Ini dapat mengurangi biaya administrasi, hubungan, dan interaksi pemerintah.
2. Adanya *E Government* kualitas pelayanan public meningkat
3. Terwujudnya sistem pemerintah yang baik
4. Meningkatkan transparansi, pengawasan dan akuntabilitas pemerintah
5. memberi peluang kepada pemerintah untuk memperoleh sumber pendapatan baru dengan bekerja sama dengan pihak-pihak yang berkepentingan.
6. Membuat masyarakat tanggap dan responsive dalam merespon berbagai masalah yang muncul dari perubahan global
7. Memberdayakan masyarakat dan kelompok lain untuk mengambil berbagai kebijakan demokratis dan public

2. Digital Marketing

Pengertian menurut ahli :

Menurut (Joseph,2011) dalam penelitian (Razak & Novianti, 2022) Digital Marketing merupakan suatu proses pemasaran yang mengharuskan pemasar menguasai pikiran, hati dan semangat yang berlandaskan pada sistem pemasaran elektronik.

Menurut chaffey dan chadwich(2016:6) didalam penelitian (Zauri, 2021) Digital Marketing is achieving marketing throug digital technology and media.

Menurut Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan (2009: 47) didalam penelitian (Yanti, 2020) Digital Marketing merupakan sebuah kegiatan yang termasuk kedalam kegiatan branding yang sudah berbasis pada penggunaan teknologi seperti Adwords, E-mail, Blog, Website ataupun jejaring social lainnya.

• **Indikator Digital Marketing**

Dimensi Digital Marketing Pariwisata yang menjadi bagian dari pemasaran 4 P menurut Kotler & Keller (2012:25) yang terdiri dari

1. *Produk (Product)*

Merupakan suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan di pasaran

2. *Harga (Price)*

Merupakan sejumlah ketetapan nilai yang sudah harus dibayarkan oleh pelanggan

3. *Promosi (Promotion)*

Merupakan Cara berkomunikasi perusahaan kepada konsumen guna menyampaikan informasi produk supaya mereka mau membeli

4. *Tempat (Place)*

Merupakan tempat dimana konsumen dapat menemukan barang atau jasa yang disediakan.

3. Smart Tourism

Smart tourism diartikan sebagai sebuah perubahan yang berbasis pada penggunaan teknologi dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan kenyamanan pengunjung. Menurut UNWTO (didalam penelitian Gretzel et al., 2015) menyatakan bahwa pariwisata merupakan sebuah fenomena social, budaya dan ekonomi yang melibatkan perpindahan orang dari lingkungan biasa mereka untuk tujuan pribadi. Inovasi dibidang pariwisata yang didukung dengan adanya peningkatan infrastruktur yang berupa penerapan teknologi informasi yang dapat diakses oleh setiap orang dan adanya peningkatan ini pengunjung dapat berinteraksi dan terintegrasi secara langsung pada lingkungan Menurut Thomas Ghadojsik (2018) Smart Tourism merupakan sebuah langkah penggunaan teknologi informasi di bidang pariwisata yang mana tata Kelola pariwisata dilakukan berbasis dengan teknologi.

Menurut gretzel (2015) (didalam penelitian Gajdošík, 2018) menyatakan smart tourism adalah langkah maju dalam teknologi informasi di mana aspek fisik dan tata kelola pariwisata bergabung dengan dunia digital dan kecerdasan baru. Menurut kastoni & segarra-ona (2019) (didalam penelitian Prasetyo & Rifai, 2023) menyatakan bahwasannya smart tourism menggambarkan tahap pengembangan pariwisata saat sudah mendapat pengaruh dari adanya evolusi teknologi. Selanjutnya konsep smart tourism dapat dijadikan sebuah strategi baru sebagai sebuah upaya untuk meningkatkan kunjungan dan membangun citra destinasi wisata tersebut, selain itu konsep ini juga menjadi sebuah inovasi baru yang dapat memberikan sebuah pemahaman dan wawasan dalam dunia wisata. Terdapat

beberapa perspektif tentang smart tourism yang membuat pengertian smart tourism semakin beragam.

a) Prinsip Prinsip Smart Tourism

Penerapan smart tourism harus berlandaskan pada prinsip smart tourism yang menjadi landasan dalam mengimplementasikan konsep ini. prinsip Smart Tourism menurut Tuxhliev & Muhammadiyev,(2019) didalam penelitian (Prasetyo & Rifai, 2023) ada 4 prinsip yang terdiri dari :

1. Memiliki tujuan dalam membangun kesan maupun citra pariwisata,
2. Menyediakan platform digital pendukung berbasis teknologi ,
3. Mengumpulkan dan menyebarkan informasi didalam lingkup Kawasan wisata dan ada nya pembagian sumber daya yang adil,
4. sudah terintegrasi dengan para pelaku ekonomi makro dan mikro yang ada pada lingkup wisata

b) unsur unsur smart tourism

menurut Tomáš Gajdošík (2018) terdapat 4 unsur dalam konsep smart tourism sebagai berikut :

1. Teknologi digital

Konsep smart tourism sudah berbasis pada penggunaan teknologi informasi guna membangun citra pariwisata serta memberikan kemudahan mendapatkan informasi bagi wisatawan.

2. Wisatawan

Orang yang menikmati pelayanan yang diberikan dari smart tourism seperti mudahnya mendapatkan informasi dan pemahaman tentang destinasi wisata tersebut

3. Bisnis pariwisata

Adanya kegiatan perekonomian yang tentu saja dapat memberikan keuntungan bagi masyarakat yang tinggal ataupun para pelaku usaha yang menggantungkan hidupnya di dunia pariwisata

4. Tujuan Pemerintah

Dasar yang digunakan dalam melakukan penerapan konsep smart tourism guna melakukan peningkatan kualitas maupun menjadi bagian rencana dalam upaya mitigasi.

4. Pemulihan Bencana

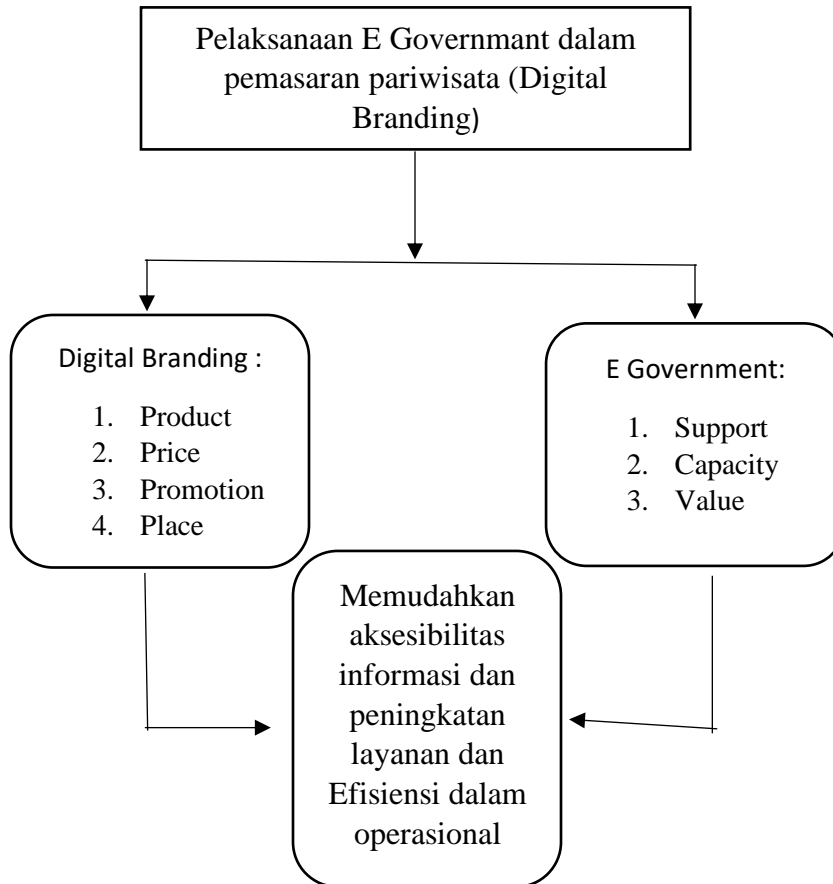
Pengertian Bencana berdasarkan pada Undang Undang Nomor 24 Tahun 2007 menyatakan Bahwasannya Bencana Merupakan sebuah rangkaian peristiwa yang dapat mengancam dan juga mengganggu penghidupan Masyarakat yang disebabkan karena adanya factor alam maupun Non Alam serta factor dari manusia yang mengakibatkan timbulnya korban jiwa manusia, kerusakan lingkungan, kerusakan harta benda, dan juga adanya dampak psikologis (BNPB, 2020). Berdasarkan pada Pemahaman diatas maka wabah COVID 19 termasuk kedalam bencana Non Alam dan bencana sosial (Hidayat & Rahmini, 2022). Hal itu Diperkuat melalui Keputusan Presiden Nomor 12 Tahun 2020.

Pemulihan Merupakan salah satu aktivitas pemulihan tempat yang terkena dari adanya dampak sesuatu hal yang tidak bisa kita prediksi. Pemulihan biasa dilakukan setelah terjadinya satu peristiwa atau fenomena yang tentunya tidak bisa dihindari seperti halnya adanya bencana yang terjadi seperti yang sering dirasakan pada sector pariwisata. Dalam sector pariwisata sangat rentan sekali dalam terkena dampak dari adanya aktivitas kebencanaan.

Pemulihan Pariwisata Menurut (Zaenuri, 2017) pengelolaan pariwisata pasca bencana harus lebih kompetitif dibandingkan dengan kondisi normal. Menurut Poon (1989) dalam penelitian (Zaenuri, 2017) terdapat 4 aspek pariwisata yang dapat digunakan guna mendukung adanya pembangunan berkelanjutan di sector pariwisata 4 aspek tersebut ; adanya kekuatan yang menjadi daya tarik pada lingkungan, sector pariwisata menjadi *leading sector*, memperkuat sector distribusi dan pemasaran dan yang terakhir mendirikan private sector yang dinamis dan kuat sebagai penyedia pariwisata, masih menurut Poon dari dalam mengimplementasikan ke 4 aspek tersebut membutuhkan kolaborasi dari berbagai pihak tidak bisa dilakukan oleh satu pihak.

G. Kerangka Teori

Kerangka Teori dalam Penelitian ini :



H. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah sebuah tindakan limitasi pada pemahaman peneliti tentang variable-variabel atau ide yang akan diukur, diteliti, dan digali dari datanya (Hamidi, 210:141). Definisi konseptual di dalam” **penelitian smart Branding tourism sebagai mitigasi pariwisata di kabupaten banyumas** “

- **E Government**

E Government merupakan penerapan teknologi informasi dan komunikasi didalam instansi pemerintah guna meningkatkan pelayanan public guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pelayanan kepada masyarakat

- **Digital Marketing Tourism**

Digital Marketing Tourism merupakan sebuah kegiatan branding pariwisata yang berbasis pada penggunaan teknologi seperti media social, website dan aplikasi.

- **Smart Tourism**

Smart Tourism Merupakan sebuah perubahan yang berbasis pada penggunaan teknologi dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan kenyamanan pengunjung.

- **Pemulihan Bencana**

Pemulihan Merupakan salah satu aktivitas pemulihan tempat yang terkena dari adanya dampak sesuatu hal yang tidak bisa kita prediksi.

I. Definisi Operasional

Untuk mengetahui penerapan Konsep Digital Marketing Sebagai Upaya mitigasi pariwisata pasca covid 19 di Kabupaten Banyumas Tahun 2021-2022.

Indicator yang digunakan penulis dalam penelitian sebagai berikut :

1. Indikator Digital Marketing

- **Produk (Product)**
 - Adanya produk wisata yang ditawarkan
- **Harga (Price)**
 - Adanya informasi harga pada setiap destinasi wisata
- **Promosi (Promotion)**
 - Pemanfaatan Media sosial dan website sebagai salah satu media promosi
- **Tempat (Place)**
 - Adanya Kemudahan Aksesibilitas bagi wisatawan menuju destinasi wisata

2. Indikator E Government

a. Dukungan (Support)

- Adanya peran pemerintah dalam mendukung upaya pemulihan disector pariwisata

b. Kapasitas (Capacity)

- Adanya Inovasi terbaru guna melakukan upaya pemulihan pariwisata

c. Nilai (Value)

- Pemanfaatan teknologi sebagai bagian dari upaya pemulihan pariwisata dan meningkatnya pendapatan daerah dan masyarakat

J. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2010) penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian yang meneliti pada sebuah obyek yang alamiah peneliti memiliki peran sebagai kunci dan hasil penelitian kualitatif menekan pada sebuah makna. pendekatan kualitatif deskriptif merupakan sebuah metode penelitian dengan mendeskripsikan mengenai kondisi yang sedang diteliti yang berbentuk naratif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan memberikan gambaran dari fenomena upaya pemulihan yang terjadi pada sektor pariwisata di Banyumas pasca terjadinya covid 19.

2. Lokasi Penelitian

Dalam melakukan penelitian, penulis mengambil lokasi penelitian di dinas pemuda olahraga Kebudayaan dan pariwisata Kabupaten banyumas. Alasan penulis dalam memilih lokasi penelitian di dinas pemuda olahraga kebudayaan dan pariwisata Kabupaten

banyumas karena tersedianya data yang berkaitan dengan tema yaitu Digital Marketing sebagai salah upaya pemulihan pariwisata kabupaten Banyumas.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

a. Wawancara

Data dalam penelitian didapatkan melalui Teknik pengumpulan data. Menurut (Sahir, 2021) wawancara merupakan sebuah Teknik pengambilan data yang dilakukan dengan melakukan tanya jawab antara peneliti dengan narasumber menanyakan berupa permasalahan yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara terstruktur. Dalam wawancara ini peneliti akan mewawancarai kepala dinas pariwisata ataupun pejabat pemerintah lainnya di lingkungan dinas pemuda olahraga Kebudayaan dan pariwisata Banyumas.

Tabel 1. 2 Daftar Nama Informan

Nama	Jabatan
Bapak Wardoyo S.IP	Kepala Bidang Pariwisata
Bapak Kusmanton, S.H	Sub Koordinator pariwisata Bid Promosi dan Pemasaran
Bapak Syaefudin	Sub kordinator Pengembangan destinasi wisata

sumber: Di Olah Penulis Tahun 2024

b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi juga digunakan dalam penelitian ini, menurut (Sugiyono, 2010) Dokumentasi merupakan pengumpulan catatan peristiwa yang sudah berlalu berbentuk tulisan, gambar maupun karya dari seseorang. Dokumentasi digunakan agar penelitian yang dilakukan menjadi kuat dan

terpercaya. Dalam penelitian akan menggunakan metode dokumentasi guna memperoleh data dokumen yang berkaitan dengan upaya pemulihan pariwisata di Banyumas.

4. Teknik Analisis data

Teknik analisis data dalam metode penelitian kualitatif memiliki peran yang sangat penting. Tujuan dari Teknik analisis data adalah untuk memproses dan menyusun data data penelitian yang sudah kita peroleh menjadi satu bagian sehingga mudah dipahami baik oleh kita sendiri maupun oleh orang lain (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian kualitatif ini penyajian data berupa kata kata dan bersifat induktif.

a. Reduksi Data

Reduksi Data menjadi Langkah awal dalam melakukan analisa data didalam Teknik penelitian kualitatif. Tujuannya adalah memilah data yang sudah kita dapatkan dari hasil melakukan penelitian lalu menyatukan data tersebut menjadi satu (Sahir, 2021). Reduksi data adalah sebuah Langkah menyatukan data observasi , wawancara dan juga dokumentasi menjadi satu format sehingga akan memudahkan untuk pengolahan data. Nantinya setelah mendapatkan data-data yang terdiri dari wawancara dan dokumentasi selanjutnya peneliti mengolah dan menjadikan satu data yang didapat tersebut.

b. Penyajian Data

Tahapan penyajian data dilakukan untuk menyajikan sekumpulan data yang sudah tertata sehingga nantinya akan memudahkan peneliti dalam menarik sebuah kesimpulan. Tujuan dari penyajian data ini adalah untuk menyederhanakan data data yang sudah didapat tanpa melakukan pengurangan

pada isinya. Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tertata yang akan dijadikan sebagai sumber dalam membuat kesimpulan (Sahir, 2021). Selanjutnya pada tahap ini peneliti menyajikan data yang sebelumnya sudah diolah dan dijadikan satu, dan langkah selanjutnya peneliti menyajikan data dalam bentuk deskripsi yang menjelaskan tentang fenomena sesuai dengan tema penelitian.

c. **Kesimpulan**

Tahap ini menjadi Langkah terakhir dalam melakukan analisis data. Dalam membuat sebuah kesimpulan dapat bersumber dari perbandingan antara objek penelitian dengan makna yang terkandung didalam konsep dasar penelitian. setelah diolah dan disajikan maka selanjutnya peneliti menarik sebuah kesimpulan dari hasil penelitian tersebut guna untuk mendapatkan hasil.