



INOVASI DAN TREN PAKET WISATA ERA DIGITAL 5.0 DI KABUPATEN BELU NUSA TENGGARA TIMUR

Linda Marlince Taka¹, Habel Ada Koinmanas²

¹Universitas Citra Bangsa, Kota Kupang, Indonesia, Email: lindataka2709@gmail.com

²Universitas Citra Bangsa, Kota Kupang, Indonesia, Email: abel.adha87@gmail.com

Naskah Masuk: 7 Juli 2025 Direvisi: 20 September 2025 Diterima: 22 September 2025

ABSTRAK

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis secara mendalam penerapan inovasi digital, tren paket wisata di era Digital 5.0, serta tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pelaku industri pariwisata di Kabupaten Belu. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali makna, persepsi, serta pengalaman para pemangku kepentingan dalam konteks sosial dan kultural yang alami. Penelitian ini bersifat deskriptif eksploratif, di mana peneliti berupaya menggambarkan fenomena secara utuh dan mendalam tanpa memanipulasi variabel (Sugiyono, 2020). Lokasi penelitian berada di beberapa destinasi wisata unggulan di Kabupaten Belu, dengan subjek penelitian meliputi pengelola wisata, agen perjalanan, wisatawan, masyarakat lokal, serta pejabat pemerintah daerah. Informan dipilih secara purposive berdasarkan keterlibatan dan relevansi dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi metode: wawancara mendalam, observasi lapangan, dan studi dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Transkripsi, koding, dan interpretasi dilakukan untuk memperoleh temuan yang valid. Validitas data dijaga melalui triangulasi dan member checking. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi digitalisasi pariwisata yang adaptif, kontekstual, dan berkelanjutan di Kabupaten Belu.

Kata Kunci: Inovasi, Tren, Paket Wisata, Era 5.0, Kabupaten Belu, Teknologi Digital, Pariwisata.

ABSTRACT

This study employs a descriptive qualitative approach aimed at exploring and analyzing in depth the implementation of digital innovation, emerging trends in tour packages in the Digital 5.0 era, as well as the challenges and opportunities faced by tourism industry stakeholders in Belu Regency. This approach was chosen because it allows the researcher to uncover the meanings, perceptions, and experiences of stakeholders within a natural socio-cultural context. This research is descriptive-explorative, in which the researcher seeks to comprehensively portray the phenomenon without manipulating existing variables (Sugiyono, 2020). The research was conducted in several leading tourist destinations in Belu Regency, with subjects including tourism managers, travel agents, tourists, local communities, and government officials. Informants were selected purposively based on their relevance and



involvement in the topic. Data collection techniques involved method triangulation: in-depth interviews, field observations, and document studies. Data analysis followed the interactive model by Miles and Huberman, consisting of data reduction, data display, and conclusion drawing. Transcription, coding, and interpretation were conducted to ensure valid findings. Data validity was maintained through triangulation and member checking. The results of this study are expected to contribute to the development of adaptive, contextual, and sustainable digital tourism strategies in Belu Regency.

Keywords: *Innovation, Trends, Tourism Package, Era 5.0, Belu Regency*

I. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor strategis yang tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan daerah dan nasional, tetapi juga memiliki peran penting dalam pelestarian budaya lokal dan pemberdayaan masyarakat. Kabupaten Belu, yang terletak di wilayah perbatasan Indonesia - Timor Leste, memiliki kekayaan alam dan budaya yang potensial untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata unggulan. Keberadaan pantai eksotis, ritual adat, hingga kekayaan seni tradisional menjadi daya tarik tersendiri yang dapat ditawarkan dalam bentuk paket wisata berbasis pengalaman lokal. Namun, pengelolaan pariwisata di Belu masih menghadapi tantangan, terutama dalam hal adopsi teknologi digital yang semakin menjadi tuntutan di era transformasi digital global.

Dalam konteks nasional, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) telah menargetkan peningkatan kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 4,6% pada tahun 2025, salah satunya melalui program strategis Transformasi Digital. Transformasi ini sejalan dengan perkembangan era Digital 5.0, yaitu integrasi teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), big data, dan *Internet of Things* (IoT) dalam sistem yang humanis. Dalam sektor pariwisata, teknologi ini menciptakan peluang untuk menghadirkan pengalaman wisata yang lebih personal, efisien, dan berbasis data. Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara digitalisasi dan pengembangan pariwisata, seperti studi oleh Buhalis & Amaranggana (2015) yang menekankan konsep *Smart Tourism Ecosystem*, dan penelitian Kurniawan (2021) yang mengkaji dampak pemasaran digital terhadap minat kunjungan wisatawan domestik di Yogyakarta.

Namun demikian, sebagian besar kajian tersebut berfokus pada daerah-daerah dengan infrastruktur digital yang relatif memadai dan tingkat literasi teknologi yang tinggi. Hingga saat ini, belum banyak penelitian yang secara spesifik mengeksplorasi bagaimana inovasi digital dan tren paket wisata diadopsi di daerah 3T (Tertinggal, Terdepan, Terluar) seperti Kabupaten Belu. Beberapa studi lokal seperti oleh Leste & Ratu (2022) memang mengangkat potensi wisata Belu, namun masih terbatas pada aspek deskriptif destinasi tanpa mengulas secara mendalam inovasi digital dalam paket wisata. Oleh karena itu, terdapat kesenjangan penelitian (research gap) dalam pemahaman mengenai bagaimana wilayah perbatasan seperti Belu mengadopsi teknologi digital dalam pengembangan pariwisatanya.

Berdasarkan konteks tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengeksplorasi bentuk-bentuk inovasi digital yang diterapkan dalam sektor pariwisata di Kabupaten Belu; (2) mengidentifikasi tren paket wisata yang berkembang di era Digital 5.0; serta (3) mengetahui tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pelaku industri pariwisata lokal dalam memanfaatkan teknologi digital. Penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi

praktis bagi pengembangan pariwisata di daerah perbatasan, tetapi juga menawarkan kontribusi akademik dengan menyusun model inovasi digital berbasis tren dalam konteks wilayah 3T yang selama ini belum banyak dikaji dalam literatur pariwisata digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggali secara mendalam penerapan inovasi digital dan perkembangan tren paket wisata di era Digital 5.0 di Kabupaten Belu, Nusa Tenggara Timur. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti memahami fenomena sosial dari perspektif pelaku langsung, serta memperoleh informasi yang mendalam terkait pengalaman, persepsi, tantangan, dan strategi para pemangku kepentingan dalam sektor pariwisata (Sugiyono, 2020). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan studi dokumentasi/literatur. Wawancara dilakukan terhadap 10 informan kunci yang dipilih secara *purposive*, terdiri dari: 3 orang pengelola destinasi wisata (desa wisata dan objek wisata unggulan), 2 pelaku usaha biro perjalanan wisata, 2 pejabat Dinas Pariwisata Kabupaten Belu, 2 pelaku UMKM berbasis pariwisata, dan 1 orang akademisi lokal yang memiliki keahlian di bidang pariwisata digital. Pemilihan informan didasarkan pada keterlibatan aktif mereka dalam pengelolaan, pemasaran, atau pengembangan pariwisata digital di wilayah tersebut.

Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi langsung di beberapa lokasi wisata seperti Atapupu Beach, Fulan Fehan, dan Benteng Makes, untuk mengamati penerapan teknologi digital (seperti media sosial, sistem reservasi online, atau penggunaan QR code), serta interaksi antara wisatawan dan pengelola di lapangan. Studi dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber seperti laporan tahunan Dinas Pariwisata, dokumen kebijakan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, serta jurnal dan literatur ilmiah terkait pariwisata berbasis digital.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis interaktif model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Seluruh hasil wawancara ditranskrip secara verbatim, kemudian dilakukan coding untuk mengelompokkan data berdasarkan tema seperti: bentuk inovasi digital yang digunakan, persepsi terhadap digitalisasi, hambatan yang dihadapi, serta strategi adaptasi. Setelah data dikategorisasi, peneliti melakukan interpretasi mendalam dan menyusun narasi temuan berdasarkan keterkaitan antarinformasi. Validitas data dijaga melalui triangulasi metode dan sumber, serta proses member checking kepada informan untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti sesuai dengan maksud dari informan.

II. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Kabupaten Belu terletak di bagian barat Pulau Timor, Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT), Indonesia. Kabupaten ini berbatasan langsung dengan negara Timor Leste di sebelah utara dan selatan. Di sebelah barat, Kabupaten Belu berbatasan dengan Kabupaten Malaka, sementara di sebelah timur berbatasan dengan Laut Timor. Ekonomi Kabupaten Belu didominasi oleh sektor pertanian, yang mencakup produksi padi, jagung, kopi, dan berbagai hasil pertanian lainnya. Sektor peternakan juga cukup berkembang, dengan komoditas unggulan seperti sapi dan kambing. Masyarakat Belu juga mengandalkan sektor perikanan,

pertanian berbasis kearifan lokal, dan pariwisata yang memiliki potensi alam dan budaya yang besar.

Objek budaya di kabupaten Belu Loro Bauho-Fialaran dan Lamaknen; Gereja Tertua adalah Paroki Atapupu, Paroki Lahurus, Paroki Halilulik, Katedral Atambua, dan Paroki Nualain; Tarian Asli Belu, yakni Likurai, Tebe dan Bidu Kikit; Bahasa Daerah Terpenting yakni Tetun, Bunak, Kemak dan Dawan. Lagu Daerah Terkenal yakni Oras Loro Malirin, Manumutin Torok, Olala, dan Lolon Gol; Hotel Terkenal antara lain Hotel Matahari, Hotel King Star, dan Hotel Timor; dan Makanan Terkenal yakni Ut Moruk, Sambal Tomat Lahurus, Bawang Weluli, Ikan Atapupu, Padi Haekesak, Jagung Bose, Batar Da'an, Tua Mutin, dan roti paung.

Selain wiisata budaya kabupaten Belu juga memiliki potensi wisata alam yang besar seperti padang Fulan Fehan, air tejun Sihata Mauhalek, padang pasir putih Atapupu, wisata mangrove Kolam Susuk, PLBN Terpadu Motaain, Pantai Sukarlaran.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Belu

Tahun	Jumlah Wisatawan
2022	200.393 jiwa
2023	213.662 jiwa

Sumber : BPS Kabupaten Belu (2024)

Dari tabel 1 menunjukkan bahwa adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatan ke kabupaten Belu dari thun 2023 sebesar 200.393 jiwa ke tahun 2024 yang nauk berjumlah 213.662 jiwa. Hal ini menunjukkan adanya motivasi wisatawan terhadap potensi wisata di kabupten Belu baik wisata alam, budaya, rohani, MICE dan lain sebagainya.

a. Penerapan Inovasi Digital dalam Pariwisata kabupaten Belu

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar untuk mendorong perekonomian Kabupaten Belu, terutama dengan kekayaan alam dan budaya yang dimiliki. Dalam beberapa tahun terakhir, inovasi digital mulai diterapkan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan, mempermudah akses informasi, dan mempromosikan destinasi wisata secara lebih efektif. Meskipun penerapannya masih terbatas, beberapa upaya sudah mulai terlihat dan memberikan dampak positif bagi perkembangan sektor pariwisata.

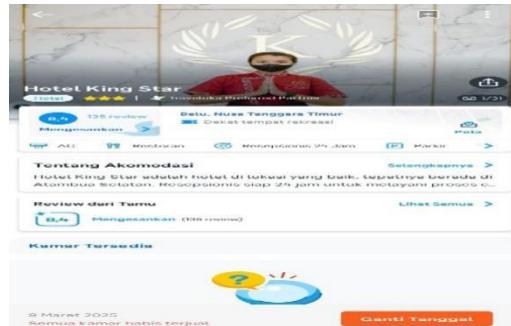
1. Pemasaran Digital, menjadi salah satu langkah penting dalam mengenalkan potensi wisata Kabupaten Belu ke dunia luar. Dinas Pariwisata kabupaten Belu sebagai pemerintah daerah yang menaungi beberapa destinasi wisata dan pelaku industri pariwisata di Belu mulai memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Adapun beberapa langkah yang telah diterapkan adalah seperti media sosial Instagram, Facebook, YouTube, TikTok mulai digalakkan oleh pengelola destinasi wisata. Media sosial ini digunakan untuk membagikan foto-foto menarik, video, dan informasi terkait objek wisata yang ada di Belu. Beberapa akun Instagram bahkan fokus khusus untuk mempromosikan destinasi wisata lokal di Kabupaten Belu, yang diharapkan bisa menarik wisatawan dari dalam maupun luar negeri. Beberapa destinasi wisata di Kabupaten Belu telah membuat website resmi sebagai sarana untuk menyediakan informasi yang lebih lengkap dan terperinci bagi wisatawan. Website ini biasanya mencakup informasi tentang paket wisata, harga dan fasilitas, testimoni pengunjung.



Gambar 1. Akun Instagram Dinas Pariwisata Kabupaten Belu
Sumber : Instagram Dinas Pariwisata Kabupaten Belu (2025)

2. Platform Pemesanan *Online*

Platform pemesanan *online* telah menjadi sarana penting dalam memudahkan wisatawan untuk memilih dan memesan paket wisata di Kabupaten Belu. Beberapa agen perjalanan wisata lokal sudah mulai bekerja sama dengan platform besar seperti Traveloka untuk menawarkan paket wisata maupun fasilitas pendukung lainnya yang dibutuhkan wisatawan secara *online*.



Gambar 2. Pemesanan Kamar melalui Platform *Online*
Sumber : Traveloka pribadi (2025)

3. Aplikasi Mobile untuk Wisatawan

Pengembangan aplikasi *mobile* untuk wisatawan di Kabupaten Belu masih dalam tahap awal, namun beberapa aplikasi lokal telah mulai diperkenalkan untuk mempermudah wisatawan dalam mengakses informasi seputar pariwisata. Misalnya seperti adanya google maps yang memberikan petunjuk arah, tempat wisata, restoran, hotel.

b. Tren Paket Wisata di Era digital 5.0

Dengan kemajuan teknologi digital yang pesat, sektor pariwisata di Kabupaten Belu, Nusa Tenggara Timur, turut mengalami transformasi yang signifikan. Era Digital 5.0, yang mengintegrasikan teknologi digital canggih dengan pendekatan berbasis pengalaman manusia, membuka peluang baru bagi pengembangan pariwisata. Di Kabupaten Belu, teknologi digital mulai dimanfaatkan untuk memperkenalkan kekayaan alam dan budaya lokal kepada audiens yang lebih luas melalui media sosial, situs web, dan aplikasi mobile. Hal ini tidak hanya mempercepat proses pemasaran, tetapi juga memungkinkan wisatawan untuk merencanakan perjalanan mereka dengan lebih mudah dan efisien melalui platform pemesanan online.

Selain itu, tren baru seperti wisata berbasis pengalaman, wisata virtual dan *augmented reality* (VR/AR), serta wisata berkelanjutan semakin diminati oleh wisatawan. Di Belu, wisata berbasis pengalaman semakin populer, dengan wisatawan yang mencari

keterlibatan langsung dalam kegiatan budaya lokal atau petualangan alam yang autentik. Teknologi VR/AR juga mulai digunakan untuk memberikan pengalaman wisata yang imersif tanpa harus mengunjungi lokasi secara langsung, sementara konsep wisata berkelanjutan semakin berkembang sebagai respons terhadap meningkatnya kesadaran akan pentingnya pelestarian alam dan budaya. Era Digital 5.0 memungkinkan Kabupaten Belu untuk berkembang sebagai destinasi wisata unggulan yang tidak hanya indah tetapi juga berkelanjutan dan responsif terhadap kebutuhan wisatawan modern.

Salah satu tren yang semakin populer dan dicanangkan pemerintah adalah wisata berkelanjutan. Wisatawan modern semakin sadar akan pentingnya menjaga keberlanjutan alam dan budaya. Kabupaten Belu, dengan kekayaan alam dan budayanya yang khas, memiliki peluang besar untuk mengembangkan paket wisata yang mendukung pelestarian alam dan budaya lokal. Paket wisata berkelanjutan di Belu mengedepankan pengelolaan yang bijaksana terhadap sumber daya alam. Sebagai contoh, wisatawan yang berkunjung ke kawasan ekowisata akan didorong untuk mengikuti pedoman yang ramah lingkungan, seperti tidak merusak terumbu karang saat snorkeling atau tidak membuang sampah sembarangan. Selain itu, wisata berkelanjutan juga mencakup pelestarian budaya lokal. Wisatawan didorong untuk terlibat dalam kegiatan budaya yang tidak merusak tradisi atau komunitas lokal. Paket wisata ini sering melibatkan kunjungan ke desa-desa tradisional di Belu di mana wisatawan dapat belajar langsung tentang adat istiadat dan cara hidup masyarakat lokal. Teknologi digital memainkan peran penting dalam mengedukasi wisatawan tentang pentingnya keberlanjutan. Pemasaran digital digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai dampak positif yang dapat dihasilkan dari wisata berkelanjutan, seperti membantu ekonomi lokal, menjaga kelestarian alam, dan memperkenalkan budaya lokal yang tidak tergerus oleh globalisasi.

c. Tantangan dalam Penerapan Teknologi Digital

Penerapan teknologi digital dalam sektor pariwisata di Kabupaten Belu menghadapi sejumlah tantangan yang cukup signifikan. Salah satunya adalah keterbatasan infrastruktur teknologi, terutama dalam hal akses internet yang masih terbatas, khususnya di daerah-daerah terpencil. Meskipun beberapa kawasan di Kabupaten Belu telah memiliki akses internet, banyak daerah yang masih kesulitan dalam memperoleh koneksi yang stabil dan cepat. Hal ini menjadi hambatan besar dalam mengimplementasikan teknologi digital secara optimal. Bagi pelaku industri pariwisata, keterbatasan akses internet ini menyulitkan mereka dalam memasarkan produk dan layanan mereka secara *online*. Pemasaran melalui media sosial, platform pemesanan *online*, atau website destinasi wisata, yang sangat penting di era digital, menjadi terbatas jangkauannya. Selain itu, transaksi dan pembayaran online yang menjadi bagian penting dari ekonomi digital juga terkendala oleh akses internet yang terbatas, sehingga mengurangi daya saing destinasi wisata di Kabupaten Belu dengan daerah lain yang memiliki akses internet lebih baik.

Tantangan lain yang cukup signifikan adalah kurangnya keterampilan digital di kalangan pelaku pariwisata lokal. Banyak pemilik usaha kecil, seperti homestay, agen perjalanan, dan pengelola objek wisata, yang belum terbiasa atau tidak memiliki kemampuan dalam menggunakan platform digital untuk pemasaran dan manajemen bisnis mereka. Sebagian besar pengelola masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, seperti pemasaran dari mulut ke mulut, tanpa memanfaatkan potensi besar yang ditawarkan oleh teknologi digital. Hal ini menghambat potensi pengembangan pariwisata berbasis teknologi yang lebih efektif dan efisien. Tanpa keterampilan yang memadai dalam menggunakan media sosial, situs web, atau aplikasi digital lainnya, pengelola pariwisata di Kabupaten Belu kesulitan untuk memanfaatkan sepenuhnya potensi pasar global yang ada. Untuk itu, pelatihan dan pendidikan mengenai keterampilan digital perlu ditingkatkan untuk

memperkuat kemampuan pelaku pariwisata dalam memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk mereka dan meningkatkan layanan.

Selain itu, kurangnya kolaborasi antara pemangku kepentingan juga menjadi tantangan besar dalam penerapan teknologi digital di sektor pariwisata Kabupaten Belu. Meskipun pariwisata digital memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan daya tarik dan jumlah wisatawan, kolaborasi antara pemerintah daerah, pelaku usaha pariwisata, dan masyarakat lokal belum sepenuhnya terjalin dengan baik. Sering kali, sektor-sektor ini bekerja secara terpisah tanpa koordinasi yang efektif, sehingga menghambat pengembangan pariwisata digital secara terpadu. Misalnya, pemerintah daerah mungkin memiliki inisiatif untuk mengembangkan infrastruktur digital, tetapi tanpa dukungan dari pelaku usaha atau masyarakat lokal, inisiatif tersebut mungkin tidak berjalan optimal. Selama ini pemerintah daerah melalui Dinas Pariwisata kabupaten Belu sudah melakukan usaha dalam memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku usaha secara terus menerus dan ini sudah menjadi komitmen dari pemerintah. Demikian pula, pelaku usaha mungkin memiliki ide-ide inovatif dalam pemasaran digital, namun tanpa dukungan kebijakan atau kemudahan dalam mengakses fasilitas teknologi dari pemerintah, usaha mereka bisa terhambat. Oleh karena itu, penting bagi semua pihak untuk bekerja sama dan menyusun strategi pengembangan pariwisata berbasis teknologi yang terkoordinasi dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, tantangan-tantangan ini memerlukan pendekatan yang lebih sistematis dan kolaboratif antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Dengan meningkatkan infrastruktur, keterampilan digital, serta koordinasi antar pemangku kepentingan, penerapan teknologi digital dalam pariwisata di Kabupaten Belu dapat berjalan lebih efektif dan berpotensi besar untuk mendorong sektor pariwisata menuju era yang lebih maju dan kompetitif.

d. Peluang dalam Digitalisasi Pariwisata

Digitalisasi sektor pariwisata di Kabupaten Belu tidak hanya membawa tantangan, tetapi juga membuka berbagai peluang besar yang dapat meningkatkan daya saing dan perkembangan sektor pariwisata di daerah ini. Salah satu peluang yang sangat signifikan adalah pemberdayaan masyarakat lokal. Teknologi digital memberi kesempatan bagi masyarakat setempat, terutama yang terlibat dalam kerajinan tangan, kuliner, dan produk lokal lainnya, untuk memasarkan produk mereka kepada pasar yang lebih luas. Dengan adanya platform e-commerce, media sosial, dan aplikasi berbasis digital, pengrajin lokal bisa menjual tenun ikat, anyaman, perhiasan tradisional, atau makanan khas Belu ke luar daerah bahkan ke pasar internasional. Ini membuka peluang baru bagi masyarakat lokal untuk meningkatkan pendapatan mereka, memperkenalkan budaya lokal, dan sekaligus menjaga tradisi kerajinan yang sudah ada. Misalnya, masyarakat yang memproduksi kerajinan tenun ikat bisa memanfaatkan Instagram atau Tokopedia untuk menjangkau pembeli di luar daerah, yang sebelumnya sulit dijangkau melalui metode pemasaran tradisional.

Selain pemberdayaan masyarakat lokal, digitalisasi juga membuka peluang untuk promosi destinasi wisata yang lebih efektif. Kabupaten Belu, dengan segala keindahan alam dan budaya yang dimilikinya, memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi destinasi wisata unggulan. Namun, hingga saat ini, banyak wisatawan yang masih kurang mengetahui keindahan dan keunikan destinasi wisata di Belu. Penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube, serta pembuatan situs web yang informatif, dapat membantu memperkenalkan Kabupaten Belu ke audiens yang lebih luas, baik di tingkat domestik maupun internasional. Melalui konten visual yang menarik, seperti foto-foto keindahan alam, video kegiatan budaya, dan testimoni wisatawan, promosi digital dapat meningkatkan visibilitas destinasi wisata di Belu. Hal ini juga dapat menarik minat

wisatawan yang lebih muda yang sangat bergantung pada platform digital untuk mencari destinasi wisata baru.

Peluang lain yang sangat besar adalah kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta. Pemerintah daerah Belu, dengan dukungan kebijakan yang pro-pariwisata dan pro-teknologi, dapat bekerja sama dengan sektor swasta dan komunitas lokal untuk menerapkan teknologi digital secara lebih luas dalam pengelolaan destinasi wisata dan promosi paket wisata. Kolaborasi ini bisa mencakup pengembangan aplikasi wisata yang menyediakan informasi lengkap tentang destinasi, jadwal acara budaya, peta digital, dan fasilitas pendukung lainnya. Selain itu, sektor swasta dapat berperan dalam menciptakan platform pemesanan *online* untuk paket wisata yang melibatkan kegiatan-kegiatan budaya lokal, ekowisata, atau petualangan alam. Dengan adanya sinergi ini, digitalisasi dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperbaiki pengalaman wisatawan, dan memperkenalkan Kabupaten Belu sebagai destinasi yang modern dan berbasis pada kearifan lokal. Dalam hal ini, pemerintah dapat memberikan insentif atau dukungan kepada pelaku usaha untuk berinvestasi dalam teknologi digital, sementara sektor swasta dapat memberikan inovasi dalam mengintegrasikan teknologi untuk mendukung pengelolaan pariwisata yang lebih baik.

Secara keseluruhan, digitalisasi membuka banyak peluang bagi Kabupaten Belu untuk mengembangkan pariwisata dengan cara yang lebih modern dan inklusif. Dengan pemberdayaan masyarakat lokal, promosi destinasi wisata yang lebih efektif, dan kolaborasi antara sektor publik dan swasta, digitalisasi dapat menjadi kunci dalam membawa sektor pariwisata Kabupaten Belu ke level yang lebih tinggi dan berkelanjutan.

B. Pembahasan

Inovasi digital dalam sektor pariwisata Kabupaten Belu menunjukkan perkembangan yang positif meskipun masih menghadapi beberapa hambatan. Penerapan pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial dan aplikasi pemesanan online, memungkinkan destinasi wisata di Kabupaten Belu untuk lebih mudah dikenal oleh wisatawan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang menunjukkan bahwa digitalisasi pariwisata dapat meningkatkan daya saing destinasi wisata di era modern (Soeharsono & Dewi, 2020).

Namun, penerapan teknologi digital di Kabupaten Belu masih terbatas oleh beberapa tantangan signifikan, termasuk keterbatasan infrastruktur dan kurangnya keterampilan digital. Seperti yang dijelaskan oleh Yuliawati (2019), keberhasilan digitalisasi dalam industri pariwisata sangat bergantung pada tingkat keterampilan digital yang dimiliki oleh pelaku industri serta dukungan infrastruktur yang memadai. Dalam konteks ini, Kabupaten Belu perlu melakukan investasi lebih dalam infrastruktur teknologi dan melaksanakan pelatihan digital bagi pelaku industri wisata lokal agar dapat memaksimalkan penggunaan teknologi dalam pengelolaan dan pemasaran paket wisata.

Adanya tren paket wisata berbasis pengalaman yang semakin populer juga menunjukkan perubahan preferensi wisatawan yang lebih mengutamakan pengalaman autentik. Hal ini mencerminkan *global shift* dalam industri pariwisata yang semakin mengarah pada penciptaan pengalaman yang personal dan berbasis pada keunikan budaya dan alam setempat (Prasetyo & Wibowo, 2020). Kabupaten Belu memiliki potensi besar untuk mengembangkan paket wisata berbasis pengalaman lokal yang memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau pasar wisatawan yang lebih luas.

Selain itu, peluang besar dalam pemberdayaan masyarakat lokal melalui platform digital perlu dimanfaatkan untuk meningkatkan partisipasi mereka dalam sektor pariwisata. Ini sejalan dengan temuan Prasetyo & Wibowo (2020) yang

menyatakan bahwa digitalisasi memungkinkan masyarakat lokal untuk lebih terlibat dalam ekonomi pariwisata, baik sebagai penyedia produk lokal maupun dalam menawarkan layanan wisata berbasis pengalaman.

Namun, keberhasilan pengembangan sektor pariwisata digital di Kabupaten Belu membutuhkan sinergi antara pemerintah daerah, pelaku industri pariwisata, dan masyarakat lokal. Kolaborasi yang efektif akan mempercepat adopsi teknologi dan memberikan dampak positif bagi pertumbuhan sektor pariwisata yang berkelanjutan dan berbasis pada potensi lokal.

III. SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Kabupaten Belu, Nusa Tenggara Timur, tengah mengalami transformasi dalam sektor pariwisata sebagai respons terhadap perkembangan teknologi digital di era Digital 5.0. Berbagai bentuk inovasi digital telah mulai diterapkan, seperti penggunaan media sosial dan website untuk promosi destinasi, platform pemesanan *online*, serta aplikasi mobile yang mendukung pengalaman wisata. Meskipun masih dalam tahap awal, digitalisasi ini telah memberikan dampak positif terhadap perluasan jangkauan promosi, peningkatan efisiensi layanan, serta memperkuat daya tarik Kabupaten Belu sebagai destinasi wisata potensial di tingkat nasional maupun internasional.

Tren paket wisata juga mengalami perubahan seiring pergeseran minat wisatawan yang kini lebih mengutamakan pengalaman autentik dan berkelanjutan. Wisata berbasis pengalaman seperti ekowisata, wisata budaya, dan wisata petualangan semakin diminati. Konsep pariwisata berkelanjutan mulai diadopsi, dengan meningkatnya kesadaran wisatawan terhadap pelestarian lingkungan dan budaya lokal. Namun demikian, transformasi ini masih menghadapi sejumlah kendala, seperti terbatasnya infrastruktur teknologi, rendahnya literasi digital pelaku pariwisata, serta lemahnya koordinasi antar pemangku kepentingan.

Sebagai kontribusi terhadap pengembangan keilmuan, penelitian ini merumuskan sebuah Model Inovasi Paket Wisata Era Digital 5.0 di Kabupaten Belu yang terdiri dari tiga pilar utama: (1) Digitalisasi Promosi, melalui optimalisasi media digital dan platform daring; (2) Transformasi Produk Wisata, dengan mengembangkan konten wisata berbasis pengalaman lokal yang selaras dengan prinsip keberlanjutan; dan (3) Kolaborasi Multi-Stakeholder, yang menekankan pentingnya sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, masyarakat lokal, dan penyedia teknologi dalam membangun ekosistem pariwisata digital yang inklusif dan adaptif.

Posisi Kabupaten Belu sebagai daerah perbatasan yang memiliki kekayaan budaya dan alam yang otentik menjadikannya sebagai kasus studi yang unik dan relevan dalam konteks pengembangan pariwisata digital di Indonesia, khususnya di wilayah 3T (Terdepan, Terluar, dan Tertinggal). Dengan menyajikan model inovasi yang berbasis pada analisis tren dan kondisi lokal, penelitian ini tidak hanya menjawab tujuan awal, tetapi juga memberikan kontribusi teoretis dalam membangun kerangka pengembangan pariwisata digital yang kontekstual dan aplikatif, serta dapat direplikasi di daerah lain dengan karakteristik serupa.

Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian, disarankan agar pengembangan pariwisata digital di Kabupaten Belu difokuskan pada tiga aspek utama. Pertama, perlu dilakukan peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan literasi digital, manajemen konten digital, dan penggunaan platform teknologi kepada pelaku wisata, termasuk pengelola destinasi, agen perjalanan, dan masyarakat lokal. Hal ini menjawab kendala utama yang ditemukan dalam wawancara, yaitu rendahnya pemahaman dan keterampilan teknologi digital di lapangan.

Kedua, pemerintah daerah bersama sektor swasta dan komunitas perlu mendorong pembangunan infrastruktur digital, khususnya jaringan internet di kawasan wisata strategis, serta menyediakan dukungan teknologi yang dapat diakses oleh pelaku lokal. Observasi menunjukkan masih banyak destinasi yang belum dilengkapi dengan fasilitas digital dasar seperti sistem reservasi online dan informasi destinasi berbasis aplikasi.

Ketiga, perlu diterapkan Model Inovasi Digital Pariwisata Kabupaten Belu yang telah dikembangkan dalam penelitian ini. Model ini meliputi: (1) digitalisasi promosi berbasis konten lokal, (2) transformasi produk wisata menjadi pengalaman berbasis budaya dan alam, serta (3) kolaborasi lintas sektor antara pemerintah, masyarakat, pelaku usaha, dan penyedia teknologi. Model ini menjadi solusi strategis dan kontekstual terhadap tantangan digitalisasi di wilayah 3T.

Selain itu, penelitian ini membuka peluang untuk pengujian model lebih lanjut secara kuantitatif atau mixed-method, guna melihat efektivitas implementasi model dalam meningkatkan daya saing pariwisata daerah. Diharapkan, saran ini dapat menjadi acuan dalam penyusunan kebijakan pariwisata digital berbasis lokalitas dan berkelanjutan, tidak hanya untuk Kabupaten Belu, tetapi juga untuk wilayah-wilayah tertinggal lainnya di Indonesia.

REFERENSI

- Achmad Zidan Rahematus Salam, Tarabunga Angelyca. (2023). Pengaruh Society 5.0 Terhadap Industri Pariwisata. *Jurnal Peta Pesona Pariwisata*.
- BPS. (2024). Laporan Jumlah Kunjungan Wisatawan Berdasarkan Tujuan dan Bulan. Belu: Badan Pusat Statistik
- Fatul Qorib, Latif Fianto, Yosephina Anchietta Barru. (2023). Penguatan Pariwisata Untuk Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Belu, Nusa Tenggara Timur. ISSN 2088-7469 (Paper) ISSN 2407-6864 (Online) Volume 13 Nomor 1
- Ghufron, G. (2018, September). Revolusi Industri 4.0: Tantangan, Peluang, dan solusi bagi dunia pendidikan. In *Seminar Nasional Dan Diskusi Panel Multidisiplin Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat 2018* (Vol. 1, No. 1).
- Handayani, N. N. L., & Muliastri, N. K. E. (2020, December). Pembelajaran Era Disruptif Menuju Era Society 5.0 (Telaah Perspektif Pendidikan Dasar). In *Prosiding Seminar Nasional IAHN-TP Palangka Raya* (No. 1, pp. 1-14).
- Mulyani, E., & Hidayat, R. (2020). Tren paket wisata berbasis keberlanjutan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pariwisata*, 16(4), 98-112.
- Nobertus darius Ati, Bambang Kusbandrijo, Supri Hartono. (2024). Peran Pemerintah Terhadap Pengembangan Industri pariwisata Pantai pasir Putih Kabupaten Belu Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. *PRAJA Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*.
- Peraturan Daerah Kabupaten Belu Nomor 25 Tahun 2016 Tentang Kepariwisata
- Pitana, I Gde. dan Surya Diarta, I Ketut. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Puspita, Y., Fitriani, Y., Astuti, S., & Novianti, S. (2020, April). Selamat tinggal revolusi industri 4.0, selamat datang revolusi industri 5.0. In *Prosiding Seminar Nasional Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang*. Sabri, I. (2019). Peran pendidikan seni di era society 5.0 untuk revolusi Industri 4.0. In *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana (PROSNAMPAS)* (Vol. 2, No. 1, pp. 342-347)

Sugiarto, H., & Widiastuti, A. (2020). Pengembangan destinasi wisata berbasis komunitas di Indonesia. *Jurnal Pariwisata*, 9(2), 135-148.

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

World Tourism Organization (UNWTO). (2020). *Tourism and Technology: The Changing Landscape of Travel*. Madrid: UNWTO.

Website

<https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/4-tren-pariwisata> (Diakses tanggal 8 Maret 2025)

<https://bob.kemenparekraf.go.id/371941-5-program-kementerian-pariwisata/> (Diakses tanggal 8 Maret 2025)

BIODATA PENULIS

Linda Marlince Taka, S.Sos., M.Par. dan Habel Ada Koinmanas, S.Sos., M.Par. merupakan dosen pada Perguruan Tinggi Universitas Citra Bangsa pada Program Studi DIV Pengelolaan Perhotelan. Keduanya merupakan alumni pada Universitas Nusa Cendana pada tingkat Strata 1 juga alumni dari Institut Pariwisata Trisakti pada tingkat Strata 2.