



Strategi Pembangunan Desa Wisata untuk Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat

(Studi Kasus Desa Bi'ih, Kalimantan Selatan)

Mima Artamevia^{1*}, Muharman Lubis², Iqbal Yulizar Mukti³

¹⁻³Sistem Informasi, Universitas Telkom, Indonesia

*Penulis Korespondensi: mimaartameviama@student.telkomuniversity.ac.id

Abstract. *Tourism managed and developed by the local community is one of the main pillars in realizing sustainable rural economic development. This study aims to analyze the development strategy of Bi'ih Tourism Village, Banjar Regency, South Kalimantan, in improving community welfare through the integration of the Community-Based Tourism (CBT) concept and a digital approach. In this study, the method used is descriptive qualitative with primary data collection through interviews with the Village Head, BUMDes administrators, youth organizations, MSME actors, and local tourists, as well as secondary data from village profile documents and Tourism Office reports. The results of this study indicate that Bi'ih Village has opportunities in developing durian agrotourism and preserving Banjar culture, but still faces obstacles in terms of digital promotion, technological literacy, and information media management. The implementation of strategies that combine community participation, digital literacy training, and revitalization of village promotional media is expected to strengthen the image of the destination while increasing community income. The integration of CBT with Smart Tourism can create an inclusive, adaptive, and sustainable tourism management model. This research also provides implications for other villages in South Kalimantan to adopt a similar approach as an effort to strengthen the local economy based on digital innovation and cultural wisdom.*

Keywords: *agrotourism; Banjar culture; community based tourism; community welfare; digitalisation.*

Abstrak. Pariwisata yang dikelola dan dikembangkan oleh masyarakat setempat merupakan salah satu pilar utama dalam mewujudkan pembangunan ekonomi desa yang berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pembangunan Desa Wisata Bi'ih, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan, dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui integrasi konsep *Community-Based Tourism* (CBT) dan pendekatan digital. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data primer melalui wawancara kepada Kepala Desa, pengurus BUMDes, karang taruna, pelaku UMKM, serta wisatawan lokal, dan data sekunder dari dokumen profil desa serta laporan Dinas Pariwisata. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Desa Bi'ih memiliki peluang dalam pengembangan agrowisata durian dan pelestarian budaya Banjar, namun masih menghadapi kendala pada aspek promosi digital, literasi teknologi, dan pengelolaan media informasi. Implementasi strategi yang menggabungkan partisipasi masyarakat, pelatihan literasi digital, dan revitalisasi media promosi desa diharapkan dapat memperkuat citra destinasi sekaligus meningkatkan pendapatan masyarakat. Integrasi CBT dengan Smart Tourism mampu menciptakan model pengelolaan pariwisata yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan. Penelitian ini juga memberikan implikasi bagi desa-desa lain di Kalimantan Selatan untuk mengadopsi pendekatan serupa sebagai upaya penguatan ekonomi lokal berbasis inovasi digital dan kearifan budaya.

Kata kunci: agrowisata; budaya Banjar; community-based tourism; digitalisasi; kesejahteraan masyarakat.

1. LATAR BELAKANG

Pariwisata pedesaan merupakan sektor strategis dalam pembangunan berkelanjutan di Indonesia, yang tidak hanya berfungsi sebagai penggerak ekonomi tetapi juga sebagai wahana pelestarian budaya dan lingkungan (Nurung Hg et al., 2025). Salah satu desa wisata tersebut yaitu, Desa Bi'ih di Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan, yang memiliki potensi besar sebagai desa wisata berbasis pertanian, budaya Banjar, dan keunggulan ekowisata durian lokal. Sejalan dengan arah kebijakan pembangunan desa wisata nasional, pengembangan Desa Bi'ih

memerlukan strategi yang mampu mengintegrasikan nilai-nilai lokal dengan inovasi digital untuk meningkatkan daya saing destinasi di tengah perubahan perilaku wisatawan global. Destinasi wisata modern dituntut tidak hanya memiliki daya tarik unik, tetapi juga mampu membangun citra merek (*destination branding*) yang berkelanjutan dan relevan dengan nilai-nilai keberlanjutan (Aman et al., 2024).

Transformasi digital telah mengubah cara wisatawan memilih, merasakan, dan menilai pengalaman wisata (Bianca & Firdaus, 2025). Inklusi digital dan keberlanjutan e-commerce pariwisata menjadi faktor penting dalam memastikan akses yang setara bagi semua kalangan, termasuk penyandang disabilitas (Theofanous et al., 2024). Prinsip digital inclusivity ini menekankan pentingnya tata kelola pariwisata yang adaptif, berorientasi layanan, dan memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan promosi serta keterlibatan masyarakat. Dalam Desa Bi'ih, adopsi strategi digital inklusif seperti pemasaran daring, sistem informasi wisata, dan kolaborasi lintas pelaku dapat menjadi solusi dalam mengatasi keterbatasan promosi dan membangun ekosistem wisata cerdas berbasis komunitas.

Selain aspek digital, tantangan lingkungan juga menjadi perhatian utama dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. Peningkatan aktivitas wisata dapat memicu kenaikan jejak karbon dan volume limbah, sehingga pengelolaan sampah dan konservasi sumber daya menjadi faktor penentu keberlanjutan destinasi (Obersteiner et al., 2021). Oleh karena itu, pendekatan *green tourism* di Desa Bi'ih perlu memperhatikan efisiensi sumber daya, pengurangan limbah, dan kesadaran wisatawan terhadap ekosistem lokal. Praktik semacam ini bukan hanya memperkuat daya tarik wisata berbasis alam, tetapi juga meningkatkan reputasi destinasi hijau yang selaras dengan prinsip SDGs 11 (Kota dan Komunitas Berkelanjutan) dan SDGs 13 (Aksi Iklim) (Sumarmi et al., 2022).

Sementara itu, strategi pemasaran desa wisata juga memegang peran penting dalam memperluas eksposur dan menarik wisatawan (Bianca & Firdaus, 2025). Ramadhani et al. (2021) Penerapan *e-marketing* pada destinasi wisata perdesaan, seperti di Puncak Sosok, efektif dalam memperkuat identitas desa dan mempercepat proses promosi pariwisata (Ramadhani et al., 2021). Pendekatan serupa dapat diterapkan di Desa Bi'ih dengan menonjolkan kekayaan alam, produk lokal berbasis durian, serta keunikan budaya Banjar sebagai branding element. Pemasaran digital yang partisipatif dapat menghubungkan potensi lokal dengan pasar nasional dan internasional, menciptakan sinergi antara masyarakat, pemerintah, dan sektor swasta dalam pengelolaan wisata desa (Aman et al., 2024).

Selain itu, komunikasi pembangunan berkelanjutan berbasis kearifan lokal dalam pengelolaan desa wisata Nilai gotong royong, musyawarah, dan kebersamaan yang telah lama menjadi karakter masyarakat pedesaan menjadi kekuatan sosial yang dapat menopang keberhasilan pembangunan wisata berbasis komunitas (Arifin & Nino Ardhiyansyah, 2020). Di Desa Bi'ih, hal ini tercermin melalui kolaborasi antara perangkat desa, karang taruna, dan pelaku UMKM yang saling bersinergi dalam menciptakan aktivitas wisata edukatif dan produktif. Dengan demikian, model pengembangan desa wisata tidak hanya menekankan aspek ekonomi, tetapi juga memperkuat kohesi sosial dan identitas budaya lokal (Hamril et al., 2021).

Berdasarkan telaah tersebut, terlihat adanya kesenjangan (*research gap*) dalam kajian pariwisata desa di Indonesia, khususnya terkait integrasi digitalisasi, keberlanjutan lingkungan, dan kearifan lokal dalam satu kerangka pembangunan desa wisata. Penelitian-penelitian sebelumnya cenderung fokus pada aspek tunggal seperti pemasaran digital atau konservasi lingkungan, tanpa menggabungkan dimensi sosial dan budaya secara menyeluruh. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi untuk mengkaji bagaimana strategi pengembangan pariwisata di Desa Wisata Bi'ih dapat diarahkan menuju model *smart and sustainable tourism village* yang mengintegrasikan teknologi digital, pengelolaan lingkungan hijau, dan partisipasi masyarakat berbasis kearifan lokal. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis potensi dan strategi pengembangan Desa Wisata Bi'ih dalam mewujudkan destinasi wisata cerdas yang berkelanjutan, inklusif, dan berdaya saing di tingkat regional maupun nasional.

2. KAJIAN TEORITIS

Community-Based Tourism (CBT)

Konsep *Community-Based Tourism* (CBT) berakar dari teori pembangunan partisipatif (*Participatory Development Theory*), yang menempatkan masyarakat sebagai subjek, bukan objek pembangunan. Pendekatan ini menekankan bahwa masyarakat lokal harus memiliki peran utama dalam setiap tahap pengembangan pariwisata—mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi (Tosun, 2000). Dalam konteks negara berkembang, partisipasi masyarakat sering kali menghadapi keterbatasan akibat struktur kekuasaan lokal, dominasi elit, serta rendahnya kapasitas kelembagaan desa, sehingga penguatan kapasitas masyarakat menjadi aspek penting dari penerapan CBT (Murphy, 1985; Tosun, 2000).

CBT juga bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemanfaatan sumber daya lokal secara berkelanjutan. Pendekatan ini berfokus pada penciptaan manfaat ekonomi langsung bagi masyarakat, sekaligus menjaga keberlanjutan lingkungan dan nilai budaya lokal (Ashley, 1998). Keberhasilan CBT sangat bergantung pada penguatan *social*

capital, peningkatan kapasitas manajerial masyarakat, serta keterlibatan kelompok rentan seperti perempuan dan pemuda (Giampiccoli & Kalis, 2012). Pendekatan ini memastikan bahwa manfaat pariwisata tidak hanya dirasakan oleh segelintir pihak, tetapi tersebar secara merata di antara seluruh anggota komunitas.

Sejalan dengan itu, nilai-nilai sosial seperti gotong royong dan *musyawarah mufakat* menjadi elemen kunci dalam pengelolaan desa wisata berbasis kearifan lokal (Arifin & Nino Ardiansyah, 2020). Dalam studi di Desa Kopi Sumberdem, di mana keberhasilan penerapan CBT sangat dipengaruhi oleh tahapan pemberdayaan masyarakat yang meliputi penyadaran, pelatihan, dan penguatan kelembagaan desa wisata (Riski Windarsari et al., n.d.). Praktik serupa juga terlihat di beberapa daerah wisata lainnya. Seperti di Desa Wisata Mekarsari, partisipasi masyarakat meningkat seiring dengan adanya pelatihan dan pendampingan dari pemerintah daerah, meskipun masih dihadapkan pada keterbatasan sumber daya manusia dan manajemen (Suhaimi et al., 2024).

Strategi marketing pariwisata

Strategi *e-marketing* dalam konteks pariwisata modern berfokus pada transformasi digital sebagai sarana kolaborasi nilai antara pengelola destinasi dan wisatawan. Penelitian (Ramadhani et al., 2021) menunjukkan bahwa penerapan *e-marketing* berbasis partisipasi masyarakat di Desa Wisata Puncak Sosok berhasil meningkatkan kunjungan wisatawan sekaligus memperkuat citra destinasi melalui media sosial dan konten video yang dikelola komunitas. Temuan ini sejalan dengan konsep *co-creation marketing* yang dikemukakan (Buhalis & Amaranggana, 2015) di mana wisatawan berperan aktif menciptakan pengalaman destinasi melalui interaksi digital seperti ulasan dan foto.

Kemudian, penelitian (Theofanous et al., 2024) menyoroti pentingnya *digital inclusivity* dalam pariwisata berkelanjutan, bahwa strategi pemasaran digital yang inklusif dapat memperluas akses bagi semua kalangan, sekaligus memperkuat keberlanjutan sosial dan ekonomi destinasi. Temuan serupa juga diperkuat oleh (Tran & Rudolf, 2022) yang mengidentifikasi peran signifikan media sosial dalam *destination branding* melalui *storytelling* dan interaksi visual yang memperkaya citra destinasi.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam dinamika sosial, ekonomi, dan budaya yang terjadi dalam pengembangan pariwisata berbasis komunitas di Desa Wisata Bi'ih, Kecamatan Karang Intan, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan. Pendekatan ini dipilih karena mampu

mengungkap makna, persepsi, dan strategi masyarakat dalam mengelola potensi wisata secara partisipatif dan berkelanjutan (Creswell, 2015).

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara, observasi partisipatif, dan dokumentasi lapangan. Informan utama terdiri dari Kepala Desa Bi'ih beserta perangkatnya, pelaku UMKM wisata durian, dan karang taruna desa, serta wisatawan luar daerah. Wawancara difokuskan pada strategi promosi digital, partisipasi masyarakat, serta dampak ekonomi pariwisata terhadap kesejahteraan warga. Data sekunder diperoleh dari dokumen profil desa, laporan kegiatan BUMDes, data kunjungan wisata dari Dinas Pariwisata Kabupaten Banjar, serta literatur akademik yang relevan.

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif (Miles et al., 2013) yang meliputi tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas hasil penelitian diuji melalui triangulasi sumber dan metode untuk memastikan keandalan informasi dari berbagai pihak (moelong, 2015). Hasil analisis ini digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan Desa Wisata Bi'ih yang berorientasi pada *community-based tourism* dan *digital tourism*, guna mendukung visi pembangunan desa yang inklusif dan berkelanjutan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil temuan dan analisis mengenai strategi pembangunan Desa Wisata Bi'ih sebagai desa wisata cerdas, dengan menyoroti partisipasi masyarakat, pemanfaatan teknologi digital, serta efektivitas media informasi dalam mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Kondisi Umum Desa Wisata Bi'ih dan Potensi Lokal

Desa Bi'ih merupakan salah satu desa di Kecamatan Karang Intan, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan, yang memiliki karakter geografis khas daerah perbukitan dengan udara sejuk dan panorama alam hijau. Desa ini memiliki luas wilayah sekitar 15,58 km². Wilayahnya didominasi oleh dataran tinggi dengan ketinggian antara 7 hingga 100 meter di atas permukaan laut, sehingga wilayah ini cocok untuk kegiatan pertanian dan perkebunan. Desa Biih dikenal sebagai sentra agrowisata durian di Kalimantan Selatan. Pada tahun 2018, Gubernur Kalimantan Selatan meresmikan Desa Biih sebagai Agrowisata Durian, yang mana menonjolkan potensi lokal dalam budidaya durian dan buah-buahan lainnya. Agrowisata Kampung Bi'ih dibangun di atas lahan seluas sekitar tiga hektar dan dilengkapi dengan berbagai wahana permainan anak-anak, seperti kereta keliling dan becak mini, untuk menarik wisatawan.

Sebagian besar penduduk di desa ini bekerja sebagai petani, pekebun, serta pelaku usaha kecil, dengan aktivitas harian yang berpusat pada pengelolaan lahan, perdagangan hasil pertanian, dan usaha kuliner lokal. Pola kehidupan masyarakat masih mencerminkan nilai-nilai sosial khas Banjar seperti gotong royong, kebersamaan, dan semangat musyawarah dalam menyelesaikan persoalan desa.

Masyarakat Desa Bi'ih mulai aktif membentuk kelompok-kelompok produktif seperti UMKM pengolah hasil pertanian dan produk olahan durian, kelompok wanita tani, serta koperasi kecil yang dikelola secara mandiri. Pemerintah desa juga mendukung kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan wirausaha, peningkatan keterampilan, dan kegiatan karang taruna yang difokuskan pada pengembangan potensi ekonomi berbasis lokal. Selain itu, terdapat pula kegiatan sosial-keagamaan seperti pengajian rutin, gotong royong kebersihan lingkungan, dan pelestarian tradisi Banjar melalui seni musik dan tari daerah yang menjadi bagian dari identitas budaya masyarakat Bi'ih. Ketika hari kemerdekaan Indonesia tiba, karang taruna dan Masyarakat juga melaksanakan berbagai macam perlombaan untuk merayakannya. Bahkan di waktu senggang sore hari, karang taruna terkadang aktif melakukan olahraga Bersama Masyarakat seperti voli di lapangan desa.

Dalam beberapa tahun terakhir, Desa Bi'ih juga mulai dikenal karena potensi wisatanya, terutama sektor agrowisata durian yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan lokal. Pada musim panen, desa ini ramai dikunjungi oleh wisatawan yang ingin menikmati durian langsung dari kebunnya. Kegiatan wisata ini turut melibatkan masyarakat yang memiliki lahan durian, pemandu kebun, penjual kuliner, hingga pengrajin souvenir. Pemerintah desa juga memfasilitasi dalam pengembangan desanya, seperti menjaga kebersihan lingkungan, serta mengadakan pameran produk lokal untuk memperkuat promosi dan ekonomi masyarakat. Sinergi antara perangkat desa, pelaku UMKM, dan karang taruna membuat kegiatan ini tidak hanya bersifat seremonial, tetapi juga berdampak nyata pada peningkatan pendapatan warga dan pengenalan Desa Bi'ih sebagai salah satu destinasi wisata potensial di Kabupaten Banjar.

Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata

Partisipasi masyarakat menjadi pilar utama dalam pengembangan Desa Wisata Bi'ih, di mana seluruh tahapan kegiatan pariwisata dijalankan dengan keterlibatan aktif warga. Kegiatan seperti penjualan durian, pengelolaan kuliner dan souvenir, pelatihan wirausaha, dan promosi digital oleh karang taruna menunjukkan penerapan nyata konsep *Community-Based Tourism* (CBT). Dalam hal ini, masyarakat tidak sekadar menjadi objek pembangunan, tetapi bertindak sebagai pelaku utama dalam menjaga keberlanjutan wisata dan ekonomi lokal. Hal ini sejalan

dengan (Tong et al., 2024) yang menegaskan bahwa sistem pariwisata berbasis komunitas mendorong kemandirian sosial-ekonomi melalui tata kelola partisipatif yang berkelanjutan.

Keterlibatan aktif karang taruna dan BUMDes menjadi sinergi kelembagaan desa. Karang taruna mengelola media sosial, dokumentasi kegiatan, serta mendampingi wisatawan selama musim panen durian berlangsung, sedangkan BUMDes berfokus pada penjualan buah durian, souvenir penjualan buah lokal lainnya. Pola kolaborasi ini memperkuat *social network* antarwarga dan meningkatkan dukungan terhadap destinasi, sebagaimana dikemukakan oleh (Jiang et al., 2024) bahwa jejaring sosial dan modal sosial komunitas menjadi faktor utama yang memengaruhi perilaku dukungan terhadap pariwisata pedesaan. Selain itu, partisipasi kelompok perempuan dalam UMKM olahan durian dan produk kerajinan lokal juga memperluas dampak ekonomi rumah tangga dan memperkuat peran gender dalam sektor wisata.

Kehadiran kegiatan gotong royong, kerja bakti, dan pengelolaan fasilitas publik seperti jalan menuju kebun wisata, area parkir, serta balai desa mencerminkan tumbuhnya rasa memiliki dan solidaritas sosial di tengah masyarakat. Yang mana ini mencerminkan dari praktik CBT yang terintegrasi dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) dapat memperkuat ketahanan sosial dan kemandirian ekonomi di tingkat komunitas (Abreu et al., 2024). Model partisipasi yang berkembang di Desa Bi'ih menyatakan bahwa *community-based tourism* berperan penting dalam pencapaian SDGs 1 (pengentasan kemiskinan) dan SDGs 8 (pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi), dengan menempatkan masyarakat sebagai pusat dari transformasi kesejahteraan desa wisata Jackson, 2025). Oleh karena itu, strategi pembangunan Desa Wisata Bi'ih dapat dilihat sebagai praktik nyata integrasi sosial-ekonomi berbasis komunitas yang mendorong kemandirian, inklusivitas, dan kesejahteraan masyarakat desa.

Inovasi dan Transformasi Digital dalam Pengelolaan Desa Wisata

Transformasi digital menjadi salah satu elemen penting dalam memperkuat daya saing Desa Wisata Bi'ih sebagai destinasi berbasis masyarakat. Pemanfaatan teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai instrumen komunikasi, reservasi, dan pembelajaran. Digitalisasi pada destinasi wisata mendorong efisiensi, keterhubungan antar pemangku kepentingan, serta peningkatan pengalaman wisatawan melalui inovasi layanan daring (Sugiarti et al., 2025). Di Desa Bi'ih, proses digitalisasi mulai tampak dengan kehadiran website resmi desa di alamat <https://biih.gidesmanis.id/>. Namun, berdasarkan hasil observasi, situs tersebut belum diperbarui secara berkala dan terakhir pembaruan tercatat pada Agustus

2024, sebagian besar kontennya masih berfokus pada laporan administratif, bukan pada promosi wisata, potensi lokal, atau kegiatan masyarakat.



Gambar 1. Website Resmi Desa Bi'ih.

Jika ditinjau dari aspek media sosial, desa ini belum memiliki akun resmi yang mengelola informasi pariwisata secara terpusat. Tidak ditemukan akun aktif di Instagram, TikTok, maupun Facebook yang mewakili identitas Desa Wisata Bi'ih. Promosi dan penyebaran informasi wisata masih bergantung pada jalur “mulut ke mulut”, baik antarwarga maupun wisatawan yang pernah berkunjung. Namun sekarang, beberapa *content creator* telah membuat video mengenai destinasi yang ada di desa ini. Kondisi ini menyebabkan visibilitas desa di ranah digital rendah dan membuat calon wisatawan sulit memperoleh informasi terkait harga durian yang dijual, akses jalan, maupun kegiatan musiman seperti Festival Durian. Sejalan dengan hal yang terjadi tersebut, ketidakhadiran kanal digital resmi dapat menghambat proses *destination branding* dan mengurangi kepercayaan wisatawan terhadap keandalan destinasi (Tran & Rudolf, 2022).

Untuk memperkuat kehadiran digital, diperlukan strategi terpadu yang mencakup pengelolaan website, media sosial, dan kanal reservasi daring. Promosi digital yang efektif di sektor pariwisata menuntut adanya narasi visual, konten autentik, dan interaksi dua arah yang memperkuat hubungan emosional antara wisatawan dan komunitas lokal (Buhalis & Amaranggana, 2015). Selain itu, keberhasilan transformasi digital pada destinasi wisata sangat ditentukan oleh *digital inclusivity* yakni sejauh mana seluruh lapisan masyarakat dapat mengakses, memahami, dan berpartisipasi dalam proses digitalisasi (Theofanous et al., 2024). Oleh karena itu, karang taruna dan pelaku UMKM dapat menjadi garda terdepan dalam mengelola konten digital melalui pelatihan literasi media, pembuatan video pendek di TikTok, dan unggahan rutin di Instagram yang menampilkan kegiatan budaya, kuliner, dan alam desa.

Langkah strategis lainnya adalah pembaruan struktur dan konten website Desa Bi'ih agar lebih representatif terhadap potensi wisata. Halaman baru dapat memuat informasi seperti rute wisata, daftar homestay, paket wisata durian, katalog UMKM, serta agenda kegiatan tahunan. Dengan upaya ini penerapan e-marketing berbasis komunitas efektif meningkatkan kunjungan wisata sekaligus memperkuat citra destinasi (Ramadhani et al., 2021). Selain itu, kerja sama dengan perguruan tinggi, pelatihan *search engine optimization* (SEO), dan pembuatan microsite khusus wisata desa dapat menjadi solusi praktis untuk memperluas jangkauan promosi. Dengan pendekatan ini, Desa Wisata Bi'ih tidak hanya mampu meningkatkan eksposur digital, tetapi juga mewujudkan transformasi sosial-ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan bagi masyarakat lokal.

Dampak Pengembangan Desa Wisata kepada Kesejahteraan Masyarakat

Masyarakat Desa Bi'ih menunjukkan solidaritas tinggi dalam kegiatan gotong royong, festival desa, dan pelatihan digital, hal ini dapat terlihat dari antusiasnya warga yang hadir dalam kegiatan tersebut. Hal ini memperkuat rasa memiliki terhadap desa wisata serta menumbuhkan semangat kolektif untuk menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan. Partisipasi sosial yang tumbuh dapat memperkuat ketahanan sosial desa dan mengurangi ketimpangan partisipasi antarwarga (Abreu et al., 2024). Warga juga menunjukkan kebanggaan lokal yang lebih tinggi karena desa mereka dikenal sebagai Kampung Durian Banjar, sehingga identitas lokal menjadi kekuatan simbolik dalam mempromosikan desa di tingkat regional.

Sebagai pembandingan, sejumlah desa wisata durian di Indonesia telah berhasil menerapkan strategi pengelolaan pariwisata yang lebih terstruktur dan dapat menjadi referensi bagi Desa Bi'ih. Tabel 1. berikut menampilkan lima desa wisata durian dengan praktik unggulan dalam pengembangan ekonomi lokal, inovasi digital, dan pemberdayaan masyarakat. Komparasi ini menggambarkan elemen-elemen yang dapat diadopsi Desa Bi'ih untuk memperkuat daya saing dan kesejahteraan masyarakatnya.

Tabel 1. Perbandingan Desa Wisata Durian di Indonesia.

Nama Desa Wisata	Kekuatan Utama	Inovasi yang Diterapkan
Candimulyo, Jawa Tengah	Agrowisata durian unggulan & edukasi pertanian	Tiket digital, konten promosi YouTube & IG
Sumbermujur, Lumajang (Jawa Timur)	Durian organik & wisata konservasi	Sistem informasi wisata berbasis aplikasi desa
Alasmalang, Banyuwangi	Festival durian & homestay budaya	Promosi via marketplace lokal & media sosial
Limapuluh Sumatera Barat	Wisata durian & kuliner lokal	Kolaborasi dengan kampus untuk promosi digital
Kerta, Gianyar (Bali)	Durian lokal & budaya Hindu	Integrasi paket wisata ke e-commerce

Dari hasil perbandingan pada tabel di atas, terlihat bahwa desa-desa wisata durian yang sukses memiliki pola pengelolaan yang adaptif dan inovatif, terutama dalam penggunaan teknologi digital serta kolaborasi lintas sektor. Desa Candimulyo dan Alasmalang, misalnya, berhasil menarik wisatawan dengan strategi promosi berbasis media sosial dan penyelenggaraan festival tahunan yang terencana secara konsisten. Sementara itu, Desa Sumbermujur menonjol dalam penerapan inovasi teknologi melalui aplikasi wisata berbasis komunitas yang memudahkan reservasi dan informasi wisata, sedangkan Desa Kerta unggul dalam integrasi produk lokal ke platform e-commerce nasional yang memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan nilai ekonomi desa.

Bagi Desa Bi'ih, referensi penting yang dapat diambil dari berbagai praktik tersebut adalah pentingnya menjaga konsistensi promosi digital agar potensi durian dan budaya Banjar dapat dikenal lebih luas, baik di tingkat regional maupun nasional. Penguatan kapasitas sumber daya manusia lokal dalam mengelola media sosial dan pemasaran daring juga menjadi kunci agar informasi tentang kegiatan wisata, produk UMKM, dan potensi budaya dapat tersampaikan dengan menarik dan relevan. Selain itu, penjadwalan agenda wisata tahunan seperti Festival Durian Bi'ih akan memperkuat citra desa sebagai destinasi unggulan berbasis agrowisata. Sinergi dengan universitas, lembaga riset, serta platform digital nasional pun penting untuk membangun jejaring promosi dan pengembangan inovasi berkelanjutan. Melalui langkah-langkah ini, Desa Bi'ih berpotensi tumbuh menjadi model desa wisata durian yang tidak hanya memperkuat identitas lokal, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pariwisata yang inklusif, kreatif, dan berkelanjutan.

Strategi Pembangunan Desa Wisata

Pembangunan Desa Wisata Bi'ih diarahkan untuk memperkuat kesejahteraan masyarakat melalui pendekatan kolaboratif yang mengintegrasikan konsep *Community-Based Tourism* (CBT) dan *Smart Tourism*. Strategi ini tidak hanya menekankan pada pengembangan daya tarik wisata, tetapi juga pada penciptaan ekosistem digital dan sosial yang saling mendukung. Dalam Desa Bi'ih, penerapan konsep tersebut menuntut adanya sinergi antara masyarakat, pemerintah desa, dan pemangku kepentingan eksternal seperti perguruan tinggi, pelaku usaha, serta platform digital. Pendekatan ini bertujuan agar pengelolaan pariwisata tidak bersifat *top-down*, melainkan tumbuh dari inisiatif masyarakat dengan dukungan teknologi yang mempermudah akses, promosi, dan keberlanjutan.

Dari sisi potensi, Desa Bi'ih memiliki sumber daya yang sangat kuat untuk dikembangkan sebagai desa wisata unggulan. Potensi alam berupa kebun durian, lanskap perbukitan, serta budaya Banjar yang autentik merupakan fondasi utama dalam membangun citra destinasi.

Namun, kekuatan terbesar Bi'ih terletak pada modal sosial masyarakatnya, semangat gotong royong, kepedulian lingkungan, dan solidaritas komunitas yang menjadi karakter khas desa ini. Dengan menggabungkan kearifan lokal tersebut dengan strategi digital, Bi'ih berpeluang untuk menciptakan model pariwisata yang berakar pada identitas budaya, namun tetap relevan dengan tren digitalisasi pariwisata modern. Potensi inilah yang menjadi dasar integrasi antara nilai-nilai CBT dan inovasi *smart tourism village*.

Dari sisi implementasi, strategi pengembangan yang paling mendesak bagi Desa Bi'ih meliputi tiga hal utama yaitu pelatihan literasi digital warga, revitalisasi media komunikasi desa, dan pembangunan sistem promosi terintegrasi. Pelatihan digital bagi pengelola BUMDes, karang taruna, dan pelaku UMKM diperlukan agar mampu mengelola konten wisata di media sosial secara mandiri. Revitalisasi website desa juga menjadi prioritas agar platform tersebut benar-benar mencerminkan identitas dan potensi Bi'ih, bukan sekadar laman administratif. Selain itu, kolaborasi dengan perguruan tinggi dapat diarahkan untuk riset pemasaran digital, pendampingan branding, dan pengembangan sistem informasi wisata berbasis komunitas. Model seperti ini terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan kemandirian destinasi (Abreu et al., 2024).

Dari sisi implikasi, strategi pembangunan Desa Wisata Bi'ih memberikan dua manfaat utama yaitu teoretis dan praktis. Secara teoretis, integrasi CBT dan *Smart Tourism* memperkuat literatur tentang pembangunan desa wisata berbasis digital yang tetap berpijak pada nilai budaya lokal. Model ini menegaskan bahwa inovasi teknologi tidak menghapus peran masyarakat, tetapi justru memperluas kapasitas partisipatif dalam pengelolaan wisata. Secara praktis, strategi Bi'ih dapat dijadikan *benchmark* bagi desa-desa lain di Kalimantan Selatan seperti Desa Sungai Tabuk dan Desa Paramasan yang memiliki potensi serupa namun belum terdigitalisasi. Melalui penerapan strategi berbasis kolaborasi dan inklusivitas digital, Desa Bi'ih berpeluang menjadi pionir desa wisata yang tidak hanya menarik wisatawan, tetapi juga menumbuhkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan Desa Wisata Bi'ih memiliki peran strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penguatan ekonomi lokal, partisipasi sosial, dan pemanfaatan teknologi digital. Integrasi antara *Community-Based Tourism* (CBT) membuktikan bahwa keberhasilan pengelolaan destinasi tidak hanya bergantung pada potensi alam dan budaya, tetapi juga pada kapasitas masyarakat dalam mengelola dan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi. Kegiatan berbasis gotong

royong, festival desa, serta partisipasi aktif karang taruna dan BUMDes menjadi fondasi penting bagi penguatan identitas lokal dan kemandirian ekonomi. Secara strategis, Desa Bi'ih perlu memperkuat tiga aspek utama yaitu, kapasitas digital masyarakat, revitalisasi media promosi desa, dan kemitraan berkelanjutan dengan universitas serta pelaku industri pariwisata. Langkah-langkah ini akan memperkuat citra Bi'ih sebagai destinasi wisata durian yang berdaya saing dan inklusif. Pemerintah daerah diharapkan dapat memberikan dukungan kebijakan yang berfokus pada pelatihan digital, pendampingan promosi daring, serta pembangunan infrastruktur komunikasi yang memadai agar desa wisata dapat tumbuh secara berkelanjutan. Dengan demikian, Desa Bi'ih tidak hanya menjadi ikon agrowisata Kalimantan Selatan, tetapi juga model penerapan desa wisata berbasis masyarakat dan kearifan lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada Pemerintah Desa Bi'ih, Kecamatan Karang Intan, Kabupaten Banjar, beserta seluruh perangkat desa, pengurus BUMDes Bi'ih Mandiri, karang taruna, pelaku UMKM, serta masyarakat setempat atas dukungan, keterbukaan, dan partisipasinya selama proses penelitian ini berlangsung.

DAFTAR REFERENSI

- Abreu, L. A. de, Walkowski, M. da C., Perinotto, A. R. C., & Fonseca, J. F. da. (2024). Community-based tourism and best practices with the Sustainable Development Goals. *Administrative Sciences*, 14(2). <https://doi.org/10.3390/admsci14020036>
- Aman, E. E., Papp-Váry, Á. F., Kangai, D., & Odunga, S. O. (2024). Building a sustainable future: Challenges, opportunities, and innovative strategies for destination branding in tourism. *Administrative Sciences*, 14(12). <https://doi.org/10.3390/admsci14120312>
- Arifin, P., & Ardiansyah, N. N. (2020). Penerapan komunikasi pembangunan berkelanjutan dalam pengelolaan desa wisata berbasis kearifan lokal di Yogyakarta. *Jurnal Nomosleca*, 6.
- Ashley, C., & Roe, D. (1998). *Enhancing community involvement in wildlife tourism: Issues and challenges*. London.
- Bianca, R., & Firdaus, P. (2025). Analisis media sosial Instagram untuk pengembangan wisata di Kampung Adat Segunung. *Jiip*, 8. <http://jiip.stkipyapisdompu.ac.id>
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_28

- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian kualitatif & desain riset: Memilih di antara lima pendekatan* (A. L. Lazuardi, Trans.). Pustaka Pelajar.
- Giampiccoli, A., & Kalis, J. H. (2012). Community-based tourism and local culture: The case of the amaMpondo. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(1), 173–188. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.017>
- Hamril, Sarjan, A., & Arifin, S. (2021). Pengelolaan badan usaha milik desa dalam meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Lappariaja Kabupaten Bone perspektif ekonomi syariah. *Jurnal Al-Tsarwah*, 4. <https://doi.org/10.30863/al-tsarwah.v4i1.1613>
- Jackson, L. A. (2025). Community-based tourism: A catalyst for achieving the United Nations Sustainable Development Goals one and eight. *Tourism and Hospitality*, 6(1). <https://doi.org/10.3390/tourhosp6010029>
- Jiang, Y., Wu, W., Guo, Y., Zhou, H., & Wu, K. (2024). The influence of social networks on tourism support behaviors among ethnic village residents. *Sustainability (Switzerland)*, 16(23). <https://doi.org/10.3390/su162310787>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2013). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2015). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A community approach*. Methuen.
- Nurung, H. N., Surata, I. K., & Kanten, I. K. (2025). Strategi prioritas pengembangan pariwisata berbasis smart village di Desa Wisata Rinding Allo, Kabupaten Luwu Utara, Sulawesi Selatan. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 19(2), 1092. <https://doi.org/10.35931/aq.v19i2.4810>
- Obersteiner, G., Gollnow, S., & Eriksson, M. (2021). Carbon footprint reduction potential of waste management strategies in tourism. *Environmental Development*, 39. <https://doi.org/10.1016/j.envdev.2021.100617>
- Ramadhani, Suswanta, & Shaddiq, S. (2021). E-marketing of village tourism development strategy (Case study in the tourist village Puncak Sosok). *Journal of Robotics and Control (JRC)*, 2(2), 72–77. <https://doi.org/10.18196/jrc.2255>
- Riski Windarsari, W., Winarno, A., & Hermawan, A. (n.d.). Penerapan konsep community based tourism (CBT) dan pemberdayaan potensi pariwisata lokal untuk peluncuran Desa Wisata Kampung Kopi Sumberdem.
- Sugiarti, I., Rahman, B., & Rosadi, H. (2025). Pengelolaan pariwisata berbasis digital di objek wisata Pantai Minang Rua Kabupaten Lampung Selatan: Studi kasus manajemen destinasi. *Journal of Tourism, Hospitality, and Destination*, 4(3), 271–279. <https://doi.org/10.55123/toba.v4i3.6126>
- Suhaimi, S. N., Putri, T. A., Harahap, A., Furqan, A., & Tim Kepariwisataaan. (2024). Analisis penerapan community based tourism (CBT) di Desa Wisata Mekarsari, Kabupaten Bandung. *Jurnal Industri Pariwisata*, 6(2).

- Sumarmi, Bachri, S., Purwanto, Sholiha, A. W., Zubaidah, S., & Shrestha, R. P. (2022). Assessing Bedul Mangrove Ecotourism using green and fair strategy empowerment to fulfill SDGs 2030 agenda for tourism. *Environmental Research, Engineering and Management*, 78(2), 73–87. <https://doi.org/10.5755/j01.arem.78.2.31006>
- Theofanous, G., Thrassou, A., & Uzunboylu, N. (2024). Digital inclusivity: Advancing accessible tourism via sustainable e-commerce and marketing strategies. *Sustainability (Switzerland)*, 16(4). <https://doi.org/10.3390/su16041680>
- Tong, J., Li, Y., & Yang, Y. (2024). System construction, tourism empowerment, and community participation: The sustainable way of rural tourism development. *Sustainability (Switzerland)*, 16(1). <https://doi.org/10.3390/su16010422>
- Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management*, 21(6), 613–633. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00009-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00009-1)
- Tran, N. L., & Rudolf, W. (2022). Social media and destination branding in tourism: A systematic review of the literature. *Sustainability (Switzerland)*, 14(20). <https://doi.org/10.3390/su142013528>