

PERAN *MARKETPLACE GO DESTINATION VILLAGE (GODEVI)* DALAM MEMPROMOSIKAN DESA WISATA (Studi Kasus Desa Wisata Sayan, Ubud)

I Wayan Putra Aditya¹, Ni Nyoman Arini²

Email: aditditya33@gmail.com¹, arin.arini10@yahoo.co.id²

¹Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional

²Fakultas Pariwisata, Universitas Triatma Mulya

Abstract: Government through The Ministry of Tourism and Creative Economy focuses on increasing digitization in the tourism sector. Godevi stands for Go Destination Village supports Government programs through digital applications specifically designed to tourism village empowerment. Godevi is a start up company specializing in tourism village development. Godevi is a digital platform that provides a marketplace for tourism village product and for tourist who love the authentic tourism village. Godevi also provide marketplace for local community to promote their village product. This study analyzes the roles of Godevi in promoting the Sayan Tourism Village. Sayan Village is designated as one of the tourist villages in Gianyar Regency and also is part of Godevi's partner village. Godevi's platform helps tourism villages that have difficulty in developing village potential. The existence of a tourist village platform such as Godevi in the digitalization era is expected to increase tourist visits to Sayan Village, Ubud. This study aims to identify Godevi's role in promoting Sayan Village through digital platforms. The relevant research approach used in this study is a qualitative approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation. The result of this study refer to the presence of the Godevi marketplace is very helpful for village tourism managers in developing village product. There are four roles of Godevi in promoting the Sayan Tourism Village namely the role of digital platforms as developers, tourism village assistance, facilitator, and cooperation partner.

Abstrak: Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif fokus terhadap peningkatan digitalisasi pada sektor pariwisata. Go Destination Village (yang selanjutnya disebut Godevi) mendukung program Pemerintah melalui aplikasi digital yang dirancang khusus untuk memberdayakan desa wisata. Godevi adalah perusahaan start up yang bergerak di bidang pengembangan desa wisata. Godevi merupakan *marketplace* desa wisata yang membantu desa dalam mempromosikan potensi desa. Penelitian ini menganalisis tentang peran *marketplace* Godevi dalam mempromosikan Desa Wisata Sayan. Desa Sayan ditetapkan sebagai salah satu desa wisata di Kabupaten Gianyar dan bergabung dalam desa mitra Godevi. Kehadiran platform Godevi membantu desa-desa wisata yang mengalami kesulitan dalam mengembangkan potensi desa. Adanya *platform* desa wisata seperti Godevi di era digitalisasi diharapkan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Sayan, Ubud. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peran Godevi dalam mempromosikan Desa Sayan melalui *platform* digital. Pendekatan penelitian yang relevan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Artikel ini menyimpulkan bahwa kehadiran *marketplace* Godevi sangat membantu pengelola desa wisata dalam mengembangkan potensi desa. Terdapat 4 (empat) peran Go Destination Village (Godevi) dalam mempromosikan Desa Wisata Sayan yaitu berperan sebagai pengembang, pendamping, fasilitator, dan mitra kerjasama.

Keywords: sayan tourism villages, digital platform, go destination village.

PENDAHULUAN

Kabupaten Gianyar mengembangkan pariwisata berbasis desa wisata sebagai salah satu sektor yang berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat, memberdayakan masyarakat lokal, memperluas

lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat, dan meningkatkan pendapatan daerah. Ketentuan Peraturan Bupati Gianyar Nomor 127 Tahun 2016 tentang tata cara penetapan desa wisata di Kabupaten Gianyar, Pasal 1 (9) menyatakan bahwa, "Desa Wisata merupakan

wilayah pelestarian alam lingkungan ekosistem serta simpul budaya tradisional masyarakat dengan tidak menghambat perkembanganarganya untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya melalui usaha kepariwisataan". Desa yang telah memenuhi kriteria sebagai desa wisata ditetapkan dengan Keputusan Bupati yang sebagaimana diatur pada Pasal 6 dalam Peraturan Bupati Gianyar Nomor 127 Tahun 2016 tentang tata cara penetapan desa wisata di Kabupaten Gianyar. Menyikapi amanat Pasal 6 tersebut, pada tanggal 27 April 2020, Pemerintah Kabupaten Gianyar menetapkan Keputusan Bupati Gianyar Nomor 762/E-02/HK/2020 tentang Penetapan Desa Wisata di Kabupaten Gianyar yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat dan memajukan perekonomian masyarakat Desa.

Masyarakat setempat diharapkan dapat memperoleh manfaat dari aktivitas pariwisata yang terdapat di daerahnya. Kegiatan pariwisata diarahkan dapat mensejahterakan masyarakat dengan mengedepankan sumber daya pariwisata seperti daya tarik wisata alam, budaya, dan minat khusus serta sumber daya manusia untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang berlibur. Desa wisata dapat memberikan pengalaman berlibur yang berbeda, seperti wisatawan dapat mengenal adat istiadat, budaya masyarakat Bali, dan berinteraksi dengan masyarakat lokal. Desa Adat Sayan di Kabupaten Gianyar ditetapkan sebagai desa wisata melalui SK Bupati Nomor 762/E-02/HK/2020 tentang Penetapan Desa Wisata di Kabupaten Gianyar (dispar.da.baliprov.go.id/2020). Daya tarik wisata yang dimiliki Desa Sayan adalah Sungai Ayung dan Sungai Laoh yang dipadu dengan lanskap persawahan (Subak Bija), lukisan otentik bergaya *young artist* yang menjadi *living culture* sehingga Desa Sayan dikenal sebagai rumahnya seni lukis *young artist*, berkembangnya tren *wellness tourism* seperti yoga menjadikan kawasan Ubud, khususnya Desa Sayan sebagai pusat wisata kesehatan, menyaksikan tarian tradisional yang diiringi gamelan khas Desa Sayan, dan keberadaan Puri Sayan sebagai daya tarik wisata *heritage*. Aktivitas wisata yang dapat dilakukan di Desa Sayan adalah trekking, *water tubing*, *cycling* di area persawahan Subak Bija, yoga, wisata tirta dengan sumber mata air beji yang disucikan oleh masyarakat setempat dan digunakan untuk *melukat* (pembersihan diri secara jasmani dan

rohani yang dilakukan oleh umat Hindu), wisata kuliner, dan belajar melukis bersama maestro *young artist* (Saputra, 2021:21).

Kemajuan teknologi menyebabkan terjadinya inovasi baru dalam mempromosikan pariwisata melalui pemasaran digital atau *digital marketing*. Pemasaran digital merupakan salah satu dampak teknologi yang berkembang cukup pesat. *According to Coviello, Milley and Marcolin (2001:26), have defined e-marketing as "using the internet and other interactive technologies to create and mediate dialogue between the firm and identified customers"* (*e-marketing* atau pemasaran digital adalah penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi. Pemanfaatan teknologi dapat memberikan kemudahan dalam berkomunikasi, bertukar informasi, menawarkan produk wisata, jangkauan pemasaran yang lebih luas dan efisiensi biaya pemasaran. Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif fokus terhadap peningkatan digitalisasi pada sektor pariwisata. Go Destination Village (yang selanjutnya disebut Godevi) mendukung program Pemerintah melalui aplikasi digital yang dirancang khusus untuk memberdayakan desa wisata melalui konsep *Sustainability, Empowerment, Entrepreneurship (SEE)*. Pertama, konsep *sustainability* artinya dalam pendampingan digitalisasi terhadap desa wisata mitra dilakukan secara berkelanjutan. Kedua, konsep *empowerment* artinya memberdayakan masyarakat lokal. Ketiga, konsep *entrepreneurship* artinya memberikan keahlian dalam berwirausaha bagi masyarakat desa untuk mengembangkan potensi desanya (godevillage.com). Godevi juga memiliki *brand tagline "Authentic Village Experience"* yang bermakna memberikan pengalaman berlibur yang unik bagi wisatawan yang berkunjung ke desa wisata.

Pengelola desa wisata mengalami kesulitan dalam mengembangkan potensi yang dimiliki, sehingga hadirnya *platform* digital berupa Godevi memberikan kemudahan bagi pengelola desa dalam mempromosikan potensi desa. *Platform* digital Godevi memuat informasi mengenai sejarah desa wisata, jarak tempuh, fasilitas, informasi terkait *something to see, something to do, dan something to buy* di Desa Wisata. Artikel ini menganalisis tentang

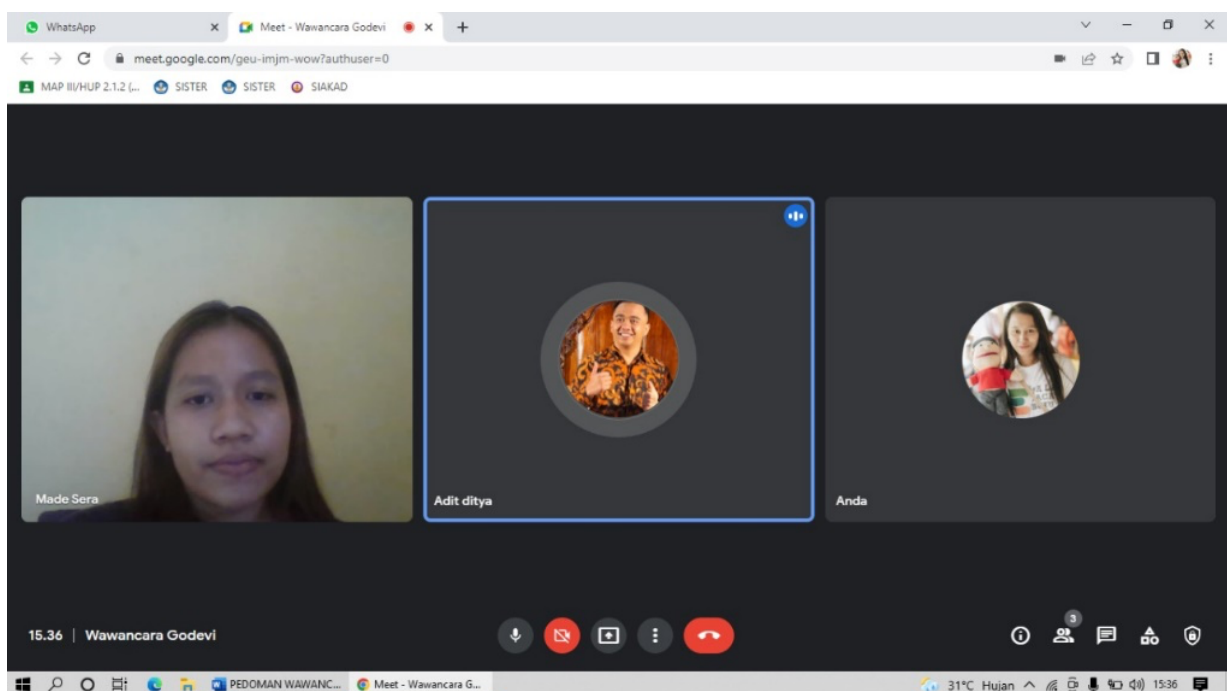
peran *marketplace* Go Destination Village (Godevi) dalam mempromosikan Desa Wisata Sayan. Sejumlah desa ditetapkan sebagai desa wisata dengan adanya potensi yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata, tentu memerlukan pendampingan dalam pengemasan paket wisata maupun pemasaran produk desa wisata. *Platform* digital Godevi hadir untuk mendampingi desa wisata dalam mengemas dan mempromosikan paket-paket desa wisata. Artikel ini bertujuan untuk mengidentifikasi peran Godevi dalam mempromosikan Desa Sayan melalui *platform* digital. Adanya *platform* desa wisata seperti Godevi di era digitalisasi diharapkan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Sayan, Ubud.

METODE

Pendekatan yang relevan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian ini dilakukan di Desa

Sayan, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil wawancara daring / *online* dengan Made Sera Septiani, S.Par., selaku Chief Operation Officer Godevi. Wawancara dilakukan dengan Staff Godevi bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai sinergi antara Desa Sayan dengan *platform* aplikasi digital Godevi dalam mempromosikan desa wisata. Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui dokumen seperti buku, konten-konten dari Instagram Godevi dan artikel penelitian yang berkaitan dengan *marketplace* desa wisata. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, dokumentasi yang diperoleh melalui akun Instagram Godevi @godestinationvillage, dan wawancara yang dilakukan secara daring / *online* bersama Chief Operation Officer Godevi pada Gambar 1.

Gambar 1. Wawancara daring dengan Chief Operation Officer Godevi



HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Marketplace Go Destination Village (Godevi) dalam Mempromosikan Desa Wisata Sayan, Ubud

Menurut Sihombing (2001:172) terdapat 4 (empat) peran yang dapat digunakan untuk menganalisis peran Go Destination Village (Godevi) dalam mempromosikan Desa Wisata Sayan yaitu peran sebagai pengembang, peran sebagai pendamping, peran sebagai fasilitator, dan peran sebagai mitra yang diuraikan sebagai berikut.

Peran Sebagai Pengembang

Godevi merupakan *marketplace* desa wisata yang membantu desa dalam mempromosikan potensi yang dimiliki. Godevi berperan sebagai pengembang, yang artinya aplikasi digital Godevi dapat membantu desa wisata dalam mengembangkan potensi desa dengan berbagai keunikan dan kearifan lokal. Keberadaan para pengembang aplikasi digital seperti Godevi sangat diharapkan untuk dapat membantu desa-desa wisata yang mengalami kesulitan dalam mengembangkan potensi desa.

Pihak Godevi mulai mencari desa mitra pada tahun 2019, dan kami menemukan beberapa masalah di desa seperti tidak ada data terkait informasi umum mengenai potensi desa, produk wisata unggulan dari desa belum ditentukan, TUPOKSI terkait tugas pengelola desa wisata juga masih belum jelas seperti PIC (Person in Charge), pemandu wisata, parkir dimana dan lain sebagainya (Wawancara, 06/05/2022).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, pengelola desa mengalami kesulitan dalam mengembangkan potensi yang dimiliki, sehingga hadirnya *platform* aplikasi digital Godevi dapat membantu desa dalam menemukan solusi dan mempercepat perkembangan desa wisata. Salah satu desa wisata yang bersinergi dengan Godevi adalah

Desa Wisata Sayan, Ubud. Upaya-upaya yang dilakukan pihak Godevi dalam membantu mengembangkan potensi Desa Wisata Sayan adalah membantu menyiapkan paket wisata, membantu pemasaran *event* di desa wisata, tata kelola *homestay* dengan tetap mempertahankan kearifan lokal desa setempat, memberikan akses digital, pengelola Desa Wisata Sayan mendapatkan akun Godevi sehingga dapat mengelola akun tersebut secara langsung dan mengakses laporan keuangan serta laporan pemasaran secara digital. Aplikasi digital tentu memudahkan aktivitas bisnis dalam melakukan pemasaran. Kegiatan pemasaran sangat dibutuhkan dalam pengembangan desa wisata. *Platform* digital Godevi hadir dalam bentuk website dan aplikasi yang memberikan ruang interaksi dari berbagai produk wisata yang ada di desa-desa wisata. Godevi tentunya juga menggunakan media sosial untuk mempromosikan desa wisata mitra melalui konten-konten menarik terkait potensi desa wisata.

Pengikut Godevi di media sosial seperti Facebook, Instagram, linkedin, dan Youtube yang sebagian besar berasal dari kalangan pengelola desa, mahasiswa, dan akademisi yang memiliki concern di bidang ilmu kepariwisataan dengan rentang usia 18 – 45 tahun. Sejauh ini godevi melakukan *branding* di Instagram lebih mendominasi kegiatan konsultan seperti *research* terkait kepariwisataan (Wawancara, 06/05/2022).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, sebagian besar pengikut Godevi di Facebook merupakan pengelola desa wisata, sedangkan pengikut Godevi di Instagram merupakan mahasiswa dan akademisi yang berkecimpung dalam bidang ilmu pariwisata. Hal tersebut diperkuat oleh postingan Godevi terkait potensi Desa Wisata Sayan seperti terlihat pada Gambar 2.

Gambar 2. *Young Artist Painting* di Desa Wisata Sayan



Sumber: Instagram Godevi

Berdasarkan gambar di atas, ditemukan bahwa belum ada *feedback* terkait ketertarikan pengikut Godevi di Instagram untuk mengunjungi desa wisata ketika memposting foto atau video terkait potensi desa wisata, khususnya Desa Wisata Sayan. Hal tersebut dikarenakan pengikut Godevi bukanlah wisatawan melainkan orang-orang yang berkecimpung dalam bidang ilmu pariwisata, dimana mereka mengikuti akun Godevi untuk kebutuhan *research* dan juga program *internship* yang menawarkan peluang magang serta memperdalam pengalaman bagi mahasiswa untuk tumbuh bersama dalam memajukan pariwisata. Adapun upaya yang akan dilakukan Godevi kedepannya adalah lebih memfokuskan pengikut media sosial ke wisatawan yaitu orang-orang yang tertarik berkunjung ke desa wisata dengan tujuan untuk berwisata. Sejauh ini yang juga menjadi kendala adalah belum adanya konsistensi dalam mengunggah konten terkait desa wisata, sehingga kedepannya diperlukan adanya konsistensi dalam mengunggah konten guna membangun interaksi dan konsistensi dalam mempromosikan desa wisata mitra. Adanya interaksi antara konsumen dengan sebuah *brand* yang dikenal dengan *brand engagement* merupakan hal yang sangat penting karena

semakin banyak interaksi yang dilakukan, maka semakin tinggi *brand engagement* yang terbangun. Chief Operation Officer Godevi, Made Sera Septiani, S.Par., mengatakan bahwa terkadang konten sederhana terkait potensi desa wisata yang diunggah di Instagram mendapatkan *feedback* yang lebih banyak, sehingga kedepannya pihak Godevi akan mencoba membuat konten-konten sederhana dengan konsep bercerita dan kesannya tidak terlalu formal namun tetap menarik untuk membangun *engagement*, sehingga orang-orang tertarik untuk berkunjung, muncul rasa penasaran, dan ingin mengetahui aktivitas apa saja yang dapat dilakukan di desa tersebut.

Pada awal Januari 2021, Godevi bersinergi dengan Fakultas Pariwisata Universitas Udayana menyelenggarakan kegiatan lomba foto desa wisata sebagai salah satu upaya untuk membangun *engagement* dengan tema "*Authentic Village Experience*". Lomba foto yang mengusung tema *Authentic Village Experience* artinya peserta dalam lomba foto dapat membagikan foto pengalaman berwisata di Desa Wisata, dengan menonjolkan keunikan desa wisata. Kegiatan ini merupakan salah satu upaya dalam mempromosikan potensi yang dimiliki desa. Lomba foto ini terbuka untuk umum dan telah diikuti oleh

anak-anak muda di Bali yang tertarik di bidang fotografi. Chief Operation Officer Godevi, Made Sera Septiani, S.Par., mengatakan bahwa tujuan diselenggarakannya lomba foto adalah untuk mendapatkan foto-foto yang nantinya akan digunakan sebagai konten. Salah satu anak

muda di Bali yang mengikuti lomba foto yang bertema tema *Authentic Village Experience* membagikan pengalaman berwisata di Desa Wisata Sayan dengan aktivitas menenun pada Gambar 3.

Gambar 3. *Photo Competition Godevi*



Sumber: Instagram Godevi

Berdasarkan gambar 3, hasil karya milik David Komang Indrayana yang membagikan keunikan di Desa Sayan memperoleh juara pertama dalam lomba foto desa wisata yang diselenggarakan oleh Godevi. Hasil karya tersebut tentunya memberikan manfaat terhadap Desa Wisata Sayan, hasil karya tersebut secara tidak langsung mempromosikan keunikan yang terdapat di Desa Wisata Sayan. Upaya lainnya yang dilakukan oleh Godevi untuk membangun interaksi adalah melalui *virtual tour* di Desa Wisata Sayan. Godevi menggelar *virtual tour* di Desa Wisata Sayan sebanyak 3 (tiga) kali. *Virtual tour* pertama yang digelar oleh Godevi di Desa Wisata Sayan mengusung tema “*Cultural Heritage of Sayan Village (CHSE)*” dilaksanakan melalui platform Zoom pada tanggal 11 Mei 2021 dengan CHSE *itinerary* yaitu mengenal lebih dekat Desa Wisata Sayan, belajar melukis bersama maestro Young Artist, *sightseeing*

Desa Wisata Sayan, dan *spiritual healing* bersama Jero Made Kotenshi. *Virtual tour* kedua yang digelar oleh Godevi di Desa Wisata Sayan mengusung tema “*Heal Your Mind with SAYANsation*” dilaksanakan melalui platform Zoom pada tanggal 23 Juli 2021 dengan *Heal Your Mind with SAYANsation itinerary* yang sama dengan CHSE *itinerary*, hanya saja ada program tambahan dalam *virtual tour* kedua ini yaitu yoga tertawa bersama instruktur yoga. *Virtual tour* ketiga yang digelar oleh Godevi bersinergi dengan Program Studi S1 Bisnis Digital, Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional di Desa Wisata Sayan mengusung tema “*Digitour: Wonderfood Sayan Village*”. Ada yang berbeda dari *virtual tour* yang ketiga ini yaitu Program Studi S1 Bisnis Digital, Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional mengajak peserta untuk menyusuri tempat kuliner yang unik di Desa Wisata Sayan. *Digitour: Wonderfood Sayan Village*

dilaksanakan melalui *platform* Zoom pada tanggal 23 Januari 2022. *Virtual tour* ketiga ini ditemani oleh Miss Culinary Tourism Indonesia 2021, *reviewer* yang ahli di bidangnya, dan *local guide*. *Virtual Tour* menjadi solusi dalam mempromosikan pariwisata, termasuk Desa Wisata Sayan di masa pandemi *Corona Virus Disease* 2019 (Covid-19). Peserta dapat berinteraksi dengan pihak penyelenggara di dunia *virtual* melalui *virtual tour*. Chief Operation Officer Godevi, Made Sera Septiani, S.Par., mengatakan bahwa Godevi juga secara rutin menyelenggarakan kegiatan webinar yang memberikan ruang berinteraksi terkait tips-tips berwisata, dimana peserta dalam webinar tersebut kebanyakan mahasiswa/mahasiswi yang berasal dari luar Bali, sehingga diharapkan pada musim liburan mereka tertarik mengunjungi desa wisata yang ada di Bali.

Peran Sebagai Pendamping

Tim Godevi memahami masalah-masalah yang dihadapi pengelola desa wisata dalam mengembangkan potensi yang dimiliki desa, sehingga perlu adanya program pendampingan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat desa dalam mengelola potensi wisata yang ada di desa. Kehadiran Godevi sebagai *marketplace* desa wisata berfungsi untuk memberikan pendampingan bagi pengelola desa wisata. Chief Operation Officer Godevi, Made Sera Septiani, S.Par., mengatakan bahwa terdapat 3 (tiga) tahapan yang dilakukan Godevi dalam pendampingan untuk memberdayakan masyarakat lokal di Desa Wisata Sayan meliputi *profiling* desa, pengemasan produk wisata, dan pemasaran. *Pertama*, pendampingan terkait *profiling* desa dilakukan untuk menggali informasi secara menyeluruh terkait pemetaan potensi 4A di Desa Wisata Sayan meliputi *attractions*, *amenities*, *accessibility*, dan *ancillary*. Desa wisata tentu harus didukung oleh komponen utama dalam pariwisata yang dikenal dengan istilah 4A untuk mengetahui daya tarik wisata yang dapat menarik kunjungan wisatawan, adanya fasilitas penunjang yang diperlukan wisatawan selama berada di desa wisata seperti *homestay* dan *restaurant*, aksesibilitas yang cukup memadai, dan pelayanan tambahan yang sangat mendukung kegiatan kepariwisataan seperti lembaga pengelola, *tourist information*, dan partisipasi masyarakat lokal. Selain

menggali komponen 4A di Desa Wisata Sayan, Godevi juga melakukan pendampingan terkait pendampingan penataan *homestay* dan menggali kuliner tradisional di Desa Sayan. *Kedua*, pendampingan terkait pengemasan produk wisata dilakukan untuk mengemas potensi-potensi yang dimiliki Desa Sayan dalam bentuk paket wisata. Pengelola desa wisata belum bisa mengemas paket wisata terkait potensi yang dimiliki sehingga diperlukan pendampingan yang dilakukan Godevi untuk membantu desa dalam pengemasan produk wisata. Paket wisata dikemas dengan sangat menarik dan menawarkan berbagai aktifitas wisata yang dapat dilakukan wisatawan selama berkunjung ke desa. *Ketiga*, pendampingan terkait pemasaran dilakukan untuk membantu Desa Wisata Sayan dalam mempromosikan produk wisata seperti membuat artikel terkait potensi desa, konten yang diposting di beberapa media sosial Godevi dalam bentuk foto dan video. Peran Godevi sebagai pendamping sangat diperlukan dalam pengembangan desa wisata karena pendampingan desa wisata dapat memberdayakan masyarakat melalui program-program pendampingan yang telah diberikan kepada desa mitra meliputi *profiling* desa, pengemasan produk wisata, dan membantu memasarkan produk wisata.

Peran Sebagai Fasilitator

Kehadiran marketplace Godevi sebagai fasilitator, artinya memfasilitasi berbagai kebutuhan Desa Wisata Sayan sebagai desa mitra Godevi untuk menjual produk wisatanya. Upaya yang telah dilakukan Godevi dalam memfasilitasi Desa Wisata Sayan menjual produk wisata adalah dengan memberikan pelatihan. Chief Operation Officer Godevi, Made Sera Septiani, S.Par., mengatakan bahwa Godevi menggelar workshop akselerasi desa wisata digital yang merupakan implementasi kegiatan Kedaireka antara Universitas Udayana dan Godevi dengan mengambil tema “Pelatihan Digital Marketing bagi Desa Wisata melalui Sistem *Marketplace* Godevi”. Tim Godevi memberikan pelatihan terkait dengan penggunaan sistem *marketplace* Godevi seperti teknis mengunggah produk wisata, sistem pembayaran dengan berbagai metode yaitu bank transfer (*virtual account*) hingga dompet digital dengan metode QRIS. Fasilitas lainnya yang diberikan Godevi juga dapat dilihat

dengan pemberian akun Godevi secara gratis sehingga pihak desa dapat mengelola dan mengakses akun tersebut secara menyeluruh. Peran Godevi dalam memfasilitasi desa wisata dengan memberikan pelatihan terkait digitalisasi dan pemberian akun Godevi tentunya memberikan kemudahan bagi pengelola desa wisata untuk mengembangkan potensi yang dimiliki.

Peran Sebagai Mitra

Godevi mulai beroperasi pada tahun 2019 merupakan salah satu *startup* yang dibina oleh Inkubator Bisnis Tohpati yang dimiliki oleh Balai Diklat Industri Denpasar (giansaputra.com/2019). Mengenai mitra kerjasama, Chief Operation Officer Godevi, Made Sera Septiani, S.Par., mengatakan bahwa Godevi dalam membantu desa wisata mendapatkan dukungan dan bekerjasama dengan beberapa pihak terkait seperti Balai Latihan Masyarakat (BLM) Denpasar, Fakultas Pariwisata Universitas Udayana, STIMI Handayani, Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, serta Kelompok desa wisata seluruh Bali. Godevi menjalin kerjasama dengan BLM Denpasar yang berada di bawah naungan Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi dalam bidang pelatihan Sumber Daya Manusia (SDM) dan pemasaran produk dari desa wisata dampingan BLM Denpasar. Pelatihan SDM yang diberikan berupa pelatihan digitalisasi desa wisata bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan meningkatkan pemahaman bagi pengelola desa wisata terkait pemanfaatan teknologi dalam mengembangkan potensi desa. Pihak Godevi biasanya diminta untuk menyampaikan materi dalam kegiatan pelatihan digitalisasi desa wisata yang diselenggarakan oleh BLM Denpasar. Godevi sebagai konsultan pariwisata juga bekerjasama dengan beberapa Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta di Bali yang memiliki *concern* di bidang ilmu pariwisata. Godevi yang diinisiasi oleh I Gede Gian Saputra dan I Putu Gatot Apriana yang berawal dari pengabdian tim dosen Fakultas Pariwisata Universitas Udayana dalam pengabdian masyarakat yang diketuai oleh Bapak Nyoman Sukma Arida. Kerjasama antara Godevi dengan Fakultas Pariwisata Universitas Udayana terjalin hingga saat ini dan telah melakukan beberapa sinergi guna membantu memberdayakan masyarakat di desa

wisata. Kerjasama yang terjalin antara Godevi dengan perguruan tinggi swasta seperti STIMI Handayani yang melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat sebagai salah satu bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan menyerahkan paket wisata dan video promosi Desa Wisata Baha. Desa Wisata Baha merupakan salah satu desa mitra Godevi. Selanjutnya, kerjasama yang terjalin antara Godevi dengan Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional yang juga melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Wisata Sayan yang merupakan salah satu desa mitra Godevi. Kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional adalah kegiatan pelatihan untuk membantu masyarakat Desa Sayan dalam memasarkan produk UMKM berupa kuliner lokal melalui media *virtual* sebagai bentuk pemasaran digital. Selain itu, Godevi juga bekerjasama dengan kelompok desa wisata seluruh Bali untuk mendapatkan informasi desa-desa di Bali yang memiliki potensi wisata. Kerjasama yang terjalin antara Godevi dengan beberapa pihak terkait tentu menimbulkan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan satu sama lain, seperti kegiatan pengabdian masyarakat dari perguruan tinggi tersebut terlaksana dengan baik dan tentunya memberikan manfaat positif bagi desa wisata yang bermitra dengan Godevi. Dengan demikian, peran Godevi sebagai mitra menjadi hal yang sangat penting dengan adanya hubungan timbal balik tersebut.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang mengkaji peran *marketplace* Go Destination Village (Godevi) dalam mempromosikan Desa Wisata Sayan dapat disimpulkan bahwa kehadiran *marketplace* Godevi sangat membantu pengelola desa wisata dalam mengembangkan potensi desa. Pesatnya perkembangan teknologi tentu memberikan kemudahan bagi masyarakat umum untuk mengakses informasi dengan sangat cepat. Transformasi digital sebagai terobosan baru dalam membidik pasar menjadi sebuah peluang besar bagi Godevi sebagai salah satu *marketplace* desa wisata yang sangat berperan dalam membantu pengembangan desa wisata. Godevi dalam membantu pengembangan potensi desa memiliki peran sebagai pengembang, pendamping, fasilitator, dan mitra kerjasama. *Pertama*, kehadiran Godevi

sebagai pengembang aplikasi digital berperan dalam membantu desa wisata yang mengalami kesulitan dalam mengembangkan potensi desa dengan berbagai upaya yang telah dilakukan yaitu menyiapkan paket wisata, pemasaran, tata kelola *homestay* dengan mempertahankan kearifan lokal desa setempat, memberikan akses digital, pengelola Desa Wisata Sayan mendapatkan akun sehingga dapat mengelola akun tersebut secara langsung dan mengakses laporan keuangan serta laporan pemasaran secara digital. *Kedua*, Godevi memahami kesulitan yang dihadapi pengelola desa wisata dalam mengembangkan potensi desa, sehingga upaya selanjutnya yang dilakukan adalah menyelenggarakan program pendampingan untuk memberdayakan masyarakat lokal di Desa Wisata Sayan yang meliputi 3 (tiga) tahapan yaitu *profiling* desa, pengemasan produk wisata, dan pemasaran. *Ketiga*, Godevi sebagai fasilitator memfasilitasi Desa Wisata Sayan dengan memberikan akun Godevi secara gratis kepada pengelola desa wisata dan pelatihan digitalisasi yang dapat memberikan manfaat bagi pengelola desa dan masyarakat setempat. *Keempat*, Godevi dalam membantu desa wisata mendapatkan dukungan dan bekerjasama dengan beberapa pihak terkait seperti Balai Latihan Masyarakat (BLM) Denpasar, Fakultas Pariwisata Universitas Udayana, STIMI Handayani, Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, serta Kelompok desa wisata seluruh Bali.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak I Gede Gian Saputra selaku Founder Godevi yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melakukan kajian mengenai *marketplace* Godevi dan Made Sera Septiani selaku Chief Operation Officer Godevi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi mengenai *marketplace* Godevi dalam membantu pengembangan desa wisata di Desa Adat Sayan, Ubud.

Kepustakaan

- Coviello, N. Milley, R. and Marcolin, B. 2001. Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing, pp. 26.
- Dinas Pariwisata Daerah Provinsi Bali. 2020. "List of Rural Tourism in Bali", Link: <https://disparda.baliprov.go.id>, diakses 1 Mei 2022.
- Go Destination Village (Godevi). "Authentic Village Experiences", Link: <https://godevillage.com>, diakses 30 April 2022.
- Go Destination Village (Godevi). Instagram @godevillage, Link: <https://www.instagram.com/godevillage/>.
- Peraturan Bupati Gianyar Nomor 127 Tahun 2016 tentang Tata Cara Penetapan Desa Wisata di Kabupaten Gianyar.
- Saputra, I. G. G. 2019. "Godevi Sukses Menggelar Desa Wisata Expo 2019", Link: <https://giansaputra.com/blog/godevi-sukses-menggelar-desa-wisata-expo-2019>, diakses 8 Mei 2022.
- Saputra, I. G. G. (2021). Bentuk Digitalisasi Desa Wisata di Masa Normal Baru: Studi Kasus Desa Sayan Ubud Bali. *Jurnal Kepariwisata*, 20(1), 18-25.
- Sihombing, Danton. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga Sirait,
- James A.F. 1990. *Manajemen*. Penerbit : Erlangga.