



Pengembangan Sistem Informasi Digital Tour Pariwisata sebagai Bentuk Promosi dan Pemasaran Pariwisata di Kelurahan Jelitik Kabupaten Bangka

Rulyanti Susi Wardhani¹, Alim Bahri², Suhdi³

^{1,2,3}Universitas Bangka Belitung, Indonesia

E-mail: rulyanti@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2023-12-03 Revised: 2024-01-15 Published: 2024-02-05	<p>Covid-19 which occurred at the beginning of 2020 has changed the life order of people around the world, one of which is Indonesia. With the aim of stopping the spread of the virus at that time, the government appealed to the public to limit activities outside the home. The tourism sector is one of the sectors most affected by the Covid-19 pandemic. Tourism was previously one of the driving sectors of the economy in Indonesia and continued to increase from year to year until 2020, when the level of tourism visits was at its lowest point. We need a good strategy in marketing tourist attractions through digital marketing concepts so that people will find it much easier to see the details of the objects we want to market. Digital Tour Tourism Jelitik Subdistrict, Bangka Regency is one of the efforts made to promote tourism in Jelitik Subdistrict where prospective tourists will be able to see details of tourist attractions in 360 degrees so that by being able to see in detail the tourist attractions of Jelitik Subdistrict prospective tourists will be more interested in traveling. to the Jelitik Village tourist attraction.</p>
Keywords: <i>Tour;</i> <i>Digital Marketing;</i> <i>Virtual Tour 360.</i>	

Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2023-12-03 Direvisi: 2024-01-15 Dipublikasi: 2024-02-05	<p><i>Covid-19</i> yang terjadi di awal 2020 telah mengubah tatanan kehidupan masyarakat dunia salah satunya di Indonesia. Dengan tujuan menghentikan penyebaran virus saat itu, pemerintah menghimbau masyarakat untuk membatasi aktivitas di luar rumah. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang paling terdampak pandemi Covid-19. Pariwisata yang sebelumnya menjadi salah satu sektor penggerak ekonomi di Indonesia dan terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun sampai pada tahun 2020 di mana pada saat pariwisata tingkat kunjungan pariwisata berada pada titik terendah. Perlu strategi yang baik dalam memasarkan objek wisata melalui konsep digital marketing sehingga orang akan jauh mudah untuk melihat detail dari objek yang hendak kita pasarkan. Digital Tour Pariwisata kelurahan Jelitik Kabupaten Bangka adalah satu satu upaya yang dilakukan dalam upaya promosi pariwisata Kelurahan Jelitik di mana calon wisatawan akan dapat melihat detail dari objek wisata secara 360 derajat sehingga dengan dapat melihat secara detail objek wisata Kelurahan Jelitik calon wisatawan akan semakin tertarik untuk berwisata ke objek wisata Kelurahan Jelitik.</p>
Kata kunci: <i>Wisata;</i> <i>Digital Marketing;</i> <i>Virtual Tour 360.</i>	

I. PENDAHULUAN

Covid-19 yang terjadi di awal 2020 telah mengubah tatanan kehidupan masyarakat dunia salah satunya di Indonesia. Dengan tujuan menghentikan penyebaran virus saat itu, pemerintah menghimbau masyarakat untuk membatasi aktivitas di luar rumah. Masyarakat yang sebelumnya melakukan proses bekerja, sekolah, berbelanja bahkan beribadah yang sebelumnya di lingkup kegiatannya di luar rumah saat pandemi semua banyak dilakukan dari rumah. Perubahan ini membuat dunia usaha mulai sepi, berpengaruh dan berdampak luas pada hampir semua sektor yang ada di Indonesia seperti bidang pariwisata, transportasi online, UMKM dan lainnya. Namun, membatasi kegiatan di luar rumah tidak dapat selamanya diterapkan

karena hal ini tentunya akan berdampak pada ketidakseimbangannya perekonomian Indonesia. Setelah melalui banyak pertimbangan, pemerintah memutuskan untuk menerapkan new normal di mana masyarakat dapat menyesuaikan pola hidup dalam menjalankan aktivitas seperti sebelum pandemi namun tetap disertai dengan menerapkan protokol kesehatan agar tidak terjadinya penularan Covid-19.

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang paling terdampak pandemi Covid-19. Pariwisata yang menjadi salah satu sektor penggerak ekonomi di Indonesia dan terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Menurut data statistik Kemenparekraf wisatawan mancanegara, sebelum terjadinya covid, periode Januari-Desember 2019, jumlah

wisatawan mancanegara mencapai 16,1 juta kunjungan. Adapun jumlah ini naik sebesar 2% bila dibandingkan dengan kunjungan wisman pada periode yang sama di tahun 2018 yakni 15,8 juta kunjungan (Kemenparekraf, 2022). Hal tersebut menandakan bahwa sektor pariwisata di Indonesia mengalami kemajuan. Namun, jumlah kunjungan wisman tahun 2020 selama terjadinya pandemi Covid-19 adalah sekitar 4 juta orang. Jumlah tersebut cukup memenuhi target Kemenparekraf yakni 2,8 sampai 4 juta kunjungan wisman tetapi jumlah itu menurun cukup tajam dari jumlah kunjungan tahun 2019, yakni 16,10 juta kunjungan (Khairunnisa, 2020).

Era new normal ini akan membuat perubahan perilaku dari wisatawan. Wisatawan akan lebih mengedepankan aspek kesehatan, keselamatan, kebersihan dan keamanan sehingga industri pariwisata harus bisa menyesuaikan agar dapat meyakinkan calon konsumen bahwa produk yang mereka tawarkan memenuhi aspek yang mereka inginkan. Menurut Deputy Bidang Pemasaran Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menyatakan bahwa Indonesia mengalami krisis kepercayaan dari wisatawan mancanegara maupun domestik akibat Covid-19 (Mulyawan, 2020 dalam Astin Arofah et al, 2022).

Perkembangan teknologi membuat perilaku konsumen mengalami pergeseran, di mana dahulu kaum millennial lebih menghabiskan uang untuk gaya dan style namun saat ini mereka lebih banyak mengkonsumsi liburan. Sehingga mengunjungi objek wisata terbaru yang disajikan dalam bentuk foto menjadi hal yang paling mereka cari (Anang Sugeng, 2016; Umami, 2015; Retnasari et al, 2019 dalam Astin Arofah et al., 2022). Internet menjadi peluang yang menarik bagi pemasar dalam melakukan riset pemasaran mengenai aspek yang cocok dengan produk yang ditawarkan. Dengan adanya digital marketing semakin memudahkan pemasar dalam memasarkan produknya salah satunya adalah produk pariwisata. Digital marketing atau pemasaran digital merupakan salah satu strategi yang diterapkan dalam memasarkan produk pariwisata di era saat ini. Adanya digital marketing juga membuat minat seseorang dalam berwisata menjadi semakin tinggi. Kegiatan digital marketing biasanya dilakukan di website, social media, online advertising, email direct marketing, forum discussion, dan mobile applications (Agus & Warmayana, 2018). Setiap konten yang di berikan pada digital marketing

akan memberikan dampak pada peningkatan jumlah wisatawan yang hadir.

Pariwisata di Kabupaten Bangka banyak objek wisata yang dapat dikunjungi, hanya saja objek wisata ini belum dilakukan promosi dengan media yang baik dan dapat menjangkau orang lebih banyak, sehingga produk wisata yang begitu baik belum dapat dimaksimalkan pemasarannya sehingga tentunya hal ini sangat berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan ke objek-objek wisata di Kabupaten Bangka. Pengabdian memilih salah satu desa di Kabupaten Bangka yaitu Kelurahan Jelitik yang baru-baru ini dijadikan sebagai daerah desa/kelurahan wisata di Kabupaten Bangka.

II. METODE PENELITIAN

Pengabdian ini dilakukan dengan beberapa tahapan. Tahapan tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Tahap pengumpulan data, wawancara dengan aparat Desa Jelitik dan studi literatur baik perpustakaan maupun *internet*.
2. Mengkaji dokumen yang terkait dengan *virtual tour 360*. Beberapa hasil yang didapat dari kajian di atas dijadikan sebagai bahan acuan untuk perancangan virtual tour pariwisata kelurahan Jelitik yang akan dibangun.
3. Proses perancangan system informasi ini pengabdian mengacu pada metodologi pengembangan perangkat lunak secara umum, yaitu metodologi perancangan SDLC (*System Development life Cycle*). Metodologi ini berfungsi untuk mengembangkan sistem yang mencakup sejumlah *phase* atau diantaranya: *Phase Planning, Phase Analysis and Requirement Gathering, Phase Desain*, solusi-solusi yang sudah digambarkan secara global pada tahap *analysis* diuraikan secara detail dalam diagram.

Berdasarkan Hasil identifikasi Permasalahan dari pariwisata yang ada di Kelurahan Jelitik Kabupaten Bangka adalah sebagai berikut :

1. Belum adanya bentuk tour wisata secara digital di mana diharapkan dengan adanya digital tour calon wisatawan dapat menikmati langsung secara online objek wisata di Kelurahan Jelitik.
2. Belum adanya interkoneksi dengan media sosial sehingga upaya untuk mencapai target untuk marketing pariwisata cakupannya menjadi lebih kecil.

Tahap awal yang dilakukan oleh pengabdian adalah melihat detail beberapa objek pariwisata di kelurahan Jelitik. Kemudian membuat kerangka Database yang berkaitan dengan informasi yang akan disampaikan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengabdian berupa Sistem Informasi Manajemen Virtual Tour Pariwisata. Sistem Informasi ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam promosi pariwisata kelurahan Jelitik, dengan dapat memberikan informasi yang baik kepada calon wisatawan yang dapat secara detail melihat objek wisata tersebut karena objek wisata ditampilkan secara 360 derajat dan harapannya akan lebih meningkatkan ketertarikan calon untuk berkunjung langsung ke objek wisata. Akses virtual tour ini dapat diakses melalui website <http://wisata-jelitik.info>.

Berikut ini adalah gambar dari Virtual Tour Pariwisata Kelurahan Jelitik.



Gambar 1. Tampilan awal Virtual Tour



Gambar 2. Menu website virtual tour

Pada website virtual tour ini tampilan bisa kita gerakan secara 360 derajat sehingga kita dapat melihat arah tour yang sudah disiapkan dalam website.



Gambar 3. Titik hotspot scene gambar

Untuk akses admin sudah disiapkan Halaman Login Administrator. *Form login* berfungsi untuk mengakses atau masuk ke dalam sistem dengan cara memasukkan *username* dan *password user* yang *valid* sesuai dengan akun pengguna yang sudah terdaftar di system. Pada halaman dashboard admin di mana admin dapat mengatur scene gambar dan titik hotspot seperti ditunjukkan pada gambar di bawah ini.



Gambar 4. Halaman Login



Gambar 5. Scene hotspot tour

Pada halaman hotspot tour ini dapat dilakukan proses penambahan, editing, detail dan menghapus titik hotspot yang merupakan titik awal dan tujuan dari scene objek tour yang kita masukan. Seperti terlihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 6. Tambah hotspot



Gambar 7. Scene Gambar objek tour

Pada halaman scene tour ini dapat dilakukan proses penambahan, editing, detail dan menghapus scene objek virtual tour. Seperti terlihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 8. Tambah Scene objek tour

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan pengabdian yang telah dilakukan oleh pengabdian di Kelurahan Jelitik Kabupaten Bangka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Objek Pariwisata di Kelurahan Jelitik sangat bagus dan didukung akses jalan yang baik menuju objek wisata.
2. Dengan objek wisata yang baik perlu didukung media informasi lain yang dapat meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan ke Jelitik di mana Kelurahan Jelitik belum memiliki website yang menampilkan objek wisata secara virtual 360 derajat sehingga bisa menampilkan detail objek wisata dan akses jalan yang menuju objek wisata tersebut.
3. Pengembangan Website Virtual Tour Pariwisata Kelurahan Jelitik diharapkan dapat menjadi sarana promosi pariwisata kelurahan Jelitik,

B. Saran

Pembahasan terkait penelitian ini masih sangat terbatas dan membutuhkan banyak masukan, saran untuk penulis selanjutnya adalah mengkaji lebih dalam dan secara komprehensif tentang Pengembangan Sistem Informasi Digital Tour Pariwisata sebagai Bentuk Promosi dan Pemasaran Pariwisata.

DAFTAR RUJUKAN

- Agus, I. G., & Warmayana, K. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4. 0. 3.
- Amalia, G., Darmawan, F., & M. Marjuka, Y. (2017). Analisis Aisas (Attention, Interest, Search, Action, Share) Pada Pengunjung the

Lodge Maribaya Lembang. Journal of Tourism Destination and Attraction, 5(2), 1-12. <https://doi.org/10.35814/tourism.v5i2.774>

Ansori, A. (2020). Pengertian Sequence Diagram Tujuan, Simbol, dan Contohnya. www.ansoriweb.com. <https://www.ansoriweb.com/2020/04/pengertian-sequence-diagram.html>

Arofah, Astin., Achsa, Adhatul (2022). Analisis Penggunaan Digital Marketing Sebagai Pemulihan Pariwisata di Era New Normal. Jurnal Manajemen Ilmiah dan Bisnis (1),15-26.

Ayu, F., & Permatasari, N. (2018). perancangan sistem informasi pengolahan data PKL pada divisi humas PT pegadaian. Jurnal Infra Tech, 2(2), 12-26. <http://journal.amikmahaputra.ac.id/index.php/IIT/article/download/33/25>

Bitar. (2020). Pengertian Sistem Informasi Menurut Para Ahli. www.seputarilmu.com. <https://seputarilmu.com/2020/06/pengertian-sistem-informasi-menurut-para-ahli.html>

Charli, C. O., & Putri, D. A. (2020). Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. Jurnal Ekobistek, 9(2), 40-48.

Heliyani, I. (2019). Wonderful Digital Tourism Indonesia Dan Peran Revolusi Industri Dalam Menghadapi Era Ekonomi Digital 5.0. Destinesia: Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata, 1(1), 21-35. <https://doi.org/10.31334/jd.v1i1.551>

Hiregar, G. M. (2020). Analisis digital marketing dinas pariwisata dalam mempromosikan desa wisata kabupaten magetan (Issue 16240490). Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Larasati, H., & Masripah, S. (2017). Analisa Dan Perancangan Sistem Informasi Pembelian GRC Dengan Metode Waterfall. Jurnal Pilar Nusa Mandiri, 13(2), 193-198.

Profesi, D. E., & Henderi. (2018). Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Kepegawaian Menggunakan Unified Modeling Language (Uml). E-Jurnal JUSITI (Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi

- Informasi), 1(7), 22-30. <https://doi.org/10.36774/jusiti.v7il.62>
- Pujiyanti, Y. (2020). Mengenal Materi Activity Diagram (Pemodelan Perangkat Lunak
- Riyadi, S., Susilo, D., Sufa, S. A., & Dwi Putranto, T. (2019). Digital marketing strategies to boost tourism economy: A case study of atlantis land Surabaya. *Humanities and Social Sciences Reviews*, 7(5), 468--473. <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7553>
- Saputra, E. (2017). Ranjang Bandung. 12-33. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/30231>
- Www.Medium.Com.
<https://medium.com/@yunitapujiyanti0/mengenal-materi-activity-diagram-pemodelan-perangkat-lunak-bagian-4-eb4f3e144ae>