

BAB 1

USULAN GAGASAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemerintah menciptakan program terobosan untuk menggerakkan potensi ekonomi wilayah, mendorong konektivitas wilayah, mengembangkan sosial budaya masyarakat Papua, memperkuat kedaulatan maritim Indonesia di Timur Indonesia hingga memperkuat peran Papua sebagai pintu masuk terdepan Indonesia di Kawasan Pasifik. Pemerintah memiliki komitmen untuk mengembangkan wisata bahari berbasis masyarakat, wisata sejarah, dan wisata religius [1].

Untuk mendorong terwujudnya pengembangan wisata di Papua, Pemerintah melalui Kemenparekraf mendorong penguatan kemitraan promosi wisata guna meningkatkan citra pariwisata dan ekraf Indonesia. Dengan kemitraan yang kuat, Kemenparekraf dan pelaku usaha dapat mempromosikan Wonderful Indonesia yang merepresentasikan kekayaan budaya dan pariwisata. Melalui program ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan kunjungan wisatawan mancanegara serta meningkatkan devisa dari sektor pariwisata [2].

Sistem promosi pariwisata sebelumnya pernah diimplementasikan di Kabupaten Gianyar sehingga informasi tentang desa dan potensinya dapat diakses secara global melalui website oleh calon wisatawan sehingga meningkatkan minat kunjungan langsung. Dalam implementasinya, terdapat beberapa masalah seperti terbatasnya pertemuan dan koordinasi serta minimnya data pendukung yang tersedia [3].

Dengan kemajuan teknologi yang cepat setiap hari mendorong industri pariwisata untuk berkembang dan berubah. Indonesia memiliki 1.734 desa wisata, namun hanya sedikit yang dipelihara dengan baik. Desa wisata diharapkan dapat memberikan pertumbuhan ekonomi bagi masyarakat desa, kenyataannya hanya memberikan sedikit manfaat dan tidak menyebar ke seluruh wilayah desa. Melalui strategi ekonomi digital, pemerintah dapat memantau dan mengendalikan kegiatan pariwisata, serta mempromosikan potensi wisata yang ada di desa [4].

Tantangan utama dalam pengembangan pariwisata adalah tidak tersedianya sumberdaya manusia yang cukup untuk dapat mengelola pembangunan di desanya, termasuk pembangunan pariwisata. Tantangan ini terjadi di Pangalengan, Kabupaten Bandung saat pengembangan produk wisata dengan tema aktivitas dan perilaku asli yang ada di Kecamatan Pangalengan sebagai strategi pengembangan wisatanya dan kemudian dibuat kerangka pengembangannya sehingga terbentuk konsep pariwisata yang berkelanjutan. Untuk mendukung rencana tersebut, peningkatan kualitas sumber daya masyarakat menjadi prioritas agar masyarakat dapat menciptakan produk - produk kepariwisataan yang mampu bersaing. Dengan demikian, potensi masyarakat dan potensi pariwisata dapat diwadahi dengan baik. Namun, implementasi teknologi digitalisasi akan menjadi tantangan tersendiri bagi pariwisata berbasis masyarakat [5]

Penerapan digitalisasi menggunakan website pernah dilakukan di Kabupaten Lombok Timur sebagai sarana promosi wisata budaya. Sistem informasi wisata budaya berbasis website digunakan sebagai alat penyampaian informasi pada wisata dan budaya yang terdapat di

Kabupaten Lombok Timur. Sistem informasi berbasis website merupakan salah satu bentuk sarana promosi yang bertujuan untuk menarik minat wisatawan lokal maupun mancanegara untuk berkunjung ke pulau Lombok [6].

1.2 Informasi Pendukung Masalah

Pemerintah Merauke ingin mempromosikan Kawasan Sinai sebagai destinasi wisata yang ada di Merauke, Papua Selatan melalui digitalisasi sebagai upaya melestarikan budaya dan mempromosikan potensi wisata alam, budaya, dan religi yang dimiliki oleh Merauke. Melalui Dinas Kominfo Kabupaten Merauke, program implementasi sistem promosi wisata di Kawasan Sinai akan didukung agar dapat terlaksana dengan baik sesuai dengan harapan.

Untuk mendukung upaya tersebut, masyarakat, tokoh lokal Papua dan beberapa *stake holder* dilibatkan untuk memetakan solusi untuk mempromosikan potensi wisata di Kawasan Sinai. *Stake holder* yang terlibat dan telah diwawancarai diantaranya:

1. Kepala Dinas Kominfo, Merauke.
2. Rektorat Universitas Musamus, Merauke
3. Dosen Universitas Musamus, Merauke.
4. Kepala Kampung / Kepala Desa Matara
5. Kepala Adat Kawasan Sinai

Adapun lokasi yang telah dikunjungi untuk melihat secara langsung kondisi di lapangan diantaranya:

1. Merauke, Papua Selatan
2. Kampung Matara
3. Kawasan Sinai

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi secara langsung ke lapangan, masalah tersebut dirasa sangat penting untuk diselesaikan.

1.3 Analisis Umum

1.3.1 Aspek Ekonomi

Kawasan Sinai memiliki potensi wisata khususnya pariwisata budaya, religi, dan alam namun saat ini belum dilakukan promosi sehingga belum dikenal oleh masyarakat lokal maupun masyarakat Indonesia. Potensi wisata yang belum dioptimalkan ini secara ekonomi masih belum memberikan dampak terhadap pergerakan roda ekonomi di Kawasan Sinai. Untuk meningkatkan aspek ekonomi di Kawasan Sinai dapat dilakukan melalui pengembangan potensi wisata yang ada di Kawasan Sinai. Berdasarkan teori, pertumbuhan jumlah kunjungan wisata menjadi salah satu faktor dalam sektor pariwisata yang memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi di negara-negara Asia Tenggara Maritim[7]. Menurut Samimi dkk pada tahun 20, pariwisata telah menjadi salah satu sektor ekspor yang paling signifikan di banyak negara berkembang. Perkembangan pariwisata tidak hanya meningkatkan pendapatan devisa, tetapi juga menciptakan kesempatan kerja, merangsang pertumbuhan industri pariwisata dan memicu pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan [8]. Dengan demikian, pengembangan pariwisata telah menjadi target yang penting bagi sebagian besar pemerintah, terutama untuk negara berkembang. Perkembangan pariwisata menyebabkan pertumbuhan pendapatan rumah

angga dan pendapatan pemerintah secara langsung dan tidak langsung dengan cara efek multiplier.

1.3.2 Aspek Keberlanjutan (*Sustainability*)

Dalam pengembangan wisata di Kawasan Sinai, Papua, penting untuk memperhatikan aspek keberlanjutan dan pemberdayaan masyarakat sebagai pelaku usaha wisata. Penelitian oleh Lima, P.F., dan Carneiro, M.J. yang dilakukan pada tahun 2016 menunjukkan bahwa partisipasi aktif masyarakat lokal dan pelatihan sumber daya manusia di bidang pariwisata menjadi kunci dalam menciptakan dampak positif dan berkelanjutan bagi destinasi wisata. Sumber daya manusia yang terampil dan pengetahuan lokal yang kuat akan membantu masyarakat mengoptimalkan potensi pariwisata secara berkelanjutan, meningkatkan pengalaman wisatawan, dan memberikan manfaat ekonomi bagi komunitas setempat [9]. Melalui pendekatan berkelanjutan yang melibatkan masyarakat secara aktif, Kawasan Sinai dapat tumbuh sebagai destinasi wisata yang berdaya saing dan berdampak positif bagi seluruh pemangku kepentingan. Aspek ini dapat diwujudkan dengan melakukan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat selaku pelaku usaha di bidang pariwisata seperti menjadi *tourguide*, penyedia hotel & penginapan, dan pelaku usaha lainnya. Promos melalui sosial media juga perlu dilakukan sebagai upaya mempromosikan destinasi wisata di Kawasan Sinai.

1.3.3 Aspek Sosial Budaya

Kawasan Sinai, yang merupakan bagian dari Merauke, memiliki potensi sebagai daerah pelestarian budaya asli Papua. Meskipun banyak dihuni oleh masyarakat transmigran dari luar Papua, wilayah ini masih mempertahankan budaya lokal Papua dengan cukup baik. Sayangnya, masih banyak orang yang belum mengetahui kekayaan budaya asli Papua yang ada di Kawasan Sinai. Dengan adanya digitalisasi dan pemanfaatan media sosial, diharapkan budaya asli Papua dapat dipromosikan secara luas kepada masyarakat, sehingga kesadaran dan apresiasi terhadap kebudayaan tersebut dapat meningkat [10].

1.4 Kebutuhan yang Harus Dipenuhi

Berdasarkan masalah, latar belakang, dan analisis yang telah dipaparkan, maka kebutuhan yang harus dipenuhi dari solusi yang diajukan antara lain:

1. Sistem promosi wisata yang memuat informasi wisata dan budaya di Kawasan Sinai.
2. Konten – konten promosi wisata Kawasan Sinai seperti gambar, video, berita, dan informasi kalender kegiatan budaya.

1.5 Tujuan

Berdasarkan kebutuhan yang harus dipenuhi, maka tujuan dari *Capstone Design* ini adalah melakukan promosi pariwisata yang memuat informasi wisata dan budaya di Kawasan Sinai dan melakukan promosi wisata melalui konten – konten seperti gambar, video, dan berita melalui digitalisasi.

1.6 Solusi Sistem yang Diusulkan

Hasil akhir dari *capstone project* ini adalah mengembangkan media promosi wisata yang memuat informasi seputar potensi wisata religi, budaya, dan alam yang ada di Kawasan Sinai. Melalui media promosi wisata ini, promosi wisata Kawasan Sinai dapat dikenalkan kepada masyarakat luas. Adapun karakteristik produk yang akan dipilih adalah sebagai berikut:

1.6.1 Karakteristik Produk

1.6.1.1 Fitur Utama

1. Beranda
2. Destinasi Wisata
3. Galeri
4. Informasi Tentang Kawasan Sinai

1.6.1.2 Fitur Dasar

1. Informasi Kontak
2. Sistem Admin

1.6.1.3 Sifat Solusi yang diharapkan

1. Mudah untuk melakukan konfigurasi atau mengatur website melalui admin.
2. Sistem diimplementasi dengan harga yang terjangkau.
3. Dapat dilengkapi Ads untuk promosi website.
4. Tidak membutuhkan perawatan dan *maintenance* yang intensif.

1.6.2 Skenario Penggunaan

1.6.2.1 Solusi 1

Solusi pertama yang ditawarkan yaitu sistem informasi wisata berbasis website. Website ini akan menjadi media promosi Kawasan Sinai untuk mempromosikan potensi wisata budaya, religi, dan alam.

Skenario penggunaan solusi pertama, sistem informasi wisata berbasis website, yaitu:

1. Admin dapat mengunggah konten-konten promosi di website.
2. Masyarakat atau calon wisatawan dapat mencari informasi tentang Kawasan Sinai, Merauke dan potensi wisatanya melalui website.

Stakeholder yang terlibat:

1. Universitas Telkom berkolaborasi dengan Universitas Musamus yang mencetuskan ide ini.
2. Innovillage 2022 dan Telkom Indonesia yang menjadi sponsor dalam implementasi solusi.
3. Kepala Kampung Matara, Kepala Adat, dan masyarakat di Kawasan Sinai sebagai penerima manfaat dalam implementasi solusi ini.
4. Kelompok tugas akhir *Capstone Design* sebagai pelaksana proyek dengan uraian tugas:
 - a. Fauzi Sofyan: Membuat *frontend & backend* sistem.
 - b. Fajar Wira Cakra Manggala: Membuat desain *User Interface*.

1.6.2.2 Solusi 2

Solusi kedua yang ditawarkan yaitu promosi wisata melalui sosial media Instagram dan Tiktok. Instagram dan Tiktok akan menjadi media promosi Kawasan Sinai untuk mempromosikan potensi wisata budaya, religi, dan alam.

Skenario penggunaan solusi kedua, promosi wisata melalui sosial media Instagram dan Tiktok, yaitu:

1. Dibuatkan akun Instagram dan TikTok dengan nama Kawasan Sinai.
2. Masyarakat dan calon wisatawan dapat mencari informasi tentang Kawasan Sinai, Merauke tentang potensi wisata melalui Instagram dan TikTok.

Stakeholder yang terlibat:

1. Universitas Telkom berkolaborasi dengan Universitas Musamus yang mencetuskan ide ini.
2. Innovillage 2022 dan Telkom Indonesia yang menjadi sponsor dalam implementasi solusi.
3. Kepala Kampung Matara, Kepala Adat, dan masyarakat di Kawasan Sinai sebagai penerima manfaat dalam implementasi solusi ini.
4. Kelompok tugas akhir *Capstone Design* sebagai pelaksana proyek.

1.6.2.3 Solusi 3

Solusi ketiga yang ditawarkan yaitu promosi wisata melalui platform Traveloka. Traveloka akan digunakan sebagai media promosi sekaligus *ticketing* untuk mengatur rencana wisata dari wisatawan.

Skenario penggunaan solusi ketiga, promosi wisata melalui platform Traveloka, yaitu:

1. Dibuatkan *list* destinasi wisata Kawasan Sinai di Traveloka.
2. Menyiapkan admin yang mengelola dan menerima pesanan dari Traveloka.
3. Masyarakat dan calon wisatawan dapat mencari informasi tentang Kawasan Sinai dan membeli tiket melalui Traveloka.

Stakeholder yang terlibat:

1. Universitas Telkom berkolaborasi dengan Universitas Musamus yang mencetuskan ide ini.
2. Innovillage 2022 dan Telkom Indonesia yang menjadi sponsor dalam implementasi solusi.
3. Kepala Kampung Matara, Kepala Adat, dan masyarakat di Kawasan Sinai sebagai penerima manfaat dalam implementasi solusi ini.
4. Kelompok tugas akhir *Capstone Design* sebagai pelaksana proyek.

1.7 Kesimpulan dan Ringkasan CD-1

Selaras dengan komitmen pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang mendorong penguatan kemitraan promosi wisata, melalui proyek *Capstone Design* ini diharapkan dapat membantu Kawasan Sinai agar dapat mempromosikan potensi wisatanya melalui digitalisasi dengan menggunakan media Website sehingga potensi yang dimiliki oleh Kawasan Sinai khususnya di bidang pariwisata budaya, religi, dan alam dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat dan calon wisatawan. Promosi wisata melalui website ini juga sebagai dukungan untuk mewujudkan pariwisata *Go – Digital* untuk mewujudkan target 20 Juta wisatawan lokal dan mancanegara di Indonesia. Melalui website ini, diharapkan dapat meningkatkan keterkenalan potensi wisata yang ada di Kawasan Sinai kepada calon wisatawan sehingga dapat menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Kawasan Sinai agar dapat mendorong pergerakan ekonomi masyarakat di Kawasan Sinai.