

BAB 1

USULAN GAGASAN

1.1 Deskripsi Umum Masalah

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi dengan potensi besar untuk mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Sektor ini diandalkan sebagai alternatif untuk mendorong perekonomian lokal. Pariwisata berkontribusi dalam beberapa hal, termasuk sumbangannya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penerimaan devisa, dan penciptaan lapangan kerja [1]. Selain itu, pariwisata menjadi penyumbang devisa terbesar kedua setelah minyak sawit mentah (CPO) dan termasuk dalam tiga sektor utama perekonomian nasional, menjadikannya sektor penting dalam pendapatan negara.

Menurut Spillane (1989), kegiatan pariwisata merupakan kegiatan perjalanan dari satu tempat ke tempat lainnya yang bersifat sementara, dan kegiatan perjalanan dilakukan oleh perseorangan maupun kelompok untuk mencari keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup baik dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu [2].

Di era digitalisasi modern ini, penggunaan aplikasi media sosial dalam kehidupan bersosial sudah menjadi suatu kebiasaan di masyarakat. Dengan media sosial, penggunaanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi jejaring sosial, forum dan dunia virtual. Penggunaan aplikasi media sosial oleh wisatawan biasanya digunakan untuk berpartisipasi dan membagikan pengalaman berwisata dalam bentuk gambar foto dan teks ulasan dari destinasi wisata yang mereka datangi. Ulasan berupa gambar atau cerita yang dibagikan digunakan sebagai referensi untuk traveler lainnya dalam menilai destinasi yang akan dituju. Namun, pada media sosial umumnya tidak memberikan fitur pariwisata yang lengkap, seperti kurangnya fitur seperti informasi tarif, sarana pembayaran online, rute perjalanan, dan informasi destinasi wisata yang hanya berdasarkan ulasan pengunjung, hal ini kurang membantu wisatawan dalam mengunjungi destinasi wisata [3].

Salah satu masalah yang dihadapi wisatawan dalam berwisata adalah kurangnya informasi terkait destinasi wisata yang dituju. Dalam melakukan wisata, wisatawan menentukan destinasi wisata yang akan dituju, wisatawan biasanya melakukan penelusuran destinasi wisata melalui internet dan media lainnya. Namun, informasi yang diberikan seringkali kurang lengkap sehingga menimbulkan masalah yang seringkali ditemui dalam berwisata, hal ini dapat menyulitkan bagi wisatawan dalam berwisata. Adapun contoh masalah kurangnya informasi yang dihadapi pada wisatawan adalah setelah terjadinya wabah Covid 19. Lonjakan kasus Covid 19 yang

mengakibatkan wisatawan harus mengurangi aktivitas bepergian sehingga wisatawan tidak bepergian ke tempat wisata. Namun, saat destinasi wisata kembali dibuka setelah berakhirnya pandemi, karena kurangnya informasi yang ada, para wisatawan tidak mengetahui informasi terkait destinasi wisata yang biasa mereka kunjungi ataupun destinasi wisata yang baru ada [4].

Masalah lainnya adalah masalah akses yang kerap dihadapi oleh para wisatawan yang ingin berwisata juga sangat membatasi para wisatawan, karena sering kali ditemukan wisatawan yang batal untuk berwisata karena kurangnya informasi untuk menuju lokasi pariwisata tersebut seperti kurangnya informasi rute perjalanan [5].

1.2 Analisa Masalah

Dalam analisa masalah, dijabarkan aspek aspek masalah terkait pariwisata yang selama ini ditemui yang dibagi dalam beberapa aspek dibawah ini.

1.2.1 Aspek Ekonomi

Dari segi ekonomi, kurangnya ajang promosi dan kurangnya informasi dan mediasi yang dilakukan dapat mengakibatkan sepi pengunjung dari destinasi wisata tersebut. Sepinya pengunjung membuat pertumbuhan dan pembangunan ekonomi di sekitar destinasi wisata menjadi terhambat. Dampaknya pada ekonomi daerah tersebut adalah dapat meningkatkan angka pengangguran, menurunnya pendapatan masyarakat daerah, dan menghambat pembangunan daerah [6].

1.2.2 Aspek Budaya

Dari segi budaya, kurangnya informasi tempat wisata dapat mengurangi minat wisatawan untuk mengunjungi tempat-tempat dengan nilai budaya tinggi, menghambat pelestarian dan apresiasi budaya lokal. Diperlukan upaya lebih lanjut untuk melestarikan seni dan budaya tradisional dengan menunjukkan informasi destinasi wisata tradisional sebagai upaya menjaga dan menyetarakan budaya tradisional dengan budaya modern [7].

1.2.3 Aspek Sosial

Dari segi sosial, kurangnya jumlah kunjungan ke sejumlah destinasi wisata mengakibatkan penurunan aktivitas sosial di tempat wisata seperti interaksi warga lokal atau komunitas daerah dengan wisatawan yang berkunjung yang berdampak pada terhambatnya pertukaran budaya dan sosial pada daerah tersebut. Hal ini dapat disebabkan oleh kurang tersedianya layanan pemesanan perjalanan, seperti tiket transportasi dan akomodasi. Pengaruh lainnya yaitu ketidakmampuan untuk merencanakan perjalanan dengan mudah juga dapat mengurangi motivasi wisatawan untuk bepergian yang berdampak langsung pada penurunan aktivitas sosial di destinasi wisata, yang biasanya dihidupkan oleh kehadiran wisatawan [8].

1.2.4 Survei yang dilakukan

Analisa masalah juga dilakukan dengan melakukan survei kepada masyarakat umum untuk menganalisa masalah yang dihadapi mereka dengan menanyakan apakah aplikasi media sosial yang mereka gunakan sudah mendukung dalam melakukan perencanaan kegiatan berwisata atau belum.



Gambar 1.1 Diagram lingkaran survei masalah

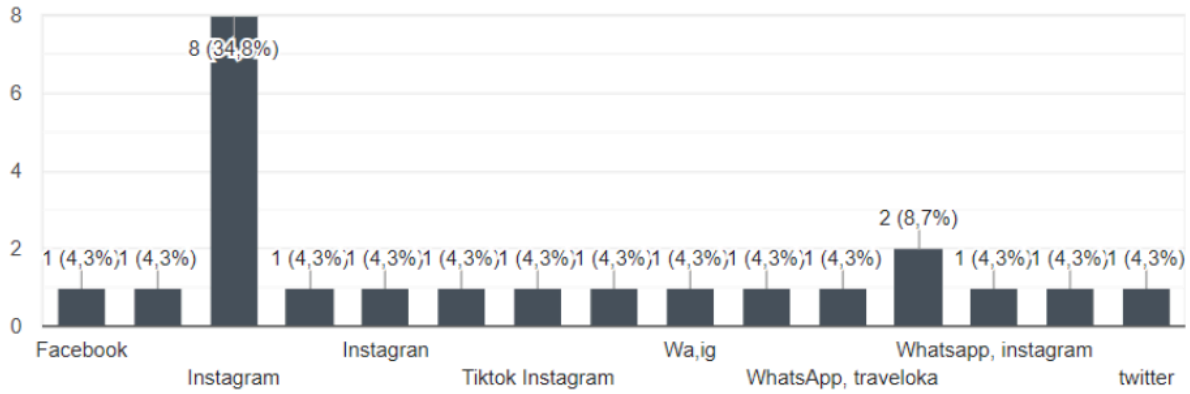
Hasil dari 26 responden menyatakan 73.1% dari mereka mengatakan bahwa aplikasi media sosial yang mereka gunakan belum mendukung dalam hal layanan perjalanan, pembayaran dan informasi destinasi wisata. Dibutuhkan aplikasi media sosial yang dapat mendukung kekurangan tersebut.

1.3 Analisa Solusi yang Ada

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap 26 orang responden, sebanyak 91.3% responden lebih memilih agar aplikasi media sosial menampilkan foto dan video tempat destinasi wisata dibandingkan teks informatif destinasi wisata.



Gambar 1.2 Diagram lingkaran survei model aplikasi



Gambar 1.3 Grafik survei penggunaan media sosial

Karena hasil survei membuktikan banyaknya pengguna Instagram dapat memiliki implikasi positif dan negatif bagi aplikasi media sosial di bidang pariwisata. Kelebihan Instagram yakni aksesibilitas, efektifitas, efisiensi, dan jangkauan yang sangat luas tanpa terbatas ruang dan waktu. Pemasaran menggunakan Instagram mampu mewujudkan popularitas merek, meningkatkan volume penjualan, dan eksposur bisnis dalam skala besar dengan biaya sangat minim atau hampir tanpa biaya. Sedangkan kelemahan Instagram yakni kurang mendukung dalam pemberian informasi destinasi wisata, pemberian informasi perjalanan, dan layanan pembayaran perjalanan, penginapan, maupun tempat wisata [9].

Adapun aplikasi yang sudah mendukung pembayaran, informasi perjalanan, informasi destinasi wisata seperti TripAdvisor dan Traveloka. TripAdvisor menyajikan konten seputar destinasi wisata dan akomodasi. Aplikasi ini menyajikan informasi destinasi wisata di berbagai penjuru dunia. Aplikasi ini juga menyediakan forum perjalanan dan berbagi tips dan saran yang akan memudahkan perjalanan traveler. Aplikasi ini sangat cocok untuk para traveler yang sedang mencari destinasi wisata mancanegara. Namun, aplikasi tersebut memiliki kekurangan yaitu tidak memiliki fitur chat antar user seperti aplikasi media sosial dan memiliki iklan yang mengganggu bagi pengguna gratisan [10].

Sedangkan aplikasi Traveloka yang menyajikan kebutuhan perjalanan, atraksi lokal, dan produk layanan keuangan. Aplikasi ini bergerak di bidang platform travel yang mencakup se Asia Tenggara. Aplikasi ini menyajikan informasi pencarian tiket perjalanan dan penginapan dengan sangat akurat dengan berbagai *range* harga. Namun, Aplikasi ini memiliki kelemahan yang sama yaitu tidak memiliki fitur chat seperti media sosial umumnya dan tergolong memiliki tampilan aplikasi yang kurang ramah dan memiliki banyak iklan, ikon dan gif [11]. Aplikasi ini lebih condong dalam perencanaan perjalanan dan penginapan, sedikit fiturnya yang memberikan pilihan pariwisata.

Tabel 1.1 Perbandingan Solusi yang ada

Solusi yang ada	TripAdvisor	Traveloka	Instagram
Tujuan	<p>Aplikasi ini memberikan akses bagi pengguna memberikan ulasan tempat - tempat yang pernah dikunjungi dan mempermudah perjalanan traveling</p>	<p>Aplikasi ini menyediakan akses untuk menemukan dan membeli berbagai jenis kebutuhan perjalanan, atraksi lokal, dan produk layanan keuangan</p>	<p>Aplikasi ini memudahkan pengguna untuk mempromosikan destinasi wisata melalui foto dan video, meningkatkan popularitas destinasi wisata melalui penggunaan hashtag dan fitur tagging, dan juga menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam</p>
Kelebihan	<ul style="list-style-type: none"> ● Memberikan informasi yang sangat detail mengenai tempat wisata, restoran, hotel, dan objek wisata lainnya ● Dapat saling berbagi tips dan saran mengenai perjalanan mereka, sehingga menjadi panduan yang sangat berguna untuk wisatawan lain 	<ul style="list-style-type: none"> ● Menyajikan informasi pencarian tiket perjalanan dan penginapan dengan sangat akurat dengan berbagai <i>range</i> harga ● Tidak perlu cetak e-tiket atau voucher, semua e-tiket dan voucher bisa digunakan dengan menggunakan aplikasi saja dengan cara menunjukkan HP saja dan bahkan mendukung offline 	<ul style="list-style-type: none"> ● Memungkinkan pengguna untuk menggunakan hashtag dan tagging ● Menyediakan fitur edit foto, edit video, olah pesan, berbagi foto dan video, serta berbagi ulasan

Solusi yang ada	TripAdvisor	Traveloka	Instagram
Kekurangan	<ul style="list-style-type: none"> • Forum perjalanan yang belum update sehingga menyesatkan pengguna dalam perjalanannya • Tidak memiliki fitur chat antar user • Banyak iklan pada versi gratis 	<ul style="list-style-type: none"> • Lebih condong dalam perencanaan perjalanan dan penginapan, sedikit fiturnya yang memberikan pilihan pariwisata • Tidak memiliki fitur chat antar user • Banyak Iklan, ikon, dan GIF 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak menampilkan rating • Tidak menyediakan informasi yang lengkap tentang destinasi wisata, seperti harga tiket masuk, jam buka, dan fasilitas yang tersedia

Dari ketiga Aplikasi ini dapat disimpulkan bahwa ketiganya memiliki keunggulan masing masing, TripAdvisor lebih unggul pada pemberian informasi dan layanan terkait objek wisata, Traveloka lebih unggul dalam pemberian informasi dan layanan perjalanan pariwisata, sedangkan Instagram lebih unggul dalam mempromosikan destinasi wisata secara visual. TripAdvisor dan Traveloka memiliki kelemahan yaitu tidak memiliki interaksi antar user seperti chat dan grup chat, juga memiliki cukup banyak iklan yang mengganggu kegunaan dari kedua aplikasi tersebut, sedangkan Instagram merupakan layanan media sosial yang dapat melakukan interaksi sosial antar pengguna dalam membagikan pengalaman berwisata, namun tidak menyediakan informasi yang lengkap tentang destinasi wisata seperti TripAdvisor dan Traveloka.

1.4 Kesimpulan

Pariwisata memainkan peran penting dalam perekonomian suatu daerah dan dapat mempengaruhi sektor lain yang bergantung padanya. Pengelolaan yang baik dalam pariwisata dapat meningkatkan kontribusinya terhadap PDB, penyerapan tenaga kerja, dan penerimaan devisa. Dengan melibatkan penggunaan aplikasi media sosial memberikan kontribusi besar terhadap jalannya industri pariwisata karena melibatkan orang banyak dan dapat digunakan sebagai sarana promosi, pemberian informasi dan sarana berwisata. Namun, aplikasi media sosial

yang ditemui saat ini kurang memberikan layanan pemesanan pariwisata, informasi tempat wisata, layanan pemesanan perjalanan, dan akses peta serta rute ke destinasi wisata.

Mayoritas responden survei menginginkan aplikasi media sosial yang menampilkan foto dan video destinasi wisata, menyediakan rute perjalanan, pilihan hotel dan destinasi, serta informasi fasilitas.

Solusi yang diusulkan adalah pengembangan aplikasi media sosial dengan konten pariwisata yang memungkinkan interaksi dan partisipasi, serta menyediakan pilihan perjalanan, destinasi wisata, rute menuju lokasi wisata, penjelasan singkat lokasi destinasi wisata, gambar, ulasan terbaru, dan jangkauan harga.