

## PENGEMBANGAN SITUS PROMOSI PARIWISATA PULAU FLORES BERBASIS KOLABORASI

Nilla Rachmaningrum<sup>1</sup>, Falahah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Teknik Informatika, Universitas Widyatama

Jl. Cikutra no.204A Bandung

E-mail: [nilla.rachmaningrum@widyatama.ac.id](mailto:nilla.rachmaningrum@widyatama.ac.id), [falahah@widyatama.ac.id](mailto:falahah@widyatama.ac.id)

### Abstrak

Perkembangan teknologi internet membuat ICT menjadi *enabler* bagi berbagai proses bisnis, termasuk pariwisata.. Kehadiran ICT memungkinkan diterapkannya teknologi pemasaran baru melalui teknologi berbasis *webyang* menibulkan berbagai peluang di bidang industri wisata seperti perjalanan wisata, akomodasi dan organisasi tujuan wisata. Semua informasi ini sebaiknya dipadukan secara integrasi sehingga semua informasi didapat dalam bentuk "one stop shopping". Kehadiran web juga memungkinkan timbulnya gaya interaksi baru antar pengguna web yang dikenal sebagai *web collaboration*.

Flores memiliki wisata yang belum dikelola dengan baik selain Taman Nasional Komodo, Taman Nasional Danau Kelimutu, perburuan ikan paus di Lamalera yang masih menggunakan peralatan tradisional, dll. Data terakhir menunjukkan kunjungan wisatawan di Pulau Flores pada 2010 hanya 2,08 persen dibandingkan dengan wisatawan asing yang berkunjung ke Pulau Bali. Oleh karena itu akan dibangun sebuah aplikasi wisata yang memberi kesempatan para pengusaha untuk mendaftarkan dirinya dan mempublikasikan usahanya langsung dengan rancangan tampilan yang mudah digunakan.

Kolaborasi web didefinisikan sebagai pemanfaatan teknologi web dan internet yang memungkinkan para pengguna untuk berkomunikasi secara langsung, tanpa terikat tempat dan waktu, sehingga meminimalisasi biaya dan menghemat waktu. Bentuk-bentuk kolaborasi berbasis web memudahkan tersebarnya informasi dan melibatkan user secara aktif untuk membangun informasi tersebut ataupun melakukan penambahan atau koreksi atas informasi yang sudah ada.

**Kata Kunci:** Promosi Wisata, Pulau Flores, Kolaborasi Web

### 1. PENDAHULUAN

Kehadiran teknologi internet dan makin membaiknya infrastruktur teknologi informasi di berbagai belahan bumi saat ini membuat ICT menjadi *enabler* bagi berbagai proses bisnis, termasuk pariwisata. Kehadiran ICT di dunia pariwisata dan *turisme* sudah lama diandalkan oleh banyak pihak dan manfaatnya sudah sangat terasa. Banyak diantara kita lebih mengandalkan informasi yang diperoleh melalui media internet ketimbang media cetak ataupun media lainnya.

Laporan dari UNCTAD menyatakan bahwa e-tourism merupakan aplikasi B2C *e-commerce* yang terbanyak (40%), sedangkan laporan dari World Tourism Organization Business Council menyatakan bahwa 50% turis di Jerman mengandalkan informasi dari internet untuk mencapai satu tujuan.

Beberapa aplikasi populer juga sudah dibangun dan digunakan dengan luas. Beberapa diantaranya bahkan digunakan juga oleh masyarakat Indonesia untuk mencari informasi daerah di Indonesia sendiri, meskipun asal mula aplikasi tersebut bukan dari Indonesia, seperti Google Maps, Tripadvisor, Agoda, dan banyak lagi.

Meskipun sudah banyak dirasakan manfaatnya, tetapi masih banyak masyarakat di Indonesia, khususnya pengusaha ataupun pebisnis di bidang pariwisata belum memanfaatkan fasilitas ini. Berbagai kendala yang dihadapi misalnya minimnya pengetahuan akan ICT, kurangnya keberanian untuk mempromosikan usaha atau adanya asumsi bahwa usaha mereka hanyalah usaha sederhana sehingga belum layak dipromosikan seperti halnya hotel berbintang 5 atau restoran berkelas internasional dan lain-lain.

Atas dasar kondisi tersebut, pada penelitian ini akan dikembangkan sebuah aplikasi portal wisata yang memberi kesempatan para pemilik usaha untuk mendaftarkan dirinya dan mempublikasikan usahanya langsung dengan rancangan tampilan yang mudah digunakan. Sebagai studi kasus, aplikasi ini dikembangkan untuk mengangkat potensi wisata pulau Flores.

### 2. PERANAN ICT PADA BISNIS PARIWISATA

ICT dapat berperan aktif dalam berbagai aspek pariwisata, seperti :

1. Memilih dan mengembangkan situs wisata : teknologi informasi geospasial
2. *Marketing* : *internal* (*riset marketing*) dan *eksternal* (promosi, iklan, dan lain-lain).
3. *Customer Relationship Management* :
  - a. Mendorong calon konsumen menjadi konsumen
  - b. Fasilitas *booking travel*, penginapan, paket wisata dan lain-lain
  - c. Manajemen wisata : sebelum, selama wisata dan setelah wisata

4. Operasi : pembelian dan pengelolaan pasokan pengelolaan rantai nilai
5. Mengelola dan memonitor situs wisata: pemanfaatan GIS dan GPS

Manfaat ICT pada pemilihan lokasi, pengelolaan dan monitoring yaitu :

- Menginformasikan atraksi wisata di satu lokasi
- Membatasi lokasi pada satu komunitas
- Menginformasikan rute dan penginapan terdekat
- Menginformasikan lokasi tempat strategis seperti rumah sakit, bank, ATM dan lain-lain.

Pada bidang marketing, ICT dapat digunakan untuk dua arah yaitu ke arah internal perusahaan (riset pemasaran) dan ke arah konsumen (iklan dan promosi).

ICT dapat digunakan oleh pihak marketing untuk menarik perhatian calon konsumen (memberikan informasi dan membangun kepercayaan konsumen), memotivasi mereka untuk membeli dan menerapkan 4 P yaitu *Product, Price, Place* dan *Promotion*.

Kehadiran ICT juga memungkinkan diterapkannya teknologi pemasaran baru seperti mengirimkan promosi ke pihak partner atau calon konsumen melalui email dan sms, membuat *hot-link* pada web, atau membuat tampilan web yang dapat dikostumisasi tergantung obyek dan tujuan, misalnya menampilkan foto dan video wisata, dan lain-lain.

Kehadiran teknologi berbasis web juga menimbulkan cara interaksi baru antara wisatawan, perusahaan wisata dan agen perjalanan wisata. Hubungan ini menyebabkan terjadinya cara baru untuk mengakses dan menyebarkan informasi dan layanan wisata. Teknologi berbasis web memungkinkan timbulnya berbagai peluang di bidang industri wisata seperti perjalanan wisata, akomodasi dan organisasi tujuan wisata. Dalam beberapa tahun terakhir ini, banyak pebisnis di bidang wisata menyediakan produk dan layanannya secara online. Manfaat yang dihasilkan berupa penghematan biaya, efisiensi layanan, dan menarik lebih banyak konsumen. Informasi yang diharapkan tersedia pada situs web bukan hanya sekedar keterangan tentang obyek wisata yang dianggap dapat menarik pengunjung seperti sejarah, cuaca, tempat-tempat menarik, tetapi juga meliputi jasa wisata seperti penginapan, hotel, museum, tempat berkemah, bioskop, dan lain-lain. Semua informasi ini sebaiknya dipadukan secara integrasi ketika pengunjung mengakses satu wilayah sehingga semua informasi didapat dalam bentuk "*one stop shopping*".

Kehadiran web juga memungkinkan timbulnya gaya interaksi baru antar pengguna web yang dikenal sebagai *web collaboration*, atau kolaborasi web. Kolaborasi web didefinisikan sebagai pemanfaatan teknologi web dan internet yang memungkinkan para pengguna untuk berkomunikasi secara langsung, tanpa terikat tempat dan waktu, sehingga meminimalisasi biaya dan menghemat waktu.

Beberapa contoh aplikasi kolaborasi berbasis web, misalnya :

- Melaksanakan web meeting
- Menyebarkan informasi ke para pengguna melalui tutorial online atau kuis
- Memungkinkan para *telecommuter* berinteraksi dengan mitra kerjanya
- Menjalankan sebuah e-seminar
- Dan banyak lagi peluang aplikasi lainnya.

Bentuk-bentuk kolaborasi berbasis web memudahkan tersebarnya informasi dan melibatkan user secara aktif untuk membangun informasi tersebut ataupun melakukan penambahan atau koreksi atas informasi yang sudah ada. Penerapan fitur kolaborasi web pada situs wisata memudahkan pengunjung untuk berkontribusi memberikan informasi terkini pada obyek informasi yang ditayangkan. Kolaborasi juga memungkinkan pengunjung untuk memberikan referensi terhadap satu obyek, produk atau jasa wisata. Referensi ini akan membantu calon konsumen untuk menjadi konsumen berikutnya dan juga akan memberikan masukan bagi pihak pengelola wisata untuk memperbaiki kualitas layanan mereka.

### 3. POTENSI WISATA FLORES

Flores, dari bahasa Portugis yang berarti "bunga" berada di Provinsi Nusa Tenggara Timur, Indonesia. Flores termasuk dalam gugusan Kepulauan Sunda Kecil bersama Bali dan NTB, dengan luas wilayah sekitar 14.300 km<sup>2</sup>. Penduduk di Flores, di tahun 2007, mencapai 1,6 juta jiwa. Pulau Flores bersama Pulau Timor, Pulau Sumba dan Kepulauan Alor merupakan empat pulau besar di Provinsi NTT yang merupakan salah satu provinsi kepulauan di Indonesia dengan 566 pulau. Suku bangsa Flores adalah merupakan percampuran etnis antara Melayu, Melanesia, dan Portugis. Dikarenakan pernah menjadi Koloni Portugis, maka interaksi dengan kebudayaan Portugis sangat terasa dalam kebudayaan Flores, baik melalui Genetik, Agama, dan Budaya. Dengan keindahan alam serta keanekaragaman budaya yang dimiliki Flores menjadi pulau yang wajib dikunjungi oleh wisatawan.

Flores memiliki beberapa tempat wisata yang sudah cukup dikenal luas diseluruh dunia, seperti Taman Nasional Komodo yang masuk menjadi tujuh keajaiban dunia, dan Taman Nasional Danau Kelimutu. Tapi bukan itu saja potensi pariwisata yang ada di pulau ini, ada beberapa tempat pariwisata di Flores yang juga

menarik untuk dikunjungi, diantaranya perburuan ikan paus di Lamalera yang masih menggunakan peralatan tradisional, Pemandian Air Panas Mengeruda, Perkampungan Megalitik Bena, serta pesona 17 Pulau yang terdapat Riung, dan masih banyak tempat lagi yang menarik di Flores yang belum terjamah sama sekali oleh tangan-tangan manusia, selain itu Flores juga memiliki kerajinan budaya yang unik dan menarik, selain tempat-tempat wisata dan kerajinan budaya yang unik dan menarik, Flores juga memiliki wisata kuliner yang dapat memuaskan wisatawan yang akan berkunjung ke Flores.

Potensi pariwisata di wilayah Pulau Flores, Provinsi Nusa Tenggara Timur sangat memberikan kontribusi yang besar terhadap peningkatan pendapatan masyarakat dan pemerintah Kabupaten di seluruh Pulau Flores. Data terakhir menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan di Pulau Flores yang sangat banyak hingga tahun 2009 sudah menghasilkan pendapatan senilai Rp 160.572.978.460 dan jika itu naik 20 persen saja maka akan menyumbang pendapatan bagi Pulau Flores menjadi Rp 231.225.088.983. Namun, jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Flores pada 2010 diatas hanya 2,08 persen dibandingkan dengan wisatawan asing yang berkunjung ke Pulau Bali.

Saat ini, dunia mengakui pariwisata di Pulau Flores. Pemerintah Indonesia juga sudah mulai memperhatikan perkembangan potensi wisata di Pulau Flores, salah satunya dengan membentuk DMO wilayah Pulau Flores. *Destination Management Organization* (DMO) adalah struktur tata kelola destinasi pariwisata yang mencakup perencanaan, koordinasi, implementasi, dan pengendalian organisasi secara inovatif dan sistemik melalui pemanfaatan jejaring, informasi dan teknologi, yang dipimpin secara terpadu dengan peran serta masyarakat, asosiasi, industri, akademisi dan pemerintah dalam rangka meningkatkan kualitas pengelolaan, volume kunjungan wisata, lama tinggal dan besaran pengeluaran wisatawan serta manfaat bagi masyarakat di destinasi pariwisata.

Kehadiran DMO unit Pulau Flores ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berarti bagi pemerintah dalam klusterisasi dan pengembangan prioritas obyek wisata ataupun konten pendukung wisata di Pulau Flores.

#### 4. PERANCANGAN SITUS PROMOSI WISATA PULAU FLORES

Berdasarkan permasalahan yang sudah diuraikan sebelumnya, maka pada penelitian ini akan dikembangkan sebuah situs promosi wisata Pulau Flores yang memiliki kelebihan dibandingkan situs-situs promosi yang saat ini sudah tersedia untuk Pulau Flores, misalnya :

- Melibatkan para pengusaha langsung untuk berpartisipasi aktif mengembangkan konten situs web.
- Melakukan validasi (manual) untuk pemberian ijin pendaftaran ataupun penyebaran informasi dari para pengusaha. Hal ini untuk menjaga keamanan dan kenyamanan para konsumen, sehingga diharapkan yang benar-benar terdaftar pada web site tersebut adalah perusahaan yang benar-benar ril dan memiliki reputasi yang bagus.
- Mengajak para pengunjung (terutama wisatawan) untuk memberikan kritik, saran, komentar dan rekomendasi atas satu obyek, produk atau jasa yang sudah digunakan.

Berdasarkan kebutuhan tersebut, maka dikembangkan situs promosi web yang memuat fitur-fitur seperti pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Deskripsi Kebutuhan Pengembangan Situs Promosi Wisata Pulau Flores

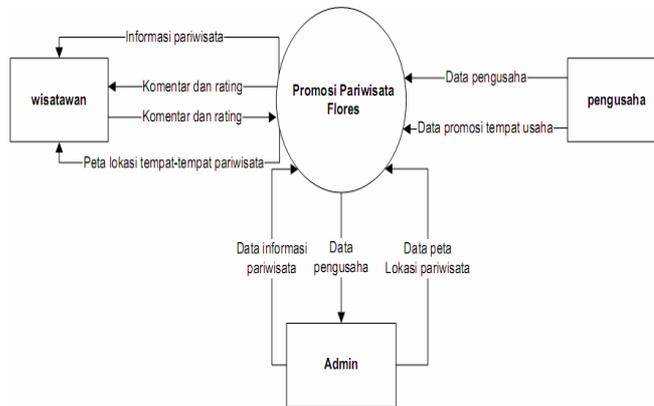
No.	Deskripsi Kebutuhan
1	Fasilitas pendaftaran bagi para pemilik usaha
2	Fasilitas validasi akun pemilik usaha
3	Fasilitas edit informasi untuk masing-masing pemilik usaha
4	Penandaan lokasi produk atau tempat wisata pada peta digital (google map dan sejenisnya) untuk memudahkan pencarian lokasi.
5	Mengklasifikasikan dua elemen pendukung kunjungan wisata seperti hotel dan restoran, pada satu daerah berdasarkan alokasi daerah wisata.
6	Pengunjung / wisatawan dapat mengisikan komentar ( <i>review</i> ) atas <i>object</i> yang dikunjungi atau jasa yang digunakan.
7	Pengunjung dapat memberikan rekomendasi, yang akan diakumulasi untuk setiap obyek wisata.

Persiapan awal sebelum mengembangkan sistem yaitu mendefinisikan pembagian obyek wisata berdasarkan wilayah, misalnya berdasarkan kecamatan. Kemudian, untuk setiap wilayah (sector) yang sudah didefinisikan,

dilakukan pendataan obyek wisata apa saja yang tersedia, misalnya museum, air terjun, pantai, binatang unik dan lain-lain.

Pemilik usaha akan mendaftarkan diri, dan mengisikan informasi berupa lokasi usaha. Lokasi ini harus mengacu pada sector yang sudah ditetapkan sebelumnya dan satu lokasi hanya dapat berada di satu sector.

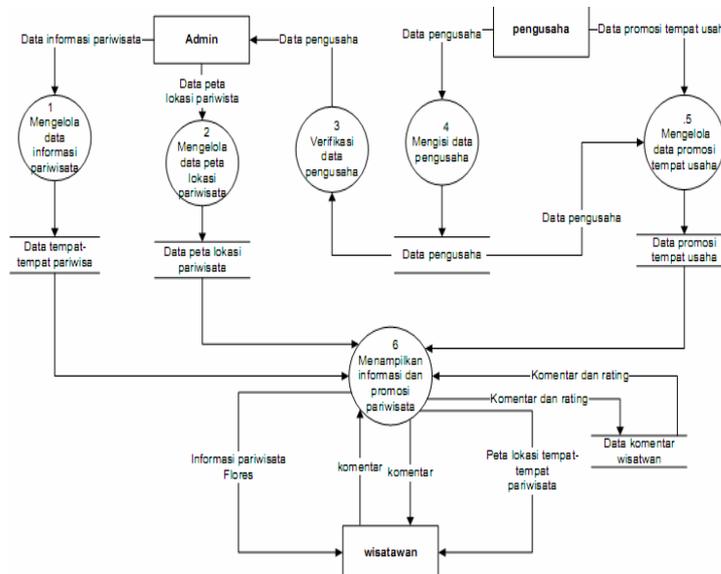
Pengguna utama aplikasi ini adalah wisatawan (sebagai pengunjung situs web), pengusaha atau pemilik usaha wisata, dan administrator sistem. Gambar 1 menunjukkan diagram konteks untuk spesifikasi sistem secara global.



**Gambar 1.** Context Diagram Situs Promosi Wisata Pulau Flores.

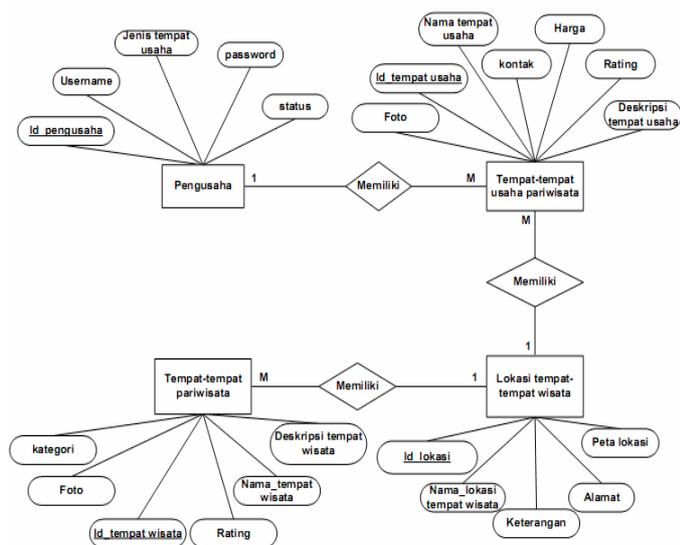
Langkah selanjutnya yaitu membuat turunan dari DFD level konteks. Gambar 2 menunjukkan DFD level 1. Pada gambar terlihat ada 6 proses utama yaitu :

1. Mengelola data informasi pariwisata
2. Mengelola data peta lokasi pariwisata
3. Melakukan verifikasi data pengusaha
4. Mengisi profil pengusaha atau unit usaha yang dikelola.
5. Mengelola data promosi tempat usaha
6. Menyampaikan informasi terkini kepada masyarakat.



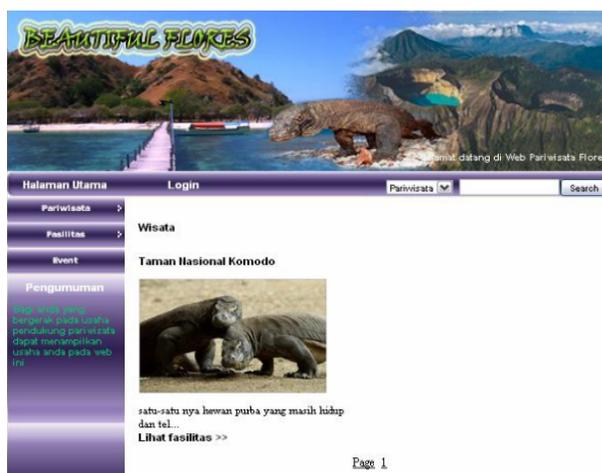
**Gambar 2.** DFD Level 0 untuk aplikasi Situs Promosi STTelkom.

Hasil analisis terhadap DFD kemudian digunakan untuk mendefinisikan relasi antar entitas seperti pada gambar 3. Untuk memudahkan, aplikasi ini selanjutnya disebut dengan nama *Beautiful Flores*.



Gambar 3. Entity Relationship Diagram

Dari hasil analisis dan perancangan, kemudian dibuat sebuah website sederhana dengan contoh tampilan dapat dilihat pada gambar 4,5 dan 6 berikut.



Gambar 4. Tampilan Utama (calon) Wisatawan.



Gambar 5. Penandaan posisi lokasi wisata dengan peta digital.

DAFTAR WISATA							
NO.	NAMA	KATEGORI	LOKASI	FOTO	ALAMAT	DESKRIPSI	
1	Taman Nasional Komodo	alam	Manggurai		Kec Komodo, Kab Manggarai Barat Flores	satu-satunya hewan purba yang masih hidup sampai sekarang dan sudah di alami sebagai salah satu keajaiban dunia... sedang telah banyak wisatawan yang berkunjung ke Flores hanya untuk melihat hewan purba ini.....	<a href="#">EDIT</a> <a href="#">HAPUS</a>
2	Air Panas Munge Ruda	alam	Bajawa		Sea, Ngada-Flores	air panas alami yang bisa buat segar badan	<a href="#">EDIT</a> <a href="#">HAPUS</a>
3	ikan bakar	Jaliner	Musumere		pelabuhan	ikan segar yang baru di .....	<a href="#">EDIT</a> .....

Gambar 6. Tampilan Daftar Obyek Wisata yang Sudah Diisikan oleh penguasaha.



Gambar 7. Kontribusi Pengguna berupa komentar dan rekomendasi (vote).

## 5. KESIMPULAN

1. ICT berperan penting untuk bisnis turisme dan wisata, Saat ini ICT belum dioptimalkan secara luas untuk mendukung promosi wisata
2. Perlu dibangun aplikasi situs promosi yang memungkinkan pengguna berkolaborasi dan berinteraksi secara langsung
3. Dikembangkannya aplikasi ini diharapkan dapat menjadi sebuah bentuk promosi pariwisata sebuah daerah dengan cara menkolaborasikan bentuk-bentuk promosi yang sudah ada, dengan kata lain aplikasi ini diharapkan bisa menjembatani promosi yang dilakukan pemerintah dengan pengusaha swasta karena para pengusaha dapat langsung berpartisipasi aktif dalam mengembangkan konten situs web.
4. Dengan promosi yang dilakukan diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan nasional maupun internasional khususnya di Pulau Flores, sehingga dapat meningkatkan pendapatan daerah dan masyarakatnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Pengertian DMO, Diakses dari : <http://www.dmoindonesia.com/index.php?module=detailberita&id=1>
- Situs web Flores Tourism, <http://www.florestourism.com/landing-page/explore-flores>.
- Flores Semakin Diminati Wisatawan, artikel pada harian KOMPAS, Diakses dari :  
<http://travel.kompas.com/read/2011/06/25/15502899/Flores.Semakin.DiminatiWisatawan>, Juni 2012.
- USAID, ICT and Tourism, Report of USAID, Arusha Tanzania. Diakses dari :  
[http://www.usaid.gov/our\\_work/agriculture/landmanagement/tourism/sidebar/ict.pdf](http://www.usaid.gov/our_work/agriculture/landmanagement/tourism/sidebar/ict.pdf)
- Lu, Zi, Lu, Jie, and Zhang Chengqi, "Website Development and Evaluation in the Chinese Tourism Industry",  
Jurnal Network and Communication Studies (NETCOM) vol.16 no. 3-4, 2002
- Carro, L, et.al., "CRM Techniques for analyzing client profiles in tourism promotion web site",
- Watu, Dionisius, "Aplikasi Peta Digital Lokasi dan Promosi Pariwisata Flores Berbasis Web", Proyek Akhir  
Prodi Manajemen Informatika, Politeknik Telkom, 2012.