

Implementasi e-Tourism di Indonesia: Literature Review

Muhammad Hidayat Djabbari^{*1}, Dewi Sulfa Saguni², Hanif Kurniadi³

^{1,2,3}Universitas Sembilanbelas November Kolaka, Kolaka

e-mail: ¹yytlmc@gmail.com, ²dewisulfa25@gmail.com, ³18kurniadihqnf@gmail.com

Abstrak

Salah satu upaya sector public didalam memberikan pelayanan kepariwisataan adalah dengan menggunakan teknologi informasi untuk berinteraksi dengan masyarakat dalam rangka menciptakan efisiensi dan efektivitas disektor pariwisata. Penggunaan teknologi informasi ini diistilahkan e-Government. Dalam konteks ini, E-Tourism muncul sebagai bagian integral dari transformasi E-Government yakni mengintegrasikan aspek pariwisata dengan pengelolaan administratif pemerintahan. E-Tourism ini merujuk pada penggunaan teknologi digital untuk memfasilitasi promosi, distribusi informasi, dan pengelolaan aspek-aspek pariwisata. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis implementasi e-Tourism di Indonesia dengan menggunakan analisis literature review. Metode yang digunakan dalam penulisan artikel ini adalah literature review. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Penelitian diawali dengan mencari artikel-artikel yang berkaitan dengan topik penelitian. Kriteria artikel ilmiah yang digunakan sebagai data berupa artikel ilmiah yang bersumber dari Google Scholar menggunakan software Publish or Perish dengan kemutakhiran 11 tahun terakhir yaitu dari tahun 2012-2023. Pemanfaatan teknologi dalam sektor pariwisata sangat penting dalam mengubah cara industri pariwisata di Indonesia beroperasi dan berinteraksi dengan wisatawan. Jenis teknologi yang umumnya digunakan adalah berbasis website dan aplikasi. Implementasi e-Tourism memberikan kemudahan bagi wisatawan dalam memperoleh informasi-informasi yang penting terkait objek wisata yang akan ditujuwalaupun ada beberapa hambatannya. Model e-Tourism memanfaatkan beragam macam fungsionalitas dari teknologi informasi seperti pengelolaan informasi pariwisata, pengelolaan pengguna, pembayaran elektronik, penggunaan jaringan komputer sebagai media transaksi jasa. Teknologi informasi tersebut berada.

Kata kunci— aplikasi pariwisata, e-government, pariwisata digital, platform e-tourism, teknologi pariwisata

Abstract

One of the efforts by the public sector to provide tourism services is through the use of information technology to interact with the public in order to create efficiency and effectiveness in the tourism sector. This use of information technology is referred to as e-government. In this context, e-tourism emerges as an integral part of the e-government transformation, integrating tourism aspects with administrative government management. E-tourism refers to the use of digital technology to facilitate tourism promotion, information distribution, and the management of various tourism aspects. The method used in writing this article is a literature review. The research approach utilized is qualitative in nature. The research process begins by searching for articles related to the research topic. The criteria for scholarly articles used as data consist of articles sourced from Google Scholar using the software "Publish or Perish," with a time frame spanning the last 11 years from 2012 to 2023. Leveraging technology in the tourism sector is crucial to reshaping how the tourism industry in Indonesia operates and interacts with tourists. Commonly utilized types of technology are website-based platforms and applications. The implementation of e-tourism provides convenience for travelers to access essential information about tourist destinations, although there are some challenges. The e-Tourism model makes use of a wide range of functionalities offered by information technology, including tourism information management, user management, electronic payments, and computer networks as transaction media for services. This information technology is pivotal in enhancing the

tourism experience, streamlining operations, and enriching the interaction between the industry and its visitors.

Keywords—digital tourism, e-government, e-tourism platforms, tourism application, tourism technology

1. PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara kepulauan yang kaya akan keindahan alam, budaya, dan keragaman, telah lama menjadi tujuan pariwisata yang populer di dunia. Dalam menghadapi era digital dan transformasi teknologi, pemerintah Indonesia telah mengambil langkah-langkah strategis untuk mengoptimalkan potensi sektor pariwisata melalui penerapan kebijakan E-Tourism. Kebijakan ini dirancang untuk memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi guna meningkatkan pengenalan, promosi, dan pengelolaan destinasi wisata di seluruh nusantara.

Dalam pandangan administrasi public, pemerintah didalam sector pariwisata berperan sangat penting dalam pengembangan dan pengelolaan sektor pariwisata. Peran pemerintah sebagai regulator, fasilitator, dan mitra strategis. Selain itu, pemerintah juga berperan dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan industri pariwisata. Salah satu upaya pemerintah didalam menjalankan peran tersebut adalah dengan menggunakan teknologi informasi untuk menciptakan efisiensi dan efektifitas disektor pariwisata untuk memberikan layanan dan informasi kepada warga negara melalui konsep e-Government.

Konsep E-Government atau pemerintahan berbasis elektronik telah membawa perubahan mendasar terkait cara pemerintah berinteraksi dengan warganya. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi ini untuk memberikan layanan publik yang lebih efisien dan transparan. Dalam konteks ini, E-Tourism muncul sebagai bagian integral dari transformasi E-Government, mengintegrasikan aspek pariwisata dengan pengelolaan administratif pemerintahan. E-Tourism ini merujuk pada penggunaan teknologi digital untuk memfasilitasi promosi, distribusi informasi, dan pengelolaan aspek-aspek pariwisata. Dalam pandangan e-Government, konsep ini menggambarkan bagaimana pemerintah dapat memanfaatkan

teknologi untuk meningkatkan daya tarik dan visibilitas destinasi wisata di wilayah mereka. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip E-Government, pemerintah dapat menciptakan pengalaman wisata yang lebih terhubung, efisien, dan berdaya saing global.

Kebijakan e-Tourism menjadi kendaraan untuk menghadirkan pengalaman wisata yang lebih terkoneksi dan berinovasi bagi para wisatawan, baik lokal maupun internasional. Salah satu contoh kebijakan atau program pemerintah dalam mendukung pelaksanaan e-Tourism adalah program Wonderful Indonesia. Wonderful Indonesia adalah program promosi pariwisata nasional yang didukung oleh pemerintah Indonesia. Program ini melibatkan kampanye promosi di media sosial, video, iklan, dan pameran internasional. Website resmi Wonderful Indonesia menyediakan informasi lengkap tentang destinasi, budaya, aktivitas, dan acara-acara di Indonesia, serta memfasilitasi pemesanan dan perencanaan perjalanan secara online.

Dalam perkembangannya e-Tourism yang merupakan elemen penting dalam usaha promosi destinasi dan peningkatan layanan pariwisata, menghadapi sejumlah masalah dalam pelaksanaan dan perkembangannya. Perkembangan e-Tourism di Indonesia saat ini belum sepenuhnya mengakomodasi aspek paling fundamental, yakni memberikan informasi dan jaminan kepada para wisatawan ketika mereka memilih untuk mengunjungi tujuan pariwisata tertentu. Bila dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lain seperti Malaysia, Thailand, dan Singapura, Indonesia dapat dianggap mengalami keterlambatan dalam pengembangan e-Tourism [1].

Permasalahan e-Tourism juga menghadapi tantangan di beberapa daerah di Indonesia. Contohnya, di Maluku Utara, terdapat kendala dalam efektivitas sistem informasi pariwisata (e-Tourism) karena para wisatawan masih menghadapi kesulitan dalam menemukan lokasi tempat wisata di daerah tersebut [2]. Situasi serupa terlihat di Kota Sawahlunto, provinsi Sumatera Barat, di mana informasi yang memadai mengenai objek-objek

wisata di wilayah tersebut masih kurang, sehingga jumlah wisatawan dan kesadaran masyarakat tentang potensi objek wisata yang ada masih terbatas [3]. Penelitian lainnya juga menyatakan bahwa Provinsi Lampung menghadapi permasalahan e-Tourism, yang disebabkan oleh kurangnya pemahaman mengenai perkembangan industri e-tourism di beberapa objek wisata, mengakibatkan pertumbuhan pariwisata yang tidak merata dan kurang berkembang [4].

Selanjutnya, di Kota Makassar juga terdapat banyak lokasi wisata yang belum dikenal oleh sebagian besar masyarakat. Hal ini disebabkan oleh kurangnya informasi yang tersedia serta kurangnya upaya pemasaran yang efektif untuk destinasi wisata tertentu, seperti pulau Lakkang, pulau Samalona, pulau Lae-Lae, pulau Kodingareng, dan masih banyak lagi [5]. Di samping itu, Dinas Pariwisata Kota Makassar menghadapi tantangan lainnya, seperti keterbatasan sumber daya manusia dalam bidang promosi dan pemasaran, kurangnya kesadaran pelaku industri untuk memberikan informasi tentang perubahan dalam usaha mereka, serta ketidakberadaan Standar Operasional Prosedur (SOP) tertulis dalam penggunaan Aplikasi Tourism Makassar. Tantangan-tantangan ini menghambat Dinas Pariwisata Kota Makassar dalam memberikan informasi yang mutakhir [6].

Dari rangkaian permasalahan yang disebutkan di atas, penting untuk mengatasinya melalui upaya promosi yang lebih intensif, penyediaan informasi yang lebih lengkap, dan pelayanan berbasis sistem informasi pariwisata (e-Tourism) yang efektif dan efisien. Dalam konteks permasalahan yang diuraikan, artikel ini bertujuan untuk menganalisis implementasi e-Tourism di Indonesia dengan menggunakan analisis literature review.

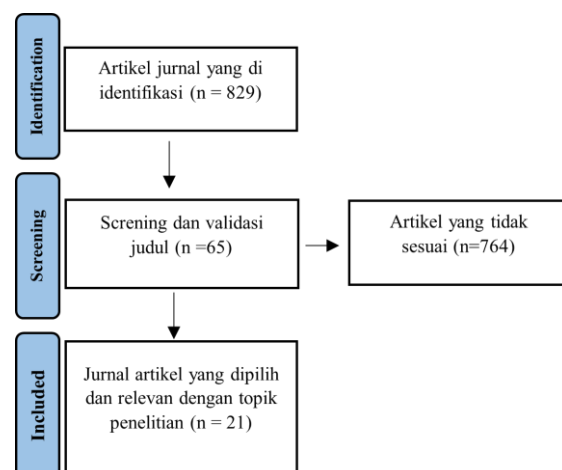
2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan artikel ini adalah literature review atau kepastakaan (library research). Studi Literatur (Literature Review) merupakan metode yang sistematis, ekplisit dan dapat diikuti dalam mengidentifikasi, mengevaluasi dan mensintesis sebuah karya penelitian yang lengkap, yang dihasilkan oleh peneliti yang lain [7]. Pendekatan penelitian

yang dilakukan adalah pendekatan kualitatif yakni pembahasan dan penjelasan keadaan serta permasalahan dianalisis secara logis, sistematis, dan konsisten dengan mengkaji secara rinci dan mendalam berkaitan dengan topik penelitian.

Penelitian diawali dengan mencari artikel-artikel yang berkaitan dengan topik penelitian yang akan dilakukan. Kriteria artikel ilmiah yang digunakan sebagai data berupa artikel ilmiah yang bersumber dari Google Scholar menggunakan software Publish or Perish dengan kemutakhiran 11 tahun terakhir yaitu dari tahun 2012-2023. Pada tahap awal pencarian artikel jurnal diperoleh 829 artikel menggunakan kata kunci pencarian “e-Tourism”.

Tahap selanjutnya dilakukan validasi artikel ilmiah dengan cara mengeliminasi artikel ilmiah berdasarkan judul artikel yang sesuai dengan gagasan topik yang diangkat. Data artikel ilmiah yang di dapatkan pada proses ini yaitu sebanyak 65 artikel. Selanjutnya dilakukan review kualitas artikel ilmiah yang relevan dengan topik penelitian dengan cara membaca keseluruhan isi artikel ilmiah menggunakan software NVIVO yang bertujuan melihat kesesuaian dengan topik penelitian dan melakukan coding terhadap isi artikel yang dianggap penting dan relevan. Kemudian, diperoleh jumlah artikel sebanyak 21 artikel ilmiah yang relevan dengan topik penelitian.



Gambar 1 Alur Telaah Literatur Review

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pentingnya Teknologi (e-Tourism) di Sektor Pariwisata

Indonesia, sebagai negara kepulauan dengan kekayaan budaya, alam, dan sejarah yang melimpah, telah lama menjadi tujuan wisata yang menarik bagi wisatawan domestik dan internasional. Namun, dalam era globalisasi dan digitalisasi yang terus berkembang, teknologi telah mengubah lanskap industri pariwisata secara mendasar. Peran teknologi tidak dapat diabaikan lagi, terutama dalam mendorong pertumbuhan, pemasaran, dan pengelolaan destinasi wisata di Indonesia.

Di era digitalisasi, konsep-konsep seperti "e-business," "e-commerce," "e-marketing," dan "e-service" muncul dengan mudah diakses. Sebagai konsekuensi yang logis, konsep "e-tourism" telah diperkenalkan ke dalam kategori-kategori di atas. Penambahan unsur "e" menunjukkan akar dan penyebab utama dari dinamika serta percepatan perkembangan yang cepat, serta serangkaian hasil ekonomi baru yang tercapai. Ini termasuk juga industri perjalanan dan pariwisata. Seluruh proses dijalankan melalui jaringan elektronik, khususnya Internet, yang berfungsi sebagai mediator karena memiliki karakteristik, keunggulan, dan tantangan yang unik [8].

Keberadaan teknologi telah memungkinkan destinasi pariwisata untuk mencapai audiens global dengan cara yang lebih cepat dan efisien. Melalui situs web resmi, media sosial, dan kampanye pemasaran digital, destinasi dapat mempromosikan daya tarik mereka kepada khalayak yang lebih luas. Video promosi, konten visual menarik, dan penggunaan influencer digital telah membantu dalam menarik minat wisatawan potensial.

Peran teknologi dalam industri pariwisata berperan sebagai sarana dan fasilitas untuk mendorong promosi pariwisata yang umumnya dilakukan melalui platform elektronik, yang sering dikenal sebagai pemasaran digital. Dalam konteks sektor pariwisata, perhatian diberikan pada transformasi digital yang terjadi dalam bidang pariwisata, yang lebih dikenal sebagai "transformasi digital pariwisata." Salah satu konsep yang muncul dari transformasi ini adalah e-Tourism [9]. E-Tourism, singkatan dari "Electronic Tourism," merujuk pada

pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi serta platform digital untuk mendukung dan memfasilitasi kegiatan pariwisata. Konsep ini mencakup pemanfaatan internet, perangkat mobile, media sosial, dan berbagai alat teknologi lainnya untuk mempromosikan, merencanakan, memesan, dan mengelola perjalanan wisata.

Promosi pariwisata suatu daerah sangat bergantung pada pemahaman dan minat para wisatawan terhadap atraksi wisata tertentu. Upaya promosi yang menggunakan metode konvensional seperti pendistribusian brosur atau pamflet memiliki biaya yang cukup besar dan dinilai kurang efisien, terutama karena cakupannya terbatas pada sebagian populasi, terutama di tengah pandemi saat ini. Oleh karena itu, diperlukan adopsi metode promosi yang lebih efisien, seperti melalui platform internet, yang dikenal sebagai e-tourism [10].

Pendekatan teknologi (e-tourism) dalam mengembangkan sektor pariwisata di era digital terus berkembang seiring dengan peran strategis teknologi digital kreatif dalam berbagai aspek bisnis, khususnya dalam sektor pariwisata. Perkembangan bisnis online seperti e-commerce telah memberikan dampak baru pada strategi pemasaran pariwisata di berbagai negara. Pemanfaatan e-commerce dalam industri pariwisata dikenal sebagai e-Tourism. Pemasaran dan penyebaran informasi pariwisata melalui internet semakin menjadi tren bisnis yang signifikan. Dalam konteks ini, e-Tourism menjadi sektor yang membutuhkan konten informasi yang up-to-date, unik, dan menarik [11].

Kemudian, peran teknologi informasi sangatlah penting dalam industri pariwisata, terutama dalam upaya mempromosikan atraksi wisata melalui platform web, mengembangkan aplikasi khusus, dan merancang sistem informasi geografis. Pemanfaatan teknologi informasi menjadi faktor kunci dalam mengoptimalkan cara di mana objek wisata diperkenalkan. Sebagai contoh, dalam suatu penelitian di kota Palembang, teknologi telah berhasil diimplementasikan sebagai media promosi yang sukses menjangkau wisatawan dari dalam dan luar negeri, membantu mereka mengenal dan merencanakan kunjungan ke berbagai objek wisata [10].

Pemanfaatan teknologi informasi ditujukan untuk meningkatkan pemahaman tentang objek wisata di suatu daerah sebagai

alat promosi yang mencakup kedua wisatawan domestik maupun internasional. Tujuannya adalah untuk memperkenalkan dan mendorong kunjungan ke berbagai objek wisata yang tersedia [12]. Dari sini, jelas terlihat bahwa penerapan teknologi informasi dan komunikasi dalam industri pariwisata memiliki potensi besar untuk memperkenalkan destinasi wisata kepada calon wisatawan. Penggunaan teknologi ini muncul karena kebutuhan akan informasi yang lebih mendetail tentang tempat-tempat wisata yang belum begitu dikenal oleh wisatawan, baik dari dalam negeri maupun luar negeri.

Pemanfaatan teknologi dalam sektor pariwisata memiliki peranan krusial dalam mengubah cara operasional industri ini dan berinteraksi dengan para wisatawan. Beragam jenis teknologi memiliki peran spesifik yang mendukung penguatan sektor pariwisata serta meningkatkan pengalaman wisatawan, sekaligus memperkenalkannya kepada calon wisatawan. Salah satu jenis teknologi yang umum digunakan adalah aplikasi. Aplikasi merujuk pada perangkat lunak atau alat yang diciptakan oleh perusahaan komputer untuk menjalankan tugas-tugas tertentu. Aplikasi ini mampu memvisualisasikan jumlah transaksi panggilan dan pesan teks dalam bentuk grafis melalui perangkat mobile yang berbasis Android [13].

Selain aplikasi, pemanfaatan jenis teknologi lainnya sering dilakukan melalui pendekatan berbasis web, dengan tujuan memberikan informasi kepada wisatawan mengenai daerah yang akan mereka kunjungi. Sebagai contoh, dalam penelitian di Kabupaten Majalengka, disorot perlunya pengembangan sistem informasi pariwisata berbasis web. Tujuannya adalah untuk menarik minat wisatawan lokal dan internasional agar mengunjungi Kabupaten Majalengka. Dengan bertambahnya jumlah pengunjung, pendapatan daerah dan masyarakat setempat juga berpotensi meningkat. Selain itu, melalui sistem informasi pariwisata berbasis web, objek-objek wisata di Kabupaten Majalengka dapat lebih dikenal oleh masyarakat di luar wilayah tersebut. Ini juga berpotensi memacu pemerintah setempat untuk memberikan perhatian lebih terhadap pengelolaan tempat-tempat pariwisata yang ada [14].

Dengan adanya kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi, upaya

untuk mempromosikan sektor pariwisata menjadi lebih efektif dan efisien bagi industri tersebut. Hal ini tercermin dalam perkembangan situs web yang menyediakan informasi mengenai destinasi wisata di suatu wilayah. Penerapan e-tourism telah berperan penting dalam memberikan bantuan yang signifikan bagi masyarakat untuk mengakses informasi pariwisata dan sarana promosi dengan lebih mudah dan terjangkau. Namun, tidak hanya sampai di situ, pemanfaatan teknologi ini juga berhasil memacu semangat masyarakat untuk lebih aktif terlibat dalam kegiatan wisata di Desa Jati Indah, Lampung Selatan [15].

Secara keseluruhan, e-Tourism dapat dianggap sebagai solusi yang diterapkan oleh pemerintah untuk meningkatkan promosi pariwisata di suatu wilayah. Ketersediaan beragam informasi mengenai tempat wisata, budaya, layanan agen perjalanan, dan kegiatan lokal yang dapat diakses secara online akan sangat membantu para wisatawan dalam merencanakan perjalanan mereka. Pemanfaatan E-Tourism memiliki potensi untuk mendorong promosi yang lebih intensif dan penyediaan informasi yang komprehensif bagi para wisatawan. Dalam hasil penelitian lainnya ditemukan bahwa ketersediaan informasi seperti akomodasi dan objek wisata akan secara signifikan mempermudah wisatawan dalam mengambil keputusan saat merencanakan perjalanan mereka menuju objek wisata di Sawahlunto, Provinsi Sumatera Barat [3].

3.2 Implementasi e-Tourism

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peran sentral dalam perekonomian Indonesia. Keindahan alam, keragaman budaya, serta warisan sejarah telah menjadikan Indonesia sebagai destinasi wisata yang terkenal di seluruh dunia. Akan tetapi, seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, industri pariwisata juga perlu melakukan penyesuaian dan mengadopsi konsep e-Tourism atau pariwisata berbasis elektronik guna mengoptimalkan potensi dan meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, langkah-langkah untuk menerapkan e-Tourism secara efektif dan efisien dalam pengembangan sektor pariwisata menjadi hal yang penting.

Dalam implementasi e-Tourism di Indonesia, terlihat bahwa penggunaan

teknologi informasi dan komunikasi masih tertinggal, terutama dalam hal penyajian informasi, tingkat interaktivitas, responsivitas, dan integrasi website dengan berbagai komponen dalam industri pariwisata seperti maskapai penerbangan, perusahaan pelayaran, asuransi, agen perjalanan, hotel, dan pengelola objek wisata [16]. Keterbatasan ini mengakibatkan calon wisatawan kesulitan mendapatkan informasi yang pasti mengenai akomodasi, transportasi, serta perkiraan biaya yang akan dikeluarkan dalam perencanaan perjalanan mereka.

Implementasi e-Tourism lebih banyak fokus pada aspek teknis dalam kegiatan promosi pariwisata, terutama melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan situs web. Hasil penelitian yang dilakukan di Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat memperlihatkan bahwa promosi objek wisata di wilayah tersebut dilakukan melalui media sosial, seperti akun Instagram (@pesisirbarat dan @wisatapesisirbarat), Facebook, dan WhatsApp. Melalui media ini, informasi terperinci seperti lokasi, fasilitas, dan protokol kesehatan dapat diberikan kepada calon wisatawan [17].

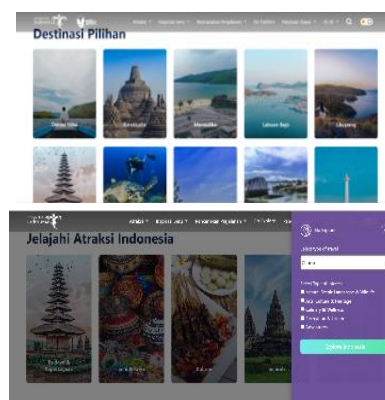
Namun, jika dilihat terdapat kekurangan dalam informasi yang disajikan untuk berbagai destinasi wisata di Kabupaten Pesisir Barat dengan menggunakan social media. Berdasarkan artikel tersebut dijelaskan bahwa baik situs web resmi Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat maupun iklan-iklan wisata memiliki kelemahan, yaitu tidak menyajikan penjelasan yang komprehensif mengenai tempat wisata, fasilitas yang tersedia, layanan agen perjalanan, dan sejenisnya. Yang ada hanyalah video yang menghubungkan ke platform YouTube yang menampilkan gambaran umum tentang lokasi wisata [17].

Selanjutnya, masalah lain pada implementasi e-Tourism dengan menggunakan situs web ini, banyak konten-konten yang masih sangat generik dan bersifat satu arah. Sebagian besar situs web hanya menyediakan informasi tentang daya tarik dan berita seputar wisata. Informasi yang tersedia di situs web seringkali tidak lengkap, minim interaktif, dan tidak menyediakan saluran komunikasi dua arah yang memadai [16].

Pada dasarnya, implementasi atau kehadiran e-Tourism telah menghasilkan perubahan yang signifikan dalam sektor

pariwisata. Melalui implementasi teknologi informasi dan komunikasi, e-Tourism memberikan kemudahan kepada para wisatawan dalam mengakses informasi penting terkait tujuan wisata yang mereka kunjungi, serta memberikan kenyamanan bagi pelaku industri pariwisata dalam menyediakan informasi mengenai layanan-layanan pariwisata. Oleh karena itu, dalam upaya mengoptimalkan potensi sektor pariwisata, tidak hanya perlu melakukan peningkatan pada lokasi dan objek wisata, tetapi juga harus menggabungkan penggunaan teknologi internet dalam upaya promosi dan pemesanan layanan pariwisata secara langsung melalui e-Tourism [8].

Salah satu contoh penggunaan e-Tourism di Indonesia adalah melalui website Wonderful Indonesia (www.indonesia.travel/id). Situs web "Wonderful Indonesia" ini berisi informasi tentang destinasi wisata, budaya, kuliner, dan aktivitas (destinasi, atraksi, dan event) di seluruh Indonesia.



Gambar 2 Tampilan Website Wonderful Indonesia

Keberadaan e-Tourism ini dapat memberikan kemudahan bagi para wisatawan dalam memperoleh informasi mengenai berbagai destinasi wisata. Walaupun e-Tourism memiliki potensi besar dalam memberikan manfaat seperti kemudahan dalam akses informasi, efisiensi, dan peningkatan aksesibilitas, terdapat sejumlah faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan dan implementasi e-Tourism ini, baik sebagai pendukung maupun penghambat.

Berdasarkan artikel yang ada ditemukan faktor-faktor yang menghambat pengembangan e-Tourism yakni kurangnya ruang multimedia yang memadai dan kekurangan Sumber Daya

Manusia yang memiliki keahlian dalam mengelola teknologi informasi untuk menjalankan sistem e-Tourism di berbagai destinasi wisata. Selain itu, hambatan lain yakni kurangnya integrasi konten atau fitur dalam situs web atau aplikasi dengan elemen-elemen lain atau media lain yang mendukung penyediaan layanan dan pemasaran pariwisata [10].

Selain itu, ditemukan pula faktor-faktor yang mendukung pelaksanaan e-Tourism yakni komitmen dan kerjasama dalam mempromosikan pariwisata melalui berbagai media atau sistem informasi yang tersedia, baik melalui program-program, kebijakan, maupun regulasi. Artikel yang membahas hal ini menjelaskan bahwa komitmen dari aparat pemerintah dalam mempromosikan Taman Purbakala Kerajaan Sriwijaya diwujudkan melalui kerjasama antara Dinas Perindustrian dan Perdagangan, pengusaha penginapan, dan masyarakat dalam melakukan promosi melalui media online [10]. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian pada artikel lainnya dimana dijelaskan bahwa faktor pendukung e-Tourism di Kabupaten Bantaeng meliputi komitmen aparat pemerintah dalam mengembangkan sektor pariwisata Bantaeng serta kerjasama dengan berbagai pihak terkait [18].

Selanjutnya, ketersediaan fitur-fitur yang dibutuhkan oleh konsumen atau wisatawan dalam e-Tourism juga menjadi faktor pendukung penting dalam menjalankan pelayanan dan pemasaran pariwisata melalui sistem informasi yang efisien dan efektif. Menurut Alghafri, faktor-faktor pendukung yang menjadi kunci keberhasilan dalam pengembangan e-Tourism [16], meliputi: a) Ketersediaan informasi kontak yang rinci, termasuk nomor telepon, faks, alamat email, dan jam operasional, serta informasi layanan yang disediakan, peraturan keimigrasian, agen perjalanan, dan informasi umum tentang objek wisata; b) Fitur reservasi online yang memungkinkan wisatawan untuk melakukan pemesanan hotel, makanan, dan tiket pertunjukan secara daring, serta menyediakan informasi tentang penukaran mata uang, pemasaran online, portofolio wisata, dan akomodasi; c) Fasilitas pembayaran online dan transaksi melalui internet, termasuk keamanan dalam melakukan transaksi online, informasi tentang penanaman modal, dan kontak agen atau turis yang terpercaya; d) Adanya testimoni

atau ulasan dari pengunjung sebelumnya, informasi tentang transportasi secara detail, fasilitas e-commerce, iklan portal wisata, brosur atau booklet informasi wisata, agenda acara, berita terkini, serta informasi tentang wisata medis.

Faktor-faktor pendukung ini bersama-sama menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi wisatawan dan meningkatkan efektivitas penggunaan e-Tourism dalam menghubungkan wisatawan dengan layanan dan objek wisata yang ada.

3.3 Model e-Tourism

Model e-Tourism mengacu pada kerangka konseptual yang menerapkan teknologi informasi dan komunikasi dalam industri pariwisata. Model ini membantu menggambarkan bagaimana teknologi telah mengubah cara wisatawan merencanakan, memesan, dan menjalani perjalanan mereka, serta bagaimana bisnis pariwisata mengoptimalkan layanan mereka menggunakan teknologi berbasis system informasi seperti website atau aplikasi.

Istilah "aplikasi pariwisata" telah diterapkan dalam beberapa model penelitian (seperti yang dijelaskan oleh Anggara et al., 2018), yang mencakup beberapa bentuk, seperti: a) Aplikasi yang dirancang menggunakan bahasa pemrograman HTML, yang mempermudah wisatawan dalam mencari informasi pariwisata melalui sistem yang dapat diakses secara daring melalui platform web; b) Aplikasi E-Tourism berbasis mobile yang didesain untuk sistem operasi Android, memungkinkan wisatawan mengakses informasi melalui smartphone. Aplikasi ini menyediakan fitur pemilihan tempat wisata, penjadwalan kegiatan, estimasi waktu perjalanan, serta rute menuju destinasi wisata.

E-Tourism dapat diartikan sebagai penggunaan teknologi informasi untuk memperkuat interaksi antara para pemangku kepentingan dalam industri pariwisata. Ini membantu pelaku bisnis pariwisata meningkatkan efisiensi dalam operasi dan berbagi pengetahuan antara para pemangku kepentingan [19]. E-Tourism memanfaatkan berbagai fitur dari teknologi informasi, termasuk pengelolaan informasi pariwisata, manajemen pengguna, pembayaran elektronik, pemanfaatan jaringan komputer sebagai media transaksi, dan bahkan penerapan kecerdasan

buatan untuk proses pemasaran serta penggunaan kecerdasan buatan untuk proses pemasaran, dan berbagai manfaat dari teknologi informasi [20]. Beberapa Model e-Tourism yang terdapat di dalam dan luar negeri antara lain:

Tabel 1 Model e-Tourism di dalam dan luar Negeri

E-Tourism di dalam negeri	E-Tourism di luar negeri
Bali Tourism Board Website (Website: balitourismboard.org)	New York City Official Guide (Website: nycgo.com)
Wonderful Indonesia Website (Website: indonesia.travel)	VisitItaly (Website: italia.it)
Traveloka (Website: traveloka.com, Aplikasi: Traveloka)	VisitParis (Website: parisinfo.com)
Tiket.com (Website: tiket.com, Aplikasi: Tiket.com)	Japan National Tourism Organization (JNTO) (Website: jnto.go.jp)
Gojek (Aplikasi: Gojek)	VisitBritain (Website: visitbritain.com)
Grab (Aplikasi: Grab)	Expedia (Website: expedia.com, Aplikasi: Expedia)
Klook (Website: klook.com, Aplikasi: Klook)	Booking.com (Website: booking.com, Aplikasi: Booking.com)
Airy (Website: airyrooms.com, Aplikasi: Airy)	Airbnb (Website: airbnb.com, Aplikasi: Airbnb)
Agoda (Website: agoda.com, Aplikasi: Agoda)	TripAdvisor (Website: tripadvisor.com, Aplikasi: TripAdvisor)
Tokopedia (Aplikasi: Tokopedia)	Skyscanner (Website: skyscanner.net, Aplikasi: Skyscanner)
Blibli Travel (Website: blibli.com/travel)	Viator (Website: viator.com, Aplikasi: Viator)

E-Tourism di dalam negeri	E-Tourism di luar negeri
Pegipegi (Website: pegipegi.com, Aplikasi: Pegipegi)	Lonely Planet (Website: lonelyplanet.com)
Travelio (Website: travelio.com, Aplikasi: Travelio)	Rome2rio (Website: rome2rio.com, Aplikasi: Rome2rio)

Sumber: Diolah penulis, 2023

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa terdapat berbagai penyedia layanan e-Tourism yang dapat dimanfaatkan oleh para wisatawan untuk mengelola dan merencanakan perjalanan wisata mereka. Keberadaan banyak penyedia ini disokong oleh ketersediaan beragam fitur di dalam platform e-Tourism, seperti fasilitas pemesanan hotel di lokasi wisata, informasi harga tiket untuk berbagai objek wisata, serta berbagai informasi lainnya yang berkaitan dengan pariwisata [10]. Dengan adanya fitur-fitur ini, para wisatawan dapat dengan mudah memilih dan mempersiapkan semua yang diperlukan selama perjalanan mereka.

Selanjutnya, e-Tourism juga berperan sebagai alat promosi pariwisata yang efisien, yang mampu menghemat biaya perjalanan bagi para wisatawan. E-Tourism memiliki fungsi sebagai alat komunikasi dalam pemasaran pariwisata, yang juga memiliki potensi untuk menghilangkan peran perantara (biro perjalanan) dalam berinteraksi dengan calon konsumen [16]. Dengan demikian, e-Tourism dapat menghubungkan langsung wisatawan dengan informasi dan layanan yang mereka butuhkan, sehingga memberikan manfaat yang lebih efisien dalam proses pembiayaan perjalanan.

Sebagai contoh, dalam artikel dijelaskan bahwa objek wisata di Teluk Kilauan telah mempermudah akses wisata dengan mengadopsi sistem informasi e-Tourism sebagai alat promosi. Mereka mengembangkan sebuah aplikasi yang berfungsi sebagai media untuk memperkenalkan objek wisata, terutama di Provinsi Lampung [21]. Aplikasi e-Tourism tersebut dirancang untuk memberikan kemudahan bagi wisatawan dalam memperoleh informasi tentang berbagai objek wisata di daerah tersebut, dan menjadi sarana promosi

yang dapat menjangkau wisatawan lokal maupun mancanegara.

E-Tourism secara menyeluruh menyediakan informasi tentang seluruh industri jasa pariwisata, mulai dari hotel, kuliner, operator tur, penyewaan kendaraan, acara (ivent), destinasi wisata, hingga semua elemen dalam rantai nilai pariwisata. Keberadaan fitur-fitur yang lengkap ini memungkinkan pengunjung atau wisatawan untuk dengan mudah memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam merencanakan perjalanan wisata mereka [16].

Secara keseluruhan, model e-Tourism mencakup pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi melalui system informasi dengan menciptakan fitur-fitur yang terintegrasi untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan di sektor pariwisata. Perlu diketahui bahwa model e-Tourism yang sukses bukanlah sekadar infrastruktur teknologi semata, melainkan juga memerlukan basis data yang baik, pengelolaan data yang efektif, dan pusat informasi yang terintegrasi, luas, dan dapat diakses oleh masyarakat secara massif. Dengan demikian, model e-Tourism yang berbasis system informasi menjadi alat manajemen yang penting dalam penyediaan layanan dan promosi pariwisata di suatu wilayah.

4. KESIMPULAN

Pemanfaatan teknologi dalam sektor pariwisata sangat penting dalam mengubah cara industri pariwisata di Indonesia beroperasi dan berinteraksi dengan wisatawan. Berbagai jenis teknologi memiliki peran khusus yang membantu memperkuat industri pariwisata dan meningkatkan pengalaman wisatawan dan memperkenalkannya kepada calon wisatawan. Jenis teknologi yang umumnya digunakan adalah berbasis website dan aplikasi.

Implementasi e-Tourism di Indonesia telah mengubah lanskap industri pariwisata dengan cara yang signifikan. Penerapan teknologi informasi dan komunikasi (e-Tourism) memberikan kemudahan bagi wisatawan dalam memperoleh informasi-informasi yang penting terkait objek wisata yang akan dituju. Namun, di balik manfaatnya, ada sejumlah hambatan dan tantangan yang perlu diatasi untuk memastikan kesuksesan dan

berkelanjutan dalam mengadopsi teknologi e-Tourism ini.

Model e-Tourism memanfaatkan beragam macam fungsionalitas dari teknologi informasi seperti pengelolaan informasi pariwisata, pengelolaan pengguna, pembayaran elektronik, penggunaan jaringan komputer sebagai media transaksi jasa. Teknologi informasi tersebut berada didalam satu platform digital yang tersedia didalam berbagai fitur-fitur yang dapat diakses oleh konsumen pariwisata.

5. SARAN

Penelitian ini merupakan studi literature sehingga secara empiric masih sangat kurang. Sehingga, penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian secara langsung terkait implementasi e-Tourism di Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Public Policy Network yang telah membantu didalam penyediaan artikel-artikel dan petunjuk-petunjuk analisis didalam penyelesaian artikel ini. Ucapan terima kasih pula kepada seluruh Dosen-dosen di Fisip USN Kolaka yang bersedia untuk bertukar pikiran didalam menyelesaikan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. D. Manuputty and A. R. Tanaamah, "Kepariwisataan Berbasis E-tourism," *J. Teknol. Informasi-Aiti*, vol. 3, no. 1, pp. 52–65, 2016.
- [2] N. Lestari, A. Ambarita, R. G. Hafel, and . M., "Aplikasi E-Tourism berbasis Android sebagai Panduan dan media Promosi Objek Pariwisata di Maluku Utara," *J. Ilm. Ilk. - Ilmu Komput. Inform.*, vol. 6, no. 1, pp. 11–20, 2023, doi: 10.47324/ilkominfo.v6i1.173.
- [3] G. Ali, D. Winarti, Vitriani, F. Okmayura, and R. Satria, "Perancangan E-Tourism Untuk Meningkatkan Pariwisata di Kota

- Sawahlunto,” *J. SIMTIKA*, vol. 5, no. 2, pp. 34–39, 2022.
- [4] B. Anggara, A. Andoyo, Rinawati, Kasmi, and S. Ipinuwati, “Perancangan aplikasi e-tourism berbasis android sebagai strategi promosi pariwisata Provinsi Lampung,” *Pros. Semin. Nas. Darmajaya*, vol. 1, pp. 13–18, 2018, [Online]. Available: <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/PSND/article/view/1224>
- [5] H. Arfandy and S. Bahri, “Pemanfaatan E-Tourism Untuk Pemasaran Sektor Pariwisata Di Kota Makassar Berbasis Android,” *KHARISMA Tech*, pp. 38–45, 2020, [Online]. Available: <https://jurnal.kharisma.ac.id/kharismatech/article/view/158%0Ahttps://jurnal.kharisma.ac.id/kharismatech/article/download/158/105>
- [6] M. Firmansyah, “Pemanfaatan Aplikasi Tourism Makassar Sebagai Media Komunikasi Pariwisata di Kota Makassar,” Universitas Islam negeri Alauddin Makassar, 2018. [Online]. Available: <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/id/eprint/15600>
- [7] A. Fink, *Conducting Research Literature Review; From The Internet to Paper Fourth Edition*. Los Angeles: SAGE Publications Ltd, 2020. [Online]. Available: https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=0z1_DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=info:fXhph5iuzdsJ:scholar.google.com&ots=15PocZYPjC&sig=mZKBXzCVzviBfG8u4SckTYdtlBE&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- [8] E. Purike, I. W. Kurniasih, F. W. Wulandari, and A. Nirwani, “Transaksi Digital dan Perkembangan e-Tourism di Indonesia,” *NAWASENA J. Ilm. Pariwisata*, vol. 1, no. 2, pp. 12–19, 2022, doi: 10.56910/nawasena.v1i2.157.
- [9] G. Haryono and A. Albetris, “Peranan Komunikasi Pemasaran Pariwisata Melalui Pemanfaatan E-Tourism Marketing untuk Meningkatkan Niat Berkunjung Wisatawan,” *Ekon. J. Econ. Bus.*, vol. 6, no. 1, p. 136, 2022, doi: 10.33087/ekonomis.v6i1.509.
- [10] D. A. Agustin, “Strategi Pengembangan E-Tourism Sebagai Media Pemasaran Pariwisata di Taman Purbakala Kerajaan Sriwijaya,” *J. Kaji. Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, vol. 3, no. 3, pp. 193–198, 2023, doi: 10.24036/jkpbp.v3i3.54472.
- [11] I. Hermawan, “Katalog Virtual Reality E-Tourism Berbasis Video 360 Sebagai Konten Digital Kreatif Bagi Media Simulasi Profil Destinasi Wisata,” *Semin. Nas. Terap. Ris. Inov.*, vol. 01, pp. 478–485, 2016.
- [12] N. Probosari, A. Si. Hartati, and S. Kussujaniatun, “Pengenalan Wilayah Kecamatan Dlingo,” *Strateg. Pemasar. WIsata Berbas. E-Tourism*, 2019, [Online]. Available: <http://eprints.upnyk.ac.id/26264/1/Monograf1.pdf>
- [13] D. B. Antara and S. Abadi, “Perancangan Aplikasi E-Tourism Laguna Teluk Kilauan Sebagai Media Promosi Wisata Berbasis Android,” *JTKSI (Jurnal Teknol. Komput. dan Sist. Informasi)*, vol. 1, no. 1, pp. 22–25, 2018.
- [14] A. Bastian, S. F. Rodiansyah, and R. Rezanova, “PENGEMBANGAN E-TOURISM DISPORABUDPAR KABUPATEN MAJALENGKA MENGGUNAKAN METODE SWOT,” *Semin. Nas. Teknol. Inf. dan Komun. 2017 (SENTIKA 2017)*,

- 2017.
- [15] M. R. Kadafi, A. Moussadecq, and M. R. Justin, "Perancangan E-Tourism Sebagai Upaya Promosi Desa Jati Indah Lampung Selatan," *IKONIK J. Seni dan Desain*, vol. 4, no. 1, p. 48, 2022, doi: 10.51804/ijsd.v4i1.1603.
- [16] O. Herlina, "Komunikasi Pemasaran Pariwisata Melalui E-Tourism," *Pros. Manaj. Komun.*, pp. 256–261, 2021, [Online]. Available: <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/mankom/article/view/27204>
- [17] D. R. Sari, Saniati, and Parjito, "E-tourism kebudayaan dan pariwisata kabupaten pesisir barat," *J. Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 2, no. 4, pp. 62–67, 2021.
- [18] H. Amiruddin, "Strategy in Promotion E-Tourism Base: Study on Bantaeng Regional Government," *J. LA BISECOMAN*, vol. 1, no. 1, pp. 1–6, 2020, doi: <https://doi.org/10.37899/journallabisecoman.v1i1.22>.
- [19] L. G. S. Kartika, "Aplikasi Model Kano Untuk Analisis Kebutuhan Informasi Harga Pada E-Tourism," *Pariwisata Budaya J. Ilm. Agama Dan Budaya*, vol. 6, no. 2, p. 170, 2021, doi: 10.25078/pba.v6i2.2631.
- [20] M. R. Shihab and A. Murtadho, "Analisis Situs E-Tourism Indonesia: Studi Terhadap Persebaran Geografis, Pengklasifikasian Situs Serta Pemanfaatan Fungsi Dan Fitur," *J. Sist. Inf.*, vol. 7, no. 1, p. 13, 2012, doi: 10.21609/jsi.v7i1.290.
- [21] M. Y. H Herlina, Y Yulmaini, S Karnila, "Pengembangan Aplikasi E-Tourism Berbasis Android Sebagai Strategi Promosi Pariwisata Provinsi Lampung," *Konf. Nas. Sist. Inform. 2015*, pp. 9–10, 2015.
-

