



Strategi Pengembangan *E-Tourism* Sebagai Media Pemasaran Pariwisata di Taman Purbakala Kerajaan Sriwijaya

Debby Angely Agustin ¹

¹ Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Email: angelyagustin37@gmail.com,

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemerintah daerah dalam promosi berbasis *E-Tourism* di Taman Purbakala Kerajaan Sriwijaya Kota Palembang dan juga untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pemerintah daerah dalam perumusan strategi promosi berbasis *E-Tourism* di Kota Palembang. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan dari wawancara, kemudian dianalisis berdasarkan indikator Sumber Daya Manusia, Sarana dan Prasarana, dan Pendanaan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemerintah Kota Palembang dalam mengimplementasikan *E-Tourism* dimaksimalkan dengan membuat Tim yang diisi dengan sumber daya manusia yang memiliki kapasitas atau kemampuan khusus dalam penguasaan IT. Khusus untuk konsep *E-Tourism*, keterbatasan dana fisik, namun untuk keahlian teknis diperlukan pembiayaan teknis seperti fotografer dan ahli desain grafis. Faktor pendukung promosi berbasis *E-Tourism* di Kota Palembang adalah komitmen aparaturnya untuk mempromosikan pariwisata Taman Purbakala Kerajaan Sriwijaya dan kerjasama dengan berbagai pihak.

Kata kunci: Strategi Pengembangan, *E-Tourism*, Media Pemasaran

ABSTRACT

This study determines local government strategies in e-tourism-based advertising in Sriwijaya Royal Park, Palembang City and reveals the factors that influence local governments in formulating e-tourism-based advertising strategies in Palembang City. This type of research is descriptive qualitative. Data were collected from interviews and analysis based on indicators of human resources, facilities and infrastructure, and human resources. Data collection techniques are carried out by observation (observation), interviews (interviews), and documentation. The results of this study indicate that the strategy of Palembang City in implementing e-tourism is maximized by forming a team filled with special abilities or skills to master IT. Especially in terms of the concept of e-tourism, physical means are limited, but technical knowledge requires technical funds, such as photographers and graphic design specialists. The supporting factor for e-tourism-based promotion in Palembang City is the organization's efforts and collaboration with various stakeholders to promote tourism in the Sriwijaya Royal Archaeological Park.

Keywords: Development Strategy, *E-Tourism*, Marketing Media.

PENDAHULUAN

Industri pariwisata merupakan salah satu industri terbesar di dunia karena melibatkan banyak disiplin ilmu lainnya. Industri pariwisata memiliki kontribusi yang besar dalam meningkatkan pendapatan dan perekonomian pada suatu negara, terkhusus di Indonesia. Indonesia mempunyai keanekaragaman yang dapat dijadikan sebagai potensi dalam pengembangan pariwisata. Beraneka ragam jenis flora-fauna, peninggalan sejarah, peninggalan purbakala, sumberdaya alam yang meluas serta keragaman berbagai seni dan budaya menjadi potensi yang sangat besar bagi Indonesia dalam melakukan pengembangan pariwisata. Pembangunan wisata di suatu daerah membutuhkan adanya kontribusi dan kerjasama dari para pemangku kepentingan pariwisata [1].

Kota Palembang yang terletak di Pulau Sumatera tepatnya di Provinsi Sumatera Selatan merupakan kota tertua di Indonesia yang berumur sekitar 1337 tahun [2]. Kota Palembang memiliki banyak wisata peninggalan sejarah yang tak jarang menjadi daya tarik wisata bagi wisatawan lokal maupun non-lokal. Beberapa daya Tarik wisata sejarah di kota Palembang antara lain Masjid Agung Palembang Benteng Kuto Besak (BKB), Jembatan Ampera, Kantor Ledeng (Kantor Walikota) , Monumen Penderitaan Rakyat (Monpera), Museum Sultan Mahmud Badaruddin II, Museum Balaputera Dewa, Taman Purbakala Kerajaan Sriwijaya, Bagus Kuning dan Kampung Kapitan [3].

Pengembangan Kota Palembang tentunya tak luput dari peran pemerintah hal ini dapat terlihat dari adanya even-even khusus yang dapat menarik minat wisatawan [4]. Pemerintah daerah memiliki peluang untuk mengelola dan mengembangkan potensi yang ada di daerahnya sendiri, akibat adanya kebijakan Otonomi Daerah [5]. Pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti pengembangan daya tarik pariwisata, pengadaan sarana dan prasarana untuk mendukung pariwisata, dan dilakukannya pemasaran atau promosi [6]. Pemasaran pariwisata suatu daerah berpegang pada pengetahuan dan minat wisatawan terhadap suatu daya tarik wisata. Promosi dengan memanfaatkan metode konvensional semacam penyebaran brosur/pamflet, dan sebagainya membutuhkan biaya yang cukup banyak serta dinilai kurang efektif dilakukan karena hanya menjangkau beberapa populasi, terkhusus di masa pandemi saat ini. Sehingga didapati perlu memanfaatkan suatu metode promosi yang lebih efektif yakni salah satunya promosi melalui internet atau yang disebut *e-tourism* [6], [7].

Penelitian ini tentu tidak terlepas dari penelitian sebelumnya seperti yang telah dilakukan Nursari Rahmatulloh yaitu tentang Strategi Pengembangan Taman Purbakala Kerajaan Sriwijaya Sebagai Wisata Sejarah Di Kota Palembang [8]. Didapatkan bahwa paket *tour* melalui *travel agent* dan media promosi digital lebih meningkatkan eksistensi Taman Purbakala Kerajaan Sriwijaya. Maka dari itu, penulis tertarik dan ingin melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan *E-Tourism* Sebagai Media Pemasaran Pariwisata di Taman Purbakala Kerajaan Sriwijaya”.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif sendiri adalah penelitian berjenis *non numerik*, dimana biasanya hanya digunakan dalam penelitian yang bersifat interaktif atau social [9]. Sedangkan, penelitian deskriptif digunakan untuk memperoleh dan memahami uraian atau gambaran secara mendetail [10]. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data sekunder dan data primer akan memberikan informasi tambahan dan bukti penunjang melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sehingga penelitian ini nantinya akan memberikan hasil dan pembahasan secara jelas dan detail sesuai dengan fakta yang ada di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Taman Purbakala Kerajaan Sriwijaya merupakan salah satu wisata sejarah yang cukup terkenal di Kota Palembang. Di dalam Taman Purbakala Kerajaan Sriwijaya dapat ditemukan banyak sekali peninggalan Kerajaan Sriwijaya. Oleh karena itu, masyarakat sekitar mempercayai bahwa Taman Purbakala Kerajaan Sriwijaya merupakan salah satu bagian dari berdirinya Kerajaan Sriwijaya. Jika berkunjung ke Taman Purbakala Kerajaan Sriwijaya maka pengunjung akan menemukan artefak, manik manik, parit, keramik dan lain-lain [2]. Namun seiring berjalannya waktu, di era modern ini minat wisatawan yang mengunjungi destinasi wisata sejarah juga semakin berkurang. Kurangnya minat wisatawan juga didukung dengan adanya kondisi pandemic Covid 19 dimana masyarakat diharapkan mengurangi mobilitasnya. Hal ini menyebabkan Taman Purbakala Kerajaan Sriwijaya mengalami penurunan pengunjung dan banyak sarana prasarana yang menjadi tidak terawat [11].

Diperlukan adanya strategi baru dari pemerintah untuk mengembalikan eksistensi Taman Purbakala Kerajaan Sriwijaya di kalangan masyarakat. Melalui strategi pengembangan *E-Tourism* akan meminimalisir anggaran tapi informasi yang disebarluaskan akan dapat mudah diakses oleh semua kalangan masyarakat. *E-Tourism* sendiri adalah Aplikasi Elektronik yang bergerak di Bidang Pariwisata dan *E-Tourism* berfungsi sebagai aplikasi yang dapat memudahkan pengguna untuk mengunjungi Tempat Wisata di suatu Negara. Dalam *E-Tourism* biasanya terdapat beberapa fitur yang tersedia di dalamnya, seperti fitur untuk pemesanan hotel di suatu lokasi wisata, fitur daftar harga tiket berbagai tempat Wisata, dan berbagai macam informasi yang berkaitan dengan Pariwisata.

Manfaat teknologi informasi dalam bidang pariwisata biasanya digunakan sebagai promosi untuk memperkenalkan atraksi melalui web dan pembuatan aplikasi serta perancangan sistem informasi geografis [12]. Pemanfaatan teknologi informasi digunakan untuk mengoptimalkan pengenalan objek wisata di Provinsi dan Kabupaten sebagai media promosi yang menjangkau wisatawan domestik maupun mancanegara untuk mengenal dan mengunjungi objek wisata di Kota Palembang. Akan tetapi, hambatan budaya yang dialami masyarakat lokal dalam menangkap peluang bisnis pariwisata, serta potensi budaya unggulan pada sekelompok masyarakat lokalitas tertentu, perlu diidentifikasi, dipahami dan disikapi dengan segala kepekaan budaya secara tepat dan bijaksana [13]. Adapun faktor penghambat dari strategi pengembangan *E-Tourism* ini adalah tidak tersedianya ruang multimedia, kurangnya SDM berpengalaman di bidang IT

B. Pembahasan

Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang fokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai dengan penyusunan cara atau upaya bagaimana mencapai tujuan tersebut. Strategi adalah proses mempersiapkan langkah-langkah masa depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan merancang strategi untuk mencapai tujuan yaitu promosi berbasis *E-Tourism* yang dieksplorasi dalam penelitian ini melalui indikator Sumber Daya Manusia, Sarana dan Prasarana, dan Pendanaan. Untuk lebih jelasnya dapat diuraikan sebagai berikut [14]:

1. Sumber Daya Manusia

Berdasarkan hasil observasi dapat diketahui bahwa penguasaan IT merupakan hal yang penting bagi Sumber Daya Manusia mengingat informasi yang diterima secara luas oleh masyarakat adalah informasi digital dengan memanfaatkan teknologi sangat bergantung pada kemampuan Sumber Daya Manusia. Selain itu, penerapan *E-Tourism* dimaksimalkan dengan membuat Team yang diisi oleh SDM yang memiliki kapasitas atau kemampuan khusus dalam penguasaan IT. Ada karyawan yang bekerja sebagai desain grafis, ada yang bekerja untuk mempromosikan

melalui media sosial dan promosi di *Videotron* ini dapat membantu mempromosikan pariwisata di Bantaeng yang relevan dengan perkembangan zaman.

2. Infrastruktur

Berdasarkan hasil observasi dapat diketahui bahwa kesiapan infrastruktur *E-Tourism* belum terwujud. Hal ini terlihat dari fasilitas yang kurang mendukung seperti ruangan yang dilengkapi dengan potensi wisata berupa gambar poster, dan semacam gambar LCD berjalan hanya sebatas denah. Berdasarkan hasil observasi dapat diketahui bahwa Pemerintah Daerah Kota Palembang telah membuat *Blogspot* untuk promosi pariwisata yang didukung dengan penggunaan email, WA dan Facebook. Kemudian berdasarkan hasil pencarian di internet ditemukan adanya *website* Dinas Pariwisata Kota Palembang URL <https://southsumatratourism.com/>, digunakan untuk memberi informasi destinasi, sarana dan berita tentang Kota Palembang sudah menampilkan tempat wisata berupa gambar dan video. Selain itu terdapat gambaran singkat mengenai obyek wisata yang ada di Kota Palembang.

3. Pendanaan

Berdasarkan hasil observasi dapat diketahui bahwa sumber daya fisik tidak ada namun untuk keahlian teknis yang diperlukan seperti fotografer dan ahli desain grafis. Konsep *E-Tourism* dengan memaksimalkan media sebagai alat untuk promosi lebih efisien karena mengurangi biaya produksi alat-alat fisik seperti brosur dan spanduk.

E-tourism adalah konsep pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan efektivitas pariwisata. Selain strategi pemerintah daerah dalam mempromosikan *E-tourism* berdasarkan tiga aspek yaitu Sumber Daya Manusia, Infrastruktur dan Pendanaan, Faktor pendukung dan penghambat strategi *E-Tourism* di Kota Palembang dapat dijelaskan sebagai berikut:

Faktor pendukung

Berdasarkan hasil observasi dapat diketahui bahwa salah satu faktor pendukung dalam strategi *E-Tourism* adalah komitmen aparatur untuk mempromosikan Taman Purbakala Kerajaan Sriwijaya yang tidak terbatas pada wilayah Sulawesi tetapi ke seluruh Indonesia bahkan promosi ke luar negeri yang adalah misi masa depan Taman Purbakala Kerajaan Sriwijaya menjadi lebih terkenal. Adanya kerjasama berbagai pihak dalam hal promosi berbasis *E-Tourism* yaitu kerjasama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan, pengusaha penginapan dan masyarakat yang membantu promosi melalui media online. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa komitmen aparatur untuk mempromosikan Taman Purbakala Kerajaan Sriwijaya dan kerjasama dengan berbagai pihak seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan, pengusaha penginapan dan komunitas masyarakat yang membantu mempromosikan melalui media online menjadi faktor pendukung. dalam promosi berbasis *E-Tourism* di Kota Palembang.

Faktor penghambat

Berdasarkan hasil observasi dapat diketahui bahwa dibutuhkan ruang multimedia untuk memaksimalkan promosi pariwisata di Dinas Pariwisata Kota Palembang khususnya ketersediaan data pariwisata Kota Palembang. Tidak adanya ruang multimedia ini membuat tim promosi *E-Tourism* tidak memiliki ruangan khusus untuk mengembangkan promosi berbasis *E-Tourism*. Selain itu, faktor penghambat lainnya adalah kurangnya kapasitas Sumber Daya Manusia dalam menguasai *E-Tourism*.

Minimnya penguasaan IT oleh Sumber Daya Manusia menjadi faktor penghambat dalam promosi pariwisata berbasis *E-Tourism*. Selain itu juga membutuhkan jaringan pemasaran yang luas untuk mempromosikan objek wisata di Kota Palembang. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tidak adanya ruang multimedia ini membuat tim promosi *E-Tourism* tidak memiliki ruang khusus untuk berkreasi dalam mengembangkan promosi berbasis *E-Tourism* selain itu faktor penghambat lainnya yaitu kurangnya penguasaan pengelolaan IT oleh Sumber Daya Manusia dan jaringan promosi.

Secara keseluruhan dapat diperoleh bahwa faktor pendukung promosi berbasis *E-Tourism* di Kota Palembang adalah komitmen aparaturnya untuk mempromosikan Taman Purbakala Kerajaan Sriwijaya dan kerjasamanya dengan berbagai pihak seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan, pengusaha penginapan dan masyarakat yang membantu promosi melalui media online menjadi faktor pendukung dalam promosi berbasis *E-Tourism* di Kota Palembang [15]. Faktor-faktor pendukung ini membuat strategi *E-Tourism* bisa diterapkan. Hal ini terlihat dari blog pemerintah Dinas Pariwisata Kota Palembang yang dapat diputar dengan berbagai media sosial. Oleh karena itu, perlu ada tindak lanjut dari pemerintah daerah untuk memfasilitasi ruang multimedia sebagai tempat sosialisasi dan pertemuan Tim *E-Tourism* Kota Palembang dan juga pelatihan penguasaan IT bagi Sumber Daya Manusia merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh Pemerintah Kota Palembang dalam mengembangkan *E-Tourism* Kota Palembang [16].

KESIMPULAN

Strategi pemerintah melalui *E-Tourism* dapat dimaksimalkan dengan membuat tim yang diisi oleh sumber daya manusia yang memiliki kapasitas atau kemampuan khusus dalam penguasaan IT. Sedangkan kesiapan infrastruktur *E-Tourism* belum terwujud, hanya didukung fasilitas *Blogspot* untuk promosi pariwisata dan penggunaan *email*, *WhatsApp*, dan *Facebook*. *Blogspot* milik Pemkot Palembang menampilkan atraksi wisata berupa gambar dan video serta deskripsi sejarah dan budaya. Faktor pendukung promosi *E-Tourism* di Kota Palembang adalah komitmen aparaturnya untuk mempromosikan Taman Purbakala Kerajaan Sriwijaya dan kerjasamanya dengan berbagai pihak. Adapun faktor penghambat promosi *E-Tourism* ialah belum adanya ruang multimedia, kurangnya penguasaan IT oleh Sumber Daya Manusia dan kurangnya jaringan promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Faiz, "Pengertian Industri Pariwisata, Ciri-Ciri, Ruang Lingkup dan Contohnya," *19 November 2020*, 2020. .
- [2] R. M. Kurniawan and M. A. Baqti, "Pembuatan dan Pemanfaatan Virtual Tour di Tempat Wisata di Kota Palembang Berbasis Android," vol. 2, pp. 226–235, 2020.
- [3] E. Afrianti, H. Putri Wardanny, and A. Ibrahim, "Pengembangan Aplikasi Informasi Wisata di Kota Palembang Berplatform Android," vol. 9 No.1, pp. 1233–1241, 2017.
- [4] A. Pratiwi, "Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kota Palembang Dalam Mempromosikan Destinasi Wisata Di Kota Palembang Menjelang Asian Games XVIII 2018 (Studi pada Program Paket Wisata Hemat 'Palembang Asiik')," pp. 722–735, 2018.
- [5] A. Sani, "Otonomi Daerah Esensi, Tujuan dan Manfaatnya Bagi Provinsi Kepulauan Bangka Belitung," *18 Juli 2017*, 2017. .
- [6] N. Hidayah, "Pengertian Pemasaran Destinasi Pariwisata," *08 November 2017*, 2017. .
- [7] W. Liana, "Pengembangan Pemasaran Sektor Kepariwisataannya Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Palembang," vol. Vol.16 No, pp. 51–68, 2017.
- [8] N. RAHMATULLOH, "Strategi Pengembangan Taman Purbakala Kerajaan Sriwijaya Sebagai Wisata Sejarah Di Kota Palembang," 2021.
- [9] P. D. Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis. Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. 2015.
- [10] S. Arikunto, *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. 2017.

- [11] E. Sahputra, “Peranan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Pengelolaan Objek Wisata Taman Purbakala Sriwijaya Dalam Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Palembang Provinsi Sumatera Selatan,” pp. 1–11, 2020.
- [12] Sanad, E. A. W., Achmad, A., & Dewiani, D. (2018). Pemanfaatan Realtime Database di Platform Firebase Pada Aplikasi E-Tourism Kabupaten Nabire. *Jurnal Penelitian Enjiniring*, 22(1), 20-26.
- [13] Ipnuwati, S., Silviani, O., & Wulandari, W. (2018). Aplikasi E-Tourism Tempat Ibadah Dan Wisata Islamic Center Tulang bawang Barat. *Explore: Jurnal Sistem Informasi dan Telematika (Telekomunikasi, Multimedia dan Informatika)*, 9(1).
- [14] Amiruddin, H. (2020). Strategy in Promotion E-Tourism Base: Study on Bantaeng Regional Government. *Journal La Bisecoman*, 1(1), 1-6.
- [15] Kawulur, M. U., Rindengan, Y. D., & Najoran, X. B. (2018). Virtual Tour e-Tourism Objek Wisata Alam di Kabupaten Biak Numfor. *Jurnal Teknik Informatika*, 13(3)
- [16] Saniati, S., Assuja, M. A., Neneng, N., Puspaningrum, A. S., & Sari, D. R. (2022). Implementasi E-Tourism sebagai Upaya Peningkatan Kegiatan Promosi Pariwisata. *International Journal of Community Service Learning*, 6(2).