

Penerapan Teknologi Digital dalam Promosi Wisata Tanjung Puting

Kevin Joannes¹⁾, Jhon Farel Manurung²⁾, Rony Teguh³⁾, Abertun Sagit Sahay⁴⁾

¹⁾²⁾³⁾⁴⁾Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Palangka Raya
Kampus UPR Tanjung Nyaho, Jalan Yos Sudarso, Palangka Raya, Kalimantan Tengah

¹⁾joanneskevin2@gmail.com

²⁾fareljhon15@gmail.com

³⁾ronyteguh@it.upr.ac.id

⁴⁾abertun@it.upr.ac.id

Abstrak

Tanjung Puting, destinasi ekowisata unggulan di Kalimantan Tengah, menghadapi tantangan promosi dan keterbatasan informasi, yang memengaruhi jumlah kunjungan wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sistem informasi berbasis digital berupa website wisata menggunakan teknologi PHP, MySQL, HTML, CSS, dan JavaScript. Website ini dirancang untuk meningkatkan aksesibilitas informasi, daya tarik visual, dan kemudahan reservasi, serta mendukung promosi digital destinasi wisata.

Kata kunci: Tanjung Puting, Ekowisata, Kalimantan Tengah, Website Wisata

Abstract

Tanjung Puting, a leading ecotourism destination in Central Kalimantan, faces promotional challenges and limited information, which affects the number of tourist visits. This research aims to develop a digital-based information system in the form of a tourism website using PHP, MySQL, HTML, CSS, and JavaScript technologies. This website is designed to improve information accessibility, visual appeal, and ease of reservation, as well as support digital promotion of tourist destinations.

Keywords: Tanjung Puting, Ecotourism, Central Kalimantan, Tourism Website

1. PENDAHULUAN

Tanjung Puting, yang dikenal sebagai salah satu destinasi ekowisata unggulan di Kalimantan Tengah, menghadapi tantangan dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Data menunjukkan fluktuasi yang signifikan, dengan penurunan jumlah kunjungan pada 2015 dan 2019. Salah satu penyebab utama adalah kurang optimalnya promosi serta keterbatasan fasilitas informasi bagi wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Meskipun pemerintah daerah telah bermitra dengan agen perjalanan, promosi konvensional yang masih dominan terbukti tidak cukup menjangkau target pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, penerapan teknologi digital seperti pengembangan website khusus dan pemanfaatan media sosial menjadi kebutuhan mendesak. Teknologi ini tidak hanya akan mempermudah akses informasi, tetapi juga memberikan daya tarik visual dan kemudahan reservasi yang dapat meningkatkan pengalaman wisatawan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Sistem informasi pariwisata memainkan peran penting dalam menyediakan data yang terorganisir tentang destinasi wisata, termasuk informasi mengenai akomodasi, transportasi, dan atraksi wisata yang memudahkan wisatawan dalam merencanakan perjalanan mereka (Universitas Indonesia, n.d.). Dalam konteks pemasaran digital, strategi pemasaran berbasis

platform digital seperti situs web dan media sosial memungkinkan pengelola destinasi untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya lebih rendah (Rizkia, 2017).

Selain itu, sistem reservasi online meningkatkan kenyamanan dan efisiensi dalam pengelolaan layanan pariwisata melalui fitur seperti pemesanan langsung dan pembayaran digital, yang mendukung ekowisata yang lebih terorganisir (Sulaeman et al., 2020). Dalam pengembangan website destinasi wisata, desain yang interaktif dan informatif terbukti dapat meningkatkan daya tarik destinasi tersebut. Fitur seperti peta interaktif dan ulasan pengunjung menciptakan pengalaman digital yang memuaskan bagi calon wisatawan (Maharani & Setiawan, 2023).

Dampak sosial budaya juga menjadi perhatian dalam pengembangan pariwisata. Pengelolaan yang baik melalui teknologi digital membantu mengurangi dampak negatif dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pelestarian budaya (Suwena & Widyatmaja, 2023). Dalam hal perilaku konsumen, penting untuk memahami perbedaan antara konsumen aktual yang langsung membeli produk wisata dan konsumen potensial yang mempertimbangkan pembelian di masa mendatang. Strategi pemasaran digital yang efektif harus mempertimbangkan kedua jenis konsumen ini (Sistaningrum, 2002).

3. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian ini menggunakan model pengembangan perangkat lunak Waterfall, yang terdiri dari beberapa tahap sebagai berikut:

Tahap 1: Analisis Kebutuhan

Tahap ini melibatkan pengumpulan kebutuhan dari pengguna dan pemangku kepentingan untuk menentukan spesifikasi fungsional dan non-fungsional sistem.

Tahap 2: Desain Sistem

Berdasarkan hasil analisis, dilakukan perancangan sistem meliputi arsitektur, antarmuka, basis data, dan alur kerja aplikasi.

Tahap 3: Implementasi

Pada tahap ini, pengembang menulis kode program sesuai desain yang telah dibuat untuk merealisasikan fungsionalitas sistem.

Tahap 4: Pengujian

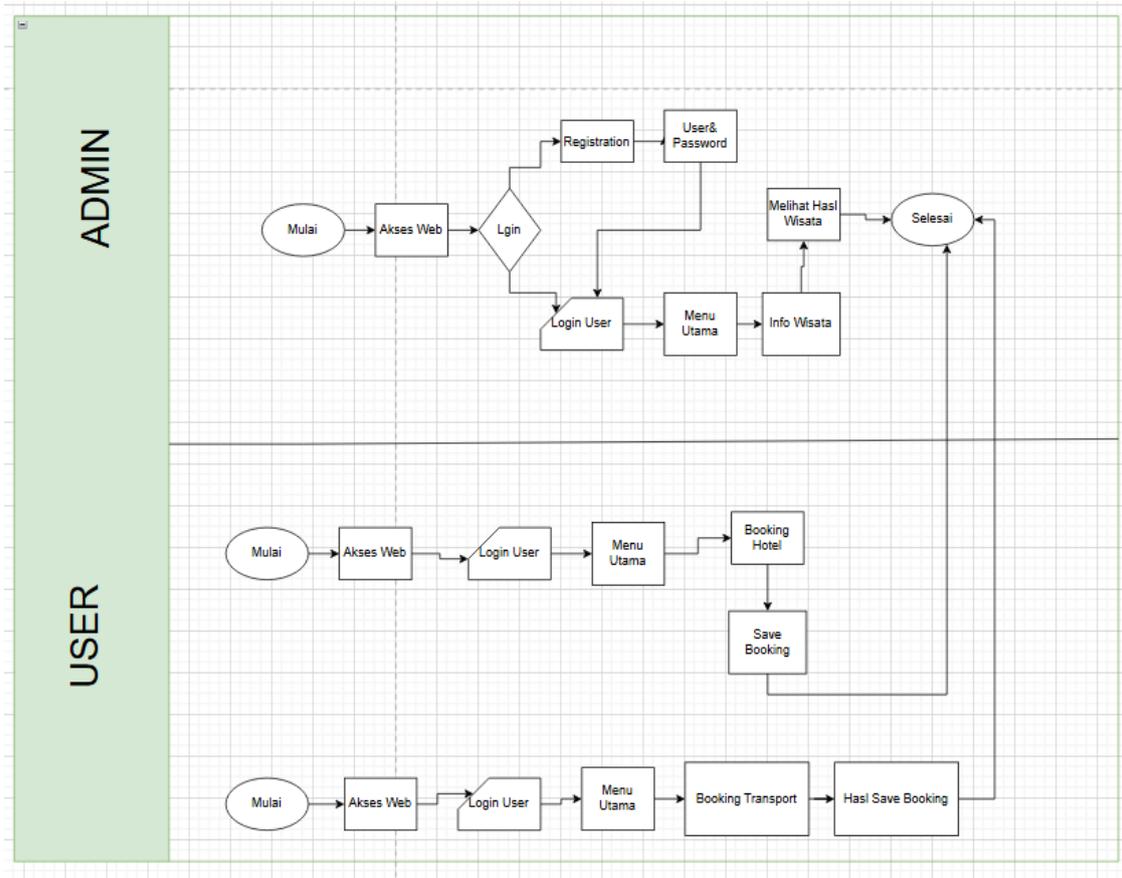
Sistem diuji untuk memastikan bahwa semua fitur berjalan sesuai spesifikasi dan memperbaiki kesalahan yang ditemukan.

Tahap 5: Pemeliharaan

Setelah sistem berjalan, dilakukan pemantauan, perbaikan bug, dan pembaruan untuk menjaga kinerja dan relevansi sistem.

3.1 Analisis Kebutuhan Sistem

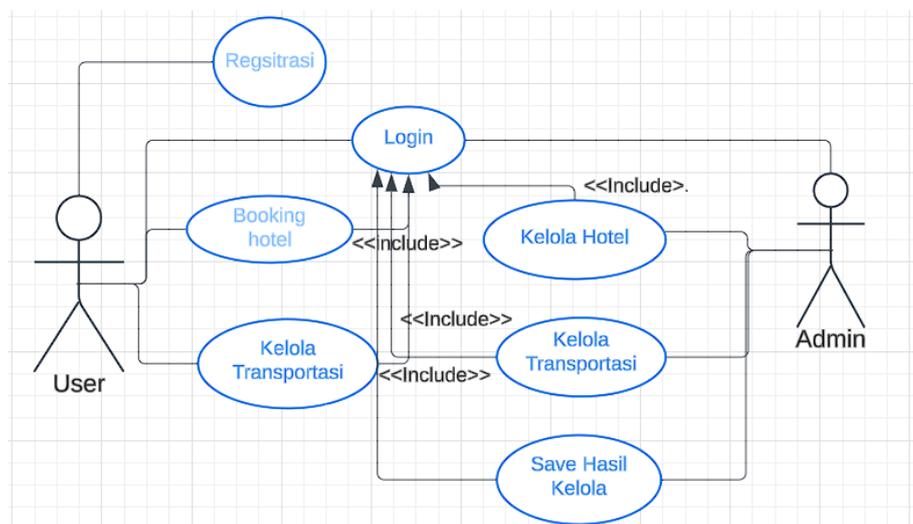
Tahap analisis kebutuhan sistem dilakukan untuk mengidentifikasi fitur-fitur utama yang harus dimiliki oleh sistem informasi pariwisata. Proses ini melibatkan pengumpulan data dari pengguna potensial, termasuk wisatawan, pengelola destinasi, dan penyedia layanan terkait. Informasi yang dikumpulkan meliputi kebutuhan informasi destinasi, fasilitas akomodasi, transportasi, serta fitur interaktif seperti peta digital dan sistem pemesanan online.



Gambar 1. Flowchart Sistem

3.2 Desain Sistem

Diagram ini merupakan *use case diagram* yang menggambarkan interaksi antara aktor sistem, yaitu User dan Admin, dengan fungsi-fungsi yang ada dalam sebuah sistem manajemen pemesanan hotel dan transportasi. Terdapat beberapa *use case* yang ditunjukkan dalam diagram ini, seperti Registrasi, Login, Booking Hotel, Kelola Hotel, Kelola Transportasi, dan Save Hasil Kelola.



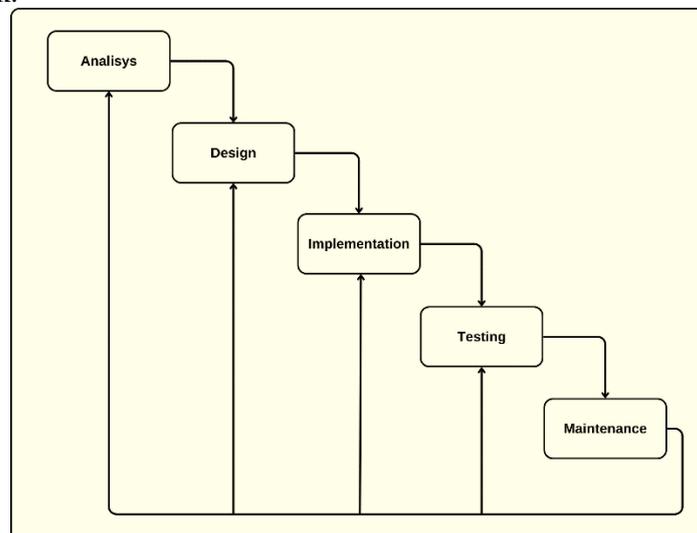
Gambar 2. Use Case Diagram

4. PEMBAHASAN

Website resmi untuk destinasi wisata tersebut juga perlu dioptimalkan. Website ini harus ramah pengguna, mudah diakses, dan berisi informasi lengkap seperti rute perjalanan, harga tiket, akomodasi, serta aktivitas yang bisa dilakukan di sekitar area wisata. Selain itu, penambahan fitur interaktif seperti ulasan pengunjung, peta interaktif, dan sistem pemesanan online akan memberikan nilai tambah bagi wisatawan.

Konsumen aktual merupakan konsumen yang langsung membeli produk yang ditawarkan pada saat itu atau sesaat setelah promosi produk tersebut diluncurkan. Sedangkan konsumen potensial adalah konsumen yang berminat melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan perusahaan di masa saat ini atau yang akan datang (Sistaningrum, 2002:98). Dalam konteks promosi wisata, memahami perilaku kedua jenis konsumen ini sangat penting untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat, termasuk dalam menggunakan teknologi digital sebagai sarana komunikasi dan promosi.

Perkembangan industri pariwisata sangat dipengaruhi oleh obyek wisata dan atraksi wisata. Sepintas produk, obyek, serta atraksi wisata memiliki pengertian yang sama, namun sebenarnya memiliki perbedaan besar (Yoeti, 1996:172). Produk wisata mencakup seluruh pengalaman yang diterima wisatawan selama kunjungan, sementara obyek wisata merupakan destinasi utama yang menjadi daya tarik.



Gambar 3.2 Waterfall Model

1. Analisis

Kebutuhan sistem dikumpulkan dan dianalisis melalui interaksi dengan stakeholder untuk menghasilkan spesifikasi fungsional dan non-fungsional.

2. Design

Sistem dirancang meliputi arsitektur, komponen, antarmuka, basis data, alur kerja, dan desain UI/UX.

3. Implementation

Pengembang menulis kode dan mengintegrasikan komponen sesuai desain untuk merealisasikan fungsionalitas yang dirancang.

4. Testing

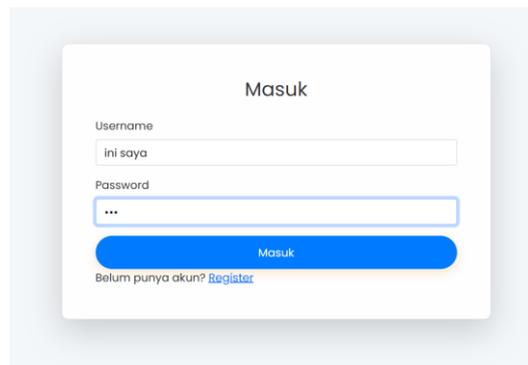
Sistem diuji untuk memastikan kesesuaian dengan spesifikasi, mengidentifikasi bug, dan menjamin fungsionalitas.

5. Maintenance

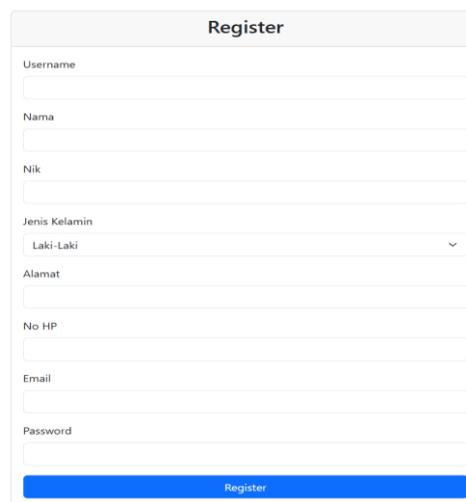
Melibatkan pemantauan, perbaikan bug, dan pembaruan sistem untuk menjaga kinerja dan relevansi.

4.1 Implementasi

1. Login user



Gambar 4.1 Halaman Login



Gambar 4.2 Halaman Register

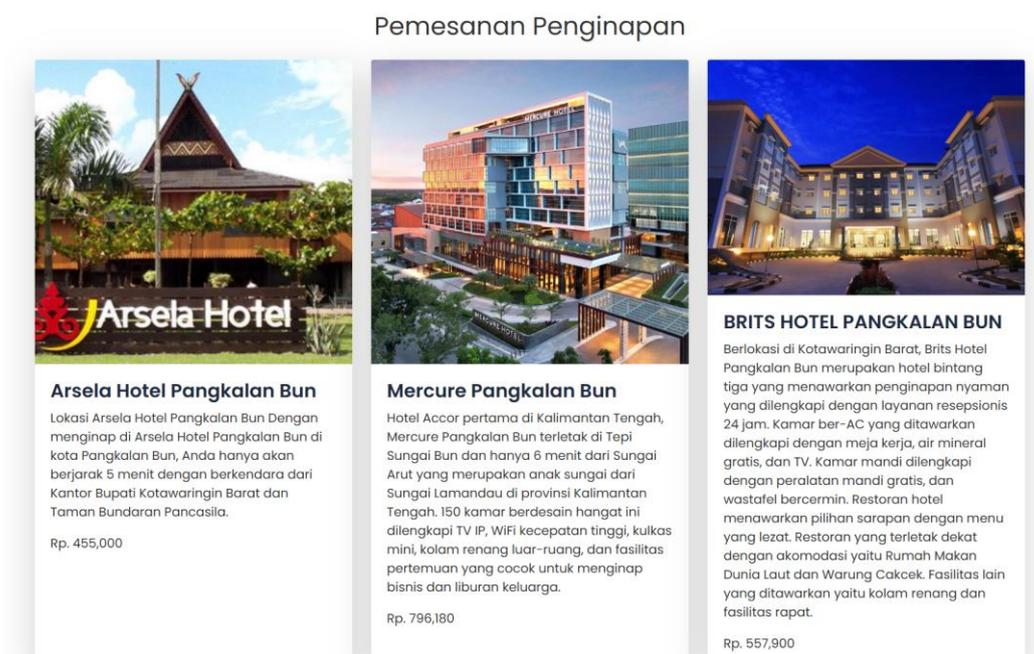
2. Beranda



Gambar 4.3 Halaman Dashboard

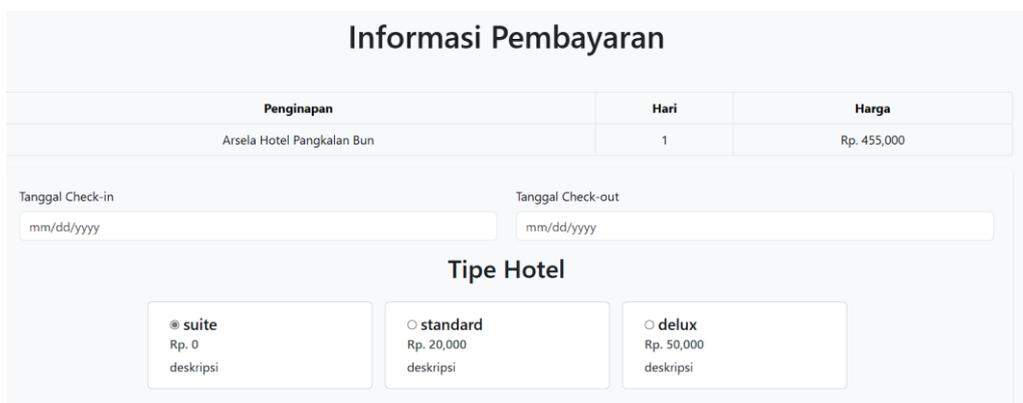


Gambar 4.4 Halaman Tempat Wisata

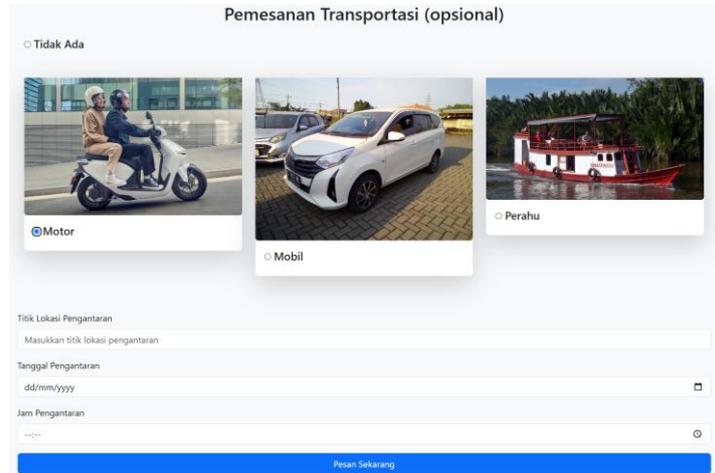


Gambar 4.5 Halaman Pemesanan Hotel

3. Informasi Pembayaran



Gambar 4.6 Halaman Pembayaran Hotel



Gambar 4.7 Halaman Transportasi

Tiket Pemesanan Web Tanjung Puting

Tlk. Pulau, Kec. Kumai, Kabupaten Kotawaringin Barat
 +62-8234-2345-2119

Id Nota : 86
 Tanggal Invoice : 2024-12-06
 Nama Pemesan : koivn
 Nik : 3495868483923948

Tanggal Check-in: 2024-12-06
 Tanggal Check-out: 2024-12-07

No.	Nama Jasa	Jumlah/Hari	harga	total
1	Mercure Pangkalan Bun	1	Rp. 796,180	Rp. 796,180
2	Motor	1	Rp. 10,000	Rp. 10,000
3				
4				
5				
total				Rp. 806,180

Gambar 4.8 Nota Transaksi

Pesanan Hotel

Pesanan anda tampil disini.

No	Nama Lengkap	No Ktp	Hotel	Harga	Tipe Kamar	Tanggal Check In	Tanggal Check Out	Pesanan Transportasi
1	Rony	2147483647	Arsela Hotel Pangkalan Bun	Rp. 1,365,000	Suite	2024-12-05	2024-12-08	check
2	test	2147483647	Arsela Hotel Pangkalan Bun	Rp. 1,365,000	Suite	2024-12-10	2024-12-13	check
3	kevin	2147483647	Mercure Pangkalan Bun	Rp. 796,180	Deluxe	2024-12-06	2024-12-07	check
4	joannes	2147483647	Mercure Pangkalan Bun	Rp. 796,180	Deluxe	2024-12-06	2024-12-07	check
5	koivn	2147483647	Mercure Pangkalan Bun	Rp. 796,180	Deluxe	2024-12-06	2024-12-07	check

Pesanan Transportasi

Pesanan anda tampil disini.

No	Jenis Transortasi	Lokasi Penjemputan	Tanggal Penjemputan	Jam Penjemputan
1	Mobil	rta	2024-12-11	09:30:00

Gambar 4.9 Data pemesanan

4. Admin Kelola Konten, Pesanan dan Kendaraan

Kelola Konten

Kelola Konten Kelola Pesanan Kelola Kendaraan

Tambah Konten Baru

Judul Konten

Tipe

Deskripsi

Harga

Gambar
Choose File No file chosen

Tambah Konten

Daftar Konten



Gambar 4.10 Kelola Konten

Kelola Pesanan Pengunjung

Kelola Konten Kelola Pesanan

Daftar Pesanan

No	Nama	Tipe Ruangan	Harga	Tanggal Check in	Tanggal Check out	Aksi
1	baim	standard	Rp 1.000.000	2024-11-11	2024-12-06	Konfirmasi Hapus
2	biawak	deluxe	Rp 1.000.000	2024-11-20	2024-11-21	Konfirmasi Hapus
3	KEPIN	standard	Rp 1.000.000	2024-11-28	2024-11-30	Konfirmasi Hapus

Daftar Transportasi

No	Nama	Jenis Transportasi	Harga	Jumlah	Aksi
1	admin	mobil	Rp 500.000	1	Konfirmasi Hapus
2	baim	mobil	Rp 500.000	disini	Konfirmasi Hapus
3	biawak	mobil	Rp 500.000	disana	Konfirmasi Hapus
4	admin	mobil	Rp 500.000	disana	Konfirmasi Hapus
5	b	mobil	Rp 500.000	disana	Konfirmasi Hapus
6	kevin	perahu	Rp 500.000	disini	Konfirmasi Hapus
7	jono	sepeda	Rp 500.000	ita	Konfirmasi Hapus

Gambar 4.11 Kelola Pesanan

Kelola kendaraan

Kelola Konten Kelola Pesanan Kelola Kendaraan

Tambah Kendaraan Baru

Nama Kendaraan

Harga

Gambar
Choose File No file chosen

Tambah Konten

Daftar Konten



Gambar 4.12 Kelola Kendaraan

4.2 Pengujian Sistem

Black Box Testing adalah metode pengujian perangkat lunak yang berfokus pada pengujian fungsi dan output dari sebuah aplikasi tanpa memperhatikan struktur internal atau kode sumbernya. Dalam pengujian ini, penguji hanya mengetahui spesifikasi sistem dan menguji apakah input tertentu menghasilkan output yang diharapkan sesuai dengan persyaratan.

Tujuan utama black box testing adalah memastikan bahwa aplikasi berfungsi dengan benar sesuai dengan kebutuhan pengguna dan spesifikasinya. Metode ini sering digunakan untuk pengujian fungsional, validasi, dan pengujian akhir.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penerapan teknologi digital dalam promosi wisata Tanjung Puting adalah bahwa teknologi ini sangat membantu dalam mempermudah proses promosi dan pengelolaan wisata. Sistem informasi berbasis website berhasil dikembangkan dengan menggunakan teknologi seperti PHP, MySQL, HTML, CSS, dan JavaScript. Website ini memungkinkan wisatawan untuk mengakses informasi lengkap tentang destinasi, melakukan pemesanan penginapan atau transportasi secara langsung, serta menikmati fitur-fitur modern seperti peta interaktif dan galeri visual. Dengan tampilan yang ramah pengguna dan navigasi yang jelas, website ini meningkatkan daya tarik dan aksesibilitas Tanjung Puting sebagai destinasi wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Universitas Indonesia. (n.d.). Sistem informasi pariwisata.
- [2] Salsabil, N. (n.d.). Sistem informasi pariwisata (Tugas Akhir, Institut Pemerintahan Dalam Negeri).
- [3] Setiawan, J. (n.d.). Wisata Tanjung Puting.
- [4] Suwena, K. R., & Widyatmaja, I. G. N. (2023). Dampak pariwisata terhadap kehidupan sosial budaya masyarakat lokal di kawasan wisata Pulau Menjangan, Kabupaten Buleleng.
- [5] Ghosn, M. R. (2018). Chapter 5: Title of the Chapter. Dalam *Title of the Thesis or Dissertation* (hal. 1-10). Universitas Pendidikan Indonesia
- [6] Rizkia, A. P. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Digital dalam Pariwisata. *Jurnal Pemasaran Digital dan Media Sosial*, 12(2), 56–64.
- [7] Sulaeman, D., et al. (2020). Peran Sistem Reservasi Online dalam Mendukung Ekowisata. *Jurnal Sistem Informasi Pariwisata*, 18(4), 78–90.
- [8] Maharani, R. N., & Setiawan, A. (2023). Pengembangan Website untuk Destinasi Wisata Ekowisata. *Jurnal Inovasi Teknologi Informasi*, 15(1), 34–42