

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu faktor pendorong untuk majunya industri pariwisata yaitu kemajuan dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang disebut dengan istilah *Information and Communication Technology* (ICT). ICT adalah salah satu teknologi industri pariwisata yang tidak hanya digunakan bagi industri pariwisata yang berskala besar saja, tetapi dapat juga digunakan bagi pengelola pariwisata yang berskala kecil atau industri yang masih dalam pengembangan. Teknologi internet ini dapat digunakan untuk mempromosikan dan menawarkan berbagai macam produk-produk pariwisata dengan cara mudah dan cepat [1].

Cara berbisnis di Indonesia sering mengalami perubahan. Perubahan tersebut khususnya pada pemenuhan kebutuhan informasi dan sistem jaringan yang sangat luas untuk dapat mempermudah akses secara fleksibel. *E-Commerce* merupakan pertukaran informasi melalui jaringan elektronik, pada setiap tahap dalam rantai pasokan, baik dalam suatu organisasi, antara bisnis, antara bisnis dan konsumen, atau antara sektor publik dan swasta, baik dibayar atau tidak dibayar. *E-commerce* difasilitasi oleh berbagai teknologi digital yang memungkinkan komunikasi elektronik. Teknologi termasuk komunikasi internet melalui situs *website* dan email, serta media digital lainnya seperti nirkabel atau *mobile* dan media untuk menyampaikan televisi digital seperti kabel dan satelit [2].

Pariwisata di Indonesia merupakan sesuatu hal terkait wisata dan usaha-usaha yang serupa di bidangnya. Indonesia memiliki berbagai kekayaan yang berlimpah, yang mencakup kehidupan sekitar 28 ribu jenis flora, 350 jenis fauna, 110 ribu jenis mikroba, dan sekitar 600 jenis terumbu karang. Bagian

Indonesia di daerah pesisir memiliki arti strategis karena selain sebagai wilayah peralihan antara ekosistem darat dan laut, juga memiliki potensi sumber daya alam dan jasa-jasa lingkungan yang sangat kaya sekali. Kekayaan sumber daya tersebut mengakibatkan daya tarik bagi aneka macam pihak untuk memanfaatkan sumber dayanya dan berbagai instansi untuk menyusun regulasi pemanfaatannya [3].

Kabupaten Dairi merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Sumatera Utara yang memiliki lokasi yang strategis. Kabupaten Dairi terletak di sebelah Barat Laut Provinsi Sumatera Utara yang berbatasan langsung dengan sebelah Utara Kabupaten Aceh Tenggara dan Tanah Karo, Sebelah Selatan Kabupaten Pakpak Bharat, sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Aceh Selatan dan sebelah Timur dengan Kabupaten Toba Samosir. Kabupaten Dairi memiliki daya tarik wisata yang sangat indah dan menarik seperti wisata alam, wisata rohani, wisata budaya, rumah tradisional, dan peninggalan bersejarah lainnya. Beberapa wisata yang terdapat di Kabupaten Dairi dan memiliki daya tarik tersendiri yaitu Taman Wisata Iman, Dermaga Silalahi, Tao Silalahi, Taman Wisata Alam Sicike-cike, Bukit Sidiangkat, Bukit Siattaras, Panorama letter 'S', dan wisata lainnya [4].

Menurut hasil wawancara dengan Ibu Ripmo Rasita Padang BTH, SP, MM selaku kepala bidang pariwisata yang dibuktikan pada lampiran 1 bahwa salah satu strategi *marketing* yang digunakan oleh Dinas Pariwisata untuk mengekspos wisata kepada masyarakat yaitu seperti *website* Dinas Pariwisata seperti Visit Dairi (<https://visit.dairikab.go.id>), media sosial (Instagram, Facebook, dan Twitter), dan bekerjasama dengan Dinas Komunikasi dan Informatika untuk mempublikasikan wisata (*Instagram, Email dan facebook*). Kabupaten Dairi memiliki *website* yaitu Visit Dairi (<https://visit.dairikab.go.id>). Visit Dairi merupakan suatu *website* promosi Pariwisata Kabupaten Dairi yang dimiliki dan dikelola oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Dairi. Wisata yang dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Dairi yaitu Taman Wisata Iman dan Dermaga Silalahi. Pertama Taman Wisata Iman adalah salah satu tempat wisata religius yang terdapat berbagai macam

bangunan bagi agama yang diakui di Indonesia. Taman Wisata Iman memiliki permasalahan pendapatan yang fluktuatif pada wisata tersebut disebabkan oleh jumlah wisatawan yang meningkat pada hari libur, menurunnya jumlah pengunjung wisatawan dikarenakan selama pandemi, sebagian besar daya tarik wisata masih belum dikelola dengan baik, masih terbatasnya fasilitas, dan kurangnya pemanfaatan teknologi untuk menarik minat wisatawan. Kedua Dermaga Silalahi merupakan dermaga kapal atau dermaga apung untuk tempat-tempat kapal berhenti yang terletak di Desa Silalahi II, Kecamatan Silahi Sabungan Kabupaten Dairi. Dermaga Silalahi mengalami permasalahan yaitu pendapatan fluktuatif pada wisata tersebut antara lain disebabkan oleh jumlah wisatawan yang meningkat pada hari libur, mengalami penurunan jumlah pengunjung khususnya selama pandemi dan terbatasnya transportasi umum, belum tersedianya fasilitas seperti *jetsky*, *banana boat*, dan sepeda air, dan belum adanya pemanfaatan teknologi untuk menarik minat wisatawan.

Taman Wisata Iman dan Dermaga Silalahi merupakan wisata yang dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Dairi. Taman Wisata Iman dan Dermaga Silalahi ini sudah memiliki *E-Commerce* tetapi belum digunakan secara optimal. Wisata yang begitu bagus dan indah tetapi masih memiliki permasalahan yang harus diselesaikan dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung wisatawan, dan kedua wisata ini berada di sekitar pemukiman penduduk. Menurut hasil wawancara dengan Ibu Ripmo Rasita Padang BTH, SP, MM selaku Kepala Bidang Pariwisata yang dibuktikan pada lampiran 1 bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Dairi memiliki cara untuk meningkatkan pendapatannya yaitu dengan membuat sebuah *event* menarik yang membuat pengunjung wisatawan tertarik dengan objek wisata tersebut, mempromosikan, menambahkan fasilitas yang lebih indah dan mengajak pengunjung wisatawan untuk melihat lokasi objek wisata secara langsung.

Berikut jumlah pengunjung wisata di Kabupaten Dairi, pada tahun 2017 sampai 2020 disajikan di Tabel 1.1 berikut :

Tabel 1. 1 Jumlah pengunjung wisata Taman Wisata Iman dan Dermaga Silalahi pada tahun 2017 sampai 2020

Objek Wisata	Pengunjung Wisata/Tahun			
	2017	2018	2019	2020
Taman Wisata Iman	115.193	139.771	118.509	33.290
Dermaga Silalahi	35.092	41.510	45.305	17.331

Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa objek Taman Wisata Iman dan Dermaga Silalahi mengalami penurunan jumlah pengunjung. Pemerintah atau Dinas Pariwisata mengharapkan adanya peningkatan pemanfaatan teknologi melalui strategi-strategi *E-Commerce* yang secara general dan interaktif agar menarik minat wisatawan dan meningkatkan jumlah pengunjung.

E-Commerce adalah suatu proses jual beli produk, jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik dengan menggunakan jaringan *internet*. Untuk membangun sebuah *E-Commerce* yang baik diperlukan perencanaan strategi sesuai kondisi organisasi. *E-Commerce Marketing Strategy* memiliki tujuh tahapan untuk meningkatkan pemasaran yang mampu bersaing di industri 4.0, yaitu menangkap peluang pasar, merumuskan strategi pemasaran, merancang pengalaman pelanggan, membuat antarmuka pelanggan, merancang program pemasaran, memanfaatkan informasi pelanggan melalui teknologi, dan menciptakan pasar dan pelanggan yang sistematis [5]. *E-Commerce Marketing Strategy* dapat membantu organisasi maupun perusahaan berupa pengurangan biaya operasional dan dapat memperluas pangsa pasar sehingga keuntungan dapat lebih maksimal dan lebih mudah dalam hal pengembangan bisnis [5].

E-Commerce Marketing Strategy pada penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi terkait potensi pasar dalam menentukan strategi wisata di Kabupaten Dairi terutama Taman Wisata Iman dan Dermaga Silalahi. Sebelum *E-Commerce Marketing Strategy* disusun, perlu dilakukan analisis faktor-faktor untuk merumuskan situasi saat ini dari organisasi. Analisis faktor tersebut dilakukan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk menyusun rumusan strategi dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta mengurangi kelemahan dan ancaman [6]. Analisis ini sangat bermanfaat digunakan tidak hanya untuk menganalisis kondisi sekarang, tetapi juga dapat digunakan dalam perumusan strategi [2].

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang didapatkan berdasarkan latar belakang adalah jumlah pengunjung Taman Wisata Iman dan Dermaga Silalahi mengalami penurunan. Hal tersebut dikarenakan pemanfaatan teknologi untuk kegiatan promosi wisata yang kurang menarik minat wisatawan di Taman Wisata Iman dan Dermaga Silalahi sehingga diperlukan penyusunan *E-Commerce Marketing Strategy*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Adapun Pertanyaan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana menyusun *E-Commerce Marketing Strategy* dalam mengatasi permasalahan yang ada pada Taman Wisata Iman dan Dermaga Silalahi?
2. Apa rekomendasi yang diberikan kepada Taman Wisata Iman dan Dermaga Silalahi agar dapat meningkatkan pengunjung wisata melalui *website* Visit Dairi?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka dapat ditentukan tujuan penelitian yaitu memberikan rekomendasi berdasarkan *E-commerce Marketing Strategy* maupun IT untuk Taman Wisata Iman dan Dermaga Silalahi.

1.5 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah tersebut adalah :

1. Objek wisata yang terdiri dari 2 tempat wisata yaitu Taman Wisata Iman dan Dermaga Silalahi.
2. Hasil penelitian ini berupa *E-Commerce Marketing Strategy*.
3. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyusunan *E-Commerce Marketing Strategy* dan dikombinasikan dengan metode analisis SWOT untuk merumuskan situasi saat ini dari organisasi.
4. Penelitian ini tidak membahas tentang strategi untuk *Budgeting*.
5. *Platform* yang dijadikan pada penelitian ini yaitu *website* Visit Dairi.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil dari analisis strategi *E-Commerce* ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada Taman Wisata Iman dan Dermaga Silalahi sebagai berikut :

1. Strategi yang akan dibuat dapat dijadikan sebagai acuan untuk membuat program kerja pada tahun berikutnya.
2. Memberikan rekomendasi strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah pengunjung wisatawan.

Sedangkan pada akademisi bagi penelitian selanjutnya, dapat mengembangkan strategi *E-Commerce* menggunakan metode yang sudah tersedia.