

PEMANFAATAN *PLATFORM DIGITAL* DALAM PROMOSI PARIWISATA DI KABUPATEN SUMENEP

Nur Inna Alfiah

¹⁾ Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unija,
email:

ABSTRAK

Era revolusi industri 4.0 merupakan era dimana setiap masyarakat dihadapkan pada pemanfaatan digitalisasi dalam kehidupan sehari-hari dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi. Pada era ini negara, pemerintah dan masyarakat dituntut untuk lebih inovatif dan kreatif dalam memaksimalkan peluang. Tidak terbandungnya pengaruh digitalisasi ini menuntut pemerintah untuk menciptakan berbagai aplikasi yang nantinya akan memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi. Seperti yang dilakukan oleh pemerintah sumenep dalam upaya promosi wisata dengan menggunakan promosi wisata berbasis platform digital sebagai penunjang dari program “*visit sumenep year*”. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui manfaat *platform digital* dalam promosi wisata di Kabupaten Sumenep. Penulisan ini menggunakan metode diskriptif-eksplanatif untuk menjelaskan fenomena era 4.0 terhadap pembaharuan promosi berbasis digital.

Kata Kunci: Era Revolusi Industri 4.0, Pariwisata, Promosi

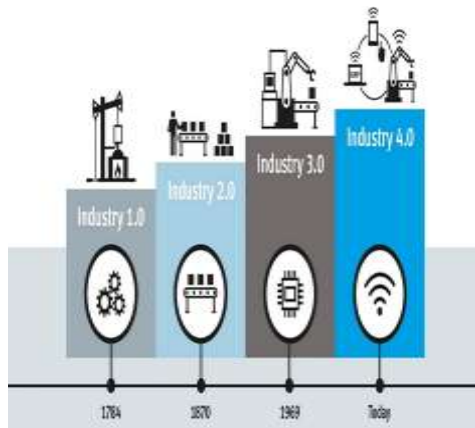
PENDAHULUAN

Semakin hari perubahan yang terjadi di dunia ini semakin pesat. Perubahan tersebut ditandai dengan canggihnya alat komunikasi, transportasi dll. Latar belakang dari perubahan tersebut tidak lepas dari tidak terbatasnya pikiran manusia. Sehingga kemudian dalam setiap perubahan ditandai dengan berbagai era yang terjadi dalam kehidupan masyarakat, sampai pada era revolusi industri 4.0 saat ini. Prof. Klaus Martin Schwab, yang merupakan pendiri dan Executive Chairman World Economic Forum mendeskripsikan era revolusi industri 4.0 dalam bukunya *The Fourth Industrial Revolution* (2017) sebagai sebuah revolusi yang secara

fundamental mengubah cara hidup, bekerja dan berhubungan satu sama lain. Perubahan tersebut sangat kontras sekali dibanding era revolusi industri sebelumnya.

Pada era revolusi industri 1.0 ditandai dengan tumbuhnya mekanisasi dan energi berbasis uap air, sedangkan pada revolusi industri 2.0 perubahan ditandai dengan berkembangnya energi listrik dan motor penggerak. Pada revolusi industri 3.0 perubahan cukup pesat terjadi dengan ditandai tumbuhnya industri berbasis elektronika, teknologi informasi, serta otomatisasi. Sedangkan pada revolusi industri 4.0 saat ini perubahan yang terjadi ditandai dengan berkembangnya *Internet of/for*

Things.(World Economic Forum,
diakses di <https://www.weforum.org>)



Gambar: *Evolusi revolusi Industri*

Berkembangnya *internet of/for thing* pada era ini tidak bisa dihindari, karena setiap lapisan masyarakat dipastikan memiliki dan menggunakan akses-akses internet dalam keseharian mereka. Sehingga era revolusi industri 4.0 menuntut masyarakat, pemerintah dan negara untuk memaksimalkan peluang yang ada dalam era revolusi industri 4.0 ini terutama dalam hal meningkatkan ekonomi. Sehingga tuntutan-tuntutan untuk merubah pengaplikasian sistem menjadi lebih modern mulai di giatkan di berbagai lingkungan, baik lingkungan pemerintah hingga masyarakat dengan tujuan untuk memudahkan dalam memperoleh informasi dan akses. datangnya Era Creative atau Cultural Industry dalam revolusi industri 4.0 adalah sebuah keniscayaan yang tidak bisa dihindarkan. Karena cepat atau lambat akan menyisir hampir di seluruh sektor, tak terkecuali pariwisata.

Pemerintah melalui kementerian pariwisata dituntut untuk memiliki strategi dalam mengahdapai era revolusi 4.0 di

bidang kepariwisataan. Strategi yang sudah di kemukakan oleh kementerian pariwisata adalah dengan menyiapkan platform digital dengan nama New ITX-Indonesia Tourism Exchange. Platform tersebut adalah sebuah etalase produk pariwisata berwujud digital agar UMKM kecil, mikro, dan menengah tetap eksis dengan berjualan paket melalui digital marketplace (Mico Desrianto.2019. diakses <https://travel.kompas.com>).

Pengenalan platform digital ini kemudian mulai teraplikasi di berbagai daerah yang memiliki tempat pariwisata. Hal ini kemudian menciptakan iklim persaingan di bidang pariwisata dengan adanya promosi-promosi dan tawaran yang di berikan kepada wisatawan dengan akses digital yang mempermudah mereka menentukan tempat tujuan wisata.

Keberadaan platform digital mampu meberikan keuntungan dan manfaat jika di implementasikan, antara lain (Hijrah Bil Akan.2018.diakses www.kompasiana.com) :

1. Inovasi, munculnya model-model bisnis baru yang tidak lepas dari kemampuan inovator merancang strategi lewat platform digital.
2. Inklusitas, lewat platform digital segala macam layanan dapat dengan mudah menjangkau banyak orang di berbagai daerah.
3. Efisiensi, dengan berkembangnya inovasi platform digital otomatis akan ada efisiensi baik secara manufaktur maupun pemsaran. Hal ini tentu memerlukan kecerdasan dari

pebisnis untuk mengoptimalkan strategi mereka di era digital

Sebagai salah satu tujuan wisata, Sumenep dituntut untuk mampu menciptakan dan memanfaatkan platform digital tersebut. Sehingga nantinya mampu menunjang program "*Visit Sumenep Year*" sebagai program utama pemerintah dalam menggenjot perekonomian daerah. Sehingga tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui peran platform digital dalam promosi kunjungan wisatawan di kabupaten Sumenep dengan batasan waktu pada tahun 2018.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah diskriptif-eksplanatif. menurut Whitney (1960) dikutip oleh Mohammad Nazir, mengatakan bahwa penelitian drskriptif yaitu mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara hubungan, kegiatan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena (Nazir Moohammad.1988:6). Sementara eksplanatif, menjawab tentang mengapa sebuah situasi atau kondisi itu terjadi. Penggunaan dua metodologi ini untuk menawarkan penjelesan yang lebih konfrehensif mengenai tema penelitian. Sebuah penelitan sulit dijelaskan tanpa deskripsi, sebaliknya, diskripsi tanpa penjelasan yang masuk akal tidak menarik (G. King, R. Keohane & S. Verba, 1994:34).

PEMBAHASAN

Konseptualisasi

1. Pariwisata

Pariwisata merupakan bagian dari sektor industri di Indonesia yang

prospeknya cerah dan mempunyai potensi serta peluang yang sangat besar untuk dikembangkan. Peluang tersebut didukung oleh kondisi-kondisi alamiah seperti: letak dan kondisi geografis (lautan dan daratan sekitar khatulistiwa), lapisan tanah yang subur dan panorama (akibat ekologi geologis), keragaman budaya serta berbagai flora dan fauna yang memperkaya isi daratan dan lautan. Industri Pariwisata memang menjadi andalan bagi banyak Negara, terutama yang tidak memiliki banyak kekayaan sumber daya alam, karena melalui industri pariwisata, negara dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakatnya.

Menurut Prof. Hunzeiker dan Prof. K. Krabf (bapak pariwisata) mengatakan bahwa pariwisata adalah sejumlah hubungan dan gejala yang dihasilkan dari tinggalnya orang asing, asalkan tidak menyebabkan timbulnya tempat tinggal atau permanen sebagai usaha mencari kerja. Menurut definisi yang luas, pariwisata adalah perjalanan suatu tempat ke tempat yang lain bersifat sementara dilakukan perseorangan atau kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan atau keseresasian dan kebahagiaan dalam lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

Sedangkan dalam Undang-Undang Pasal 1 angka 1, 3 dan 4 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata (UU Pariwisata) dijelaskan definisi masing-masing istilah dimaksud sebagai berikut:

“Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan

pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara”;

“Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah”;

“Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multimendasi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat sempit, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.”

Fungsi pariwisata antara lain yakni meningkatkan kesempatan berusaha bagi penduduk atau masyarakat yang tinggal di sekitar objek wisata, sector pariwisata dapat menyerap tenaga kerja yang dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan penduduk, pendapatan Negara meningkat berupa pajak baik dari para wisatawan yang datang maupun pajak dari fasilitas sosial di daerah objek wisata.

2. Era Revolusi Industri 4.0

Arus globalisasi membawa perkembangan teknologi yang semakin canggih, dimana dunia saat ini telah memasuki era revolusi industri 4.0. Definisi mengenai Industri 4.0 beragam karenamasih dalam tahap penelitian dan pengembangan. Kanselir Jerman, Angela Merkel dalam pidatonya di OECD pada tahun 2014 berpendapat bahwa Industri 4.0 adalah transformasi komprehensif dari keseluruhan aspek produksi di industri melalui penggabungan

teknologi digital dan internet dengan industri konvensional

(Hoedi, Wahyudi.2018.
<https://ejournal.undip.ac.id>).

Menurut Klaus menyatakan bahwa dunia telah mengalami empat tahapan revolusi, yaitu: 1) Revolusi Industri 1.0 terjadi pada abad ke 18 melalui penemuan mesin uap, sehingga memungkinkan barang dapat diproduksi secara masal, 2) Revolusi Industri 2.0 terjadi pada abad ke 19-20 melalui penggunaan listrik yang membuat biaya produksi menjadi murah, 3) Revolusi Industri 3.0 terjadi pada sekitar tahun 1970an melalui penggunaan komputerisasi, dan 4) Revolusi Industri 4.0 sendiri terjadi pada sekitar tahun 2010an melalui rekayasa intelegensia dan internet of thing sebagai tulang punggung pergerakan dan konektivitas manusia dan mesin (Shwab, 2016). Pada era revolusi industri 4.0 ini mengakibatkan berubahnya cara manusia berpikir, hidup dan berhubungan dengan yang lain. Hal paling fundamental terjadi pada era ini adalah terintegrasinya semua informasi ke dalam platform digital yang mampu memberikan dampak terhadap kehidupan manusia. Platform digital inilah yang kemudian melahirkan berbagai situs dan aplikasi dengan memberikan sajian data dan informasi yang detail dan akurat terhadap publik.

Lahirnya platform digital di era revolusi industri 4.0 memberikan beberapa keuntungan anataralain: 1) Inovasi dengan munculnya model-model bisnis baru dengan rancangan strategi lewat *platform digital*. 2) Inklusivitas, dimana segala macam layanan dapat dengan mudah menjangkau banyak orang diberbagai daerah. 3) Adanya efisiensi baik dari

segi manufaktur maupun pemasaran (Hijrah Bil Akan.2018.diakses www.kompasiana.com). Disamping beberapa manfaat yang dijelaskan, tentu ada tantangan-tantangan yang dihadapi seperti yang disampaikan oleh Zhou (2015) dengan mengkategorikan lima tantangan besar yang dihadapi yaitu aspek pengetahuan, teknologi, ekonomi, sosial dan politik. Guna menjawab tantangan tersebut, diperlukan usaha yang besar, terencana dan strategis baik dari pemerintah selaku regulator, kalangan praktisi dan akademisi.

3. Promosi

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, promosi adalah perkenalan dalam rangka memajukan usaha dagang (Kamus Umum Bahasa Indonesia.2008:898). Sedangkan Basu Swastha mengemukakan, promosi adalah arus informasi ataupun persuasi satu-arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Basu Swastha,2007:222). Menurut Gitosudarmo mendefinisikan promosi sebagai kegiatan-kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut (Gitosudarmo.2000).

Sehingga promosi dapat diartikan sebagai suatu upaya atau alat komunikasi untuk memperkenalkan suatu produk dari suatu perusahaan tertentu agar dapat dikenal publik dan menarik minat pembeli sehingga meningkatkan penjualan perusahaan. Karena tanpa adanya promosi mustahil masyarakat

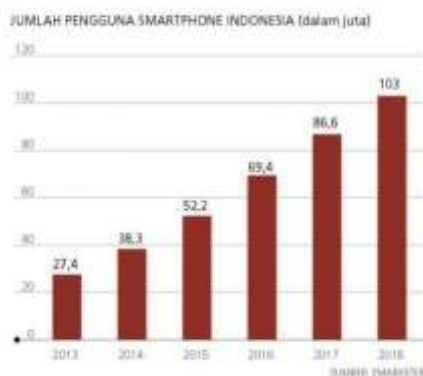
akan mengetahui keberadaan dari suatu produk atau barang yang di produksi. Begitu juga dengan pariwisata, dimana masyarakat luas tidak akan mengetahui potensi yang dimiliki oleh suatu daerah terutama potensi alam tanpa melalui promosi. Sehingga point penting bagi suatu perusahaan ataupun pemerintah dalam memperkenalkan produk mereka adalah dengan melalui promosi, dimana promosi bisa dilakukan dengan berbagai bentuk dan cara baik secara digital maupun non-digital.

Pemanfaatan Platform Digital Dalam Promosi Wisatawan Di Kabupaten Sumenep

Pariwisata saat ini menjadi salah satu sektor yang diperhitungkan dalam pemerintahan, terutama kontribusinya dalam peningkatan pendapatan asli daerah. Sehingga hal ini membuat pemerintah di berbagai daerah di Indonesia ini berlomba-lomba untuk mempromosikan wisata alam yang dimiliki ke ranah publik. Tidak terkecuali Sumenep yang memiliki potensi alam yang mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Sumenep, dengan tawaran wisata alam pantai, religi, budaya dan kulinernya. Sukses atau tidaknya promosi wisata yang dilakukan oleh daerah acuannya terletak pada banyaknya jumlah kunjungan wisatawan yang datang, baik wisatawan nasional dan mancanegara.

Dalam rangka meningkatkan angka kunjungan wisata ke Indonesia serta memenangkan persaingan merebut hati wisatawan domestik dan mancanegara di tahun 2019, pemerintah bekerja keras untuk

memperbaiki sarana dan prasarana wisata yang ada. Salah satu usaha yang terus dilakukan pemerintah adalah memperbaiki platform digital. Sumenep sebagai daerah tujuan wisata tentu pemerintah memiliki peran besar dalam memajukan dan mensukseskan program yang dicanangkan dalam “*Visit Sumenep Year*”. Upaya yang dilakukan adalah dengan mulai mengubah pola promosi wisata yang ditawarkan dengan beralih kepada platform digital sebagai hasil dari revolusi industri 4.0. Beralihnya sarana promosi wisata ke platform digital juga tidak lepas dari berubahnya *life style* masyarakat Indonesia, dimana dengan kemajuan teknologi kehidupan masyarakat tidak bisa dilepaskan dari penggunaan *smart phone* dan *internet* dalam keseharian mereka. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan *trend* kenaikan tiap tahun bagaimana konsumsi masyarakat terhadap penggunaan *smart phone*.



Gambar: Jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia (<https://www.kompasiana.com>)

Peningkatan *trend* pengguna *smartphone* tersebut dapat di manfaatkan sebagai peluang bisnis,

tidak terkecuali di sektor pariwisata. Pemnafaatan tersebut dapat direalisasikan dengan pengembangan *e-tourism* sebagai salah satu startegi menarik dan meikat wisatawan. Hal ini juga menjadi keuntungan sendiri bagi pemerintah terutama dalam hal efisiensi anggaran. Karena dengan strategi *e-tourism* ini dalam hal biaya tidak terlalu menghabiskan biaya seperti promosi yang dilakukan secara konvensional.

Pada tahun 2018, pemerintah daerah Kabupaten Sumenep me-*launching* program *visit sumenep 2018* dengan tujuan mempromosikan potensi pariwisata dan meningkatkan kunjungan wisatawan ke Sumenep. Untuk mensukseskan program tersebut pemerintah melakukan promosi melalui berbagai paltform digital mulai dari facebook, instragram, hingga website resmi pemerintah. hingga pada akhir tahun 2017, pemerintah melalui kolaborasi dinas pariwisata dan dinas komunikasi dan informatika meluncurkan aplikasi pariwisata Hi Sumenep berbasis Android, dalam rangka mempromosikan berbagai potensi wisata, budaya dan kuliner masyarakat (Infokom, diakses <http://sumenepkab.go.id>).

Penggunaan paltform digital dalam menunjang “*Visit Sumenep Year*” mampu memberikan dampak terhadap peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Sumenep dengan berbagai destinasi wisata yang ditawarkan. Peningaktaan tersebut dapat dilihat pada tabel peningkatan jumlah wisatawan yang dirilis oleh Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep.



Gambar: Aplikasi Hi Sumenep berbasis android di google store

Tabel 1. jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara di Kab. Sumenep

OBJEK WISATA	2016		2017		2018	
	WISMAN	WISNUS	WISMAN	WISNUS	WISMAN	WISNUS
Asta Gumuk	0	47.939	38	7.311	0	935
Asta Jokotole	0	10.651	0	8.316	0	7.109
Asta K. Faqih	0	5.185	0	8.323	0	5.663
Asta Katandur	0	5.717	0	6.216	0	7.473
Asta Panaongan	0	73.804	0	92.947	0	72.542
Asta Sayid Yusuf	11	159.711	8	112.676	0	280.150
Asta Tinggi	109	224.560	763	256.821	28	293.984
Gili Labak	300	33.419	406	30.683	784	26.053
Gili Iyang	38	6.165	88	7.666	221	5.695
Masjid Jamik	222	42.991	945	39.006	280	40.656

Museum	289	44.068	575	65.941	344	46.883
P.Sembilan	-	-	464	75.311	785	33.700
P.Badur	6	13.960	4	13.760	0	12.349
P.Lombang	244	49.413	405	60.564	142	74.236
P.Slopeng	52	37.570	260	44.536	60	24.654
R.Kasur pasir	32	3.341	35	527	26	791
Situs Benteng	26	1.484	8	2.484	6	2.081
Situs Batugong	2	1.898	0	3.399	0	5.735
Bukit Tinggi	-	-	10	117.994	0	78.987
T.Tectona	-	-	-	-	7	51.895
Mutiara Tirta	-	-	-	-	2	87.622
TSI	0	22.492	0	24.733	0	20.606
Wis.BatuKapur	-	-	0	12.939	0	10.319
WPS	1	68.220	27	54.956	9	41.271
Goa Kuning	-	-	-	-	0	53.936
Goa Kuning	-	-	-	-	0	53.936
JUMLAH	1.332	854.614	4.036	1.047.109	2.694	1.285.325

Sumber: Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep

Berdasar tabel tersebut, data jumlah pengunjung tahun 2018 menunjukkan penurunan angka dari segi wisatawan mancanegara, dimana pada tahun 2017 mencapai 4.036 mengalami penurunan pada tahun 2018 menjadi 2.694. Sedangkan pada wisatawan lokal dari tahun ke tahun mengalami peningkatan seiring gencarnya promosi wisata yang dilakukan pemerintah daerah Sumenep (Alfiyah.2019). Hal ini juga tidak lepas dari banyaknya pengguna *smartphone*, yang mampu menilai kelayakan serta menariknya dari wisata yang ditawarkan lewat platform facebook, instagram, website dan aplikasi Hi Sumenep. Menurunnya angka kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2018 menjadi salah satu tugas pemerintah untuk mengevaluasi. Ini tentu menjadi tugas berat pemerintah, karena pada dasarnya sukses dan tidaknya promosi wisata juga didukung dengan penyediaan infrastruktur, fasilitas dan

transportasi yang mudah dan terjangkau. Sehingga tantangan-tantangan yang ada dalam era revolusi 4.0 ini tidak hanya membutuhkan teknologi yang canggih tapi membutuhkan sokongan sumber daya manusia yang mumpuni. Baik dari segi masyarakat dan pemerintah sebagai *agent* penggerak implementasi kebijakan.

KESIMPULAN

Era revolusi industri 4.0 memberikan banyak peluang dan tantangan bagi masyarakat dan pemerintah, dimana pada era ini dituntut untuk inovatif dan kreatif dalam memaksimalkan peluang. Pemanfaatan peluang di era 4.0 yang serba digitalisasi mendorong pemerintah dalam upaya promosi terintegrasi menggunakan platform digital tersebut dengan menciptakan berbagai aplikasi dan website sebagai penunjang upaya promosi. Hal ini juga dilakukan oleh pemerintah daerah kabupaten Sumenep, dimana dalam upaya

meningkatkan kunjungan pariwisata ke Sumenep pemerintah menciptakan aplikasi Hi Sumenep sebagai salah satu alternatif digital di era 4.0. Adanya aplikasi tersebut mampu memberikan kemudahan bagi pemerintah dalam memperkenalkan potensi wisata, sedangkan bagi masyarakat memberikan kemudahan dalam mengakses informasi wisata yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyah, Nur Inna.2019. “Upaya Peningkatan Daya Tarik Wisata di Kabupaten Sumenep melalui *Smart City System*”, *Journal of Governance Innovation* Volume 1, Number 1. Diakses di <http://ejournal.uniramalang.ac.id/index.php/JOGIV/article/download/295/183/>
- G. King, R. Keohane & S. Verba, 1994. *Designing Social Inquiry: Scientific Inference in Qualitative Research*”, Princeton University Press, New Jersey.
- Gitosudarmo.2000.Manajemen Pemasaran.Yogyakarta: BPFE.
- Hijrah Bil Akan.2018.”Manfaat Serta Prinsip Era Industri Digital yang Wajib Milenial Miliki”, diakses di <https://www.kompasiana.com/fardan55513/5bebb5ee43322f05044b4d76/manfaat-serta-prinsip-era-industri-digital-yang-wajib-milenial-miliki?page=all>
- Hoedi Prasetyo, Wahyudi Sutopo.2018.”Industri 4.0: Telaah klasifikasi Aspek Dan Arah Perkembangan Riset” *JurnalVol 13 No 1*. Diakses Di
- Media Center, 2017. “Pemkab Sumenep Sajikan Informasi Pariwisata Melalui Hi Sumenep”. Diakses di <http://sumenepkab.go.id/berita/baca/pemkab-sumenep-sajikan-informasi-pariwisata-melalui-hi-sumenep>
- Mico Desrianto. 2019. “Sambut Revolusi Industri 4.0, Menpar Beberkan Visi Pariwisata RI”, diakses di <https://travel.kompas.com/read/2019/03/22/153000827/sambut-revolusi-industri-4.0-menpar-beberkan-visi-pariwisata-ri>.
- Nazir Mohammad.1988.*Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pusat Bahasa Departement Pendidikan Nasional, Kamus Umum Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka, 2005
- Shwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. New York: Crown Business.
- World Economic Forum, diakses di <https://www.weforum.org/about/the-fourth-industrial-revolution-by-klaus-schwab>