

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pariwisata di Indonesia merupakan aset yang sangat penting. Keanekaragaman wisata yang ditawarkan berbeda-beda pada setiap provinsi maupun daerah. Masing-masing daerah memiliki karakteristik, ciri khas, dan kebudayaan yang menjadi daya tarik bagi wisatawan. Faktor-faktor ini menjadi kekuatan yang dimiliki pariwisata di Indonesia. Menurut Duwitau (2020) industri pariwisata merupakan sektor unggulan yang dapat menggerakkan roda perekonomian Indonesia karena menimbulkan dampak yang begitu besar terhadap ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Menurut Bank Indonesia (2018) pariwisata merupakan penyumbang devisa ketiga terbesar setelah CPO dan batubara. Sadar akan potensi ini, sudah sepatutnya pemerintah daerah menaruh perhatian terhadap potensi wisata di daerahnya masing-masing. Salah satu upaya yang bisa dilakukan adalah dengan mempromosikan kepariwisataan.

Saat ini sektor pariwisata sedang gencar digalakkan oleh pemerintah. Di era digital sekarang ini, teknologi telah melekat di berbagai sektor kehidupan termasuk sektor pariwisata. Sudah seharusnya penerapan teknologi digunakan sebagai alat mempromosikan pariwisata. Peningkatan promosi dengan memanfaatkan teknologi sangat diperlukan agar pariwisata dapat terus bersaing. Terlebih di era modern ini arus informasi sangat cepat menyebar sehingga dapat dimanfaatkan oleh pemerintah. Kemajuan dalam hal promosi menjadi salah satu faktor penting dalam usaha meningkatkan jumlah wisatawan pada saat ini. Apabila hanya melakukan promosi melalui media *offline* saja maka jangkauan konsumen yang didapat tidak akan seluas jika melakukan promosi melalui media *online*. Dengan mempromosikan pariwisata melalui internet, pemerintah dapat memberikan kemudahan dalam mengakses informasi dan memperkenalkan karakteristik objek-objek wisata di daerahnya kepada wisatawan dengan cepat, akurat, dan tidak terbatas oleh waktu dan tempat (Ardhiyani & Mulyono, 2018). Selain itu, menurut Veranita (2021) pemasaran digital memiliki kemudahan mendatangkan calon konsumen, meningkatkan angka penjualan, menghemat biaya promosi dan dapat memberikan pelayanan lebih cepat.

Teknologi yang sangat melekat dengan dunia internet adalah *website*. *Website* merupakan sebuah media yang memiliki banyak halaman yang saling terhubung, dimana *website* memiliki fungsi dalam memberikan informasi berupa teks, gambar, video, suara, dan animasi atau penggabungan dari semuanya (Musnaini et al., 2021). Hal ini membuktikan bahwa *website* menjadi media promosi yang sangat efektif untuk digunakan karena informasi yang diuraikan pada setiap halaman dapat tersampaikan secara detail dan dideskripsikan dengan jelas serta diperkuat dengan menyertakan gambar atau video (Andriyan et al., 2020). Selain itu *website* dapat mempengaruhi cara berpikir seseorang tentang instansi atau perusahaan dan produk yang ditawarkan. Dengan adanya jaringan internet, masyarakat awam bisa mencari informasi yang dibutuhkan termasuk informasi terkait aset wisata di suatu daerah salah satunya melalui *website*. Penyampaian informasi menggunakan *website* juga dapat lebih meningkatkan daya tarik suatu informasi bagi masyarakat (Rizaly & Rahman, 2021). Dalam pemanfaatannya, sudah banyak instansi yang menggunakan *website* sebagai wadah untuk mempromosikan aset wisata daerahnya agar dapat menarik minat wisatawan. Ini merupakan bentuk strategi yang dapat diterapkan untuk mempublikasikan eksistensi suatu instansi. Banyak lembaga saat ini bersaing dalam menarik minat calon wisatawan dengan berlomba-lomba untuk membuat media informasi dan promosi yang menarik.

Kabupaten Cianjur merupakan salah satu kabupaten yang berada di Jawa Barat, Indonesia. Cianjur sendiri tercatat memiliki 150 objek wisata yang bisa dikunjungi pada tahun 2022 (Badan Pusat Statistik Kabupten Cianjur, 2023). Berdasarkan jumlah kunjungan wisata yang bersumber dari Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (LKjIP) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Cianjur (2018), pada tahun 2017 terdapat jumlah kunjungan wisata sebesar 5.207.207 orang dan pada tahun 2018 terdapat jumlah kunjungan wisata sebesar 5.773.633 orang. Namun sayangnya di kedua tahun tersebut pihak dinas belum bisa mencapai jumlah target kunjungan wisata yang ditetapkan, yaitu pada tahun 2017 sebesar 5.426.252 orang dan pada tahun 2018 sebesar 5.919.548 orang (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Cianjur, 2018). Berdasarkan LKjIP Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Cianjur (2018), salah satu permasalahan yang menjadi faktor

tidak tercapainya target kunjungan wisata yaitu kurangnya event atau promosi yang dilaksanakan baik tingkat nasional maupun internasional. Jumlah kunjungan wisatawan sempat mengalami penurunan yang signifikan dari tahun 2019 hingga 2021. Berdasarkan data jumlah kunjungan wisatawan dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat (2022), pada tahun 2021 terdapat penurunan jumlah kunjungan wisatawan dari dua tahun sebelumnya (2019-2020) dari 4.484.187 orang menjadi 1.046.795 orang sehingga terjadi penurunan sebanyak 3.437.392 orang dengan persentase penurunan sebesar 76%. Maka dari itu, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Cianjur perlu mengencangkan promosi guna meningkatkan kembali kunjungan wisatawan ke Cianjur. Saat ini Disbudpar Cianjur sedang menjalankan program "*Hayu Ameng Ka Cianjur*" yaitu kegiatan promosi pariwisata di Kabupaten Cianjur. Sejauh ini kegiatan promosi ini sudah menggunakan media sosial dan *website* sebagai media promosi untuk menampung informasi terkait program ini dan memperkenalkan objek-objek wisata yang berada di Cianjur. Namun *website* tersebut akan dilakukan pengembangan kembali dikarenakan *website* masih dikembangkan menggunakan *wordpress*, dimana memiliki kekurangan seperti tidak fleksibel dalam desain dikarenakan masih menerapkan template tema *wordpress* yang monoton, tampilan kurang interaktif, dan performa *website* yang lambat sehingga perlu adanya pengembangan *website* kembali. Selain itu pada *website* [sihaci.cianjurkab.go.id](http://sihaci.cianjurkab.go.id) masih memiliki beberapa kekurangan yaitu informasi destinasi wisata yang masih sedikit, tidak setiap destinasi disediakan informasi peta lokasi, dan tidak tersedia informasi kontak-kontak yang dapat dihubungi atau sosial media yang bisa dikunjungi. Ditambah tidak adanya fitur pengelolaan data pada *website* mengakibatkan kurang optimalnya pihak dinas untuk memperbaharui informasi pada *website*. Hal ini bisa mengakibatkan wisatawan membuat keputusan yang salah yang dipicu oleh informasi yang tidak akurat. Kendala lain yang dihadapi yaitu terkait laporan hotel, dimana pihak hotel menyerahkan laporan ini masih secara langsung kepada dinas dalam bentuk dokumen fisik. Masalah yang dialami kerap kali dokumen fisik tersebut tercecer, hilang ataupun rusak.

Berdasarkan latar belakang dan keresahan tersebut, pengembangan sistem informasi pariwisata memiliki urgensi yang tinggi. Permintaan akan informasi yang

cepat dan akurat, persaingan dengan wilayah lain, efisiensi pengelolaan data, promosi dan pemasaran yang efektif, serta perencanaan dan pengambilan keputusan yang lebih baik menjadi faktor-faktor yang mendorong pentingnya pengembangan sistem informasi pariwisata. Dengan memperhatikan urgensi ini, pemanfaatan teknologi informasi yaitu *website* ini harus diterapkan dengan tujuan untuk memenuhi permintaan akses informasi yang cepat dan akurat kepada wisatawan serta dengan harapan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Cianjur. Maka dari itu, penulis hendak mengembangkan sebuah media promosi *online* Sistem Informasi Hayu Ameng ka Cianjur (SIHACI) berbasis *website*.

*Website* akan dikembangkan menggunakan teknologi *MERN Stack* yang merupakan kombinasi dari *MySQL*, *Express JS*, *React JS*, dan *Node JS*. *Node JS* dan *Express JS* mengurus bagian *back-end web* bersama dengan *MySQL*. *MySQL* memiliki keandalan dan performa yang baik, dapat digunakan secara gratis, kompatibel dengan berbagai sistem operasi, memberikan fleksibilitas dalam pengembangan dan implementasi proyek, kemudahan penggunaan dan penerapan, dan fleksibilitasnya memungkinkan pengembang untuk mengelola basis data pada perangkat pribadi tanpa khawatir tentang migrasi ke versi *enterprise* di masa depan (Foster & Godbole, 2016). *React* digunakan sebagai *front-end library* yang sudah menerapkan *reusable component* sehingga kode yang dibuat menjadi lebih terstruktur, mengurangi penulisan kode yang repetitif, dan mempercepat proses pengembangan (Tanudjaja & Tanone, 2021). Dengan menggunakan *React* juga akan menghasilkan *Single Page Applications* (SPA) yaitu aplikasi *web* interaktif yang terhindar dari *refresh* pada halaman web untuk menampilkan halaman baru sehingga lebih cepat, meningkatkan performa serta ramah SEO (Maulana et al., 2022). Selain itu, *MERN Stack* hanya menggunakan satu bahasa pemrograman yaitu *javascript* sehingga mempermudah dalam pengembangan.

*MERN Stack* sudah diterapkan pada beberapa penelitian pengembangan *web* baru-baru ini. Patil, dkk. (2022) mengembangkan *college website* menggunakan *MERN Stack*, sebuah *website* yang dirancang untuk membantu siswa memperoleh informasi tentang kursus, mata kuliah, kelas, tugas, nilai, dan jadwal serta membantu fakultas untuk memeriksa jadwal harian, mengunggah tugas, dan memberikan pemberitahuan kepada siswa. Aplikasi Pelaporan *Progress-Plan-*

*Problem* yang dikembangkan menggunakan *MERN Stack* oleh Widodo (2020), digunakan untuk membantu karyawan di Krafthaus Indonesia dalam manajemen tugas, manajemen pelaporan, dan menentukan OKR perusahaan. Alamin (2022) mengimplementasikan *MERN Stack* untuk mengembangkan *social platform*, dimana *platform* ini bertujuan untuk menghubungkan setiap *developer* di seluruh dunia agar bisa saling berinteraksi dan berbagai pengetahuan. Shivani, dkk. (2021) melakukan analisis *Search Engine Optimization* (SEO) terhadap aplikasi *full stack web* dengan *MERN Stack* dan mengungkapkan bahwa algoritma peringkat halaman google berfungsi paling baik serta mendapatkan hasil yang positif sehingga meningkatkan peringkat aplikasi di *search engines*.

Berdasarkan permasalahan serta penelitian-penelitian yang telah dijabarkan di atas, penulis akan mengembangkan Sistem Informasi Hayu Ameng ka Cianjur (SIHACI) berbasis *website* sebagai sarana penyampaian informasi menggunakan teknologi *MERN Stack*. Pada *website* tersebut akan berisi konten-konten informasi seperti objek-objek wisata, artikel berita seputar wisata, akomodasi, kuliner, dan travel. Dengan hadirnya *website* SIHACI ini diharapkan dapat meningkatkan efektifitas promosi sehingga dapat menjangkau wisatawan lokal maupun mancanegara dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

## 1.2 Rumusan dan Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan pada latar belakang, maka terdapat beberapa masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana produk akhir Sistem Informasi Hayu Ameng ka Cianjur berbasis *website* sebagai media promosi destinasi wisata di Kabupaten Cianjur?
2. Bagaimana hasil validasi sistem pada aspek *functionality suitability* menggunakan *black box testing* dan aspek *usability* menggunakan *System Usability Scale*?

## 1.3 Batasan Masalah

Agar identifikasi masalah tidak meluas dan dibahas lebih jelas, maka dibuatlah batasan-batasan masalah sebagai berikut:

1. *Website* yang dikembangkan hanya sebagai media promosi dan tidak dapat menangani proses transaksi jual beli di dalamnya.

2. Wisatawan tidak bisa melakukan *login*, hanya admin dan hotel yang bisa melakukan *login*.
3. Wisatawan yang mengunjungi *website* hanya dapat melihat konten-konten informasi mengenai objek wisata, akomodasi, kuliner, travel dan event.
4. Admin hanya dapat mengelola data objek wisata, data akomodasi, data kuliner, data travel, dan data event.
5. *Website* dibangun dengan mengimplementasikan teknologi *MERN Stack* (*MySQL*, *Express JS*, *React JS*, dan *Node JS*) dan *framework* Bootstrap untuk membuat *website* responsif.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan Sistem Informasi Hayu Ameng ka Cianjur berbasis *website* untuk menyimpan dan menyebarkan informasi secara *real-time* mengenai pariwisata di Cianjur kepada masyarakat baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara.
2. Melakukan validasi pada *website* baik dari aspek *functional suitability* menggunakan *black box testing* maupun aspek *usability* menggunakan SUS dengan persentase kelayakan mencapai lebih dari 60%.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut:

##### a. Bagi Penulis

Manfaat yang diperoleh penulis dari penelitian ini adalah penulis dapat mengimplementasikan ilmu yang diperoleh baik melalui pembelajaran di kuliah, kegiatan studi independen maupun secara mandiri ke lapangan secara langsung sehingga penulis bisa mengembangkan ilmu dan wawasan lebih untuk persiapan di dunia industri nanti. Penelitian ini juga menjadi tugas akhir penulis untuk menyelesaikan studi sarjana.

##### b. Bagi Instansi

Manfaat yang diperoleh pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Cianjur yaitu instansi dapat memiliki Sistem Informasi Hayu Ameng ka Cianjur berbasis *website* yang sudah ditingkatkan baik dari segi tampilan, konten,

dan performa. Dengan hadirnya *website* ini diharapkan memberikan kemudahan bagi instansi untuk bisa menyelesaikan permasalahan yaitu perusahaan memiliki media informasi dan wadah promosi berbentuk digital yang lebih efektif dan efisien untuk menjangkau wisatawan lokal maupun mancanegara.

c. **Bagi Wisatawan**

Manfaat yang diperoleh oleh wisatawan yaitu mendapatkan kemudahan untuk mengakses informasi mengenai pariwisata serta memberikan rekomendasi mengenai objek-objek wisata, akomodasi, dan kuliner khas yang ada di Kabupaten Cianjur.