

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Proses penyampaian informasi di era modern tentu tidak luput dari pengaruh teknologi informasi yang dapat dimanfaatkan sebagai pencari dan mendapatkan suatu informasi, seperti halnya pariwisata yang memiliki potensi dan peluang terhadap nilai budaya maupun edukasi bagi pengunjung. Pariwisata tidak hanya dalam bidang bahari maupun yang lain, tetapi pariwisata juga dapat dikembangkan dari hasil inovasi maupun kreatifitas masyarakat sehingga tercipta suatu desa yang menarik untuk dijadikan destinasi wisata baik lokal maupun internasional (Ratnaningtyas and Widiasmoro, 2016).

Wisata desa merupakan destinasi wisata dalam bidang budaya, seni, kreatifitas dan kearifan masyarakat. Salah satu wisata desa yang berada pada provinsi Lampung, terletak di Desa Braja Harajosari, Kecamatan Braja Selehah, Kabupaten Lampung Timur dan merupakan salah satu dari 37 desa penyanggah taman nasional way kambas dan berbatasan langsung dengan Taman Nasional Way Kamar (TNWK). Wisata desa ini memiliki destinasi seperti Ecowisata, Agrowisata, dan Seni budaya. Wisata desa juga menawarkan pelayanan berupa informasi transportasi, *homestay*, makanan tradisional, dan edukasi sehingga sangat memanjakan para wisatawan lokal maupun internasional.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada pihak wisata Bapak I Wayan Toni Candra, S.E yaitu proses pemasaran yang dilakukan saat ini masih menggunakan brosur, banner dan memanfaatkan media sosial seperti instagram, dan facebook. Proses tersebut dirasa sudah cukup baik dari segi pemasaran akan

tetapi proses manajemen pengolahan data wisata dan penyampaian informasi belum terintegrasi antar bagian yang berkaitan dengan pihak masyarakat seperti penginapan, transportasi, kuliner, edukasi dan kerajinan. Sehingga proses pemasaran yang dilakukan masih kurang optimal dari segi manajemen data wisata, akibat dari masalah tersebut pihak wisata tidak dapat mengetahui tingkat pengunjung wisata baik lokal maupun internasional. Masalah berikutnya juga dirasakan oleh masyarakat dibidang pemasaran kerajinan yang hanya mengandalkan pengunjung atau wisatawan yang datang untuk membeli produk kerajinan masyarakat yang mengakibatkan keterbatasan wilayah pemasaran kerajinan, sehingga hal tersebut perlu dievaluasi untuk membangun sistem berbasis web dalam menunjang pemasaran dan informasi dilingkungan wisata desa.

Berdasarkan permasalahan tersebut tentu memerlukan suatu solusi dengan memberikan strategi terhadap proses pemasaran yaitu dengan penerapan model *Marketing Mix* sebagai bentuk pondasi atau dasar pemasaran suatu produk maupun jasa, dalam hal ini strategi tersebut untuk menentukan dan mengklasifikasikan jenis dan kategori wisata serta memberikan informasi terhadap masyarakat terkait wisata desa dan kearifan budaya pada daerah Braja Harjosari Lampung Timur (Kotler And Armstrong, 2017). Kepuasan wisatawan dan kualitas objek pariwisata dapat dikelompokkan berdasarkan komponen Marketing Mix seperti produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*). Melalui bauran pemasaran diharapkan dapat diketahui variabel apa saja yang sudah baik dan variabel apa yang harus diperbaiki dan ditingkatkan pada

objek wisata (Agustinawati and Puspasari, 2018). Peneliti memberikan suatu usulan yaitu dengan pengembangan sistem *electronic marketing* menggunakan *website* dengan beberap fitur seperti, promosi, penjualan produk kerajinan masyarakat dan mengintegrasikan wisata desa dengan fasilitas maupun layanan seperti *tour guide*, *homestay*, transportasi, makanan tradisional dan edukasi dalam satu wadah (Evaryanti, Estiyanti and Lavianto, 2019).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dikemukakan di latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana membangun sistem pemasaran berbasis web sebagai saran pemasaran dan pengenalan wisata desa Braja Harjosari Lampung Timur ?
2. Bagaimana mengintegrasikan sistem dengan fasilitas dan pelayanan seperti *tour guide*, *homestay*, transportasi, makanan tradisional dan edukasi menggunakan *website* sebagai wadah informasi ?

1.3 Batasan Penelitian

Adapun batasan masalah pada sistem pengendalian internal persediaan sebagai berikut:

1. Batas wilayah wisata desa hanya terletak pada desa Braja Harjosari Kecamatan Braja Selehah.
2. Fasilitas dan layanan terkait seperti *tour guide*, *homestay*, transportasi, makanan tradisional dan edukasi.
3. Data yang diolah berupa data wisata seperti ecowisata, agrowisata, seni dan budaya.

4. Data terkait jumlah pengunjung untuk mengetahui informasi tingkat kedatangan wisatawan lokal dan internasional.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan yaitu :

1. Menghasilkan sistem pemasaran berbasis web sebagai saran pemasaran dan pengenalan wisata desa Braja Harjosari Lampung Timur.
2. Mempermudah integrasi sistem dengan fasilitas dan pelayanan seperti *tour guide*, *homestay*, transportasi, makanan tradisional dan edukasi menggunakan *website* sebagai wadah informasi.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dihasilkan dari pembuatan sistem sebagai berikut:

1. Bagi Masyarakat Lingkungan

Memberikan dampak terhadap ekonomi masyarakat dari hasil penjualan kerajinan, penginapan, kuliner, transportasi dan edukasi.

2. Bagi Wisatawan

Memudahkan mendapatkan informasi terkait wisata desa dengan segala kearifan masyarakat dan alamnya dengan kelengkapan fasilitas layanan seperti penginapan, transportasi, kuliner hingga seni dan budaya.