

Strategi Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Asing dan Lokal Pada Industri Society 5.0: Pengembangan Pariwisata Kota Mini Lembang

Arifin Maulana^{1*}, Lathifaturahmah², Rafa Aulia³, Ana Fitriana⁴

^{1,2,3,4}Pendidikan Ekonomi / Ekonomi, Institut Pangeran Dharma Kusuma Indramayu, Indonesia

✉ arifinmaulana06062001@gmail.com

Abstrak

Industri pariwisata merupakan salah satu industri yang tidak akan habis dan akan terus berkembang. Industri pariwisata hidup dari kreativitas dan inovasi sumberdaya manusia. Industri pariwisata dianggap sebagai *mother industry*, mengingat industri ini bisa mengikat berbagai sektor industri lain untuk terlibat di dalam industri pariwisata. Selain itu, dampak ikutan dari industri pariwisata juga bisa dirasakan hingga kalangan usaha mikro kecil dan menengah yang *notabene* merupakan usaha milik masyarakat. Penelitian ini menggali bagaimana teknologi dan inovasi dalam Society 5.0 dapat diintegrasikan untuk meningkatkan pengalaman wisatawan. Pendekatan kualitatif digunakan, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara; pengumpulan data sekunder dari artikel bereputasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan teknologi canggih seperti realitas virtual, analitik data besar, dan konektivitas IoT, dapat mempersonalisasi pengalaman wisatawan, memudahkan akses informasi, dan menambah interaktivitas selama kunjungan. Selain itu, pendekatan berkelanjutan yang menekankan pada pelestarian budaya dan lingkungan menarik minat wisatawan yang berorientasi pada pengalaman otentik dan berkelanjutan. Rekomendasi strategis meliputi pengembangan aplikasi wisata pintar, promosi digital yang ditargetkan, serta kolaborasi antara pemangku kepentingan setempat dan pemerintah untuk memastikan inisiatif Society 5.0 diimplementasikan dengan efektif.

Kata Kunci:

Strategi, Wisatawan, Industri Society 5.0, Pengembangan Pariwisata.

Abstract

The tourism industry is one industry that will not run out and will continue to grow. The tourism industry lives from the creativity and innovation of human resources. The tourism industry is considered a mother industry, considering that this industry can bind various other industrial sectors to be involved in the tourism industry. In addition, the impact of the tourism industry can also be felt by micro, small, and medium enterprises, which are community-owned businesses. This research explores how technology and innovation in Society 5.0 can be integrated to improve the tourist experience. A qualitative approach was used, data collection was conducted through interviews; secondary data was collected from reputable articles. The results show that the application of advanced technologies such as virtual reality, big data analytics, and IoT connectivity, can personalize the tourist experience, facilitate access to information, and add interactivity during the visit. In addition, sustainable approaches that emphasize cultural and environmental preservation attract tourists who are oriented towards authentic and sustainable experiences. Strategic recommendations include the development of smart tourism apps, targeted digital promotions, and collaboration between local stakeholders and the government to ensure Society 5.0 initiatives are implemented effectively.

Keywords:

Strategy; Travelers; Industry Society 5.0; Tourism Development.

PENDAHULUAN

Belum lama ini kita mendengar konsep revolusi industri 4.0 dengan memanfaatkan data, teknologi *blockchain*, serta kecerdasan buatan. Akan tetapi Jepang sudah hadir dengan konsep Society 5.0., dengan konsep baru ini dinilai dapat menggantikan 4 versi sebelumnya yang hanya menitikberatkan pada produksi barang atau jasa. Sebelum kita berbicara lebih jauh mengenai revolusi industri 5.0 ini, ada baiknya kita mengetahui apa dan bagaimana revolusi industri yang pernah terjadi di Dunia (Heliany, 2019, p. 22)

Salah satu strategi marketing guna memberikan inovasi dalam era Society 5.0 pada sektor pariwisata banyak wisatawan yang kesulitan dalam mencari rekomendasi pariwisata maupun wahana yang akan dituju. Maka dari itu untuk efisiensi waktu kami sedang mengembangkan teknologi berbasis website agar mempermudahnya.

Perkembangan teknologi yang kian pesat pada era Society 5.0 memaksa para tenaga ahli untuk berpikir lebih maju agar dapat lebih berkembang, salah satu strateginya yakni dengan memaksimalkan potensi IoT (Internet of Things). Salah satu manfaat penggunaan IoT di sektor pariwisata adalah dalam pemesanan dan pembayaran tiket. Dengan adanya perangkat IoT, informasi tentang tiket, ketersediaan tempat, harga, dan jenis tiket dapat diakses dengan mudah oleh wisatawan. Hal ini dapat mempermudah wisatawan dalam memilih tiket yang diinginkan, serta mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan dalam pemesanan dan pembayaran. (Lina Marlina, personal communication, September 27, 2023)

Konsumen atau wisatawan dalam memutuskan untuk berkunjung memiliki berbagai pertimbangan seperti halnya sebelum melakukan pembelian. Proses untuk memilih, terdapat satu aspek dimana calon konsumen atau wisatawan dapat menentukan seperti apa tujuan dari pilihan yang ada dibenak konsumen atau wisatawan tersebut. Dorongan yang kuat dan memotivasi untuk memilih sebagai suatu tindakan. Konsumen atau wisatawan dalam memutuskan untuk berkunjung memiliki berbagai pertimbangan. Dalam proses untuk memilih, terdapat satu aspek dimana calon konsumen atau wisatawan dapat menentukan seperti apa tujuan dari pilihan yang ada dibenak konsumen atau wisatawan tersebut. (Dewi et al., n.d., p. 898)

Kota Mini Lembang unik karena memiliki nuansa Eropa klasik dan memungkinkan anak-anak mengenal berbagai profesi agar anak-anak berimajinasi sebagai petugas Pemadam Kebakaran yang menyelamatkan korban kebakaran, Polisi yang mengejar penjahat, lalu belajar menjadi koki yang membuat masakan sesuai selera dan arahan dari petugas wahana yang senantiasa menemani anak-anak berkreasi sambil di edukasi, adapun edukasi yang mengajarkan anak-anak menjadi seorang barista di Cafe yang tersedia di kawasan wisata Kota Mini Lembang, disini anak-anak akan belajar menjadi pelaku profesi yang mereka gemari tertentu dengan konsep bermain sambil belajar. (Azhar Fasya, personal communication, Oktober 2023)

Destinasi pariwisata di era Society 5.0 menghadapi banyak masalah besar. Salah satu masalah utama adalah meningkatnya persaingan dengan destinasi lain. Dalam era globalisasi dan kemudahan informasi saat ini, lebih banyak destinasi yang dapat dikunjungi, yang memaksa setiap destinasi untuk menawarkan pengalaman unik dan menarik agar tetap relevan. Selain itu, mengubah cara wisatawan mengonsumsi makanan juga menjadi masalah. Wisatawan modern lebih cenderung mencari pengalaman yang nyata, abadi, dan unik.

METODE

Metode penelitian merupakan tata cara suatu penelitian akan dilaksanakan. Sebagaimana menurut (Sugiono 2018 n.d., p. 1) yang mendefinisikan bahwa metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian merupakan suatu proses sistematis dari penelitian yang menyangkut bagianbagian yang saling berkaitan, atau suatu langkah-langkah yang sistematis dan logis untuk memecahkan suatu masalah dalam memperoleh hasil yang obyektif (Maolani dan Cahyana 2015 408805-*Metode-Penelitian-Kualitatif-3b5a7fba.Pdf*, n.d., p. 1)

Dalam penelitian kualitatif, posisi narasumber sangat penting, bukan hanya sekedar memberi respon melainkan juga sebagai pemilik informasi. Karena itu informan (orang yang memberi informasi, sumber informasi, sumber data) atau disebut subjek yang diteliti, karena ia bukan saja sebagai sumber data, melainkan juga aktor yang ikut menentukan berhasil tidaknya suatu penelitian berdasarkan informasi yang diberikan. (Wakarmamu 408805-*Metode-Penelitian-Kualitatif-3b5a7fba.Pdf*, n.d., p. 44 Thobby)

Oleh karena itu, fenomenologis disini digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan bagaimana Strategi Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Asing dan Lokal Pada Industri Society 5.0: Pengembangan Pariwisata Kota Mini Lembang. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Dalam penelitian kualitatif, posisi narasumber sangat penting, bukan hanya sekedar memberi respon melainkan juga sebagai pemilik informasi. Karena itu informan (orang yang memberi informasi, sumber informasi, sumber data) atau disebut subjek yang diteliti, karena ia bukan saja sebagai sumber data, melainkan juga aktor yang ikut menentukan berhasil tidaknya suatu penelitian berdasarkan informasi yang diberikan. (Wakarmamu 408805-*Metode-Penelitian-Kualitatif-3b5a7fba.Pdf*, n.d., p. 44 Thobby)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pariwisata merupakan sektor paling di sorot pada era Digitalisasi Pariwisata dan Kebangkitan sistem kecerdasan buatan salah satunya *IoT (Internet of Things)* telah mengubah sudut pandang masyarakat terhadap kepekaannya terhadap sektor pariwisata. System Digital Marketing merupakan salah satu perkembangan teknologi masa kini yang dapat mengefisienkan waktu, tenaga dan pengambilan keputusan.

Penerapan system digital marketing ini bertujuan untuk memberikan pemahaman bagaimana strategi dalam meningkatkan pemasaran atau penjualan pada potensi wisata, dan untuk memperluas target konsumen serta meningkatkan wisatawan domestik maupun mancanegara. (Amarani & Mahadewi, 2023, p. 1311). Adapun target program kerja penerapan *Intenet of Things (IoT)* dalam era society 5.0 dengan menginovasikan brosur digital yang berbasis web yang berisikan informasi.

Website atau web adalah halaman informasi yang disediakan melalui internet sehingga bisa diakses diseluruh dunia selama terkoneksi internet, website ada yang dinamis statis. ditemukan di search engine seperti di google, yahoo, bing atau yang search engine yang lainnya.

Website e-tourism adalah website seperti yang berisi informasi konten, gambar atau video seperti tempat wisata, hotel, tours dan lain-lain. (Heliany, 2019, p. 31)

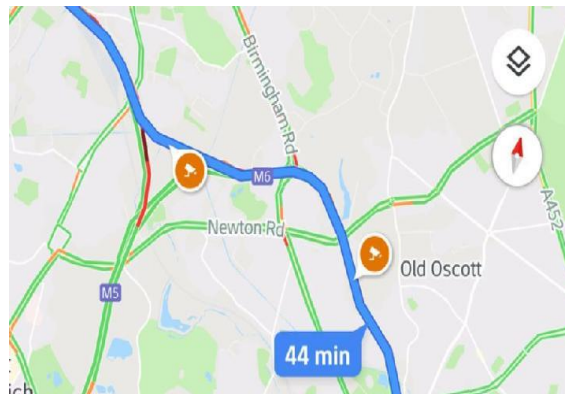
Pengelolaan berbagai sistem informasi wisata tersebut dilaksanakan oleh bagian yang berbeda. Penanggung jawab *website*, *email*, *leaflet*, dan buku informasi adalah petugas bagian konservasi, penanggung jawab visitor center adalah guide/pemandu wisata, penanggung jawab *guide*/pemandu wisata adalah Tim Marketing, dan penanggung jawab papan interpretasi adalah masing-masing Koordinator tiap Wahana dan Penanggungjawab Wahana (Dewi et al., n.d., p. 900)

1. Peta Interaktif

Peta Interaktif adalah sebuah fitur yang sangat penting dalam pengembangan sistem operasi website brosur online untuk wahana edukasi profesi, dan ini telah diakui oleh pakar pariwisata terbaik di dunia sebagai elemen kunci dalam memberikan pengalaman yang lebih baik bagi wisatawan. Peta ini dirancang dengan tujuan utama untuk memudahkan akses informasi terkait lokasi wahana edukasi profesi dan wilayah sekitarnya.

Fungsi utamanya ialah untuk menghasilkan peta yang memberikan representasi akurat dari daerah tertentu. Pemetaan dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi komputer, seperti Google Earth, bahkan Global Positioning System (GPS). Peta digital awalnya memiliki fungsi dasar yang sama seperti peta analog, mereka memberikan "pandangan virtual" dari jalan umum digariskan oleh medan yang meliputi daerah sekitarnya. (Lail & Kusuma, n.d., p. 51). Berikut ini adalah deskripsi rinci mengenai pentingnya fitur ini menurut para pakar pariwisata terbaik:

- 1) Navigasi yang Mudah: Peta interaktif memungkinkan pengguna untuk dengan mudah menavigasi dan mengidentifikasi lokasi wahana edukasi profesi yang mereka tuju. Dalam pariwisata, kemudahan navigasi adalah kunci, dan peta interaktif memastikan bahwa pengguna tidak tersesat.



Gambar 1. Navigasi

- 2) Informasi Lokasi yang Lengkap: Peta ini tidak hanya menampilkan lokasi wahana, tetapi juga memberikan informasi tambahan seperti alamat, nomor kontak, dan deskripsi singkat tentang wahana. Hal ini memungkinkan wisatawan untuk memahami dengan lebih baik apa yang ditawarkan oleh wahana tersebut.
- 3) Akses informasi, keuntungan lain dari media internet adalah kemampuan aksesnya untuk yang dapat menyediakan informasi yang luas kepada penggunanya. Akses informasi menjadi salah satu keuntungan bagaimana sebuah pesan yang sudah dikonstruksi dapat

- 4) Estetika Visual: Desain peta yang menarik secara visual menambah daya tarik dan memudahkan pengguna untuk berinteraksi dengan peta. Ini termasuk fitur-fitur seperti ikon kustom, warna yang mencolok, dan tampilan yang jelas.
- 5) Fitur Interaktif: Peta dapat memberikan fitur-fitur interaktif seperti zoom, pencarian lokasi, dan lapisan informasi tambahan seperti tempat parkir, area makan, atau fasilitas lainnya yang relevan. Fitur-fitur ini memungkinkan wisatawan untuk merencanakan kunjungan mereka dengan lebih baik.



Gambar 3. Peta Interaktif
Sumber: MusimWisata.my.id

- 6) Pemetaan Area Sekitar: Selain menampilkan lokasi wahana, peta interaktif juga dapat memetakan area sekitarnya. Ini mencakup hotel terdekat, restoran, toko suvenir, dan atraksi lainnya yang dapat menambah pengalaman wisatawan. Sistem informasi geografis adalah bentuk sistem informasi yang menyajikan informasi dalam bentuk grafis dengan menggunakan peta sebagai antar muka. SIG tersusun atas konsep beberapa lapisan (layer) dan relasi. Sistem Informasi Geografis (SIG) atau dikenal sebagai Geografis Informasi System (GIS) pertama pada tahun 1960 yang bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan geografis. (Hamdani & Utomo, 2021, p. 2)
- 7) Aksesibilitas: Peta interaktif harus dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan aksesibilitas. Ini termasuk teks alternatif untuk gambar, kontrol keyboard yang baik, dan kompatibilitas dengan perangkat berbantu.
- 8) Informasi Jarak dan Arah: Salah satu fitur yang paling penting adalah kemampuan untuk menunjukkan jarak dan arah ke wahana edukasi profesi dari lokasi pengguna saat ini. (Hamdani & Utomo, 2021, p. 2). Ini membantu pengguna merencanakan perjalanan dengan lebih baik, terutama jika mereka tidak akrab dengan wilayah tersebut.

60

dibuat pada bidang datar dan ditambah dengan tulisan-tulisan sebagai penjelas.(Widyatmoko & Budiman, n.d., p. 2)

Fitur Pemandu Virtual adalah sebuah komponen penting dalam pengembangan sistem operasi website brosur online untuk wahana edukasi profesi dengan adanya aplikasi Tour Guide, waktu pengunjung menjadi lebih banyak dimuseum tanpa harus menunggu Tour Guide lain selesai memandu. Selain menikmati Eropa lengkap dengan mininatur dan bangunan khas Eropa, pengunjung juga dapat berinteraksi dengan para Staff yang berdandan sebagai profesi di tiap wahana. (Octarizka et al., 2022, p. 10). Pada konsep Visual terdapat Key Word yang akan menjadi hal utama dalam terbentuknya aplikasi Virtual Tour Guide Museum Sejarah Jakarta. Terdapat Moodboard sebagai penggambaran perasaan yang akan dirasakan oleh pengguna ketika menggunakan aplikasi Virtual Tour Guide.(Octarizka et al., 2022, p. 15)

Fitur ini dirancang untuk memberikan bantuan dan informasi yang lebih lanjut kepada pengguna dengan cara yang interaktif dan efisien. Berikut adalah beberapa fitur yang tersedia dalam Website yang sedang kami rancang :

- 1) Pengalaman Interaktif: Fitur Pemandu Virtual menciptakan pengalaman berinteraksi yang lebih pribadi dan mendalam bagi pengguna. Pada prinsipnya server akan bekerja apabila ada permintaan dari client. Dalam hal ini, client menggunakan kode-kode PHP untuk mengirimkan permintaan ke server. Sistem kerja dari PHP diawali dengan permintaan yang berasal dari halaman website oleh browser. Berdasarkan URL atau alamat website dalam jaringan internet, browser akan menemukan sebuah alamat dari webserver, mengidentifikasi halaman yang dikehendaki, dan menyampaikan segala informasi yang dibutuhkan oleh webserver. (Hamdani & Utomo, 2021, p. 3).
- 2) Respons Cepat: Pemandu Virtual, yang dapat berupa chatbot, siap menjawab pertanyaan pengguna secara instan, tanpa harus menunggu waktu lama. Ini meningkatkan kepuasan pengguna dan menghemat waktu mereka.
- 3) Bantuan 24/7: Pemandu Virtual dapat diakses kapan saja, sehingga wisatawan, baik yang berada di dalam negeri maupun yang datang dari luar negeri, dapat mendapatkan informasi kapan pun mereka membutuhkannya, bahkan di luar jam kerja.
- 4) Kustomisasi Pesan: Pemandu Virtual dapat dirancang untuk memberikan pesan kustom sesuai dengan tujuan pengguna. Ini berarti wisatawan dapat mendapatkan rekomendasi yang relevan berdasarkan minat dan kebutuhan mereka.
- 5) Peningkatan Keamanan: Pemandu Virtual dapat digunakan untuk memberikan informasi terkait protokol keamanan dan kesehatan, yang sangat relevan di era pasca-pandemi, untuk memastikan wisatawan merasa aman selama kunjungan mereka.
- 6) Konektivitas dengan Informasi Terkini: Fitur ini dapat diintegrasikan dengan sumber informasi terkini sehingga Pemandu Virtual selalu memiliki pengetahuan terbaru tentang wahana edukasi profesi dan perkembangan terbaru dalam industri pariwisata.

Dengan menambahkan Fitur Pemandu Virtual yang efektif, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia bertujuan untuk memberikan layanan yang lebih baik kepada pengunjung, meningkat daya tarik wisatawan asing maupun lokal.

2. Galeri Media

Galeri Media Kaya adalah sebuah fitur yang sangat penting dalam pengembangan sistem operasi website brosur online untuk wahana edukasi profesi, dan ini merupakan perspektif yang didukung oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, yang dipimpin oleh salah satu pejabat terkemuka, yaitu Bapak Sandiaga Uno. Fitur ini bertujuan untuk memberikan pengalaman visual yang kaya dan informatif kepada pengguna yang ingin menjelajahi wahana edukasi profesi. Berikut adalah deskripsi fitur galeri media yang sedang kami kembangkan:

- 1) Pemandangan yang Memukau: Galeri Media Kaya menghadirkan foto dan video dengan kualitas tinggi yang dapat memukau pengguna. Ini memungkinkan wisatawan untuk melihat wahana edukasi profesi dalam semua detailnya sebelum mereka mengunjunginya.
- 2) Pengalaman yang Autentik: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bersama Bapak Sandiaga Uno mendorong penggunaan media berkualitas tinggi yang mencerminkan pengalaman sebenarnya di wahana. Ini membantu menghindari ekspektasi yang salah.
- 3) Informasi yang Jelas: Melalui gambar dan video berkualitas tinggi, pengguna dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang wahana edukasi profesi, apa yang ditawarkan, dan apa yang dapat mereka harapkan saat berkunjung.
- 4) Promosi yang Efektif: Galeri Media Kaya dapat digunakan untuk mempromosikan wahana kepada wisatawan potensial dengan cara yang lebih memikat dan persuasif.
- 5) Daya Tarik Visual: Media visual memiliki daya tarik yang kuat, dan ini adalah pendekatan yang diakui oleh Kementerian dan Bapak Sandiaga Uno dalam menjual daya tarik wisata di Indonesia. Gambar dan video berkualitas tinggi meningkatkan daya tarik wahana edukasi profesi.
- 6) Keselarasan dengan Branding: Media visual dalam galeri harus mencerminkan branding wahana dan nilai-nilai pariwisata yang diwakili oleh Kementerian, yang dapat mencakup keragaman budaya, keindahan alam, dan keunikan profesi.
- 7) Kemudahan Akses: Galeri Media Kaya harus mudah diakses oleh pengguna, dengan navigasi yang sederhana dan intuitif. Ini memastikan pengguna dapat dengan cepat melihat dan mengeksplorasi gambar dan video.
- 8) Dukungan untuk Responsif: Media visual ini harus dapat diakses dengan baik di berbagai perangkat, termasuk smartphone dan tablet, untuk mengakomodasi berbagai jenis pengguna.

Galeri Media Kaya adalah sarana yang kuat untuk mengkomunikasikan keindahan dan daya tarik wahana edukasi profesi di Indonesia kepada dunia, dan ini merupakan salah satu potensi yang sedang kami kembangkan untuk meningkatkan minat para wisatawan asing maupun lokal untuk lebih mengenal Wisata Wahana Profesi Kota Mini Lembang guna meningkatkan perekonomian dan UMKM di Indonesia.

KESIMPULAN

Era Society 5.0 dan dampak pasca pandemi mendorong tim Marketing Kota Mini Lembang untuk lebih cerdas dalam menarik minat para wisatawan asing maupun lokal agar mengunjungi lokasi wisata yang berbasis edukasi profesi di kawasan lembang. Fokus utama dari strategi ini adalah menambah pengalaman wisatawan dalam kunjungannya sebagai langkah yang dinilai cukup efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- 408805-metode-penelitian-kualitatif-3b5a7fba.pdf. (n.d.).
- Amarani, A., & Mahadewi, K. J. (2023). *Edukasi Digital Marketing Dalam Pengembangan Potensi Wisata Desa Biaung Di Era Digital*. 6(4).
- Arifin, S. (2017). Digitalisasi Pariwisata Madura. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 53. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v11i1.2835>
- Azhar Fasya. (2023, Oktober). *Wahana yang terdapat di Kota Mini Lembang* [Personal communication].
- Hamdani, M. A., & Utomo, S. (2021). Sistem Informasi Geografis (Sig) Pariwisata Kota Bandung Menggunakan Google Maps API DAN PHP. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 11(1). <https://doi.org/10.56244/fiki.v11i1.389>
- Heliany, I. (2019). *Wonderful Digital Tourism Indonesia Dan Peran Revolusi Industri Dalam Menghadapi Era Ekonomi Digital 5.0*. 1(1).
- Lail, J., & Kusuma, A. R. (n.d.). *Peta Digital Dusun Sentono*.
- Lina Marlina. (2023, September 27). *Pemanfaatan IoT di bidang pariwisata dari tim marketing Kota Mini Lembang* [Personal communication].
- Octarizka, A. V., Krishnasari, E. D., Ds, S., Ds, M., Haq, B. N., Sn, S., & Pd, M. (2022). *Perancangan Aplikasi Tour Guide Museum Sejarah Jakarta Berbasis Mobile Web*. 6(2).
- Widyatmoko, K., & Budiman, V. A. (n.d.). *Peta Wisata Interaktif*.