

Kata Sambutan

dr. H. Indra Salahudin, M.Kes., M.M.
Sekretaris Daerah Kabupaten Langkat



PEMASARAN DIGITAL PARIWISATA INDONESIA



Mariana Simanjuntak • Agus Setiawan • Nasrullah • Leon A. Abdillah
Nina Mistriani • Janner Simarmata • David Tjahjana
Ovi Hamidah Sari • Astri R. Banjarnahor • B. Agus Triharjono
Bonaraja Purba • Devi Yendrianof

Kata Sambutan

dr. H. Indra Salahudin, M.Kes., M.M.
Sekretaris Daerah Kabupaten Langkat

PEMASARAN DIGITAL PARIWISATA INDONESIA



UU 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Perlindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- a. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- b. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- c. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- d. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Pemasaran Digital Pariwisata Indonesia

Mariana Simanjuntak, Agus Setiawan, Nasrullah, Leon A. Abdillah
Nina Mistriani, Janner Simarmata, David Tjahjana
Ovi Hamidah Sari, Astri R Banjarnahor, B. Agus Triharjono
Bonaraja Purba, Devi Yendrianof



Penerbit Yayasan Kita Menulis

Pemasaran Digital Pariwisata Indonesia

Copyright © Yayasan Kita Menulis, 2021

Penulis:

Mariana Simanjuntak, Agus Setiawan, Nasrullah, Leon A. Abdillah
Nina Mistriani, Janner Simarmata, David Tjahjana
Ovi Hamidah Sari, Astri R Banjarnahor, B. Agus Triharjono
Bonaraja Purba, Devi Yendrianof

Editor: Ronal Watrianthos

Desain Sampul: Devy Dian Pratama, S.Kom.

Penerbit

Yayasan Kita Menulis

Web: kitamenulis.id

e-mail: press@kitamenulis.id

WA: 0821-6453-7176

IKAPI: 044/SUT/2021

Mariana Simanjuntak., dkk.

Pemasaran Digital Pariwisata Indonesia

Yayasan Kita Menulis, 2021

xvi; 218 hlm; 16 x 23 cm

ISBN: 978-623-342-090-7 (print)

E-ISBN: 978-623-342-089-1 (online)

Cetakan 1, Juni 2021

- I. Pemasaran Digital Pariwisata Indonesia
- II. Yayasan Kita Menulis

Katalog Dalam Terbitan

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak maupun mengedarkan buku tanpa
izin tertulis dari penerbit maupun penulis

Kata Sambutan

Sekretaris Daerah Kabupaten Langkat



Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih dan Maha Pemurah, karena atas limpahan rahmat dan taufik-Nya, buku Pemasaran Digital Pariwisata Indonesia ini dapat diselesaikan dan diterbitkan tepat pada waktunya.

Kita semua menyadari bahwa kehadiran teknologi sekarang ini berperan sangat penting dalam mempermudah kehidupan masyarakat Indonesia dalam berbagai hal, salah satunya di sektor pariwisata. Perubahan perilaku wisatawan terlihat ketika mencari dan menyebarkan (search and share) informasi wisata melalui perangkat digital kini jumlahnya sudah diatas 70%. Hal ini membuktikan bahwa teknologi telah banyak mempengaruhi dan membentuk cara seseorang dalam melakukan kegiatan wisata, mulai dari perencanaan perjalanan, saat dalam perjalanan, sampai dengan saat kembali dari perjalanan wisata, semuanya membutuhkan bantuan teknologi.

Saya selaku Sekretaris Daerah Kabupaten Langkat merasa gembira dan bangga karena salah satu ASN pada Inspektorat Kabupaten Langkat (Sdr. Devi Yendrianof, S.Kom., M.Si.) telah turut berkontribusi sebagai salah satu penulis buku bidang pariwisata ini, dimana sektor pariwisata tersebut juga sejalan dengan Misi ke-3 Bupati dan Wakil Bupati Langkat Periode 2019 – 2024 yaitu "Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Dengan Prioritas Pengembangan Pada Sektor Pariwisata". Dapat saya sampaikan Pemerintah Kabupaten Langkat sejak tahun 2019 juga terus mendorong OPD terkait di bidang Pariwisata untuk meningkatkan sarana dan prasarana pendukung pengembangan sektor pariwisata, sehingga target pemerintah menjadikan industri pariwisata sebagai penyumbang devisa terbesar di Indonesia dapat terwujud.

Saya menyadari dan merasakan bahwa buku-buku rujukan di bidang pariwisata saat ini masih sangat langka di Indonesia, oleh karena itu dengan adanya buku ini diharapkan dapat menjadi salah satu buku rujukan dan menambah khazanah bacaan bagi semua pihak baik pemerintah, cendekiawan, dunia pendidikan maupun masyarakat luas.

Akhirnya, saya menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua penulis sekaligus juga kepada penerbit Yayasan Kita Menulis yang telah bekerja keras, memberikan banyak waktu, pikiran dan tenaganya guna menyelesaikan sebuah hasil karya berupa buku ini. Semoga buku Pemasaran Digital Pariwisata Indonesia ini dapat memberikan sumber inspirasi, membuka wawasan dan bermanfaat untuk memajukan industri pariwisata di Indonesia.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

Stabat Mei 2021
SEKRETARIS DAERAH KABUPATEN LANGKAT

dr. H. INDRA SALAHUDIN, M.Kes., M.M.
Pembina Utama Madya
NIP. 19620706 199011 1 001

Kata Pengantar

Terpujilah Tuhan Yang Maha Kuasa, Sumber segala Ilmu dan Cinta Kasih. Hanya karena Berkat Hikmat dan Kesehatan yang Tuhan sediakan sehingga buku ini dapat ditulis dan diterbitkan. Terimakasih kepada tim penulis dan penerbit atas kerja sama dan koordinasi yang baik dan terarah.

Buku PEMASARAN DIGITAL PARIWISATA INDONESIA mengupas tentang bagaimana industri pariwisata mampu menggunakan platform digitalisasi dalam mengembangkan dan meningkatkan strategi pemasaran pariwisata Indonesia sehingga pengusaha atau pemasar tidak merasa kesulitan untuk menerapkan strategi pemasaran unggul dan berintegrasi. Buku ini bertujuan untuk mengeksplorasi Pemasaran Digital Indonesia. Dalam lingkungan pemasaran digital yang meningkat pesat secara langsung mempengaruhi seluruh bidang pemasaran, tak terkecuali Pemasaran Digital Pariwisata Indonesia. Lingkungan pemasaran menuntut pengusaha peka terhadap kebutuhan pasar dan konsumen sebagai generasi baru yang identik dengan perilaku aktif terhadap penggunaan TIK dan digitalisasi.

Buku ini berisi duabelas Bab yang menguraikan peluang dan tantangan pemasaran digital Indonesia, dan bagaimana pemasaran digital di Pelabuhan Indonesia. Dilanjutkan dengan aplikasi digital, budaya visual, pengembangan destinasi pariwisata. Bab-Bab berikutnya membahas mengenai bagaimana pengusaha perlu mengimbangi dan menyediakan kebutuhan konsumen/wisatawan di era digitalisasi agar mampu bersaing. Pengusaha diajak agar memiliki kemampuan melihat peluang dengan mengajak konsumen sebagai tim dalam menciptakan nilai bersama.

Buku ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi civitas akademika dan praktisi pengusaha industri. Buku ini juga secara langsung menggambarkan fenomena digitalisasi telah sepenuhnya mengubah cara pemasar menjalankan pemasaran pariwisata dimulai dengan menciptakan hubungan kerja sama dengan pelanggan dan dengan seluruh pemangku kepentingan. Hal ini mengubah cara pengusaha dalam merancang dan mengoperasikan industri pariwisata.

Akhir kata, penulis juga menyampaikan terimakasih kepada pembaca budiman. Semoga buku ini memberikan inspirasi, ilmu dan pengetahuan yang lebih baik bagi wawasan pemasaran pariwisata Indonesia.

Sitoluama, 1 Mei 2021
Penulis

Daftar Isi

Kata Sambutan Sekda Langkat.....	v
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xiii
Daftar Tabel	xv

Bab 1 Pemasaran Digital Pariwisata Indonesia: Peluang dan Tantangan

1.1 Pendahuluan.....	1
1.2 Eksplorasi Peluang dan Tantangan Pemasaran Digital Pariwisata.....	5
1.3 Peluang Pemasaran Digital Pariwisata Indonesia	7
1.3.1 Wisata Destinasi Pedesaan.....	7
1.3.2 Digitalisasi Industri Pariwisata	11
1.3.3 E-marketing Solusi Pemasaran Digital Pariwisata.....	15
1.3.4 E-Geografis (Sistem Informasi Geografis).....	17
1.3.5 Smart Tourism	18
1.4 Masa Depan Pemasaran Digital Pariwisata.....	20
1.5 Tantangan Pemasaran Digital Pariwisata	21
1.5.1 Perubahan Model Bisnis Industri Pariwisata.....	21
1.5.2 Digitalisasi Belum Dimanfaatkan Dengan Baik	23
1.5.3 Kecemasan Teknologi.....	24

Bab 2 Pemasaran Digital Pariwisata dan Pelabuhan Udara

2.1 Pendahuluan.....	27
2.2 Revolusi Digital Pemasaran Pariwisata dan Pelabuhan Udara	31
2.3 Tantangan Digital Pariwisata dan Pelabuhan Udara.....	33
2.4 Strategi Pemasaran Pariwisata dan Pelabuhan Udara.....	35
2.5 Pengalaman Pariwisata dan Ekosistem Pelabuhan Udara Dalam Revolusi Digital.....	39

Bab 3 Aplikasi Digital Pemasaran dan Promosi Pariwisata Indonesia

3.1 Pendahuluan.....	43
3.2 Definisi Digital Marketing	44
3.3 Peranan Digital Marketing	49
3.4 Aplikasi Digital Pemasaran dan Promosi Pariwisata Indonesia	50

Bab 4 Pemasaran Digital Pariwisata Kuliner Indonesia

4.1 Pendahuluan.....	59
4.2 Pariwisata Kuliner	61
4.3 Kuliner Indonesia	63
4.4 Peranan TI Dalam Pariwisata Kuliner	65
4.5 Pemasaran Digital Pariwisata Kuliner	66
4.5.1 Pemasaran Digital Kuliner Melalui Facebook	67
4.5.2 Pemasaran Digital Kuliner Melalui Blog.....	67
4.5.3 Pemasaran Digital Kuliner Melalui Instagram.....	68
4.5.4 Pemasaran Digital Kuliner Melalui Youtube	68

Bab 5 Pengembangan Destinasi Melalui Pendekatan Digital

5.1 Pendahuluan.....	71
5.2 Destinasi Digital Sebagai Promosi Wisata	73
5.3 Destinasi Digital Zaman Now	76
5.4 Program Pemerintah Dalam Pengembangan Destinasi Digital	78

Bab 6 Peran Media Digital Dalam Pariwisata Indonesia

6.1 Media Digital	81
6.2 Kemajuan Teknologi Dan Media Digital	82
6.3 Pendekatan Digital Dalam Menghadapi Destinasi Wisata.....	84

Bab 7 Pengembangan Pariwisata Berbasis Teknologi

7.1 Pendahuluan	89
7.2 Inovasi Dalam Organisasi Pemasaran Destinasi/ Destination Marketing Organisation (DMO).....	91
7.3 Teknologi Industri 4.0	92
7.4 Digitalisasi 4.0 di Hotel - Model Pengembangan dan Penerapan.....	93
7.5 Keberlanjutan Tertanam Dalam Perhotelan dan Pariwisata Industri 4.0	95
7.6 Website dan Media Sosial Sebagai Alat e-Marketing Hotel.....	96
7.7 Teknologi Yang Akan Mengubah Proses Hotel Di Masa Depan.....	98

Bab 8 Pengembangan Model Pemasaran Elektronik Untuk Pariwisata dan Perhotelan

8.1 Pendahuluan.....	101
8.2 Jargon Penting Go Digital.....	113
8.3 E-Tourism	116

Bab 9 Transformasi Digital Pariwisata dan Perilaku Konsumen

9.1 Perilaku Konsumen Era Pariwisata Digital	121
9.2 Penggunaan TIK Dalam Industri Pariwisata	125
9.3 Era IoT, Media Sosial, dan Revitalisasi Pariwisata.....	130
9.4 Digital Marketing dan E-Tourism	132

Bab 10 Strategi Bisnis dan Manajemen Pemasaran Digital Pariwisata Indonesia

10.1 Pemasaran Destinasi Pariwisata	137
10.2 Strategi Bisnis dan Bauran Pariwisata di Era Digital.....	142
10.3 Strategi Matriks Ansoff Pada Bisnis Pariwisata	145
10.4 Strategi Promosi Pemasaran Digital	148
10.5 Bentuk Penerapan Strategi Pembelajaran Partisipatif.....	154

Bab 11 Tata Kelola Bisnis Pariwisata

11.1 Pendahuluan.....	159
11.2 Teori Keagenan	161
11.3 Definisi Tata Kelola Perusahaan	163
11.3.1 Tujuan dan Manfaat Tata Kelola Perusahaan.....	164
11.3.2 Prinsip Tata Kelola Perusahaan.....	164
11.4 Tren Baru Tata Kelola Bisnis Pariwisata.....	167

Bab 12 Pariwisata Digital dan Peningkatan Ekonomi Indonesia

12.1 Pendahuluan.....	171
12.2 Pariwisata 4.0 (Tourism 4.0)	174
12.3 Pasar Wisatawan di Indonesia	176
12.4 Peranan Pariwisata Digital Dalam Peningkatan Ekonomi Indonesia....	177
12.5 Pariwisata Indonesia Bangkit Setelah Pandemi	181

Daftar Pustaka	189
Biodata Penulis	213

Daftar Gambar

Gambar 1.1: Peluang Digital Pariwisata	14
Gambar 2.1: Aplikasi Layanan Asisten Pribadi di Bandara untuk Dukung Pariwisata Digital	32
Gambar 3.1: Pencarian Daerah Tujuan Wisata di Makassar melalui Mesin Pencari Google	51
Gambar 3.3: Pencarian Website Hotel "Claro Makassar" melalui Mesin Pencari Google	52
Gambar 3.4: Tampilan Media Sosial melalui Mesin Pencari Google	53
Gambar 3.5: Tampilan Online Advertising (Iklan Elektronik) pada Halaman Website dan Halaman Facebook.....	54
Gambar 3.6: Tampilan Forum Discussion (Forum Diskusi).....	55
Gambar 3.7: Tampilan Mobile Applications (Aplikasi Mobile).....	57
Gambar 4.1: Statistik Pendapat Global Pariwisata 2010-2019	60
Gambar 4.2: Statistik Pekerjaan di Industri Pariwisata 2018	60
Gambar 4.3: Rendang Dinobatkan sebagai Makanan Terenak Versi CNN	63
Gambar 4.4: Kuliner Palembang di Facebook	67
Gambar 4.5: Food Blog Mark Wiens.....	68
Gambar 4.6: Instagram "kuliner_palembang".....	69
Gambar 4.7: Playlist Culinary Palembang di Youtube.....	70
Gambar 5.1: Spot Selfie Desa Ponggok.....	73
Gambar 5.2: Aneka Gaya Swafoto Wisatawan di Umbul Ponggok.....	74
Gambar 5.3: Sinergitas Pentahelix Menuju Pariwisata 4.0	78
Gambar 7.1: Tantangan Digitalisasi Pada Perhotelan.....	94
Gambar 7.2: Strategi 4.0 Pariwisata	96
Gambar 8.1: The Most Hashtagged on Instagram	109
Gambar 8.2: The More Digital, the More Personal.....	113
Gambar 8.3: The More Digital, the More Professional	113
Gambar 8.4: The More Digital, the More Global.....	114
Gambar 8.5: E-tourism	116
Gambar 8.6: Search Engine	117
Gambar 8.7: Website E-tourism	117

Gambar 8.8: Website hotel.....	117
Gambar 8.9: Sosial Media.....	118
Gambar 8.10: Iklan Online.....	119
Gambar 8.11: Web Forum	119
Gambar 8.12: Aplikasi Mobile	120
Gambar 9.1: TIK Pada Industri Pariwisata	127
Gambar 9.2: Pembangunan Ekosistem e-Tourism.....	134
Gambar 10.1: Bauran Pemasaran Dalam Pemasaran Pariwisata	139
Gambar 10.2: Matriks Ansoff.....	146
Gambar 12.1: Ilustrasi Revolusi Industri	174
Gambar 12.2: Jumlah Pengguna Internet di Dunia Tahun 2020.....	175
Gambar 12.3: Peringkat Pertumbuhan Internet di Dunia Tahun 2020	176
Gambar 12.4: Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisman 2018-2020.....	185
Gambar 12.5: Wisatawan Mancanegara yang Paling Banyak Berkunjung ke Indonesia Tahun 2020	185

Daftar Tabel

Tabel 4.1: Top Turis Mancanegara Tujuan Indonesia	61
Tabel 4.2: Top Kuliner Indonesia	64
Tabel 5.1: Harga Sewa Peralatan dan Paket di Umbul Ponggok	75