

INOVASI PAKET WISATA BERBASIS SISTEM INFORMASI GEOGRAFIS (Studi Kasus: CV Holiday Indonesia, Kabupaten Balukumba)

**Suma Thesa^{1*}, Matius Tinna Sarira², Masri Ridwan³, Rahmawati Madjid³, Agus Sugiarto^{4*},
Christina Indriani Sianipar^{5*}, La Ode Muhammad Ruspan Takasi^{6*}, Andri Estining Sejati^{7*}**

¹Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Pariwisata Makassar, Sumathesa93@gmail.com

²Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Pariwisata Bali, mts@poltekparmakassar.ac.id

³Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata Makassar, masridwan010@gmail.com
rahmawatimadjid099@gmail.com,

⁴Program Studi Pendidikan Geografi, Universitas Tanjungpura, agusnepster@kip.untan.ac.id

⁵Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata Medan, chris.indriani@gmail.com

⁶Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Terbuka Kendari, ruspan.takasi@gmail.com

⁷Program Studi Pendidikan Geografi, Universitas Sembilanbelas November Kolaka,
anes.um36@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Turunnya pandemi Covid-19 memberikan tantangan dalam inovasi paket wisata yang aman dan berkualitas. Tujuan penelitian ini untuk mengusulkan inovasi dalam pembuatan paket wisata di CV. Holiday Indonesia. Penelitian berjenis kualitatif dengan deskriptif. Pengumpulan data dengan teknik wawancara dan dokumentasi. Analisis data menggunakan teknik deskriptif dan langkah kualitatif reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan Sistem Informasi Geografis Pariwisata Kabupaten Bulukumba bermanfaat untuk mengetahui letak lokasi atraksi wisata, akomodasi dan aksesibilitas. Sistem Informasi Geografis Pariwisata CV. Holiday Indonesia. bermanfaat untuk memasarkan produk wisata yang dikelola oleh perusahaan, Produk Paket Wisata yang dapat di pasarkan melalui website berbasis sistem informasi geografi menggunakan model stopover yang terdiri dari Pantai Apparalang, Pantai Tanjung Bira, Pulau Liukang dan Pusat Pembuatan Kapal Phinisi di Tana Beru dengan rute selama 2 Hari 1 Malam. Penelitian ini merekomendasikan kepada CV. Holiday Indonesia untuk menyusun model website pemasaran pariwisata berbasis sistem informasi geografi. Serta diperlukan uji coba produk sebelum dikembangkan.

Kata Kunci: Inovasi; paket wisata; pariwisata; SIG.

Abstract: *The decline of the Covid-19 pandemic presents a challenge in innovating safe and quality tour packages. The purpose of this study is to advocate innovation in making tour packages at CV. Indonesian Holidays. This type of research is qualitative with descriptive. Collecting data with interview and documentation techniques. Data analysis used descriptive analysis techniques and qualitative data reduction steps, data presentation, and conclusions. The research results show that the use of the Bulukumba Regency Tourism Geographic Information System is useful for finding out the location of tourist attractions, accommodation and accessibility, CV Tourism Geographic Information System. Indonesian Holidays. useful for marketing tourism products managed by the company, Tour Package Products which can be marketed through websites based on geographic information systems using a stopover model consisting of Apparalang Beach, Tanjung Bira Beach, Liukang Island and the Phinisi Shipbuilding Center in Tana Beru' with a route of 2 Day 1 Evening. This research recommends to CV. Holiday Indonesia to develop a tourism marketing website model based on geographic*

information systems. As well as required product trials before being developed.

Keywords: *Innovation; tour packages; tourists; GIS.*

Article History:

Received: 18-12-2023

Revised : 24-01-2024

Accepted: 04-03-2024

Online : 06-04-2024



*This is an open access article under the
CC-BY-SA license*

A. LATAR BELAKANG

Pandemi Covid-19 berdampak pada sektor pariwisata dari penurunan wisatawan terhadap okupasi hotel, pengurangan jam kerja, dan berbagai lapangan pekerjaan disektor pariwisata. Pelaku pariwisata agar dapat bertahan pasca menurunnya Covid-19 dengan kemampuan adaptasi, inovasi, dan kolaborasi. Keinginan liburan tanpa banyak bertemu banyak orang mengubah tren layanan paket wisata berkualitas (Kaniasari et al., 2021). Para pelaku industri pariwisata harus memberikan layanan paket wisata eksklusif atau mini group dan atau skala kecil, agar wisatawan fokus pada kualitas wisata (Nurmailis & Suyuthie, 2020).

Persaingan pariwisata membuat perusahaan biro perjalanan wisata mencari strategi bisnis yang tepat dalam memasarkan produknya. Salah satu produk pariwisata adalah paket wisata yang diharapkan dapat menarik wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Paket wisata ditempatkan sebagai barang komoditas, barang diperjualbelikan yang dapat merupakan barang atau jasa. Paket wisata harus ditempatkan dari sudut pandang sebuah produk, dengan pandangan tentang bagaimana produk dibuat, dipasarkan, besar investasi, dan keuntungan. Produk menjadikan pebisnis yang kreatif, inovatif, dan sangat dinamis karena pariwisata selalu berubah, cepat dan sangat dinamis (Gede & Gunawasika, 2021; Permadi et al., 2018).

Biro perjalanan wisata tidak hanya meniru produk yang sudah ada, tetapi juga membuat produk baru yang inovatif dan sesuai fashion pariwisata. Pembaruan produk wisata akan menjadikan lama tinggal menjadi lebih panjang dan belanja wisatawan lebih banyak, sehingga masyarakat merasakan manfaat paket wisata. Inovasi dan kreativitas produk, menimbulkan selektivitas produk yang ditawarkan kepada wisatawan dengan berbagai variasi produk paket wisata dari suatu daerah tujuan wisata (Nieamah et al., 2018). Tidak adanya paket Wisata merupakan salah satu kelemahan dari objek Wisata, sehingga perlu disusun dengan baik (Faozi & Santoso, 2020).

Wisatawan yang memilih biro wisata dalam merencanakan dan menyelenggarakan suatu tour dikemas menjadi paket wisata. Produk paket wisata merupakan penggabungan dari obyek dan atraksi wisata, akomodasi, transportasi, dan makanan. Biro perjalanan wisata merencanakan komponen mana yang akan dipilih, dikemas dan penyusunannya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan wisatawan yang diwujudkan dalam suatu produk (Gede & Gunawasika, 2021).

Paket wisata sebagai produk menimbulkan dampak permasalahan luas. Perencanaan inovasi bisnis khususnya biro perjalanan wisata perlu dipersiapkan agar tidak kehilangan daya tarik. Inovasi diperlukan dalam menghadapi perubahan

menjadi lebih baik (Tilar & Alwin, 2022). Salah satu biro perjalanan wisata yang ada di kota Makassar adalah CV. Holiday Indonesia Tour and Travel yang menyediakan jasa perencanaan perjalanan wisata dan penyelenggaraan wisata. Salah satu kegiatan usahanya menyediakan produk jasa perjalanan wisata dalam Negeri dan luar Negeri. Pasca menurunnya pandemi covid-19, CV. Holiday Indonesia memilih bertahan dengan melakukan beberapa inovasi produk paket wisata dan tetap eksis sebagai perusahaan usaha jasa perjalanan yang beradaptasi pasca pandemi.

Sebelum pandemi, CV. Holiday Indonesia fokus pada kegiatan perjalanan tur yang dilakukan ke luar Negeri dan dalam Negeri dengan mengunjungi berbagai Negara dan kota-kota yang ada di Indonesia. Kegiatan perjalanan tur domestik yang dilakukan CV. Holiday Indonesia tiga tahun terakhir sebelum pandemi, tahun 2017 sesuai data penjualan yang paling diminati oleh wisatawan adalah paket wisata ke Bali dengan jumlah wisatawan sebanyak 200 orang, Jogja, Surabaya-Malang, Lombok sebanyak 100 orang, Jakarta-Bandung, Overland Surabaya-Jogja-Bali sebanyak 60 orang. Paket mengunjungi kota-kota yang ada di Indonesia juga dilakukan seperti Toraja, Manado, Kendari, Padang, Medan, Palembang, Bengkulu dan Labuan Bajo. Pada tahun 2018 dan 2019 semua paket wisata mengalami peningkatan di setiap kota tujuan kunjungan.

Perjalanan tour outbound CV. Holiday Indonesia tiga tahun terakhir sebelum memasuki masa pandemi seperti di tahun 2017 sesuai data penjualan yang paling diminati oleh wisatawan adalah perjalanan ke Thaliand dengan jumlah wisatawan sebanyak 100 orang, Malaysia-Singapore sebanyak 60 orang, dan Tiongkok sebanyak 50 orang. Negara yang dikunjungi lainnya seperti Australia, Jepang, Korea, Marocco, Taiwan, Turkey, Vietnam, Dubai, dan Eropa dengan jumlah wisatawan rata-rata di atas 10 orang.

Kegiatan perjalanan tour tahun 2018 mengalami peningkatan setiap Negara yang dikunjungi. Tahun 2019 CV Holiday Indonesia masih tetap eksis melakukan kegiatan perjalanan tour dengan jumlah wisatawan tetap mengalami peningkatan sampai akhir tahun memasuki pandemi Covid-19. Proses pembuatan paket wisata CV. Holiday Indonesia memiliki sejumlah daftar objek wisata yang dapat dikunjungi. Hal ini memudahkan pemilihan objek wisata, minat wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata tentunya dipengaruhi oleh varian produk paket wisata yang dijual.

Menghadapi setelah adanya pandemi Covid-19 CV. Holiday Indonesia harus memiliki strategi dalam berusaha. Strategi yang menggambarkan prediksi dan tindakan yang akan dilakukan dalam jangka pendek, menengah dan panjang (Soedarso & Nurif, 2014). CV. Holiday Indonesia pasca menghadapi pandemi ini harus memiliki strategi khusus dengan menerapkan kreativitas, inovasi dan sikap profesional. Strategi mendorong untuk menciptakan produk yang dibutuhkan masyarakat karena memiliki ciri khas, menarik, dan berbeda dari produk lainnya (Nieamah et al., 2018). Salah satu inovasi yang dapat dikembangkan pada usaha perjalanan wisata melalui konfigurasi teritorial wilayah.

Konfigurasi fungsi teritorial dapat dimanfaatkan untuk menuju “kawasan pariwisata” (Nunes & Cooke, 2021). Sebuah wilayah dapat dinyatakan sebagai kawasan pariwisata manakala wilayah tersebut dapat memanifestasikan ekonomi bagi wilayah sekitarnya. Sayangnya, untuk menciptakan kawasan pariwisata sebagaimana uraian tersebut tidaklah mudah. Sebab, tidak semua destinasi wisata memiliki sumber daya yang sempurna untuk mengkonfigurasi fungsi teritorialnya. (Nunes & Cooke, 2021) mengemukakan setidaknya ada lima karakteristik kawasan pariwisata, yaitu keunikan, kelimpahan lokal, kendali

teritorial atas sumber daya, keterikatan teritorial, dan permintaan global. Kawasan pariwisata membutuhkan keterkaitan yang kuat dengan wilayah, sehingga pariwisata dapat memainkan peran yang relevan dalam daya saing dan kohesi suatu wilayah (Musawantoro & Ridwan, 2020).

Fokus CV. Holiday Indonesia ialah mengurangi resiko melalui inovasi teknologi. Inovasi teknologi mengacu perkembangan teknologi dengan tujuan untuk meningkatkan produk atau layanan yang ada (Shin & Kang, 2020). Dalam pengertian ini, adopsi sistem teknologi dapat mengurangi risiko kesehatan yang dirasakan dengan mengubah pengalaman layanan wisata. Mengingat jarak sosial merupakan langkah penting dalam mencegah penyebaran virus corona, sistem teknologi baru ini dapat mengurangi risiko infeksi dengan meminimalkan interaksi fisik.

Keterpaduan spasial antara inovasi teknologi dengan fungsi teritorial dapat mengatasi tantangan utama pariwisata. GIS adalah sebuah sistem informasi menawarkan layanan untuk penelitian geografis dan pengambilan keputusan, yang dapat memainkan peran dalam pengelolaan pariwisata (Jasman, Ridwan & Guntara, 2021). Dengan memanfaatkan teknologi Sistem Informasi Geografi (SIG) diharapkan mampu untuk menganalisis aspek ruang pada suatu daerah, sebagai rekaman fenomena tentang lokasi geografis, dimensi/ ukuran, dan karakteristik objek yang berada di bawah, pada, atau di atas permukaan bumi, data geospasial harus dapat mewakili keadaan sebenarnya di lapangan (Ridwan et al., 2023).

Peningkatan kegiatan perjalanan tour CV. Holiday Indonesia berusaha melakukan inovasi untuk menghadapi perubahan dan situasi pasca menurunnya pandemi Covid-19. Paket wisata CV. Holiday Indonesia tentunya harus menarik dan bervariasi agar menarik minat wisatawan untuk membeli ataupun menggunakan jasa biro perjalanan wisata. Arti menarik dalam pengemasan paket wisata bisa lebih bervariasi dalam kegiatan paket tour dengan menerapkan protokol Kesehatan (Hanugrapasca et al., 2022). Inovasi dapat membantu bisnis pariwisata mengatasi dampak negatif pandemi Covid-19 yaitu terkait penurunan jumlah kunjungan wisatawan (Wiratha & Kemalasari, 2022). Adanya inovasi dapat menarik jumlah kunjungan wisatawan sehingga akan meningkatkan pendapatan pariwisata dan mendorong pemulihan sektor pariwisata pasca covid-19 (Tangkudung et al., 2024).

Pada saat ini banyak biro perjalanan wisata yang tidak mampu membuat paket wisata yang terorganisir dan diselenggarakan secara profesional. Aktivitas yang dilakukan CV. Holiday Indonesia masih berusaha eksis melakukan kegiatan usaha dengan melakukan berbagai inovasi varian produk khususnya paket wisata untuk menghadapi situasi pasca pandemi Covid-19. Tujuan penelitian ini memberikan rekomendasi pengembangan Inovasi dalam pembuatan paket wisata pada CV. Holiday Indonesia melalui pemanfaatan Sistem Informasi Geografis.

B. METODE PELAKSANAAN

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan kualitatif dengan deskriptif. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab secara rinci permasalahan yang sesuai dengan keadaan di lapangan (HL et al., 2022). Data primer diperoleh peneliti dari informan secara langsung pada CV. Holiday Indonesia dengan melakukan wawancara yang mendalam secara langsung. Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, internet, dan dokumen berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Lokasi penelitian di Kabupaten Bulukumba. Waktu penelitian dari bulan Februari-April 2022. Subyek penelitian dalam tulisan ini yaitu owner dan tour production dari CV. Holiday Indonesia Tour and Travel Makassar. Kajian wisata dalam geografi masuk dalam pendekatan kewilayahan (Sejati et al., 2022).

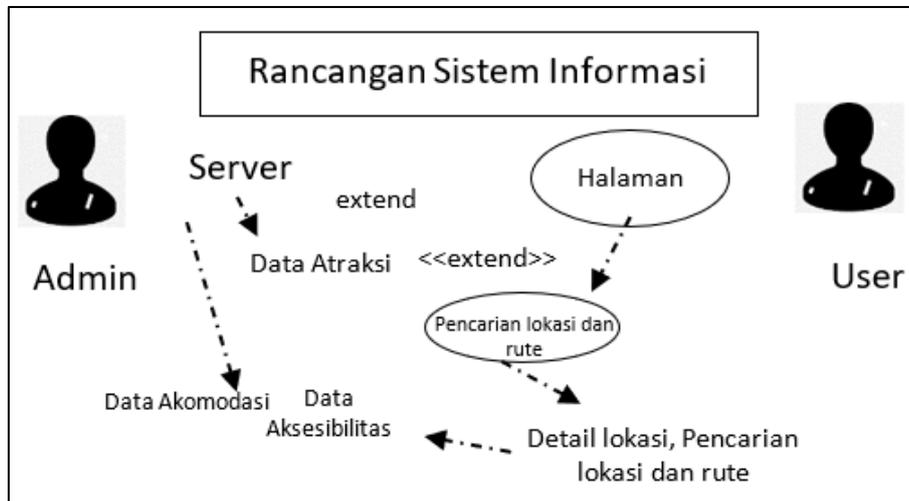
2. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam bentuk paket wisata dan inovasi pembuatan paket wisata yang akan ditawarkan pada wisatawan untuk bisa bertahan berusaha dibidang perjalanan wisata. Data Primer diperoleh dengan melakukan survei ke lokasi penelitian, pencatatan fenomena yang terjadi serta melakukan dokumentasi objek. Data Sekunder, diperoleh dengan observasi dan wawancara sejumlah pihak terkait, diantaranya Kepala Dinas, Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran, Operator media pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bulukumba. Sementara hasil pengamatan dan temuan di lapangan dianalisis dengan metode deskripsi kualitatif dan menggunakan bantuan software ArcGIS dengan memvisualisasikan data, berupa data spasial dan deskripsi.

3. Metode Analisis Data

Teknik analisis data dengan deskriptif dan langkah analisis kualitatif reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan sebagaimana yang dipakai dalam penelitian (Sejati et al., 2021). Teknik analisis kualitatif dengan langkah reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan dirumuskan oleh (Miles et al., 2015). Data dideskripsikan dan direduksi sesuai dengan pola kejenuhan, selanjutnya disajikan dengan deskripsi serta dilengkapi gambar dan tabel. Pada bagian akhir ditarik kesimpulan berdasarkan kecenderungan data.

4. Penyajian Data



Gambar 1. Diagram Alur Penyusunan Sistem Informasi Pariwisata CV Holiday Indonesia.

Rancangan sistem informasi lokasi pariwisata Kabupaten Bulukumba berbasis web ini merupakan sebuah sistem yang menginformasikan komponen pariwisata yang ada di Kabupaten Bulukumba baik atraksi wisata, akomodasi maupun aksesibilitas. Untuk menghasilkan sebuah informasi dibutuhkan data-data penelitian yang akan diolah sebagai berikut:

- i. Nama : Nama lokasi.
- ii. Tempat : Letak atau posisi lokasi dalam bentuk koordinat latitude dan longitude.
- iii. Alamat : Alamat lengkap lokasi (nama jalan ataupun nama daerah).

- iv. Keterangan :Keterangan lengkap mengenai deskripsi, sejarah, sampai harga tiket masuk lokasi.
- v. Kategori : Membagi kategori jenis-jenis pariwisata yang ada.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

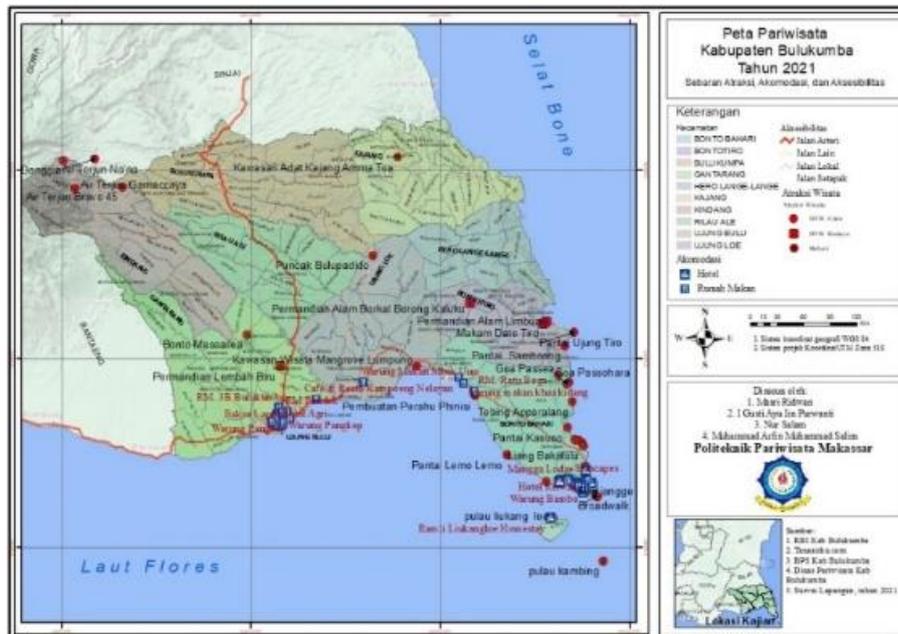
a. Daya Tarik Wisata

Tabel 1. Sebaran Daya Tarik Wisata Kabupaten Bulukumba.

Daya Tarik Wisata Alam	
Nama Objek	Lokasi
Pantai Pasir Putih Bira, Pantai Bama, Pussbelu, Pulau Laikung Loe, Pulau Kambing, Titik Nol, Pua Janggo, Pantai Panrang Luhu.	Kecamatan Bontobahari, Desa Bira
Pantai Tebing Panaikang Birayya, Dego-Dego Na Bira, Pantai Tebing Marumasa, Liang Bakambu, Liang Bakatulu, Tanjung Sukorang, Pantai Kasuso	Kecamatan Bontobahari, Desa Darubiah
Pantai Tebing Apparalang, Pantai Mandala Ria, Goa Passohara, Goa Passea	Kecamatan Bontobahari, Desa Ara
Pantai Samboang, Pantai Ujung Tiro.	Kecamatan Bontotiro, Kelurahan Eka Tiro
Pantai Lemo-Lemo	Kecamatan Bonto-bahari, Kelurahan Lemo
Kawasan Wisata Mangrove Limpung	Kecamatan Ujung Loe, Desa Manyampa
Puncak Bulipadiki	Kecamatan Ujung Loe, Desa Tamaun
Bonto Massailea	Kecamatan Gantaran, Desa Bukit Haranan
Air Terjun Bravo 45	Kecamatan Kindang
Air Terjun Na'na	Kecamatan Kindang
Air Terjun Gamaccaya	Kecamatan Kindang, Desa Kahayya
Donggia	Kecamatan Kindang, Desa Kahayya
Daya Tarik Wisata Buatan	
Nama Objek	Lokasi
Pemandian Sumur Panjang Hila-Hila, Pemandian Alam Limbua, Pemandian Alam Borkal (Borong Kaluku).	Kecamatan Bontotiro, Kelurahan Eka Tiro
Pemandian Lembah Biru	Kecamatan Gantarang, Desa Pelambarae
Daya Tarik Wisata Budaya	
Nama Objek	Lokasi
Kawasan Adat Kajang Amma Toa	Kecamatan Kajang, Tanah Toa
Pembuatan Perahu Pinisi	Kecamatan Bontobahari, Kelurahan Tanah Beru
Makam Dato Tiro	Kecamatan Bontotiro, Kelurahan Eka Tiro

Sumber : Hasil Survei Lapangan, 2022.

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa terdapat 35 sebaran daya Tarik wisata di Kabupaten Bulukumba. Berada di 10 kecamatan yang ada di Kabupaten Bulukumba, sebaran lokasi terdeteksi pada tingkat desa/kelurahan dengan menggunakan GPS dengan keluaran data berupa titik koordinat. 28 titik merupakan daya Tarik wisata alam, 4 titik diantaranya adalah daya Tarik wisata budaya dan 3 titik sebagai daya Tarik wisata budaya.



Gambar 2. Sebaran Akomodasi di Kabupaten Bulukumba.
Sumber : Hasil olahan data peneliti, 2022.

b. Sebaran Akomodasi Wisata

Berdasarkan hasil survei lapangan dan dokumentasi data di dinas pariwisata dan kebudayaan yang dilakukan selama 3 bulan (April-Juni tahun 2022) terdeteksi 121 sebaran akomodasi yang terdiri dari hotel, wisma dan penginapan di Kabupaten Bulukumba pada tahun 2022. Sebaran terkonsentrasi pada 2 wilayah yang masing-masing mempunyai kekuatan dalam mendatangkan wisatawan. Di Ibukota Kabupaten yaitu Kecamatan Ujung Bulu terdapat 21 wisma dan hotel, sementara di Kecamatan Bontobahari terdapat 100 hotel, penginapan dan wisma. Hal ini karena di wilayah tersebut terdapat destinasi utama. Kabupaten Bulukumba Provinsi Sulawesi Selatan sebagai daerah tujuan wisata (Musawantoro & Ridwan, 2020).



Gambar 3. Hotel dan Penginapan di Bira, Kecamatan Bontobahari, Bulukumba.
Sumber : Survei lapangan, 2022.

c. Rute Paket Wisata

Survei lapangan dilakukan dengan menggunakan alat GPS Handheld dan camera untuk mendapatkan data spasial lokasi wisata yang akan menjadi paket beserta dengan komponen pariwisata lainnya misalnya akomodasi, amenitas dan aksesibilitas. Sistem Informasi Geografis digunakan untuk mendokumentasikan pergerakan wisatawan secara spasial-temporal melalui pemetaan (Lau & McKercher, 2006). Oleh karena itu, perlu dilakukan pengemasan produk paket wisata yang memadukan beberapa komponen pariwisata seperti transportasi, akomodasi, makan dan minum, serta objek wisata yang dikemas menjadi suatu produk wisata. Paket wisata dikaitkan dengan pergerakan wisatawan dalam beraktivitas (Zulkifli et al., 2022). Berdasarkan hasil analisis data disimpulkan bahwa pola pergerakan yang dikembangkan adalah model stopover (Lau & McKercher, 2006). Model ini digunakan disebabkan oleh lokasi daya tarik wisata memanjang mengikuti jalan dan pesisir pantai Kabupaten Bulukumba memiliki Potensi Aktivitas Wisata baik dari sisi Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas, Aktivitas, dan Anselari. Pemodelan paket wisata yang saat ini sangat direkomendasikan yang memiliki keunikan berdasarkan kegiatan yang dilakukan wisatawan dari Kota Makassar/Bandara Sultan Hasanuddin adalah Pantai Apparalang, Pantai Tanjung Bira, Pulau Liukang dan Pusat Pembuatan Kapal Phinisi di Tana Beru'. Sementara aktivitas wisata minat khusus, seperti jet ski, sailing, camping, snorkeling, memancing, dan berenang.

Pola Pergerakan	Keterangan	Daya Tarik Pendukung 1	Daya Tarik wisata utama
	Pergerakan yang menuju satu titik destinasi utama dimana mengunjungi titik destinasi lain (sekunder) dalam proses pergerakannya	Pantai Apparalang	Pulau Liukang
		Pantai Tanjung Bira Daya Tarik wisata pendukung 2	Pembuatan Kapal Phinisi

Gambar 4. Rute Paket Wisata Kabupaten Bulukumba 2 Hari 1 Malam (2H1M). (Pola Pergerakan adopsi model Travel Pattern (Lau & McKercher, 2006)).

Sumber: Olahan data, 2022.

d. Rancangan Tampilan Sistem Informasi Paket Wisata Berbasis SIG

Halaman map menampilkan peta pariwisata dengan icon-icon (marker) yang menunjukkan letak atraksi wisata, akomodasi, aksesibilitas dan peket rute wisata. Setiap bagian nanti dapat di tampilkan sendiri sesuai kategori, menampilkan obyek wisata saja, menampilkan daya Tarik wisata, terdiri dari gambar dan akses menuju lokasi. Halaman map ditunjukkan pada Gambar 5.



Gambar 7. Tampilan Halaman web Rute Paket Wisata.

Sumber: Olahan data, 2022.

Bentuk rute wisata di Kabupaten Bulukumba terintegrasi dengan Kota Makassar dan dua kabupaten penyangga di sekitar Bulukumba yaitu Kabupaten Bantaeng dan Sinjai. Terdapat juga destinasi unggulan di Kabupaten Kepulauan Selayar. Jalur rute melalui jalan nasional Makassar-Bulukumba dan Rute jalan lokal Bulukumba-Bontobahari.

2. Pembahasan

CV. Holiday Indonesia terbagi dua yaitu domestik tour dan outbound tour dengan pemesanan ready made tour dan tailor made tour. Penyiapan paket wisata didasari dari riset kebutuhan wisatawan dengan memperhatikan target pasar yang dituju.

Bentuk paket wisata domestik sebelum pandemi yang ditawarkan oleh CV. Holiday Indonesia pertama adalah paket wisata Bali dengan durasi waktu tiga hari dua malam yang mengunjungi beberapa objek wisata diantaranya Ulundanu Bedugul, Tanah Lot, Tanjung Benoa, Pantai Pandawa/Padang-Padang/Dream land, Uluwatu, Ds. Topatih, Ds. Celuk, Ds. Batuan, Tirta Empul, dan Kintamani. Selain wisata juga mengunjungi pusat oleh-oleh dan menyaksikan atraksi seni budaya Tari Barong. Paket wisata terdiri fasilitas tiket pesawat, hotel, transport, makan, pemandu wisata dan tiket masuk wisata. Gambar 8 menunjukkan flyer paket wisata Bali.

Untuk paket wisata lokal lain yang banyak diminati wisatawan pada masa turunnya pandemi adalah Rute Toraja, Takabonerate dan Bira Kabupaten Bulukumba. Adanya pemenuhan kebutuhan dan keinginan wisatawan ini akan berdampak terhadap kepuasan yang membuat adanya ketertarikan membeli kembali dan mencoba paket wisata yang lain (Amaluddin et al., 2019).



Gambar 8. Paket Wisata Domestik-Nasional Explore Bali 3H/2N
Sumber: CV. Holiday Indonesia, 2022

Bentuk paket wisata lokal yang dimiliki CV. Holiday Indonesia sudah sangat memadai karena terdiri dari beberapa variasi paket wisata. Masa pasca pandemi membuat paket wisata ready made tour sesuai keinginan pasar dengan terlebih dahulu melakukan survei (Setyawan, 2020). Teori paket wisata yang sesuai pada CV. Holiday Indonesia adalah teori ikatan (Bundled Theory). Paket wisata dibuat berdasarkan selera wisatawan, memenuhi harapan wisatawan, persepsi lebih besar dari pada ekspektasi, produk memberikan pengalaman dan pengetahuan yang baru, dan produk memenuhi keinginan dan kebutuhan wisatawan.

Inovasi produk paket wisata berbasis system informasi geografi adalah salah satu cara yang dilakukan CV. Holiday Indonesia pada masa menurunnya pandemi agar tetap dapat bersaing dengan biro perjalanan wisata lainnya dan untuk mempertahankan loyalitas wisatawan. Inovasi yang dapat dilakukan terkhusus kepada paket wisata yang sangat laku terjual agar dapat menarik kembali wisatawan untuk membeli paket wisata yang dimiliki CV. Holiday Indonesia. Inovasi yang dapat dilakukan oleh CV. Holiday Indonesia selain pada pengembangan system informasi yaitu setiap paket wisata di buat kembali dengan memilih objek wisata yang terbaru dengan harga yang terjangkau serta memberikan fasilitas yang memuaskan. Harga menjadi daya Tarik tersendiri menjadi pertimbangan wisata (Nieamah et al., 2018).

Bentuk inovasi yang dilakukan CV. Holiday Indonesia harus memberikan dampak positif kepada wisatawan. Inovasi menjadi keharusan yang dilakukan dimasa menurunnya pandemi selain untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang tetap ingin melakukan perjalanan liburan dan tentunya meningkatkan kualitas paket wisata. Kegiatan berwisata dimasa menurunnya pandemi tentunya tetap harus memenuhi syarat mengikuti protokol Kesehatan (Fitriana et al., 2021). Berikut tabel 2 bentuk inovasi yang dilakukan CV. Holiday Indonesia.

Tabel 2. Bentuk Inovasi dalam Pembuatan Paket Wisata CV. Holiday Indonesia

Sebelum masa Pandemi	Pada masa Pandemi Mereda
Durasi waktu pelaksanaan sangat singkat.	Durasi waktu pelaksanaan ditambahkan.
Pelayanan Normal.	Pelayanan sesuai protokol kesehatan.
Pemilihan objek wisata.	Pemilihan objek wisata baru.
Penggunaan fasilitas normal.	Penggunaan berbasis jumlah wisatawan.
Pada Masa New Normal	
Dibutuhkan Sistem Informasi Rute Wisata berbasis Digital Tourism melalui Pemanfaatan Sistem Informasi Geografis.	

Sumber: Olahan Data Wawancara, 2022.

Berdasarkan tabel di atas beberapa bentuk inovasi yang telah dilakukan CV. Holiday Indonesia adalah menambahkan waktu perjalanan yang semula cukup singkat menjadi agak lama untuk wisatawan dapat menikmati perjalanan dengan baik. Ditambah pelayanan tentunya harus sesuai dengan protokol Kesehatan. Pemilihan objek juga menjadi salah satu pemikiran dengan melihat objek wisata yang lebih terbuka dan kapasitas banyak wisatawan. Penggunaan fasilitas disesuaikan dengan jumlah wisatawan dengan menjaga jarak (Kaniasari et al., 2021).

Inovasi CV. Holiday Indonesia untuk dapat bersaing dengan biro perjalanan lainnya. Pelayanan terbaik diberikan untuk wisatawan dimasa menurunnya pandemi dengan melakukan survei lapangan dan menerima masukan dan saran dari wisatawan secara langsung untuk menentukan target pasar. Membuka masukan menjadi inovasi dalam peningkatan performa perjalanan wisata (Tilar & Alwin, 2022). Dengan demikian, untuk memaksimalkan pelayanan kepada wisatawan, maka pengembangan system informasai rute wisata berbasis Sistem Informasi Pariwisata sebagai inovasi yang relevan dengan kebutuhan pasar.

Selain pelayanan maksimal, harga yang terjangkau, CV. Holiday Indonesia juga melakukan promo ke media sosial yang berbeda dengan biro perjalanan lainnya. Sistem Informasi Pariwisata berbasis geografi diperlukan konten testimoni orang lain yang merasa puas perlu. Wisata murah yang disebarakan melalui media digital menjadi daya tarik tersendiri yang membuat wisatawan memutuskan untuk berwisata (Ismail, 2020; Rais & Hariyanto, 2021).

Inovasi baru lainnya pada CV. Holiday Indonesia dengan tidak melupakan menerapkan protokol kesehatan. Sebelum pandemi paket wisata yang dimiliki CV. Holiday Indonesia bukan hanya paket wisata domestik melainkan juga paket wisata outbound. Salah satu cara yang dilakukan CV. Holiday Indonesia dengan membuka open trip dengan mengikuti protokol kesehatan dan semua wisatawan yang ingin mengikuti perjalanan sudah melakukan vaksin sesuai aturan yang ada. Wisata outbound berarti berwisata ke luar Negeri (Soedarso & Nurif, 2014).

Paket wisata yang dapat dikembangkan CV. Holiday Indonesia untuk rute Sulawesi Selatan melalui aktivitas outbound yang ditawarkan kepada wisatawan, yaitu paket wisata Makassar-Bira (Bulukumba) dan Takabonerate (Kepulauan Selayar). Harga yang ditawarkan juga sangat terjangkau dengan beberapa fasilitas yang didapatkan oleh wisatawan. Inovasi penambahan hari kunjungan juga sangat maksimal selama enam hari dibandingkan dengan jumlah hari sebelumnya sangat singkat. Paket Wisata merupakan cara dalam meningkatkan wisatawan (Alim et al., 2022).

Inovasi melalui pemanfaatan peta online dapat membantu perusahaan pengelolah usaha untuk memberi informasi umum kepada wisatawan atau pengguna sebelum berkunjung ke destinasi (Ridwan et al., 2023). Peta paket wisata terutama terfokus pada kepentingan dan kekuasaan. (Pearce, 1995) mendeteksi adanya pergeseran signifikan dari pemodelan wisata berbasis spasial

di mana banyak peta wisata dikembangkan secara subyektif tanpa keterlibatan kartografi. Selain itu, hanya sedikit peta wisata yang mendapat penilaian kritis atau pengujian empiris berdasarkan prinsip kartografi. Fagence dalam (Boers & Cottrell, 2007) berpendapat bahwa kontribusi peta pariwisata selama ini hanya terletak pada penetapan relevansi konsep geografis tertentu, seperti interaksi spasial antar komponen pariwisata, informasi jarak dari asal ke tujuan, tempat transportasi, jalur wisata dan peta paket wisata. Bencana alam mempunyai dampak yang serius terhadap pariwisata, sehingga pemetaan bahaya bertujuan untuk memberikan informasi kepada pihak berwenang/warga tentang berbagai kemungkinan perubahan dan kegiatan penanggulangan bencana di lokasi wisata (Singh., 2015). Ketersediaan peta dapat menjadi alat untuk mengembangkan destinasi wisata. Sistem Informasi Geografis menyediakan perangkat teknis dan teknologi untuk diterapkan secara luas dalam mencapai pariwisata berkelanjutan (Pareta, 2013).

Pengembangan system informasi berbasis Geografis diharapkan dapat menjadi inovasi pada CV. Holiday Indonesia merupakan produk kolaborasi, yang memberikan nuansa tunggal dari produk paket wisata, maksudnya dalam satu paket wisata ada dua kegiatan yang dapat dilaksanakan. Adanya pandemi mengubah banyak hal, terutama biro perjalanan wisata yang salah satunya adalah CV. Holiday Indonesia. Mampu bertahan dengan paket wisata yang dimiliki dengan menerapkan inovasi baru, CV. Holiday Indonesia tetap akan berinovasi demi kepuasan wisatawan. Inovasi harus terus dilakukan untuk perbaikan usaha (Nopriyono & Suswanta, 2019).

D. SIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan Sistem Informasi Geografis (SIG) Pariwisata Kabupaten Bulukumba memberikan manfaat signifikan dalam menentukan lokasi atraksi wisata, akomodasi, dan aksesibilitas. Demikian pula, Sistem Informasi Geografis Pariwisata CV. Holiday Indonesia terbukti efektif dalam memasarkan produk wisata yang dikelola oleh perusahaan. Produk paket wisata yang dapat dipasarkan melalui website berbasis sistem informasi geografi menggunakan model stopover, mencakup Pantai Apparalang, Pantai Tanjung Bira, Pulau Liukang, dan Pusat Pembuatan Kapal Phinisi di Tana Beru, dengan rute selama 2 Hari 1 Malam. Dengan demikian, pengembangan SIG wisata oleh CV. Holiday dapat memberikan jawaban terhadap kebutuhan wisatawan modern dengan memanfaatkan teknologi interaktif sebagai fasilitator yang menghubungkan penyedia layanan wisata dengan permintaan dan penawaran kegiatan pariwisata.

Sebagai rekomendasi, penelitian ini menyarankan CV. Holiday Indonesia untuk merancang model website pemasaran pariwisata berbasis sistem informasi geografi, dengan disarankan untuk mengadakan uji coba produk sebelum pengembangan lebih lanjut. Uji coba dapat dilakukan menggunakan metode blackbox testing, yang fokus pada aksi untuk memastikan bahwa aplikasi berjalan dengan benar dan menghasilkan output sesuai dengan desain. Dengan mengikuti metode ini, diharapkan hasil pengujian pada seluruh fungsionalitas aplikasi sistem informasi geografis wisata CV. Holiday Indonesia dapat menghasilkan inovasi produk pemasaran yang tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan kepariwisataan Provinsi Sulawesi-Selatan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Kepala Dinas, Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran, Operator media pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bulukumba telah bersedia menjadi narasumber sehingga penelitian ini terlaksana dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Alim, O. N., Santoso, A. B., & Geografi, J. (2022). Analisis SWOT Strategi Revitalisasi Objek Wisata Waduk Mrica Kecamatan Bawang Kabupaten Banjarnegara. *Geo-Image*, 11(1), 63–69. <https://doi.org/10.15294/GEOIMAGE.V11I1.56410>
- Amaluddin, L. O., Sejati, A. E., Ihsan, F. A., & Mutiana, M. (2019). Identification of Huntete Beach Tourism Object in Kulati Village East Tomia sub-district Wakatobi Regency. *Geosfera Indonesia*, 3(3), 43–49. <https://doi.org/10.19184/geosi.v3i3.8688>
- Boers, B., & Cottrell, S. (2007). Sustainable Tourism Infrastructure Planning: A GIS-Supported Approach. *Tourism Geographies*, 9(1), 1–21. <https://doi.org/10.1080/14616680601092824>
- Faozi, A., & Santoso, A. B. (2020). Strategi Pengembangan Objek Wisata Goa Petruk Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen. *Geo-Image*, 9(1), 72–81. <https://doi.org/10.15294/GEOIMAGE.V9I1.38645>
- Fitriana, R., Tarunajaya, W. B., & Akbar, K. (2021). Pelatihan Protokol Kesehatan Bagi Pemandu Wisata Pedesaan di Kabupaten Belitang. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 608–616. <https://doi.org/10.31849/DINAMISIA.V5I3.5395>
- Gede, P., & Gunawasika, W. (2021). Strategi Pemasaran Desa Wisata melalui Organizer MICE. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 3(2), 63–81. <https://doi.org/10.31539/JOMB.V3I2.2670>
- Hanugrapasca, A. P., Cahyono, U. J., & Sunoko, K. (2022). Penerapan Konsep Era New Normal pada Pusat Konvensi dan Ekshibisi. *Senthong*, 5(1).
- HL, N. I., Nasruddin, N., & Sejati, A. E. (2022). *Metodologi Penelitian dan Pembelajaran* (E. S. Sarmadan (ed.)). Deepublish.
- Ismail, M. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata Provinsi Papua. Matra Pembaruan. *Jurnal Inovasi Kebijakan*, 4(1), 59–69. <https://doi.org/10.21787/MP.4.1.2020.59-69>
- Jasman, Ridwan, M., & Guntara, F. (2021). Utilization of Geographic Information Systems in Applying Smart Tourism in the Nona Mountain Area. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 15(1), 36–48. <https://doi.org/10.47608/jki.v15i12021>
- Kaniasari, D., Mardotillah, M., & Masatip, A. (2021). Penerapan Protokol Kesehatan Hotel sebagai Langkah Preventif pada Masa Pandemi. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 9(1), 145–153. <https://doi.org/10.36983/JAPM.V9I1.120>
- Lau, G., & McKercher, B. (2006). Understanding Tourist Movement Patterns in a Destination: A GIS Approach. *Tourism and Hospitality Research*, 7(1), 39–49. <https://doi.org/10.1057/palgrave.thr.6050027>
- Miles, M. B., Huberman, Michael, A., Saldana, & Johnny. (2015). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks.
- Musawantoro, M., & Ridwan, M. (2020). Potensi Pantai Panrangluhung di Bira Kabupaten Bulukumba sebagai Destinasi Wisata Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 3(1), 1–7. <https://doi.org/10.34013/jk.v3i1.27>
- Nieamah, K. F., Utami, N., Fiddienika, A., Purwoko, Y., & Pramugara, D. P. (2018). Strategi Pengembangan Desa Ekowisata Pampang untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan. Khasanah Ilmu. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 9(2), 81–87. <https://doi.org/10.31294/KHI.V9I2.5231>
- Nopriono, & Suswanta. (2019). Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Collaborative Governance (Studi Kasus Kelompok Budidaya Ikan Mina Bayu Lestari dan Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten kulon Progo). *Jurnal Pemerintahan Dan Kebijakan (JPK)*, 1(1), 21–36. <https://doi.org/10.18196/JPK.V1I1.7799>
- Nunes, S., & Cooke, P. (2021). New Global Tourism Innovation in a Post-Coronavirus Era.

- European Planning Studies*, 29(1), 1–19.
<https://doi.org/10.1080/09654313.2020.1852534>
- Nurmailis, N., & Suyuthie, H. (2020). Strategi Pengembangan Aktivitas Wisata Di Objek Wisata Pantai Padang. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 1(3), 137–143.
<https://doi.org/10.24036/JKPBP.V1I3.22272>
- Pareta, K. (2013). Remote Sensing And Gis Based Site Suitability Analysis For Tourism Development. *International Journal of Advanced Research in Engineering and Applied Sciences*. www.garph.co.uk
- Pearce, A. G. (1995). *Change In Tourism: People, Places, Processes*. Routledge.
- Permadi, L. A., Asmony, T., Widiana, H., & Hilmiati, H. (2018). Identifikasi Potensi Desa Wisata di Kecamatan Jerowaru, Lombok Timur. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 2(1), 33.
<https://doi.org/10.22146/jpt.35380>
- Rais, M., & Hariyanto. (2021). Strategi Pengembangan Wisata dengan Pendekatan Konsep Urban Community Based Tourism (UCBT) di Kawasan Teridentifikasi Kumuh Kampung Bahari Tambak Lorok Kota Semarang. *Geo-Image*, 10(2), 95–106.
- Ridwan, M., Khairul Amri Kamarudin, M., & Parlaungan Lubis, D. (2023). *Production Of Spatial Geosite Itinerary Maps as Tourism Destinations*. 15(2).
<https://doi.org/10.24114/jg.v15i2.48990>
- Sejati, A. E., Sugiarto, A., Anasi, P. T., Utaya, S., & Bachri, D. S. (2022). Tantangan Filsafat Geografi dalam Perkembangan Geografi Terkini: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, dan Etika. *Majalah Geografi Indonesia*, 36(2), 126–134.
<https://doi.org/10.22146/MGI.74942>
- Sejati, A. E., Syarifuddin, S., Nasruddin, N., Miftachurohmah, N., Nursalam, L. O., & Hariyanto, E. (2021). The Effectiveness of Guided Inquiry Learning Model with Edmodo Assisted to Facilitate Critical Thinking Skills. *Prisma Sains. Jurnal Pengkajian Ilmu Dan Pembelajaran Matematika Dan IPA IKIP Mataram*, 9(2), 204–219.
<https://doi.org/10.33394/j-ps.v9i2.4260>
- Setyawan, H. (2020). Daya Saing Destinasi MICE di Indonesia. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 2(1), 26–32. <https://doi.org/10.22146/JPT.35379>
- Shin, H., & Kang, J. (2020). Reducing Perceived Health Risk to Attract Hotel Customers in the COVID-19 Pandemic Era: Focused on Technology Innovation for Social Distancing and Cleanliness. *International Journal of Hospitality Management*, 91.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102664>
- Singh., P. (2015). Role of Geographical Information Systems in Tourism Decision Making Process: A Review. *Information Technology and Tourism Springer Berlin Heidelberg*, 15(2), 131–179. <https://doi.org/10.1007/s40558-015-0025-0>
- Soedarso, S., & Nurif, N. (2014). Potensi dan Kendala Pengembangan Pariwisata Berbasis Kekayaan Alam dengan Pendekatan Marketing Places (Studi Kasus Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Sosial Humaniora*, 7(2), 136–149.
<https://doi.org/10.12962/j24433527.v7i2.582>
- Tangkudung, A. G. D., Rante, J. Z., Pakpahan, M., Putri, A., Puteri, A., Pribadi, D., Rifiani, D., Gosita, Rustandi, J., CPR, J. J., Ghalib, K., Farieanna, R., Purnawirawati, S., Setiawan, S., & Bassuni, W. (2024). Inovasi Bisnis Pariwisata Indonesia Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 657–667.
<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/12444>
- Tilar, R. D., & Alwin. (2022). Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Objek Wisata Kawung Tilu di Desa Cipayung Cikarang Timur Kabupaten Bekasi. *JPG (Jurnal Pendidikan Geografi)*, 9(2), 119–131. <https://doi.org/10.20527/JPG.V9I2.13996>
- Wiratha, A., & Kemalari, N. (2022). Indonesia's Tourism Innovation Strategy to Survive the Covid 19 Pandemic. *Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA)*, 2(5), 2335–2356.
<https://doi.org/10.55927/mudima.v2i5.378>
- Zulkifli, H., Julvirta, E., Dian, Y., Musawantoro, M., & Hadi, D. (2022). Arrangement of Makassar City Water Sports Tour Packages based on Geographic Information Systems. *Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Busines Event*, 4(1), 2656–1336.