

ANALISIS POTENSI DAN STRATEGI PENEMBAAN EKOWISATA DAERAH PENYANGGA TAMAN NASIONAL WAY KAMBAS

Sigi Pramono¹, Imam Ahmad², Rohmat Indra Borman³

Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Teknokrat Indonesia^{1,2}

Sistem Informasi Akuntansi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Teknokrat Indonesia³

Sigit.brselebah@gmail.com¹

Received: (9 Mei 2020) **Accepted:** (15 Juni 2020) **Published:** (22 Juni 2020)

Abstract

Current advances in information technology can not be denied as information becomes one of the main resources in each organization to enhance competitiveness. Dissemination of information technology has added to various key midwives in tourism midwives. One of the tours currently being enjoyed by the community is ecotourism activities. The Kambas Way National Park is a complementary area of natural resources both flora and fauna. Way Kambas National Park is surrounded by 39 buffer villages, one of which is Braja Harjosari Village. The village declared itself as a tourism village, but its implementation does not yet have a marketing system using information technology that requires existing potentials for development because it saves the end and does not have a strong enough competitiveness to compete in the current information technology era. Therefore, it is necessary to analyze the development of the system which is able to increase the potential of ecotourism and the strategy of developing ecotourism in order to increase visits and competitiveness with similar tourism. SWOT analysis is to determine the development of a promotion system by formulating alternative strategies that can be used as well as completing the marketing system based on alternative existing strategies. The results of this analysis use technology according to quadrant 1, which means the village must utilize the power to see the opportunities that exist. Marketing strategies that can be done is through web media that can be reached by everyone.

Keywords: *Ecotourism, Marketing, SWOT, Tourism, Waykambas.*

Abstrak

Kemajuan teknologi informasi saat ini tidak dipungkiri lagi bahwa informasi menjadi salah satu sumber daya utama pada setiap organisasi untuk meningkatkan daya saing. Penyebaran teknologi informasi sudah merambah keberbagai bidang terutama dalam bidang pariwisata. Salah satu pariwisata yang saat ini sedang di gemari oleh masyarakat adalah kegiatan ekowisata. Taman nasional way kambas merupakan daerah konservasi sumber daya alam baik itu flora dan fauna. Taman nasional way kambas di kelilingi 39 desa penyangga, salah satunya desa braja harjosari. Desa mencanangkan diri sebagai desa wisata, namun dalam pelaksanaannya belum memiliki sistem pemasaran menggunakan teknologi Informasi sehingga potensi-potensi yang ada sulit untuk berkembang karena kurangnya penujung dan tidak memiliki daya saing yang cukup kuat untuk bersaing di era teknologi informasi saat ini. Oleh karena itu di perlukan analisis pengembangan sistem yang mampu meningkatkan potensi-potensi ekowisata dan strategi pengembangan ekowisata guna meningkatkan kunjungan dan daya saing dengan wisata sejenis. SWOT analisis menentukan pengembangan sistem promosi dengan merumuskan strategi alternatif yang dapat digunakan serta merancang suatu sistem pemasaran berdasarkan alternatif strategi yang ada. Hasil dari analisis tersebut penggunaan teknologi terletak pada kuadran 1 yang berarti desa braja harjosari harus memanfaatkan kekuatan untuk melihat peluang yang ada. Strategi pemasaran yang bisa dilakukan yaitu melalui media web yang dapat di jangkau semua orang.

Kata Kunci: *Ekowisata, Pemasaran, Pariwisata, SWOT, Waykambas.*

To cite this article:

Pramono, Ahmad, Borman. (2020). Analisis Potensi Dan Strategi Penembaan Ekowisata Daerah Penyangga Taman Nasional Way Kambas. Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi, Vol(1), 57 - 67.

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi saat ini tidak dipungkiri bahwa informasi menjadi salah satu sumber daya utama pada setiap organisasi untuk meningkatkan daya saing. Teknologi informasi. Penyebaran teknologi informasi sudah merambah ke berbagai bidang terutama dalam bidang pariwisata. Salah satu pariwisata yang saat ini sedang di gemari masyarakat adalah kegiatan ekowisata. Taman nasional way kambas merupakan kawasan yang mengembangkan ekowisata yang bekerja sama dengan desa penyangga taman nasional. Taman nasional way kambas sendiri ditetapkan sebagai kawasan hutan tropis yang di kelilingi oleh 10 kecamatan dan terdapat 39 desa penyangga salah satunya adalah desa Braja Harjosari. Namun dalam pelaksanaannya desa wisata belum memiliki system pemasaran menggunakan teknologi informasi sehingga potensi-potensi ekowisata itu sulit untuk berkembang dikarenakan kurangnya pengunjung dan daya saing dengan competitor lain yang sejenis.

Proses bisnis yang sedang berjalan pada desa wisata Braja Harjosari yaitu melalui penawaran yang dilakukan oleh pihak taman nasional way kambas kepada tamu maupun pengunjung yang datang. Solusi yang dapat diberikan untuk pengembangan potensi-potensi yang ada, dengan melakukan analisis dan pengembangan system yang bisa digunakan untuk menarik wisatawan dalam berkunjung ke desa wisata. Tujuan dari penelitian ini adalah merumuskan system yang digunakan untuk menarik wisatawan berkunjung ke desa wisata braja harjosari dan Untuk membangun sebuah system atau aplikasi yang dapat membantu dalam pengembangan potensi-potensi wisata yang ada di desa.

2. Landasan Teori

2.1 Analisis

Menurut (Fatta, 2007) menyatakan bahwa "Analisis adalah teknik pemecahan masalah yang menguraikan bagian-bagian komponen dengan mempelajari seberapa bagus bagian-bagian komponen tersebut bekerja dan berinteraksi untuk mencapai tujuan mereka".

Menurut (Jogiyanto, 2005) menyatakan bahwa "Analisis adalah penguraian dari sistem informasi yang utuh kedalam bagian-bagian

komponennya dengan maksud mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan-permasalahan, hambatan-hambatan yang terjadi, dan kebutuhan-kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat di usulkan perbaikannya."

2.2 Tahapan Analisis

Menurut (Fatta, 2007), "Tahapan analisis adalah tahap dimana sistem yang berjalan dipelajari dan sistem pengganti diusulkan". Dalam tahap ini ada lima aktifitas utama antara lain:

1. Pengumpulan informasi
2. Mendefinisikan sistem *requirement*
3. Memprioritaskan kebutuhan
4. Menyusun dan mengevaluasi alternatif
5. Mengulas kebutuhan dengan pihak manajemen

2.3 Potensi

Menurut (Kartasapoetra & Sutedjo, 1987) "Potensi ialah segala sesuatu hal yang dapat dijadikan sebagai bahan atau sumber yang akan dikelola baik melalui usaha yang dilakukan manusia maupun yang dilakukan melalui tenaga mesin dimana dalam pengerjaannya potensi dapat juga diartikan sebagai sumber daya yang ada di sekitar kita".

2.4 Pengertian sistem

Menurut (Jogiyanto, 2005) "system di definisikan sebagai kumpulan dari elemen-elemen yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan tertentu."

2.5 Karakteristik Sistem

Model umum sebuah system terdiri dari input, proses, dan output. Hal ini merupakan konsep sebuah system yang sederhana mengingat sebuah system dapat mempunyai karakteristik atau sifat-sifat tertentu, yang mencirikan bahwa hal tersebut bias dikatakan suatu system. menurut (Jogiyanto, 2005) suatu system mempunyai karakteristik atau sifat-sifat tertentu, yaitu "mempunyai komponen (*components*), batas system (*boundary*), lingkungan luar system (*environment*), penghubung (*interface*), masukan (*input*), keluaran(*output*), dan sasaran (*onjectives*) atau tujuan (*goal*)."

2.6 SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2015).

2.7 Analisis SWOT

Suatu konsep manajemen strategi dengan penyesuaian perusahaan dengan lingkungan internal dan eksternal. Di dalam analisis strategi organisasi menggunakan alternatif strategi sehingga bisnis yang dijalankan mampu menghasilkan strategi yang tepat, dalam jangka pendek mendatangkan *returns*, di dalam jangka menengah mampu menciptakan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, dan dalam jangka panjang mampu menciptakan peluang baru untuk menciptakan pasar baru (Triyanto, 2013).

Analisis strategi yang tepat dapat menjadi pilihan strategi bisnis untuk dapat memilih strategi diperlukan beberapa tahapan:

1. Tahap masukan

Tahapan merumuskan kerangka matriks EFE (*evaluation Faktor external*), dan matriks EFI (*evaluation Faktor Internal*), tahap ini meringkas informasi masukan dasar yang diperlukan untuk merumuskan strategi. Pada tahap ini terbagi menjadi 2 matriks:

a. *Evaluation Faktor External Matrix (EFE)*

Perencanaan strategi meringkas dan mengevaluasi informasi yang berhubungan dengan faktor ekonomi, sosial budaya, demografi, lingkungan, politik pemerintah, hukum, teknologi, dan persaingan. Faktor – faktor yang dipilih adalah faktor yang berpengaruh pada bisnis yang dijalankan dan dianggap dapat mendatangkan pemasalahan di kemudian hari. Pemilihan faktor dilakukan melalui *forum group discussion* (FGD) atau observasi langsung pada bisnis yang di jalankan melalui *field study* atau melalui *in depth interview* dengan pelaku bisnis yang berhubungan dengan perusahaan.

b. *Evaluation Faktor Internal Matrix (EFI)*

EFI merupakan alat perumusan strategi untuk meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam berbagai bidang fungsional dalam suatu bidang usaha. Matriks ini menjadi landasan mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan diantara bidang-bidang ini.

2. Tahap pencocokan

Tahap ini hanya berfokus pada upaya menghasilkan strategi alternatif yang dapat di jalankan (*feasible*) dengan memadukan faktor internal dan eksternal. Tahap ini terdiri dari matriks

threats-opportunity-eaknesses-strenght(TOWS), *matrix strategy position and action evaluation* (SPACE). Berikut menganalisis matriks, tahap pencocokan/ alternatif strategi:

a. *The threat, opportunity, weaknesses, and stranght matrix (TOWS)*

Matriks *threat, opportunity, weaknesses, and stranght matrix* (TOWS) merupakan perangkat pencocokan yang penting yang membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi. Strategi SO (*stranght-opportunity*), strategi WO (*weaknesses-opportunity*), strategi ST (*stranght -threat*), strategi WT(*weaknesses-threat*). Mencocokkan faktor-faktor eksternal dan internal kunci merupakan bagian yang sulit dalam mengembangkan matriks SWOT dan merupakan penilaian yang baik dan karena biasanya tidak ada sekumpulan kecocokan yang paling baik.

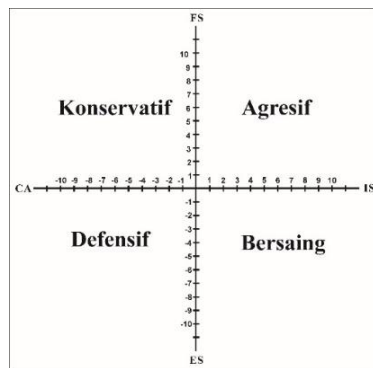
Faktor Internal	Strenght (S)	Weakness (W)
Faktor Eksternal		
Opportunity (O)	SO Strategies Menggunakan kekuatan untuk mengambil keuntungan adanya peluang	WO Strategies Mengeluarkan kelemahan untuk mengambil keuntungan adanya peluang
Threats (T)	ST Strategies Menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	WT Strategies Meminimkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Gambar 1. *Threat, Opportunity, Weaknesses, And Stranght Matrix (TOWS)*

Sumber: (Triyanto, 2013)

b. *SPACE matrix*

Alat ini terdiri dari kerangka empat kuadran yang menunjukan apakah strategi agresif, konservatif, defensif, atau kompetitif yang paling cocok untuk suatu organisasi. Sumbu matriks SPACE menggambarkan dua dimensi internal: kekuatan keuangan (FS- *Financial Strenght*) dan keunggulan kompetitif (CA-*Competitive Advantage*) dan dua dimensi eksternal: stabilitas lingkungan (ES -*Environmental Stability*) dan kekuatan industri (IS-*Industry Stranght*). Keempat faktor merupakan penentu paling penting dari posisi strategis organisasi secara keseluruhan.



Gambar 2. Martix SPACE

Sumber: H.Howe, R. Mason, dan K.dickel,
*Strategic Management and Business Police: A
 methodoligica Approach* didalam (Triyanto, 2013)

2.8 Teknologi Informasi

Menurut (Kadir & Triwahyuni, 2013)“ teknologi informasi baik secara implisit maupun eksplisit tidak sekedar berupa teknologi komputer, tetapi juga mencakup teknologi komunikasi.” Sedangkan menurut (Kadir, 2014)“ teknologi informasi adalah bagian dari sistem informasi. Secara umum teknologi informasi adalah segala bentuk teknologi yang diterapkan untuk memproses dan mengirimkan informasi dalam bentuk elektronis.”

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi adalah bentuk teknologi baik itu teknologi komputer maupun teknologi komunikasi yang digunakan untuk memproses dan menyebarkan informasi secara elektronik. Teknologi informasi sendiri dapat digunakan untuk membentuk strategi untuk menunjukan keunggulan yang kompetitif. Beberapa strategi tersebut dapat berupa seperti berikut:

1. **Strategi biaya rendah**, yakni menjadikan produsen dengan biaya yang rendah, memberikan harga yang lebih murah terhadap pelanggan, menurunkan biaya pasokan, atau meningkatkan biaya pesaing untuk tetap bertahan di industri.
2. **Strategi diferensiasi**, yakni mengembangkan cara-cara untuk membedakan produk/jasa yang dihasilkan perusahaan terhadap pesaing sehingga pelanggan menggunakan produk/jasa karena adanya atau fitur yang unik.
3. **Strategi inovasi**, yakni memperkenalkan produk/jasa yang unik, atau membuat perubahan yang radikal dalam proses bisnis yang menyebabkan perubahan-perubahan yang mendasar dalam pengelolaan bisnis.

4. **Strategi pertumbuhan**, yakni dengan mengembangkan kapasitas produksi secara signifikan, melakukan ekspansi ke dalam pemasaran global, melakukan diversifikasi produk/jasa, atau mengintegrasikan kedalam produk/jasa.
5. **Strategi aliansi**, yakni membentuk hubungan dan aliansi bisnis yang baru dengan pelanggan, pemasok, pesaing, konsultan dan lain

2.9 Pengembangan

Menurut (Pressman, 2012),“Pengembangan adalah rancangan peringkat komponen diperhalus dan ditinjau ulang. Kode-kode program dihasilkan, ditinjau, dikompilasi, dan diuji. Matrik-matrik dibuat untuk semua pekerjaan yang penting serta untuk setiap hasil pekerjaan”. Sedangkan menurut Nadler (harjana, 2001):“Pengembangan adalah kegiatan-kegiatan belajar yang diadakan dalam jangka waktu tertentu guna memperbesar kemungkinan untuk meningkatkan kinerja.”

Jad ipengembangan (*development*) adalah proses meliputi kesempatan belajar yang bertujuan untuk lebih meningkatkan pengetahuan (*knowledge*) dan keahlian (*skill*) yang diperlukan dalam pekerjaan yang sedang dijalani. Pengembangan lebih difokuskan untuk jangka panjang.

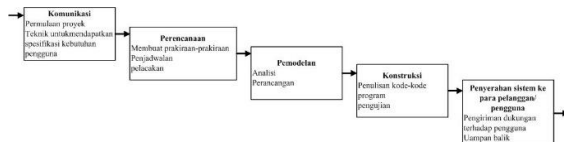
2.10 Ekowisata

(*The Ecotourism Society*,2000) mengatakan ekowisata suatu bentuk perjalananwisata ke daerah alami yang dilakukan dengan aturan mengenai konservasi lingkungan dan pelestarian kehidupan serta kesejahteraan penduduk setempat dan ekowisata adalah bentuk baku dari perjalanan bertanggung jawab di daerah alami dan berpetualangan yang dapat menciptakan industri pariwisata. Menurut peraturan Gubernur Lampung Nomor 6 Tahun 2012 Pasal 1 ayat 28 menyatakan bahwa Ekowisata adalah kunjungan yang bertanggung jawab ke suatu wilayah yang masih alami untuk menikmati dan mengapresiasi keadaan alamnya (beserta segala aspek budaya yang ada - baik pada masa lalu maupun saat ini), mengembangkan kegiatan konservasi, menimbulkan dampak kunjungan yang minimal serta ada keterlibatan penduduk setempat dalam memperoleh keuntungan serta sosial ekonomi.

2.11 Metode Pengembangan Sistem

Pengembangan sistem merupakan penyusunan sistem baru untuk mengganti sistem lama secara keseluruhan atau memperbaiki bagian-bagian

tertentu. Metode yang digunakan dalam pengembangan sistem yaitu dengan siklus klasik/air terjun (*waterfall*). Dalam metode air terjun setiap tahap harus diselesaikan terlebih dahulu secara penuh sebelum diteruskan ketahap berikutnya untuk menghindari pengulangan tahapan. Metode air terjun (*waterfall*) dapat dilihat pada gambar 2.2 berikut ini:



Gambar 3. Model Air Terjun/ *Waterfall*
Sumber: (Pressman, 2012)

2.12 Unified Modeling Language (UML)

UML adalah Salah satu standar bahasa yang banyak digunakan di dunia industri untuk mendefinisikan *requirement*, membuat analisis & desain, serta menggambarkan arsitektur dalam pemrograman berorientasi objek. (Rosa A.S. dan Shalahudin, 2013).

3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan mei 2017. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Data primer yang diperoleh dari wawancara dan pengamatan secara langsung di lapangan, sedangkan data sekunder yang diperoleh instansi terkait, hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Pengambilan data yang dilakukan dengan wawancara dan kuisioner guna menentukan sistem yang akan digunakan.

3.1 Teknik analisis

Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah analisis SWOT dengan melihat faktor internal dan eksternal.

3.2 Pengujian sistem

Pengujian sistem dilakukan untuk memastikan bahwa sistem yang dibuat telah sesuai dengan desain dan semua fungsi dapat dipergunakan dengan beberapa kesalahan yang ada. Dalam penelitian ini dilakukan pengujian menggunakan black box yang selanjutnya akan dilakukan wawancara dan pengisian angket kuisioner untuk mengetahui sistem apa yang tepat untuk promosi ekowisata guna menarik penunjung datang ke desa wisata braja harjosari.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Objek Daya Tarik Wisata Alam (ODTWA)

Hasil dari penelitian yang dilakukan terdapat 16 objek dan daya tarik wisata di desa wisata braja harjosari dan taman nasional way kambas. Objek dan daya tarik alam yang terdapat di desa wisata desa brajaharjosari dan taman nasional way kambas secara rinci sebagai berikut:

1. Danau
2. Hutan
3. Sungai
4. Dusun budaya
5. Sabana
6. Aktivitas masyarakat
7. Pembudidayaan jamur tiram
8. Kebun nangka
9. Kebun jambu kristal
10. Rumah bibit
11. Pusat pelatihan gajah
12. Way kanan
13. Kuala kambas
14. Suaka rhino sumatra
15. Pantai sekapuk
16. Restorasi bambangan

4.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk pengumpulan kebutuhan dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman situasi perusahaan saat ini untuk menentukan strategi yang digunakan untuk ke depannya. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal dan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) Analisa SWOT adalah sebuah bentuk analisa situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran).

4.3 Tahap Masukan

Tahapan ini merupakan tahapan perumusan kerangka matriks eksternal dan interna, tahap ini meringkas informasi masukan yang di perlukan untuk merumuskan strategi.

a. EFI (Evaluation Faktor Internal)

Tabel 1. Analisis SWOT EFI

No.	Faktor Internal Kunci	Bobot	Peringkat	Total Nilai
Kekuatan				
1	Kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang baik	0,07	3	0,21271
2	Harga yang di tawarkan terjangkau	0,09	3	0,28802
3	Ketersediaan infrastruktur yang baik	0,07	3	0,23508
4	Potensi ekowisata yang ada sebagai modal dasar pemasaran	0,09	3	0,28928
5	Penguasaan teknologi informasi yang cukup baik	0,12	4	0,43329
6	Penggunaan internet sebagai media promosi	0,12	4	0,47268
Jumlah				1,93105
Kelemahan				
1	Kurangnya tenaga pemasar	0,11	-2	-0,22084
2	Teknologi informasi yang masih belum di kuasai secara maksimal	0,08	-3	-0,2371
3	Lokasi yang belum bannya di ketahui	0,06	-2	-0,14735
4	Media pemasaran yang di gunakan masih sedikit	0,09	-3	-0,323042
5	Tidak siapan SDM dengan teknologi informasi yang berkembang begitu cepat	0,06	-2	-0,14647
6	Jaringan internet yang tidak stabil	0,05	-2	-0,09454
Jumlah				-1,0767

Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor internal strategi pengembangan system ekowisata desa wisata braja harjosari dan taman nasional way kambas dapat diperoleh hasil pengurangan antara faktor kekuatan (*Strenghts*) dan kelemahan (*Weakness*) yaitu $1,93105 - (-1,0767) = 0,85435$

b. EFE (Evaluation Faktor Eksternal)

Tabel 2. Analisis SWOT EFE

No.	Faktor Eksternal Kunci	Bobot	Peringkat	Total Nilai
Peluang				
1	Peluang wisata alam masih terbuka lebar	0,11	4	0,45517
2	Tren masyarakat akan wisata alam cukup besar	0,08	3	0,27699
3	Teknologi informasi yang semakin banyak	0,10	3	0,29484
4	SDM yang semakin berkualitas	0,08	3	0,22657
5	Pengguna teknologi informasi semakin banyak	0,09	3	0,2731
6	Penggunaan media internet sebagai media promosi	0,11	4	0,45517
Jumlah				1,98185
Ancaman				
1	Banyak tempat yang mengembangkan usaha sejenis	0,10	-1	-0,09861
2	Persaingan harga dan kenyamanan tempat wisata	0,07	-2	-0,15931
3	Teknologi informasi baru yang belum di kuasai	0,05	-2	-0,10619
4	Sedikitnya SDM yang berkompeten atau berkualitas	0,08	-2	-0,15014
5	Pengguna teknologi informasi tertarik dengan hal baru.	0,08	-2	-0,16692
6	Teknologi internet yang belum merata	0,05	-3	-0,12138
Jumlah				-0,80345

Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor eksternal tersebut dapat diperoleh hasil pengurangan antara faktor peluang

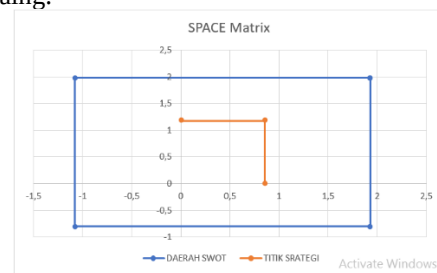
(*Opportunities*) dan faktor ancaman (*Threats*) yaitu $198185 - (-0,80345) = -1,1784$.

4.4 Tahap Pencocokan

Tahap ini memfokuskan pada upaya menghasilkan strategi alternatif yang dapat dijalankan dengan memadukan faktor internal dan eksternal.

a. SPACE Matrix

Space matrik merupakan alat yang penentu dalam perumusan strategi. Alat ini terdiri dari 4 kuadran yaitu agresif, konservatif, defensif, dan bersaing.

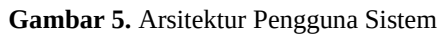


Gambar 4. Diagram SPACE Matrix Perencanaan Pemasaran

Berdasarkan diagram SWOT tersebut, posisi usaha untuk pemanfaatan teknologi informasi desa wisata Braja Harjosari berada pada kuadran I, dimana pada posisi ini sebuah usaha maupun industri memiliki posisi yang kuat dan berpeluang untuk berkembang jadi system informasi yang digunakan pada desa wisata Braja Harjosai adalah strategi pengembangan agresif dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran ekowisata yaitu dengan memanfaatkan kekuatan internal dan memanfaatkan peluang yang ada. Pemanfaatan teknologi informasi berdasarkan analisis tersebut adalah dengan menggunakan system informasi berbasis web yang dapat menjangkau semua kalangan, dan dapat di akses di mana saja.

4.5 Arsitektur Pengguna Sistem

Arsitektur sistem untuk menyatakan bagaimana mendefinisikan komponen-komponen yang lebih spesifik secara terstruktur dengan tujuan agar struktur yang dirancang dapat menjawab kebutuhan saat ini dan nanti. Berikut arsitektur pengguna sistem dapat dilihat pada gambar 4.2.

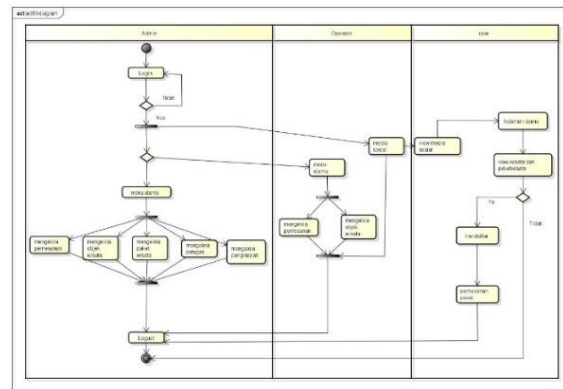


4.6.1 Usecase Diagram

[illegible]

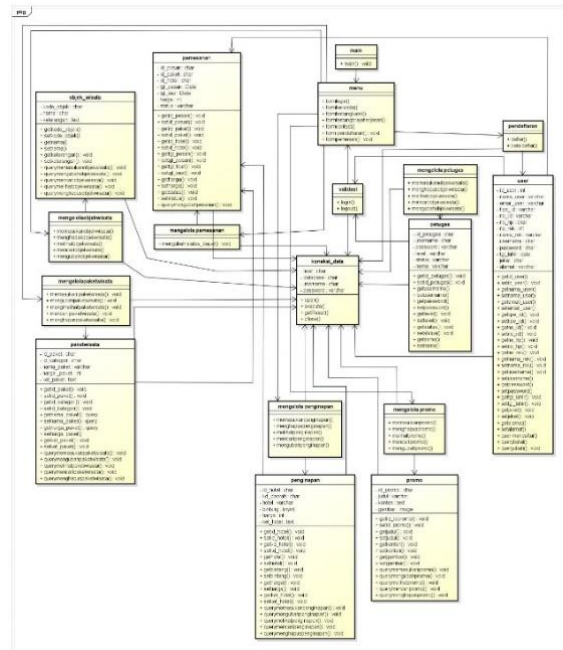
Gambar 6. *Usecase Diagram* yang diusulkan

Diagram aktivitas atau *activity diagram* menggambarkan *workflow* (aliran kerja) atau aktivitas dari sebuah sistem atau proses bisnis atau menu yang ada pada perangkat lunak. Diagram aktivitas menggambarkan aktivitas sistem bukan apa yang dilakukan aktor, jadi aktivitas yang dapat dilakukan oleh sistem.



Gambar7. *Activity Diagram* yang diusulkan

Diagram Kelas atau *Class Diagram* menggambarkan struktur sistem dari segi pendefinisian kelas-kelas yang akan dibuat untuk membangun sistem.



Gambar 8. *Class Diagram* yang diusulkan

5.1 Implementasi pada teknologi pemasaran melalui *website*

Halaman ini merupakan halaman awal yang akan tampil jika *user* dan admin mengakses web ini. Berikut adalah gambar halaman utama yaitu:



Gambar 9. Halaman Utaman

5.1.2 Halaman Profile Pengelola

Halaman ini menampilkan mengenai gambaran umum desa wisata braja harjosari dan taman nasional way kambas.



Gambar 10. Halaman Profil

5.1.3 Halaman Daftar penginapan

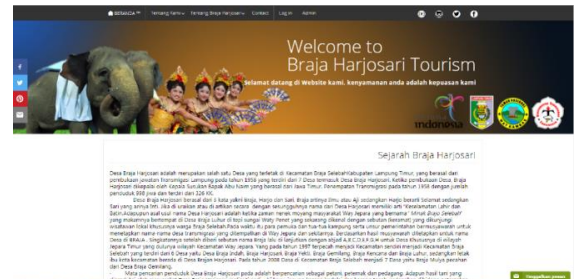
Halaman ini berisi informasi penginapan yang berada di daerah wisata yang dituju. Berikut tampilan halaman penginapan:



Gambar 11. Halaman Daftar Penginapan

5.1.4 Halaman Profile Desa Braja Harjosari

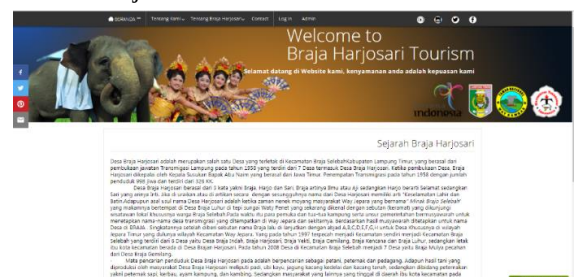
Halaman ini menampilkan mengenai gambaran umum desa wisata braja harjosari. Berikut tampilan halaman profil desa Braja Harjosari:



Gambar 12. Halaman Profile Desa Braja Harjosari

5.1.5 Halaman Sejarah Desa

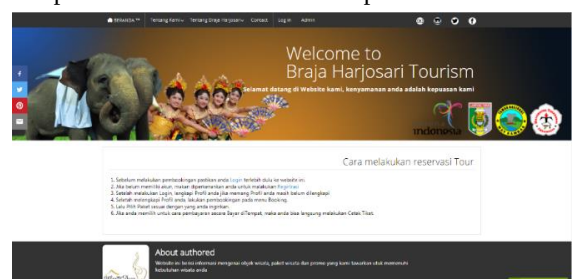
Halaman ini berisi informasi mengenai berdirinya desa Braja Harjosari. Berikut tampilan halaman sejarah desa:



Gambar 13. Halaman Sejarah Desa

5.1.6 Halaman Cara Reservasi/ Pemesanan

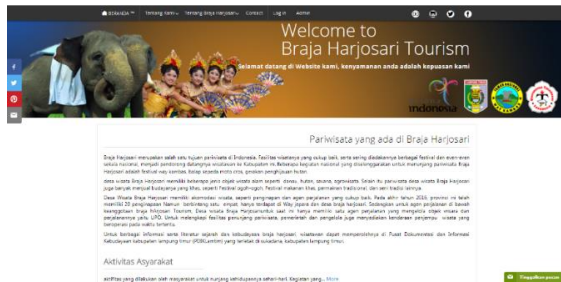
Halaman ini berisi informasi mengenai tata cara pemesanan paket maupun penginapan. Berikut tampilan halaman cara reservasi/pemesanan:



Gambar 14. Halaman Cara Reservasi/Pemesanan

5.1.7 Halaman wisata

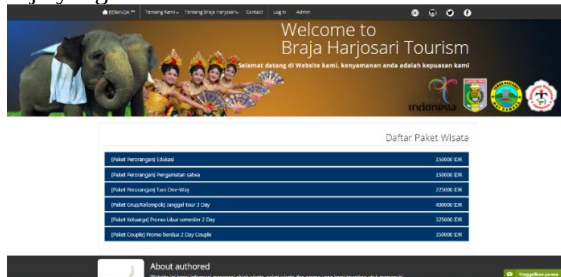
Halaman ini menampilkan seluruh wisata yang ada di desa braja harjosari dan taman nasional. Pengunjung juga dapat melihat secara detail mengenai objek wisata yang di inginkan.



Gambar 17. Halaman Wisata

5.1.8 Halaman Paket Wisata

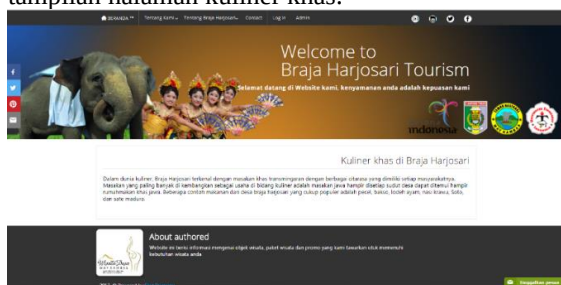
Halaman ini menampilkan seluruh paket wisata yang di tawarkan oleh desa wisata braja harjosari dan taman nasional way kambas. Pengunjung juga dapat memesan paket wisata yang disediakan dan melihat secara detail kegiatan apa saja yang ditawarkan.



Gambar 18. HalamanPaket Wisata

5.1.9 Halaman Kuliner Khas

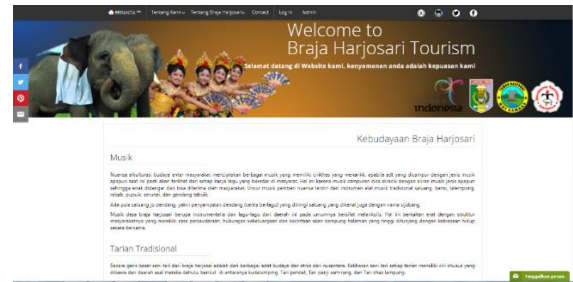
Halaman ini berisi informasi mengenai kuliner yang dapat di nikmati oleh pengunjung ke tika datang ke desa wisata braja harjosari. Berikut tampilan halaman kuliner khas:



Gambar 19. Halaman Kuliner Khas

5.1.10 Halaman Budaya

Halaman ini berisi informasi kebudayaan dan seni yanada di desa wisata braja harjosari. Berikut tampilan halaman budaya:



Gamar 20. Halaman Budaya

6. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Berdasarkan analisis menggunakan menggunakan SWOT matrik diperoleh bahwa faktor internal memiliki nilai yang lebih tinggi yaitu 1,98185 dibandingkan dengan faktor eksternal yang hanya 1,1784. Hasil tersebut posisi usaha untuk pemasaran desa wisata Braja Harjosari menempati pada kuadran 1, dinama pada posisi tersebut usaha memiliki posisi yang kuat dan berpeluang dengan strategi agresif dalam pemasaran produk ekowisata yang dimiliki. Strategi yang dapat di ambil dalam pemasaran agresif adalah melakukan pemanfaatan teknologi informasi yang berkembang saat ini, yaitu dengan menggunakan sistem informasi berbasis web yang dapat menjangkau semua kalangan, dan dapat di akses di mana saja.
2. Diharapkan sistem ini diharapkan potensipotensi yang ada pada desa wisata dapat berkembang dan dapat bersaing dengan wisatasejenis

Daftar Pustaka

- [1] Fatta, H. A., 2007. *Analisis & Perancangan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- [2] Hadinoto & Kusudianto, 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: Ui pres.
- [3] Harjana, A. M., 2001. *Traning SDM yang Efektif*. Yogyakarta: Kanisius.
- [4] Haris I, Ahmad I, 2016. *Rancang Bangun Sistem Tiket Masuk Pada Objek Wisata Pantai Mutun*. Vol. 2 No. 2. Pp. 61-71. Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi
- [5] Jogiyoanto, H., 2005. *Analisis dan Desain Sistem Informasi Pendekatan Tersetruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi.

- [6] Kadir, A., 2014. *Pengenalan Sistem Informasi*. Revisi penyunt. Yogyakarta: Andi.
- [7] Kadir, A. & Triwahyuni, T. C., 2013. *Pengantar Teknologi Informasi*. Revisi penyunt. Yogyakarta: Andi.
- [8] Kartasapoetra, A. G. & Sutedjo, M. M., 1987. *Teknologi Konservasi Tanah dan Air..* Jakarta: PT. Bina Aksara.
- [9] Karyono, A. H., 1997. *Kepariwisataaan*. Jakarta: Grasindo.
- [10] Kurniawan, A., Slaahan, D. O. & Wibisono, A., 2013. sistem informasi pariwisata menggunakan ontologi. *teknik POMITS*, 2(1), pp. A-[^] - A11.
- [11] Kurniawan, P., 2016. *analisis dan implementasi E-marketing sebagai media promosi dengan menggunakan metode sostec (studi kasus: konveksi AHM Bandarlampung)*. Bandarlampung: Perguruan Tinggi Teknokrat.
- [12] Ladjamudin, A.-b. B., 2005. *Analisi dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [13] Mulyadi, 2010. *Sistem Informasi Akutansi*. Jakarta: s.n.
- [14] M Mohamad, I Ahmad, Y Fernando, 2017, *Pemetaan Potensi Pariwisata Kabupaten Waykanan Menggunakan Algoritma Dijkstra*, Vol.3 No.2 pp.169-178. *Jurnal Komputer Terapan*
- [15] Nurhayati, S., 2009. *Analisis Stratei Sistem Teknologi Informasi denan pendekatan Analisis SWOT*. Yoyakarta, UPN "veteran", pp. E-149 - E-154.
- [16] Pressman, R. S., 2012. *Rekayasa Perangkat Lunak*. Yogyakarta: Andi.
- [17] Rangkuti, F., 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gamedia Pustaka Utama.
- [18] Rangkuti, F. & David, 2009. *Strategic Management: Manajemen Strategi Konsep Edisi 12*. Jakarta: Salemba Empat.
- [19] Rosnawati, 2014. *Analisis dan Perancangan E-Librari pada SMA Gajah Mada Bandar Lampung*. bandarlampung: Perguruan Tinggi Teknokrat.
- [20] S. wearing, n. j., 2009. *Ecotourism Impact, Potensial and Possibilities*. Second Edition penyunt. united kingdom hungary: elsevier.
- [21] Salahuddin, M. & Rosa, A. S., 2016. *Rekayasa Perangkat Runak*. Bandung: Informatika.
- [22] Salahudin, M., 2015. *SIG untuk memetakan daerah banjir dengan metode skoring dan pembobotan studi kasus kabupaten jepara. uduinus: fasikom*.
- [23] Sangadji, E. M. & Sopiah, 2010. *Metode Penelitian*. - penyunt. Yogyakarta: Andi.
- [24] Sayekti, H. w., 2015. *Analisis Perbandingan Penilaian Kinerja Pengemudi PT Daya Mitra Serasi Menggunakan Metode Scoring Sistem dam Topsis*. Bandarlampung: Perguruan Tinggi Teknorat.
- [25] Septiyani, J., 2016. *Sistem Informasi Reservasi Kamar Hotel Berbasis Web (Studi kasus Hotel Enggal Bandatlampung)*. - penyunt. Lampung: Perguruan Tinggi Teknokrat.
- [26] Society, . T. I. . E., 2000. *ecotourism statistical fact sheet*. USA: nort bennington.
- [27] Soemarwoto, 1985. *Lingkungan Hidup dan Pembangunan*. Jakarta: Djambatan.
- [28] Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- [29] Suguarto, A., 2013. *Pengembangan Sistem Kearsipan Elektronik Berbasis Client - Server*. Yogyakarta: Aiti.
- [30] Susanto, N., 1999. *Analisis SWOT Untuk Identifikasi Faktor-Faktor Strategik PT. Nayati Sndonesia*. Tesis. semarang : Prodi Megister Manajemen: universitas Diponegoro.
- [31] Sutanto, E., 2005. *Pengantar Teknologi Informasi*. - penyunt. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [32] Suyanto, A. H., 2009. *Step by Step Web Desing theory and Practices*. 2 penyunt. Yogyakarta: Andi.
- [33] Triynto, P., 2013. *Strategi Manajemen dan Model Bisnis*. Semarang: Edukasi Mitra Grfika.
- [34] Umum, K., sudiarto & winarno, s. t., 2015. *Strategi Pengembangan Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya*. *Jurnal Ilmiah*, pp. 38-42.
- [35] Wakyudi, Hadi, S. & Rusdiana, O., 2015. *Analisis Potensi Lanskap Ekowisata di Daerah Penyangga Kawasan Taman Nasional Ujung Kulon Provinsi Banten*. *Jurnal Ilmiah*, pp. 135-143.
- [36] Wati, H. I., Fahrizal & Idham, M., 2015. *Potensi Objek dan Daya tarik Pulau Potiyanak Sebagai Wisata Alam di Kecamatan Jawi Selatan Kabupaten Sambas*. *Jurnal ILmiah Lestari*, pp. 65-73.
- [37] Yasin, V., 2012. *Rekayasa Perangkat Lunak berorientasi objek*. Yogyakarta: Mitra Wacana Media.
- [38] Yuniarto, S. R., 2011. *desain sistem informasi reservasi paket wisata pada Usaha kecil dan menengah sektor jasa trevel*. *Jurnal Akutansi*,

- Menejemen Bisnis dan Sektor Publik*, pp. 197-211.
- [39] Yusendra, E. M. A., Herlina, Yulmaini & Karnila, S., 2015. *penembangan aplikasi E-tourism berbasis android sebaai strategi promosi pariwisata lampung*. Bali, IBI Darmajaya.