p-ISSN : 2406-7733
e-ISSN : 2597-9922

ANALISIS PENGARUH SISTEM INFORMASI PARIWISATA TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH WISATAWAN BERBASIS DIGITAL

Muhammad Safaat[1], Wahyuddin[2],
Hasmina Tari Mokui[3], Mustarum Musaruddin[4], Hazen Masrafat[5]
Manajemen Rekayasa, Pasca Sarjana, Universitas Halu Oleo[1,2]
Jurusan Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Halu Oleo[3]
Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Halu Oleo[4]
Jurusan Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Gorontalo[5]

E-mail: safaatmuh.m99@gmail.com[1], rehanw19@gmail.com[2], hasmina.mokui@uho.ac.id[3]
mustarum@uho.ac.id[4], hazen_m@ung.ac.id[5]

Abstrak - Perkembangan teknologi informasi memberikan pengaruh besar terhadap sektor pariwisata, khususnya dalam penyediaan informasi dan promosi destinasi wisata. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sistem informasi pariwisata terhadap peningkatan jumlah wisatawan berdasarkan berbagai penelitian terdahulu. Metode yang digunakan adalah *literature review* dengan mengumpulkan berbagai jurnal, artikel ilmiah, dan penelitian terkait sistem informasi pariwisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem informasi pariwisata berbasis digital mampu meningkatkan jumlah wisatawan melalui kemudahan akses informasi, efektivitas promosi digital, serta perluasan jangkauan pemasaran wisata. Selain itu, kualitas informasi, tampilan *website*, kemudahan penggunaan, dan integrasi media sosial menjadi faktor penting dalam efektivitas sistem informasi pariwisata. Oleh karena itu, pengembangan sistem informasi pariwisata yang inovatif dan mudah diakses perlu terus ditingkatkan guna mendukung perkembangan sektor pariwisata di era digital.

Kata Kunci: Sistem Informasi Pariwisata, Pariwisata Digital, Promosi Wisata, Teknologi Informasi, Wisatawan.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk sektor pariwisata. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan penyebaran informasi mengenai destinasi wisata dilakukan secara lebih cepat, luas, dan efisien dibandingkan dengan metode konvensional. Saat ini, wisatawan cenderung memanfaatkan internet, website, media sosial, dan aplikasi berbasis mobile untuk memperoleh informasi mengenai lokasi wisata, fasilitas, aksesibilitas, serta berbagai layanan pendukung lainnya sebelum melakukan perjalanan wisata (Afrina et al., 2016).

Transformasi digital dalam sektor pariwisata mendorong munculnya konsep sistem informasi pariwisata dan digital tourism yang berperan penting dalam mendukung promosi serta penyediaan informasi wisata. Sistem informasi pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi antara pengelola destinasi wisata dan wisatawan. Melalui pemanfaatan website, media sosial, aplikasi mobile, serta sistem informasi geografis, informasi wisata dapat disajikan secara lebih interaktif, informatif, dan mudah diakses oleh masyarakat (Assuja et al., 2022; Tinambunan & Sintaro, 2021).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa sistem informasi pariwisata memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan sektor pariwisata. Penelitian Afrina et al. (2016) menunjukkan bahwa sistem informasi pariwisata berbasis mobile mampu meningkatkan kemudahan akses informasi bagi wisatawan. Komalasari et al. (2020) menjelaskan bahwa penerapan e-tourism menjadi strategi digital marketing yang efektif dalam memperluas jangkauan promosi destinasi wisata. Selain itu, Putra et al. (2021) menemukan bahwa penggunaan website pariwisata berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan, sedangkan Sawo et al. (2023) menegaskan bahwa pengembangan digital tourism mampu meningkatkan daya saing destinasi wisata melalui optimalisasi teknologi digital.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas pengembangan sistem informasi pariwisata, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek implementasi teknologi, pengembangan aplikasi, atau efektivitas media promosi digital pada objek wisata tertentu. Kajian yang secara komprehensif menganalisis dan mensintesis hasil penelitian mengenai pengaruh sistem informasi pariwisata terhadap peningkatan jumlah wisatawan masih relatif terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan untuk melakukan kajian yang lebih sistematis guna memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai peran sistem informasi pariwisata dalam mendukung peningkatan kunjungan wisatawan.

p-ISSN : 2406-7733
e-ISSN : 2597-9922

Selain itu, perkembangan teknologi digital yang semakin pesat mendorong munculnya berbagai inovasi dalam penyediaan informasi dan promosi pariwisata. Integrasi website, media sosial, sistem informasi geografis, dan platform digital lainnya menimbulkan berbagai temuan penelitian yang perlu dianalisis secara terstruktur agar dapat diketahui faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap efektivitas sistem informasi pariwisata. Hasil sintesis tersebut diharapkan dapat menjadi dasar dalam pengembangan strategi digital yang lebih efektif bagi pengelola destinasi wisata maupun pemerintah daerah.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sistem informasi pariwisata terhadap peningkatan jumlah wisatawan melalui pendekatan Systematic Literature Review (SLR). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai peran sistem informasi pariwisata, faktor-faktor yang memengaruhi efektivitasnya, serta kontribusinya dalam mendukung pengembangan sektor pariwisata di era digital.

III. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Sistem Informasi Pariwisata

Sistem informasi pariwisata merupakan sistem yang dirancang untuk mengumpulkan, mengolah, menyimpan, dan menyebarluaskan informasi yang berkaitan dengan destinasi wisata kepada masyarakat. Sistem ini memanfaatkan teknologi informasi untuk menyediakan berbagai informasi mengenai objek wisata, fasilitas pendukung, akomodasi, transportasi, lokasi wisata, serta layanan lainnya yang dibutuhkan wisatawan dalam merencanakan perjalanan wisata (Afrina et al., 2016).

Perkembangan teknologi informasi mendorong transformasi sistem informasi pariwisata dari metode konvensional menuju sistem berbasis digital yang dapat diakses melalui website, aplikasi mobile, dan media sosial. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan informasi wisata disampaikan secara lebih cepat, akurat, dan luas sehingga dapat meningkatkan efektivitas penyebaran informasi kepada wisatawan (Pratama et al., n.d.; Sistem et al., 2017).

Selain berfungsi sebagai media informasi, sistem informasi pariwisata juga berperan sebagai sarana promosi destinasi wisata. Informasi yang disajikan secara lengkap, menarik, dan mudah diakses dapat membantu wisatawan memperoleh gambaran mengenai destinasi yang akan dikunjungi serta meningkatkan ketertarikan untuk melakukan perjalanan wisata (Putra et al., 2021).

2.2 Digital Tourism dan E-Tourism

Digital tourism merupakan konsep pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung aktivitas pariwisata, mulai dari promosi, penyediaan informasi, reservasi layanan wisata, hingga interaksi antara wisatawan dan pengelola destinasi. Konsep ini berkembang seiring meningkatnya penggunaan internet dan teknologi digital dalam kehidupan masyarakat modern (Assuja et al., 2022).

Penerapan digital tourism memungkinkan destinasi wisata menjangkau wisatawan dalam cakupan yang lebih luas melalui berbagai platform digital. Website, media sosial, dan aplikasi mobile menjadi sarana utama dalam penyebaran informasi dan promosi destinasi wisata sehingga mampu meningkatkan daya saing sektor pariwisata pada era digital (Komalasari et al., 2020).

Pengembangan digital tourism juga mendukung peningkatan kualitas pelayanan wisata melalui penyediaan informasi yang lebih mudah diakses dan diperbarui secara berkala. Oleh karena itu, digital tourism menjadi salah satu strategi penting dalam mendukung pertumbuhan sektor pariwisata yang berkelanjutan (Sawo et al., 2023).

2.3 Sistem Informasi Geografis dalam Pariwisata

Sistem Informasi Geografis (SIG) merupakan teknologi yang digunakan untuk mengelola dan menampilkan informasi berbasis lokasi dalam bentuk peta digital. Dalam sektor pariwisata, SIG berfungsi untuk membantu wisatawan memperoleh informasi mengenai lokasi objek wisata, rute perjalanan, fasilitas pendukung, serta aksesibilitas menuju destinasi wisata (Tinambunan & Sintaro, 2021).

Pemanfaatan SIG yang terintegrasi dengan layanan pemetaan digital seperti Google Maps memberikan kemudahan bagi wisatawan dalam menentukan rute perjalanan secara efektif dan efisien. Informasi lokasi yang akurat dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan serta mendukung pengambilan keputusan dalam menentukan tujuan wisata (Sitepu et al., 2019).

Dengan demikian, integrasi SIG dalam sistem informasi pariwisata dapat meningkatkan kualitas layanan informasi sekaligus mendukung kemudahan akses terhadap destinasi wisata.

2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Sistem Informasi Pariwisata

Efektivitas sistem informasi pariwisata dipengaruhi oleh beberapa faktor penting, antara lain kualitas informasi, kemudahan penggunaan sistem, kualitas tampilan antarmuka, integrasi media sosial, serta dukungan sarana dan prasarana wisata. Informasi yang disediakan harus akurat, lengkap, relevan, dan mudah dipahami agar mampu memenuhi kebutuhan pengguna (Yanti & Medan, 2018).

Kemudahan penggunaan juga menjadi faktor yang memengaruhi keberhasilan sistem informasi pariwisata. Sistem yang memiliki navigasi

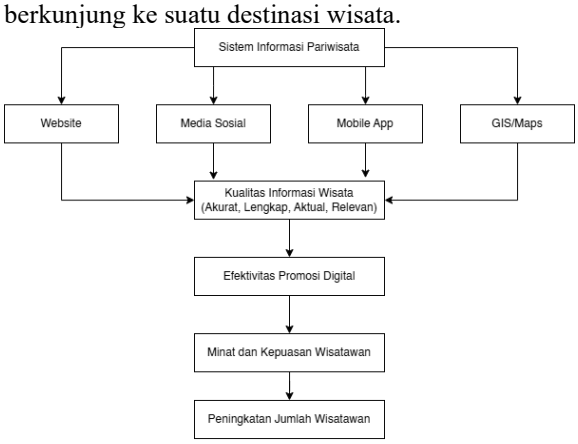
p-ISSN : 2406-7733
e-ISSN : 2597-9922

sederhana, akses cepat, dan tampilan yang menarik akan meningkatkan kenyamanan pengguna dalam memperoleh informasi wisata (Putra et al., 2021).

Selain itu, dukungan media sosial dan fasilitas wisata yang memadai turut memengaruhi efektivitas sistem informasi pariwisata. Integrasi media sosial dapat memperluas jangkauan promosi wisata, sedangkan ketersediaan sarana dan prasarana yang baik dapat meningkatkan kepuasan wisatawan terhadap destinasi yang dikunjungi (Hidayatullah et al., 2020; Soebiyantoro et al., 2008).

2.5 Kerangka Konseptual

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, sistem informasi pariwisata berperan dalam meningkatkan aksesibilitas informasi wisata dan efektivitas promosi digital. Pemanfaatan website, media sosial, aplikasi mobile, digital tourism, serta sistem informasi geografis dapat meningkatkan kualitas informasi yang diterima wisatawan sehingga memengaruhi minat dan keputusan berkunjung ke suatu destinasi wisata.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual pada Gambar 1 menunjukkan bahwa sistem informasi pariwisata terdiri dari beberapa komponen utama, yaitu website, media sosial, aplikasi mobile, dan GIS/Maps. Keempat komponen tersebut berkontribusi dalam meningkatkan kualitas informasi wisata yang ditandai dengan informasi yang akurat, lengkap, aktual, dan relevan. Kualitas informasi yang baik akan meningkatkan efektivitas promosi digital sehingga mampu menarik minat wisatawan dan meningkatkan kepuasan mereka terhadap destinasi wisata yang dikunjungi (Putra et al., 2021; Yanti & Medan, 2018).

Selain itu, integrasi media sosial dan platform digital memungkinkan penyebaran informasi wisata secara lebih luas melalui foto, video, ulasan, dan pengalaman wisatawan. Kondisi ini dapat meningkatkan citra destinasi wisata serta memengaruhi keputusan calon wisatawan untuk berkunjung. Semakin efektif sistem informasi pariwisata dalam menyediakan informasi dan melakukan promosi digital, maka semakin besar peluang peningkatan jumlah wisatawan pada suatu destinasi wisata (Komalasari et al., 2020; Ramadhan, 2023).

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *Literature Review* atau studi literatur yang bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mensintesis berbagai hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh sistem informasi pariwisata terhadap peningkatan jumlah wisatawan berbasis digital. Metode ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai perkembangan penelitian, temuan, serta tren pemanfaatan teknologi informasi dalam sektor pariwisata.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber ilmiah seperti jurnal nasional, jurnal internasional, prosiding seminar serta artikel penelitian yang relevan dengan topik kajian. Penelusuran literatur dilakukan melalui beberapa basis data akademik, antara lain *Google Scholar*, Garuda, *ResearchGate*, dan berbagai portal jurnal ilmiah lainnya.

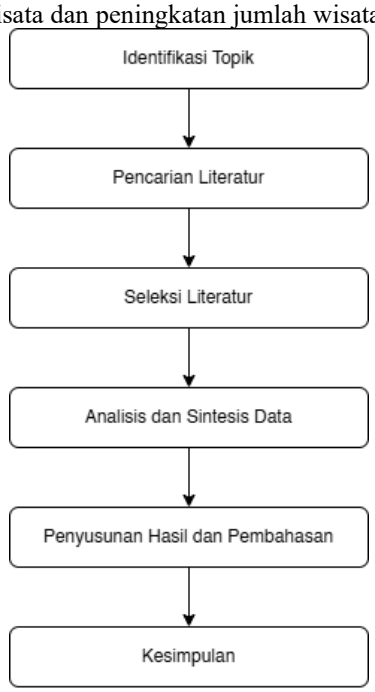
Proses pencarian literatur dilakukan menggunakan beberapa kata kunci, antara lain "sistem informasi pariwisata", "digital *tourism*", "*e-tourism*", "teknologi informasi pariwisata", "promosi wisata digital", dan "peningkatan jumlah wisatawan". Kata kunci tersebut digunakan secara terpisah maupun dikombinasikan untuk memperoleh literatur yang sesuai dengan fokus penelitian.

Dalam penelitian ini digunakan kriteria inklusi dan eksklusi untuk memastikan kualitas sumber yang dianalisis. Kriteria inklusi meliputi: (1) artikel ilmiah yang membahas sistem informasi pariwisata, digital *tourism*, atau teknologi informasi dalam sektor pariwisata; (2) penelitian yang menjelaskan pengaruh teknologi informasi terhadap promosi wisata, pelayanan wisata, atau peningkatan jumlah wisatawan; (3) artikel yang diterbitkan pada rentang tahun 2010–2024; dan (4) artikel yang tersedia dalam teks lengkap (*full text)*. Sementara itu, kriteria eksklusi meliputi artikel yang tidak berkaitan dengan sektor pariwisata, artikel duplikat, serta artikel yang tidak memiliki informasi metodologi dan hasil penelitian yang jelas.

Setelah proses seleksi dilakukan, literatur yang memenuhi kriteria kemudian dianalisis secara deskriptif-kualitatif. Analisis dilakukan dengan mengelompokkan hasil penelitian berdasarkan beberapa tema utama, yaitu peran sistem informasi pariwisata, pemanfaatan media sosial dalam promosi wisata, pengembangan digital tourism, pengaruh sistem informasi terhadap peningkatan jumlah wisatawan, serta faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas sistem informasi pariwisata. Selanjutnya dilakukan proses perbandingan, interpretasi, dan

p-ISSN : 2406-7733
e-ISSN : 2597-9922

sintesis terhadap temuan-temuan penelitian untuk memperoleh kesimpulan yang komprehensif mengenai hubungan antara sistem informasi pariwisata dan peningkatan jumlah wisatawan.



Gambar 2. Tahapan Penelitian *Literature Review*

Tahapan penelitian yang digunakan dalam studi ini ditunjukkan pada Gambar 1. Proses penelitian diawali dengan identifikasi topik untuk menentukan fokus kajian yang akan diteliti. Selanjutnya dilakukan pencarian literatur melalui berbagai sumber ilmiah yang relevan dengan topik sistem informasi pariwisata dan peningkatan jumlah wisatawan. Literatur yang diperoleh kemudian diseleksi berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan sehingga diperoleh sumber yang sesuai dengan tujuan penelitian. Tahap berikutnya adalah analisis dan sintesis data dengan cara membandingkan, mengelompokkan, serta menginterpretasikan hasil penelitian terdahulu. Hasil analisis tersebut kemudian disusun ke dalam bagian hasil dan pembahasan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai pengaruh sistem informasi pariwisata terhadap peningkatan jumlah wisatawan. Tahap terakhir adalah penyusunan kesimpulan yang merangkum temuan utama penelitian serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan penelitian dan implementasi sistem informasi pariwisata di masa mendatang.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Peran Sistem Informasi Pariwisata

Sistem informasi pariwisata memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan sektor pariwisata di era digital. Sistem ini menyediakan berbagai informasi mengenai destinasi wisata secara *online* sehingga dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat luas. Informasi yang disajikan meliputi kategori wisata, deskripsi tempat wisata, fasilitas, penginapan, transportasi, lokasi wisata, hingga integrasi dengan media sosial dan *Google Maps* (Assuja et al., 2022). Kehadiran sistem informasi pariwisata membantu wisatawan memperoleh informasi secara lebih cepat, efektif, dan efisien sebelum melakukan perjalanan wisata.

Sistem informasi pariwisata berbasis *website* juga membantu wisatawan dalam memperoleh informasi mengenai objek wisata, kuliner, kegiatan budaya, serta fasilitas pendukung lainnya. Penelitian Putra et al. (2021) menunjukkan bahwa isi informasi *website* memiliki kontribusi sebesar 52,5% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan (Putra et al., 2021). Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas dan kelengkapan informasi menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata.

Pemanfaatan teknologi informasi pada sektor pariwisata tidak hanya terbatas pada website, tetapi juga mencakup media sosial dan *e-commerce*. *Website* digunakan sebagai media penyedia informasi wisata dan promosi paket wisata, sedangkan media sosial dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi kegiatan wisata serta meningkatkan interaksi dengan wisatawan. Selain itu, *e-commerce* digunakan untuk mendukung penjualan produk wisata dan produk UMKM masyarakat sekitar destinasi wisata (Indonesia et al., 2021). Pemanfaatan teknologi digital tersebut membantu pengelola wisata memperluas jangkauan promosi hingga ke tingkat nasional maupun internasional.

Pengembangan sistem informasi pariwisata juga didukung dengan penerapan teknologi berbasis mobile dan sistem informasi geografis. Penelitian mengenai aplikasi RESTful pada Sistem Informasi Geografis Pariwisata Kota Bandar Lampung menunjukkan bahwa sistem informasi berbasis web dan Android mampu membantu pengelolaan data lokasi wisata secara lebih efektif. Sistem tersebut menyediakan fitur pencarian lokasi wisata, kategori wisata, tampilan peta persebaran wisata, serta rute perjalanan menuju lokasi wisata yang dapat diakses langsung melalui perangkat mobile (Tinambunan & Sintaro, 2021).

Selain itu, perkembangan digital *tourism* atau *e-tourism* menjadi salah satu bentuk pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam mendukung pengembangan industri pariwisata. Konsep ini digunakan untuk meningkatkan efisiensi layanan wisata, mempermudah akses informasi, serta mendukung pemasaran pariwisata melalui media digital dan internet. Dengan demikian, sistem informasi pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga menjadi sarana promosi

p-ISSN : 2406-7733
e-ISSN : 2597-9922

dan pelayanan wisata berbasis digital yang mampu meningkatkan daya saing destinasi wisata.

3.2. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Pendukung Promosi Pariwisata Digital

Perkembangan media sosial telah memberikan perubahan yang signifikan terhadap strategi promosi pariwisata. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi media pemasaran yang efektif dalam memperkenalkan destinasi wisata kepada masyarakat luas. Berbagai platform seperti *Instagram*, *Facebook*, *YouTube*, *TikTok*, dan *X* (*Twitter*) memungkinkan pengelola wisata menyebarkan informasi secara cepat dan menjangkau calon wisatawan tanpa batas wilayah geografis.

Pemanfaatan media sosial dalam sektor pariwisata memberikan keuntungan berupa kemudahan penyebaran informasi melalui konten visual seperti foto dan video destinasi wisata. Konten visual yang menarik mampu meningkatkan perhatian masyarakat dan mendorong minat untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Selain itu, wisatawan juga dapat membagikan pengalaman perjalanan mereka melalui media sosial sehingga secara tidak langsung berperan sebagai media promosi yang mampu memperluas jangkauan pemasaran destinasi wisata (Komalasari et al., 2020).

Efektivitas media sosial sebagai sarana penyebaran informasi juga didukung oleh perkembangan teknologi informasi yang semakin memengaruhi perilaku masyarakat dalam mengakses informasi secara digital. Ramadhan (2023) menjelaskan bahwa media sosial dan teknologi informasi memiliki peran penting dalam membentuk perilaku pengguna dalam memperoleh informasi dan melakukan aktivitas berbasis digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana yang efektif dalam memperkenalkan destinasi wisata kepada masyarakat luas.

Menurut Hidayatullah et al. (2020), generasi milenial dan generasi Z merupakan kelompok pengguna teknologi yang sangat aktif memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi wisata. Sebelum melakukan perjalanan, wisatawan cenderung mencari ulasan, foto, video, dan pengalaman pengguna lain yang tersedia pada platform digital. Oleh karena itu, keberadaan media sosial menjadi bagian penting dalam sistem informasi pariwisata karena dapat meningkatkan kredibilitas informasi yang diterima calon wisatawan.

Selain sebagai media promosi, media sosial juga dapat digunakan untuk membangun interaksi antara pengelola destinasi wisata dengan wisatawan. Melalui fitur komentar, pesan langsung, maupun forum diskusi, wisatawan dapat memperoleh informasi tambahan yang tidak tersedia pada *website* resmi. Interaksi tersebut mampu meningkatkan kepuasan pengguna dan memperkuat hubungan antara pengelola wisata dengan masyarakat. Dengan demikian, integrasi media sosial dalam sistem informasi pariwisata menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan efektivitas promosi dan jumlah kunjungan wisatawan.

3.3. Pengembangan Digital Tourism dalam Mendukung Daya Saing Destinasi Wisata

Konsep digital tourism merupakan salah satu bentuk transformasi digital yang saat ini banyak diterapkan dalam sektor pariwisata. Digital tourism mengintegrasikan teknologi informasi dan komunikasi ke dalam berbagai aktivitas pariwisata, mulai dari promosi, penyediaan informasi, pemesanan layanan wisata, hingga evaluasi kepuasan wisatawan. Penerapan konsep ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan serta memperkuat daya saing destinasi wisata di era digital.

Menurut Sawo et al. (2023), strategi pengembangan digital tourism dapat dilakukan melalui optimalisasi website pariwisata, pemanfaatan media sosial, serta penyediaan layanan informasi yang terintegrasi. *Website* yang informatif dan diperbarui secara berkala mampu memberikan informasi yang dibutuhkan wisatawan secara cepat dan akurat. Selain itu, integrasi dengan layanan pemesanan hotel, transportasi, dan paket wisata dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan dalam merencanakan perjalanan.

Penerapan digital *tourism* juga memberikan manfaat bagi pemerintah daerah dan pengelola destinasi wisata dalam melakukan promosi secara lebih efisien. Biaya promosi digital relatif lebih rendah dibandingkan metode promosi konvensional, namun memiliki jangkauan yang lebih luas. Melalui teknologi digital, informasi mengenai destinasi wisata dapat diakses oleh calon wisatawan dari berbagai daerah bahkan mancanegara sehingga berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Perkembangan teknologi seperti sistem informasi geografis (SIG), aplikasi *mobile*, dan layanan berbasis lokasi turut mendukung implementasi digital t*ourism*. Tinambunan dan Sintaro (2021) menjelaskan bahwa pemanfaatan sistem informasi geografis berbasis web dan android mampu membantu wisatawan memperoleh informasi lokasi wisata secara lebih akurat melalui fitur peta digital dan navigasi perjalanan. Teknologi tersebut memberikan kemudahan bagi wisatawan dalam menemukan destinasi yang ingin dikunjungi.

Digital tourism menjadi salah satu strategi yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing sektor pariwisata. Integrasi berbagai teknologi digital tidak hanya meningkatkan kualitas pelayanan

p-ISSN : 2406-7733
e-ISSN : 2597-9922

informasi, tetapi juga memperluas peluang promosi serta meningkatkan pengalaman wisatawan. Oleh karena itu, pengembangan digital tourism perlu terus didorong agar mampu mendukung pertumbuhan sektor pariwisata yang berkelanjutan di Indonesia.

3.4. Pengaruh Sistem Informasi Pariwisata terhadap Peningkatan Jumlah Wisatawan

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, penggunaan sistem informasi pariwisata terbukti memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan jumlah wisatawan. Kemudahan akses informasi membuat wisatawan lebih mudah mencari dan menentukan destinasi wisata yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Informasi yang lengkap dan mudah dipahami dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung karena wisatawan merasa lebih yakin terhadap destinasi yang akan dikunjungi.

Tampilan *website* wisata juga berpengaruh terhadap minat wisatawan dalam mencari informasi destinasi wisata. Website dengan desain menarik, foto objek wisata berkualitas, serta tampilan visual yang baik mampu meningkatkan ketertarikan wisatawan untuk berkunjung. Penelitian menunjukkan bahwa tampilan website memberikan kontribusi sebesar 51% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan (Putra et al., 2021) Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas tampilan dan penyajian informasi menjadi salah satu faktor penting dalam menarik perhatian wisatawan.

Selain itu, promosi digital melalui *website* dan media sosial membantu memperluas jangkauan pemasaran destinasi wisata hingga ke luar daerah bahkan luar negeri. Konten berupa foto, video, dan ulasan wisatawan yang dibagikan melalui media digital mampu meningkatkan daya tarik suatu objek wisata. Semakin menarik dan aktif promosi yang dilakukan melalui sistem informasi pariwisata, maka semakin besar pula peluang meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan. Dengan demikian, sistem informasi pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai media pemasaran yang efektif dalam meningkatkan kunjungan wisata.

Penyebaran informasi wisata melalui media *online* dinilai mampu meningkatkan minat kunjungan wisatawan, khususnya generasi milenial yang sangat bergantung pada teknologi informasi dalam memperoleh informasi wisata. Informasi digital yang mudah diakses dapat mempercepat penyebaran informasi wisata dan memengaruhi kepuasan pengunjung terhadap destinasi wisata yang dikunjungi(Hidayatullah et al., 2020).

Pemanfaatan sistem informasi pariwisata berbasis *website* juga dapat meningkatkan minat wisatawan karena menyediakan informasi yang lebih lengkap dan mudah dipahami. Fitur seperti detail tempat wisata, komentar pengguna, rekomendasi wisata, dan informasi event dapat membantu wisatawan menentukan tujuan wisata yang sesuai dengan kebutuhan mereka (Pratama et al., n.d.). Selain itu, strategi pengembangan digital tourism dapat dilakukan melalui optimalisasi *website* pariwisata dengan memperbarui konten dan informasi wisata secara berkala. Penambahan fitur seperti Frequently Asked Questions (FAQ), chat room, dan integrasi layanan wisata dinilai mampu meningkatkan kualitas pelayanan informasi kepada wisatawan (Sawo et al., 2023).

Penelitian Kasmi dan Ratnasari (2018) menunjukkan bahwa sistem informasi pariwisata berbasis website memberikan kemudahan bagi wisatawan dalam memperoleh informasi destinasi wisata dan melakukan pemesanan tiket secara online. Sistem tersebut dinilai mampu meningkatkan efektivitas pelayanan informasi wisata karena dapat diakses kapan saja dan di mana saja secara cepat, tepat, dan akurat. Selain itu, penerapan sistem informasi pariwisata juga berdampak pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan serta penjualan produk UMKM di sekitar lokasi wisata (Ratnasari, 2018)

Selain meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, sistem informasi berbasis web juga dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengunjung terhadap pelayanan wisata yang diberikan. Arfan et al. (2024) menyatakan bahwa sistem informasi berbasis web mampu membantu proses evaluasi kepuasan pengunjung secara lebih efektif melalui pengumpulan dan pengolahan data secara digital. Informasi tersebut dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam meningkatkan kualitas pelayanan destinasi wisata.

3.5. Faktor Pendukung Efektivitas Sistem Informasi Pariwisata

Efektivitas sistem informasi pariwisata dipengaruhi oleh kualitas informasi yang disediakan. Informasi yang baik harus memenuhi beberapa aspek seperti ketersediaan informasi, mudah dipahami, relevan, bermanfaat, tepat waktu, akurat, dan konsisten. Selain itu, desain sistem yang sederhana dan mudah digunakan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kenyamanan pengguna ketika mengakses informasi wisata melalui media online (Yanti & Medan, 2018).

Kemudahan penggunaan sistem juga menjadi faktor yang memengaruhi efektivitas sistem informasi pariwisata. *Website* atau aplikasi yang memiliki tampilan menarik, navigasi yang sederhana, serta akses yang cepat akan memberikan kenyamanan bagi pengguna dalam mencari informasi wisata. Pengguna cenderung lebih tertarik menggunakan sistem informasi yang mudah dipahami dan tidak memerlukan proses penggunaan yang rumit. Selain kemudahan penggunaan, penyajian informasi secara visual melalui peta

p-ISSN : 2406-7733
e-ISSN : 2597-9922

digital juga menjadi faktor penting dalam efektivitas sistem informasi pariwisata. Penggunaan *Google Maps* dan fitur petunjuk arah membantu wisatawan memperoleh informasi lokasi secara lebih detail, termasuk rute perjalanan dan estimasi jarak tempuh menuju lokasi wisata (Wisata, 2015).

Selain kualitas informasi dan kemudahan penggunaan, integrasi dengan media sosial juga menjadi faktor pendukung yang penting karena dapat membantu penyebaran informasi secara lebih luas dan cepat. Media sosial memungkinkan wisatawan untuk membagikan pengalaman wisata, foto, maupun ulasan secara langsung kepada pengguna lain sehingga membantu meningkatkan promosi destinasi wisata secara digital. Efektivitas sistem informasi pariwisata juga dipengaruhi oleh kemampuan platform digital dalam menyediakan informasi yang interaktif, informatif, dan mudah diakses oleh pengguna. *Website* dan media sosial yang menarik serta responsif dapat meningkatkan kepuasan wisatawan karena mampu memberikan pengalaman pencarian informasi wisata yang lebih baik (Komalasari et al., 2020).

Pengembangan sarana dan prasarana wisata juga menjadi faktor yang mendukung efektivitas sistem informasi pariwisata. Informasi digital yang baik perlu didukung dengan fasilitas wisata yang memadai agar mampu memberikan kepuasan kepada wisatawan. Penelitian Soebiyantoro et al. (2008) menunjukkan bahwa ketersediaan sarana prasarana dan transportasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Oleh karena itu, pengembangan sistem informasi pariwisata perlu dilakukan secara seimbang dengan peningkatan kualitas fasilitas dan pelayanan wisata di lapangan (Soebiyantoro et al., 2008).

Secara keseluruhan, efektivitas sistem informasi pariwisata dipengaruhi oleh kombinasi kualitas informasi, tampilan sistem, kemudahan akses, integrasi media sosial, serta dukungan sarana dan prasarana wisata. Apabila faktor-faktor tersebut dapat dikembangkan secara optimal, maka sistem informasi pariwisata akan mampu meningkatkan kualitas pelayanan informasi sekaligus meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di era digital.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil literature review yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa sistem informasi pariwisata memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan sektor pariwisata di era digital. Sistem informasi pariwisata mampu menyediakan informasi yang cepat, akurat, dan mudah diakses mengenai destinasi wisata, fasilitas pendukung, transportasi, akomodasi, serta berbagai aktivitas wisata yang tersedia. Kemudahan akses informasi tersebut membantu wisatawan dalam merencanakan perjalanan dan menentukan destinasi wisata yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Hasil kajian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital melalui website, media sosial, aplikasi mobile, dan konsep digital tourism berkontribusi terhadap peningkatan efektivitas promosi pariwisata. Informasi yang disajikan secara menarik dan interaktif dapat meningkatkan minat serta kepercayaan wisatawan terhadap suatu destinasi wisata. Selain berfungsi sebagai media informasi, sistem informasi pariwisata juga berperan sebagai sarana promosi yang mampu memperluas jangkauan pemasaran hingga tingkat nasional maupun internasional.

Efektivitas sistem informasi pariwisata dalam meningkatkan jumlah wisatawan dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kualitas dan kelengkapan informasi, kemudahan penggunaan sistem, tampilan antarmuka yang menarik, integrasi dengan media sosial dan teknologi pemetaan digital, serta dukungan sarana dan prasarana wisata. Semakin baik kualitas sistem informasi yang tersedia, maka semakin besar peluang peningkatan kunjungan wisatawan dan daya saing destinasi wisata.

Sistem informasi pariwisata merupakan instrumen strategis yang dapat mendukung pengembangan sektor pariwisata secara berkelanjutan. Oleh karena itu, pengembangan dan optimalisasi sistem informasi berbasis digital perlu terus dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan informasi, memperluas promosi wisata, serta mendukung pertumbuhan ekonomi daerah melalui sektor pariwisata.

Saran

Berdasarkan hasil kajian literatur yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk mendukung pengembangan sistem informasi pariwisata di Indonesia.

1. Bagi pemerintah daerah dan pengelola destinasi wisata, perlu dilakukan peningkatan kualitas sistem informasi pariwisata melalui penyediaan informasi yang lengkap, akurat, dan selalu diperbarui secara berkala. Informasi mengenai objek wisata, fasilitas, aksesibilitas, agenda kegiatan, serta layanan pendukung lainnya perlu disajikan secara jelas agar dapat memenuhi kebutuhan informasi wisatawan.
2. Pemanfaatan media sosial dan platform digital perlu dioptimalkan sebagai sarana promosi wisata. Integrasi antara website resmi pariwisata dengan media sosial dapat memperluas jangkauan pemasaran destinasi wisata serta meningkatkan interaksi antara pengelola wisata dan calon wisatawan.
3. Pengembangan teknologi digital dalam sektor pariwisata perlu terus ditingkatkan melalui

p-ISSN : 2406-7733
e-ISSN : 2597-9922

penerapan teknologi modern seperti *Artificial Intelligence* (AI), *Big Data*, *Internet of Things* (IoT), *Geographic Information System* (GIS), dan *Virtual Reality* (VR). Pemanfaatan teknologi tersebut dapat meningkatkan kualitas layanan informasi serta memberikan pengalaman wisata yang lebih interaktif dan inovatif.

4. Peningkatan kapasitas sumber daya manusia yang mengelola sistem informasi pariwisata juga perlu menjadi perhatian. Pelatihan mengenai pengelolaan website, pemasaran digital, pengelolaan media sosial, dan pemanfaatan teknologi informasi diperlukan agar sistem informasi dapat berfungsi secara optimal.
5. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian dengan pendekatan kuantitatif, studi kasus, atau metode mixed methods guna memperoleh hasil yang lebih spesifik mengenai pengaruh sistem informasi pariwisata terhadap peningkatan jumlah wisatawan pada suatu daerah atau destinasi wisata tertentu. Selain itu, penelitian mengenai efektivitas penerapan teknologi digital terbaru dalam sektor pariwisata juga perlu dikembangkan untuk mendukung transformasi digital pariwisata yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Afrina, M., Ibrahim, A., Simarmata, T. S., (2016). Pengembangan sistem informasi pariwisata kota palembang berbasis mobile android. *8*(2), 1080–1094.

Arfan, U., Douw, M. Y., Informatika, P. S., & Nabire, S. P. (2024). *S*istem Informasi Analisis dan Evaluasi Kepuasan Pengunjung Berbasis Web (Studi Kasus : Tempat Wisata Pantai Kibito Amona Nabire). *2*(1).

Assuja, M. A., Puspaningrum, A. S., & Ratna, D. (2022). Implementasi E-Tourism sebagai Upaya Peningkatan Kegiatan Promosi Pariwisata. *6*, 203–212.

Garut, D. I. K. (2021). Pemanfaatan Website Sebagai Bentuk Digitalisasi Pelayanan Publik. *3*(1), 78–93.

Hidayatullah, S., Rachmawati, I. K., Aristanto, E., Waris, A., & Patalo, R. G. (2020). Peran Sistem Informasi Pemasaran , Kualitas Pelayanan dan Entrepreneurial marketing serta Kepuasan Terhadap Loyalitas Generasi Milenial Berkunjung ke Tempat Wisata. https://doi.org/10.32812/jibeka.v14i1.148

Indonesia, U. I., Tertinggal, D., & Iskandar, A. H. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Desa Wisata di Indonesia: *8*(4), 2291–2302.

Komalasari, R., Pramesti, P., & Harto, B. (2020). Teknologi Informasi E-Tourism Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *2*(2).

No, V., Sitepu, R. A., Laia, Y., Silalahi, A. B., & Sibarani, T. D. (2019). Kabupaten Tanah Karo dengan API Google Maps. *3*(1), 5–12.

Pratama, B., Josi, A., Rindri, Y. A., Manufaktur, P., Bangka, N., Liat, S., & Bangka, K. (n.d.). Sistem informasi pariwisata bangka belitung berbasis website. *06*(01), 13–17.

Putra, R. D., Erwina, W., Khoerunnisa, L., Swadarma, J., Kampung, R., Iv, B., Km, J. R. B., & Barat, J. (2021). Penggunaan website Sumbar Travel terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan di Sumatera Barat. *9*(2), 219–232.

Ramadhan, A. (2023). Efektivitas Media Sosial dan Teknologi Informasi terhadap Perilaku Masyarakat dalam Operasional Transaksi Jual Beli Online. *02*(03), 65–70.

Ratnasari, I. (2018). Analisa Dampak Sistem Informasi Pariwisata Kabupaten Pringsewu Dengan Peningkatan Penjualan Produk UMKM. *16*(2), 2011–2016.

Sawo, J., No, M., Bar, P., Minggu, K. P., & Selatan, K. J. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Digital Tourism Sebagai Promosi Pariwisata. *19*(1).

Sistem, P., Pariwisata, I., Sebagai, W., Promosi, M., & Barat, K. (2017). Perancangan sistem informasi pariwisata berbasis website sebagai media promosi di singkawang- kalimantan barat. *02*(01), 11–16.

Soebiyantoro, U., Doktoral, P., Manajemen, I., & Brawijaya, U. (2008). Pengaruh ketersediaan sarana prasarana, sarana transportasi terhadap kepuasan wisatawan.

Tinambunan, M., & Sintaro, S. (2021). Aplikasi restfull pada sistem informasi geografis pariwisata kota bandar lampung. *2*(3), 312–323.

Wisata, P. (2015). *Jurnal ipteks terapan*. *1*, 98–107.

Yanti, D., & Medan, P. P. (2018). Pemanfaatan Web Blog Sebagai Media Distribusi. *XXVI*, 600–605.

Yusuf, M., Salasa, F., Brawijaya, U., & Wetan, K. S. (2006). Analisis Pengaruh Attraction, Accessibility , Amenities, dan Ancillary Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Tiga Warna Malang.