

Analisis situs e-tourism Indonesia ; Studi terhadap persebaran geografis, pengklasifikasian situs serta pemanfaatan fungsi dan fitur

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20335693&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan e-commerce telah membawa perubahan terhadap strategi pemasaran pariwisata di berbagai negara, termasuk Indonesia. Penggunaan e-commerce pada industri pariwisata dikenal dengan terminologi e-tourism. Pemerintah telah menggelontorkan sejumlah dana yang cukup besar untuk mengembangkan e-tourism, terutama setelah diterapkannya tahun kunjungan wisata pada tahun 2008. Melalui metode observasi, penelitian ini ingin melihat pemanfaatan e-tourism sebagai media promosi pariwisata di Indonesia. Dengan menggunakan kuesioner, peneliti juga ingin melihat tanggapan dari pengguna internet tentang hal-hal yang telah baik dan hal-hal yang perlu ditingkatkan dalam situs pariwisata di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persebaran jumlah situs pariwisata berdasarkan provinsi belum merata. Penelitian ini juga menunjukkan adanya korelasi yang tinggi antara jumlah situs dengan jumlah kedatangan wisatawan ke suatu provinsi. Sinergi antara pihak pemerintah dan swasta telah terlihat berdasarkan klasifikasi yang dihasilkan. Penelitian ini juga memetakan model evolusi situs yang dapat dimanfaatkan pihak industri untuk memperoleh target pasar yang diinginkan. Dari analisis hasil kuesioner, pengguna internet menilai aspek responsiveness dan interactivity perlu ditingkatkan, sementara faktor biaya layanan internet dan keahlian menggunakan internet bukan lagi menjadi hambatan yang berarti dalam mengakses situs pariwisata.

<hr>

Abstract

The development of e-commerce has brought changes to the tourism marketing strategies in various countries, including Indonesia. The use of e-commerce in the tourism industry terminology known as e-tourism. The government has poured a considerable amount of funds to develop e-tourism, especially after the implementation of tourist visits in 2008. Through the method of observation, this study wanted to see the use of e-tourism as a media promotion of tourism in Indonesia. By using questionnaires, the researchers also wanted to see the response from internet users about the things that have been good and the things that need to be improved in the tourism sites in Indonesia. The results showed that the distribution of the number of tourist sites by province has not equitable. The study also showed a high correlation between the number of sites by the number of tourist arrivals to the province. Synergy between the government and the private sector has been seen on the resulting classification. The study also mapped the evolutionary model of the site that can be used to obtain industry desired target market. From the analysis of the results of the questionnaire, internet users assess the responsiveness and interactivity aspects need to be improved, while the cost factor of internet services and expertise to use the internet is no longer a significant obstacle in accessing tourism sites.