

**PEMANFAATAN GOOGLE MAPS DALAM MEMPROMOSIKAN
OBJEK WISATA TEBING MAKARIKI NEGERI YAPUTIH
KECAMATAN TEHORU KABUPATEN MALUKU TENGAH**

Rahmawati Walalayo¹⁾, Evandro A.W. Manuputty²⁾, August J.R.Ufie³⁾

^{1,2,3,...)}Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Ambon

^{1,2,3)}rahmawatiwalalayo300@gmail.com, evandro_willem@yahoo.com, augustjrufie@gmail.com

ABSTRACT

Makariki Cliffs tourism object is managed by Pokdarwis and has promoted Makariki Cliffs through Facebook and Instagram. But until now, Makariki Cliff has not been "found" on Google Maps.

This research is an applied research, using a case study type, and the object of this research is the object of Makariki Cliff Tourism in Yaputih State, Tehoru District, Central Maluku Regency.

Based on these results, it can be concluded that the Google Maps application is an application that can assist in promoting the Makariki Cliff Tourism Object, Yaputih State, Tehoru District, Central Maluku Regency, Google Maps can make it easier for visitors to find the location of tourist attractions. In the Google Maps application we can assess visitor satisfaction by using a feature from Google Maps, namely google review.

Keywords: Google Maps, attraction, tourist attraction

ABSTRAK

Objek wisata tebing makariki di kelolah oleh Pokdarwis dan telah mempromosikan Tebing Makariki melalui Facebook dan Instagram . Namun sampai saat ini, Tebing Makariki belum "ditemukan" di Google Maps.

Penelitian ini merupakan penelitian terapan, dengan menggunakan tipe study kasus, dan objek dari penelitian ini adalah objek Wisata Tebing Makariki Negeri Yaputih, Kecamatan Tehoru, Kabupaten Maluku Tengah.

Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa aplikasi google maps merupakan sebuah aplikasi yang dapat membantu dalam mempromosikan Objek Wisata Tebing Makariki Negeri Yaputih Kecamatan Tehoru Kabupaten Maluku Tengah, Google Maps dapat memudahkan pengunjung dalam menemukan lokasi objek wisata. Pada Aplikasi Google Maps kita dapat menilai kepuasan pengunjung dengan menggunakan fitur dari oogle Maps yaitu google review.

Kata kunci: Google Maps, daya Tarik, objek wisata

Kata kunci: kata kunci1; kata kunci2; kata kunci3; dst

1. PENDAHULUAN

Google Maps adalah layanan pemetaan web yang dikembangkan Google. Dalam Google Maps, Anda dapat melihat citra satelit, foto udara, peta jalan, pemandangan jalan panorama interaktif 360° (Street View), kondisi lalu lintas dalam waktu nyata, dan perencanaan rute untuk bepergian dengan berjalan kaki, mobil, sepeda, udara (dalam versi beta) dan transportasi umum. Pada tahun 2020 ini, Google Maps telah digunakan oleh lebih dari 1 miliar orang setiap bulannya. Google Maps adalah peta online gratis dari Google. Peta ini dapat diakses melalui browser web Anda atau sebagai aplikasi untuk perangkat seluler. Anda dapat menggunakan Google Maps untuk mendapatkan petunjuk arah langkah demi langkah, menemukan informasi tentang bisnis lokal, dan banyak lagi lainnya. (Ilustrasi Google Maps. ©2020 XDA Developers).

Wisata Tebing Makariki yang letaknya di Negeri Yaputih, Kecamatan Tehoru, Kabupaten Maluku Tengah, Wisata Tebing Makariki ini sangat cocok bagi wisatawan yang gemar berekreasi, jalur transportasinya yang muda dijangkau memberikan

kemudahan bagi wisatawan. Pariwisata Tebing Makariki pada saat ini menjadi target wisata Masyarakat Tehoru dan luar Tehoru. Setiap hari maupun hari Sabtu dan Minggu serta hari libur nasional, Tebing Makariki selalu dikunjungi oleh pengunjung dari dalam maupun luar kota bahkan wisatawan mancanegara pun tertarik mengunjunginya. Tebing Makariki adalah pilihan destinasi yang tepat karena pemandangan yang begitu alami, air biru jernih dan dingin, serta sudut foto yang bagus sehingga menarik wisatawan untuk terus datang berkunjung.

. Tebing Makariki Merupakan destinasi tempat wisata danau yang belum terpublikasikan secara maksimal, untuk pengguna digital marketing dalam pengelola pariwisata itu sendiri masih dibidang cukup minim, padahal jika ditinjau dari segi perkembangan dunia saat ini banyak sekali hal yang bisa ditemukan dan dipergunakan seperti dengan adanya digital marketing maka wisatawan dapat dengan mudah mengakses informasi terkait tempat wisata Tebing Makariki, mudah dijangkau lokasinya, bisa juga untuk mempromosikan wisata

Tebing Makariki agar bisa meningkatkan jumlah pengunjung dan lain sebagainya. Namun ada beberapa wisatawan yang ingin berkunjung ke objek wisata Tebing Makariki kewalahan dalam mencari letak dikarenakan Wisata yang satu ini belum ditemukan di dalam google maps padahal kita tahu bahwasanya google maps menjadi satu dari tiga aplikasi yang sering digunakan wisatawan. Dan jika dimanfaatkan dengan baik sebagai tempat pengenalan objek wisata tebing makariki maka daya tarik wisatawan pun akan meningkat.

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diuraikan rumusan masalah sebagai berikut: bagaimana cara memanfaatkan google maps dalam mempromosikan Objek Wisata Tebing Makariki?. Agar permasalahan lebih terarah dan tidak meluas maka penulis hanya membatasi pada "Pemanfaatan Google Maps dalam Mempromosikan objek wisata Tebing Makariki Negeri Yaputih Kecamatan Tehoru Kabupaten Maluku Tengah". Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan strategi pemasaran yaitu "Pemanfaatan Google Maps Dalam Mempromosikan Objek Wisata Tebing Makariki Negeri Yaputih Kecamatan Tehoru Kabupaten Maluku Tengah"

2. TINJAUAN PUSTAKA

Wisata adalah perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara objek wisata merupakan tempat yang menjadi pusat daya tarik dan dapat memberikan kepuasan khususnya pengunjung (Harahap, 2018).

Keunikan suatu daerah wisata dapat dilihat dari budaya setempat, alam dan flora fauna, kemajuan teknologi dan unsur spiritual. Daya tarik yang belum di kembangkan merupakan asumber daya potensi dan belum dapat disebut sebagai daya tarik wisata, sampai adanya suatu pengembangan tertentu. Objek dan daya tarik wisata merupakan dasar dari kepariwisataan, tanpa adanya daya tarik suatu daerah atau tempat tertentu, kepariwisataan sulit untuk dikembangkan (Putra et al., 2018). Inti atau komponen pariwisata yaitu:

1. Atraksi/ attraction seperti atraksi alam, budaya dan buatan
2. Amenitas/ amenities berhubungan dengan fasilitas atau akomodasi
3. Aksesibilitas/accessibilities berhubungan dengan segala jenis transportasi, jarak atau kemudahan pencapaian. Serta unsur pendukung lainnya (masyarakat, pelaku industri pariwisata, dan institusi pengembangan) yang membentuk sistem yang sinergis dalam menciptakan motivasi kunjungan serta totalitas pengalaman kunjungan wisatawan (Kamus Besar Bahasa Indonesia Depdikbud; 1995).

Strategi promosi adalah setiap aktifitas yang ditujukan untuk memberitahukan, membujuk, atau mempengaruhi masyarakat untuk tetap menggunakan produk yang dihasilkan. Strategi adalah keseluruhan konsep bagaimana sebuah perusahaan mengatur dirinya sendiri dan sebuah kegiatan dengan tujuan agar bisnis yang dijalankan berhasil, melakukan persaingan dan melakukan imbal hasil kepada pemegang saham (Atmoko, 2018).

Promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk kegiatan tersebut, tujuannya yaitu agar tercipta proses promosi yang efektif sehingga pencapaian tujuan program promosi khususnya dan pemasaran secara keseluruhan yaitu tercapainya tingkat penjualan yang diharapkan dan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Menurut Tjiptono dalam Herawati (2016) mengemukakan "Promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang di tawarkan perusahaan yang bersangkutan. Kedua pendapat di atas dapat di simpulkan bahwa strategi dan promosi saling berhubungan di dalam kegiatan pemasaran.

"Sejalan dengan paradigma pembangunan pariwisata berbasis masyarakat, partisipasi masyarakat merupakan suatu keharusan / prasyarat dalam pembangunan pariwisata. Peran serta masyarakat sangat penting dalam pengembangan pariwisata, mengingat masyarakat merupakan pemilik wilayah, pelaku budaya setempat dan merupakan pihak penerima pariwisata / yang berhubungan langsung dengan wisatawan" Manuputty, E. A. W. (2019)

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010) Media sosial merupakan kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun web 2.0 ideologi dan teknologi, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content. Sedangkan menurut Wikipedia media adalah alat berbasis komputer yang memungkinkan orang untuk membuat, berbagi, atau bertukar informasi, ide, dan gambar/video dalam komunitas dan jejaring sosial. Adapun contoh media sosial sebagai berikut:

1. Whatsapp

WhatsApp didirikan pada 24 Februari 2009, berarti sekarang WhatsApp sudah menginjak usia keenam. WhatsApp didirikan oleh Brian Acton dan Jan Koum yang pernah bekerja sebagai pegawai Yahoo. WhatsApp adalah aplikasi pesan instan untuk smartphone, jika dilihat dari fungsinya WhatsApp hampir sama dengan aplikasi SMS yang biasa Anda pergunakan di ponsel lama. Tetapi WhatsApp tidak menggunakan pulsa, melainkan data internet. Jadi, WhatsApp mempunyai beberapa fitur :

- a. Mengirim pesan teks.
- b. Mengirim foto dari galeri ataupun dari kamera.
- c. Mengirim video.
- d. Mengirimkan berkas-berkas kantor atau yang lainnya.
- e. Menelpon melalui suara, termasuk mengirim pesan suara Anda yang dapat didengarkan oleh penerima setiap saat.
- f. Berbagi lokasi memanfaatkan GPS.
- g. Mengirimkan kartu kontak.
- h. WhatsApp juga mendukung beberapa emoji, namun untuk stiker, WhatsApp tergolong minimalis. Berbeda dengan LINE yang lebih rajin mengembangkannya.
- i. Di WhatsApp, pengguna juga dapat mengatur panel profilnya sendiri, terdiri dari nama, foto, status serta beberapa alat pengaturan privasi untuk melindungi profil dan juga alat bantuan untuk membackup pesan, mengubah nomor akun dan melakukan pembayaran.

2. Facebook

Facebook, Inc. adalah sebuah layanan jejaring sosial berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat yang diluncurkan pada bulan Februari 2004. Hingga September 2012, Facebook memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif, lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam. Pengguna harus mendaftar sebelum dapat menggunakan situs ini.

Setelah itu, pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman, dan bertukar pesan, termasuk pemberitahuan otomatis ketika mereka memperbarui profilnya. Facebook menawarkan berbagai fitur canggih yang belum pernah ada di sosial media sebelumnya. Selain dapat bertukar pesan, dengan Facebook seorang pengguna dapat menciptakan halaman pribadi, menambahkan teman, membuat dan mengupdate status, membagikan berbagai jenis konten, video call dan banyak lagi. Selain itu, facebook juga dilengkapi dengan alat privasi untuk membatasi siapa saja yang berhak melihat hal yang dibagikan.

3. Instagram

Instagram (juga disebut IG atau Insta) adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Salah Satu sosial media “raksasa” pasti sebagian besar orang sudah mengetahui atau bahkan menggunakannya. Instagram ini memang tergolong aplikasi medsos yang sangat populer dan mulai menandingi aplikasi lainnya seperti Facebook, Twitter, BBM dan masih banyak lagi. Kepopuleran yang diraih oleh Instagram dikarenakan penggunaannya yang mudah, elegan dan tentu saja digemari oleh banyak kawula

muda di seluruh dunia. Sama halnya seperti aplikasi media sosial lain, pada Instagram ini anda dapat mencari banyak teman dengan menggunakan istilah Follow dan Follower atau mengikuti dan pengikut. Dengan banyaknya Follower maka menandakan akun anda sudah memiliki banyak teman. Interaksi bisa dilakukan dengan kegiatan like atau saling komen pada postingan anda ataupun teman anda. Bisa juga dilakukan dengan menggunakan perpesanan atau Direct Message (DM) dan yang paling populer saat ini yakni InstaStory yang berupa aktivitas membagikan video secara live atau langsung (Augustina dan Widayati, 2019).

Media sosial memiliki beberapa fungsi diantaranya sebagai pendongkrak di bidang usaha dalam hal ini media sosial ikut membantu dalam mempromosikan suatu usaha yang dengan cepat dapat tersebar dan diketahui oleh masyarakat luas. Pada saat ini hampir semua pelaku usaha menggunakan jasa media sosial untuk mempromosikan produk yang dimiliki seperti pada bidang jasa, pariwisata, Pengguna sosial juga sering kali secara tidak sadar ikut mempromosikan atau memperkenalkan suatu usaha terutama dalam bidang pariwisata hal ini tidak lepas dari budaya selfie yang sudah melekat di masyarakat Indonesia.

Dalam bermedia sosial kita selaku pengguna harus bijak dalam pemanfaatan media sosial itu sendiri dengan cara mentaati aturan-aturan dalam media sosial itu sendiri seperti jangan menyebarkan hoax bagi para pelaku usaha. Menurut Kiswono dalam Wildhy (2018) perusahaan perlu menetapkan tujuan promosi yang akan membantu tercapainya tujuan yang lebih luas. Berikut ini adalah beberapa tujuan promosi

1. Memberikan informasi.
2. Meningkatkan penjualan.
3. Menstabilkan penjualan.
4. Memposisikan produk.
5. Membentuk citra produk.

Promosi adalah bagian penting dari sebuah bisnis yang khusus. Tidak peduli seberapa bagus anda, anda tidak akan pernah mencapai tingkat keuntungan yang anda inginkan tanpa mempromosikan perusahaan atau bisnis anda untuk mengembangkan bisnis, anda memerlukan strategi yang tepat, salah satunya adalah dengan cara menggunakan Google Maps untuk bisnis yang dijalankan. Google Maps dianggap berperan penting bagi para penggunanya. Bagi sebagian orang, mungkin Google Maps hanya sekedar digunakan sebagai penunjuk jalan, akan tetapi, Google Maps dapat digunakan sebagai media promosi bisnis secara digital. Mulai dari mencari tempat-tempat yang ingin dituju misalnya mencari restoran, tempat wisata, dan lain, Google Maps melayani semua kebutuhan. Adapun sebuah aplikasi yang sering digunakan para pengusaha untuk mempromosikan atau mengenalkan bisnis mereka kepada konsumen melalui media internet yaitu aplikasi Google Maps

Layanan pemetaan yang dikembangkan oleh google ini awalnya merupakan program desktop C++ yang dirancang oleh Lars dan Jens Eilstrup Rasmussen pada Where 2 Technologies. kemudian perusahaan ini diakuisisi oleh google, hingga diubah menjadi sebuah aplikasi berbasis web, yang kemudian hadir dengan fitur tambahan dari perusahaan visualisasi data geospasial dan analisis lalu lintas sehingga mampu menampilkan gambar lokasi jalanan dan tingkat kemacetan lalu lintas yang ada di seluruh dunia. Google Maps ini resmi dirilis pada 8 februari 2005. (<http://inet.detik.com> 2019).

Google Maps adalah aplikasi peta online. Google Maps dapat diakses melalui browser web atau melalui perangkat mobile. Google Maps digunakan untuk mendapatkan arah yang detail dari suatu lokasi, mencari informasi tentang bisnis lokal. Google Maps berbeda dengan peta berbentuk kertas yaitu tidak terbatas pada suatu negara atau daerah. Google Maps menggunakan kombinasi dari citra satelit, foto-foto yang dikirimkan pengguna, dan fitur street view sehingga menjadikan Google Maps lebih dari peta biasa. Google Maps adalah atlas interaktif atau sebuah cara untuk mengetahui tentang berbagai tempat dan orang-orang di seluruh dunia.

B. Fitur-Fitur Google Maps

Google Maps telah menghadirkan fitur-fitur antara lain:

1. Your Places untuk menyimpan alamat rumah dan kantor Untuk dapat memanfaatkan fitur ini, cukup pilih bilah menu dengan ikon tiga garis pada Google Maps, lalu pilih fitur your places, selanjutnya masukan alamat kantor ataupun rumah singga anda tidak perlu mencarikan alamat rumah atau kantor lagi saat menggunakan aplikasi Google Maps.

2. Share Location Untuk Membagikan Lokasi

Google Maps juga menyediakan fitur share location sehingga kita dapat membagikan lokasi dimana kita berada dengan pengguna lainnya. Caranya cukup pilih lokasi yang ingin dibagikan, lalu pilih opsi share.

3. Melihat Street View

Dengan fitur ini kita akan mendapatkan view layaknya melihat lokasi secara nyata, sehingga akan mudah untuk mengenali suatu lokasi tertentu atau sesuai dengan yang dituju. Untuk menikmati fitur ini kita cukup mencari lokasi yang diinginkan lalu pilih gambar 3D yang terletak dibawah layar.

3. METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti di Objek Wisata Tebing Makariki Negeri Yaputih, Kecamatan Tehoru, Kabupaten Maluku Tengah. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa Data primer yang bersumber langsung dari tempat penelitian dalam bentuk foto, video, dan lain sebagainya. Data sekunder diperoleh melalui buku, artikel dan lain sebagainya. Menurut Sugiyono, (2015) pengumpulan data dapat dilakukan dalam

berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Untuk memperoleh data secara obyektif, maka dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi (Pengamatan)

Observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian yaitu objek wisata Tebing Makariki Negeri Yaputih Kecamatan Tehoru Kabupaten Maluku Tengah, sehingga memperoleh gambaran yang jelas dan memberi petunjuk-petunjuk untuk memecahkan masalah yang diteliti.

2. Wawancara

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara yang dilakukan pada pengelola objek wisata tebing Makariki Negeri Yaputih Kecamatan Tehoru Kabupaten Maluku Tengah. Guna mendapatkan data-data yang akurat. Data tersebut digunakan untuk mendukung hasil observasi yang dilakukan.

3. Dokumentasi

Teknik ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, memilih, mengolah dan menyimpan informasi di bidang pengetahuan; pemberian atau pengumpulan bukti dari keterangan seperti gambar, kutipan, dan keterangan-keterangan tertulis yang berkaitan dengan masalah yang terjadi pada objek wisata tebing Makariki Negeri Yaputih Kecamatan Tehoru Kabupaten Maluku Tengah.

Menurut Miles & Huberman (1992) analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu sebagai berikut:

- 1.Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi penelitian kualitatif berlangsung. Antisipasi akan adanya reduksi data sudah tampak waktu penelitiannya memutuskan (seringkali tanpa disadari sepenuhnya) kerangka konseptual wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data mana yang dipilihnya. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadilah tahapan reduksi selanjutnya (membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi, membuat memo). Reduksi data/transformatasi ini berlanjut terus sesudah penelitan lapangan, sampai laporan akhir lengkap tersusun. Reduksi data merupakan bagian dari analisis.

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi. Dengan reduksi data peneliti tidak perlu mengartikannya sebagai kuantifikasi. Data kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasikan dalam

aneka macam cara, yakni: melalui seleksi yang ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkannya dalam satu pola yang lebih luas, dan sebagainya. Kadangkala dapat juga mengubah data ke dalam angka-angka atau peringkat-peringkat, tetapi tindakan ini tidak selalu bijaksana.

2. Penyajian Data

Miles & Huberman (1992) membatasi suatu penyajian sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Mereka meyakini bahwa penyajian penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid, yang meliputi: berbagai jenis matrik, grafik, jaringan dan bagan. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih. Dengan demikian seorang penganalisis dapat melihat apa yang sedang terjadi, dan menentukan apakah menarik kesimpulan yang benar ataukah terus melangkah melakukan analisis yang menurut saran yang dikisahkan oleh penyajian sebagai sesuatu yang mungkin berguna.

3. Menarik Kesimpulan

Penarikan kesimpulan menurut Miles & Huberman (1992) hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran penganalisis (peneliti) selama menulis, suatu tinjauan ulang pada catatancatatan lapangan, atau mungkin menjadi begitu seksama dan menghabiskan tenaga dengan peninjauan kembali serta tukar pikiran di antara teman sejawat untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif atau juga upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain. Singkatnya, makna-makna yang muncul dari data yang lain harus diuji kebenarannya, kekokohannya, dan kecocokannya, yakni yang merupakan validitasnya. Kesimpulan akhir tidak hanya terjadi pada waktu proses pengumpulan data saja, akan tetapi perlu diverifikasi agar benar-benar dapat dipertanggungjawabkan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek wisata tebing makariki mulai populer pada pertengahan 2017. Pada awalnya dikelola oleh kelompok masyarakat Negeri Yaputih diantaranya bapak Jumadi Walalayo selaku Kepala Pemuda, bapak Muajim Hatapayo, saudara Masud Walalayo dan bapak Taufiq Hatapayo. Kemudian dilanjutkan oleh Bumdes Negeri Yaputih dan pada saat ini dikelola oleh Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata). Tujuan utama menjadikan Tebing Makariki sebagai objek wisata adalah untuk membantu perekonomian masyarakat sekitar, dimana dengan adanya Tebing Makariki, masyarakat dapat berkesempatan untuk menjual kebutuhan pengunjung disana. Hal ini

tampak dari pernyataan Ketua Pokdarwis, Taufiq Hatapayo:

“objek wisata tebing makariki sangat berperan dalam menambah pendapatan masyarakat. Hal ini bisa dilihat dari jumlah masyarakat yang bekerja di objek wisata tersebut, dengan adanya objek wisata ini masyarakat bisa memanfaatkan ini sebagai penambah penghasilan”

Saat ini Tebing Makariki dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata - mulai dari awal 2020 sampai sekarang. Pokdarwis telah mempromosikan Tebing Makariki melalui FB dan IG. Namun sampai saat ini, Tebing Makariki belum “ditemukan” di Google Maps. Hal ini dapat membuat pengunjung kesulitan untuk memperkirakan letak Tebing Makariki dari tempat mereka dan atau titik lainnya. Berikut adalah postingan Pokdarwis melalui Facebook dan Instagram terkait dengan Tebing Makariki.

Gambar 4.1



Amenitas merupakan segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti: penginapan, rumah makan dan fasilitas fasilitas yang mendukung kebutuhan wisatawan. Di Tebing Makariki telah tersedia fasilitas yang dibutuhkan oleh wisatawan. Sarana berupa sarana penunjang, sarana penjualan, tempat parkir, sarana telah tersedia namun kurang lengkap seperti sarana akomodasi merupakan bangunan yang didirikan secara komersial seperti homestay atau penginapan. Sebagaimana yang diungkapkan abang Taufiq Hatapayo pengelola di objek wisata tebing makariki:

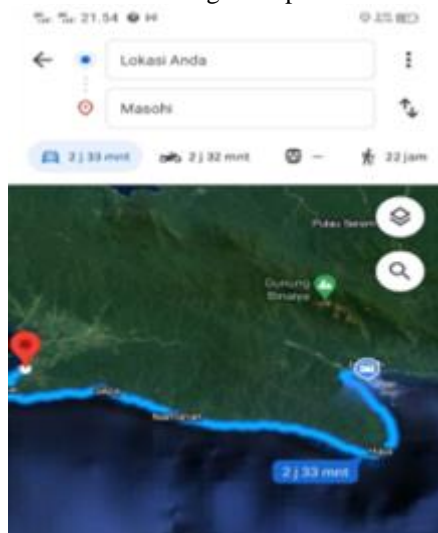
“belum ada sarana penginapan ataupun homestay, biasanya pengunjung menginap di penginapan minang yang berada di kecamatan tehuru berjarak kurang lebih 30 menit dari negeri Yaputih, untuk

pembangunan homestay atau penginap sudah ada rencana namun belum terlaksana”



Gambar 4.2 Kelengkapan Amenitas
Sumber: Pengelola Objek Wisata (2022)

Wisata tebing makariki terletak di Negeri Yaputih Kecamatan Tehoru Kabupaten Maluku Tengah. Jarak lokasi dari Negeri Yaputih sekitar 3 km, dan dari kabupaten berjarak 110 km. adapun transportasi yang dapat digunakan wisatawan dari kota ke tempat wisata yaitu taxi dan motor, taxi dengan harga Rp. 100.000 per orang sedangkan motor dapat di sewa pada di pusat kota dengan harga berkisar 150 per hari , jarak tempuh dari pusat kota Masohi ke Objek Tebing wisata sekitar 110 km atau sekitar 2 jam lebih. Berikut adalah gambar jarak dari pusat kota Masohi ke Negeri Yaputih.



Gambar 4.3
Jarak dari kota Masohi-Yaputih

Pengunjung dari luar daerah misalnya dari Ambon-Masohi dapat menggunakan kapal cepat dengan harga tiket berkisar Rp 120.000 per kepala dengan waktu tempuh kurang lebih 2 jam. namun jika pengunjung tidak ingin ribet pengunjung dapat menggunakan kapal sabuk tujuan Ambon-Tehoru dengan tarif Rp 35.000 per orang dengan waktu

tempuh 1 hari, 1 malam. Namun hanya berhenti di jalan utama alternatif.

Adapun gambar yang peneliti ambil mengenai transportasi yang dapat pengunjung gunakan adalah sebagai berikut:

Terminal Kota Masohi



Pelabuhan Tehoru



Pelabuhan Amahai



GAMBAR 4.4
Akseibilitas

Jika sudah sampai di jembatan Makariki pengunjung bisa berhenti dan masuk mengikuti jalan di sebelah kiri yang belum di aspal, untuk mobil pengunjung bisa langsung parkir ke tempat parkir dan untuk motor jika pengunjung ingin menggunakan motor sampai tempat yang biasa pengunjung lainnya parkir motor juga bisa namun akses jalannya masih kurang baik sehingga banyak pengunjung yang memilih parkir di tempat parkir utama kemudian berjalan kaki sekitar 500 m, ke lokasi wisata. Adapun dokumentasi yang penulis ambil sebagai berikut:



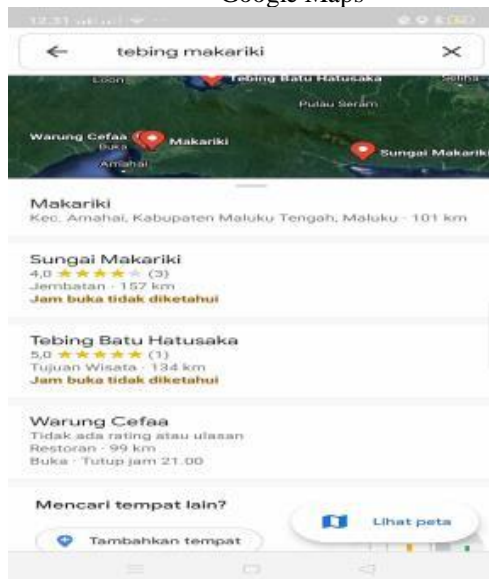
Gambar 4.5
Jalan Masuk Ke Objek Wisata

Adapun tahapan-tahapan yang di lalui penulis dalam menambahkan objek tebing makariki ke dalam google maps adalah sebagai berikut:

1. Tahap Pertama

Pada tahap ini Penulis mencari tempat “Tebing Makariki” di Google Maps. Sampai dengan Selasa, 16 Agustus 2022, Tebing Makariki belum ditemukan di Google Maps. Berikut adalah gambar yang dapat penulis berikan.

Gambar 4.6
Google Maps



2. Tahap Kedua

Pada tahap ini, penulis melakukan penambahan tempat Tebing Makariki di Google Maps pada

Selasa, 16 Agustus 2022 pukul 11:00 WIB. penulis masukan alamat tempat terdekat dengan objek wisata, karena pada objek wisata tidak ditemukan



jaringan.

Gambar 4.7
Tebing Makariki di Google Maps

3. pada tahapan ini, penulis memperbesar layar hp kemudia mencari objek dan tahan lama pada layar hp sampai muncul titik bidik.

Gambar 4.8



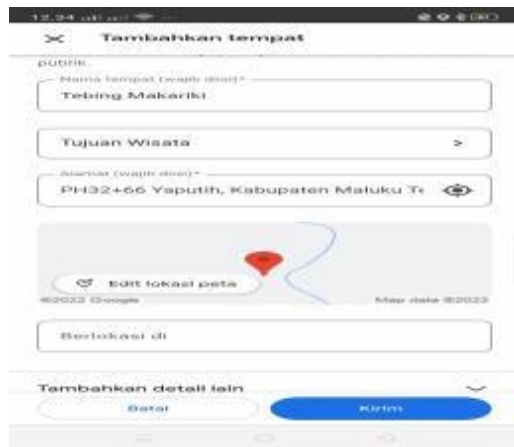
4. kemudian tarik ke atas pada tulisan pin di pasang, sampai muncul tampilan sebagai berikut, lalu pilih tambahkan tempat pada bagian terakhir.



Gambar 4. 9

5. pada tahap ini penulis menambahkan tempat (objek wisata Tebing Makariki), kemudian pilih kategori wisata (tujuan wisata), pilih opsi kirim pada kanan bawah

Gambar 4.10



6. penambahan tempat telah selesai, setelah penulis menambahkan tempat ada informasi dari pihak Google bahwa akan diterima verifikasi selama 1 kali 24 jam.

7. Pada 16 Agustus 2022, jam 3 Google telah mengkonfirmasi lokasi yang telah penulis ajukan di google maps, dengan demikian lokasi sudah ada di google maps dan dapat dicari dan dapat diberikan komentar dan ulasan. Pada gambar berikut penulis telah mendapatkan pemberitahuan di Gmail bahwa tempat yang penulis tambahkan telah di terima

Gambar 4. 11
Notifikasi Gmail

Daya tarik wisata yang dimiliki oleh Tebing Makariki adalah kekayaan dan keindahan alam meliputi flora dan fauna, tebing alam, suasana sejuk-asri dan tenang, air yang jernih dan dingin. Selain daya tarik alam, aktivitas yang dapat dilakukan yakni arum jeram, berenang/mandi, dan juga fotografi. objek wisata Tebing Makariki dapat memberikan ketenangan bagi wisatawan karena tempatnya yang begitu alami dan enak di pandang. Wisatawan pun tidak akan bosan karena ada arum jeram yang dapat di mainkan. Tebing Makariki juga menyuguhkan pemandangan yang begitu alami dan sejuk. Air yang dimiliki Tebing Makariki sangat dingin seperti es, warnanya yang kebiruan dapat menambah daya tarik wisatawan, Tebing Makariki adalah air yang berindingkan batu besar yang sering digunakan pengunjung untuk melompat dari tebing ke dalam air.

Google review merupakan salah satu fitur dalam Google Maps yang dikembangkan oleh google untuk memberikan pemeringkatan dan ulasan. Pengguna yang telah menaruh alamat dengan rincian yang pasti khususnya dalam bisnis biasanya akan mendapatkan ulasan dari pengguna. Google review merupakan salah satu hal dari era big data saat ini dimana setiap orang dapat menaruh jejak setelah mereka mendatangi sebuah tempat.

Google review juga menjadi salah satu produk smart tourism. Tujuan utama dalam destinasi smart tourism adlah mencipartakan pengalaman yang pintar, yang didefinisikan sebagai sebuah pengalaman yang di mediasi oleh teknologi dan di tingkatkan melalui personalisasi, contex awareness, dan real time monitoring (Vecchio, Mele, & Ndou, 2017). Demikian Google review yang khusus dibuat untuk dimanfaatkan di bidang pariwisata secara singkat menilai kepuasan pengunjung. Adapun gambar ulasan tebing makariki pada google maps adalah sebagai berikut:



Gambar 4. 12
Review

Adapun review yang penulis berikan untuk di masukan ke dalam Google Maps meliputi review objek wisata, foto dan video dapat di lihat di bawah ini:

Objek wisata yang satu ini letaknya kurang lebih 3 km dari Negeri Yaputih, anda yang ingin berkunjung ke sini, dapat berjalan kaki mulai dari pintu masuk hingga ke titik objek wisata sekitar 500 m, akses jalan yang di tempuh masi kurang baik karena belum diaspal dan masi bebatuan namun jangan takut, karena rasa lelah dan haus sepanjang perjalanan akan di bayar dengan pemandangan alami dan sejuk, air yang begitu dingin, berwarna biru jernih serta angel foto yang begitu bagus dan suasana yang memanjakan hati.

Cukup dengan membeli tiket masuk seharga Rp 5.000 pengunjung bisa mengabadikan momen special dengan orang terkasih dengan di suguhkan panorama yang begitu indah dan hijaunya hutan.

Adapun wahana arung jeram yang disediakan dan dapat di nikmati oleh pengunjung dengan harga Rp 50.000 per orang, pengunjung sudah dapat menikmati arung jeram dengan jarak tempuh untuk sekali trip kurang lebih 800 meter.

Di sini, pengunjung tidak perlu takut kelaparan karna banyak warung jajanan disini, mulai dari pop mie, kopi dan lain seebagainya.

namun kamar ganti pada objek wisata tebing telah rusak dan sampai saat ini belum di perbaiki sama sekali. Dan bagi anda yang ingin menginap, anda bisa langsung menuju penginapan terdekat yang berada di kecamatan tehuru karena pada objek wisata belum diadakannya penginapan.

Pengunjung yang berasal dari luar daerah bisa menggunakan kapal cepat kemudian sambung mobil dari pusat kota ke lokasi dengan waktu tempuh lebih dari 2 jam. Sepanjang perjalanan pengunjung disuguhkan pemandangan full alam, dengan akses jalan yang terbilang cukup bagus.



Gambar 4.13
Gambar daya tarik wisata

Google My Business merupakan sebuah fitur gratis yang sangat mudah digunakan untuk para pebisnis. Tujuannya ialah mengelola kehadiran bisnis mereka dalam portal Google serta Maps. Fitur tersebut memungkinkan sebuah bidang usaha agar lebih dikenal publik.

Adapun langkah-langkah yang penulis lewati dalam membuat Google My Business untuk objek wisata tebing makariki

1. Langkah pertama, masuk ke dalam Google Maps dengan menggunakan Gmail yang telah di daftarkan khusus untuk bisnis objek wisata, pilih klaim bisnis ini.



Gambar 4.14

2. Kemudian pilih opsi ya kemudian lanjutkan.



Gambar 4.15

3. Kemudian akan muncul seperti gambar di bawa ini kemudian pilih kelola sekarang.

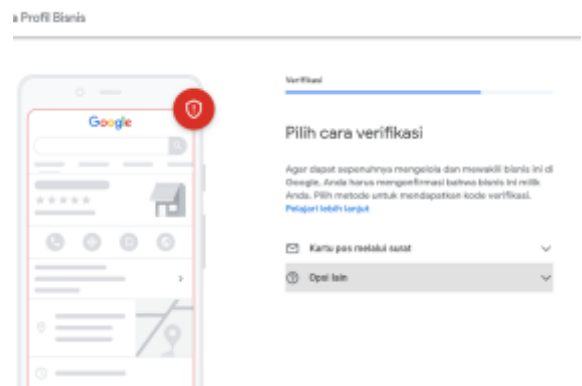


Gambar 4.16

4. Pilih opsi verifikasi, kemudian pilih opsi lain.



Gambar 4.17

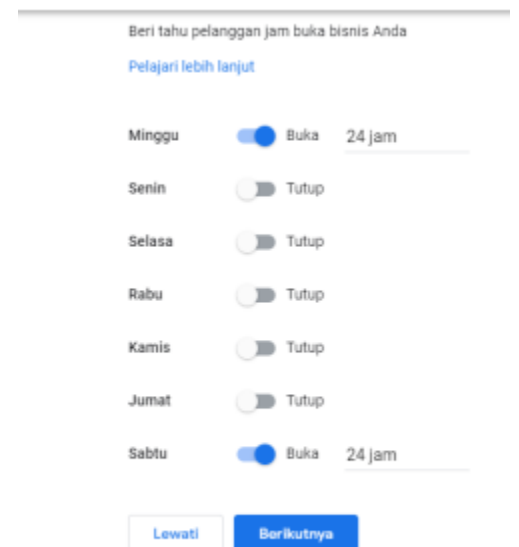


5. Pilih verifikasi nanti.
Gambar 4.18



6. Kemudian pilih jam buka, kemudian pilih berikutnya.

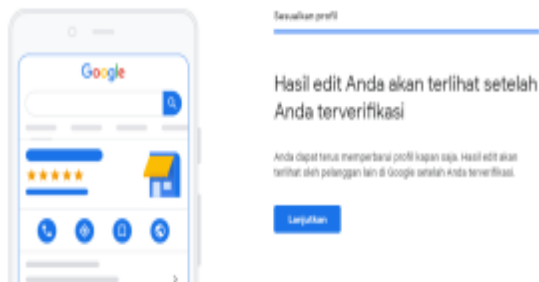
Gambar 4.19



7. Pada tahap ini, penulis lewati
Gambar 4.20

8. Kemudian akan muncul tampilan seperti pada gambar di bawah ini, kemudian lanjutkan.

Gambar 4.21



9. Penambahan telah selesai.
Gambar 4.22



5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka penulis dapat mengambil suatu kesimpulan bahwa aplikasi Google Maps merupakan sebuah aplikasi yang dapat digunakan untuk berpromosi dan aplikasi Google Maps dapat memudahkan pengunjung dalam menemukan lokasi objek wisata. Aplikasi Google Maps juga memiliki fitur review yang dapat menilai kepuasan pengunjung..

5.2. Saran

1. Bagi pihak Google Maps agar lebih mempermudah pengguna dalam membagikan lokasi agar lokasinya akurat.
2. Bagi pihak Google Maps untuk sering mengupdate tempat-tempat terbaru, agar banyak pengguna yang tau.
3. Bagi pengelola Tebing Makariki untuk lebih mengembangkan daya Tarik wisata di sana, sarana prasarana untuk lebih diperhatikan, serta dapat mempromosikan objek wisata dengan cara yang lebih menarik lagi.
4. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian terapan ini karena teknologi akan semakin berkembang dari waktu ke waktu.

DAFTAR PUSTAKA

Ariyanti, R., Khairil, & Kanadi, I. (2015).
Pemanfaatan Google Maps Api pada Sistem Informasi Geografis Direktori Perguruan Tinggi Kota Bengkulu. Made Infotama

Atmoko, T. P. H. (2018). "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinto Hotel Yogyakarta". *Journal Of Indonesiatourism, Hospitality and Recreation*, Volume 1, Nomor 2 (Hal. 83-96).

Asmaul Husna, (2018). Rancang Bangun Pencarian Lokasi Dan Informasi ATM Dengan Menggunakan Location Based Service Berbasis Android Di Provinsi Sulawesi Selatan. Fakultas Sains dan Teknologi UIN ALAUDDIN Makasar.

Kaplan, A.M & Haenlein, M. 2010. Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*

Kotler and Keller. 2016. *Marketing Management*. Pearson: Prentice hall

Kshetri, Anita and Bidyanand Jha. 2016. Online Purchase Intention : A Study of Automobile Sector in India". *Rev. Integr. Bus. Econ. Res.* Vol. 5 No.3, p.35-59.

Madahi, Abdolrazagh dan Inda Sukati. 2012. "The Effect of External Factors on Purchase Intention Amongst Young Generation in Malaysia". *International Business Research*. Vol. 5 No.8, p. 153-159.

Manuputty, E. A. W. (2019) 'Penyuluhan Sadar Wisata di Desa Suli Kec. Salahutu Kab. Maluku Tengah', *Jurnal Pengabdian Masyarakat Jamak*, 02(02), pp. 132–144.

Maoyan Et Al. 2014. "Consumer Purchase Intention Research Based on Social Media Marketing". *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 5 No.10 (1), p. 92-97.

Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekayasa Media.

Natasurna Amar P, 2022. *Workshop Web Analitic Dan Google Bisnisku Sebagai Perangkat Digital Marketing*. Pontianak.

Tehuayo Isma Nizma, 2020. *Peran Objek Wisata Tebing Makariki Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Negeri Yaputih Kecamatan Tehoru (Perspektif Ekonomi Islam)*. Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam institut Agama Islam Negeri (IAIN) AMBON.

Saputra, Agustina Nyoman Mariadi. 2017. *Aplikasi Informasi Wisata Dan Hotel Di Kabupaten Tabanan Dengan Google Map Api*. Skripsi Thesis, Sanata Dharma University.

Selatus, 2018. *Pemanfaatan Google Maps Untuk Membangun Sistem Informasi Geografis Pencarian Kost Berbasis Web*. Yogyakarta.

Setyo Masyita Ayuning, Waris Marsisno. 2021 *Kajian Pemanfaatan Data Google Maps Untuk Pemenuhan Variabel Jumlah Dan Jarak Infrastruktur PODES. Studi Kasus Dikota Yogyakarta*.

<https://www.Suarakarya.id/wisata/pr-2602389961>
dinas-pariwisata-maluku-kembangkan-
virtual-marketing-ekspos-objek-wisata