

***STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA DAN PRODUK EKONOMI  
LOKAL DESA LARIKE BERBASIS E-COMMERCE***

**<sup>1)</sup>Melda Dahoklory, <sup>2)</sup>Marselin Jamlaay, <sup>3)</sup>Caryl Alyona**

**<sup>1,2,3)</sup>Jurusan Teknik Elektro, Politeknik Negeri Ambon**

**<sup>1)</sup>meldadahoklory@gmail.com**

**ABSTRAK**

Sektor pariwisata merupakan salah satu sector yang memberikan kontribusi besar terhadap dalam perekonomian dunia. Menurut Pratt & Tolkach pada tahun 2018 mengatakan bahwa “Sektor pariwisata menjadi salah satu pendorong utama perekonomian dunia karena terdapat beberapa keuntungan yang mampu memberikan devisa cukup besar bagi negara, memperluas lapangan pekerjaan dan memperkenalkan budaya negara”. Data pengunjung pariwisata di Maluku pada tahun 2018 lebih dari 115.000 orang. Diantaranya 100.500 adalah pengunjung domestic dan 14.300 adalah pengunjung asing. Sebaran daerah wisata dimalukupun beragam diberbagai wilayah kabupaten salah satunya adalah kabupate Maluku Tengah, Desa Larike. Desa Larike adalah sebuah negeri yang terletak di kecamatan Leihitu Barat, Kabupaten Maluku Tengah, Provinsi Maluku, Indonesia. Secara geografis desa larike teletak pada terletak 3°43’0” - 3°45’0”LS dan 127°54’0” - 127°56’0”BT ( Georgina, Didit, & Gentana, 2021). Selain wisata alam, Desa Larike juga memiliki potensi produk ekonomi local yang disebut *ole-ole* (jajanan khas maluku). Pemasaran sektor Pariwisata dan produk ekonomi local Desa Larike belum dikelola dengan baik. Pemanfaatan teknologi pemasaran pariwisata dan produk ekonomi local belum maksimal. Ketergantungan para pelaku usaha untuk menjajakan produknya pada para wisatawan yang berkunjung. Hal ini menjadi kendala pemasaran produk local pada pasar global. Melalui pendekatan teknologi informasi, kondisi tersebut dapat dipenuhi dengan adanya system e-commerce yang dikembangkan. Dengan adanya aplikasi ini promosi pariwisata dan pemasaran produk ekonomi lokal desa larike dapat dilakukan dari mana saja kapan saja sehingga membantu para pelaku usaha untuk memperluas pangsa pasar produk yang mereka hasilkan.

***Kata Kunci : e-Commerce; Larike; Pariwisata;Sistem; Waterfall Model***

## I. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu faktor penting dalam peningkatan ekonomi Indonesia saat ini. Dalam hal ini Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia dalam programnya *Wonderful of Indonesia* yang diharapkan memenuhi target kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2019 yakni 20 juta wisatawan ([www.kemenpar.go.id](http://www.kemenpar.go.id)). Aktivitas pariwisata di Indonesia sudah mulai tumbuh dan berkembang, bahkan sudah mulai menjadi *trend* dan gaya hidup tersendiri dalam masyarakat. Sehingga aktivitas pariwisata diharapkan dapat menjadi sektor andalan yang mampu menggerakkan sektor-sektor ekonomi lain yang terkait erat.

Pemerintah Indonesia dalam program pembangunan 5 tahun ke depan memfokuskan pada sektor infrastruktur, maritim, energi, pangan, dan pariwisata. Penetapan kelima sektor ini dengan pertimbangan karena mempunyai peran yang sangat signifikan dalam pembangunan nasional, baik untuk jangka pendek, menengah, maupun jangka panjang. Dari kelima sektor tersebut, pariwisata ditetapkan sebagai *leading sector* karena dalam jangka pendek, menengah, maupun jangka panjang diprediksi akan mempunyai pertumbuhan yang positif serta dianggap sebagai sektor yang strategis serta mampu menjadi media integrasi program antar sector ( Badan Pusat Statistik Kementerian Pariwisata, 2017).

Indonesia mempunyai ragam wisata yang mendunia termasuk wisata di propinsi Maluku. Maluku merupakan salah satu provinsi di Indonesia timur yang memiliki panorama dan keindahan yang disuguhkan pada *destinasi wisata* alam. Data pengunjung pariwisata di Maluku pada tahun 2018 lebih dari 115.000 orang yang terdiri dari 100.500 orang adalah pengunjung domestik, dan 14.300 orang merupakan pengunjung asing. Salah satu sebaran desa wisata di propinsi Maluku khususnya di kabupaten Maluku Tengah adalah Desa Larike.

Desa Larike adalah sebuah negeri yang terletak di kecamatan Leihitu Barat, Kabupaten Maluku Tengah, Provinsi Maluku, Indonesia. Secara Administratif Desa Larike terdiri dari 3 dusun yaitu Dusun Lai, Dusun Waiputi dan dusun Wailapia.



**Gambar 1. Desa Larike, Kab. Maluku Tengah**

Desa Larike terkenal sebagai sentra produksi hasil perkebunan seperti Pala, Cengkih dan Bawang Merah. Selain itu, Desa Larike uga terkenal keunikan area wisata setempat. Salah satu atraksi wisata di negeri ini adalah batu layar dan belut raksasa yang biasa disebut *morea*.



**Gambar 2. Wisata Batu Layar, Desa Larike**



**Gambar 3. Wisata Morea ( Belut Raksasa ), Desa Larike**

Majunya industri pariwisata suatu daerah sangat bergantung kepada jumlah wisatawan yang datang, karena itu harus ditunjang dengan peningkatan pemanfaatan Daerah Tujuan Wisata (DTW) sehingga industri pariwisata akan berkembang dengan baik. Negara Indonesia yang memiliki pemandangan alam yang indah sangat mendukung bagi berkembangnya sektor industri pariwisata di Indonesia. Maluku merupakan daerah berbasis kepulauan, sehingga potensi Indonesia untuk mengembangkan industri pariwisata sangatlah besar.

Desa Larike mempunyai beberapa destinasi wisata yang indah dan menarik. Pengunjung daerah wisata di Desa Larike bukan hanya dari Maluku saja melainkan juga dari berbagai daerah di Indonesia. Bahkan dari manca negara misalnya Portugis, Belanda, Australia dan lain-lain. Selain menikmati panorama wisata yang tersedia, Pengunjung wisata juga diperhadapkan dengan jajanan khas (*Ole-Ole*) Maluku. Jajanan khas (*Ole-Ole*) yang tersedia di Desa Larike merupakan usaha kecil menengah home industry yang dikerjakan oleh warga setempat. Jajanan khas (*Ole-Ole*) tersebut antara lain : Bagea, Roti Kering, Pona Sagu, Dodol Kenari, Roti Kering Kenari. Selain itu, hasil local perkebunan Desa Larike juga menjadi incaran para wisatawan. Misalnya cengkih, Pala, dan Coklat serta Bawang Merah. Namun belum banyak orang yang mengetahui berbagai tempat wisata dan Hasil ekonomi local tersebut.



**Gambar 4. Produk Ekonomi Lokal Desa Larike**

Informasi terkait dengan promosi pariwisata maupun hasil produksi ekonomi local belum maksimal. Promosi tempat wisata dilakukan melalui postingan – postingan

pengunjung sebatas mengabadikan kenangan berwisata semata. Penggunaan teknologi misalnya postingan pengunjung di media *social facebook, instagram, youtube* sebagai sarana penyampaian informasi pariwisata dirasakan kurang maksimal. Menurut Parera Dkk ( 2021), wisatawan Asing ( Domisili Luar Maluku ) cenderung mengalami kesulitan untuk berwisata di Maluku khususnya ke Desa Oma karena Sarana atau Fasilitas pendukung pariwisata. Dengan pendekatan teknologi informasi diharapkan segala informasi tentang pariwisata bahkan pemasaran produk ekonomi lokal dapat diterima atau diakses dengan cepat dan mudah oleh masyarakat lokal maupun manca negara tanpa terbatas ruang dan waktu.

## 1.1. Tujuan Kegiatan

Tujuan dari kegiatan ini adalah mengembangkan aplikasi e-commerce sebagai strategi pemasaran pariwisata dan produk ekonomi lokal desa larike

## 1.2. Manfaat Kegiatan

Manfaat dari kegiatan adalah Untuk meningkatkan ekonomi masyarakat dengan mengaplikasikan produk digital yaitu Aplikasi Pemasaran Pariwisata Dan Produk Ekonomi Lokal Desa Larike Berbasis *E-Commerce*.

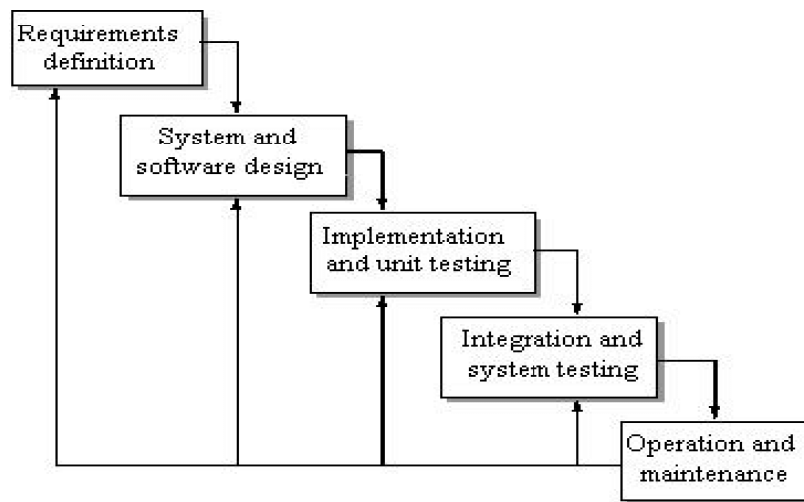
## II. METODE KEGIATAN

Metode yang digunakan dalam mengimplementasikan system ini adalah metode pengembangan perangkat lunak Metode *waterfall*. Metode waterfall adalah salah satu jenis model pengembangan aplikasi dan termasuk ke dalam *classic life cycle* (siklus hidup klasik), yang mana menekankan pada fase yang berurutan dan sistematis. Untuk model pengembangannya, dapat dianalogikan seperti air terjun, dimana setiap tahap dikerjakan secara berurutan mulai dari atas hingga ke bawah. Model ini juga termasuk ke dalam pengembangan perangkat lunak yang terbilang kurang iteratif dan fleksibel. Karena, proses yang mengarah pada satu arah saja seperti air terjun. (Balaji & Murugaiyan, 2012).

## 2.1. Tahapan Waterfall Model

Tahapan pengembangan perangkat lunak dengan menggunakan metode waterfall model melalui beberapa pentahapan sebagai berikut : Requirement, Design, Implementation Integration & Testing, Operation & Maintenance.

Prosedur penelitian adalah kerangka kerja berupa langkah-langkah dalam pelaksanaan penelitian :



**Gambar 5. Tahap Pengembangan Perangkat Lunak**

**Requirement** : Tahapan metode waterfall yang pertama adalah mempersiapkan dan menganalisa kebutuhan dari software yang akan dikerjakan. Informasi dan *insight* yang diperoleh dapat berupa dari hasil wawancara, survei, studi literatur, observasi, hingga diskusi.

**Design** : Tahap yang selanjutnya adalah pembuatan desain aplikasi sebelum masuk pada proses *coding*. Tujuan dari tahap ini, supaya mempunyai gambaran jelas mengenai tampilan dan antarmuka software yang kemudian akan dieksekusi oleh tim programmer.

**Implementation** : Tahapan metode waterfall yang berikutnya adalah implementasi kode program dengan menggunakan berbagai tools dan bahasa pemrograman sesuai dengan kebutuhan tim dan perusahaan.

**Integration & Testing** : Tahap yang keempat, masuk dalam proses integrasi dan

pengujian sistem. Pada tahap ini, akan dilakukan penggabungan modul yang sudah dibuat pada tahap sebelumnya. Setelah proses integrasi sistem telah selesai, berikutnya masuk pada pengujian modul.

**Operation & Maintenance :** Tahapan metode waterfall yang terakhir adalah pengoperasian dan perbaikan dari aplikasi. Setelah dilakukan pengujian sistem, maka akan masuk pada tahap produk dan pemakaian perangkat lunak oleh pengguna (*user*). Untuk proses pemeliharaan, memungkinkan pengembang untuk melakukan perbaikan terhadap kesalahan yang ditemukan pada aplikasi setelah digunakan oleh *user*.

### III. HASIL KEGIATAN

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan sebuah produk aplikasi tepat guna berupa aplikasi e-commerce pariwisata dan produk ekonomi local desa larike. Kegiatan ini dimulai dengan kegiatan observasi pada object penelitian. Selain itu dilakukan juga proses wawancara dengan pihak mitra untuk mendalami kajian permasalahan.



**Gambar 6 . Proses Wawancara Dengan Mitra**

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan, maka tim pengabdi melakukan sebuah kajian Strategi Pemasaran Pariwisata Dan Produk Ekonomi Lokal Desa Larike Berbasis *E-Commerce*. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di Desa Larike, Kabupaten Maluku Tengah. Pada perkembangannya desa Larike memiliki berbagai potensi yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Potensi daerah wisata menjadi salah satu aspek pendapatan masyarakat sekitar. Objek wisata yang dimiliki oleh desa Larike diantaranya

Air Morea, Batu Layar dan Pancuran Kuning.

Daerah wisata seperti air morea banyak menjadi pusat kunjungan wisatawan karena keunikan faunanya. Masyarakat setempat dalam hal ini masyarakat yang mempunyai hak kepemilikan terhadap daerah wisata tersebut memperoleh pendapat atas retribusi pengunjung yang dibayarkan secara sukarela.

Selain itu, desa larike juga memiliki potensi perekonomian lainnya berupa jajanan khas larike (ole-ole khas larike). Makanan khas / jajanan khas/ ole-ole khas larike ini dipasarkan setiap harinya pada rumah pelaku usaha secara manual. Pelaku usaha jajanan hanya terbatas dijajakan pada pengunjung daerah wisata.

Proses promosi manual baik itu daerah wisata maupun makanan local menjadi kendala utama pemasaran potensi desa larike. Untuk itu, agar menarik minat dan membuka pangsa pasar, dikembangkanlah sebuah strategi pemasaran pariwisata dan produk ekonomi lokal desa larike berbasis *e-commerce*.



**Gambar 7. Area Wisata Air Morea, Desa Larike**



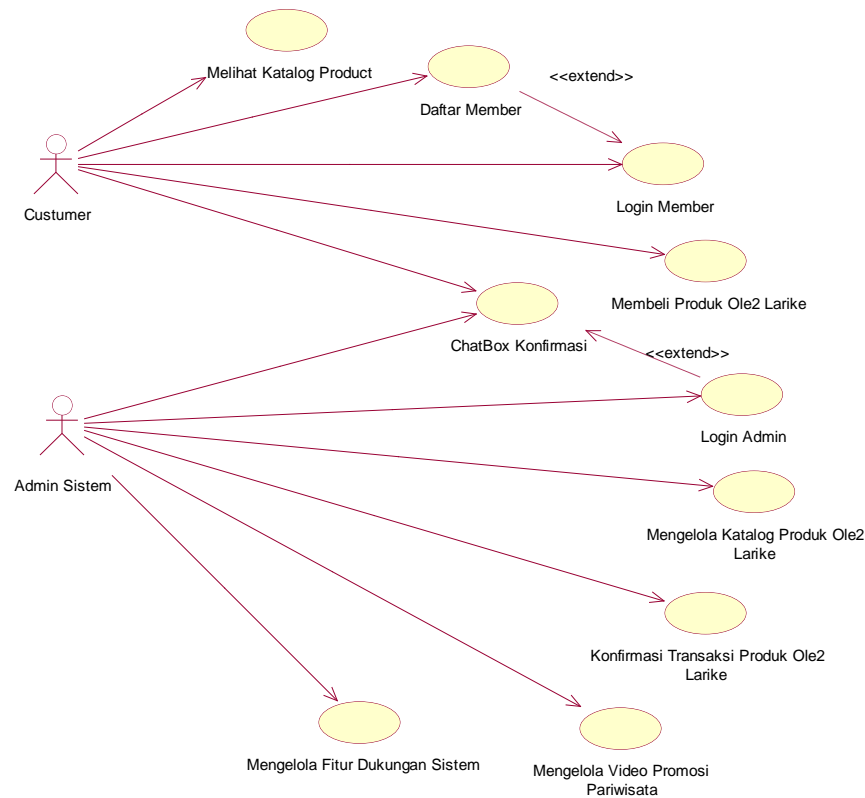
**Gambar 8. Wisata Air Morea**



**Gambar 9. Wisata Batu Layar**

Dalam Proses Pengembangan Aplikasi ini Tim pengabdian data content yang dibutuhkan. Kebutuhan konten system ini kami peroleh berdasarkan hasil dokumentasi area wisata dan produk-produk ekonomi local ( jajanan local / ole-ole) Desa Larike. Sesuai dengan content dan harga jual yang ditentukan oleh pelaku usaha kami mengembangkan system e-commerce inovasi larike,

Gambaran umum dari system ini akan terlihat pada perancangan *usecase diagram*. Diagram ini akan menunjukkan peran *user* dan bagaimana peran tersebut ketika menggunakan sistem. Use case diagram juga dapat digunakan untuk memrepresentasikan interaksi *user* dengan sistem dan menggambarkan spesifikasi khusus penggunaan.



**Gambar 10. Usecase Diagram Sistem**

Aplikasi e-commerce desa larike ini telah diimplementasi sesuai dengan perancangan yang telah dibuat. Sistem ini telah disosialisasi dalam proses monitoring evaluasi.



**Gambar 11. Sosialisasi Aplikasi Dalam Kegiatan Monev P3M**

Sistem dapat diakses oleh user dengan alamat URL [inovasilarike.com](http://inovasilarike.com). Adapun content sistem ini menyediakan informasi terkait dengan promosi pariwisata dan produk ekonomi lokal desa larike. Sistem ini dapat diakses via website maupun via android. Aplikasi ini telah disosialisasikan pada saat monitoring evaluasi oleh P3M, yang dihadiri Wakil Direktur Politeknik Negeri Ambon, Pemerintah Desa Larike ( Mitra ) dan Masyarakat.



**Gambar 12. Kegiatan Sosialisasi Aplikasi**

## IV. PENUTUP

### 4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa

1. Aplikasi *e-commerce* telah diimplementasikan dan berjalan dengan baik sesuai fungsi dan kebutuhan sebagai media promosi pariwisata dan produk ekonomi local desa larike.
2. Berdasarkan hasil kegiatan yang dilakukan, pihak mitra dan pelaku usaha memiliki antusias dalam menerima konsep pemasaran dan penjualan yang dilakukan. Hal ini berdampak pada penerimaan pelaku usaha dan masyarakat dalam memberikan data dan informasi terkait kebutuhan dari kegiatan ini.
3. Strategi pemasaran pariwisata dan produk ekonomi lokal desa larike berbasis *e-commerce* dapat dijadikan acuan dan sarana untuk meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

#### **4.2. Saran**

Setelah menganalisa sistem ini didapatkan saran untuk pengembangan lebih lanjut mengenai sistem secara teknis yaitu:

1. Sistem informasi ini dapat dikembangkan lebih informatif dan menarik dalam segi tampilan bagi yang akan mengembangkannya
2. Daerah wisata desa larike perlu dilakukan pemugaran area agar lebih tertata, sehingga dapat meningkatkan animo wisatawan.
3. Masyarakat sebagai pelaku usaha Produk ekonomi local (jajanan khas) Desa larike perlu difasilitasi terkait dengan perizinan produk sehingga mempermudah pemasaran.
4. Diperlukan pelatihan untuk pengemasan produk jajanan local.
5. System ini dapat diupgrade dengan menambahkan fitur yang terintegrasi dengan pihak bank.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Balaji, S., & Murugaiyan, M. S. (2012). Waterfall vs. V-Model vs. Agile: A comparative study on SDLC. *International Journal of Information Technology and Business Management*, 2(1), 26-30
- Hidayat, A., Saifullah, M., & Ishak, A. (2016). Determinants of satisfaction, trust, and loyalty of Indonesian e-commerce customer. *International Journal of Economics and Management*, 10(1), 151-166.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2013). *E-commerce*. Boston, MA: Pearson.
- Meyers, K. (2009). *Pengertian Pariwisata*. Jakarta: Unesco Office.
- Muljadi, E., Pai, M. A., & Nguyen, T. B. (2009, March). Transient stability of the grid with a wind power plant. In *2009 IEEE/PES Power Systems Conference and Exposition* (pp. 1-7). IEEE.
- Mumtahana, H. A., Nita, S., & Tito, A. W. (2017). Pemanfaatan Web E-Commerce untuk meningkatkan strategi pemasaran. *Khazanah Informatika: Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika*, 3(1), 6-15.
- Parera, L. M., Dahoklory, M., & Parera, J. A. (2021). RANCANG BANGUN

APLIKASI E-COMMERCE PARIWISATA SEBAGAI MEDIA LAYANAN JASA PEMESANAN PAKET DESTINASI WISATA ALAM DESA OMA BERBASIS WEB. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT IRON*, 4(2), 357-368.

Priyanto, S. E., & Par, M. (2016). Dampak Perkembangan Pariwisata Minat Khusus Snorkeling Terhadap Lingkungan: Kasus Destinasi Wisata Karimunjawa. *Jurnal Kepariwisataaan*, 10(3), 13-28.

Putra, A. D. (2020). Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Untuk Usaha Penjualan Helm. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 1(1), 17-24.

Raport, J. F., & Jaworski, B. J. (2001). e-Commerce. *McGraw-Hill/Irwin, Singapore*.

Salma, I. A., & Susilowati, I. (2004). Analisis permintaan objek wisata alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan pendekatan travel cost. *Jurnal Dinamika Pembangunan (JDP)*, 1(Nomor 2), 153-165.

Saputra, A. (2012). *Membangun Sistem Aplikasi E-Commerce dan SMS*. Elex Media Komputindo.

Sinaga, S. (2010). Potensi dan Pengembangan Objek Wisata di Kabupaten Tapanuli, Kertas Karya Program DIII Pariwisata.

Suyanto, M. (2003). *Strategi periklanan pada e-commerce perusahaan top dunia*. Penerbit Andi.