



PEMANFAATAN WEB MARKETING PADA AGEN TOUR KAYE BROMO

Risky Aswi Ramadhani

Dosen Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik,
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Abstraksi

Teknologi Informasi terus berkembang, sehingga pelaku bisnis harus selalu berinovasi untuk mengembangkan bisnisnya. Kaye Bromo Tour adalah agen tour dan travel di bidang wisata yang sudah menyadari pentingnya pemasaran melalui internet untuk meningkatkan promosi. Promosi yang dilakukan Kayebromo adalah membangun sebuah website *e-commerce*. Website Kaye Bromo berisi tentang produk-produk yang ada disediakan, dan cara pemesanan. Keuntungan dari website *ecommerce* bagi kayebromo, pelanggan yang didapat bukan hanya dari wilayah Kediri melainkan dari luar kota, sehingga pasar kayebromo akan semakin luas,

Kata Kunci : Agen tour, *e-commerce*, Marketing ,promosi

Abstract

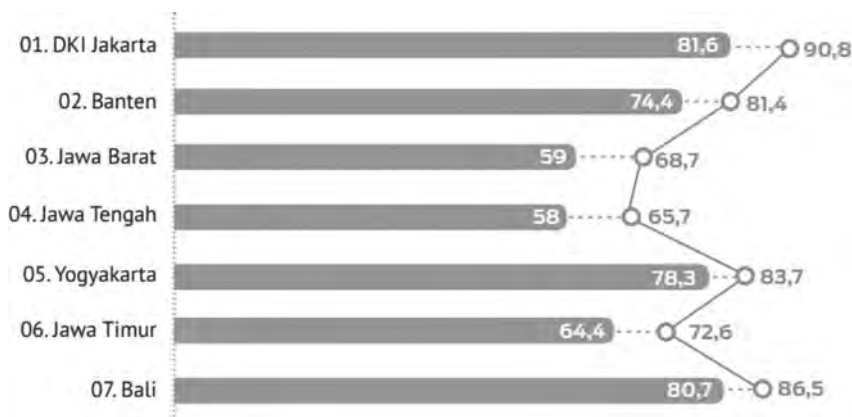
Information technology continues to evolve, so businesses should always innovating to develop its business. Kayebromotour is a tour and travel agents are aware of the importance of technology and information to enhance the promotion. Kayebromo promotion done is to build an e-commerce website. Website kayebromo contains the products are reserved, and how to order. The advantage of the ecommerce

website for kayebromo, customers who obtained not only from the Kediri region but from outside the city, so the market will be more extensive kayebromo.

Keywords : E-commerce, Marketing, promotion, Tour agents

A. PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan teknologi informasi terus berkembang hal ini memaksa pelaku bisnis untuk berinovasi di untuk meningkatkan bisnisnya masing masing. Promosi melalui internet merupakan salah satu cara untuk mengembangkan usaha. Promosi melalui internet perlu digencarkan karena pada saat ini masyarakat sudah banyak yang menggunakan internet, berikut ini data masyarakat yang menggunakan internet di wilayah jawa dan bali.



Gambar 1. Pengguna Internet Wilayah Jawa Bali

Dari gambar 1 dapat dilihat bahwa, pengguna internet di Jawa Timur mencapai 64,4% dari pengguna internet di Jawa dan Bali, kebanyakan dari pengguna internet memanfaatkan internet untuk mencari barang dan jasa[1]

Kayebromo adalah penyedia jasa layanan pengantara wisatawan ke rute wisata Malang, Bromo, dan Banyuwangi. Untuk bersaing dengan kompetitor Kayebromo Tour perlu melakukan inovasi, yaitu membangun website e-commerce, tujuan dari pembangunan website ini adalah untuk memberikan informasi ke masyarakat dan meningkatkan pemesanan dari masyarakat.

Dengan adanya promosi lewat website, website berguna sebagai tempat untuk memberikan informasi dan pemesanan. Dengan adanya website marketing agen tour dan travel tidak kesulitan untuk mempromosikan jasa yang ditawarkan. Selain itu konsumen juga bisa melakukan pemesanan melalui website ecomeeres.

Dengan memesan melalui website konsumen tidak perlu kesulitan untuk memesa dan datang ke kantor agen tour Kayebromo dan tour. Dengan menggunakan website marketing kayebromotour dapat mempromosikan jasa mereka tidak hanya di wilayah Kediri melainkan keluar wilayah.

Agen tour kayebromotour dapat mempromosikan beberapa fitur layanan, misalkan paket wisata dan paket wisata pilihan. Jika konsumen menghendaki memesan pemesanan bisa dilakukan melalui sistem atau *contact person*

Kesulitan yang selama ini dialami oleh kayetourbromo adalah bagaimana mempromosikan usaha agen tour dan travel diluar Kediri, dan memberikan kenyamanan untuk konsumen. Kedua hal tersebut akan dijadikan rumusan masalah

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Perkembangan Teknologi Informasi

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia dewasa ini sudah menyentuh seluruh kalangan, termasuk masyarakat umum, pemerintah, dan bisnis. Permintaan dari berbagai kalangan terhadap data statistik Teknologi Informasi dan Komunikasi semakin tinggi. Badan internasional seperti International Telecommunication Union (ITU) dan United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) secara rutin memerlukan data statistik TIK dari BPS untuk keperluan penyusunan ICT Development Index dan perhitungan Core ICT Indicators.

Di sisi lain, APJII yang mewadahi sekitar 300 anggota perusahaan jasa internet, memiliki kebutuhan yang riil dalam upaya untuk perluasan pasar dan penyediaan internet bagi masyarakat. Diharapkan dengan survei yang kompeten, maka seluruh anggota APJII akan meningkatkan produktivitasnya, penetrasi pasarnya lebih terakselerasi, dan pertumbuhan internet kian meningkat pesat. Atas kebutuhan dan semangat yang sama itu, BPS melalui Sub Direktorat Statistik Komunikasi dan Teknologi Informasi, berinisiatif untuk meningkatkan ketersediaan dan keragaman data statistik

TIK menjalin kerja sama dengan APJII[2]

2. Biro Perjalanan Wisata

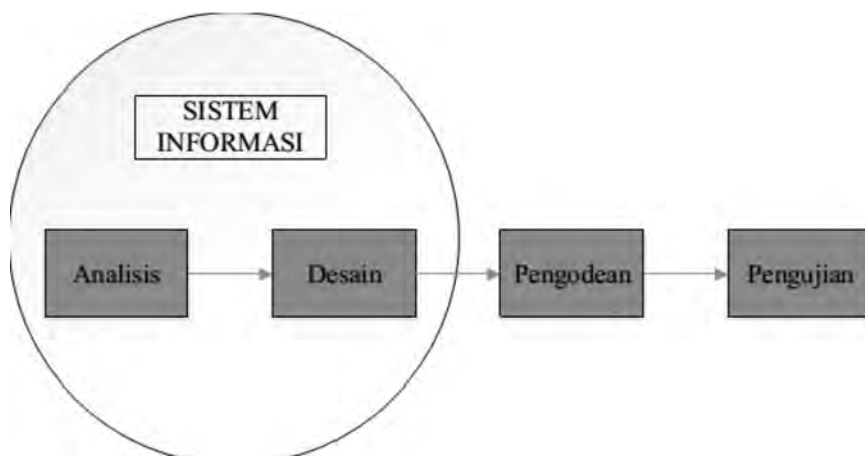
Perusahaan Biro Perjalanan Wisata adalah suatu perusahaan yang mempunyai tujuan mempersiapkan dan mengurus perjalanan seseorang dengan segala kebutuhan dari perjalanan itu serta dari badan yang berhubungan dengan perjalanan yang dimaksud. R.S. Damarjati (2001:132) memberikan batasan yang sama tentang Travel Agency dan Tour Operator maupun Travel Bureau adalah : “ Perusahaan yang khusus mengatur dan menyelenggarakan perjalanan dan persinggahan orang-orang, termasuk kelengkapan perjalanannya, dari suatu tempat ke tempat yang lain, baik di dalam negeri maupun di luar negeri, dari luar negeri ke dalam negeri atau dari dalam negeri ke luar negeri atau dalam negeri itu sendiri.

3. Sections dan Categories

Dalam membuat sebuah website company profile, tentunya kita ingin menampilkan beberapa artikel dan file-file yang menunjang artikel tersebut seperti gambar atau video. Untuk memudahkan pengaturan artikel serta file yang akan ditampilkan[3]

4. Software Development Life Cycle(SDLC)

Mendefinisikan proses mengembangkan atau mengubah suatu sistem perangkat lunak dengan menggunakan model-model yang digunakan untuk mengembangkan sistem sebelumnya. Model SDLC air terjun (waterfall) [4] sering juga disebut model alur hidup klasik (classic life cycle). Model air terjun menyediakan pendekatan alur hidup terurut dimulai dari analisis, desain, pengodean, pengujian, dan tahap pendukung. Berikut adalah gambaran model ait terjun (waterfall) pada Gambar 1



(Sumber:Rosa, 2014)

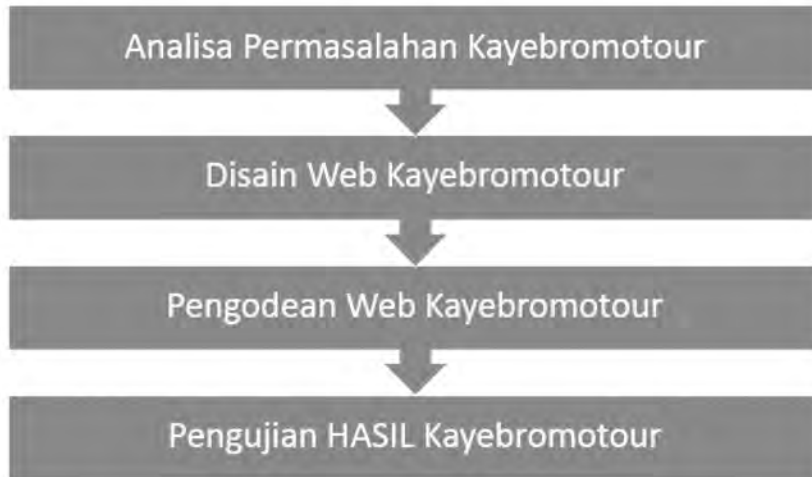
Gambar 1. Ilustrasi Model Wterfall

5. Internet Marketing

Internet juga merupakan media elektronik mutakhir yang menunjang *e-commerce* (*electronic commerce*) dan mengalami pertumbuhan pesat. Secara simplistic dengan membuat *homepage* dan melayani pesanan produk melalui internet, maka sudah dapat dikatakan sebagai pemasar global yang menjalankan *e-commerce*. Internet menciptakan interaksi yang potensial dengan pelanggan pada skala global (Arnott dan Bridgewater, 2002:87). Furash (1999), Dutta dan Segev (1999) seperti dikutip Arnott dan Bridgewater (2002) mengungkapkan bahwa kemungkinan interaksi ditangkap oleh pemasar sebagai target pelanggan mereka pada basis *one-to-one* dan membangun *brand loyal relationships*. Interaksi dengan pelanggan melalui internet tersebut diharapkan dapat meningkatkan kinerja pemasaran[5].

C. METODE PENELITIAN

Metodelogi penelitian yang digunakan Dalam Implementasi Website *Marketing* Pada Agen Tour Kaye Bromo menggunakan SDLC, berikut ini adalah skema yang digunakan berikut ini adalah gambar skema metodologi penelitian yang diterapkan



Gambar 2. Skema Metodologi Penelitian

- a. **Analisis:** Tahapan analisis digunakan untuk mengenali permasalahan yang sedang terjadi di kayaetourbromo. Selama ini kayetourbromo sedikit mendapatkan order sehingga perlu dilakukan pemasaran secara online dengan membuat website. analisa yang digunakan adalah analisa SWOT,
- b. **Desain:** Desain digunakan untuk menentukan model web yang akan digunakan pada kyebromotour dan akan dibahas bagian-bagian dari website tersebut
- c. **Pengodean:** Pengodean digunakan untuk mengiplenatasikan kayebromotour ke web sehingga bentuknya real. dan dapat digunakan
- d. **Pengujian :** Pengujian dilakukan dengan cara mempromosika web di dunia maya, dan setelah itu dilakuakn perhitungan keberhasilan membuat website ini terhadap perkemabngan bisnis kayaebromo dan tour

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Jangkauan Pemasaran Melalui Website

Jangkauan pemasaran agen wisata menggunakan website bisa keseluruhan dunia, pada penelitian ini akan membahas wilayah Indonesia



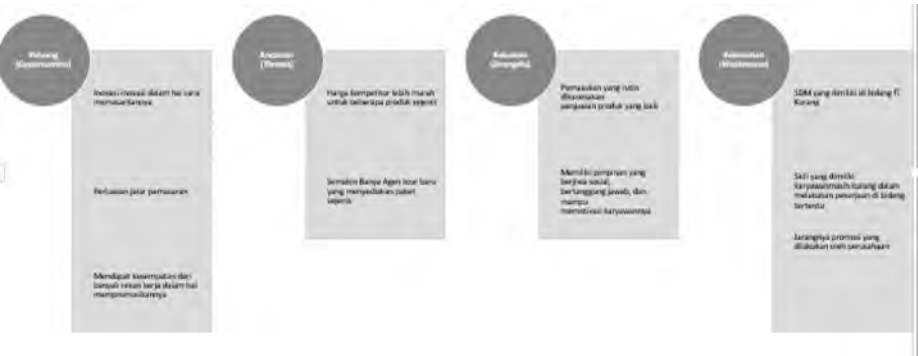
Gambar 3. Pemasaran Web Di Indonesia

Pada Gambar 3 dijelaskan letak agen tour dan travel kayebromotour di Kediri, tapi pemasarannya bisa mencapai Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Papua, NTB, NTT, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jakarta. Dengan menggunakan web sebagai media pemasaran diyakini pasar yang didapat kayebromotour dapat meningkat.

Adanya *internet marketing* juga membawa beberapa keuntungan dalam bisnis suatu perusahaan, antara lain: kesempatan produk/jasa mereka dikenal seluruh dunia, pelanggan mendapat kesempatan untuk memutuskan apa yang mereka inginkan, dimana, dan kapan saja, menambah kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi pergantian produk dan tren pelanggan serta untuk mengetes nilai usulan atau tanggapan yang baru[6].

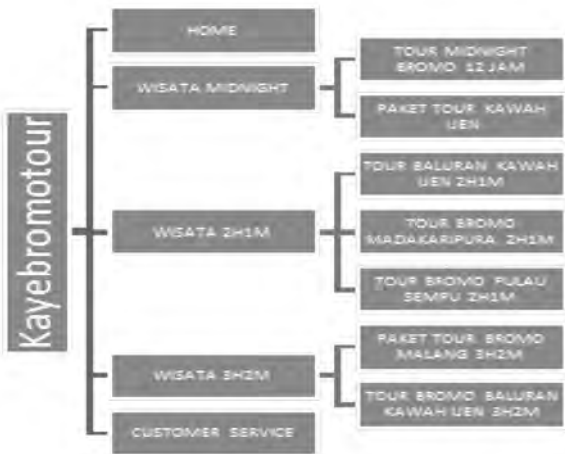
a Analisa SWOT

Analisa yang digunakan untuk mempertimbangkan pembuatan website Agen Tour ini menggunakan analisa SWOT berikut penjelasannya.



b. Disain Web Kayebromotour.

Sebelum membuat web perlu dilakukan disain web, web disedain sesuai skema pada gambar 4.



Gambar 4. Skema Web kayebromotour

Pada bagian ini web dibagi menjadi 4 bagian utama yaitu home, wisata *midnight*, wisata 2h1m, 3h2m wisata 3h2m, dan *Customer service*

2. Tampilan Website

Berikut ini adalah tampilan website yang digunakan

a. Home

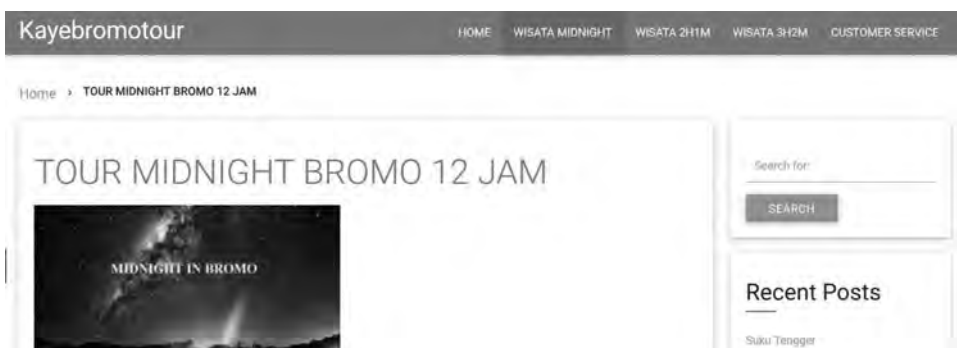


Gambar 5. Home

Home merupakan halaman awal, setiap konsumen yang pertama kali membuka website pasti membuka home.

b. Wisata Midnight

Berikut ini adalah tampilan paket wisata malam di Bromo



Gambar 6. wisata *midnight*

Gambar 6 memuat pakaet wisata midnight, paket wisata midniht dilengkapi dengan harga beserta fasilitas

c. Wisata 2H1M

Berikut ini adalah tampilan paket wisata 2 hari satu malam



Gambar 7. wisata 2h1m

Gambar 7 Memuat paket wisata wisata 2h1m Yang dimaksud pakaet wisata 2h1m dalah perjalanan 2 hari 1 malam,

d. Wisata 3H2M



Gambar 8. Wisata 3h2m

Gambar 8 Memuat paket wisata wisata 3h2m Yang dimaksud pakaet wisata 3h2m dalah perjalanan 3 hari 2 malam.

e. Data Pengunjung Web

Berikut ini adalah data pengunjung website marketing kayebromotour

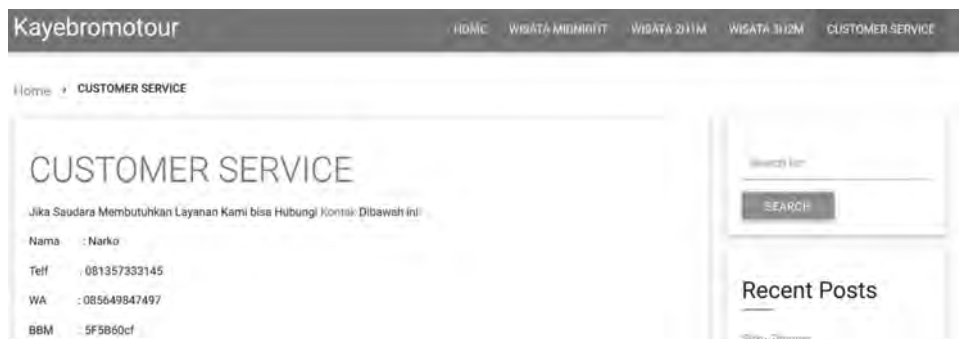
Tabel 1. Daftar Pengunjung

No	Nama
1	Teguh Wibowo
2	Ayu Lasmi
3	Amy
4	Pieter
5	Haikal

Tabel 1 menunjukan data pengunjung website sebagian pengunjung website yang bertanya dan melakukan pemesanan.

f. Customer service

Pelayanan dalam sebuah usaha yang bergerak dibidang jasa sangat penting maka dari itu disediakan Halaman Customer Service, berikut ini tampilanya.



Gambar 9. Customer Service

Customer Service digunakan untuk menghubungi CS jika dari pihak konsumen kurang jelas dengan informasi yang ada di website bisa menghubungi CS kayebromotour.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Website marketing dapat digunakan untuk meningkatkan pemasaran agen tour dan travel, dengan menggunakan website marketing ada beberapa manfaat yang diperoleh yaitu:

- a. Pasar semakin meluas hingga keseluruh Indonesia.
- b. Konsumen lebih nyaman dengan adanya Website ini karena dapat mengakses informasi kapanpun.

2. Saran

Saran yang diberikan sistem pemasaran seperti dapat dikembangkan dengan cara mengembangkan digital ekosistem, dimana website ini kedepannya dapat digunakan sebagai sarana(penghubung bagi pelaku bisnis travel, tour, asesoris liburan, dan oleh-oleh

DAFTAR PUSTAKA

- Marius, Parlindung.,2014, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia & Badan Pusat Statistik.
- Marius, Parlindung.,2014, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia & Badan Pusat Statistik.
- Anonim, 2013 *Membuat-Web-Company-Profile-dengan-Joomla..*
- Rosa, A. S., dan Shalahuddin, M., 2014, Rekayasa Perangkat Lunak, Bandung. Impormatika Permodelan,DFD, dan ERD8, 55-98
- Sutejo, Bertha, 2006 *Internet Marketing: Konsep Dan Persoalan Baru Dunia Pemasaran*,Surabaya
- Paul, Pallab, 1996. "Marketing on the Internet," *Journal Of Consumer Marketing*, 13 (4):27-39.

