

Implementasi Teknologi Informasi (Digital) Pada Booking And Payment System Terhadap Produk Desa Wisata Di Bali

Redo Mandra Prakosa^{1, @}

¹ Kajian Pariwisata, Universitas Udayana

ARTICLE INFO

Keywords:
Tourism,
E-booking
E-payment,
Information and
Communication
Technology,
Digitalization,
Village Tourism.

ABSTRACT

Indonesian people is a society that literate with the digitalization. Sticking with the advance of information and communication technology, the society have entered the third wave where everything will live completely connected to the internet. The Godevi's platform is the example one that contains information about tourism and history about village tourism, distance traveled, facilities, information about something to see, to do and to buy in the village tourism. The paper uses a literature study in the form of previous research that is still relevant with its research, the theoretical basis and concepts obtained from books, journals ana articles that are relevant with the paper. The implementation of information technology or digitalization in form of an booking and payment online system for object and products of village tourism in Bali that intended to facilitate tourist transactions when they want to visit village tourism that available on the Godevi's platform or website.



Copyright © 2023 by Author(s)

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. All writings published in this journal are personal views of the authors and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

1. Pendahuluan

Dewasa ini, masyarakat Indonesia merupakan masyarakat yang melek terhadap dunia digital. Seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, dunia kini telah memasuki gelombang ketiga dimana segala sesuatu di dunia yang kita tempati sekarang akan serba terhubung dengan internet. Berdasarkan data statistik www.aseanup.com, Indonesia merupakan negara dengan penduduk yang paling banyak menggunakan internet di Asia Tenggara. Hal ini didukung dengan data yang disajikan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna internet aktif masyarakat Indonesia pada tahun 2017 sebanyak 143 juta orang (Atef, 2019).

@ redomandra@gmail.com

Perkembangan teknologi informasi telah menjadi sebuah kebutuhan utama bagi masyarakat saat menjalankan sebagai aktivitas, khususnya bagi masyarakat dengan tingkat mobilitas yang tinggi. Adanya internet di Indonesia saat ini, mendorong terciptanya sejumlah kegiatan yang menggunakan jaringan online. Oleh karena itu, internet menjadi suatu kebutuhan mutlak yang dibutuhkan bagi konsumen atau penggunaanya (Ani, 2009). Dengan adanya pemanfaatan teknologi dapat memberikan kemudahan dalam berkomunikasi, bertukar informasi, menawarkan produk wisata, dengan jangkauan yang lebih luas dan efisien.

Teknologi informasi telah mengubah cara wisatawan dalam membuat planning perjalanan mereka mulai dari mencari dan melihat (*look*), memesan tiket atau paket wisata (*book*), hingga membayar (*pay*) dilakukan secara online. Semua hal tersebut dapat dilakukan dengan mudah tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu, yang mana semua kemudahan tersebut dipicu oleh adanya internet atau perkembangan teknologi informasi (Setiawan, 2017). Teknologi informasi telah mengubah pola kebiasaan transaksi yang dilakukan masyarakat sebelumnya secara konvensional, kini beralih pada transaksi yang lebih modern (*online/cashless*).

Teknologi sebagai alat mempermudah pekerjaan manusia, erat kaitannya dengan kemajuan dan inovasi canggih dalam pengolahan informasi melalui media internet. Di era kini, banyak hal dan aspek di dunia yang dikerjakan bersangkutan dengan internet, mulai dari penggunaan aplikasi, sistem informasi, hingga situs-situs web. Salah satu pemanfaatan internet dalam hal pengolahan informasi dapat diterapkan pada perancangan suatu sistem. Perancangan suatu media sistem informasi berbasis web mengenai suatu objek tertentu tersebut kepada masyarakat. Dalam hal ini berkaitan dengan pariwisata, dengan adanya teknologi informasi dapat memberikan informasi terkait suatu objek wisata kepada konsumen atau wisatawan.

Berbagai pengembangan aplikasi dilakukan untuk menunjang kemudahan wisatawan dalam hal kaitannya dengan pariwisata. Hal tersebut tidak hanya dilakukan oleh para pengembang aplikasi, melainkan juga oleh para pelaku dan pengelola industri pariwisata. Banyaknya *Start Up* di industri pariwisata belakangan ini muncul seiring dengan masuknya masyarakat dan pelaku usaha pariwisata di era digital, misalnya *Traveloka*, *Tiket.com* dan *Booking.com*, dimana kehadirannya didukung dengan adanya perkembangan teknologi informasi (digital).

Dengan adanya teknologi informasi juga memiliki peran dalam penyebaran informasi tentang objek-objek wisata di dalamnya hingga proses transaksi tiket pada suatu daerah tujuan wisata. Banyaknya objek wisata yang memiliki potensi keindahan dan kenyamanan yang tinggi, akan sangat disayangkan apabila tidak diimbangi dengan sistem pendukung proses kerja yang optimal di dalamnya. Oleh karena itu dengan teknologi informasi dapat memudahkan akses wisatawan dalam menjangkau suatu daerah tujuan wisata, termasuk pada proses pemesanan dan pembayaran online berkaitan dengan daerah tujuan wisata.

Adanya sistem pemesanan online (*e-booking*) dapat membantu konsumen terutama bagi masyarakat dengan mobilitas yang semakin tinggi dan tidak memiliki cukup waktu untuk membeli tiket secara langsung. Proses sistem *e-booking* dimaksudkan untuk mempercepat proses transaksi dan bersifat fleksibel karena konsumen tidak perlu bertemu secara langsung. Selain itu, dengan adanya sistem *e-booking* dapat diakses dimana saja dan kapan saja selama terhubung dengan internet (Setiandi, 2013).

Setelah proses *e-booking* dilakukan, tentunya wisatawan atau konsumen juga melakukan proses pembayaran online (*e-payment*). Dengan adanya proses *e-payment* ini dapat memudahkan proses pembayaran, kepercayaan konsumen terkait rekam riwayat transaksi, mengurangi penyebaran uang secara langsung dan menghemat waktu transaksi. Pada umumnya, implementasi teknologi informasi pada berbagai bidang, khususnya di bidang pariwisata bertujuan untuk memudahkan wisatawan dalam memperoleh informasi terkait daerah tujuan wisata. Dengan adanya sistem pemesanan dan pembayaran *online* memudahkan

wisatawan bertransaksi dari sebelum melakukan perjalanan wisata, pada saat wisata maupun setelah melakukan perjalanan wisata.

Penerapan teknologi informasi (digital) saat ini mulai dilakukan oleh suatu daerah tujuan wisata, baik dilakukan secara mandiri maupun bersama pihak ketiga atau pemangku kepentingan lainnya. Salah satunya adanya aplikasi *digital Go Destination Village* (Godevi) yang telah resmi diluncurkan di Bali. Aplikasi ini di inisiasi dengan tujuan untuk memberdayakan desa wisata melalui konsep *sustainability*, *empowerment*, dan *enterpreneurship* (SEE) dalam mengemas, memasarkan hingga terjadinya proses transaksi terkait paket-paket desa wisata. Untuk itu, desa wisata juga berperan dalam melakukan upaya mengenalkan segala keunikan serta daya tariknya dengan cara menggunakan media digital sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang tepat dan akurat.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang ditujukan untuk melihat dan menyelidiki keadaan, kondisi, situasi, peristiwa kegiatan dan hasilnya disajikan dalam bentuk laporan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti melihat apa yang terjadi pada diri objek atau wilayah yang diteliti, kemudian memaparkan kejadian-kejadian tersebut dalam bentuk laporan penelitian secara lugas dan apa adanya (Arikunto, 2006).

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (J. Moloeng, 2014).

Selanjutnya studi kepustakaan yang berupa penelitian sebelumnya yang masih relevan dengan penelitian ini, landasan teori dan konsep yang diperoleh dari buku, jurnal maupun artikel yang masih relevan dengan penelitian ini. Studi pustaka yaitu metode dengan mengumpulkan data dengan cara memahami dan mempelajari teori-teori dari berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian ini. Terdapat empat tahap studi pustaka dalam penelitian yaitu menyiapkan perlengkapan alat yang diperlukan, menyiapkan bibliografi kerja, mengorganisasikan waktu dan membaca atau mencatat bahan penelitian (Zed, 2004).

3. Hasil dan Pembahasan

Sistem Pemesanan Marketplace Godevi

Dalam sistem operasionalnya Godevi bekerja sama dengan desa wisata, setiap desa yang sudah menjadi mitra Godevi akan diberikan akun desa secara gratis. Sehingga desa wisata dapat mengakses informasi terkait pemesanan paket, desa wisata dapat menambahkan dan mengelola paket wisata secara langsung, dapat mengelola data reservasi dan dapat mengakses laporan transaksi secara *real time* dan transparan.

Disisi lain, sistem Godevi langsung memberikan pilihan paket pengalaman kepada wisatawan, mulai dari informasi desa wisata hingga sistem pembayaran dan pengeluaran voucher tour. Berikut dapat dilihat peran dari setiap pihak yang terlibat dalam pengembangan *marketplace* Godevi pada tabel dibawah:

Tabel.1 Sistem Pemesanan Godevi

No.	User	Aksi
1	Tamu Publik	Melakukan Pencarian Paket
		Melihat Paket Desa Wisata
		Memesan Paket Desa Wisata
		Melakukan Pembayaran Paket
		Mendapat Email Bukti Pemesanan/ <i>Voucher</i>
2	Tamu Terdaftar	Melakukan Pencarian Paket
		Melihat Paket Desa Wisata
		Memesan Paket Desa Wisata
		Melakukan Pembayaran Paket
		Mendapat Email Bukti Pemesanan
		Mendapatkan Diskon Khusus
3	Desa Wisata Mitra	Melihat Histori Pemesanan
		Memiliki Akun Khusus
		Menambahkan Paket Wisata
		Mengelola Pemesanan
		Mendapat Email Bukti Pemesanan
4	Admin Godevi	Laporan Paket Wisata
		Mengubah Informasi Desa
		Memiliki Akun Khusus
		Mengelola Paket Wisata dan Desa Wisata
		Laporan Paket Wisata dan Desa Wisata
		Email Pemesanan
		Mengelola Pemesanan

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa terdapat empat pengguna yang dapat menggunakan aplikasi Godevi dan masing-masing user memiliki aktivitasnya sendiri di aplikasi ini. Tamu publik merupakan tamu yang memesan paket wisata tanpa melakukan registrasi di aplikasi ini sehingga tidak mendapatkan potongan harga khusus saat melakukan pemesanan. Tamu Terdaftar merupakan tamu yang memesan paket wisata dengan melakukan registrasi di aplikasi ini sebelumnya sehingga tamu terdaftar ini bisa menjadi member dan mendapatkan potongan harga.

Pada website dan aplikasi Godevi wisatawan dapat melakukan pemesanan online kapan pun dan dimana pun. Sebelum melakukan pemesanan *online* wisatawan dapat mencari paket wisata yang diinginkan, kemudian melakukan pemesanan, mengisi formulir pemesanan, kemudian wisatawan mendapat email konfirmasi dan *invoice*. Setelah mendapatkan *invoice* wisatawan dapat melakukan pembayaran.

Desa wisata mitra merupakan perwakilan desa wisata mitra yang penanggung jawab dalam mengelola akun desa yang telah disediakan gratis oleh Godevi kepada desa wisata mitra Godevi. Admin Godevi adalah pihak Godevi yang mengelola keseluruhan aktivitas dari penambahan paket dan konten, mengelola sistem dan mengelola pemesanan paket yang ada di Godevi

Sistem Pembayaran Digital Pada Marketplace Godevi

Sistem pembayaran adalah sistem yang mengatur perjanjian, menjalankan operasional, mekanisme penggunaan, penerimaan instruksi pembayaran serta untuk memenuhi kewajiban yang akan dikumpulkan melalui pembayaran antar perorangan, bank dan Lembaga keuangan lainnya (Pohan, 2011: 70).

Godevi, Marketplace yang menyediakan produk desa wisata secara digital, sehingga tidak di pungkiri bahwa sistem pembayaran yang digunakan juga harus tersedia secara digital. Menyediakan fasilitas pembayaran digital menjadi salah satu cara meningkatkan penjualan di *marketplace* atau *e-commerce*. Tidak hanya mempermudah pelanggan, pemilik *marketplace* atau *e-commerce* juga lebih mudah untuk mencocokkan data pembayaran yang sudah diterima. Meskipun demikian sebelumnya Godevi menggunakan sistem pembayaran digital, Godevi memiliki sistem pembayaran yang manual yaitu hanya melalui Bank Transfer, dan Paypal. Jika terdapat pemesanan, setelah melakukan pembayaran harus mengupload bukti transfer ke sistem website dan menunggu persetujuan dari admin. Dari sekian banyak pilihan metode pembayaran yang ada, transfer manual (transfer bank) boleh dibilang masih menjadi opsi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Namun beberapa tahun terakhir, mulai banyak yang memberlakukan sistem pembayaran dengan *virtual account*. Layanan ini dinilai lebih praktis dibandingkan transfer bank.

Dalam konteks berbelanja *e-commerce* khususnya, pembeli biasanya perlu mengirim bukti transfer kepada pihak penjual jika membayar melalui transfer manual untuk keperluan konfirmasi. Tentu saja hal ini menjadi memiliki beberapa kelemahan. Adapun kelemahan-kelemahan dalam sistem pembayaran manual yaitu:

1. Transaksi lebih lambat karena pembeli harus mengupload bukti transfer untuk mendapat *approve* dari sistem.
2. Transaksi tidak terlalu aman, karena kadang bukti transfer yang dikirim bisa dimanipulasi/rawan kejahatan.
3. Rekonsiliasi bank tidak dapat otomatis.

Untuk mengatasi kelemahan sistem pembayaran manual, maka digunakan sistem pembayaran digital dengan menggunakan *online payment gateway*. *Payment gateway* merupakan layanan pembayaran berbasis software yang memungkinkan pembayaran melalui website atau aplikasi yang dimiliki pengusaha. Keuntungan Godevi memiliki sistem pembayaran digital yang terintegrasi pada website dan aplikasi diantaranya;

1. Transaksi lebih aman

Merebaknya *cyber crime* dalam urusan keuangan makin meresahkan. Jika mengumbar nomor rekening untuk keperluan transfer manual—kendati untuk keperluan bisnis sekalipun—ada kemungkinan nomor rekening tersebut dapat disalahgunakan untuk pihak yang tidak bertanggung jawab. Risiko ini dapat ditekan jika menggunakan *payment gateway*, karena pembeli selesai melakukan pembayaran, maka nomor tersebut tidak dapat dipakai kembali. Bahkan jika di kemudian hari pembeli yang sama melakukan pembelian kembali, maka konsumen akan mendapat nomor yang berbeda.

2. Metode pembayaran lebih variatif

Di samping *virtual account*, perusahaan dapat memudahkan pelanggan melakukan transaksi melalui transfer bank, ATM, *e-wallet*, kartu kredit, kartu debit, hingga puluhan alternatif lainnya. Variasi ini akan meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan saat bertransaksi.

3. Mempermudah identifikasi dan rekonsiliasi bank

Saat berbelanja online, terkadang pembeli tidak menggunakan nama asli mereka. Tentunya, nama yang muncul di rekening pembayaran akan berbeda dengan nama akun tersebut dan menambah pekerjaan saat Anda harus melakukan identifikasi manual menggunakan layanan transfer bank. Sistem akan melakukan pencatatan secara real time. perusahaan pun dapat mengunduh mutasi rekening dalam bentuk laporan sehingga proses monitoring jadi lebih mudah.

4. Meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan pelanggan.

Konsumen zaman sekarang ingin segala sesuatu yang serba praktis dan cepat. Selain produk yang sesuai ekspektasi, kenyamanan selama proses transaksi akan turut memengaruhi kepuasan. Tidak perlunya melakukan pengiriman bukti transfer merupakan langkah kecil yang berdampak cukup besar pada kepuasan pembeli. Makin puas pembeli dengan produk dan keseluruhan layanan, termasuk kemudahan dan kepraktisan transaksi yang ditawarkan, akan semakin besar konsumen akan kembali berbelanja di tempat tersebut. Layanan *payment gateway* dapat menjadi salah satu solusinya. Pencatatan transaksi yang secara otomatis dan *real time* memungkinkan pembeli tidak perlu repot-repot mengirim *screenshot* atau mengambil foto bukti transfer yang telah mereka lakukan.

Godevi menggunakan Midtrans untuk *online payment gateway*. Midtrans merupakan salah satu *payment gateway* yang berfungsi memfasilitasi kebutuhan para pebisnis online dengan memberikan pelayanan dengan berbagai metode pembayaran (Kurniawan, dkk, 2018). Pemilihan Midtrans dikarenakan dalam memberikan layanan, Midtrans menerima pembayaran melalui website.

Selain itu biaya yang dikeluarkan perusahaan hanya perlu membayar ketika proses pembayaran atau transaksinya telah berhasil dengan pembayaran dan ditambah dengan biaya PPN. Harga yang dikenakan juga sudah termasuk dengan biaya proses dari bank dan sistem deteksi fraud. Sehingga tidak terdapat biaya awal, biaya *maintanance* atau terkena berbagai macam biaya atau tarif lainnya.

Untuk saat ini pembayaran *online* pada *marketplace* Godevi dapat dilakukan melalui *bank transfer*, *visa*, *master card*, *pay pal*, *e-money* (ovo, dana, dan gopay). Adapun biaya di setiap transaksi dengan fasilitas midtrans akan berbeda di setiap jenis transfer. seperti *Bank Transfer* akan dikenakan biaya Rp. 4000/Transaksi, *e-money* 0,7%-2% di setiap transaksi, *Credit card* 2,9% + Rp 2000 di setiap transaksi, dan *Over the counter* Rp 5000 per transaksi termasuk pajak. *Cardless credits* 1,7%-2%.

4. Kesimpulan

Implementasi teknologi informasi (digital) terhadap produk desa wisata di Bali yaitu pada sistem pemesanan dan pembayaran online yang ada dalam website atau platform Godevi. Hal ini memberikan kemudahan bagi pengunjung atau wisatawan dan juga pada pihak pengelola desa wisata yang ada di Bali. Dengan adanya teknologi informasi yang diimplementasikan pada produk pariwisata diharapkan dapat meningkatkan pengalaman dan memberikan kesan positif terhadap kemajuan pariwisata di Bali, khususnya pada pariwisata berbasis Desa Wisata.

Daftar Pustaka :

Article :

- Hermawan, Indra dan Dian Ade Kurnia. 2014. Sistem Informasi Paket Pengantin Berbasis Web Pada Yuni Salon Duku Puntang Kabupaten Cirebon. Cirebon: Jurnal Online ICT STMIK IKMI Vol. 12, No. 2 Desember 2014: 39-47.
- Yanti, Dewi. "Analisis strategi pengembangan digital tourism sebagai promosi pariwisata di Toba Samosir." *Jurnal Darma Agung* 27.1 (2019): 814-821

Book :

- Christa, U. R., & Giantari, I. G. A. K. (2021). PELATIHAN MENGGUNAKAN E-PAYMENT DI ERA DIGITALISASI 5.0 DAN MASA PANDEMIC COVID 19 PADA USAHA KECIL MASYARAKAT DI DENPASAR DAN PALANGKA RAYA. *MEDIA BINA ILMIAH*, 15(8), 5011-5018.
- Fahrudin, Atef. (2019). Digitalisasi Industri Pariwisata Indonesia dalam Menyikapi Perilaku Masyarakat Kontemporer. In Book: Komunikasi Budaya dan Dokumentasi Kontemporer. Penerbit: UNPAD PRESS.
- Fikri, A. A., Nurseto, T., & Ngadiyono, &. (2014). Analisis Transaksi Non-Tunai (*Cass-less transaction*) Dalam Mempengaruhi Permintaan Uang (*Money Demand*) Guna Mewujudkan Perekonomian Indoesia Yang Efisien. yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ismayanti. 2010. Pengantar Pariwisata. Grasindo: Jakarta.
- Kalakota, R. and Whinston, A. B, (1997). Electronic commerce : a manager's guide, Addison-Wesley: Reading, Mass. ; Harlow, England.
- Nielsen, Rosa Prafitri Juniarti. 2016. Faktor faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile payment : sebuah review literature. Universitas Negeri Surabaya.
- Permana, A. RANCANG BANGUN APLIKASI BUS PARIWISATA WIDIA DENGAN FITURE E-BOOKING TIKET BERBASIS WEB.
- Pohan, Chairil Anwar. 2011. Manajemen Perpajakan Strategi Perencanaan Pajak dan Bisnis Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Pram.2016,0317. Layanan E-payment Bakal Marak diIndonesia. Retrieve Dfrom BeritaBethel.
- Simanjuntak, M., Setiawan, A., Nasrullah, N., Abdillah, L. A., Mistriani, N., Simarmata, J., ... & Yendrianof, D. (2021). *Pemasaran Digital Pariwisata Indonesia*. Yayasan Kita Menulis.
- Soetanto, S. P., & Chandra, D. Pengaruh Faktor E-Booking Garuda Indonesia Terhadap Customer Satisfaction.

Conference :

- Himawan, H. (2015). E-tourism: Antara konsep dan implementasi dalam mendukung industri pariwisata Indonesia. In *Seminar Nasional Informatika (SEMNASIF)* (Vol. 1, No. 5).

Website :

- Aditya, I Wayan Putra; Arini, Ni Nyoman. PERAN MARKETPLACE GO DESTINATION VILLAGE (GODEVI) DALAM MEMPROMOSIKAN DESA WISATA. **Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)**, [S.l.], v. 10, n. 1, p. 144-153, july 2022. ISSN 2548-7930. Available at: <<https://ojs.unud.ac.id/index.php/pariwisata/article/view/87079>>. Date accessed: 10 Desember 2022. doi: <https://doi.org/10.24843/IPTA.2022.v10.i01.p16>.
- Anonim. Diakses pada laman <http://repository.radenfatah.ac.id/17526/2/2.%20Bab%20Dua.pdf> Tanggal 8 Desember 2022.
- Anonim. Diakses pada laman <http://repository.stei.ac.id/4500/3/BAB%20II%20KAJIAN%20PUSTAKA.pdf> Tanggal 8 Desember 2022.
- Anonim. Diakses pada laman <https://jsi.cs.ui.ac.id/index.php/jsi/article/download/290/116/> Tanggal 8 Desember 2022.
- Anonim. Diakses pada laman <https://library.uir.ac.id/skripsi/pdf/123510417/bab2.pdf> Tanggal 8 Desember 2022.

- Bisnis.com. (2019). Godevi, Aplikasi untuk Kembangkan Desa Wisata di Bali. Diakses dari <https://traveling.bisnis.com/read/20190831/361/1142993/godevi-aplikasi-untuk-kembangkan-desa-wisata-di-bali> pada 10 November 2022 pukul 15:40 WITA.
- Hermawan, Oktavianty Putriana. 2020. “Pengembangan Website Sebagai Alat Promosi Dalam Upaya Merekrut Siswa Pada SMK Al Husna Tangerang”. Diakses pada laman <https://widuri.raharja.info/index.php?title=SI1511489040> Tanggl 11 Desember 2022.