

STRATEGI PELAKSANAAN PROMOSI DAN PEMANFAATAN DIGITALISASI DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA KOTA SURABAYA

Kota Surabaya merupakan salah satu kota yang memiliki beberapa potensi yang sangat beragam, salah satunya yakni pada potensi wisatanya yang sangat besar. Tersedianya berbagai destinasi wisata, tempat penginapan, fasilitas kota, akses transportasi, dan berbagai event besar diadakan menjadi kelebihan tersendiri bagi kota ini. Meskipun begitu, usaha mempromosikan destinasi wisata dengan memanfaatkan basis digital masih sangat minim, padahal hampir seluruh wisatawan saat ini telah menggunakan internet untuk mencari informasi tentang potensi wisata suatu daerah. Sehingga, terdapat beberapa saran sebagai upaya meningkatkan kunjungan wisatawan ke Surabaya, yaitu : 1) Membuat Platform Digital Pariwisata Kota Surabaya; 2) Membangun kerjasama dengan sektor privat dalam pengembangan platform digital pariwisata Kota Surabaya; dan 3) Memaksimalkan peran media sosial yang telah dimiliki pemerintah.

Pendahuluan

Perkembangan Kota Surabaya saat ini tidak lagi hanya berfokus pada sektor industri, namun sudah mulai memaksimalkan potensi wisata yang dimiliki kota tersebut. Menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 pasal 1 ayat 1 tentang Kepariwisata, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh 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. Target untuk meningkatkan wisatawan ke kota tersebut juga menjadi salah satu tujuan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Surabaya. Hal ini dikarenakan selain untuk memperkenalkan potensi Kota Surabaya kepada dunia, peningkatan jumlah wisatawan akan membuat gejala perekonomian masyarakat sekitarnya semakin meningkat, sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan pengembangan usaha masyarakat lokal di Kota Surabaya.

Jumlah kunjungan wisatawan di Kota Surabaya menurut data dari BPS Kota Surabaya dari tahun 2008- hingga tahun 2014 selalu mengalami peningkatan, baik dari wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Jumlah tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Banyaknya Kunjungan Wisatawan Nusantara 2008-2014
Number of Telephone House and Telephone Shelter 2008-2014

Tahun	Target	Realisasi	Capaian %
2008	2,194,867	7,017,011	320
2009	2,288,755	7,230,202	316
2010	2,632,068	7,544,997	287
2011	7,656,584	9,194,116	120
2012	7,869,775	9,561,881	122
2013	8,082,966	11,122,194	138
2014			

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya

Banyaknya Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2008-2014

Tahun	Target	Realisasi	Capaian %
2008	149,537	137,274	92
2009	157,013	154,866	99
2010	164,863	168,804	102
2011	174,315	279,230	160
2012	179,835	323,037	180
2013	185,353	350,017	189
2014			

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya

Sumber : Data BPS Kota Surabaya

<https://surabayakota.bps.go.id/Subjek/view/id/16#subjekViewTab3>

Sehubungan dengan itu, berdasarkan data yang dimiliki pemerintah Kota Surabaya di tahun 2015, terdapat lebih dari 36 destinasi wisata di Kota Surabaya, terdiri dari wisata religi, berbagai monument dan museum, berbagai taman, tempat perbelanjaan, wisata kuliner dan objek wisata dan taman bermain lainnya yang terdapat di kota ini. Selanjutnya, Kota Surabaya memiliki 75 hotel yang dapat digunakan untuk bermalam oleh wisatawan. Tambahan pula, Kota Surabaya juga menawarkan berbagai macam wisata kuliner yang bisa dijadikan pilihan bagi para wisatawan dan *food hunter*. Terdapat 38 Restoran, 27 kafe, dan lebih dari 50 rumah makan yang banyak tersebar diseluruh kota Surabaya (Sumber : [http://www.surabaya.go.id/berita/8178-daftar-usaha-pariwisata-\(dup\)](http://www.surabaya.go.id/berita/8178-daftar-usaha-pariwisata-(dup))) Didukung dengan kualitas tata kota dan ruang terbuka hijau yang semakin baik menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk berkunjung di Surabaya.

Tidak terbatas pada pemanfaatan potensi wisata yang dimiliki, Kota Surabaya juga tidak jarang mengadakan berbagai macam event dalam menarik datangnya wisatawan. Menariknya, event yang diadakan sangat identik dengan kebudayaan jawa timur dan pengenalan

UMKM masyarakat di sekitarnya, seperti Rujak Uleg Surabaya 2017, Dolly Saiki Fest 2017, Surabaya Shopping Festival 2017, dan masih banyak lagi.

Namun pada saat ini, perkembangan teknologi dan informasi yang semakin canggih juga telah merubah pola perkembangan di masyarakat. Sebagian besar saat ini telah memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi di smartphone yang dimilikinya. Hal ini dianggap cara yang simple dan sederhana bagi para pelancong dan wisatawan untuk mendapatkan informasi mengenai potensi wisata di daerah yang dikunjungi. Perkembangan masyarakat ini seharusnya menjadi hal yang perlu diperhatikan oleh pemerintah kota Surabaya untuk mengubah cara promosi potensi pariwisatanya agar tetap terjadi peningkatan jumlah wisatawan baik mancanegara maupun nusantara. Sehingga kita perlu mengetahui apakah promosi pariwisata di Kota Surabaya telah memanfaatkan perkembangan digitalisasi dan teknologi informasi untuk menarik wisatawan masuk ke Kota Surabaya.

Teknik Pengumpulan Informasi dan Data

Dalam mendapatkan berbagai informasi mengenai kebudayaan dan pariwisata, penulis mengumpulkan dengan cara melakukan wawancara kepada Ibu Lies selaku staf Tata Usaha di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata pada tanggal 23 May 2017 dan juga melakukan kuliah umum dengan mengunjungi Bapekko Kota Surabaya untuk mencari informasi lebih dalam lagi pada tanggal 29 May 2017. Selain itu, penulis juga melakukan wawancara kepada beberapa wisatawan dari luar kota mendapatkan tanggapan mengenai *e-brochures*

Strategi Promosi Wisata Oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya

Dalam strategi mempromosikan pariwisata di Kota Surabaya, menurut pemaparan Ibu Lies selaku staff pada Disbudpar Kota Surabaya mengatakan bahwa fokus utama dalam pembangunan wisata pada Disbudpar berfokus melalui media pendekatan digitalisasi namun masih menggunakan taraf pendekatan *face to face*. Menurutnya, perkembangan pariwisata saat ini bertumbuh ke arah *hospitality industry*, yaitu segala macam bentuk usaha yang berhubungan dengan penyediaan akomodasi dalam penginapan, makanan serta minuman dan berbagai jenis jasa lainnya yang saling berhubungan dan bentuk pelayanannya ditujukan untuk masyarakat, baik yang menggunakan fasilitas penginapan atau yang hanya sekedar menggunakan jasa atau produksi tertentu dari hotel tersebut.

Sementara itu, fokus pariwisata di Kota Surabaya lebih condong pada jenis wisata MICE (Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition), merupakan usaha dengan kegiatan untuk memberi jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang (pertemuan antar instansi pemerintahan dan para pengusaha) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama. Kegiatan yang dilakukan dalam usaha untuk mempromosikan wisata yang ada di Surabaya lebih kepada untuk memaksimalkan potensi sarana, prasarana dan fasilitas yang dimiliki mengadakan event-event yang ada di Surabaya baik yang diselenggarakan oleh pemerintah kota maupun pihak luar pemerintah.

“karena ngelihat kotanya kan ini kota industri, kota jasa dan perdagangan, kota bisnis, jadi kita dapat banyak disitu juga. Makanya kita selalu ke kementerian juga berusaha untuk kita selalu pengen untuk jadi tuan rumah untuk event-event internasional.” – Ibu Lies (Staff Disbudpar Kota Surabaya, 23 mei 2017)

Dalam kerjasamanya dengan pihak lain, Disbudpar menyatakan tidak ada kerjasama khusus dengan pihak diluar pemerintah, hanya terbatas bekerjasama dengan pihak restaurant, penginapan, dan penyewaan *convention hall* untuk mengadakan event-event besar di Kota Surabaya. Selain itu, juga bekerja sama dengan Pelindo karena dianggap sebagai salah satu pintu masuk pendatang di Surabaya, pendatang biasanya diberikan brosur informasi mengenai Surabaya dan terdapat agent-agent wisata yang menawarkan paket wisata di kota Surabaya.

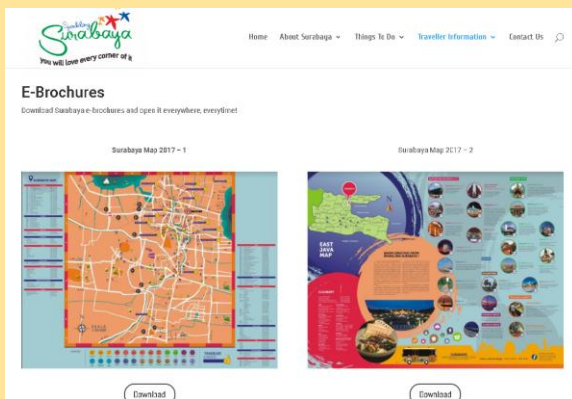
Pemanfaatan Information, Communication, Technology (ICT) oleh Pemerintah Dalam Promosi Wisata di Kota Surabaya

Pemanfaatan ICT oleh pemerintah Kota Surabaya dalam mempromosikan potensi wisata daerahnya sudah dilakukan, hal ini dianggap penting mengingat bahwa perkembangan masyarakat dalam penggunaan smartphone terus meningkat. Sehingga penggunaan ICT dalam mempromosikan wisata dianggap bisa sangat efektif untuk meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi Kota Surabaya.

Dalam kuliah umum yang dilaksanakan di Bappeko Kota Surabaya, Pak Ivan dan Pak Alvian memaparkan pemanfaatan kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang diterapkan oleh Pemkot Surabaya saat ini yaitu memberikan informasi mengenai kepariwisataan dan berbagai destinasi wisata daerah dengan memanfaatkan website atau portal <https://sparkling.surabaya.go.id/traveller-information/essential-information/>.

“Untuk aplikasi khusus seperti penyediaan transportasi, penginapan, dan lainnya kita memang tidak punya, namun kita punya e-brochures untuk informasi mengenai wisata di Surabaya. Disana lengkap dan dapat di download di web sparkling Surabaya dan itu resmi dari pemerintah kok” – Pak Alvian (Staff Bappeko Kota Surabaya, 29 may 2017)

Link di dalam website ini bisa terkoneksi langsung dengan website resmi pemerintah kota surabaya yaitu <http://www.surabaya.go.id/> oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Surabaya. Namun disayangkan, bahwa tidak semua wisatawan lokal maupun mancanegara yang mengetahui.



Dalam website atau portal sparkling surabaya terdapat menu yang berisi *home, about Surabaya, Things to do, travellers information, contact us*. untuk memberikan informasi wisatawan yang belum mengetahui seluk beluk kota Surabaya bisa membuka menu *travellers information* yang mencakup *where to stay* (terdapat informasi hotel bintang 1 hingga 5, *homestay; guest house* dan *apartment*), *transportation* (terdapat *city tour, train, city bus, mini bus, airline info* and *schedule, taxi, car rentals*), *food and drink, essential information* dan *e-brochures*.



Salah satu contoh halaman di e-brochures

Dari 5 sub menu di *travellers information*, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Surabaya memberikan dokumen bernama *e-brochures* yang dapat mempermudah wisatawan domestik/lokal dan mancanegara untuk berkeliling di kota Surabaya. *E-brochures* tersebut dapat di download di smartphone sehingga dapat digunakan oleh wisatawan dimanapun mereka berada. *E-brochures* berisi tentang berbagai informasi dan referensi bagi wisatawan mengenai destinasi objek wisata, kuliner dan budaya, kafe dan restoran, dan berbagai tempat hiburan yang terdapat di Kota Surabaya.

Untuk memastikan bahwa apakah *E-brochures* ini telah diketahui oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Kami mencoba mewawancarai beberapa orang dari luar kota Surabaya yang pernah melakukan kunjungan untuk berwisata di kota Surabaya, dan dari 5 sampel yang kita pilih, hasilnya bahwa seluruhnya mencari informasi tentang kepariwisataan itu dengan cara menggunakan internet (blog). Dan salah satu jawaban dibawah ini mewakili kelima sampel tersebut.

“Kalo lagi ke Surabaya, buat nyari informasi wisatanya sih biasanya selalu browsing di internet.” – Dalyano, salah satu wisatawan dari tanggerang

Menurut mereka, dalam pencarian browsing tentang informasi wisata kota Surabaya, tidak ada rujukan atau link yang mengantar pada website untuk men-download *e-brochures* tersebut. Padahal informasi wisata di *e-brochures* tersebut cukup lengkap, dari alamat tempat wisata, informasi event, peta lokasi tempat wisata di kota Surabaya, dan bahkan ada yang memberikan *contact person* tempat tersebut. Hal tersebut akan sangat

membantu para wisatawan yang datang untuk mendapatkan informasi dan kemudahan akses informasi tersebut tentu saja akan memberikan *feedback* yang positif, sehingga diharapkan dapat meningkatkan jumlah pendatang dan wisatawan ke Kota Surabaya.

Rekomendasi Kebijakan

Setelah mengetahui bagaimana proses promosi yang dilakukan serta pemanfaatan teknologi berbasis digital oleh pemerintah Kota Surabaya di bidang pariwisata, maka terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diajukan sebagai usaha meningkatkan wisatawan ke Kota Surabaya, yaitu :

1. Membuat Platform Digital Pariwisata Kota Surabaya

Adanya platform digital yang disediakan oleh pemerintah Kota Surabaya berbentuk aplikasi *smartphone* menjadi kebutuhan yang sangat penting. Platform digital yang memiliki fungsi informasi, booking, petunjuk, tarif, dan ulasan. Fungsi informasi guna menginformasikan segala layanan yang ada di kota Surabaya. Layanan yang disediakan oleh platform digital ini yaitu meliputi destinasi wisata, restoran, depot makanan, transportasi, hotel dan penginapan, dan mall. Layanan yang disediakan oleh platform digital ini berbasis Gmaps dan sifatnya real-time, serta tarif yang tersedia dari yang tertinggi hingga terendah.

2. Membangun kerjasama dengan sektor privat dalam pengembangan platform digital pariwisata Kota Surabaya

Bekerja sama dengan sektor privat dalam pembuatan dan pengembangan platform digital pariwisata dapat menjadi salah satu alternatif. Selain lebih hemat, sektor privat lebih profesional dalam pengerjaannya, sehingga kualitas platform digital dapat lebih berkualitas, selalu *up to date* dan mudah diakses oleh masyarakat penggunaanya.

3. Memaksimalkan peran media sosial yang telah dimiliki pemerintah saat ini

Dinas kebudayaan dan pariwisata disarankan menggunakan pendekatan yang informal kepada pengguna media sosial seperti selalu update dalam *ngepost* dan meningkatkan followers-nya, aktif dalam menginformasikan pariwisata, fasilitas kota yang

dimiliki dan info event Surabaya terkini di dalam aplikasi seperti twitter, facebook, dan instagram. Hampir sebagian besar pengguna media sosial mencari destinasi wisata di Kota Surabaya melalui internet, dan ketertarikan mereka untuk mengunjungi suatu tempat wisata berawal dari informasi tempat wisata yang bagus di media sosial, hal ini bisa dimanfaatkan oleh pemerintah kota dengan membawa nama resmi pemerintah karena akan lebih dapat dipercaya informasinya oleh masyarakat.

Referensi

- Badan Pusat Statistik Surabaya, “Banyaknya Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2008-2014”, <https://surabayakota.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/369> (diakses tanggal 2 Juli 2017)
- Badan Pusat Statistik Surabaya, “Banyaknya Kunjungan Wisatawan Nusantara 2008-2014”, <https://surabayakota.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/368> (diakses tanggal 2 Juli 2017)
- Irsyad Ardi, “Definisi Hospitality Industri”, http://www.academia.edu/14013071/Definisi_Hospitality_industri (Diakses tanggal 12 Juli 2017)
- Kuliah umum Bapekko Kota Surabaya oleh Pak Alvian dan Pak Ivan pada tanggal 29 May 2017
- Surabaya.go.id, “Daftar Usaha Pariwisata (DUP). [http://www.surabaya.go.id/berita/8178-daftar-usaha-pariwisata-\(dup\)](http://www.surabaya.go.id/berita/8178-daftar-usaha-pariwisata-(dup)), (Diakses tanggal 2 Juli 2017)
- Sparkling Surabaya, “E-Brohures”, <https://sparkling.surabaya.go.id/traveller-information/essential-information/> (Diakses tanggal 2 Juli 2017)
- Wawancara kepada Ibu Lies selaku staf Tata Usaha di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata pada tanggal 23 Mei 2017

NAMA KELOMPOK :

Zulaicha Fajrin	071411131048
Dzikri Syaraful A	071411131049
Evi Maya Odelia	071411131056
Dyna Putri Utami	071411131059
Fajar Cahyadi	071411131061
Parlaungan Iffah N	071411131063
Sophie Florence	071411131064
Endar Heryan Pajri	071411133003
Dina Rahajeng	071411133020
Dody Hardiyanto	071411133024
Rizvanda Meyliano	071411133026
Seno Bhagaskoro	071411133029