

Smartdestination: Sebagai Solusi Wisata di Parangtritis Menggunakan Pendekatan *Supply Chain Management*

Dina Adinda Ronatal Sihombing¹⁾, Nurul Istiqamah²⁾, Reminis Care Harita³⁾

^{1,2,3} Program Studi Teknik Industri Universitas Widya Mataram, nDalem Mangkubumuen
KT III/237 Yogyakarta

Corespondensi: dinasihombing68@gmail.com

Abstrak

Yogyakarta dikenal sebagai destinasi wisata utama di Indonesia, terutama Pantai Parangtritis salah satu wisata di Indonesia yang memiliki sejarah budaya yang kuat terletak di Kecamatan Kretek, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Keberadaan wisata Pantai Parangtritis tidak hanya menarik wisatawan domestik juga mancanegara. Kesulitan yang dihadapi yaitu kurangnya informasi tentang pantai parangtritis bagi para wisatawan baru. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, saat ini belum adanya website yang mempromosikan Pantai Parangtritis dengan keunggulan kerjasama antara pengelola dan pemasok berbagai fasilitas. Pengembangan website SmartDestination yang mempopulerkan Pantai Parangtritis menggunakan teknologi informasi sebagai penyimpanan data dan penyajian informasi pariwisata secara elektronik dengan pengelolaan Supply Chain Management (SCM) menjadi suatu inovasi yang bertujuan memberikan kemudahan pengunjung dalam mengakses informasi pariwisata dan pengelola dalam mengalokasikan pengunjung.

Kata kunci: Pantai Parangtritis, Supply Chain Management, SmartDestination, Website

Abstract

Yogyakarta is known as a major tourist destination in Indonesia, especially Parangtritis Beach, one of the tourist attractions in Indonesia that has a strong cultural history located in Kretek District, Bantul Regency, Special Region of Yogyakarta. The existence of Parangtritis Beach tourism not only attracts domestic but also foreign tourists. The difficulty faced is the lack of information about Parangtritis Beach for new tourists. Based on previous research, currently there is no website that promotes Parangtritis Beach with the advantage of cooperation between managers and suppliers of various facilities. The development of the SmartDestination website that popularizes Parangtritis Beach uses information technology as data storage and presentation of tourism information electronically with Supply Chain Management (SCM) management is an innovation that aims to provide convenience for visitors in accessing tourism information and managers in allocating visitors.

Keywords: Parangtritis Beach, Supply Chain Management, SmartDestination, Website

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era ini semakin berkembang dari tahun ke tahun. Teknologi berkembang dengan adanya sistem informasi yang sistematis, terorganisir, dan pada saat dijalankan dapat menghasilkan informasi yang bermanfaat dalam organisasi. Sistem informasi yang mengumpulkan, menyimpan dan mengelola data dimanfaatkan oleh AI (*Artificial Intelligence*) untuk dilakukan analisis lanjutan, mendeteksi pola dan membuat prediksi untuk pengambilan keputusan. Pemanfaatan teknologi Kecerdasan Buatan atau AI (*Artificial Intelligence*) memunculkan Revolusi Industri 5.0. Artificial Intelligence atau kecerdasan buatan adalah sistem komputer yang mampu melakukan tugas-tugas dengan

membutuhkan kecerdasan manusia. Teknologi ini dapat membuat keputusan dengan cara menganalisis dan menggunakan data yang tersedia di dalam sistem (Sobron & Lubis, 2021). Kecerdasan buatan merupakan upaya untuk memodelkan proses berpikir manusia dan mendesain mesin agar dapat menirukan perilaku manusia (Srivastava et al., 2023). Berbagai bidang industri sudah memanfaatkan teknologi tersebut, mulai dari kesehatan, keuangan, dan pariwisata (Sobron & Lubis, 2021).

Seiring dengan pertumbuhan pariwisata yang pesat, berbagai infrastruktur dan layanan pendukung seperti akomodasi, restoran, objek wisata, dan transportasi terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang semakin meningkat (Putra Permana, 2023). Pengembangan pariwisata Indonesia saat ini perlunya didahului dengan pemahaman mengenai tantangan yang harus dihadapi dalam merencanakan, melaksanakan pembangunan pariwisata di Indonesia. Objek wisata yang terdapat di Yogyakarta sangat beragam dengan berbagai corak yang sangat spesifik seperti wisata alam, wisata budaya, Wisata bahari, wisata hiburan atraksi dan lain-lain (Baya, 2019). Perkembangan teknologi yang dilakukan bertujuan meningkatkan efisiensi dan kenyamanan perjalanan wisatawan, membuat seluruh proses dari perencanaan hingga pelaksanaan perjalanan menjadi lebih mulus dan menyenangkan. Salah satu wisata di Indonesia dan memiliki sejarah budaya yang kuat yaitu Pantai Parangtritis yang terletak di Kecamatan Kretek, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Terkenal dengan keindahan pantai dan wisata alamnya, Pantai Parangtritis menjadi salah satu destinasi wisata unggulan Yogyakarta. Keberadaan Pantai Parangtritis tidak hanya menarik wisatawan domestik dan mancanegara namun kesulitan yang dihadapi yaitu kurangnya informasi tentang Pantai Parangtritis bagi para wisatawan baru. Untuk menunjang perkembangan pariwisata di Parangtritis dapat dipromosikan keluar dan dalam negeri terutama di Indonesia.

Pada penelitian (Subeni & Rif'an, 2022) memaparkan bahwa Pantai Parangtritis sudah memanfaatkan teknologi sebagai promosi di *website* <https://parangtritis.bantulkab.go.id/> dengan memaparkan berita-berita terkini. Berdasarkan penelitian (Rif'an & Ragil, 2020) menyatakan telah ada kerjasama yang baik antara paguyuban penjual, penyuplai bahan baku, pengrajin, dan pengelola pariwisata Pantai Parangtritis. Sedangkan penelitian (Suprayitno & Muttaqien, 2022) Dinas Pariwisata DIY telah melakukan promosi pariwisata melalui Instagram @visitingjogja untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Dalam peningkatan pengunjung di Pantai Parangtritis, pengelola Dinas Pariwisata DIY sudah menggunakan fitur hashtag di Instagram untuk memudahkan pengunjung untuk mencari tempat wisata atau kuliner yang ada di Yogyakarta dengan hashtag nama tempat yang dikunjungi, nama kuliner, dan nama kegiatan atau event yang sedang berlangsung. Sedangkan fitur *Geolocation* di Instagram yang menampilkan destinasi wisata yang terhubung dengan *Google maps*. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, saat ini belum adanya *website* yang mempromosikan Pantai Parangtritis dengan keunggulan kerjasama antara pengelola dan pemasok berbagai fasilitas. Sehingga, diperlukannya pengembangan *website* yang mempopulerkan Pantai Parangtritis menggunakan teknologi informasi sebagai penyimpanan data dan penyajian informasi pariwisata secara elektronik dengan pengelolaan Supply Chain Management agar memberikan kemudahan pengunjung dalam mengakses informasi pariwisata dan pengelola dalam mengalokasikan pengunjung.

Website SmartDestination menjadi salah satu sistem informasi yang berguna bagi wisatawan yang ingin berlibur di pantai parangtritis. Sistem informasi objek pariwisata berbasis web sangat membantu dalam pemilihan objek-objek pariwisata dan mempermudah para wisatawan dalam memperoleh informasi yang lebih lengkap dan efisien (Nurmi, 2017). SmartDestination merupakan *website* berbasis sistem informasi yang dikelola menggunakan pendekatan *Supply Chain Management* di Pantai Parangtritis. Dalam SmartDestination terdapat banyak pilihan mengenai *supplier*, manufaktur, distributor, dan *customer*.

1.2 Rumusan Masalah

Pada uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu bagaimana konsep *website* SmartDestination sebagai solusi wisata di Pantai Parangtritis menggunakan pendekatan *Supply Chain Management*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep *website* SmartDestination sebagai solusi wisata di Pantai Parangtritis menggunakan pendekatan *Supply Chain Management*.

1.4 Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini menggunakan objek wisata Pantai Parangtritis karena diperlukannya pengembangan *website* untuk meningkatkan promosi.

METODE PENELITIAN

1.5 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bertujuan untuk memberikan pemahaman dan membuat gambaran mengenai konsep SmartDestination, alat untuk wisatawan yang ingin berlibur di Pantai Parangtritis. Implementasi revolusi industri 5.0 ini menjadi solusi dalam membantu wisatawan berliburan yang cerdas di era canggih ini.

1.6 Subjek dan Lokasi penelitian

Subjek penelitian adalah seluruh wisatawan di wilayah Yogyakarta yang mengunjungi Pantai Parangtritis

1.7 Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

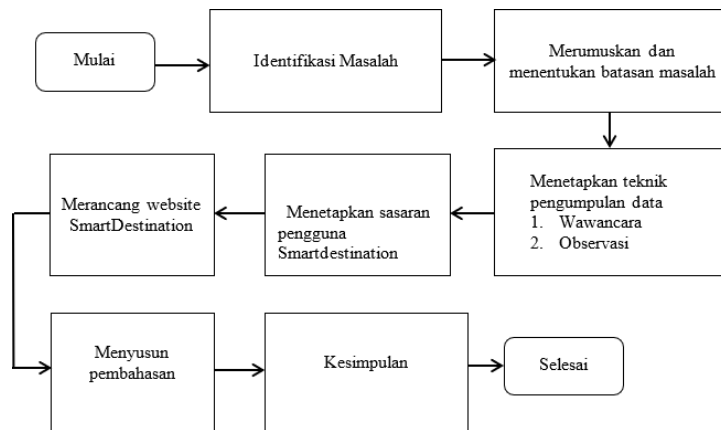
- a. Metode wawancara
Yaitu mengumpulkan data dengan cara melakukan wawancara atau tanya jawab secara langsung dengan Pemilik Rumah makan, *homestay*, ATV dll untuk memperoleh informasi mengenai permasalahan utama.
- b. Metode observasi
Yaitu mengadakan pengamatan langsung pada objek yang diteliti. Observasi dilakukan guna mendapatkan data rumah makan, biaya ATV, dan *homestay* dengan merekam ataupun pengambilan foto.

1.8 Teknik Analisis Data

Penelitian yang dilakukan memaparkan analisis dokumen-dokumen dan data-data dari sumber penelitian sebelumnya untuk membuat rancangan *website*, menyimpulkan hasil, dan saran karya tulis ilmiah ini.

1.9 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian yang dilakukan pada tahapan penelitian terlihat seperti pada Gambar 1. Penelitian dimulai dari identifikasi masalah, merumuskan batasan masalah, teknik pengumpulan data, sasaran pengguna, rancangan *website*, menyusun pembahasan dan kesimpulan.



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.10 Supply Chain Management

Menurut Haudi et al. (2022) *Supply Chain Management* (SCM) adalah terintegrasinya suatu proses dimana sejumlah entity bekerja bersama demi mendapatkan bahan baku, dan mengubahnya menjadi produk jadi. Produk dikirimkan ke retailer dan pelanggan. Pada suatu *Supply Chain* (SC) terdapat 3 macam aliran yang dikelola. Aliran dari hulu (*upstream*) ke hilir (*downstream*) dan sebaliknya yaitu barang, uang, dan informasi. Pertama bahan baku yang dikirim dari supplier ke pabrik, kemudian distributor, lalu ke pengecer atau ritel, sehingga ke pelanggan. Kedua yaitu aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu. Ketiga yaitu aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir ataupun sebaliknya. SCM juga merupakan pendekatan terintegrasi antar fungsi maupun lintas organisasi dalam memproduksi dan menghantarkan produk ke pelanggan. Menurut (Hahn, 2020) dan (Haudi et al., 2022) SCM merupakan suatu proses yang dimulai dari pengembangan produk, pengadaan, perencanaan atau pengendalian, operasi, dan distribusi dimana semua cakupan yang ada saling berhubungan satu dengan yang lainnya sehingga menghasilkan suatu produk yang berkualitas dan memudahkan produk tersebut sampai pada pengguna akhir (konsumen) secara efektif dan efisien. Tujuan dari manajemen rantai pasokan adalah mengkoordinasi kegiatan dalam rantai pasokan untuk memaksimalkan keunggulan kompetitif dan manfaat dari rantai pasokan bagi pelanggan akhir (Muhammad Yusuf et al., 2022)

Perkembangan sistem komunikasi yang terintegrasi saat ini berpengaruh besar pada alur informasi dan alur barang/pelayanan suatu rantai pasok, baik itu rantai pasok barang maupun jasa pariwisata. Pada bidang pariwisata, SCM memberikan peran penting karena aplikasi berbasis *website* ataupun seluler memudahkan konsumen untuk lebih mengetahui detail, membandingkan suatu produk/jasa dengan pesaingnya dan juga memudahkan komunikasi dan transaksi dengan para distributor ataupun langsung dengan produsen (Barliansah, 2019).

1.11 Website

Pengertian *website* adalah kumpulan halaman *web* atau 'lokasi' di internet tempat pengunjung dalam menyimpan informasi dan menyajikannya agar bisa diakses oleh siapa pun secara *online*. *Website* pariwisata sangat mendukung dalam pengembangan fungsi pariwisata di kota/kabupaten. Fungsi pengembangan pariwisata antara lain: pengembangan objek daya tarik wisata; meningkatkan dan mengembangkan

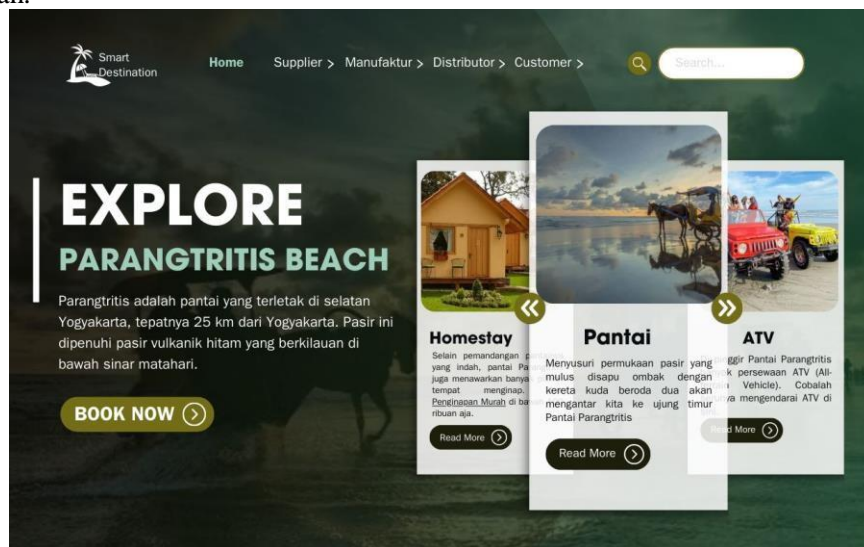
promosi dan pemasaran; meningkatkan pendidikan dan pelatihan kepariwisataan (Nurmi, 2017).

1.12 SmartDestination

SmartDestination merupakan sarana layanan berbasis sistem informasi yang didasari SCM di Pantai Parangtritis. Berdasarkan pada penerapan teknologi informasi dan komunikasi, adapun beberapa menu yang tersedia dalam *website* SmartDestination yaitu:

- Supplier
- Manufaktur
- Distributor
- Pelanggan

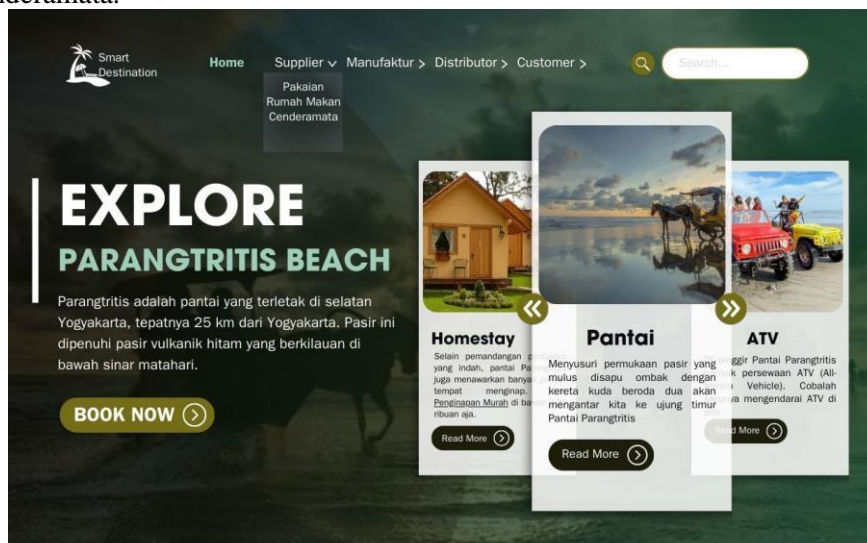
Tampilan menu utama SmartDestination pada Gambar 2 merepresentasikan deskripsi singkat wisata Pantai Parangtritis, berbagai pilihan menu yang dapat diakses, dan kolom pencarian.



Gambar 2. Tampilan menu Utama SmartDestination

3.1.1 Supplier

Supplier atau pemasok adalah pihak perorangan atau bisnis yang memasok atau menyuplai produk barang atau jasa kepada bisnis lain baik itu ke perorangan maupun perusahaan. Adapun pilihan di menu *supplier* pada Gambar 3. yaitu pakaian, Rumah makan dan cenderamata.



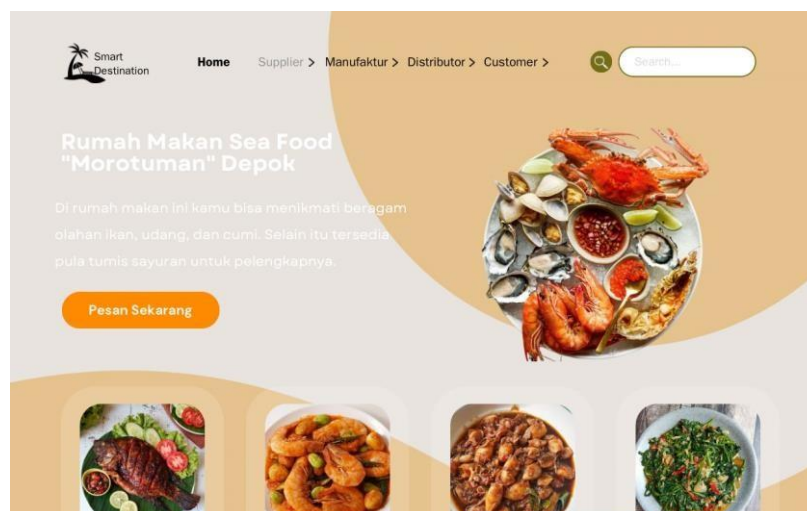
Gambar 3. Tampilan Menu Pilihan *Supplier*

Pada saat kita mengklik part Rumah makan, SmartDestination akan langsung Menampilkan pilihan Rumah Makan yang direkomendasikan, seperti yang disajikan pada gambar 4. Terdapat dua part yang bisa kita klik yakni; Menu dan Rute perjalanan menuju Rumah makan yang ingin kita tuju.



Gambar 4. Tampilan Bagian Menu *Supllier*

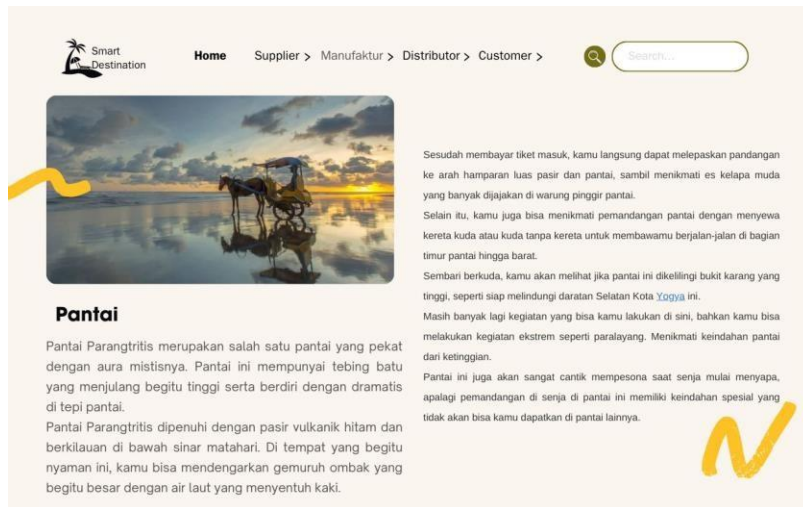
Lalu, Pada saat kita klik Menu maka akan muncul Seperti pada gambar 5. menampilkan berbagai Makanan dan Minuman yang tersedia pada kolom Rumah Makan.



Gambar 5. Tampilan Menu Makanan yang Tersedia di Rumah Makan

3.1.2 Manufaktur

Manufaktur adalah suatu proses dalam ekonomi modern untuk menciptakan produk mulai dari bahan mentah yang menggunakan penggunaan alat, tenaga manusia, mesin, dan pemrosesan kimia. Pada Gambar 6 menampilkan manufaktur dalam konteks wisata berupa fasilitas yang tersedia. Fasilitas yang tersedia di SmartDestination seperti *Homestay*, Tenda payung, Fotografer, Kuda, ATV.



Gambar 6. Tampilan Menu Utama Manufaktur

3.1.3 Distributor

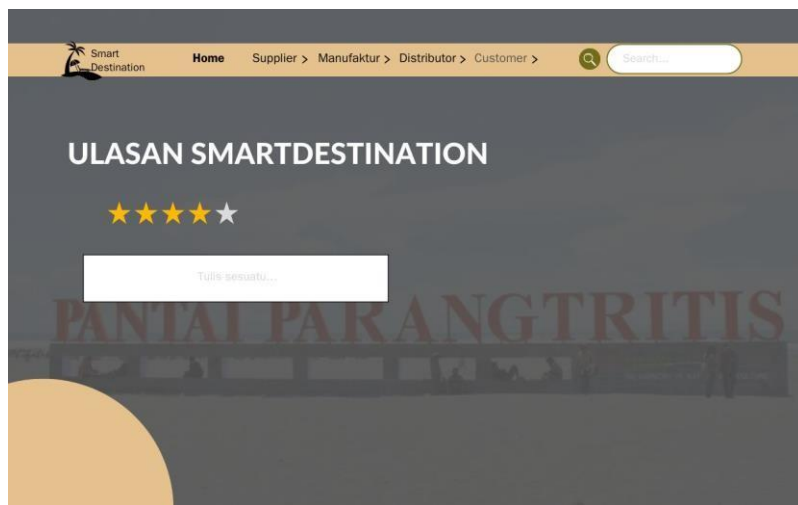
Distributor adalah perusahaan atau individu yang berperan sebagai perantara untuk mendistribusikan produk dari produsen atau pemasok ke konsumen atau pelanggan akhir. pada menu ini menampilkan pilihan antara lain; Travel, Bis, Gojek pada Gambar 7.



Gambar 7. Menu Utama Distributor

3.1.4 Pelanggan

Pelanggan atau *customer* adalah bagian dari target atau sasaran pemasaran yang dapat berupa individu atau perusahaan. Pelanggan merupakan pelanggan yang menerima, mengkonsumsi, dan membeli produk atau jasa dari suatu perusahaan bisnis. Didalamnya terdapat menu ulasan, tanggapan survei, perubahan permintaan yang bisa dilakukan langsung oleh pelanggan seperti pada Gambar 8.



Gambar 8. Menu Bagian Pelanggan

KESIMPULAN

SmartDestination ini merupakan sistem informasi berbasis *website* yang berguna untuk membantu wisatawan yang hendak berlibur di pantai parangtritis. Aplikasi SmartDestination berisi Data Supplier, Manufaktur (fasilitas), Distributor, dan Customer. Adapun Keunggulan dari SmarDestination yaitu mengintegrasikan kerjasama antara pengelola dan pemasok berbagai fasilitas. Sehingga, diperlukannya pengembangan *website* yang mempopulerkan Pantai Parangtritis menggunakan teknologi informasi sebagai penyimpanan data dan penyajian informasi pariwisata secara elektronik dengan pengelolaan SCM agar memberikan kemudahan pengunjung dalam mengakses informasi pariwisata dan pengelola dalam mengalokasikan pengunjung. Diharapkan *website* ini dapat dikembangkan dan kedepannya dapat berkolaborasi dengan kementerian atau lembaga yang dapat menunjang kebutuhan operasional dan sumber daya *website* ini. Kami berharap penelitian ini dapat diterima oleh semua pihak supaya kegiatan usaha kami dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Barliansah, Beni. (2019). Analisis Rantai Pasok Pariwisata (Tourism Supply Chain) Dengan Pendekatan Fuzzy Logic Di Kota Bandung. *Indept*, 8(3).
- Baya, N. (2019). Strategi Pengembangan Obyek Wisata Lembah Hijau di Kelurahan Malino Kabupaten Gowa. *Jurnal Environmental Science*, 1(2). <https://doi.org/10.35580/jes.v1i2.9058>
- Hahn, G. J. (2020). Industry 4.0: a Supply Chain Innovation Perspective. *International Journal of Production Research*, 58(5). <https://doi.org/10.1080/00207543.2019.1641642>
- Haudi, Rahadjeng, E. R., Santamoko, R., Putra, R. S., Purwoko, D., Nurjannah, D., Koho, I. R., Wijoyo, H., Siagian, A. O., Cahyono, Y., & Purwanto, A. (2022). The role of e-marketing and e-crm on e-loyalty of indonesian companies during covid pandemic and digital era. *Uncertain Supply Chain Management*, 10(1). <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2021.9.006>
- Muhammad Yusuf, A., Soediantono, D., & Staf Dan Komando Angkatan Laut, S. (2022). Supply Chain Management and Recommendations for Implementation in the Defense Industry: A Literature Review. In *International Journal of Social and Management Studies (Ijosmas)* (Vol. 3, Issue 3).
- Nurmi, N. (2017). Membangun Website Sistem Informasi Dinas Pariwisata. *Edik Informatika*, 1(2). <https://doi.org/10.22202/ei.2015.v1i2.1418>

- Putra Permana, K. B. (2023). Analisis Peran Supply Chain Management (SCM) Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *COMSERVA : Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(06). <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i06.1015>
- Rif'an, A. A., & Ragil, C. (2020). Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan Pariwisata Pantai Parangtritis. *REKA RUANG*, 2(2). <https://doi.org/10.33579/rkr.v2i2.1476>
- Sobron, M., & Lubis. (2021). Implementasi Artificial Intelligence Pada System Manufaktur Terpadu. *Seminar Nasional Teknik (SEMNASTEK) UISU*, 4(1).
- Srivastava, O., Tennant, M., Grewal, P., Rubin, U., & Seamone, M. (2023). Artificial intelligence and machine learning in ophthalmology: A review. In *Indian Journal of Ophthalmology* (Vol. 71, Issue 1). https://doi.org/10.4103/ijo.IJO_1569_22
- Subeni, F., & Rif'an, A. A. (2022). Strategi Pengelolaan Pantai Parangtritis Sebagai Daya Tarik Wisata Alam Di Kabupaten Bantul Pada Era New Normal. *Pringgitan*, 3(1). <https://doi.org/10.47256/prg.v3i1.143>
- Suprayitno, A., & Muttaqien, M. (2022). Strategi Promosi Dinas Pariwisata DIY Dalam Menarik Wisatawan Melalui Instagram Visiting Jogja Di Era Pandemi (2021). *Proceedings Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Undergraduate Conference*, 2(1). <https://doi.org/10.18196/umygrace.v2i1.430>