



## Implementasi *E-Tourism* sebagai Upaya Peningkatan Kegiatan Promosi Pariwisata

Saniati<sup>1\*</sup>, Maulana Aziz Assuja<sup>2</sup>, Neneng<sup>3</sup>, Ajeng Savitri Puspaningrum<sup>4</sup>, Desi Ratna Sari<sup>5</sup> 

<sup>1,2,3,4,5</sup> Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Teknokrat Indonesia

\*Corresponding author: [saniati@teknokrat.ac.id](mailto:saniati@teknokrat.ac.id)

### Abstrak

Pariwisata merupakan salah satu destinasi wisata dengan daya tarik tersendiri bagi pengunjung, seperti wisata pada Kabupaten Pesisir Barat dengan 65 destinasi wisata seperti wisata alam, pantai, budaya, dan kuliner. Permasalahan yang dihadapi Dinas Pariwisata Pesisir Barat yaitu belum adanya sistem untuk mempromosikan destinasi wisatanya. Informasi wisata di website Dinas tersebut juga tidak lengkap, seperti kurangnya informasi promosi wisata, atraksi wisata, fasilitas, dan biro perjalanan. Website hanya menampilkan video wisata yang diarahkan ke YouTube. Kegiatan PKM berjalan dalam tiga fase yaitu fase awal, proses, dan akhir. Langkah awal yaitu merumuskan masalah Dinas Pariwisata Pesisir Barat yaitu belum memiliki sistem untuk mempromosikan objek wisatanya. Tahap kedua, memutuskan solusi untuk masalah tersebut yaitu mengembangkan sistem informasi pariwisata. Promosi menggunakan teknologi internet, biasa disebut dengan *E-Tourism* merupakan cara untuk mempromosikan pariwisata dengan mudah ke informasi yang dapat diakses kapanpun, dimanapun. Tahap akhir yaitu menyosialisasikan dan melatih penggunaan Sistem Informasi Pariwisata di Kabupaten Pesisir Barat.

**Kata Kunci:** *E-Tourism*, Pesisir Barat, Pariwisata, Website

### Abstract

*Tourism is one of the tourist destinations with its own charm for visitors, such as tourism in Pesisir Barat Regency with 65 tourist destinations such as natural, beach, cultural, and culinary tourism. The problem faced by the West Coast Tourism Office is that there is no system to promote its tourist destinations. Tourist information on the official website is also incomplete, such as the lack of information on tourism promotions, tourist attractions, facilities, and travel agencies. The website only shows travel videos that are directed to YouTube. PKM activities run in three phases, namely the initial, process, and final phases. The first step is to formulate the problem of the West Coast Tourism Office, which does not yet have a system to promote its tourism objects. The second stage is to decide on a solution to the problem, namely developing a tourism information system. Promotion using internet technology, commonly called E-Tourism is a way to easily promote tourism to information that can be accessed anytime, anywhere. The final stage is to socialize and train the use of the Tourism Information System in Pesisir Barat Regency.*

**Keywords:** *E-Tourism*, West Coast, Tourism, Website

## 1. PENDAHULUAN

Pemanfaatan teknologi informasi di sektor pariwisata dapat meningkatkan perekonomian daerah dan menciptakan peluang bisnis bagi masyarakat (Agung, 2015; Nasution, 2021). Sebagai masyarakat, mengikuti kemajuan teknologi dapat mempermudah akses informasi terkait objek wisata serta memahami nilai-nilai budaya daerah. Integrasi teknologi informasi dilakukan sebagai strategi pemasaran pariwisata yang akan menguntungkan penyedia layanan maupun pengelola pariwisata (Hamid et al., 2021; Rusyidi & Fedryansah, 2018). Pariwisata menjadi destinasi wisata dengan daya tarik tersendiri bagi pengunjung khususnya yang ada di Kabupaten Pesisir Barat. Terdapat 65 destinasi wisata di kawasan tersebut yang meliputi wisata alam, pantai, budaya, dan kuliner. Salah satu tempat

#### History:

Received : March 15, 2022

Revised : March 19, 2022

Accepted : May 03, 2022

Published : May 25, 2022

**Publisher:** Undiksha Press

**Licensed:** This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License



yang paling banyak dikunjungi wisatawan adalah wisata pantai yang memiliki ciri khas keindahan pesona lautnya. Dengan jumlah tujuan wisata yang sangat besar, hal tersebut dapat menjadi sektor utama perekonomian daerah (Apriani & Irfan, 2017; Rosmayati & Maulana, 2021). Promosi diperlukan karena dari proses promosi tersebut dapat terjadi peningkatan minat dan daya tarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Kegiatan promosi yang memanfaatkan teknologi internet sering disebut dengan *E-Tourism* yang merupakan cara untuk mempromosikan pariwisata dengan memberikan kemudahan dalam mengakses informasi yang dapat diakses kapan saja, dimana saja (Bhahri, 2021; Sari et al., 2021). *E-Tourism* adalah proses pemanfaatan teknologi dalam penyampaian informasi dan komunikasi guna meningkatkan minat pengunjung, dengan adanya layanan kepada konsumen dalam bentuk media yang mudah diakses (Leung, 2022; Ukpabi & Karjaluoto, 2017). Penelitian lainnya menyatakan bahwa *E-Tourism* adalah suatu instansi atau badan yang menggunakan teknologi informasi dalam penerapan promosi pariwisata untuk lebih mempermudah proses pengaksesan informasi (Jonathan & Tarigan, 2016; Simanjuntak et al., 2021).

Pariwisata adalah bagian dari seseorang yang melakukan kegiatan dan kegiatan hanya untuk menempati suatu tempat, mengisi waktu luangnya, bersantai dan melakukan kegiatan yang sakral, kegiatan tersebut dapat memberikan dampak positif bagi pengguna, baik secara fisik maupun mental (Jordan, 1980; Pearce, 2012). Periklanan dengan menggunakan teknologi internet yang juga dikenal dengan *E-Tourism* merupakan salah satu cara untuk mempromosikan pariwisata dengan memberikan kemudahan akses informasi yang dapat diakses kapan saja, dimana saja (Balandina et al., 2015; Beatrice & Mihălcescu, 2013). Konsep *E-Tourism* diimplementasikan untuk pengembangan teknologi informasi di industri pariwisata, yang sangat berguna untuk memperkenalkan atraksi wisata, fasilitas, akomodasi, gastronomi dan transportasi kepada dunia (Mohamed & Moradi, 2011; Tfaily, 2018). Proses pengenalan tempat wisata dan pemberian informasi tentang destinasi wisata yang berjalan saat ini yaitu dilakukan melalui periklanan via media sosial sarana promosi. Data objek wisata, data kuliner, data biro perjalanan, dan kunjungan wisatawan diperoleh berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan di Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat. Sementara itu, promosi pariwisata dilakukan melalui promosi media sosial seperti Instagram (@pesisirbarat dan @wisatapesisirbarat), Facebook, WhatsApp dan berbagi informasi detail seperti lokasi, fasilitas dan informasi protokol kesehatan. Namun, informasi ini tidak sepenuhnya lengkap untuk semua wisata di Kabupaten Pesisir Barat. Menurut hasil analisis website resmi Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat, iklan wisata memiliki kekurangan yaitu tidak menampilkan penjelasan informasi tentang tempat wisata, fasilitas, biro perjalanan, tetapi hanya video tempat wisata yang terhubung dengan youtube. Sehingga tingkat kunjungan wisatawan cukup rendah. Selain kurangnya informasi dari website resmi, rendahnya tingkat kunjungan wisatawan tersebut diperparah dengan adanya pandemi covid-19 sehingga kunjungan wisata ketempat pariwisata semakin menurun.

Berdasarkan permasalahan tersebut, perlu adanya solusi yang memberikan informasi destinasi wisata dengan memperkenalkan sistem pariwisata elektronik yang memanfaatkan media website. Situs ini dapat memberikan informasi yang lengkap kepada wisatawan ketika mengakses informasi tentang objek wisata (Nurmi, 2017; Umagapi & Ambarita, 2018). Pemilihan solusi berupa sistem informasi pariwisata atau *E-Tourism*, sejalan dengan tinjauan tim dari penelitian terdahulu yang mengangkat tema pengembangan *E-Tourism* sebagai solusi permasalahan promosi objek pariwisata (Kuswara et al., 2019; Vinandari et al., 2019). *E-Tourism* sendiri dapat didefinisikan sebagai konsep pemanfaatan TIK untuk meningkatkan daya guna pada bidang pariwisata dengan memberikan berbagai layanan pariwisata kepada customers dalam bentuk digital, dan menjadikan penyelenggaraan pemasaran pariwisata lebih mudah diakses (Bessie, 2019; Komalasari et al., 2019; Pradiatiningtyas, 2014). Pemanfaatan *E-Tourism* terbukti memberi kemudahan bagi masyarakat dalam mendapatkan informasi

pariwisata dan media promosi yang lebih mudah digunakan dan dipahami serta mampu meningkatkan antusias masyarakat untuk berwisata (Haryono & Albetris, 2022; Kadafi et al., 2022; Yuliani & Prasajo, 2015). Implementasi TIK juga membantu industri pariwisata untuk bertahan dalam situasi pandemi COVID-19 ini dengan mengurangi interaksi manusia dalam industri pariwisata sehingga implementasi *E-Tourism* cocok untuk diterapkan (Rosita, 2020; Sutiksno et al., 2020).

Oleh karena itu implementasi dan sosialisasi Sistem Informasi Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat dalam kegiatan PKM ini meliputi informasi obyek wisata dengan unsur pendukung seperti pemandu wisata, akomodasi, catering dan transportasi hingga media sosial di kawasan Pantai Barat. Tujuan dari kegiatan PKM ini adalah untuk menjalin hubungan kerjasama antara Universitas Teknokrat Indonesia dengan Dinas Pariwisata Pantai Barat, memperkuat kegiatan Tri Dharma dosen khususnya di bidang pengabdian kepada masyarakat, mengembangkan sistem informasi pariwisata Pesisir Barat serta melakukan sosialisasi dan pelatihan penggunaan sistem informasi pariwisata. Dengan kegiatan ini diharapkan dapat memudahkan Dinas Pariwisata Pesisir Barat untuk mempromosikan objek wisatanya sehingga lebih dikenal luas. Serta Dinas Pariwisata Pantai Barat akan memiliki sistem informasi sebagai sarana mempromosikan lokasi wisata yang dapat di masukkan ke dalam website maupun sistem informasi pendukung lainnya.

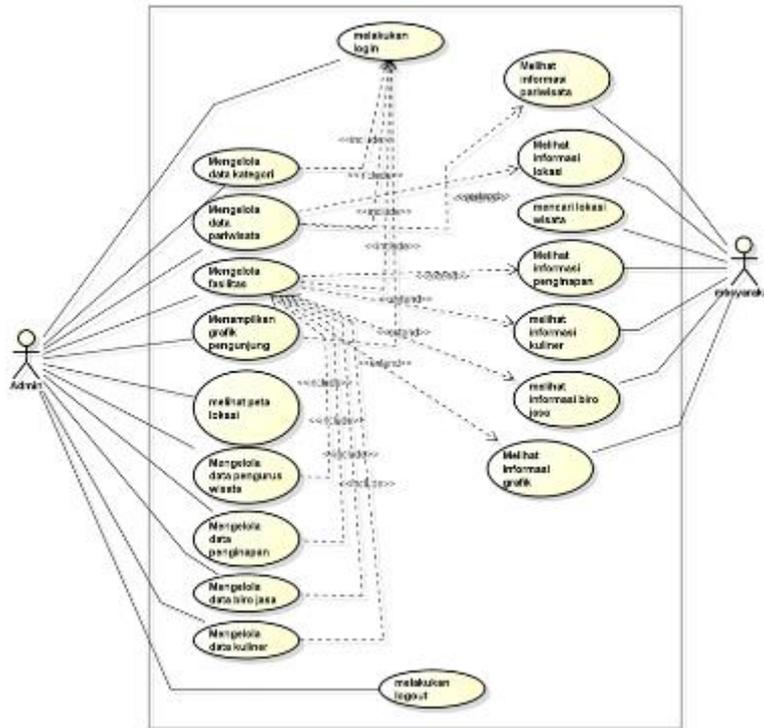
## 2. METODE

Pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan melalui tiga tahap yaitu tahap awal, tahap proses, dan tahap akhir. Tahapan kegiatan PKM dijelaskan dalam Gambar 1. Dalam pengembangan solusi yaitu sistem informasi pariwisata atau *E-Tourism*, tim merancang sistem yang dapat digunakan oleh dua tipe pengguna dengan layanan-layanan seperti pada Gambar 2 untuk selanjutnya dikembangkan menjadi sistem yang akan diimplementasikan pada Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat.

Dari rancangan pada Gambar 2, digambarkan bahwa sistem akan digunakan oleh dua tipe pengguna yaitu admin yang merupakan pengguna dengan peran untuk melakukan pengelolaan data pada sistem *E-Tourism* dan masyarakat yang merupakan pengguna dengan peran mendapatkan informasi objek pariwisata yang disediakan pada sistem *E-Tourism*.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan PKM



Gambar 2. Rancangan E-Tourism

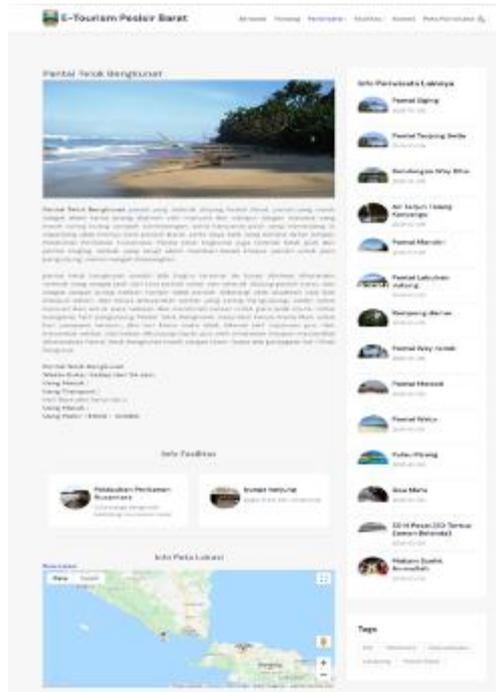
### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil

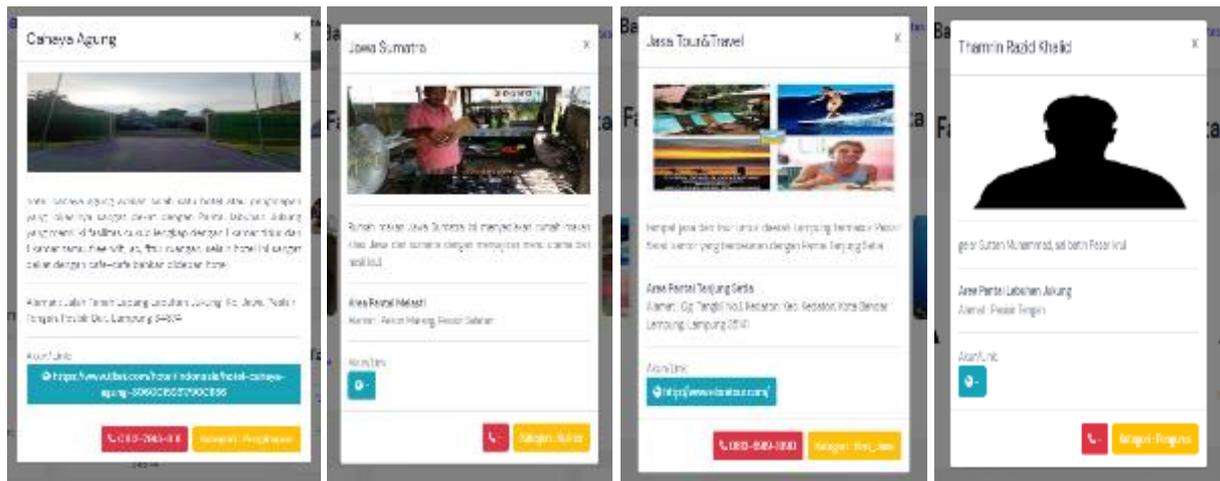
##### *Pengembangan E-Tourism bagi Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat*

Sistem Informasi Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat merupakan sistem informasi yang dibangun untuk menyajikan informasi destinasi wisata secara online sehingga mudah diakses oleh masyarakat luas khususnya yang ingin berwisata ke Pesisir Barat. Informasi pariwisata yang disajikan meliputi kategori wisata, deskripsi lengkap dari wisata termasuk fasilitas seperti data pengurus wisata, biro jasa/ tour guide, kuliner, penginapan, transportasi, link media social atau website dari fasilitas pendukung, menampilkan informasi peta lokasi dan rute, juga dokumentasi wisata seperti pada Gambar 3.

Sistem ini dapat digunakan oleh 2 level pengguna yaitu admin (pegawai Dinas Pariwisata Pesisir Barat) yang merupakan aktor dengan peran untuk melakukan tambah, hapus, edit atau kelola data pada sistem dan masyarakat yang merupakan aktor dengan peran mendapatkan informasi dengan lengkap dari objek pariwisata yang berada di Kabupaten Pesisir Barat. Sistem ini dikembangkan berbasis website dengan informasi yang lengkap menggunakan database mySQL dan bahasa pemrograman PHP. Pengguna dapat melihat data pariwisata dan fasilitas serta terdapat informasi peta lokasi dan grafik pengunjung. Informasi lengkap mengenai pariwisata dapat dilihat fitur pada detail pariwisata yang dipilih terdapat info gambar pariwisata, info fasilitas beserta info kontak dan deskripsi masing-masing fasilitas, gambaran atau penjelasan terkait pariwisata hingga info tarif masuk dan jam operasionalnya, terdapat info peta dan tombol lihat lokasi untuk menemukan lokasi yang terintegrasi dengan google maps. Bagi masyarakat yang memerlukan informasi fasilitas yang ada pada objek wisata seperti penginapan, kuliner, tour guide, pengurus, dan lainnya dapat membuka menu fasilitas dan akan ditampilkan informasi seperti pada Gambar 4.

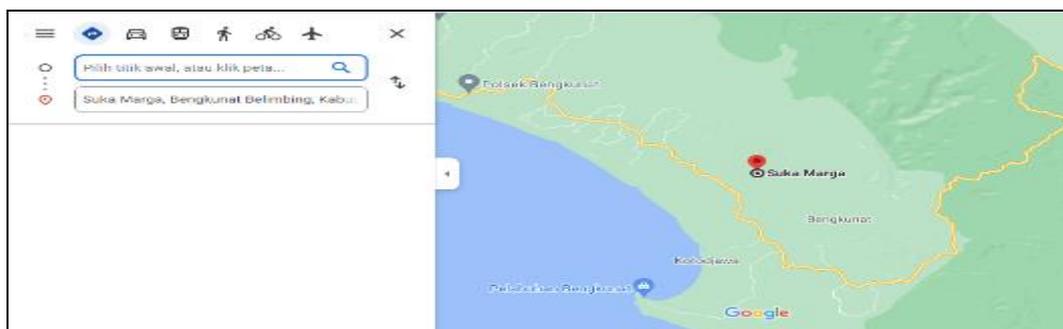


Gambar 3. Gambaran Sistem



Gambar 4. Informasi Fasilitas

Selain itu, untuk memudahkan masyarakat yang akan mengunjungi objek wisata, sistem juga dilengkapi layanan pencarian lokasi dan rute wisata seperti pada Gambar 5.



Gambar 5. Peta Lokasi

### Kegiatan Sosialisasi Sistem Informasi Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat

Kegiatan PKM pada Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat dilakukan pada 12 Januari 2022 dengan diikuti 10 orang peserta yang merupakan pegawai dinas tersebut. Kegiatan dibuka oleh Plt. Sekretaris Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat yakni bapak Hudri, S.KM., M.M. Sedangkan sambutan dari Universitas Teknokrat Indonesia diwakili oleh ibu Neneng, M.Kom. ([Gambar 6](#)).



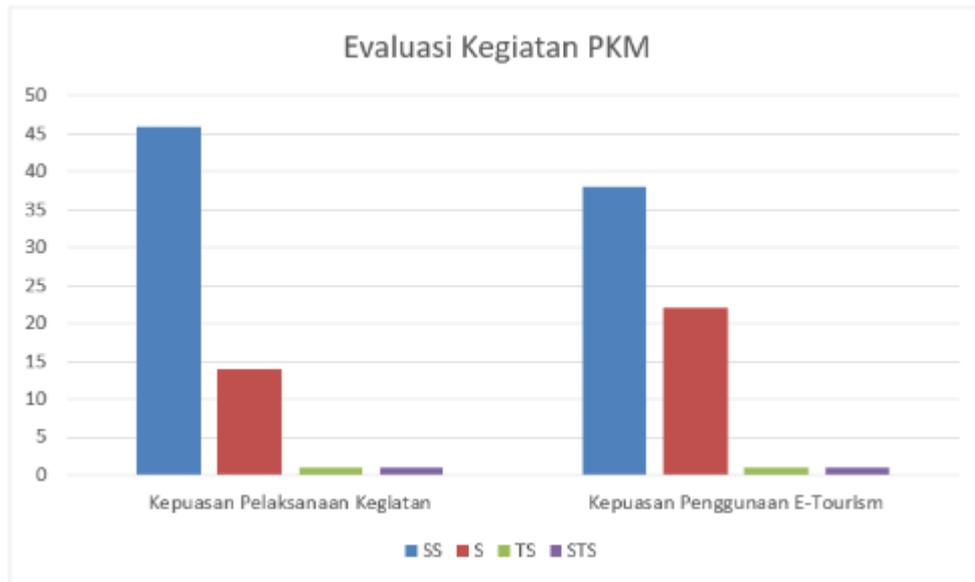
**Gambar 6.** Pembukaan Kegiatan

Kegiatan dilanjutkan dengan presentasi dan sosialisasi penggunaan Sistem Informasi Pariwisata Pesisir Barat yang telah dikembangkan oleh tim PKM disampaikan oleh ibu Saniati, M.T. yang disajikan dalam [Gambar 7](#).



**Gambar 7.** Sosialisasi Penggunaan Sistem *E-Tourism*

Selama proses sosialisasi, peserta juga diajarkan menggunakan sistem *E-Tourism* dan sangat mendukung proses pelaksanaan kegiatan PKM serta antusias dalam menerima materi penggunaan sistem *E-Tourism* yang dikembangkan serta merasa sangat terbantu. Sistem yang dikembangkan memberi dampak yang positif bagi mitra dengan memudahkan kegiatan promosi pariwisata di Kabupaten Pesisir Barat serta lebih optimal dengan tersedianya fungsi-fungsi yang lebih lengkap dibandingkan website yang telah dimiliki sebelumnya. Penyebaran survey dilakukan terhadap 10 orang responden peserta kegiatan. Hasil evaluasi pelaksanaan kegiatan PKM disajikan pada [Gambar 8](#).



**Gambar 8.** Hasil Evaluasi Kegiatan

Dari hasil tersebut 94,17% menyatakan merasa puas dengan kegiatan PKM yang dilaksanakan dan 90,83% merasa puas dengan sistem yang diimplementasikan. Pemanfaatan teknologi informasi di sektor pariwisata dapat meningkatkan perekonomian daerah dan menciptakan peluang bisnis bagi masyarakat (Agung, 2015; Nasution, 2021). Sebagai masyarakat, mengikuti kemajuan teknologi dapat mempermudah akses informasi terkait objek wisata serta memahami nilai-nilai budaya daerah. Integrasi teknologi informasi dilakukan sebagai strategi pemasaran pariwisata yang akan menguntungkan penyedia layanan maupun pengelola pariwisata (Hamid et al., 2021; Rusyidi & Fedryansah, 2018). Pariwisata menjadi destinasi wisata dengan daya tarik tersendiri bagi pengunjung khususnya yang ada di Kabupaten Pesisir Barat. Terdapat 65 destinasi wisata di kawasan tersebut yang meliputi wisata alam, pantai, budaya, dan kuliner. Salah satu tempat yang paling banyak dikunjungi wisatawan adalah wisata pantai yang memiliki ciri khas keindahan pesona lautnya. Dengan jumlah tujuan wisata yang sangat besar, hal tersebut dapat menjadi sektor utama perekonomian daerah (Apriani & Irfan, 2017; Rosmayati & Maulana, 2021). Promosi diperlukan karena dari proses promosi tersebut dapat terjadi peningkatan minat dan daya tarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Kegiatan promosi yang memanfaatkan teknologi internet sering disebut dengan *E-Tourism* yang merupakan cara untuk mempromosikan pariwisata dengan memberikan kemudahan dalam mengakses informasi yang dapat diakses kapan saja, dimana saja (Bhahri, 2021; Sari et al., 2021). *E-Tourism* adalah proses pemanfaatan teknologi dalam penyampaian informasi dan komunikasi guna meningkatkan minat pengunjung, dengan adanya layanan kepada konsumen dalam bentuk media yang mudah diakses (Leung, 2022; Ukpabi & Karjaluoto, 2017). Penelitian lain menyatakan bahwa *E-Tourism* adalah suatu instansi atau badan yang menggunakan teknologi informasi dalam penerapan promosi pariwisata untuk lebih mempermudah proses pengaksesan informasi (Jonathan & Tarigan, 2016; Simanjuntak et al., 2021).

## Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh beberapa temuan. Pertama, *tutee* telah mengalami banyak peningkatan selama mengikuti bimbingan belajar. Bimbingan belajar yang dilaksanakan, jenis kegiatan yang dilakukan selama pembelajaran berupa pemaparan materi, mengerjakan soal-soal, membantu mengerjakan PR sekolah, dan melakukan game

atau kuis. Materi pelajaran yang diajarkan para tutor disesuaikan dengan apa yang diminati atau dibutuhkan oleh *tutee*. Media pembelajaran yang digunakan cukup beragam dan tentunya disesuaikan dengan jenjang pendidikan *tutee*. Media pembelajaran menjadi hal yang sangat penting selama bimbingan belajar terutama dalam konteks *online learning*. Media pembelajaran dapat digunakan sebagai perantara untuk menyampaikan materi sehingga materi yang diajarkan mudah untuk dipahami (Syafi'i et al., 2020; Wahyuningtyas & Sulasmono, 2020). Pendekatan dalam mengajar, setiap tutor menggunakan pendekatan yang kreatif dan tentunya menarik minat para *tutee* sehingga para *tutee* terlihat antusias ketika mengikuti pembelajaran dan pengajaran yang diberikan tutor dapat diterima dengan baik. Para *tutee* dapat memiliki sumber pengetahuan yang semakin luas, kemampuan, dan keterampilan yang meningkat terhadap setiap pembelajaran yang diberikan oleh tutor, dan sesuai juga dengan visi misi yakni membangkitkan semangat pengembangan dirinya, serta membangun karakter dan kemandirian *tutee*. Pendekatan dalam mengajar yang menarik dapat meningkatkan aktivitas belajar, sehingga pembelajaran menjadi menyenangkan (Alexander et al., 2020; Purba et al., 2020; Schweder & Raufelder, 2021).

#### 4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan yang dapat dari kegiatan PKM yang telah terlaksana adalah Sistem informasi pariwisata yang dikembangkan dapat digunakan sebagai alternatif untuk mempromosikan lokasi wisata yang ada di Kabupaten Pesisir Barat. Sistem telah memenuhi kebutuhan pengguna sistem yang dibuktikan dengan hasil survey kepuasan sebesar 90,83% peserta merasa puas dengan sistem yang dikembangkan. Sebagai peningkatan layanan sistem selanjutnya, kelengkapan informasi pariwisata di Kabupaten Pesisir Barat dalam sistem yang dikembangkan seperti gambar serta penjelasan lokasi wisata, restaurant, hotel, fasilitas, rute, dan lain lain untuk memudahkan masyarakat memperoleh informasi yang lengkap jika ingin berwisata perlu ditingkatkan. Selain itu, diperlukan integrasi dengan sistem informasi lainnya yang ada di Dinas Pariwisata untuk memudahkan masyarakat memperoleh informasi yang lebih lengkap tentang objek pariwisata yang ada di Kabupaten Pesisir Barat.

#### 5. DAFTAR RUJUKAN

- Agung, A. A. G. (2015). Pengembangan model wisata edukasi-ekonomi berbasis industri kreatif berwawasan kearifan lokal untuk meningkatkan ekonomi masyarakat. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(2). <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v4i2.6380>.
- Apriani, A., & Irfan, P. (2017). Aplikasi *E-Tourism* sebagai Pendukung Promosi Pariwisata di Pulau Lombok. *E-Proceedings KNS&I STIKOM Bali*, 356–361.
- Balandina, E., Balandin, S., Koucheryavy, Y., & Mouromtsev, D. (2015). Innovative *E-Tourism* services on top of Geo2Tag LBS platform. *2015 11th International Conference on Signal-Image Technology & Internet-Based Systems (SITIS)*, 752–759.
- Beatrice, S., & Mihălcescu, C. (2013). The impact and perspectives of the *E-Tourism* at a global level. *Romanian Economic and Business Review*, 8, 289–297.
- Bessie, J. L. (2019). Implementasi E-Commerce dalam Industri Pariwisata. *Journal of Management Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 8(1), 45–62.
- Bahri, S. (2021). *E-Tourism* Dalam Pengenalan Sektor Pariwisata Berbasis Android Di Kota Makassar. *E-JURNAL JUSITI: Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi*, 10(1), 94–106. <https://doi.org/10.36774/jusiti.v10i1.824>.
- Hamid, R. A., Albahri, A. S., Alwan, J. K., Al-Qaysi, Z. T., Albahri, O. S., Zaidan, A. A., & Zaidan, B. B. (2021). How smart is *E-Tourism*? A systematic review of smart tourism recommendation system applying data management. *Computer Science Review*, 39.

- <https://doi.org/10.1016/j.cosrev.2020.100337>.
- Haryono, G., & Albetris, A. (2022). Peranan Komunikasi Pemasaran Pariwisata Melalui Pemanfaatan *E-Tourism* Marketing untuk Meningkatkan Niat Berkunjung Wisatawan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 136–143. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.509>.
- Jonathan, C. J., & Tarigan, R. (2016). The effects of *E-Tourism* to the development of tourism sector in Indonesia. *CommIT (Communication and Information Technology) Journal*, 10(2), 59–62. <https://doi.org/10.21512/commit.v10i2.1669>.
- Jordan, J. W. (1980). The summer people and the natives some effects of tourism in a Vermont vacation village. *Annals of Tourism Research*, 7(1), 34–55. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(80\)80005-3](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(80)80005-3).
- Kadafi, M. R., Moussadecq, A., & Justin, M. R. (2022). Perancangan *E-Tourism* sebagai Upaya Promosi Desa Jati Indah Lampung Selatan. *IKONIK: Jurnal Seni Dan Desain*, 4(1), 48–55. <https://doi.org/10.51804/ijsd.v4i1.1603>.
- Komalasari, R., Pramesti, P., & Harto, B. (2019). Teknologi Informasi *E-Tourism* Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(2), 332–350. <https://doi.org/10.37253/altasia.v2i2.559>.
- Kuswara, A., Supriatna, A. D., & Gunadhi, E. (2019). Sistem Informasi Wisata Pantai Berbasis Web Di Kabupaten Garut. *Jurnal Algoritma*, 16(2), 201–207. <https://doi.org/10.33364/algoritma/v.16-2.201>.
- Leung, R. (2022). Development of Information and Communication Technology: From *E-Tourism* to Smart Tourism. *Handbook of E-Tourism*, 1–33. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-05324-6\\_2-1](https://doi.org/10.1007/978-3-030-05324-6_2-1).
- Mohamed, I., & Moradi, L. (2011). A model of *E-Tourism* satisfaction factors for foreign tourists. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(12), 877–883.
- Nasution, S. (2021). Konsep Pariwisata Halal Berbasis Ekonomi Kreatif Dengan Sharia Regulation Dalam Meningkatkan Pendapatan Dan Kesejahteraan Masyarakat Di Sumatera Utara. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 21(2), 250–261. <https://doi.org/10.30596%2Fjrab.v21i2.8431>.
- Nurmi, N. (2017). Membangun website sistem informasi dinas pariwisata. *Jurnal Edik Informatika Penelitian Bidang Komputer Sains Dan Pendidikan Informatika*, 1(2), 1–6. <https://doi.org/10.22202/ei.2015.v1i2.1418>.
- Pearce, P. (2012). *The Ulysses factor: Evaluating visitors in tourist settings*. Springer Science & Business Media.
- Pradiatiningtyas, D. (2014). Pemasaran online melalui *E-Tourism*, bauran pemasaran jasa pariwisata dan pemosisian untuk promosi pariwisata daerah di Indonesia. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 5(2). <https://doi.org/10.31294/khi.v5i2.479>.
- Rosita, R. (2020). Pengaruh pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109–120. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>.
- Rosmayati, S., & Maulana, A. (2021). Potensi Pengembangan Strategi Wisata Untuk Pendidikan Internasional di Kabupaten Pesisir Barat, Indonesia. *Jurnal Al-Amar (Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan)*, 2(1), 32–42.
- Rusyidi, B., & Fedryansah, M. (2018). Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 1(3), 155–165. <https://doi.org/10.24198/focus.v1i3.20490>.
- Sari, D. R., Saniati, S., & Parjito, P. (2021). *E-Tourism* Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(4), 62–67. <https://doi.org/10.33365/jtsi.v2i4.1322>.
- Simanjuntak, M., Setiawan, A., Nasrullah, N., Abdillah, L. A., Mistriani, N., Simarmata, J., & Yendrianof, D. (2021). *Pemasaran Digital Pariwisata Indonesia*. Yayasan Kita

Menulis.

- Sutiksno, D. U., Revida, E., Munsarif, M., Simarmata, H. M., Saputra, D. H., Purnomo, A., & Purba, S. (2020). *Tourism Marketing*. Yayasan Kita Menulis.
- Tfaily, R. A. (2018). *E-Tourism and the competitiveness of tourism products in the context of the global tourism and travel industry Market*. *Revista de Management Comparat International*, 19(2), 187–195.
- Ukpabi, D. C., & Karjaluoto, H. (2017). Consumers' acceptance of information and communications technology in tourism: A review. *Telematics and Informatics*, 34(5), 618–644. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.12.002>.
- Umagapi, D., & Ambarita, A. (2018). Sistem informasi geografis wisata bahari pada dinas pariwisata Kota Ternate. *Jurnal Ilmiah ILKOMINFO-Ilmu Komputer & Informatika*, 1(2). <https://doi.org/10.47324/ilkominfo.v1i2.8>.
- Vinandari, N., Hafizd, K. A., & Noor, M. (2019). Sistem Informasi Geografis Wisata Religi Berbasis Web Mobile. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(1), 41–49. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i1.161>.
- Yuliani, O., & Prasajo, J. (2015). Rancang Bangun Sistem Informasi Obyek Wisata Berbasis Web Menggunakan Metode User Centered Design (Ucd). *Angkasa: Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi*, 7(2), 149–164. <https://doi.org/10.28989/angkasa.v7i2.158>.