

Analisis Pengaruh Digitalisasi terhadap Perkembangan Industri Pariwisata di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango

Tsalma Adilla

Institut Agama Islam Tazkia

Abstract. *Dalam perkembangan zaman tidak luput dari perkembangan era digital yang mana semua sudah mengandalkan teknologi. Disini penulis mencoba melakukan penelitian terkait “Analisis Pengaruh Digitalisasi Terhadap Perkembangan Industri Pariwisata Di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango”. Penelitian ini menggunakan metodologi Kuantitatif Deskriptif dengan metode pengumpulan data primer dan sekunder. Dengan jumlah responden sebanyak 101 responden. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peran digitalisasi sangatlah penting dalam perkembangan di bidang industri pariwisata, selain mempermudah pengunjung juga dapat mempermudah dalam hal pencatatan karna semua telah terorganisir dalam sebuah system digital, namun ada beberapa kekurangan seperti sosialisasi harus lebih menyeluruh agar semakin optimal dalam penerapan sistem digitalisasi, lalu adanya maintenance berkala pada sistem ini mengharuskan pengelola semakin meningkatkan kinerja mereka. Penelitian ini juga memiliki Batasan penelitian seperti batasan Geografis yang hanya mengumpulkan data dari Jabodetabek serta Tasikmalaya dan Jawa Barat saja. Data dikumpulkan melalui survei menggunakan Google form.*

Keywords: *System Digitalisasi, Industri Pariwisata, Taman Nasional Gunung Gede Pangrango, Pengembangan Wisata*

Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi suatu negara merupakan salah satu indikator yang menjadi point penting bagi suatu negara. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia saat ini masih terus berkembang dan menunjukkan peningkatan yang positif dalam meningkatkan pendapatan atau devisa negara. Salah satu industry yang memiliki peran besar terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah industry pariwisata yang dapat dilihat dari meningkatnya perkembangan jumlah kunjungan wisatawan nusantara maupun manca negara.

Pariwisata memiliki pengaruh pertumbuhan ekonomi melalui beberapa jalur (Brida & Pulina, 2010). Pertama, sektor pariwisata sebagai penghasil devisa untuk memperoleh barang modal yang digunakan dalam proses produksi (McKinnon, 1964). Kedua, pengembangan pariwisata menstimulus investasi di bidang infrastruktur (Sakai, 2006). Ketiga, perkembangan sektor pariwisata mendorong berkembangnya sektor ekonomi lainnya (Spurr, 2006). Keempat, pariwisata ikut berkontribusi dalam peningkatan kesempatan kerja dan peningkatan pendapatan (Lee & Chang, 2008). Kelima, pariwisata menyebabkan positive economic of scale (Weng & Wang, 2004). Pengaruh kehidupan pariwisata perekonomian juga menyebabkan banyak pelaku bisnis melihat peluang untuk memulai bisnis ke jalur pariwisata yang mana peranan sektor pariwisata semakin penting sejalan dengan perkembangan dan kontribusi yang diberikan sektor pariwisata (Panji et al., 2022).

Pariwisata adalah katagori ekspor terbesar ketiga di dunia. Penerimaan pariwisata internasional meningkat 4,9 % secara rill mencapai US\$ 1.340 miliar pada tahun 2017. Permintaan yang kuat dari pasar tradisional dan pasar berkembang mendorong pertumbuhan penerimaan global, yang mengikuti tren positif yang tercatat dalam kedatangan wisatawan internasional (+7%).

Berdasarkan dari wilayah, timur tengah memimpin pertumbuhan penerimaan, karena beberapa tujuan rebound kuat setelah hasil yang lebih lemah di tahun 2016. Selain US\$ 1.340 miliar penerimaan pariwisata yang diperoleh di destinasi (pos perjalanan Neraca Pembayaran), pariwisata internasional menghasilkan US\$ 240 miliar dari layanan transportasi penumpang internasional yang di berikan kepada non-

penduduk. Total ekspor dari pariwisata internasional mencapai US\$ 1,6 triliun, atau rata-rata US\$ 4 miliar per hari. (Saniye Gul Gulnes, 2019)

Sebagai kategori ekspor dunia, pariwisata menempati urutan ketiga setelah bahan kimia dan bahan bakar dan di depan produk otomotif. Di banyak negara berkembang, pariwisata adalah katagori ekspor teratas (WTO, 2018).

Pariwisata di Indonesia merupakan sektor ekonomi penting di Indonesia. Pada tahun 2009, pariwisata menempati urutan ketiga dalam hal penerimaan devisa setelah komoditas minyak dan gas bumi serta minyak kelapa sawit. Berdasarkan data tahun 2016, jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia sebesar 11.525.963 juta lebih atau tumbuh sebesar 10,79% dibandingkan tahun sebelumnya.

Indonesia terkenal dengan kekayaan alam serta budaya yang menjadi salah satu daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia, maka dari itu kekayaan alam dan budaya menjadi salah satu komponen terpenting dalam pariwisata di Indonesia. Indonesia juga merupakan salah satu negara dengan kepulauan terbesar dan berpenduduk terbanyak di dunia. Pantai – pantai di bali, Gunung Rinjani di Lombok, dan berbagai Taman Nasional lainnya merupakan contoh dan tujuan wisata alam di Indonesia. Tempat – tempat wisata di Indonesia juga didukung dengan adanya warisan budaya sehingga dapat mencerminkan sejarah dan keberagaman budaya yang ada di Indonesia.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, sebelas provinsi yang paling sering dikunjungi oleh para turis adalah Bali sekitar lebih dari 3,7 juta disusul, DKI Jakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Timur, Jawa Barat, Sumatra Utara, Lampung, Sulawesi Selatan, Sumatra Selatan, Banten dan Sumatra Barat.

Taman Nasional adalah kawasan pelestarian alam yang mempunyai ekosistem asli, dikelola dengan sistem zonasi yang dimanfaatkan untuk tujuan penelitian, ilmu pengetahuan, pendidikan, menunjang budidaya, pariwisata dan rekreasi (UU No 5, 1990). Taman nasional adalah kawasan pelestarian alam yang dikelola dengan sistem zonasi yang terdiri dari zona inti dan atau zona-zona lain yang dimanfaatkan untuk tujuan ilmu pengetahuan, pariwisata dan rekreasi (Keputusan Menteri Kehutanan RI No. 687/KPTS/-II/1989).

Sistem Taman Nasional memiliki keunggulan dibanding dengan sistem lainnya, diantaranya adalah (1) Taman Nasional dibentuk untuk kepentingan masyarakat karena harus bermanfaat bagi masyarakat dan didukung oleh masyarakat, (2) Konsepsi pelestarian didasarkan atas perlindungan ekosistem sehingga mampu menjamin eksistensi unsur-unsur pembentuknya, (3) Taman Nasional dapat dimasuki oleh pengunjung sehingga pendidikan cinta alam, kegiatan rekreasi dan fungsi-fungsi lainnya dapat dikembangkan secara efektif (HAFID, 2017).

Di Indonesia sendiri terdapat 56 Taman Nasional di Indonesia, 6 di antaranya termasuk dalam Situs Warisan Dunia UNESCO. Taman Nasional Lorentz di Papua memiliki sekitar 42 spesies mamalia yang sebagian besar hewan langka. Mamalia yang ada di kawasan ini antara lain: kangguru pohon, landak irian, tikus air, walabi, dan kuskus. Taman nasional ini memiliki lebih dari 1.000 spesies ikan, di antaranya adalah ikan koloso. Di taman ini terdapat salju abadi yang berada di puncak Gunung Jayawijaya. Taman Nasional Ujung Kulon merupakan taman nasional tertua di Indonesia yang dikenal karena hewan Badak jawa bercula satu yang populasinya semakin menipis. Pengamatan satwa endemik komodo serta satwa lainnya seperti rusa, babi hutan dan burung dapat dilakukan di Taman Nasional Komodo. Taman Nasional Kelimutu yang berada di Flores memiliki danau kawah dengan tiga warna yang berbeda.

Taman Nasional Gunung Gede Pangrango merupakan taman salah satu taman nasional yang sudah berdiri dari tahun 1975 di area situ Gunung yang ditetapkan menjadi Taman Wisata. Pada tahun 1980 Menteri pertanian mengajukan kembali agar Cagar Alam Cimungkat, Cagar Alam Gunung Gede-Pangrango, Cagara Alam Cibodas, dan Taman Wisata Situ Gunung dijadikan satu kesatuan menjadi taman nasional.

Selain pentingnya lingkungan, pada tahun 1979 pemerintah Indonesia, melalui keputusan Menteri Pertanian, menetapkan kawasan hutan Gunung Gede Pangrango seluas 14.000 hektar, meliputi puncak gunung dan tutupan hutan di lerengnya. kawasan Cagar Alam (CA). Pada tanggal 6 Maret 1980, kawasan lindung ini kemudian digabungkan dengan beberapa kawasan lindung tetangga menjadi Taman Nasional Gunung Gede Pangrango – salah satu dari lima taman nasional pertama di Indonesia, dengan luas total 15.196 hektar.

Fokus utama pusat TNGGP adalah pengelolaan konservasi hutan, yang memiliki tiga tujuan, konservasi, perlindungan dan pemanfaatan. Melindungi dan melestarikan berarti melindungi keanekaragaman hayati sebagai pemelihara kehidupan. Seperti yang kita tahu, kawasan pegunungan memang menjadi surga bagi flora dan fauna, seperti halnya di kawasan TNGGP. Kawasan ini merupakan rumah bagi begitu banyak tumbuhan dan hewan termasuk beberapa spesies langka seperti Owa Hutan yang perlu dilindungi dan dilestarikan.

Adapun tujuan ketiga, kegunaannya, yaitu. pemanfaatan hutan lindung, pemanfaatan keanekaragaman hayati yang ada secara bijaksana dan bertanggung jawab, contohnya adalah pemanfaatan barang milik negara di Cibodas TNGGP Resort yang digunakan sebagai tempat rekreasi.

Tinjauan Pustaka

Pariwisata

Merupakan salah satu kebutuhan orang yang dimana untuk menghilangkan rasa Lelah, kejenuhan serta penghilang stress yang datang dari berbagai kesibukan manusia dan padatnya jadwal kerja adalah *refreshing*. *Refreshing* ini bertujuan membuat suasana hati manusia menjadi mood Kembali. Salah satu usaha manusia untuk mengatasi hal ini dengan berwisata. Dalam UU No. 10 tahun 1990 dinyatakan bahwa "Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan Dayak Tarik wisata, serta usaha-usaha yang terkait dibidang tersebut".

Secara epistimologi pariwisata berasal dari bahasa sansekerta yaitu dari kata *pari* yang artinya banyak, penuh atau berputar-putar, dan *wisata* artinya perjalanan, yang dalam bahasa Inggris disebut travel. Jadi secara sederhana, pariwisata adalah perjalanan sari suatu tempat ke tempat lain (Maryani, 2006).

Pariwisata adalah perpindahan sementara yang dilakukan manusia dengan tujuan keluar dari pekerjaan-pekerjaan rutin, keluar dari tempat kediamannya. Aktivitas yang dilakukan selama mereka tinggal di tempat yang dituju dan fasilitas dibuat untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Allah berfirman dalam al-Qur'an surat Al-Mulk (67) ayat 15 :

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

"Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan."

Tafsir Ibnu Katsir menerangkan tentang kandungan yang ada di ayat 15 surat Al-Mulk, maksud dari berjalanlah kalian ke mana pun yang kamu kehendaki di berbagai kawasannya, serta lakukanlah perjalanan mengelilingi semua daerah dan kawasannya untuk pereluan mata pencaharian dan perniagaan. Dan ketahuilah bahwa upaya kalian tidak dapat memberi manfaat sesuatu pun bagi kalian kecuali bila Allah SWT memudahkannya bagi kalian.

Taman Nasional Gunung Gede Pangrango (TNGGP)

Secara geografis Taman Nasional Gunung Gede Pangrango (TNGGP) terletak antara 106°51'-107°02'BT dan 6°41'-6°51' LS. Secara administratif Taman Nasional ini termasuk dalam wilayah tiga Kabupaten di Provinsi Jawa Barat, yaitu Kabupaten Bogor, Kabupaten Sukabumi dan Kabupaten Cianjur dengan total luasan 24.270,80 Ha. Taman Nasional Gunung Gede Pangrango merupakan taman salah satu taman nasional yang sudah berdiri dari tahun 1975 di area situ Gunung yang ditetapkan menjadi Taman Wisata. Pada tahun 1980 Menteri pertanian mengajukan kembali agar Cagar Alam Cimungkat, Cagar Alam Gunung Gede-Pangrango, Cagara Alam Cibodas, dan Taman Wisata Situ Gunung dijadikan satu kesatuan menjadi taman nasional.

TNGGP Pusat memiliki tugas untuk mengelola konservasi Taman Nasional, yang terdiri dari tiga tujuan; yaitu, konservasi, perlindungan dan pemanfaatan. Melindungi dan melestarikan berarti melindungi keanekaragaman hayati sebagai pemelihara kehidupan. Seperti yang kita tahu, kawasan pegunungan memang menjadi surga bagi flora dan fauna, seperti halnya di kawasan TNGGP. Kawasan ini merupakan rumah bagi begitu banyak tumbuhan dan hewan termasuk beberapa spesies langka seperti Owa Hutan yang perlu dilindungi dan dilestarikan.

Digitalisasi

Digital menjadi pendorong perubahan di dunia usaha, karena mereka membangun teknologi baru berbasis internet yang berimplikasi pada masyarakat secara keseluruhan (Rachinger et al., 2019). Kementerian dalam negeri sebagai poros

pemerintahan dalam negeri yang memiliki kewenangan dalam tata Kelola hubungan pemerintah pusat dan daerah yang lebih efisien dalam mendorong pemerintah daerah untuk melakukan inovasi atau sebuah pembaharuan di berbagai sector, sebagai Langkah untuk mengatasi tuntutan masyarakat yang semakin kompleks. Dengan memiliki tujuan dalam mempercepat reformasi birokrasi dan implementasi otonomi daerah. Dalam inovasi ini merupakan cara pemerintah daerah yang akan menjadi lebih bermakna di mata rakyatnya. Tidak hanya sekedar meningkatkan pelayanan tetapi juga bisa meningkatkan kapabilitas pemerintahan daerah. Sebagaimana amanat pasal 386 UU Nomor 23 Tahun 2014 tentang pemerintah daerah menyatakan bahwa dalam rangka peningkatan kinerja penyelenggaraan pemerintah daerah, pemerintah daerah dapat melakukan inovasi.(Muslim, 2018)

Salah satu dari inovasi yang dilakukan oleh pemerintahan daerah dalam rangka pemenuhan berbagai tuntutan masyarakat tersebut adalah penerapan e-government, yang merupakan akronim dari elektronik pemerintah. E-government bisa dikenal e-Gov, pemerintah digital, online pemerintah atau pemerintah transformasi. E-Government merupakan upaya untuk mengembangkan penyelenggaraan pemerintahan yang berbasis elektronik. Suatu penataan sistem manajemen dan proses kerja di lingkungan pemerintah dengan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi.

Digital marketing merupakan strategi yang cukup potensial di Indonesia dalam menghadapi persaingan revolusi industry, hal ini dikarenakan Indonesia berada pada posisi pertama pertumbuhan digital marketing mencapai 26%, yang kemudian disusul oleh India (20%) di urutan kedua. Posisi kemudian Rusia, Thailand dan Meksiko. Pesatnya perkembangan digital marketing di Indonesia disebabkan oleh peningkatan populasi pengguna internet yang telah mencapai 265,4 juta orang atau melebihi hamper seluruh penduduk Indonesia (Wardhana, 2022)

Konsep destinasi Digital yang pertama kali dipopulerkan oleh Mentri Pariwisata Arief Yahya, dua pedanan kata tersebut dipilih karena destinasi itu terbentuk dan menjadi sebuah destinasi wisata setelah dipromosikan melalui media sosial. Beliau melihat fenomena unik di dalam kalangan lapangan milenial, bahwa berdasarkan hasil survey di seluruh dunia yang dirilis oleh Everbrite-Harris Poll,

membuktikan jika generasi millennial cenderung memilih menghabiskan uang mereka untuk mendapatkan pengalaman di bandingkan dengan mendapatkan barang (material goods) (Yahya, 2019).

Pengembangan Wisata

Pengembangan wisata merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya wisata yang ada, mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar tempat wisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung akan kelangsungan pengembangan wisata tersebut (Swarbrooke, 1996).

Pengembangan pariwisata pada suatu daerah untuk wisata, selalu akan diperhitungkan dari segi keuntungan dan manfaat bagi masyarakat sekitar. Ketika ingin mengembangkan pariwisata harus memiliki perencanaan serta konsep yang matang sehingga dapat bermanfaat bagi masyarakat, baik dari segi ekonomi, sosial dan budaya. Dengan adanya perencanaan dan pengembangan pariwisata suatu daerah, memiliki tujuan wisata yang meliputi Sebagian besar dari sumber daya fisik atau pembangunan. Undang – undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Pasal 6 dan 7, tentang pembangunan pariwisata disebutkan bahwa pembangunan pariwisata haruslah memperhatikan keanekaragaman, keunikan dan kekhasan budaya dan alam serta kebutuhan manusia berwisata (Pasal 6). Pembangunan pariwisata meliputi industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran, dan kelembagaan pariwisata (Pasal 7).

Studi Sebelumnya

Table 1. Ringkasan Studi Sebelumnya

No.	Studi Sebelumnya	Metodologi	Temuan
1.	(YAKUP, 2019).	Kuantitatif	Hasil menunjukkan bahwa pariwisata berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi dan sebaliknya pertumbuhan ekonomi

			berpengaruh positif terhadap pariwisata. Faktor lain yang berpengaruh terhadap pariwisata di Indonesia yaitu nilai tukar dan inflasi.
2.	(Sulthan, 2018).	Kualitatif Deskriptif (Data Primer & Data Sekunder)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran pariwisata berbasis digital sangat efektif dan efisien. Media sosial sangat membantu dalam menyebarkan informasi wisata di Purbalingga, dan juga komunitas masyarakat wisata Purbalingga secara intensif mempromosikan obyek wisata Purbalingga.
3.	(Alim Irhamna, 2018).	Penelitian Deskriptif (Data Kualitatif & Data Kuantitatif)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya peningkatan fasilitas, pelayanan objek wisata setelah adanya pengembangan, akan tetapi ada penurunan pada bidang kebersihan dan keamanan.
4.	(Aziz, 2022)	Deskriptif Kualitatif	Penelitian ini menghasilkan bahwa penerapan pengembangan pariwisata

digital tidak hanya menjadi isu belaka tetapi harus diwujudkan konkrit seiring dengan terpenuhinya sarana dan prasarana yang terkait dengan internet sebagai media utamanya.

5. (Murti et al., 2022) Kualitatif Deskriptif Hasil evaluasi tersebut (Focus Group Discussion) membawa pada Upaya kegiatan lanjutan yang dirancang saat ini berupa pengabdian

dalam upaya peningkatan digitalisasi wisata di Desa Purwoharjo. Bentuk evaluasi dan diskusi lanjutan bersama

kelompok pengelola wisata tersebut menghasilkan pemetaan ruang lingkup digitalisasi yang lebih luas.

6. (Yumna & Nurani, 2019) Kualitatif Deskriptif Keberhasilan teknologi digital yang berperan pada penyediaan informasi mengenai objek daya tarik wisata bagi calon wisatawan yang nantinya diharapkan dapat menginspirasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata di

berbagai kota untuk berkontribusi menyediakan platform pada teknologi digital sebagai bentuk penyediaan informasi khusus pariwisata.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

H1 = Dengan adanya pengembangan di sektor digital dapat menarik minat pengunjung bagi pariwisata di wilayah Kabupaten Bogor khususnya di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango

H2 = Lebih mengekspos tempat wisata untuk menarik wisatawan local maupun asing, serta dapat mengembangkan sector pariwisata di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango

H3 = Mengikuti perkembangan zaman dan masuk di era digital

H4 = Membangun serta bekerjasama dengan stakeholder maupun pemerintahan untuk mengembangkan wisata.

Data dan Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Penelitian ini didukung oleh dua metode pengambilan data yang berbeda yaitu, data sekunder dan data primer.

Data ini di dapatkan dengan melalui membaca, mempelajari serta memahami lewat media lain atau melewati dokumen pendukung lainnya yang berasal dari literatur, jurnal-jurnal, buku dan dokumen pemerintah. Memiliki jabatan yang terkait dengan operasional sistem informasi dengan tujuan atau masalah penelitian. Faktor kepraktisan merupakan pertimbangan pokok dalam pemilihan metode ini.

Data primer merupakan data yang didapatkan dari sumber asli secara langsung tidak melalui perantara. Menurut Sugiyono (2013) “sumber data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung diberikan kepada pengumpul data”. Data primer dalam penelitian ini yakni memberikan kuesioner kepada informan. Dalam penelitian

ini sumber utamanya adalah mereka yang menjadi respondent, yaitu memberikan kuesioner langsung kepada para respondent yang sudah.

Hasil dan Analisa

Berdasarkan data hasil pesebaran kuesioner kepada 101 responden yang berisikan 15 item pertanyaan tentang Analisa Pengaruh Digitalisasi Terhadap Perkembangan Pariwisata Di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango, dapat diketahui, bahwa:

Deskriptif Profil Responden

Table 2. Profil Responden

<i>Variable</i>	<i>Kategori</i>	<i>Frekuensi</i>	<i>Presentase</i>
Usia	18 – 25 Tahun	55	54.5%
	26 – 30 Tahun	31	30.7%
	31 – 39 Tahun	11	10.9%
	>40 Tahun	4	4%
Jenis Kelamin	Laki-laki	72	71.3%
	Perempuan	29	28.7%
Domisili	Kabupaten Bogor	25	24.8%
	Kota Bogor	9	19.8%
	Depok	20	8.9%
	Tangerang	6	7.9%
	Bekasi	5	19.8%
	Jakarta	20	5%
	Tasikmalaya	8	5.9%
	Lainnya	8	8%
Uang Saku/Pendapatan	<Rp 500,000	32	31.7%

	Rp 500,000 – 1,999,999	22	21.8%
	Rp 2,000,000 – 2,999,999	11	10.9%
	Rp 3,000,000 – 3,999,999	6	5.9%
	>Rp 4,000,000	30	29.7%
Minat Terhadap Kegiatan Outdoor	Ya	95	94.1%
	Tidak	6	5.9%

Sumber 1. Data Primer diolah, 2023

Pada data diatas, rata-rata usia responden adalah 18 – 25 tahun sebanyak 55 orang atau sebesar 54.5%, untuk jenis kelamin responden mayoritas adalah laki – laki atau sebesar 71.3%, mayoritas domisili responden berada di daerah kabupaten bogor sebesar 25 responden yang setara dengan 24.8%, disusul dengan responden dari daerah Depok & Jakarta yaitu masing – masing 20 responden atau setara dengan 19.8%. Untuk uang saku/pendapatan responden mayoritas diangka lebih kecil dari Rp 500,000 dengan jumlah responden sebesar 32 responden atau setara dengan 31.7%. Dan yang terakhir dari 101 responden menjawab bahwa mereka memiliki minat terhadap kegiatan outdoor atau sebesar 94.1% dengan jumlah 95 orang.

Deskriptif Dampak Digitalisasi Terhadap Minat Pengunjung

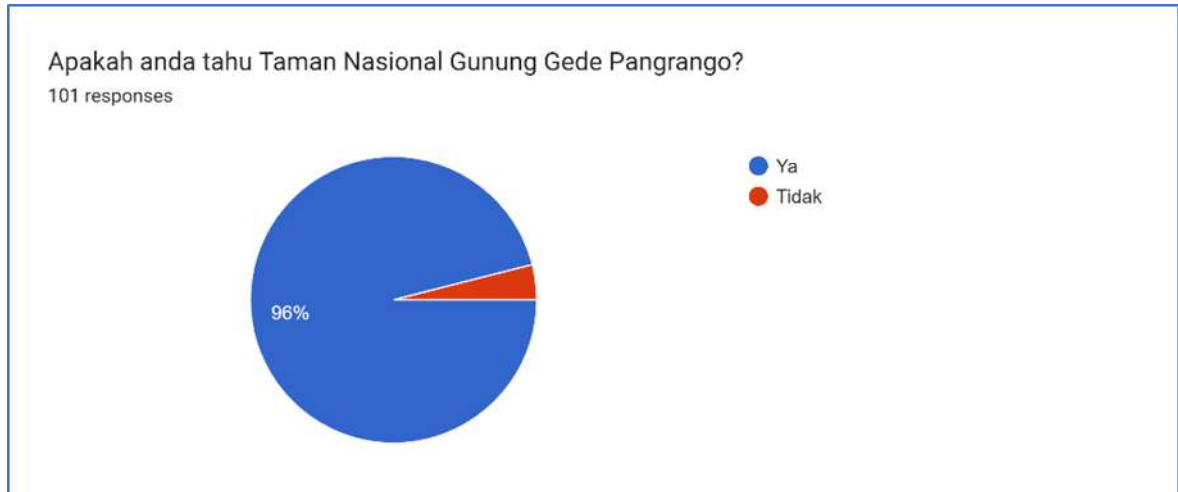
Table 3. Dampak Digitalisasi

<i>Variable</i>	<i>Kategori</i>	<i>Frekuensi</i>	<i>Presentase</i>
Apakah anda tahu Taman Nasional Gunung Gede Pangrango	Ya	97	96%
	Tidak	4	4%

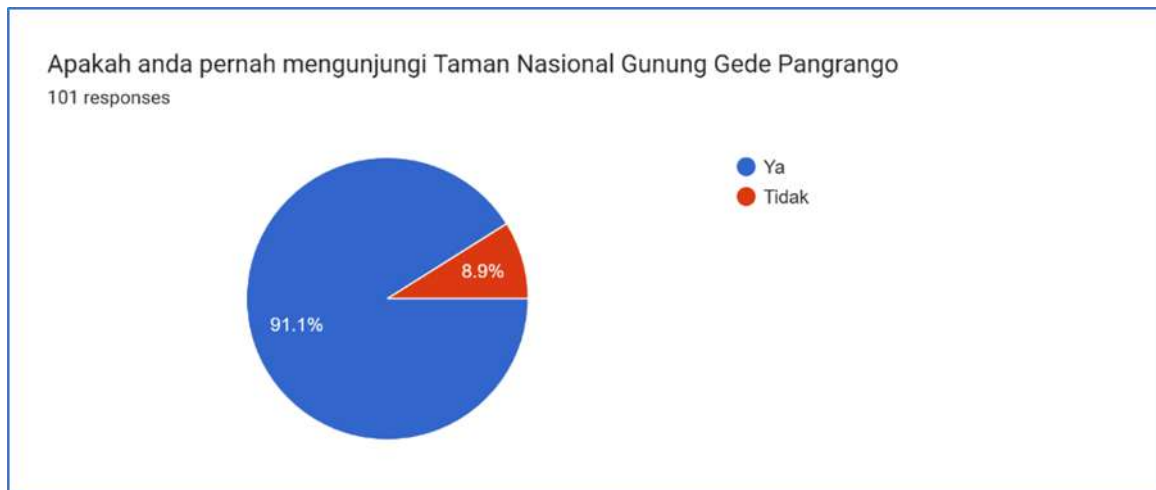
Apakah anda pernah mengunjungi Taman Nasional Gunung Gede Pangrango	Ya	92	91.1%
	Tidak	9	8.9%
Darimana anda tahu tentang Taman Nasional Gunung Gede Pangrango	Sosial Media	35	34.7%
	Website	15	14.9%
	Rekan	47	46.5%
	Lainnya	4	4%

Sumber 2. Data Primer diolah, 2023

Pada tabel diatas, mayoritas responden sudah mengetahui tentang pariwisata di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango yang berjumlah 97 responden atau sebesar 96%. Dan 92 responden lainnya pernah berkesempatan untuk mengunjungi TNGGP dan 9 lainnya belum pernah mengunjungi TNGGP. Untuk mayoritas responden yang pernah atau belum pernah mengunjungi TNGGP, mengetahui lokasi pariwisata ini dari social media sebesar 34.7% serta website resmi TNGGP sebesar 14.9% dan Sebagian besar mengetahui TNGGP dari rekan yaitu sebesar 46.5%. Dapat disimpulkan, bahwa system pemasaran dan digitalisasi yang diterapkan oleh Taman Nasional Gunung Gede Pangrango sudah bisa terbilang efektif, karena mayoritas responden sudah mengetahui dan pernah mengunjungi lokasi pariwisata yang disediakan TNGGP walaupun mayoritas responden/pengunjung mengetahui lokasi pariwisata ini dari rekan/kerabat. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram berikut:



Gambar 1. Pengenalan Tentang TNGGP



Gambar 2. Kunjungan Responden Ke TNGGP



Gambar 3. Sistem Marketing TNGGP

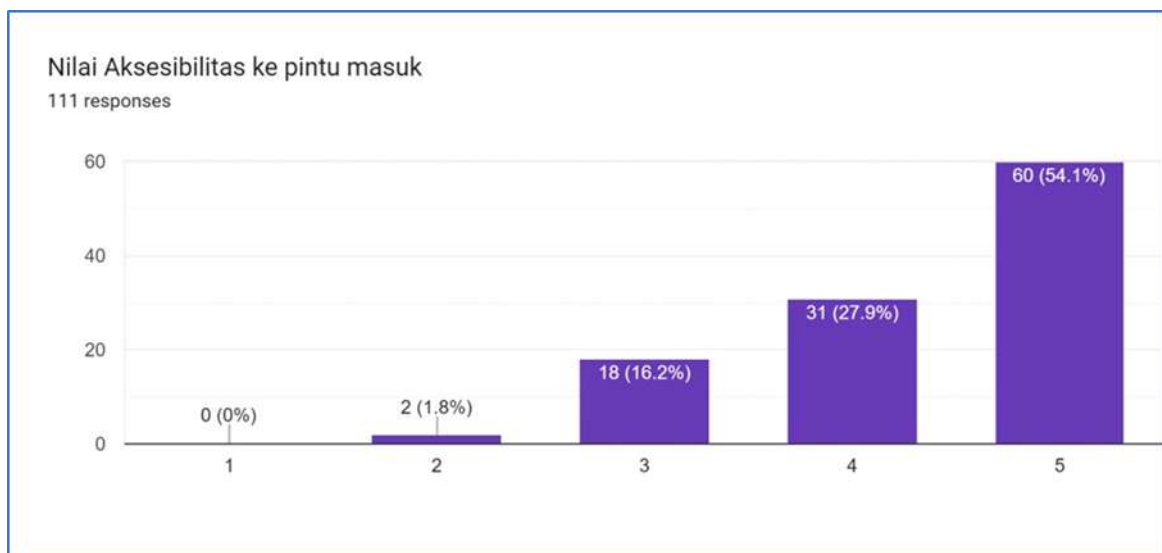
Deskriptif Tingkat Kepuasan Dan Minat Pengunjung

Table 4. Tingkat Kepuasan Pengunjung

<i>Variable</i>	<i>Kategori</i>	<i>Frekuensi</i>	<i>Presentase</i>
Aksesibilitas Pintu Masuk	1. Sangat Tidak Puas	-	0%
	2. Tidak Puas	2	1.8%
	3. Biasa Saja	18	16.2%
	4. Puas	31	27.9%
	5. Sangat Puas	60	54.1%
Keindahan Alam & Panorama	1. Sangat Tidak Puas	-	0%
	2. Tidak Puas	-	0%
	3. Biasa Saja	6	5.4%
	4. Puas	24	21.6%
	5. Sangat Puas	81	73%
Kebersihan	1. Sangat Tidak Puas	3	2.7%
	2. Tidak Puas	7	6.3%
	3. Biasa Saja	29	26.1%
	4. Puas	45	40.5%
	5. Sangat Puas	27	24.3%
Keamanan	1. Sangat Tidak Puas	2	1.7%
	2. Tidak Puas	6	5.4%
	3. Biasa Saja	17	15.3%
	4. Puas	39	35.1%
	5. Sangat Puas	47	42.3%
Kenyamanan	1. Sangat Tidak Puas	6	5.4%
	2. Tidak Puas		

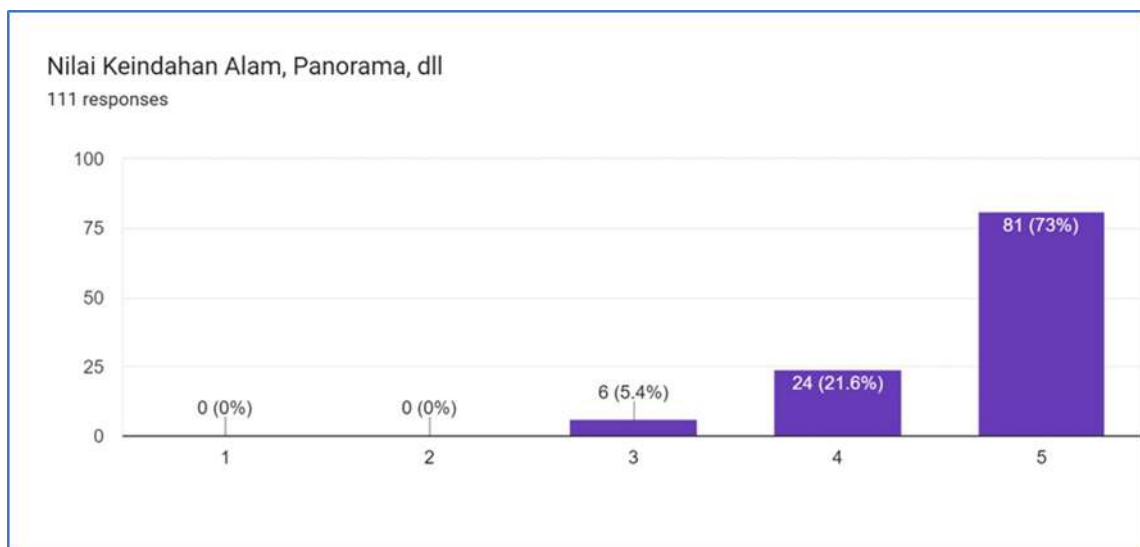
	2. Tidak Puas	2	1.8%
	3. Biasa Saja	13	11.7%
	4. Puas	41	36.9%
	5. Sangat Puas	49	44.1%
Pelayanan Petugas	1. Sangat Tidak Puas	5	4.5%
	2. Tidak Puas	5	4.5%
	3. Biasa Saja	12	10.8%
	4. Puas	37	33.3%
	5. Sangat Puas	52	46.8%
Fasilitas Sarana & Prasarana	1. Sangat Tidak Puas	3	2.7%
	2. Tidak Puas	7	6.3%
	3. Biasa Saja	25	22.5%
	4. Puas	43	38.7%
	5. Sangat Puas	33	29.7

Sumber: Website Resmi TNGGP

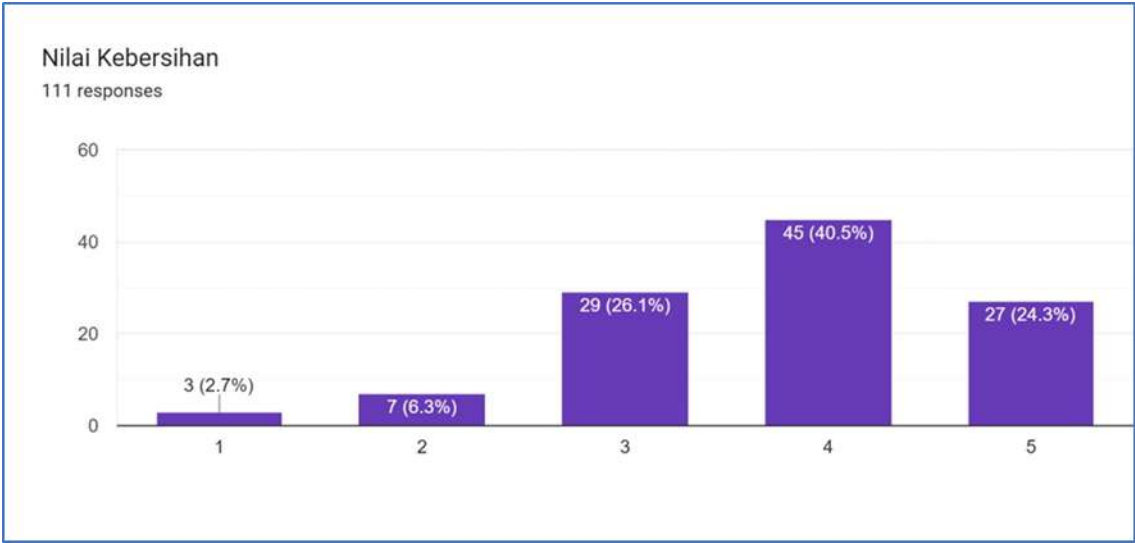


Gambar 4. Aksesibilitas

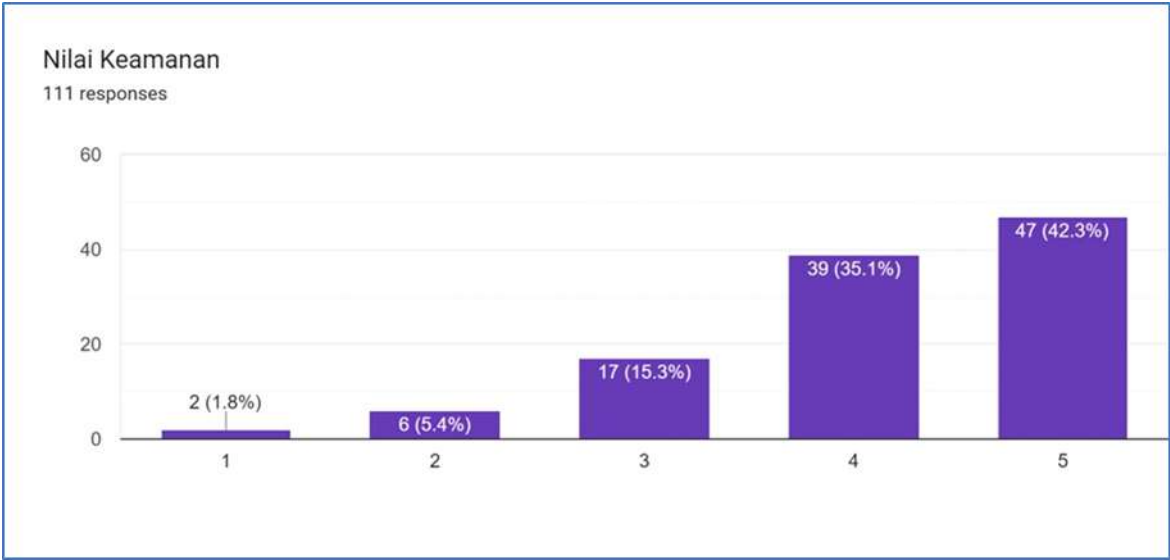
Dari data diatas, penulis mendapatkannya dari hasil survey yang dilakukan oleh pihak resmi TNGGP yang menunjukkan hasil sebagai berikut. Kepuasan aksesibilitas pintu masuk mendapat respon sangat puas oleh pengunjung dengan persentase sebesar 54.1%, dari segi keindahan alam dan panorama yang disediakan oleh Taman Nasional Gunung Gede Pangrango, 73 responden memilih sangat puas ketika mengunjungi wisata TNGGP. Kebersihan dari wisata TNGGP juga mendapatkan respon positif dari para pengunjung yaitu sebesar 40.5%. Untuk segi keamanan ketika pengunjung, mengunjungi lokasi pariwisata TNGGP merasa sangat puas atau sebesar 42.3%. Mayoritas kenyamanan yang dirasakan pengunjung saat mengunjungi taman wisata TNGGP adalah sangat puas yaitu sebesar 44.1%. Dan pelayanan petugas – petugas TNGGP juga dapat dilihat sangat ramah dan membantu karena mayoritas responden/pengunjung memilih sangat puas atau sebesar 46.8%. Fasilitas sarana & prasarana yang disediakan oleh TNGGP dirasa sudah cukup karena mayoritas pengunjung memilih puas atau sebesar 38.7%. Berikut adalah lampiran grafik tingkat kepuasan pengunjung yang langsung diolah dari website resmi TNGGP:



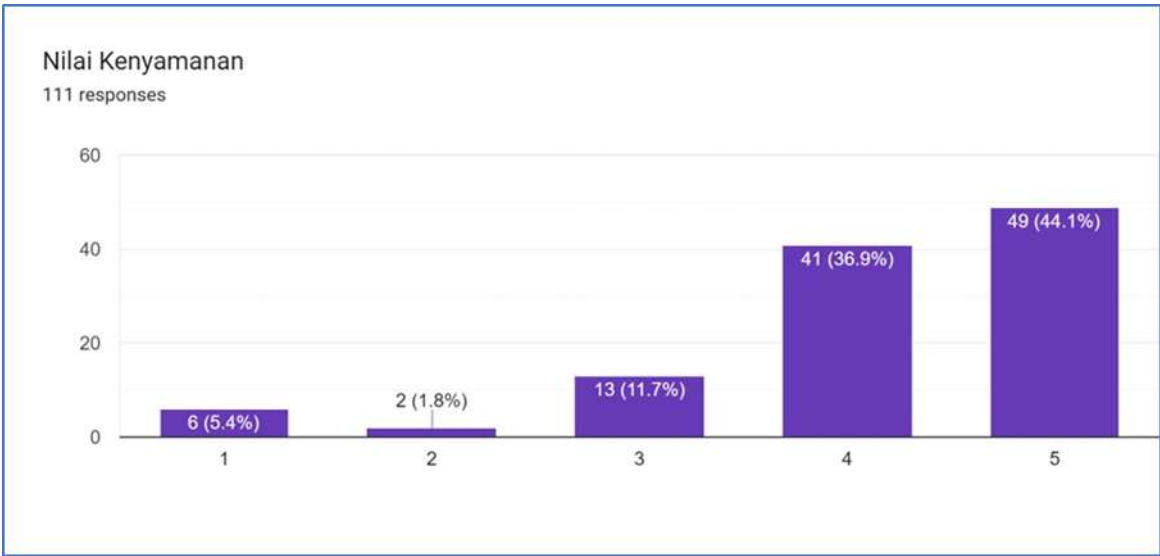
Gambar 5. Keindahan Alam



Gambar 6. Kebersihan



Gambar 7. Keamanan



Gambar 8. Kenyamanan



Gambar 9. Pelayanan Petugas

Gambar 10. Sarana&Prasarana

Deskriptif Penerapan Digitalisasi Terhadap Sistem Simaksi

Table 5. Penerapan Sistem Digitalisasi

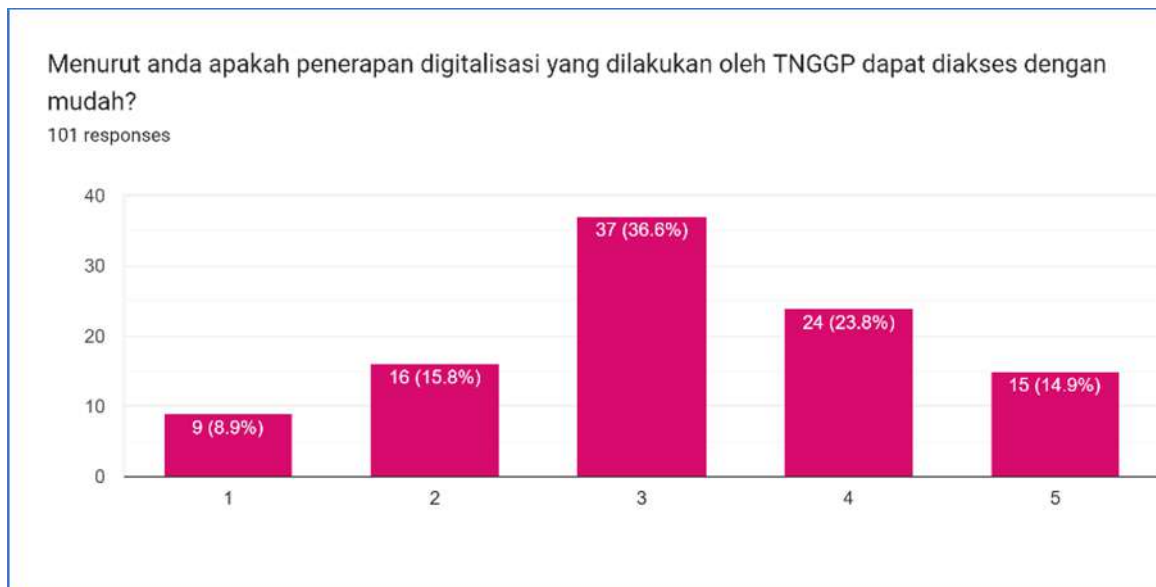
Variable	Kategori	Frekuensi	Presentase
Menurut anda apakah penerapan digitalisasi terhadap promosi yang diterapkan TNGGP sudah efektif?	1.Sangat Tidak Efektif	9	8.9%
	2. Tidak Efektif	22	21.8%
	3. Biasa Saja	37	36.6%
	4. Efektif	20	19.8%
	5. Sangat Efektif	13	12.9%
Menurut anda apakah penerapan digitalisasi yang dilakukan oleh TNGGP dapat diakses dengan mudah?	1.Sangat Tidak Efektif	9	8.9%
	2. Tidak Efektif	16	15.8%
	3. Biasa Saja	37	36.6%
	4. Efektif	24	23.8%
	5. Sangat Efektif	15	14.9%
Pengenalan Sistem	Ya	90	89.1%
Simaksi di TNGGP	Tidak	11	10.9

Sistem SIMAKSI Yang Digunakan	Online		51	50.5%
		On The Spot	36	35.6%
		Tidak Tahu	14	13.9%
Tanggapan Penerapan SIMAKSI Online	Tentang SIMAKSI	Sangat Membantu	63	62.4%
		Biasa Saja	34	33.7%
		Mempersulit	3	3%
		Tidak Membantu	1	1%
Ulasan Penerapan Digitalisasi Diterapkan TNGGP	Tentang Sistem Yang Oleh	Belum cocok untuk diterapkan saat ini	8	7.9%
		Perlu adanya perbaikan system digitalisasi	33	32.7%
		Sistem digitalisasi yang diterapkan sudah efektif	28	27.7%
		Banyak manfaat yang dirasakan	13	12.9%
		Sosialisasi terhadap sistem digitalisasi yang belum efektif	18	17.8%
		Sudah cukup bagus, hanya saja TNGGP di hari weekend menjadi alternatif bagi pegiat alam terkhusus daerah jabodetabek yg memanfaatkan waktu liburnya, mungkin lebih ke fasilitas dan sarana pra sarana	1	1%

Sumber: Data Primer diolah, 2023

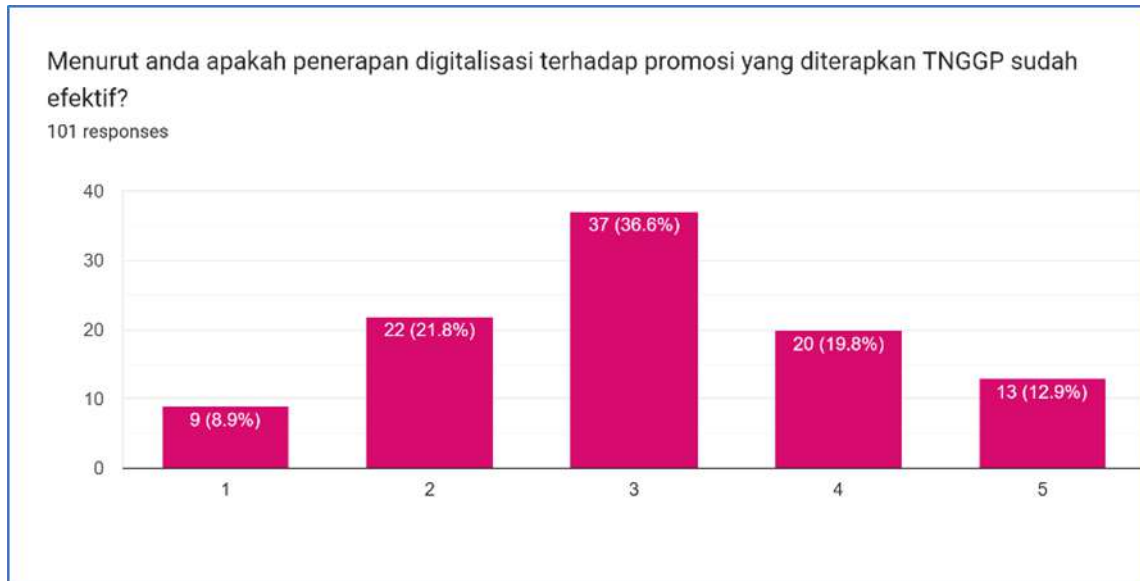
Tabel diatas menunjukkan bahwa, untuk penerapan system digitalisasi terhadap promosi yang dilakukan oleh TNGGP dirasa belum efektif & biasa saja sebesar 21.8% - 36.6% oleh para responden, karena system pemasaran yang diimplementasikan masih menggunakan akun Instagram resmi dari TNGGP saja. Sehingga, yang dapat mengakses akun tersebut hanya Sebagian orang yang mengikuti akun Instagram

tersebut. Penerapan yang dilakukan oleh TNGGP ternyata dapat diakses dengan mudah sebesar 23.8% ketika yang di akses adalah akun Instagram resminya, untuk mengakses website resmi dari TNGGP sendiri ketika ada pengunjung yang melakukan system SIMAKSI secara online. Dan untuk pengenalan system yang diterapkan oleh TNGGP mayoritas (89.1%) sudah mengetahui system SIMAKSI yang diterapkan oleh TNGGP. Dan Sebagian besar dari responden menyebutkan bahwa ketika mengunjungi TNGGP lebih memilih menggunakan system SIMAKSI secara online sebesar 50.5%. Tetapi, masih banyak juga responden yang memilih untuk membeli tiket SIMAKSI secara on the spot atau yang biasa dikenal sebagai calo, yaitu sebesar 35.6%. Tanggapan dari para responden ketika menerapkan system SIMAKSI online ini sebagian besar merasa sangat terbantu sebanyak 62.4%. Dan system SIMAKSI online ini juga sangat membantu para pengelola TNGGP karena setiap harinya, TNGGP sudah memiliki batas kuota pendakian; tetapi, tidak sedikit pengunjung yang masih menerapkan system SIMAKSI secara on the spot sehingga, kuota pendakian yang awalnya sudah memiliki batas maksimal menjadi tidak terkontrol dan membuat jalur pendakian atau tempat wisata menjadi penuh dan tidak kondusif.



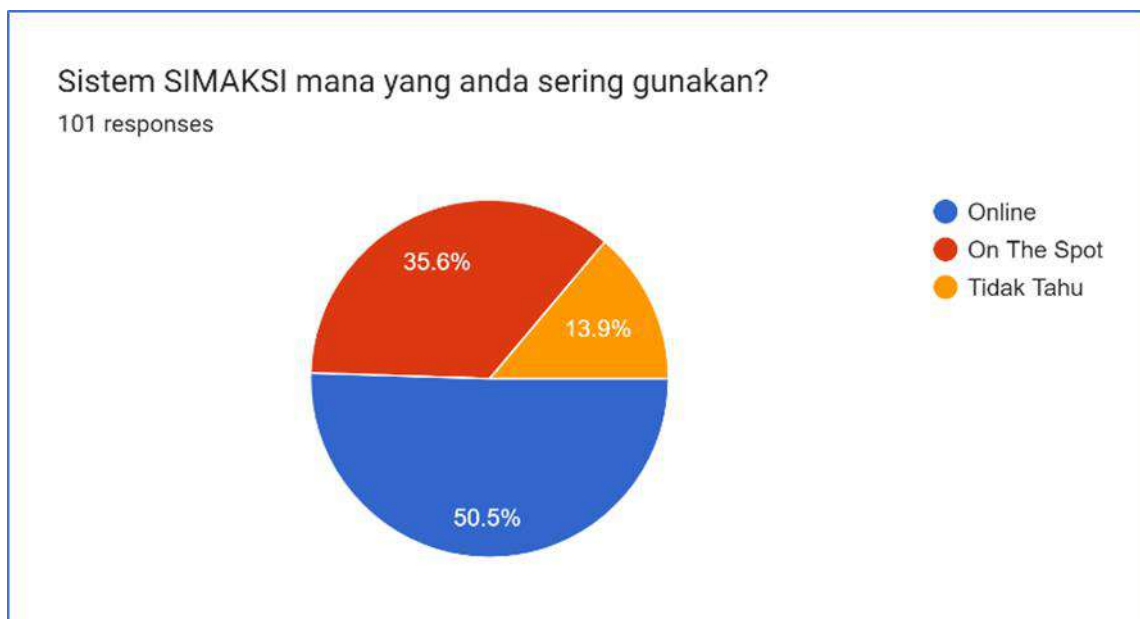
Saran/ulasan yang diberikan oleh para responden adalah, TNGGP harus memperbaiki system digitalisasi yang sudah diterapkan sekarang, karena sebagian besar responden merasa kesulitan ketika harus mengakses pembelian tiket/SIMAKSI online di website resmi TNGGP sebesar 32.7%. Tetapi, untuk sebagian besar responden sudah merasa system digitalisasi yang diterapkan oleh TNGGP sudah

efektif dan membantu para pengunjung ketika ingin mengunjungi destinasi wisata di TNGGP. Dan 18 responden lain yaitu sebesar 17.8% menyarankan untuk TNGGP agar lebih mensosialisasikan cara penggunaan system SIMAKSI online kepada para pengunjung, dan menindaklanjuti oknum yang menjual tiket SIMAKSI secara langsung, sehingga kuota batas pengunjung yang sudah ditetapkan oleh TNGGP menjadi tidak maksimal. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada diagram dan grafik berikut:

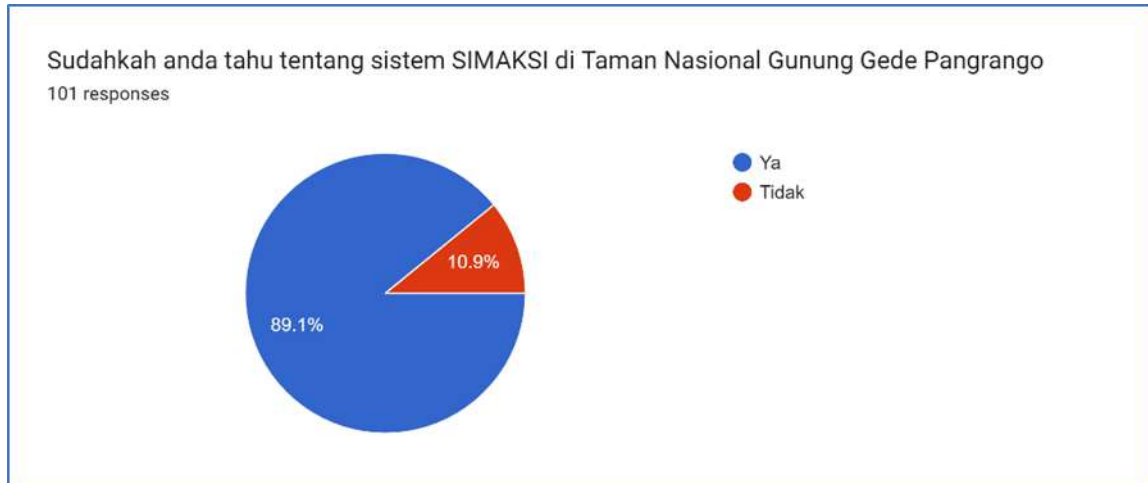


Gambar 11. Penerapan Digitalisasi Terhadap Promosi TNGGP

Gambar 12. Penerapan Sistem



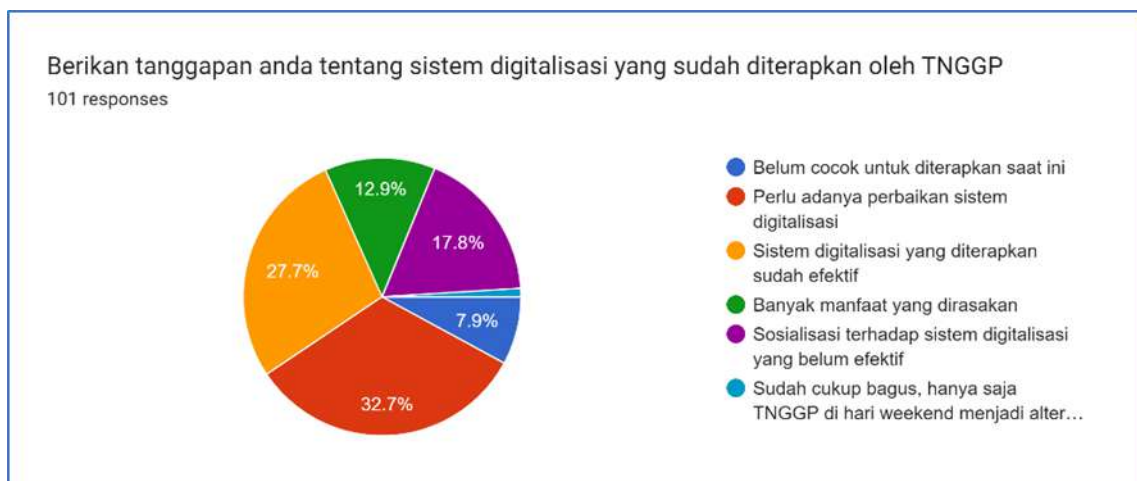
Gambar 13. Pengenalan Sistem Simaksi



Gambar 14. Sistem SIMAKSI Yang Digunakan



Gambar 15. Pendapat Responden Terhadap SIMAKSI Online



Gambar 16. Tanggapan Responden Terhadap Sistem Digitalisasi Yang Sudah Diterapkan TNGGP

Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Menurut BPS

Table 6. Data BPS

Wilayah Kecamatan	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Menurut Kecamatan		
	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah
	2019	2019	2019
Kabupaten Bogor	211389	4715662	4927051

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Bogor

Dari data BPS diatas menunjukkan bahwa masih banyaknya minat terhadap pariwisata di daerah Kabupaten Bogor baik wisatawan asing maupun local, dari data diatas pada tahun 2019 jumlah wisatawan mancanegara sebesar 211,389 pengunjung lalu jumlah wisatawan local sebesar 4,715,662 pengunjung. Ini merupakan jumlah yang cukup besar disebabkan oleh beberapa faktor mulai dari variasi tempat wisata, budaya, serta lokasi yang dekat dengan ibu kota menjadikan destinasi wisata di Kabupaten Bogor menjadi sangat populer di mata para wisatawan.

Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan dan analisis data yang dilakukan, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara system digitalisasi yang diterapkan oleh Taman Nasional Gunung Gede Pangrango terhadap daya tarik minat pengunjung untuk mengunjungi tempat pariwisata di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango. Peran digitalisasi yang sudah diterapkan oleh Taman Nasional Gunung Gede Pangrango melibatkan berbagai macam aspek seperti, pemasaran, system SIMAKSI, dan komunikasi.

- Akses Informasi yang Lebih Mudah: Dengan adanya sistem digitalisasi, informasi mengenai Taman Nasional Gunung Gede Pangrango menjadi lebih mudah diakses oleh wisatawan. Mereka dapat mencari informasi tentang rute pendakian, fasilitas, aturan, dan peta melalui situs web, aplikasi, atau platform online lainnya. Hal ini memudahkan wisatawan dalam merencanakan perjalanan mereka dan memperoleh informasi yang akurat.
- Peningkatan Promosi dan Pemasaran: Melalui sistem digitalisasi, pariwisata Taman Nasional Gunung Gede Pangrango dapat lebih efektif mempromosikan

destinasi tersebut kepada calon wisatawan. Dengan menggunakan media sosial, situs web, dan platform digital lainnya, mereka dapat membagikan foto, video, dan ulasan positif tentang keindahan alam, kegiatan pendakian, dan pengalaman menarik di Gunung Gede Pangrango. Ini membantu meningkatkan visibilitas destinasi dan menarik minat wisatawan potensial.

- c) Kemudahan Transaksi dan Reservasi: Sistem digitalisasi memungkinkan wisatawan untuk melakukan transaksi dan reservasi dengan mudah. Pengunjung dapat memesan tiket, mengatur akomodasi, dan membeli peralatan pendakian melalui platform online. Ini mengurangi kerumitan dalam proses pembelian dan memastikan ketersediaan fasilitas yang dibutuhkan oleh wisatawan.

Saran dan Masukan

Saran dan masukan untuk penelitian ini diharapkan kepada peneliti yang akan membahas topik ini untuk memperluas jangkauan area responden, guna mendapatkan data yang lebih banyak lagi. Selain itu peneliti di masa depan dapat membahas juga mengenai respon pengunjung serta tingkat kepuasan pengunjung TNGGP. Lebih rinci dalam menjelaskan metodologi penelitian, seperti bagaimana responden dipilih dan bagaimana data di kumpulkan dan dianalisis. Menambah referensi yang lebih baru dan relevan untuk mendukung argumen.

Referensi

- Alim Irhamna, S. (2018). Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Perekonomian Masyarakat Sekitar Objek Wisata di Dieng Kabupaten Wonosobo. *Economics Development Analysis Journal*, 6(3), 320–327. <https://doi.org/10.15294/edaj.v6i3.22277>
- Aziz, M. H. (2022). Model Pariwisata Digital dalam Pengembangan Pariwisata Indonesia. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 2279. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2246>
- Brida, J. G., & Pulina, M. (2010). *A literature review on the tourism-led-growth hypothesis*. July, 31. http://eprints.uniss.it/5623/1/Brida_J_Literature_review_on_the.pdf
- Hafid, A. (2017). *Peran Masyarakat Dalam Pelestarian Kawasan Taman Nasional*

Tambora.

Lee, C.-C., & Chang, C.-P. (2008). Tourism Development and Economic Growth: A Closer Look at Panels. *Tourism Management*, 29, 180–192. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.02.013>

Maryani, E. (2006). Pengembangan Pariwisata Bandung Persepsi Wistawan. *Jurnal Pariwisata*. http://file.upi.edu/Direktori/FPIPS/JUR._PEND._GEOGRAFI/196001211985032-ENOK_MARYANI/PAR_BDG.pdf

McKinnon, R. I. (1964). Foreign Exchange Constraints in Economic Development and Efficient Aid Allocation. *The Economic Journal*, 74(294), 388–409. <https://doi.org/10.2307/2228486>

Murti, D. C. W., Kusumastuti, Z. R., Handoko, V. S., & Wijaya, A. B. M. (2022). Peningkatan Digitalisasi Pariwisata di Wilayah Desa Purwoharjo, Kulon Progo. *Jurnal Atma Inovasia*, 2(1), 14–19. <https://doi.org/10.24002/jai.v2i1.5395>

Panji, I. N., Palgunadi, T., & Palgunadi, i nyoman panji triadnya. (2022). *Senadiba ii 2022*. 1980, 192–198.

Politik, J. I., Volume, K., & No, I. X. (2019). *JIPSi*. 49–66.

Rachinger, M., Rauter, R., Müller, C., Vorraber, W., & Schirgi, E. (2019). Digitalization and its influence on business model innovation. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(8), 1143–1160. <https://doi.org/10.1108/JMTM-01-2018-0020>

Sakai, M. (2006). Public sector investment in tourism infrastructure. *International Handbook on the Economics of Tourism*, 266–279.

Saniye Gul Gulnes. (2019). Experiences on sustainable tourism development in Turkey. *Icoest*, 28(September 2018), 199–207.

Sulthan, M. (2018). Marketing Communication Tourism Purbalingga District (Study of Communication Analysis of Digital-Based Tourism). *Prosiding Semnasfi*, 1(1), 215. <https://doi.org/10.21070/semnasfi.v1i1.1138>

- Waqaf, P., & Nusantara, I. (n.d.). *Perpustakaan Waqaf Ilmu Nusantara*.
- Wardhana, A. (2022). Strategi Digital Marketing. In *Strategi Digital Marketing* (Issue February).
https://www.researchgate.net/publication/359467934_Strategi_Digital_Marketing
- Weng, C.-C., & Wang, K.-L. (2004). Scale and scope economies of international tourist hotels in Taiwan. *Tourism Management*, 25, 761–769.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.06.005>
- WTO. (2018). International Tourism Trends 2017. *World Tourism Organization*, 1–20.
- YAKUP, A. P. (2019). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Universitas Airlangga*. https://drive.google.com/file/d/1O-tF5Tpbqelql-xx_R6cWjLY_Fczlex8/view?usp=drivesdk
- Yumna, A., & Nurani, F. (2019). *Pengembangan Digital Tourism Sebagai Upaya Media Promosi (Studi pada Pantai Balekambang, Malang)*. 1–5.
<https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/29/1684/tawarkan-100-destinasi-digital-dan-nomadic-tourism-strategi-baru-menpar-datangkan-17-juta-wisman-dan-275-juta-wisnus-di-tahun-2018> diakses 27 Maret 2023
- <http://eprints.polsri.ac.id/7327/2/Bab%20I.pdf> diakses 27 Maret 2023
- <https://gedepangrango.org/sejarah/> diakses 1 April 2023
- <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bogor/baca-artikel/14485/Peran-Aset-Negara-dalam-Konservasi-Taman-Nasional-Gunung-Gede-Pangrango.html> diakses 1 April 2023
- <https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2009/10TAHUN2009UU.HTM> diakses 12 April 2023
- <https://docs.google.com/forms/d/1V03IFPgAAhGVOZjgVQo4i2RWXQi0bzywTq5POnb42jM/edit#responses> diakses 13 Juni 2023
- <https://bogorkab.bps.go.id/indicator/16/267/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-objek-wisata-menurut-kecamatan.html> diakses 13 Juni 2023