

The Development of digital tourism at the Tebing Tegallinggah temple tourist attraction in Bedulu Village, Gianyar Regency, Bali

Pengembangan digital tourism pada daya tarik wisata Candi Tebing Tegallinggah di Desa Bedulu Kabupaten Gianyar, Bali

I Wayan Wiwin*, I Made Arsa Wiguna, I Gusti Ketut Indra Pranata Darma, Putu Sabda Jayendra
Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa, Denpasar, Bali 80236, Indonesia

ARTICLE INFO

Keywords:

developments; digital tourism; tourist destinations

Katakunci:

developments; digital tourism; tourist destinations

DOI:

<https://doi.org/10.26905/jpp.v9i1.11660>

Corresponding Author:

I Wayan Wiwin
wiwin@uhnsugriwa.ac.id

ABSTRACT

Candi Tebing Tegallinggah is a tourist attraction located in Bedulu Village, Blahbatuh District, Gianyar Regency. Since it opened as a tourist attraction at the end of 2019, the level of tourist visits to Candi Tebing Tegallinggah is still relatively low, this is because access to information regarding the existence of Tebing Tegallinggah especially through online media is still very minimal. Story posts and reviews on social media regarding the existence of the Candi Tebing Tegallinggah are still very minimal, until March 2023 there were only 11 story posts and 26 reviews. Therefore, this research is very important to carry out to create a digital tourism website application in the development of the Candi Tebing Tegallinggah. Data collection in this research was carried out using in-depth interviews, observation, and document study methods. The data was analyzed descriptively and qualitatively using the digital tourism concept approach, the concept of potential tourist attractions, the concept of destination development, and the social action theory approach. The results of this research show that the potential tourist attraction of Tebing Tegallinggah is in the form of natural potential, cultural potential, and artificial potential. The digital tourism application for the Candi Tebing Tegallinggah tourist attraction takes the form of a website (<https://canditebingtegallinggah.id>) which contains information regarding the location, history, and general description of the Candi Tebing Tegallinggah which contains virtual tour content. The development of Candi Tebing Tegallinggah as a tourist attraction has had a positive impact on the economy, socio-culture, and the surrounding environment. The application of digital tourism applications in developing the Candi Tebing Tegallinggah is expected to increase the number of tourist visits.

HOW TO CITE ITEM

Wiwin, I., Wiguna, I., Pranata Darma, I., & Jayendra, P. (2024). The Development of digital tourism at the Tebing Tegallinggah temple tourist attraction in Bedulu Village, Gianyar Regency, Bali. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 9(1).
doi:<https://doi.org/10.26905/jpp.v9i1.11660>

ABSTRAK

Candi Tebing Tegallinggah merupakan objek wisata yang terletak di Desa Bedulu, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar. Sejak dibuka sebagai objek wisata pada akhir tahun 2019 lalu, tingkat kunjungan wisatawan ke Candi Tebing Tegallinggah masih tergolong rendah, hal ini dikarenakan akses informasi terkait keberadaan Candi Tebing Tegallinggah khususnya melalui media daring masih sangat minim. Postingan story dan ulasan di media sosial terkait keberadaan Candi Tebing Tegallinggah masih sangat minim, hingga bulan Maret 2023 baru terdapat 11 postingan story dan 26 ulasan. Oleh karena itu, penelitian ini sangat penting dilakukan untuk membuat aplikasi website pariwisata digital dalam pengembangan Candi Tebing Tegallinggah. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen. Data dianalisis

secara deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan konsep pariwisata digital, konsep potensi daya tarik wisata, konsep pengembangan destinasi, dan pendekatan teori tindakan sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potensi objek wisata Tebing Tegallinglah berupa potensi alam, potensi budaya, dan potensi buatan. Aplikasi digital pariwisata objek wisata Candi Tebing Tegallinglah berbentuk website (<https://canditebingtegallinglah.id>) yang memuat informasi terkait letak, sejarah, dan gambaran umum Candi Tebing Tegallinglah yang memuat konten virtual tour. Pengembangan Candi Tebing Tegallinglah sebagai objek wisata telah memberikan dampak positif terhadap perekonomian, sosial budaya, dan lingkungan sekitar. Penerapan aplikasi digital pariwisata dalam pengembangan Candi Tebing Tegallinglah diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang demikian pesat tentu berpengaruh besar terhadap industri pariwisata. Kehadiran teknologi digital telah menyebabkan lahirnya transformasi wisata konvensional menjadi wisata digital, terlebih saat pandemi Covid-19 melanda dunia. Dengan adanya pembatasan sosial sebagai bagian dari upaya pencegahan penyebaran virus menyebabkan masyarakat modern mulai mengadopsi teknologi digital untuk diaplikasikan dalam industri pariwisata, salah satunya melalui media virtual tour. Selain itu, dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini berbagai layanan transaksi wisata telah dimudahkan melalui pengembangan aplikasi dan website wisata, konten interaktif, pemasaran digital, reservasi dan transaksi online, integrasi teknologi pintar dan lain sebagainya.

Bali sebagai salah satu destinasi favorit para pelancong dunia dikenal dengan daya tarik wisata budayanya. Selain keunikan tradisi ritual budaya dan agama, Bali juga memiliki banyak warisan benda (*heritage*) yang berupa tinggalan arkeologi dan situs purbakala yang juga dimanfaatkan sebagai obyek daya tarik wisata yang sebagian besar berada di wilayah Kabupaten Gianyar, seperti Goa Gajah, Gunung Kawi Sebatu, Gunung Kawi Tampaksiring, Yeh Pulu, Mengening, Tirta Empul dan Candi Tebing Tegallinglah.

Berdasarkan data Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar, jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2022 ke obyek wisata heritage tersebut sangat variatif, seperti yang termuat dalam tabel 1.1 berikut:

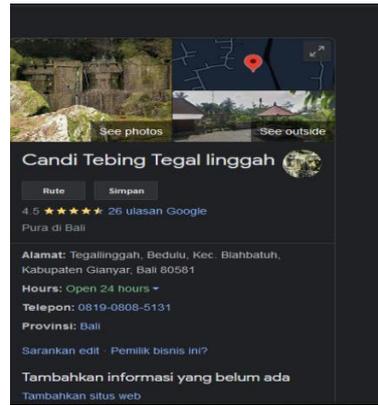
Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke obyek wisata heritage di Kabupaten Gianyar Tahun 2022

No	Nama Daya Tarik Wisata	Jumlah Wisatawan		Total
		Asing	Domestik	
1	Tirta Empul	326.855	116.263	443.118
2	Goa Gajah	93.552	14.361	107.913
3	Gunung Kawi Sebatu	17.972	1.287	19.259
4	Gunung Kawi Tampaksiring	54.352	6.498	60.850
5	Yeh Pulu	1.995	213	2.208
6	Candi Tebing Tegallinglah	450	386	836
7	DTW Mengening	5.568	960	6.528

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar, 2023

Tabel 1 di atas, menunjukkan bahwa terdapat ketimpangan jumlah kunjungan yang sangat besar yaitu pada Candi Tebing Tegallinglah yang tercatat hanya mencapai 836 orang, hal ini tentu menimbulkan pertanyaan bagi penulis, ada apa dengan pengelolaan Candi Tebing Tegallinglah?.

Berangkat dari permasalahan tersebut, maka penulis melakukan observasi dan wawancara langsung ke lokasi, dan hasilnya menunjukkan bahwa rendahnya jumlah kunjungan wisatawan ke Candi Tebing Tegallinglah salah satunya disebabkan oleh minimnya informasi yang dapat diakses secara online oleh wisatawan terkait keberadaannya. Hal ini terlihat dari belum tersedianya situs *online* yang memberikan informasi terkait Candi Tebing Tegallinglah secara khusus. Keberadaan media sosial untuk mengenalkan Candi Tebing Tegallinglah terlihat belum maksimal yang ditandai dengan masih minimnya *post* cerita di media sosial Candi Tebing Tegallinglah yang masih mencapai 11 *post* hingga 20 Maret 2023. Informasi yang tersedia terkait Candi Tebing Tegallinglah sampai penelitian ini ditulis masih sangat terbatas bila ditelusuri dalam mesin pencarian, meskipun *review* dari wisatawan dari tahun 2019 hingga 2023 mencapai 26 *review*. Hal ini menunjukkan bahwa informasi dan ulasan terkait keberadaan Candi Tebing Tegallinglah khususnya di internet dan media sosial masih sangat minim.



Gambar 1. Ulasan Pengguna Google

Sumber: Akun Bisnis Candi Tebing Tegallinggah, 2023

Pada *review* yang diberikan menunjukkan sebagian besar wisatawan mengapresiasi originalitas dan keasrian Candi Tebing Tegallinggah yang dikelola masyarakat sekitar. Melihat kondisi tersebut, peneliti tertarik untuk menambahkan informasi mengenai keberadaan daya tarik wisata Candi Tebing Tegallinggah melalui media digital. Informasi yang akan dimuat dalam situs website nantinya diharapkan dapat diakses dengan mudah oleh wisatawan yang berisikan informasi dan panduan (*code of conduct*) kepada wisatawan, sehingga dapat menjaga kesucian dan kelestariannya dari perusakan atau penodaan oleh pengunjung yang tidak memahami norma dan etika mengunjungi sebuah situs heritage yang juga difungsikan sebagai tempat suci di Bali.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, adapun rumusan permasalahan yang dikaji, yaitu: apa saja potensi wisata yang dapat dikembangkan di Candi Tebing Tegallinggah?, dan bagaimana model *digital tourism* yang dapat diaplikasikan di Candi Tebing Tegallinggah?.

METODE

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam dan studi kepustakaan. Data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan sejumlah informan di lokasi dikumpulkan dan dicatat kemudian dicocokkan dengan konsep dan teori serta hasil-hasil penelitian sebelumnya. Metode triangulasi data dalam penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pengukuran validitas dan memperkuat kredibilitas temuan, kemudian membandingkannya dengan berbagai pendekatan yang berbeda. Tujuan utama dari triangulasi data adalah untuk meminimalkan bias dan meningkatkan keandalan serta validitas hasil penelitian dengan cara membandingkan dan mengonfirmasi temuan dari berbagai sudut pandang. Dalam membedah kedua rumusan masalah tersebut, digunakan pendekatan konsep potensi daya tarik wisata, konsep pengembangan destinasi pariwisata dan konsep *digital tourism*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Wisata Pada Daya Tarik Wisata Candi Tebing Tegallinggah Desa Bedulu Kabupaten Gianyar

Merujuk pada konsep potensi daya tarik wisata yang telah dipaparkan sebelumnya, maka potensi daya tarik wisata di Candi Tebing Tegallinggah dapat dibedakan menjadi potensi wisata alam, potensi wisata budaya, dan potensi wisata buatan.

1. Potensi Wisata Alam

Candi Tebing Tegallinggah yang terletak di Desa Bedulu Kabupaten Gianyar memiliki potensi alam yang menarik serta dapat menjadi daya tarik tambahan untuk wisatawan. Lokasi Candi Tebing Tegallinggah terletak di tepian Sungai Pakerisan yang dikenal dengan bentuk geologi khasnya seperti tebing terjal, lembah, gugusan bebatuan, pancuran mata air, dan rindangnya hutan tropis di sepanjang sungai yang menambah kesan alami dan sangat sejuk. Lanskap ini menawarkan pemandangan alam yang menakjubkan dan merupakan tujuan wisata alam yang menarik bagi wisatawan.

Berbagai aktivitas wisata dapat dikembangkan di tempat ini, seperti aktivitas wisata *trekking* menyusuri hutan dan kebun di sekitar Candi Tebing, serta aktivitas *rafting* menyusuri aliran Sungai Pakerisan juga sangat potensial untuk dikembangkan.

Selain itu, di sekitar Candi Tebing Tegallinggah juga memiliki potensi aktivitas ekowisata untuk dikembangkan, wisatawan dapat mengenal lebih dekat keberadaan berbagai jenis tanaman tropis dan ekosistem beraneka satwa liar yang hidup di sekitarnya. Aktivitas ini dapat mencakup tur alam, edukasi lingkungan, dan praktik ramah lingkungan yang mendukung pelestarian alam sekitar.

Pengembangan potensi alam di sekitar Candi Tebing Tegallingsah dapat menjadi cara untuk mempromosikan wisata alam, mendukung pelestarian lingkungan, dan meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat sekitar melalui sektor pariwisata. Namun, perlu diperhatikan bahwa pelestarian lingkungan harus selalu menjadi prioritas dalam pengembangan potensi alam ini.

2. Potensi Wisata Budaya

Candi Tebing Tegallingsah adalah salah satu situs budaya yang penting di Kabupaten Gianyar. Situs ini memiliki potensi budaya yang kaya dan menarik, dan dapat menjadi tujuan wisata yang menarik bagi pengunjung yang tertarik pada sejarah dan budaya Bali. Candi Tebing Tegallingsah adalah situs candi yang memiliki sejarah panjang dan merupakan contoh arsitektur candi Hindu klasik. Candi ini menawarkan wawasan tentang agama dan kebudayaan Hindu di Bali. Pahatan relief yang terukir pada dinding candi dapat dijadikan wisata edukasi bagi pengunjung yang ingin meneliti atau mempelajari sejarah dan tinggalan arkeologi tentang peradaban Bali kuno.

Candi Tebing Tegallingsah sering digunakan untuk berbagai upacara agama dan ritual keagamaan Hindu oleh masyarakat setempat. Pengunjung dapat berkesempatan untuk menyaksikan atau bahkan berpartisipasi langsung dalam upacara-upacara ini, seperti upacara *rahinan suci Purnama* dan *Tilem* yang jatuh setiap sebulan sekali di candi ini.

Pengembangan situs ini sebagai tujuan wisata budaya dapat memberikan manfaat ekonomi bagi komunitas setempat dan meningkatkan pemahaman tentang budaya Bali bagi para pengunjung. Namun, perlu diingat bahwa pelestarian dan perlindungan situs budaya ini sangat penting. Diperlukan upaya untuk menjaga integritas fisik situs, mengelola kunjungan wisata dengan bijak, dan menghormati nilai-nilai dan tradisi budaya yang terkait dengan situs ini. Selain itu, penting juga untuk menghormati aturan dan regulasi yang ada terkait dengan kunjungan ke situs-situs bersejarah di Indonesia, termasuk Candi Tebing Tegallingsah, untuk menjaga keberlanjutan dan keamanan situs tersebut. Berikut beberapa potensi wisata budaya yang dapat disuguhkan di Candi Tebing Tegallingsah, diantaranya yaitu: wisata *melukat* yaitu pembersihan jiwa melalui ritual pembersihan pada mata air suci, wisata yoga dan meditasi, wisata edukasi pengenalan situs purbakala, serta wisata fotografi seperti foto *prewedding* di tempat wisata yang menjadi *trend* saat ini.



Gambar 2. Foto *Prawedding* di Candi Tebing Tegallingsah
Sumber: [Instagram.com/tusanjr.photography](https://www.instagram.com/tusanjr.photography), 2023

3. Potensi Wisata Buatan

Candi Tebing Tegallingsah sebagai salah satu daya tarik wisata yang dibawah pengelolaan Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar memiliki beberapa potensi buatan di dalamnya. Potensi buatan ini merupakan hasil karya ciptaan manusia yang sengaja dibuat untuk menunjang kegiatan yang ada.

Selain relief Candi Tebing sebagai hasil cipta rasa dan karsa manusia yang menunjukkan tingginya peradaban masyarakat Bali kuno, di sekitar Candi Tebing Tegallingsah juga terdapat beberapa petak kolam ikan yang sengaja dibuat oleh masyarakat setempat sebagai tempat budidaya ikan air tawar dan tempat aktivitas memancing ikan bagi pengunjung. Para pengunjung yang datang ke Candi Tebing Tegallingsah dapat melakukan aktivitas memancing ikan di petak-petak kolam ikan yang telah disediakan. Keberadaan kolam-kolam ikan ini, selain untuk menambah atraksi wisata juga dapat menambah keindahan pemandangan di sepanjang jalan setapak menuju ke lokasi Candi Tebing Tegallingsah.

Selain itu, masih banyak potensi wisata buatan yang dapat dibangun di sekitar kawasan candi Tebing Tegallingsah untuk dapat menambah atraksi wisata baru bagi wisatawan, misalnya berupa penyediaan fasilitas kolam renang, penyediaan fasilitas wisata kuliner, maupun aktivitas watersport seperti *tubing* (perahu karet) dan *rafting* dengan memanfaatkan aliran sungai Pakerisan di sekitar candi Tebing.

Model Aplikasi *Digital Tourism* dalam Pengembangan Daya Tarik Wisata Candi Tebing Tegallingsah di Desa Bedulu Kabupaten Gianyar

Digital tourism adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan penggunaan teknologi digital dalam industri pariwisata. Ini mencakup berbagai elemen, termasuk situs web, aplikasi seluler, media sosial, dan teknologi lainnya yang memungkinkan wisatawan untuk mendapatkan informasi perjalanan mereka secara *online*. Teknologi digital telah mengubah cara kita merencanakan dan menjalani perjalanan, membuatnya lebih mudah dan aksesibel bagi banyak orang.

Pada kondisi daya tarik wisata Candi Tebing Tegallingsah, peran teknologi informasi yang semakin pesat perlu mendapat perhatian khusus bagi pengelola. Kondisi tersebut menjelaskan bagaimana kondisi terkini membutuhkan sentuhan teknologi sehingga memudahkan pihak pengelola untuk memberikan layanan informasi kepada wisatawan.

Pada daya tarik wisata Candi Tebing Tegallingsah, berdasarkan informasi dari Bapak I Gusti Ngurah Susatia Putera, SS., M.Si., selaku Kepala Bidang Destinasi Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar, keberadaan Candi Tebing Tegallingsah menjadi daya tarik baru di Kabupaten Gianyar sangat memerlukan sentuhan teknologi informasi dalam pengembangan ke depan. Berikut kutipan wawancara dengan Bapak Susatia Putera:

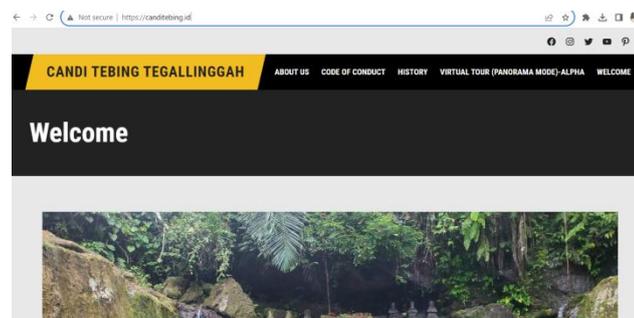
“Melihat perkembangan teknologi informasi yang demikian pesat akhir-akhir ini, pihak pengelola daya tarik wisata tentu dituntut untuk mulai beradaptasi dengan sentuhan teknologi digital, wisatawan yang akan berkunjung ke sebuah DTW tentunya akan mencari informasi terlebih dahulu tentang DTW tersebut dari ulasan mesin pencari di internet maupun informasi dari media sosial, nah kita harus akui informasi terkait Candi Tebing Tegallingsah masih sangat minim di media internet...” (wawancara tanggal 18 September 2023).

Keberadaan daya tarik wisata Candi Tebing Tegallingsah masih belum banyak diketahui oleh banyak wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Ketika calon wisatawan ingin mendapatkan informasi tentang Candi Tebing Tegallingsah di media sosial, khususnya di Facebook dan Instagram, masih sangat minim memuat informasi dan narasi termasuk historis dan panduan (*code of conduct*) dalam mengunjungi situs purbakala candi tebing Tegallingsah.

Demikian pula ketika wisatawan sudah berkunjung ke lokasi, wisatawan tidak mendapat informasi yang lengkap terkait historis dan narasi dari keberadaan relief purbakala pada Candi Tebing Tegallingsah, hal ini karena pihak pengelola memang belum menyediakan famplet atau media digital yang bisa diakses oleh wisatawan, terlebih pihak pengelola juga tidak menyediakan pemandu wisata yang bisa menjelaskan historis dan narasi terkait keberadaan Candi Tebing Tegallingsah. Hal tersebut dikeluhkan oleh salah seorang wisatawan yang berkunjung, Mr. Mikhail yang berkebangsaan Rusia, seperti kutipan terjemahan hasil wawancara berikut:

“Saya mengetahui lokasi tempat ini dari driver yang mengantar saya, namun sayangnya ketika saya sampai di tempat ini saya tidak mendapatkan informasi apa-apa, padahal tempat ini sangat indah, candi tebing ini saya rasa sudah dibangun ratusan atau bahkan ribuan tahun yang lalu, sangat bernilai sejarah tinggi...tapi sayang tidak ada narasi sama sekali”. (wawancara tanggal 14 Oktober 2023).

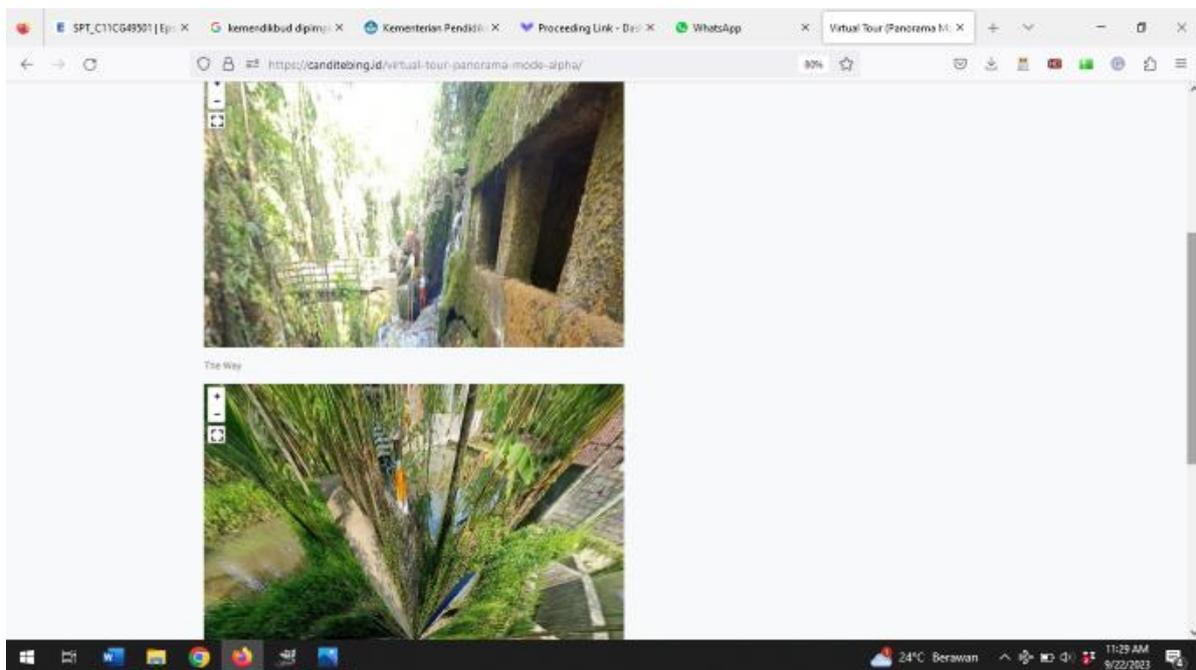
Oleh sebab itu, output dari penelitian ini berusaha merancang situs digital atau *website* sebagai salah satu model penerapan *digital tourism* di Candi Tebing Tegallingsah yang nantinya dapat diakses oleh wisatawan hanya dengan melakukan *barcode scan* menggunakan *handphone* di loket penjualan tiket, atau petugas tiket cukup menunjukan laman website : <https://canditebingtegallingsah.id/> sehingga wisatawan akan mendapatkan informasi lengkap terkait keberadaan Candi Tebing Tegallingsah, seperti yang terlihat pada gambar berikut.



Gambar 3. Tampilan awal website Candi Tebing Tegallingsah
Sumber : <https://canditebingtegallingsah.id/> , 2023

Secara umum, informasi yang disampaikan pada situs digital antara lain jam operasional, biaya tiket masuk, fasilitas yang dimiliki, *code of conduct* bagi pengunjung serta layanan informasi tentang history dan *virtual tour* tentang potensi daya tarik wisata Candi Tebing Tegallingsah yang dapat di-*explore* oleh wisatawan sebagai gambaran awal ketika wisatawan ingin berkunjung ke Candi Tebing Tegallingsah. Informasi lain yang disampaikan adalah sistem pembayaran tiket yang menggunakan alat *Tapcash* bekerjasama dengan Bank BPD Bali. Alat *print out* tiket (*Tapcash*) yang disediakan merupakan salah satu bentuk layanan digital untuk memudahkan dalam memantau jumlah wisatawan yang berkunjung serta pendapatan penjualan tiket per hari yang diperoleh secara *real time*.

Dalam *website* yang dirancang, terdapat satu fitur yaitu *virtual tour* yang masih dalam tahap pengembangan. Fitur tersebut memungkinkan wisatawan melihat gambaran awal lokasi dari daya tarik wisata Candi Tebing Tegallingsah terlebih dahulu melalui fitur *virtual tour* sebelum mereka melaksanakan kunjungan. Namun karena tahap pengembangan, fitur ini sementara masih menggunakan metode foto panorama seperti pada gambar berikut.



Gambar 4. *Virtual Tour Mode Panorama*
Sumber: <https://canditebingtegallingsah.id/>, 2023

Dalam pengembangan *website* <https://canditebingtegallingsah.id/> nantinya akan terintegrasi dengan *website* Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar maupun *website* Desa Bedulu, sehingga terbangun model informasi online tentang keberadaan Candi Tebing Tegallingsah secara komprehensif dan terintegrasi. Dengan demikian para calon wisatawan dapat dengan mudah mengakses semua informasi terkait layanan wisata di Candi Tebing Tegallingsah sehingga diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Bila dikaitkan dengan konsep *digital tourism* dari Gelter (2017), beberapa proses utama yang terkait fungsi kegiatan bisnis yang telah tersedia dalam *digital tourism* pada daya tarik wisata Candi Tebing Tegallingsah, antara lain: *E-marketing E-R&D*, dan *E-Production*.

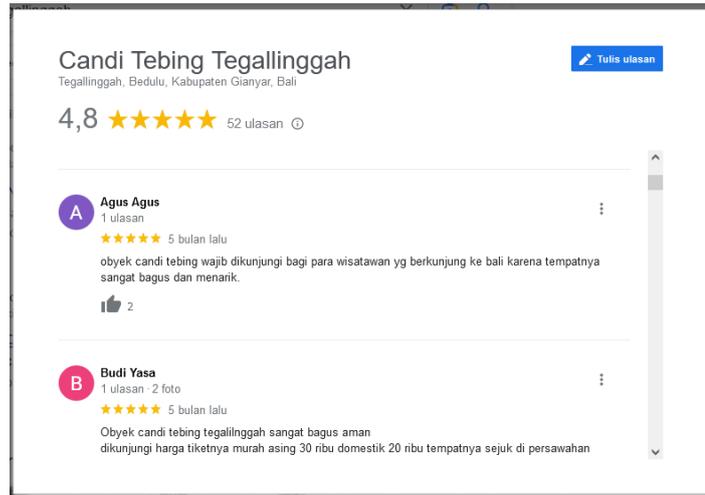
1. *E-marketing*

Penggunaan marketing secara digital telah menjadi hal yang paling umum. *E-marketing* merupakan sebuah alat komunikasi yang saat ini cukup ampuh dalam mencapai tujuan akhir juga kunci utama dalam memenangkan persaingan antardestikasi wisata (Wisnawa *et al.*, 2023). Pemasaran melalui media sosial, google maps, menjadi langkah yang paling tepat untuk mendapatkan peningkatan jumlah dari wisatawan. Bila dilihat dari fungsi penciptaan nilai pelanggan, terdapat beberapa fungsi dalam *e-marketing* diantaranya (Wisnawa *et al.*, 2023):

a. Bersifat personal

Personal ini yang dimaksud dalam identifikasi setiap wisatawan yang akan melakukan ke dalam daya Tarik tujuan. Pada *e-marketing* yang telah dilakukan dalam Candi Tebing sebelumnya melalui kolom review yang ada di ulasan Google. Dilihat dari ulasan yang diberikan, sebagian besar wisatawan baik domestik dan mancanegara yang melakukan kunjungan ke daya Tarik Candi Tebing

Tegallingsah mengapresiasi keberadaan DTW tersebut serta memberikan beberapa masukan yang terlihat pada gambar berikut.



Gambar 5. Ulasan Wisatawan Yang Mengapresiasi Keberadaan DTW Candi Tebing Tegallingsah
Sumber: Akun Bisnis Candi Tebing Tegallingsah, 2023

- b. Penyampaian informasi yang praktis
Fungsi selanjutnya adalah dalam penyampaian informasi yang praktis dengan mudah dan cepat. Selama ini, informasi telah disampaikan dengan baik yang terlihat dari jumlah kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Dilihat dari tahun 2019 hingga 2023 (yang diselingi pandemi covid-19), kunjungan rata-rata stabil untuk wisatawan domestik. Keberadaan situs digital yang dikembangkan oleh Prodi Industri Perjalanan UHN Sugriwa Denpasar, diharapkan menjadi wadah lain untuk mendapatkan informasi terkait daya Tarik Candi Tebing serta menjaga DTW untuk tetap berkualitas. Salah satu informasi yang dicari antara lain tentang sejarah dari Candi Tebing Tegallingsah yang merupakan hasil riset dari peneliti mengenai bentuk dari *Lingga* sebagai perwujudan dari *Tri Murti* dalam keyakinan umat Hindu yaitu Brahma, Wisnu dan Siwa (Sukanadi *et al.*, 2022). Informasi dari hasil riset tersebut dituliskan dalam situs digital untuk memudahkan wisatawan dalam memahami makna dari keberadaan Candi Tebing Tegallingsah.
- c. Fungsi Pengembangan Komunitas
Pengembangan komunitas dalam fungsi ini tidak terbatas pada kesamaan cara pandang, namun kepedulian terhadap keberadaan suatu bentuk maupun benda. Penerapan fungsi ini terlihat pada pemberian komentar dalam akun google. Pemberian komentar dalam media digital menjadi bentuk pengembangan serta pemberian masukan ke daya Tarik wisata Candi Tebing Tegallingsah.
- d. Hemat biaya
Fungsi terakhir ini menjadi alasan utama penerapan *e-marketing* ini terlaksana. Jangkauan teknologi yang luas memudahkan serta menurunkan biaya pemasaran hingga berbagai daerah maupun negara. Segala sisi positif dan negative dari teknologi, jika dilakukan dengan bijaksana maka akan memudahkan dalam penerapan model pemasaran ini. Ditopang dengan keberadaan situs (*website*) akan mampu memperkaya isi maupun konten dari Candi Tebing Tegallingsah sehingga semakin dikenal namun tetap menjaga kualitas dari wisatawan itu sendiri.

Pengenalan isi dari candi tebing juga tersedia di media video seperti Youtube. Pada situs website: canditebingtegallingsah.id, keberadaan video tersebut telah diunggah serta menjadi salah satu bentuk dari penggunaan pemasaran secara digital.

2. E-R&D (*Electronic-Research and Development*)

Keberadaan fungsi R&D menjadi penting dalam kegiatan bisnis pada sebuah daya tarik wisata. Fungsi riset dan pengembangan dilakukan bersama Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar. Riset ini dilakukan dalam bentuk pendataan jumlah wisatawan domestik dan mancanegara. Sesuai dengan hasil wawancara dengan Kepala Seksi Pengembangan Wisata Minat Khusus Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar, Ibu A.A Istri Raka Kusuma Wati menyatakan bahwa:

“Jumlah kunjungan wisatawan ke Candi Tebing Tegallingsah masih tergolong rendah dibandingkan obyek wisata lain di Kabupaten Gianyar, seperti Candi Tebing Gunung Kawi dan Goa Gajah...” (Wawancara 18 September 2023).

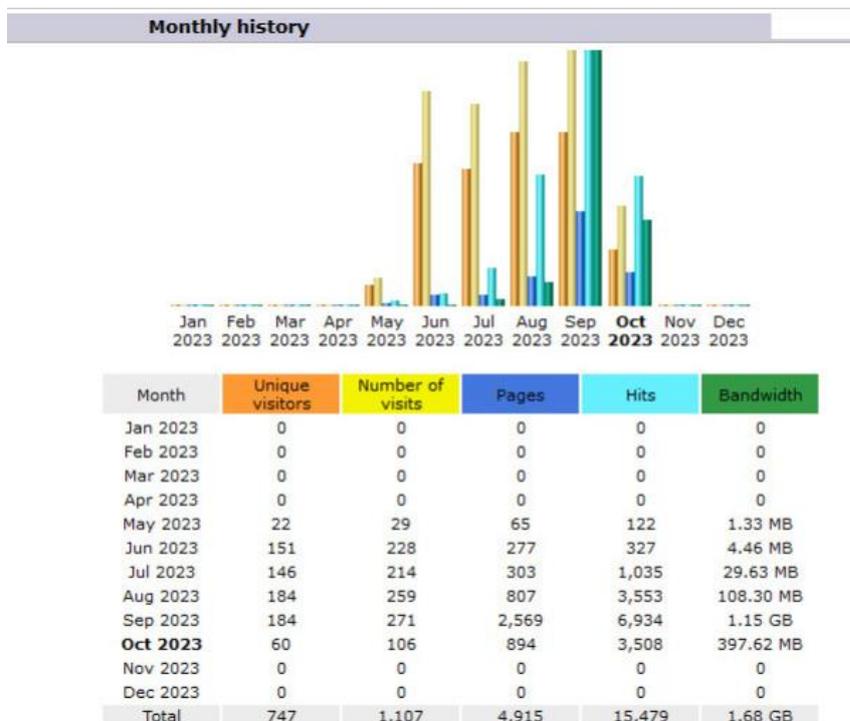
Kondisi tersebut menjadi salah satu alasan penelitian ini dilakukan, rendahnya jumlah kunjungan wisatawan dan *review* yang dibuat oleh pengunjung via media sosial jika dibandingkan dengan DTW sejenis di Kabupaten Gianyar seperti Candi Tebing Gunung Kawi dan Goa Gajah merupakan fenomena yang menarik diteliti. Fungsi riset ini dilakukan secara berkala serta menjadi bahan evaluasi terkait pengembangan Candi Tebing Tegallingkah ke depan.

Kegiatan peneliti baik dari dosen maupun mahasiswa menjadi bentuk dari Riset dan Pengembangan kemudian dibuat dalam media digital seperti publikasi. Tidak hanya sebatas mahasiswa Indonesia saja, beberapa mahasiswa dari luar negeri mendatangi Candi Tebing Tegallingkah dan menjadikannya sebagai bahan untuk pembelajaran seperti pada gambar berikut.



Gambar 6. Riset dan Pengembangan dari Dosen serta Mahasiswa
 Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2023

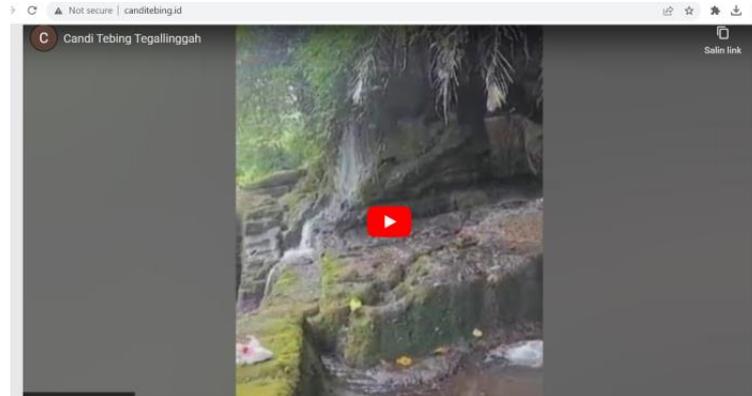
Fungsi riset ini muncul juga dalam bentuk statistik jumlah kunjungan melalui situs digital <https://canditebingtegallingkah.id/>. Pada gambar 4.20 statistik kunjungan mengalami peningkatan untuk membantu menunjang serta memberikan data mengenai seberapa banyak wisatawan yang mencari informasi terkait keberadaan Candi Tebing Tegallingkah.



Gambar 7. Statistik Kunjungan Pada Situs Canditebingtegallingkah.id
 Sumber: <https://canditebingtegallingkah.id/>, 2023

3. E-Production

Fungsi berikutnya adalah fungsi produksi secara digital. Secara umum, fungsi produksi biasanya menghasilkan produk yang secara fisik dapat dinikmati. Namun pada *digital tourism* Candi Tebing Tegallingham, produksi disini belum terlihat secara nyata. Kegiatan produksi bila dikaitkan dengan jasa pariwisata, lebih mengutamakan menghasilkan konten digital yang menjadi produk untuk dinikmati bagi wisatawan seperti pada gambar berikut.



Gambar 8. Salah Satu Produk Konten Video Yang Dihasilkan

Sumber: <https://canditebingtegallingham.id/>, 2023

Dilihat pada gambar 3.7, maka konteks video merupakan salah satu produk yang dihasilkan. Produk video tersebut menjadi media pengenalan awal bagi wisatawan domestik maupun mancanegara untuk melakukan kunjungan ke daya tarik wisata Candi Tebing Tegallingham.

KESIMPULAN

Candi Tebing Tegallingham memiliki beraneka ragam potensi wisata alam, potensi wisata budaya dan potensi wisata buatan yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan diperlukan adanya sentuhan teknologi digital melalui pembuatan situs website <https://canditebingtegallingham.id> yang di dalamnya memuat informasi terkait historis, *visitors guidelines*, *virtual tour* serta berbagai informasi terkait kepariwisataan di Bali sehingga wisatawan dapat dengan mudah mengaksesnya melalui media *online* guna dapat meningkatkan minat wisatawan berkunjung ke situs warisan budaya dan situs purbakala serta dapat menjaga keberlanjutannya di masa depan.

Pengembangan *digital tourism* dalam pengelolaan daya tarik wisata Candi Tebing Tegallingham dengan media website saat ini masih dalam proses pengembangan dan penyempurnaan konten, ke depan diperlukan adanya pengembangan lebih lanjut yang dapat mengintegrasikannya dengan website Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar Bali serta melakukan kerjasama dengan *platform e-commerce* industri perjalanan seperti Traveloka, TripAdvisor Agoda, Booking.com, dan sejenisnya sehingga memudahkan wisatawan untuk melakukan reservasi secara *online*.

DAFTAR RUJUKAN

- Amelia, R., & Erawati, D. (2021). *Tindakan Perubahan Sosial Remaja di Indonesia Terhadap "Korean Wafe"* (Analisis Teori Max Weber).
- Benyon, D., Quigley, A., O'Keefe, B., & Riva, G. (2014). *Presence and digital tourism*. 29(4), 521–529.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97–116. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- Buhalis, D., & Jun, S. H. (2011). *E-Tourism*.
- Cohen, E. (1984). *The Sociology of Tourism: Approaches, Issues and Findings*. 15(3).
- Cook, R. A., Hsu, C. H. C., & Taylor, L. L. (2018). *Tourism: The Business of Hospitality and Travel* (Sixth Edit). Pearson.

- Darsonoprajitno, H. S. (2002). *Ekologi Pariwisata* (1st ed.). Angkasa Bandung.
- Fletcher, J. alan, Fyall; David, Gilbert; Stephen Wanhill. (2018). *Tourism Principles and Practice*. Pearson.
- Gelter, H. (2017). *Digital tourism-An analysis of digital trends in tourism and customer digital mobile behaviour*.
- Happ, É., & Ivancsó-Horváth, Z. (2018). Digital Tourism Is The Challenge Of Future. *Knowledge Horizons*, 10(2).
- Heliany, I. (2019). Wonderful Digital Tourism Indonesia Dan Peran Revolusi Industri Dalam Menghadapi Era Ekonomi Digital 5.0. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 1(1), 21–35. <https://doi.org/10.31334/jd.v1i1.483>
- Kononova, O., Prokudin, D., & Tupikina, E. (2020). *From e-Tourism to Digital Tourism. Terminologically Review*.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0. In *Gramedia*. Gramedia Pustaka Utama.
- Lytras, M., Ordóñez De Pablos, P., Damiani, E., & Diaz, L. (Eds.). (2011). *Digital Culture and E-Tourism: Technologies, Applications and Management Approaches*. IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-61520-867-8>
- Pendit, N. S. (1994). *Ilmu Pariwisata, Pengantar sebuah Perdana* (Cetakan ke). Pradnya Paramita.
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata* (1st ed.). ANDI Yogyakarta.
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata* (1st ed.). ANDI Yogyakarta.
- Sukanadi, I. W., Lestari, D., Ayu Ekasani, K., & Ayu Natih Widhiarini, N. M. (2022). Storynomics Tinggalan Arkeologi: Mediasi antara Motivasi dan Minat Berkunjung ke Candi Tebing Tegallinglah Desa Bedulu Gianyar Bali. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 12(2), 450. <https://doi.org/10.24843/JKB.2022.v12.i02.p07>
- Sulistiyadi, Y., Eddyono, F., & Entas, D. (2019). *Pariwisata Berkelanjutan Dalam Perspektif Pariwisata Budaya di Taman Hutan Banten* (p. 127). Uwais Inspirasi Indonesia.
- Sunarta, I. N. (2021). *Pengantar Geografi Pariwisata*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Suryadana, M. L. (2013). Sosiologi Pariwisata: Kajian Kepariwisata dalam Paradigma Integratif-Transformatif Menuju Wisata Spiritual. In *Humaniora*.
- Suryajaya, M. (2018). *Wonderful Indonesia: Revolusi Tour & Travel Digital*. Elex Media Komputindo.
- Utama, I. G. B. R. (2014). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Deepublish.
- Wisnawa, I. M. B., Kartimin, I. W., & Hartini. (2023). *Brand dan E-Marketing Pariwisata* (1st ed.). Deepublish.
- Yoeti, H. O. A. (2003). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa Bandung.