

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu pilar utama dalam struktur perekonomian nasional dan daerah yang memberikan dampak signifikan terhadap laju pertumbuhan ekonomi. Data kinerja sektor pariwisata menunjukkan pertumbuhan yang positif sepanjang tahun 2024, salah satunya terlihat dari kontribusi pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang mencapai 4,01% pada periode pertama tahun 2024. Angka ini melebihi kontribusi di tahun 2023 sebesar 3,9%, yang mengindikasikan adanya percepatan pertumbuhan pada sektor tersebut (Kemenparekraf, 2024). Selain memberikan kontribusi terhadap perekonomian, sektor pariwisata juga berperan dalam menciptakan peluang kerja bagi masyarakat setempat, serta sebagai sarana efektif dalam mempromosikan dan melestarikan kekayaan budaya daerah dengan menarik wisatawan untuk lebih mengenal tradisi, kesenian, serta kearifan lokal yang ada, sehingga tidak hanya memperkaya pengalaman pengunjung tetapi juga memperkuat identitas budaya dalam kerangka pembangunan pariwisata berkelanjutan (Syahrizal, 2024).

Kota Sawahlunto, yang terletak di Provinsi Sumatera Barat, merupakan daerah yang memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata, sebagaimana diatur dalam Peraturan Daerah Kota Sawahlunto Nomor 1 Tahun 2019 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan (RIPPAR-KOT) Tahun 2019-2033. Dalam dokumen perencanaan tersebut, Sawahlunto ditetapkan sebagai “Kota Wisata Tambang yang Berbudaya dan Berdaya Saing Tahun 2033,” yang mencerminkan

orientasi strategis pemerintah daerah dalam menjadikan sektor pariwisata sebagai penggerak pembangunan berbasis sejarah, budaya, dan sumber daya alam lokal. Potensi wisata yang diangkat meliputi wisata sejarah (*heritage*) di kawasan bekas tambang, wisata budaya berbasis adat dan religi, serta wisata alam dan buatan. Pengembangan wisata edukasi berbasis sejarah di kawasan kota tua, penataan kawasan lingkungan, serta penyediaan fasilitas penunjang seperti museum dan ruang pameran menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya tarik destinasi pariwisata. Langkah ini diperkuat oleh berbagai strategi lain, seperti penguatan sektor industri pariwisata, peningkatan kualitas infrastruktur dan aksesibilitas, pemberdayaan masyarakat setempat, serta kegiatan promosi yang konsisten dan berkelanjutan. Sebagaimana tercantum dalam RIPPAR-KOT, dengan pendekatan perencanaan yang terintegrasi dan melibatkan berbagai pihak, Kota Sawahlunto memiliki potensi besar untuk tumbuh sebagai destinasi wisata yang kompetitif di tingkat nasional maupun internasional (Perda Kota Sawahlunto, 2019).

Kota Sawahlunto, yang berdiri sejak tahun 1888, memiliki sejumlah bangunan peninggalan kolonial Belanda yang kini sebagian besar telah ditetapkan sebagai situs cagar budaya. Penetapan ini merupakan bagian dari upaya untuk mendorong pengembangan sektor pariwisata dan memperkuat posisi Sawahlunto sebagai destinasi wisata andalan di Provinsi Sumatera Barat (RPD Kota Sawahlunto, 2023). Berdasarkan dokumen Rencana Pembangunan Daerah Kota Sawahlunto tahun 2023, sektor pariwisata tercatat memiliki peran penting dalam memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Sawahlunto. Hal tersebut dapat dilihat dari data berikut:

**Tabel 1.1 Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap PAD Kota Sawahlunto
Tahun 2020-2022**

No.	Nama Pendapatan	Tahun		
		2020	2021	2022
1.	PAD Sektor Pariwisata	1.043.251.689	814.886.146	2.172.237.359
2.	Persentase PAD Sektor Pariwisata	1,752	1,583	3.302

Sumber: Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Sawahlunto (2021)

Pada Tabel 1.1 terlihat bahwa sektor pariwisata menunjukkan kontribusi yang fluktuatif terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) selama periode 2020 hingga 2022. Pada tahun 2020, Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pariwisata tercatat sebesar Rp. 1.043.251.689, atau sekitar 1,75% dari total PAD Kota Sawahlunto. Angka ini mengalami penurunan pada tahun 2021 menjadi Rp. 814.886.146, dengan kontribusi sebesar 1,58%. Namun, pada tahun 2022, terjadi peningkatan yang signifikan, di mana sektor pariwisata berhasil menyumbang sebesar Rp. 2.172.237.359, atau sekitar 3,30% dari total PAD. Hal ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata memiliki potensi strategis dalam mendukung peningkatan pendapatan daerah apabila dikelola secara maksimal (RPD Kota Sawahlunto, 2023). Disamping itu, penetapan *Ombilin Coal Mining Heritage of Sawahlunto* (OCMHS) pada tahun 2019 sebagai salah satu *World Heritage* yang berasal dari Indonesia oleh UNESCO, menandai pengakuan internasional terhadap nilai sejarah dan budaya yang dimiliki kota ini. Penetapan ini tidak hanya menjadi kebanggaan bagi masyarakat Sawahlunto, tetapi juga menegaskan pentingnya kawasan tersebut dalam konteks warisan budaya global. OCMHS merupakan hasil dari pengembangan berkelanjutan yang bertujuan untuk mengubah Sawahlunto menjadi kota wisata berbasis warisan tambang yang kaya akan sejarah dan budaya (Mairiska, 2024).

Pariwisata di Kota Sawahlunto memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan daerah lain di Sumatera Barat. Selain menawarkan wisata alam dan wisata buatan, Kota Sawahlunto juga dikenal dengan wisata sejarah yang memiliki gedung-gedung dan bangunan peninggalan kolonial Belanda (RPD Kota Sawahlunto, 2023). Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan dengan optimal. Beberapa daya tarik wisata di Kota Sawahlunto belum digali secara menyeluruh, sehingga banyak masyarakat di luar Kota Sawahlunto yang belum mengetahui keberadaan beberapa tempat wisata di daerah ini (Ali, 2022). Hal ini dapat dilihat dari data yang menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Sawahlunto masih jauh lebih rendah dibandingkan dengan kota-kota lain di Provinsi Sumatera Barat.

Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Berdasarkan Kota di Provinsi Sumatera Barat Tahun 2023

No.	Kota	Jumlah Wisatawan
1.	Pariaman	2.182.157
2.	Padang	1.199.833
3.	Bukittinggi	1.161.812
4.	Padang Panjang	254.985
5.	Sawahlunto	254.396
6.	Solok	217.252
7.	Payakumbuh	35.181

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat (2024)

Pada Tabel 1.2 terlihat bahwa kunjungan wisatawan ke Kota Sawahlunto pada tahun 2023 sebesar 254.396 kunjungan, angka ini masih jauh tertinggal dibandingkan dengan kota lain di Sumatera Barat, seperti Kota Bukittinggi yang mencatat sebesar 1.161.812 kunjungan dan Kota Pariaman dengan 2.182.157

kunjungan. Data tersebut menunjukkan bahwa potensi pariwisata di Kota Sawahlunto masih perlu dikembangkan lebih lanjut, serta upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan masih perlu ditingkatkan (BPS Provinsi Sumatera Barat, 2024).

Pengelolaan destinasi wisata yang belum optimal menjadi kendala dalam pengembangan sektor pariwisata di Kota Sawahlunto, terutama pada daya tarik wisata strategis yang memiliki potensi besar. Kelengkapan dokumen perencanaan yang belum komprehensif menjadi hambatan dalam mendukung pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata secara efektif. Kondisi ini menyebabkan berbagai program dan kebijakan yang dirancang tidak dapat berjalan dengan optimal, sehingga potensi pariwisata di Kota Sawahlunto belum sepenuhnya tereksplorasi. Selain itu, kualitas pemasaran pariwisata di Kota Sawahlunto masih tergolong rendah. Terbatasnya anggaran yang dialokasikan untuk kegiatan promosi pariwisata menimbulkan sejumlah permasalahan utama, seperti minimnya dukungan dari sumber daya manusia yang terlibat dalam promosi pariwisata, kemitraan dan kerja sama dengan biro perjalanan yang belum berjalan aktif, sarana dan prasarana pendukung pemasaran pariwisata masih belum memadai, serta pemasaran yang dilakukan juga cenderung masih bersifat manual, sehingga jangkauan informasi kepada calon wisatawan menjadi terbatas (Renstra Kota Sawahlunto, 2023).

Penggunaan teknologi memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata, dengan mengoptimalkan teknologi, destinasi wisata dapat menarik lebih banyak pengunjung, meningkatkan pengalaman mereka, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan (Atmaja, 2023). Di era digital saat ini,

media sosial menjadi alat promosi yang banyak digunakan karena lebih praktis dan mudah diakses. Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Sawahlunto pun telah memanfaatkan beberapa *platform* media sosial, seperti *Instagram*, *Facebook*, *TikTok*, dan *YouTube* untuk mempromosikan pariwisata di Kota Sawahlunto. Namun, wisatawan harus mengakses *Traveloka* untuk hotel, *Instagram* untuk destinasi, dan *TikTok* untuk melihat *review* singkat. Kondisi ini sangat tidak efisien dan tidak sesuai dengan karakter wisatawan zaman sekarang yang menuntut kepraktisan dan kecepatan dalam mengakses informasi (Disparpora Kota Sawahlunto, 2025).

Dalam era revolusi industri 4.0, pengembangan *website* menjadi salah satu aspek terpenting dalam promosi pariwisata daerah. Penggunaan media *website* sangat mudah dan efektif, karena dapat mencakup semua elemen yang diperlukan selama perjalanan wisata (Astari, 2023). Ketiadaan situs *website* yang menyediakan layanan terpadu menyebabkan informasi wisata menjadi terfragmentasi dan menyulitkan wisatawan dalam mengakses layanan secara menyeluruh dan merencanakan kunjungan mereka secara efisien. Selain itu, belum tersedianya *platform* reservasi yang terintegrasi, sistem pembayaran digital, serta fitur ulasan berbasis lokasi mengakibatkan pengalaman wisatawan menjadi kurang optimal dan membatasi peluang promosi berbasis testimoni (Disparpora Sawahlunto, 2025).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi digital, terutama internet, saat ini menunjukkan kemajuan yang sangat pesat. Berdasarkan data dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), jumlah pengguna internet pada tahun 2024 mencapai 221 juta, mengalami peningkatan signifikan dibandingkan dengan tahun 2023 yang tercatat sebanyak 215 juta. Penetrasi

pengguna internet di Indonesia meningkat sebesar 1,31% dari tahun 2023, mencapai 79,5% pada tahun 2024 (APJII, 2024). Peningkatan jumlah pengguna internet tersebut berdampak pada perkembangan berbagai *platform* digital, seperti *e-commerce*, *social media*, *marketplace*, dan transaksi elektronik seperti *e-wallet* (Martoyo, 2022). Dalam industri pariwisata, untuk dapat bersaing dengan penyedia jasa wisata lainnya, diperlukan kreativitas dan inovasi dalam pemasaran produk atau layanan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah mengembangkan layanan pariwisata secara digital melalui *platform marketplace* (Syahrizal, 2024).

Marketplace adalah sebuah *platform* daring yang mempermudah penjual dalam mempromosikan produk atau layanan mereka kepada konsumen, sekaligus memfasilitasi konsumen dalam menemukan dan membeli barang yang mereka perlukan (Kotler & Keller, 2016). Dengan memanfaatkan teknologi berupa *marketplace*, penyedia jasa dapat memasarkan produk mereka secara *online* dan memungkinkan wisatawan untuk berinteraksi dengan penyedia jasa tanpa harus bertemu secara langsung, sehingga mempermudah proses pemilihan tujuan wisata (Syahrizal, 2024).

Dukungan kebijakan pemerintah Kota Sawahlunto selaras dengan inisiatif ini, dengan visi untuk mengembangkan seluruh potensi kota yang dapat mendorong berkembangnya pariwisata, serta misi untuk mengembangkan potensi wisata secara serius dan berkelanjutan, sehingga pengembangan pariwisata di Kota Sawahlunto memerlukan inovasi, komitmen, serta perencanaan yang matang dan berkesinambungan. Salah satu fokus utama dari misi ini adalah peningkatan kualitas promosi pariwisata agar lebih tepat sasaran. Dengan demikian, sektor pariwisata diharapkan dapat memberikan dampak positif yang signifikan dalam

meningkatkan pendapatan masyarakat dan daerah (RPD Kota Sawahlunto, 2023). Selain itu, rencana yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Sawahlunto mencakup upaya peningkatan pemasaran pariwisata di dalam maupun luar negeri, serta pengembangan daya tarik dan kawasan pariwisata yang strategis. Adapun kebijakan yang dimiliki yaitu pelaksanaan promosi melalui media cetak, elektronik, dan media lainnya, memfasilitasi kegiatan pemasaran pariwisata yang bersinergi, efektif dan efisien, menyediakan data dan menyebarkan informasi pariwisata, serta pelaksanaan monitoring dan evaluasi terhadap perkembangan kegiatan pemasaran pariwisata (Renstra Kota Sawahlunto, 2023).

Berdasarkan analisis permasalahan dalam pengembangan sektor pariwisata, khususnya di bidang pemasaran, serta berdasarkan rencana strategis yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Sawahlunto, perancangan *marketplace* pariwisata menjadi solusi untuk memusatkan informasi pariwisata dalam satu *platform*, mempromosikan wisata di Kota Sawahlunto, memfasilitasi transaksi antara penyedia jasa wisata dan wisatawan, membuka akses pasar yang lebih luas, serta dapat melestarikan warisan budaya melalui fitur edukasi digital. Sistem *marketplace* pariwisata Kota Sawahlunto diharapkan dapat menyajikan informasi tentang tempat-tempat wisata dan membantu wisatawan dalam memilih destinasi yang ingin dikunjungi, sehingga mereka tidak hanya berkunjung, tetapi juga mengetahui lokasi dan nama tempat-tempat wisata yang akan mereka datangi (Adiputra, 2020).

B. Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang didapatkan yaitu sebagai berikut:

1. Apa saja potensi pariwisata yang terdapat di Kota Sawahlunto, Sumatera Barat?
2. Bagaimana rancangan *platform marketplace* untuk memasarkan pariwisata di Kota Sawahlunto, Sumatera Barat?

C. Fokus Penelitian

Fokus dari penelitian ini yaitu mengidentifikasi potensi pariwisata yang ada di Kota Sawahlunto, mencakup daya tarik wisata sejarah, alam dan buatan, untuk mengenali karakteristik unik yang dimiliki Kota Sawahlunto, serta mendukung pengembangan destinasi dan meningkatkan minat kunjungan wisatawan. Fokus ini menempatkan daya tarik wisata sebagai elemen utama dalam pengembangan destinasi dan menjadi landasan bagi strategi promosi dan pengembangan infrastruktur penunjang.

Penelitian ini juga berfokus pada perancangan *platform marketplace* yang dapat berfungsi sebagai *platform* pemasaran pariwisata, yang mencakup aspek-aspek teknis dan fungsional dari *marketplace*, termasuk desain antarmuka pengguna, integrasi sistem pembayaran, serta fitur-fitur yang mendukung penyedia jasa wisata dalam memasarkan produk mereka, yang bertujuan untuk menciptakan solusi yang efisien dalam memasarkan dan memfasilitasi transaksi antara penyedia jasa dan wisatawan.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui potensi daya tarik wisata yang dimiliki Kota Sawahlunto, baik dari aspek wisata alam, sejarah, maupun wisata buatan, dalam rangka mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan meningkatkan daya saing destinasi di tingkat regional maupun nasional.
2. Merancang dan menghasilkan *platform marketplace* pariwisata berbasis *website* yang berfungsi sebagai alat transaksi pariwisata di Kota Sawahlunto. *Marketplace* ini dirancang untuk menyediakan solusi yang efisien dalam memfasilitasi transaksi antara penyedia jasa wisata dan wisatawan.

Manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur di bidang pariwisata digital dan pemasaran destinasi, khususnya dalam pemanfaatan teknologi berupa *platform marketplace* pariwisata untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata.

2. Manfaat Praktis

Memberikan rekomendasi aplikatif bagi pemerintah daerah dan penyedia jasa wisata dalam membangun dan mengelola *platform* digital terpadu sebagai sarana promosi, reservasi, dan transaksi. *Marketplace* pariwisata ini diharapkan dapat memudahkan wisatawan dalam proses pemesanan layanan wisata, serta meningkatkan visibilitas destinasi Kota Sawahlunto.

E. Luaran Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah diidentifikasi, penelitian ini mengembangkan *platform marketplace* pariwisata yang dirancang untuk menghubungkan operator wisata dengan wisatawan dalam melakukan transaksi jual beli. *Marketplace* ini berfungsi sebagai *platform* yang memfasilitasi interaksi antara penyedia jasa wisata dan wisatawan, dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam proses pemesanan layanan wisata.

Dalam *platform marketplace* pariwisata ini, operator wisata berperan sebagai penyedia jasa, sementara wisatawan berfungsi sebagai konsumen atau pembeli yang mencari layanan wisata sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Transaksi dalam *marketplace* pariwisata ini dilakukan menggunakan metode pembayaran *e-wallet*. Penyedia jasa memfasilitasi dan bertransaksi langsung dengan wisatawan, yang memungkinkan wisatawan untuk melakukan pembayaran secara instan dan menjamin keamanan transaksi antara penyedia jasa dan wisatawan.

F. Sistematika Penulisan

Penulisan tesis ini terdiri dari lima bab dengan sub-sub bab dengan bagian-bagian yang menjelaskan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN dengan sub bab meliputi:

- A. Latar Belakang
- B. Masalah Penelitian
- C. Fokus Penelitian
- D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

- E. Luaran Penelitian
- F. Sistematika Penulisan

BAB II PENDEKATAN PENELITIAN dengan sub bab meliputi:

- A. Pendekatan yang Digunakan
- B. Penelitian / Proyek Terdahulu
- C. Kerangka Penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN dengan sub bab meliputi:

- A. Metode Penelitian
- B. Karakteristik Lokus dan Subyek Penelitian
- C. Sumber Data
- D. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data
- E. Validitas Data
- F. Analisis Data
- G. Rencana dan Jadwal Kerja Penelitian dan Penyusunan Tesis

BAB IV HASIL & PEMBAHASAN dengan sub bab meliputi:

- A. Hasil Penelitian
- B. Pembahasan

BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN LUARAN STUDI

- A. Simpulan
- B. Implikasi
- C. Luaran Studi

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN