

VI. PENUTUP

1. KESIMPULAN

Fasilitas *homepage* sebagai media informasi dan promosi Travel Agent di Indonesia untuk dalam negeri masih belum dimanfaatkan secara maksimal baik oleh Travel Agent-Travel Agent di Indonesia (misalnya di Surabaya hanya terdapat dua Travel Agent yang mempunyai *homepage*) maupun oleh calon konsumen dalam negeri. Hal ini disebabkan calon konsumen dalam negeri telah mengetahui keberadaan Travel Agent tersebut melalui media promosi konvensional seperti: brosur, buku panduan, iklan di surat kabar, radio dan televisi. Untuk media informasi, calon konsumen dalam negeri juga lebih memilih menggunakan telepon, fax atau *e-mail* daripada melalui *homepage*. Hal ini karena belum banyak penduduk Indonesia yang terbiasa menggunakan media Internet dalam kehidupan sehari-hari.

Sedangkan penggunaan *homepage* Travel Agent di Indonesia untuk luar negeri mulai terasa manfaatnya. Penggunaan *homepage* Travel Agent di Indonesia sebagai media informasi dan promosi merupakan wujud respon terhadap alur komunikasi warga dunia yang makin mengglobal dalam tempo yang singkat. Meskipun demikian penggunaan brosur atau media iklan konvensional masih dibutuhkan untuk saat ini, terutama untuk pasar dalam negeri. Sehingga penggunaan *homepage* harus dipisahkan dengan penggunaan brosur atau media iklan konvensional yang biasa digunakan selama ini, karena keduanya mempunyai sasaran pasar yang berbeda. Selain itu penggunaan *homepage* lebih berorientasi untuk

antisipasi masa yang akan datang, dimana hasilnya baru bisa dirasakan di era perdagangan bebas yang akan segera datang. Bahkan jika Internet di dalam negeri sudah lebih memasyarakat, diperkirakan juga banyak klien dalam negeri terutama di luar daerah Travel Agent tersebut yang akan melakukan transaksi setelah melihat *homepage* suatu Travel Agent.

Setelah melihat manfaat yang diperoleh dalam menggunakan *homepage* sebagai media informasi dan promosi, yaitu mulai dikenalnya Travel Agent Indonesia di luar negeri baik perusahaannya maupun produknya, dapat disimpulkan bahwa *homepage* merupakan media promosi dan informasi yang memiliki banyak keunggulan dibandingkan media konvensional, apalagi untuk mengantisipasi datangnya era perdagangan bebas. Sehingga Travel Agent-Travel Agent di Indonesia yang belum memiliki *homepage* dapat mempertimbangkan untuk menggunakan *homepage* sebagai media informasi dan promosi mereka mulai sekarang, dengan harapan agar pada saat memasuki era perdagangan bebas mereka telah benar-benar siap untuk bersaing. Selain itu Travel Agent-Travel Agent yang belum memiliki *homepage* dapat mempelajari dan mengevaluasi kekurangan-kekurangan dari *homepage* Travel Agent yang telah ada saat ini, sehingga Travel Agent-Travel Agent dapat membuat *homepage* yang lebih baik dari yang telah ada.

Mengingat *homepage* Travel Agent di Indonesia masih terdapat kekurangan-kekurangan, maka diperlukan upaya-upaya untuk membenahi dan meningkatkan *homepage* Travel Agent di Indonesia agar calon konsumen di luar negeri dapat lebih mengenal keberadaan Travel Agent-Travel Agent di Indonesia secara langsung dan dapat memanfaatkannya secara maksimal.

2. SARAN

Agar *homepage* Travel Agent Indonesia dapat dimanfaatkan secara maksimal, maka selain diperlukan beberapa upaya seperti yang telah disebutkan di Bab V, penulis juga mempunyai beberapa saran, yaitu:

- Travel Agent dapat memuat artikel kepariwisataan yang berbeda-beda setiap bulannya, antara lain mengenai:
 - a. Kebudayaan Indonesia (seperti: tari-tarian, rumah adat, pakaian adat, makanan tradisional, musik tradisional, dan sebagainya).
 - b. Atraksi wisata (seperti: upacara kasada, ondel-ondel Betawi, pagelaran wayang kulit, ketoprak, dan sebagainya).
 - c. Seni rupa (seperti: seni ukir, batik, kerajinan tangan, alat musik tradisional, dan sebagainya).
 - d. Obyek wisata (seperti: candi, monumen, pemandangan alam, dan sebagainya).

Untuk itu Travel Agent harus dapat membuat variasi cerita yang menarik agar pembaca tetap mau mengikuti cerita yang lain bulan depan. Misalnya: jika bulan Januari memuat cerita tentang atraksi ondel-ondel Betawi, maka bulan Februari dapat memuat cerita mengenai rumah adat joglo dan untuk bulan Maret dapat menampilkan alat musik tradisional gamelan dan begitu seterusnya.

Agar terlihat lebih menarik maka diberi gambar-gambar atau jika memuat cerita tentang alat musik tradisional gamelan, Travel Agent dapat menampilkan gambar dan memperdengarkan suara dari musik gamelan tersebut sehingga akan lebih menarik perhatian orang. Di bagian akhir artikel, kita dapat memberikan petunjuk

mengenai artikel bulan depan dengan kata-kata yang menarik sehingga dapat memancing keingintahuan pembaca untuk mengikuti cerita bulan depan. Misalnya: "Jangan lewatkan seni ukir Jepara yang unik bulan depan" atau "Musik Tradisional Gamelan akan menyambut anda bulan depan." Travel Agent memang tidak dapat merasakan secara langsung manfaat dari artikel tersebut, akan tetapi melalui artikel tersebut diharapkan pembaca dapat menginformasikan *homepage* tersebut kepada rekan-rekannya yang membutuhkan informasi mengenai paket wisata yang terdapat di Indonesia atau memperkenalkan Travel Agent tersebut.

- Travel Agent dapat menyiapkan staf khusus untuk mengawasi isi *homepage* mengingat materi *homepage* perlu diubah atau diperbaiki setiap periode tertentu, seperti: harga paket tour, tarif pesawat, tarif kamar hotel, dan terutama yang berkaitan dengan *Calendar of Event*. Isi dari *Calendar of Event* tersebut harus diubah setiap bulannya atau diperbaiki jika ada perubahan. Untuk itu staf khusus tersebut harus selalu berhubungan dengan pihak-pihak yang terkait, seperti Kanwil Depparpostel atau kantor pengelola suatu obyek wisata. Dengan adanya staf khusus yang mengontrol isi *homepage* tersebut, diharapkan tidak ada materi *homepage* yang kadaluwarsa atau tidak *on-line* tepat pada waktunya hanya karena terlambat memperbaiki atau melakukan perubahan. Dalam mempersiapkan staf khusus tersebut, Travel Agent dapat memberikan pengetahuan akan komputer dan *homepage* kepada pegawainya. Hal ini akan lebih menghemat biaya jika dibandingkan dengan menambah pegawai baru, atau jika Travel Agent sedang membutuhkan pegawai baru, Travel Agent dapat merekrut tenaga kerja yang telah memiliki pengetahuan akan *homepage*.

- Travel Agent-Travel Agent yang belum memiliki *homepage* dapat mempertimbangkan untuk memanfaatkan *homepage* sebagai media informasi dan promosi. Untuk itu Travel Agent harus mempersiapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan pembuatan *homepage*, antara lain:

- a. Dari segi dana

Travel Agent harus memperhitungkan biaya-biaya yang diperlukan, mulai dari pembuatan *homepage*, tenaga kerja yang dibutuhkan, sampai mempublikasikan *homepage* tersebut.

- b. Dari segi materi *homepage*

Travel Agent dapat melihat *homepage* Travel Agent lain, baik yang terdapat di Indonesia maupun di luar negeri, sebagai bahan perbandingan. Setelah itu Travel Agent dapat mempersiapkan bahan-bahan yang akan dimuat dalam *homepage*, seperti: teks, elemen grafis, logo, gambar, dan foto. Jika pihak Travel Agent tidak mau repot, Travel Agent dapat menyerahkan desain *homepage*-nya kepada *Internet Service Provider* (ISP). Cara yang lain adalah dengan menyewa 'ruang' di *homepage* jaringan Internet lokal, seperti: East Java Directory (untuk Jawa Timur) dan Bali Online (untuk Bali). Jika bergabung dengan *homepage* jaringan Internet lokal tersebut Travel Agent tidak perlu menyediakan materi tentang informasi obyek wisata di suatu daerah, karena telah disediakan oleh jaringan di atas, lengkap dengan foto-foto obyek wisata. Travel Agent tinggal menyediakan materi yang bersifat intern, seperti: paket tour yang dimiliki, harga sewa bis, dan lain-lain. Sedangkan materi yang bersifat umum tentang hal-hal yang berhubungan

dengan kepariwisataan di daerah tersebut telah disediakan oleh *homepage* dari jaringan Internet lokal di atas.

c. Pemilihan *Internet Service Provider*

Setelah menyiapkan materi, maka langkah selanjutnya adalah menghubungi salah satu *Internet Service Provider* untuk menyediakan *web page* Travel Agent di *Web server* mereka atau memasang *homepage* Travel Agent di jaringan mereka. Untuk memilih *Internet Service Provider*, Travel Agent perlu memperhitungkan kualitas *Internet Service Provider* tersebut. Salah satu kriterianya adalah kemudahan akses, kehandalan *server* yang dimiliki, dan kecepatan koneksi. Beberapa *Internet Service Provider* yang terdapat di Indonesia, antara lain: RADnet, IndoInternet, Sistelindo, Meganet, D-net, dan sebagainya.

d. Pemasangan alamat *e-mail*

Hal ini bertujuan agar calon konsumen dapat berhubungan dengan Travel Agent, mulai dari sekedar menanyakan informasi sampai melakukan transaksi.

e. Mempublikasikan *homepage*

Travel Agent dapat mempublikasikan *homepage*-nya melalui berbagai cara, salah satunya adalah memasang alamat *homepage* pada *search engines* (semacam *Yellow Pages* di Internet), atau Travel Agent dapat menghubungi *Internet Service Provider*. Travel Agent dapat menyewa “ruang” di *Web server* mereka. Biaya penyewaan disesuaikan dengan “ruang” yang disewa,

beberapa *Internet Service Provider* memperhitungkannya secara kasus per kasus tergantung tipe dan ukuran *file homepage* Travel Agent tersebut.

f. Memperbarui dokumen-dokumen setiap periode tertentu

Travel Agent dapat menyiapkan staf khusus untuk menangani hal ini atau Travel Agent dapat meminta bantuan *Internet Service Provider*-nya.

- Mempersiapkan sumber daya manusia sebelum terjun dalam dunia pariwisata, khususnya dalam Travel Agent, yaitu membekali para sumber daya manusia tersebut dengan pengetahuan dasar tentang komputer dan *homepage*. Saat ini *software* yang sering digunakan untuk membuat *homepage* adalah *FrontPage Express*. Pembekalan akan pengetahuan dasar komputer dan *homepage* ini bertujuan agar jika melamar pekerjaan di Travel Agent, mereka memiliki nilai tambah tersendiri dengan memiliki pengetahuan akan komputer dan *homepage*. Selain itu dengan memiliki staf yang mengerti akan *homepage*, pihak Travel Agent tidak perlu menyewa tenaga ahli dari luar.

Untuk itu Pendidikan Kepariwisata Universitas Kristen Petra dapat mempertimbangkan untuk membekali mahasiswa-mahasiswi-nya dengan pengetahuan dasar akan *homepage*. Dengan memiliki pengetahuan dasar akan *homepage*, diharapkan mereka dapat:

- a. mengetahui teknik-teknik dasar pembuatan *homepage* dalam format yang sederhana.
- b. melakukan perubahan atau memperbaiki sendiri dokumen-dokumen yang terdapat dalam *homepage*.

- c. menciptakan kreasi pada penampilan *homepage* karena pembuatan *homepage* selain menyangkut kecanggihan teknologi juga menyangkut seni bagaimana membuat desain *homepage* yang menarik agar dapat menarik perhatian orang untuk melihatnya.
- Travel Agent dapat mempertimbangkan untuk menyediakan fasilitas reservasi secara *on-line* termasuk pembayaran atas transaksi yang terjadi. Pada saat ini yang dapat dilakukan hanya reservasi lewat *e-mail*, tetapi untuk pembayaran masih dilakukan secara manual, sehingga konsumen harus datang sendiri ke kantor Travel Agent itu untuk melakukan pembayaran. Saat ini beberapa negara maju telah banyak yang menerapkan perdagangan *on-line*, tetapi masih banyak terdapat kelemahan-kelemahan yang perlu dibenahi. Kekurangan yang paling utama adalah masalah keamanan dari sistem perdagangan ini. Sehingga meskipun negara-negara maju banyak yang telah menerapkannya, tetapi mereka masih berusaha untuk menciptakan suatu sistem perangkat lunak (*software*) dan peraturan perdagangan *on-line* yang dapat menjamin keamanan dari transaksi yang dilakukan. Jika nantinya *software* dan peraturan itu telah ditemukan, konsumen tidak akan ragu untuk memberikan nomor kartu kreditnya atau kuasa kepada perusahaan yang dibeli produknya untuk mendebet rekening konsumen tersebut di bank, sehingga konsumen juga tidak perlu repot-repot untuk datang sendiri membayarnya. Travel Agent di Indonesia hendaknya juga mempelajari perdagangan lewat Internet ini, sehingga jika hal ini benar-benar terwujud Travel Agent Indonesia segera dapat menggunakannya. Transaksi *on-line* ini sangat terasa manfaatnya terutama bagi konsumen yang tempat tinggalnya jauh dari

pihak perusahaan yang dibeli produknya. Misalnya, seorang konsumen yang tinggal di Surabaya ingin membeli voucher hotel dari sebuah Travel Agent di Jakarta, maka ia hanya perlu memesan lewat Internet dan juga memberikan kuasa untuk mendebet rekeningnya di bank dengan cara memberikan nomor kartu kredit. Selanjutnya Travel Agent itu akan mengirimkan voucher tersebut lewat pos. Beberapa Travel Agent di luar negeri tidak mencantumkan harga produknya, konsumen diminta mengirimkan identitasnya lewat *e-mail*. Selanjutnya Travel Agent akan melakukan validasi terlebih dahulu sebelum mengirimkan daftar harga kepada konsumen lewat *e-mail*.

- Usaha untuk memaksimalkan *homepage* ini tidak akan bermanfaat, jika masyarakat khususnya dalam negeri tidak terbiasa untuk menggunakan komputer dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu diharapkan dalam waktu dekat ini masyarakat Indonesia terbiasa dalam menggunakan komputer, termasuk Internet, dan *homepage* sebagai media yang dapat membantu mereka dalam kehidupan sehari-hari, seperti kebanyakan orang yang tinggal di negara-negara maju. Pada saat ini usaha untuk memasyarakatkan penggunaan komputer sudah mulai tampak, contoh: pada beberapa Sekolah Dasar sudah ada mata pelajaran komputer, padahal 5-6 tahun lalu mata pelajaran ini belum ada, sehingga sekarang sudah banyak anak Sekolah Dasar yang dapat menggunakan komputer. Dengan demikian diharapkan masyarakat Indonesia semakin banyak yang dapat menggunakan komputer, seiring dengan makin banyaknya penggunaan komputer di berbagai bidang kehidupan dan makin mengglobalnya dunia sehingga teknologi yang sudah ada di luar negeri juga cepat masuk ke Indonesia. Pada

akhirnya jika masyarakat Indonesia telah terbiasa menggunakan komputer, Travel Agent pengguna *homepage* dapat menggunakan cara-cara seperti yang telah disebutkan di bab V dalam memperkenalkan *homepage*-nya, sehingga target pasarnya selain berorientasi ke luar negeri juga berorientasi ke dalam negeri.

- Di lingkungan kampus usaha untuk memasyarakatkan penggunaan komputer juga dapat dilakukan, misalnya: dosen memberikan tugas dimana jawabannya hanya bisa ditemukan lewat akses ke Internet, sehingga mahasiswa mau tidak mau harus belajar untuk menggunakan komputer dan Internet. Diharapkan masyarakat Indonesia generasi yang akan datang telah terbiasa untuk menggunakan komputer dalam kehidupan sehari-hari, karena banyak kemudahan-kemudahan yang bisa didapat di segala bidang dari penggunaan komputer khususnya Internet.