

Sistem informasi memiliki berbagai fungsi penting dalam organisasi, yang mencakup aspek operasional, manajerial, dan strategis. Salah satu fungsi utama sistem informasi adalah mengolah data menjadi informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu untuk mendukung pengambilan keputusan. Informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi membantu manajer dalam merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan, dan mengendalikan aktivitas organisasi (Kenneth C. Laudon & Jane Price Laudon, 2020).

Selain itu, sistem informasi juga berperan dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses bisnis. Dengan adanya sistem informasi, berbagai proses manual dapat diotomatisasi, sehingga mengurangi kesalahan manusia (*human error*) dan mempercepat penyelesaian pekerjaan. Hal ini memungkinkan organisasi untuk meningkatkan produktivitas serta mengurangi biaya operasional. Sistem informasi juga membantu dalam integrasi antar departemen, sehingga aliran informasi menjadi lebih cepat dan terkoordinasi dengan baik (James A. O'Brien & George M. Marakas, 2008).

Dalam konteks manajerial, sistem informasi menyediakan laporan dan analisis yang dibutuhkan oleh manajemen untuk mengambil keputusan yang lebih baik. Sistem ini memungkinkan manajer untuk memonitor kinerja organisasi secara real-time serta mengidentifikasi masalah yang terjadi dengan lebih cepat. Selain itu, sistem informasi juga mendukung proses perencanaan strategis dengan menyediakan informasi yang relevan untuk menentukan arah kebijakan organisasi (Ralph Stair & George Reynolds, 2018).

Pada tingkat strategis, sistem informasi berperan sebagai sumber keunggulan kompetitif bagi organisasi. Organisasi yang mampu memanfaatkan sistem informasi secara optimal dapat meningkatkan kualitas layanan, mempercepat respon terhadap perubahan pasar, serta menciptakan inovasi baru. Dengan demikian, sistem informasi tidak hanya berfungsi sebagai alat operasional, tetapi juga sebagai enabler dalam mendukung strategi bisnis dan keberlanjutan organisasi (Efraim Turban dkk., 2019).

Sistem informasi dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai aspek, seperti tingkat manajemen, fungsi organisasi, maupun tujuan penggunaannya. Salah satu

klasifikasi yang umum digunakan adalah berdasarkan tingkat manajemen, yaitu sistem informasi operasional, sistem informasi manajemen, dan sistem informasi strategis (Kenneth C. Laudon & Jane Price Laudon, 2020).

Sistem informasi operasional digunakan untuk mendukung kegiatan transaksi sehari-hari dalam organisasi, seperti sistem penjualan, sistem akuntansi, dan sistem penggajian. Sistem ini berfokus pada pengolahan data secara rutin dan terstruktur, serta menghasilkan informasi yang digunakan untuk kegiatan operasional. Keandalan dan kecepatan sistem menjadi faktor utama dalam sistem ini karena berkaitan langsung dengan aktivitas harian organisasi (James A. O'Brien & George M. Marakas, 2008).

Selanjutnya, sistem informasi manajemen (*Management Information System/MIS*) digunakan untuk menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh manajemen dalam pengambilan keputusan. Sistem ini mengolah data dari sistem operasional menjadi laporan yang lebih ringkas dan informatif. MIS membantu manajemen dalam melakukan perencanaan, pengendalian, dan evaluasi kinerja organisasi (Ralph Stair & George Reynolds, 2018).

Sementara itu, sistem informasi strategis digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan jangka panjang dan perencanaan strategis organisasi. Sistem ini biasanya digunakan oleh manajemen tingkat atas untuk menganalisis tren, peluang, dan ancaman yang dihadapi organisasi. Selain itu, terdapat juga jenis sistem lain seperti *Decision Support System (DSS)*, *Executive Information System (EIS)*, dan *Expert System* yang dirancang untuk mendukung kebutuhan spesifik pengguna (Efraim Turban dkk., 2019).

Dengan adanya berbagai klasifikasi tersebut, organisasi dapat memilih dan mengembangkan sistem informasi yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan bisnisnya. Pemilihan sistem yang tepat akan membantu organisasi dalam meningkatkan efisiensi operasional, kualitas pengambilan keputusan, serta daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

2.2.2. Sistem Manajemen Wisata

Sistem manajemen wisata merupakan suatu sistem yang dirancang untuk mendukung pengelolaan aktivitas pariwisata secara terintegrasi dengan memanfaatkan teknologi informasi sebagai media utama dalam pengolahan data dan penyampaian layanan. Sistem ini mencakup berbagai aspek pengelolaan, mulai dari administrasi destinasi, pengelolaan pengunjung, reservasi layanan, hingga analisis data wisatawan. Dalam konteks modern, sistem manajemen wisata tidak hanya berfungsi sebagai alat operasional, tetapi juga sebagai sarana strategis untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman wisatawan. Dengan adanya sistem yang terstruktur, pengelola destinasi wisata dapat mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki serta meningkatkan efisiensi dalam proses operasional sehari-hari (Buhalis & Law, 2008).

Lebih lanjut, sistem manajemen wisata juga berperan dalam mengintegrasikan berbagai pemangku kepentingan dalam ekosistem pariwisata, seperti pengelola destinasi, penyedia layanan transportasi, pelaku usaha lokal, serta wisatawan itu sendiri. Integrasi ini memungkinkan terciptanya aliran informasi yang lebih cepat dan akurat, sehingga mendukung pengambilan keputusan yang lebih efektif. Selain itu, sistem ini juga memungkinkan pengelolaan data wisatawan secara lebih sistematis, yang dapat dimanfaatkan untuk memahami perilaku dan preferensi wisatawan dalam rangka meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Dengan demikian, sistem manajemen wisata menjadi fondasi penting dalam pengembangan industri pariwisata yang berkelanjutan dan berbasis data (Gretzel dkk., 2020).

Dalam implementasinya, sistem manajemen wisata biasanya dikembangkan dalam bentuk platform digital yang dapat diakses melalui berbagai perangkat, seperti komputer dan *smartphone*. Platform ini menyediakan berbagai fitur, seperti pemesanan tiket, informasi destinasi, manajemen *event*, serta layanan pelanggan secara daring. Keberadaan sistem ini memberikan kemudahan bagi wisatawan dalam merencanakan perjalanan mereka, sekaligus membantu pengelola dalam mengelola operasional secara lebih efektif. Oleh karena itu, sistem manajemen

wisata menjadi salah satu komponen penting dalam transformasi digital sektor pariwisata di era modern (Sigala, 2020).

Teknologi informasi memiliki peran yang sangat penting dalam perkembangan industri pariwisata, terutama dalam meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan kepada wisatawan. Pemanfaatan teknologi memungkinkan proses pengelolaan informasi menjadi lebih cepat, akurat, dan mudah diakses oleh berbagai pihak. Dalam konteks pariwisata, teknologi informasi digunakan untuk mendukung berbagai aktivitas, seperti promosi destinasi, pemesanan layanan, manajemen pelanggan, serta analisis data wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi informasi telah menjadi elemen kunci dalam mendukung daya saing industri pariwisata di era digital (Buhalis & Law, 2008).

Selain itu, teknologi informasi juga berperan dalam meningkatkan pengalaman wisatawan melalui penyediaan layanan yang lebih personal dan interaktif. Dengan adanya teknologi seperti aplikasi mobile, sistem rekomendasi, dan platform digital, wisatawan dapat memperoleh informasi yang relevan sesuai dengan preferensi mereka. Teknologi juga memungkinkan interaksi yang lebih intens antara wisatawan dan penyedia layanan, sehingga menciptakan pengalaman wisata yang lebih menarik dan memuaskan. Dalam hal ini, teknologi informasi tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu, tetapi juga sebagai enabler dalam menciptakan nilai tambah dalam industri pariwisata (Gretzel dkk., 2020; Sigala, 2020).

Di sisi lain, penggunaan teknologi informasi juga memberikan manfaat bagi pengelola destinasi wisata dalam hal pengambilan keputusan. Data yang dihasilkan dari sistem informasi dapat digunakan untuk menganalisis pola kunjungan wisatawan, tren permintaan, serta kinerja layanan yang diberikan. Informasi ini sangat penting dalam merumuskan strategi pengembangan pariwisata yang lebih efektif dan berkelanjutan. Dengan demikian, teknologi informasi berperan sebagai alat strategis yang mendukung pengelolaan pariwisata berbasis data (Sigala, 2020).

2.2.3. Digitalisasi dan Transformasi Pariwisata

Digitalisasi dalam sektor pariwisata merupakan proses integrasi teknologi digital ke dalam seluruh aspek layanan dan pengelolaan pariwisata. Transformasi ini tidak hanya mengubah cara penyedia layanan beroperasi, tetapi juga mengubah perilaku dan ekspektasi wisatawan dalam mengakses layanan wisata. Wisatawan modern cenderung mengandalkan teknologi digital dalam merencanakan perjalanan, mulai dari mencari informasi destinasi hingga melakukan pemesanan layanan secara online. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi telah menjadi kebutuhan utama dalam industri pariwisata yang semakin kompetitif (Buhalis & Law, 2008).

Transformasi digital dalam pariwisata juga mencakup penggunaan berbagai teknologi inovatif, seperti big data, artificial intelligence, dan Internet of Things (IoT) dalam meningkatkan kualitas layanan. Teknologi ini memungkinkan pengelola destinasi untuk memahami perilaku wisatawan secara lebih mendalam serta memberikan layanan yang lebih personal. Selain itu, digitalisasi juga memungkinkan integrasi berbagai layanan dalam satu platform, sehingga memudahkan wisatawan dalam mengakses berbagai kebutuhan perjalanan secara terpadu. Dengan demikian, transformasi digital memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan efisiensi dan efektivitas pengelolaan pariwisata (Gretzel dkk., 2020).

Pandemi COVID-19 juga menjadi salah satu faktor yang mempercepat proses digitalisasi dalam industri pariwisata. Pembatasan aktivitas fisik mendorong pelaku industri untuk mengembangkan layanan berbasis digital, seperti virtual tour dan sistem reservasi online. Meskipun kondisi telah berangsur normal, perubahan perilaku wisatawan yang semakin terbiasa dengan layanan digital tetap bertahan. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital dalam pariwisata bukan hanya fenomena sementara, tetapi merupakan perubahan struktural yang akan terus berkembang di masa depan (Sigala, 2020).

2.2.4. Sistem Ticketing dan Layanan Wisata Digital

Sistem *ticketing* merupakan salah satu komponen penting dalam sistem manajemen wisata yang berfungsi untuk mengelola proses pemesanan dan penjualan tiket secara elektronik. Sistem ini memungkinkan wisatawan untuk melakukan pemesanan tiket secara *online* tanpa harus datang langsung ke lokasi, sehingga memberikan kemudahan dan efisiensi dalam proses transaksi. Selain itu, sistem *ticketing* juga membantu pengelola dalam mengatur kapasitas pengunjung, memantau penjualan tiket, serta mengelola data transaksi secara lebih sistematis (Buhalis & Law, 2008).

Dalam perkembangannya, sistem *ticketing* telah terintegrasi dengan berbagai layanan digital lainnya, seperti pembayaran elektronik, manajemen *event*, serta sistem informasi destinasi. Integrasi ini memungkinkan terciptanya ekosistem layanan wisata yang lebih terkoordinasi dan efisien. Selain itu, sistem *ticketing* juga dapat digunakan untuk mengumpulkan data pengunjung yang dapat dimanfaatkan untuk analisis perilaku wisatawan. Informasi ini sangat penting dalam meningkatkan kualitas layanan serta merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran (Gretzel dkk., 2020).

Layanan wisata digital tidak hanya terbatas pada sistem *ticketing*, tetapi juga mencakup berbagai layanan lain seperti aplikasi panduan wisata, sistem reservasi hotel, serta platform ulasan wisata. Layanan-layanan ini memberikan kemudahan bagi wisatawan dalam merencanakan dan menikmati perjalanan mereka secara lebih fleksibel dan personal. Dengan adanya layanan digital, wisatawan dapat memperoleh pengalaman yang lebih nyaman dan efisien, sementara pengelola dapat meningkatkan kualitas layanan serta daya saing di pasar pariwisata global. Oleh karena itu, sistem *ticketing* dan layanan wisata digital menjadi bagian penting dalam pengembangan sistem manajemen wisata berbasis teknologi (Sigala, 2020).

Startup STD merupakan perusahaan teknologi yang bergerak di bidang solusi digital pariwisata dengan menjalankan model bisnis ganda secara simultan, yaitu *Business-to-Business* (B2B) dan *Business-to-Consumer* (B2C). Pada segmen B2B, *startup* STD berperan sebagai penyedia sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan operasional pengelola

tempat wisata dan penyelenggara *event*. Proses bisnis B2B dimulai dari akuisisi klien melalui pendekatan langsung kepada pengelola destinasi wisata, manajemen hotel, dan operator rekreasi, dilanjutkan dengan analisis kebutuhan klien, implementasi sistem, pelatihan staf, hingga layanan pemeliharaan dan dukungan teknis berkelanjutan. Sistem ERP yang disediakan mencakup modul manajemen tiket dan reservasi, manajemen kapasitas pengunjung, pelaporan keuangan, serta *dashboard* monitoring secara *real-time*. Model pendapatan pada segmen ini diperoleh melalui skema lisensi berlangganan (*subscription-based*) maupun biaya implementasi satu kali yang disertai biaya pemeliharaan tahunan.

Pada segmen B2C, *startup* STD berperan sebagai platform penjualan tiket digital yang menghubungkan wisatawan dengan destinasi wisata dan *event* yang telah bermitra. Wisatawan dapat mengakses platform melalui aplikasi *mobile* atau *website* untuk mencari destinasi, melakukan pemesanan, dan menyelesaikan pembayaran melalui *payment gateway* yang tersedia, setelah itu sistem secara otomatis menerbitkan tiket digital berupa kode QR yang dapat divalidasi langsung di lokasi wisata. Kekuatan utama model bisnis *startup* STD terletak pada integrasi antara kedua segmen tersebut, di mana klien B2B yang menggunakan sistem ERP secara otomatis terdaftar sebagai mitra penjual tiket pada platform B2C, sehingga data kapasitas, jadwal, dan ketersediaan yang dikelola melalui ERP terhubung langsung dengan platform penjualan tiket wisatawan secara *real-time*.

Dalam konteks penelitian ini, sistem yang dievaluasi menggunakan model DeLone & McLean (2003) adalah sistem tiket digital pada segmen B2C, sehingga responden penelitian merupakan wisatawan aktif yang menggunakan platform tiket *startup* STD untuk melakukan pemesanan dan pembelian tiket wisata maupun *event*. Dengan demikian, Net Benefits yang diukur adalah manfaat yang langsung dirasakan oleh wisatawan sebagai pengguna akhir, dalam bentuk efisiensi waktu pemesanan tiket, kemudahan akses informasi destinasi, serta peningkatan kenyamanan dan produktivitas dalam merencanakan kunjungan wisata.