

PERAN DIGITALISASI SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DI MONUMEN PERJUANGAN RAKYAT BALI

Oleh:

I Kadek Candra Shivanata¹, Putu Purnama Dewi²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional

¹chandrashivanata@gmail.com

²purnamadewi@undiknas.ac.id

Abstrak

Peran digitalisasi sebagai strategi pemasaran di UPTD Monumen Perjuangan Rakyat Bali bertujuan untuk memahami lebih dalam terkait bagaimana penerapan digitalisasi dalam strategi pemasaran di suatu instansi mampu memberikan dampak yang optimal bagi aktivitas pengelolaan oleh manajemen. Penulisan ini bersifat kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Metode pengumpulan data adalah dengan melakukan proses wawancara yang mendalam, observasi dan dokumentasi dalam proses pengumpulan data dengan narasumber. Hasil penulisan ini menunjukkan bahwa dalam proses digitalisasi pada UPTD Monumen Perjuangan Rakyat Bali memiliki peran di dalam proses pemasaran yang diterapkan dalam pelaksanaan operasional. Namun dari segi penerapannya bisa dikatakan cukup sederhana dan masih perlu dikembangkan lagi penerapannya seiring dengan perkembangan kedepannya yang disesuaikan dengan kebutuhan sekarang yang dapat memberikan kemajuan untuk perkembangan di masa yang akan datang.

Kata Kunci: Digitalisasi, Manajemen, Pemasaran

Abstract

The Role of Digitization as a Marketing Strategy at the Monument to the Struggle of the People of Bali aimsto understand more deeply related to how to apply digitalization in marketing strategies in an agency with a management scope, This writing is qualitative with a phenomenological approach. The method of data collection is by conducting interviews, observation and documentation in the process of collecting data with resource persons. From the writing that has been carried out, the results of this paper indicate that in the process of digitizing, the Monument to the Struggle of the People of Bali has a role in the marketing process that is applied in the implementation of operations. However, in terms of its application, it can be said that it is simple, and its application can still be further developed along with future developments that are adapted to current needs which can provide progress for future developments.

Keywords: Digitization, Management, Marketing

PENDAHULUAN

Bali adalah salah satu tujuan wisata di Indonesia karena memiliki semua keindahan alam, kekhasan, dan kekayaan yang dikenal oleh negara ini. Reputasi keindahan alam Bali diperkirakan akan memikat wisatawan dan membangkitkan minat mereka untuk datang. Bali memiliki berbagai macam tempat wisata, termasuk yang berhubungan dengan alam, sejarah, masakan, budaya, agama, dan belanja.

Pulau Bali dikenal sebagai Pulau Dewata merupakan tujuan destinasi pariwisata dengan keunikan berbagai hasil seni dan budaya yang paling populer di Indonesia bahkan terkenal sampai ke seluruh belahan dunia. Monumen Perjuangan Rakyat Bali merupakan salah satu dari sekian banyak tempat wisata sejarah di Bali. Ketika Bali pada masa

pemerintahan kerajaan hingga pada masa mempertahankan kemerdekaan, Bali mempunyai sejarah yang sangat kental sehingga dibuatkanlah Monumen Perjuangan Rakyat Bali.

Monumen Perjuangan Rakyat Bali atau dikenal juga dengan Monumen Bajra Sandhi ini dibangun sebagai penghormatan kepada para pahlawan dan sebagai representasi dari landasan untuk mewariskan semangat juang masyarakat Bali dari generasi ke generasi. Generasi ke generasi, serta sebagai tanda semangat untuk menegakkan keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia dari masa ke masa. Monumen yang berdiri setinggi 45 meter, 8 pilar yang cukup besar di dalam struktur peringatan, dan 17 tangga di pintu masuk semuanya memberikan pemandangan ini. Monumen ini terletak di depan Gedung DPRD

Provinsi Bali dan Kantor Gubernur Provinsi Bali. Lapangan Puputan Margarana seluas 13,8 hektar di lingkungan Niti Mandala Denpasar, merupakan tempat dibangunnya Monumen Perjuangan Rakyat Bali. Luas bangunan 70×70 meter

Alasan struktur ini disebut sebagai "Bajra Sandhi" adalah karena bentuknya yang menyerupai bajra atau lonceng yang digunakan oleh para pendeta Hindu untuk menyanyikan Weda (mantra) selama upacara keagamaan. Dibangun pada tahun 1987, monumen ini diresmikan pada tanggal 14 Juni 2003 oleh Presiden Megawati Sukarno Putri. Pembangunan monumen ini memiliki tujuan ganda yaitu menggali, melestarikan, mengembangkan, dan memanfaatkan budaya Bali sekaligus melestarikan jiwa dan semangat perjuangan rakyat Bali. bergerak di dunia yang semakin penuh dengan kesulitan dan hambatan. Koleksi Museum Monumen Perjuangan Rakyat Bali meliputi 33 diorama, banyak gambar, dan karya seni. Diorama tersebut menggambarkan penderitaan masyarakat Bali dan bertujuan untuk mereplikasi kejadian sejarah besar di Bali sehingga generasi selanjutnya dapat memahami apa yang tersirat di dalamnya.

Monumen Perjuangan Rakyat Bali dinilai mampu menyampaikan evaluasi citra destinasi Bali dalam kaitannya dengan kebijakan citra destinasi. Hal ini karena lokasi monumen yang strategis di Kota Denpasar, ibu kota Provinsi Bali, selain menawarkan wisata sejarah yang jelas unik dan tidak dimiliki oleh lokasi lain. Selain itu, latar belakang ide Tugu Perjuangan Rakyat Bali yang sesuai dengan filosofi Hindu sebagai agama mayoritas masyarakat Bali, dapat melambungkan Bali sebagai tujuan wisata dan salah satu bangunan bersejarah. Oleh karena itu, Monumen Perjuangan Rakyat Bali dipilih sebagai subjek penelitian daripada salah satu objek wisata kota lain di Bali.

Terkait dengan tempat wisata, tentunya tidak terlepas dari peran *branding* dalam mempromosikan keberadaan destinasi tersebut, di masa yang sudah serba digital seperti saat ini. Melakukan hal apapun dan dimanapun semuanya menjadi serba instan dan hanya membutuhkan internet, sama seperti halnya destinasi wisata, suatu destinasi akan dikenal oleh publik karena telah menerapkan konsep pemasaran yang tepat. Jenis-jenis teknik pemasaran ada berbagai macam, baik itu secara tradisional seperti melalui poster, surat kabar maupun sistem *word of mouth*, ada juga yang melalui teknologi dan memanfaatkan internet untuk memasarkan suatu destinasi yaitu strategi *digital marketing*.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di Monumen Perjuangan Rakyat Bali,

terlihat adanya perubahan dari tingkat jumlah kunjungan yang sebelumnya di tengah tingginya gejala pariwisata Bali yang lancar, namun ketika adanya terjangan Covid-19 menyebabkan menurunnya minat kunjungan wisatawan. Akibatnya, keadaan yang sulit dan tidak pasti seperti sekarang dituntut untuk menentukan keputusan yang tepat dalam pengendalian manajemen dengan cara yang terbaik sebagai akibat perubahan situasi yang berdampak pada jalannya kinerja operasional di monumen tersebut.

METODE

Penulisan dalam artikel ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dalam memperoleh data mengenai permasalahan yang terdapat di UPTD Monumen Perjuangan Rakyat Bali. Metode ini dipilih dalam melakukan penulisan untuk memahami suatu fenomena secara utuh dan lebih dalam yang nantinya akan dijelaskan dalam bentuk narasi untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan peristiwa yang terjadi di lapangan. Akibatnya, penulis menjadi salah satu alat kunci untuk memahami secara menyeluruh tantangan-tantangan yang berkaitan dengan menulis berdasarkan praduga mendasar. Data primer hasil wawancara mendalam dengan narasumber dan data sekunder berupa makalah pembelaan karya terdahulu merupakan data yang digunakan secara tertulis.

Tiga teknik yang digunakan dalam proses pengumpulan data untuk mendukung penulisan ini, yaitu:

Wawancara :

Wawancara dilakukan kepada Kepala UPTD dan pegawai yang bertugas di Monumen Perjuangan Rakyat Bali serta para *tour guide* yang memandu wisatawan agar mendapatkan keterangan terkait informasi tentang penerapan digitalisasi di dalam proses penerapan pemasaran digital.

Observasi :

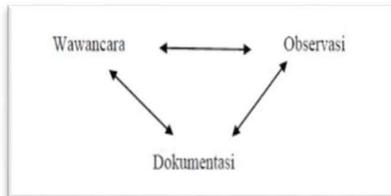
Observasi dilakukan agar penulis dapat melakukan pengamatan kepada narasumber untuk memperoleh informasi tambahan seperti melakukan pengamatan penerapan manajemen di dalam proses pemasaran.

Dokumentasi :

Dalam tulisan ini, dokumentasi yang diperlukan disediakan melalui ringkasan audio dan tertulis dari wawancara informan.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis data deskriptif, yang melibatkan

penulisan deskripsi temuan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan mengumpulkan data, menganalisis data, dan kemudian menghasilkan kesimpulan, maka tahap analisis data telah selesai. Data yang terkumpul kemudian diuji validitasnya dengan menggunakan pendekatan triangulasi yang memenuhi kriteria kredibilitas. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, metode, dan teori.



Gambar 1. Teknik Pengumpulan Data

HASIL DAN PEMBAHASAN

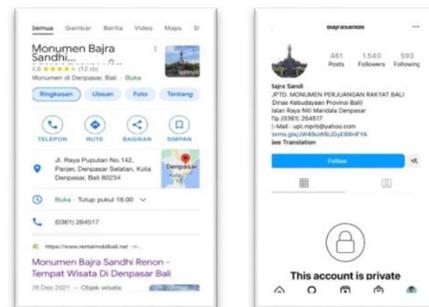
Dari hasil pengumpulan data yang telah dilakukan melalui proses wawancara, yang bertempat di UPTD. Monumen Perjuangan Rakyat Bali, yaitu di Jl. Raya Puputan No.142, Denpasar Selatan, Kota Denpasar. Adapun proses wawancara yang dilakukan dengan I Made Artana Yasa selaku Kepala UPTD. Monumen Perjuangan Rakyat Bali membahas terkait dengan peranan digitalisasi dalam proses meningkatkan jumlah kunjungan dengan durasi wawancara yang berlangsung cukup lama.

Dari hasil wawancara yang telah dilaksanakan, dipaparkan bahwa UPTD. Monumen Perjuangan Rakyat Bali dalam melakukan strategi pemasaran, yakni masih kekurangan dengan tenaga ahli dalam strategi pemasaran, terutama yang berkaitan dengan *digital marketing* secara mendalam.



Gambar 2. Wawancara dengan Kepala UPTD. Monumen Perjuangan Rakyat Bali

Dari hasil observasi, UPTD Monumen Perjuangan Rakyat Bali hanya memanfaatkan website sebagai sistem informasi yang disampaikan kepada wisatawan yang hendak berkunjung ke museum sehingga kurangnya ketertarikan pengunjung ketika melihat monumen berdasarkan foto/ulasan wisatawan lain yang sudah pernah berkunjung ke monumen Bajar Sandhi. Pemanfaatan terhadap social media juga sangat kurang diperhatikan sehingga pengelolaan dalam sistem social media juga tidak dikelola dengan baik.



Gambar 3. Media Informasi UPTD. Monumen Perjuangan Rakyat Bali

Solusi untuk mengatasi permasalahan terkait dengan penerapan digitalisasi dalam proses pemasaran di Monumen Perjuangan Rakyat Bali yaitu sebagai berikut:

Dalam penyusunan strategi pemasaran digital, UPTD. Monumen Perjuangan Rakyat Bali sebaiknya melakukan pengukuran keberhasilan dalam pelaksanaan pemasaran dengan melakukan penyusunan jumlah kunjungan, diharapkan memanfaatkan *social media marketing* seperti *google ads*, *facebook ads*, *instagram ads*, guna untuk menjangkau calon wisatawan yang hendak berlibur ke Bali. Dalam Pemasaran wajib memahami jenis-jenis dalam digital marketing seperti *Website*, *Search Engine Marketing*, *Social Media Marketing*, *Online Advertising*, *Email Marketing* dan *Video Marketing*.

Menurut Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan (2009) Pemasaran digital mengacu pada upaya pemasaran yang menggunakan berbagai media, termasuk branding. Sebagai ilustrasi, pertimbangkan blog, situs web, email, Google Adwords, dan berbagai jaringan media sosial. Pemasaran digital adalah praktik mempromosikan perusahaan, merek, atau barang secara online atau melalui media digital. Pemasaran digital bertujuan untuk segera

menarik konsumen dan calon pelanggan. Karena teknologi dan internet diterima secara luas di masyarakat, tidak mengherankan jika bisnis menyukai inisiatif pemasaran digital.

Sebelum beralih ke digitalisasi profesi *guide* (pemandu wisatawan) pada Monumen Perjuangan Rakyat Bali memiliki kendala dalam melayani jumlah wisatawan untuk dipandu. Namun, sesudah diberlakukannya digitalisasi, para pengunjung hanya menggunakan ponsel pribadi untuk melakukan *scan* QR pada objek monument. Setelah melakukan *scan* maka akan muncul deskripsi penjelasan mengenai objek tersebut. Sebelum beralih ke sistem digital, strategi pemasaran pada Monumen Perjuangan Rakyat Bali masih menggunakan cara tradisional, seperti surat kabar, poster, dan majalah untuk menarik para wisatawan yang berkunjung kesana. Setelah beralih dengan menerapkan teknologi dalam kegiatan pemasaran yakni mulai menggunakan media digital sebagai promosi, salah satunya menggunakan *website*, serta media sosial yang mampu memberikan dampak positif bagi tingkat kunjungan wisatawan.

Hal lainnya juga berdampak dalam penerapan digitalisasi yaitu adanya peralihan pada teknis percetakan yang sebelumnya masih menggunakan mesin ketik. Dan saat ini sudah menggunakan aplikasi dan peralatan cetak digital yang memudahkan penggunaannya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari pembahasan yang telah dipaparkan, dapat ditarik kesimpulan bahwa digitalisasi memiliki peran penting di dalam proses keberhasilan dalam menerapkan strategi pemasaran, yang diterapkan dalam pelaksanaan operasional Monumen Perjuangan Rakyat Bali. Namun dari segi penerapannya bisa dibilang sederhana, dan masih bisa dikembangkan lagi penerapannya seiring dengan perkembangan kedepannya yang disesuaikan dengan kebutuhan sekarang yang dapat memberikan kemajuan untuk perkembangan di masa mendatang.

Penerapan digitalisasi di UPTD Monumen Perjuangan rakyat Bali telah dikembangkan dengan melakukan penyusunan strategi yang dilakukan oleh Kepala Seksi Bagian Informasi dengan informasi yang dikumpulkan lalu dikelola sesuai dengan strategi yang diterapkan dalam *digital marketing*. Dengan harapan, untuk kedepannya UPTD Monumen Perjuangan Rakyat Bali juga melakukan riset dalam penyusunan strategi

pemasaran agar dapat melakukan pengukuran terkait tingkat keberhasilan dalam pelaksanaan pemasaran yang telah dijalankan.

Dari segi sistem pengendalian internal, seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan pada UPTD Monumen Perjuangan Rakyat Bali diharapkan juga dapat memaksimalkan kinerja tiap Kepala Bidang dan menambah orang yang bertugas untuk membantu dalam proses penerapan digitalisasi terkait dengan harapan dapat memaksimalkan pemasaran dan dapat meningkatkan kunjungan untuk melakukan riset pemasaran yang secara efisien bagi UPTD Monumen Perjuangan Rakyat Bali untuk masa mendatang.

Saran

Melalui kegiatan ini diharapkan bagi UPTD Monumen Perjuangan Rakyat Bali dapat memberikan masukan untuk lebih meningkatkan referensi dalam proses digitalisasi dan untuk penulis selanjutnya diharapkan dapat memperluas dalam penentuan variabel sebagai variabel moderasi agar dapat memberikan kebermanfaatan yang lebih baik lagi kedepannya

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. (2021). Manajemen Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, Tugas, dan Konsep. Gramedia.
- Ibnu. (2021). Ekonomi Digital: Pengertian, dan Cara Memanfaatkan Peluang Di Balikinya. accurate.
- Nugroho, F. T. (2021). Pengertian Manajemen Menurut Para Ahli, Ketahui Fungsi, dan Tujuannya. Bola.com.
- Aji, G. S. (2015). Landmark "Monumen Yogya Kembali "Studi Motivasi, Pengambilan Keputusan, Dan Kepuasan Pengunjung. Jurnal Tata Kelola Seni, 1(1), 29-49.
- Febrian, A. W., & Anom, I. P. (2014). Realisasi Kebijakan Pencitraan Destinasi di Monumen Perjuangan Rakyat Bali. Jurnal Destinasi Pariwisata ISSN, 2338, 8811.
- Nupikso, D. (2013). Kepuasan Pengguna Pelayanan Publik Monumen Pers Nasional Surakarta. JURNAL IPTEKKOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi), 15(1), 75-90.

- Panghastuti, T. P. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tampilan Museum dan Manajemen Koleksi Terhadap Kepuasan Wisatawan Monumen Yogyakarta Kembali. *Media Wisata*, 14(2).
- Sudaryanto, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Monumen Yogyakarta). *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 3(1).
- Saputra, N. G., & Parantika, A. (2017). Analisa Ability To Pay (Atp) Dan Willingness To Pay (Wtp) Pengunjung Di Monumen Nasional Jakarta. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 2(2), 129-145.
- Ardhani, H. W. (2019). Monumen Simpang Lima Gumul Sebagai Ikon City Branding Kabupaten Kediri (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Sahputri, W. U. (2019). Strategi Peningkatan Kompetensi Sumber Daya Manusia Untuk Pelestarian Arsip Media Cetak (Studi pada Monumen Pers Nasional) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya)
- Farid, M. (2020). Pelestarian warisan sejarah melalui sinergi antar-stakeholder dan digitalisasi warisan sebagai model pengembangan pariwisata Banda Naira. *Kamboti: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 1(1), 44-58.
- Pramudyaningrum, O., & Krismayani, I. (2014). Ketersediaan Koleksi E-paper dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pengguna di Monumen Pers Surakarta. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 3(3), 81-90.
- Eriya, E., & Putri, Y. D. R. (2018). 2D & 3D Modelling Monumen Bersejarah Yogyakarta sebagai Media Edukasi Interaktif berbasis Virtual Reality. *MULTINETICS*, 4(1), 1-7.