

## THE ROLE OF ITX AS E-MARKETPLACE IN TOBA LAKE AREA

**Ina Veronika Ginting<sup>1</sup>**

Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.  
ina\_veronika@stp-bandung.ac.id

**Wisnu Prahadianto<sup>2</sup>**

Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.  
wip@stp-bandung.ac.id

**Dwiesty Dyah Utami<sup>3</sup>,**

Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.  
dwiesty@stp-bandung.ac.id

**Nuniek Agatri<sup>4</sup>**

Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.  
nuniekagatri2@gmail.com

**Delanita Fachrunisa<sup>5</sup>**

Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.  
delanita.fachrunisa@gmail.com

**Received: December 12, 2019/ Reviewed: May 26, 2020/ Published: June 4, 2020**

### ABSTRACT

Lake Toba region has the potential in the field of tourism business that is beneficial for tourism actors. To reach the target of 1 million tourists targeted by the Lake Toba Authority's Implementing Agency, a media marketing role is needed to support it. One of the marketing efforts undertaken is through the Indonesia Tourism Exchange (ITX), so that tourism products become better known globally, the ordering process is easier, online payment transactions become more efficient and reliable. Therefore, the purpose of this study is to determine the role of ITX as an e-marketplace in the Lake Toba region. In this study, researchers used a qualitative descriptive method where data were collected through interviews and observations. The participants in this study were ITX managers, tourism businesses who had joined ITX members, namely the owner of Polado Homestay and the owner of CV. Toba Sporty. The results of this study are; ITX as an e-marketplace in the Lake Toba region has a role to bring together sellers and buyers, ITX acts as a transaction facility, and acts as an institutional infrastructure.

**Key Words:** *e-marketplace, ITX Danau Toba, The Role of ITX*

\*Correspondence author, email: ina\_veronika@stp-bandung.ac.id

Naskah diterima: 12 Desember 2019/ Naskah ditelaah : 26 Mei 2020/  
Naskah dipublikasi : 4 Juni 2020

## PERANAN ITX SEBAGAI *E-MARKETPLACE* DI KAWASAN DANAU TOBA

### ABSTRAK

Kawasan Danau Toba memiliki potensi di bidang bisnis pariwisata yang bermanfaat bagi para pelaku pariwisata. Untuk mencapai target 1 juta wisatawan yang ditargetkan oleh Badan Pelaksana Otorita Danau Toba diperlukan peran pemasaran media yang mampu mendukungnya. Salah satu upaya pemasaran yang dilakukan adalah melalui *Indonesia Tourism Exchange* (ITX), sehingga produk wisata menjadi lebih dikenal secara global, proses pemesanan lebih mudah, transaksi pembayaran *online* menjadi lebih efisien dan dapat diandalkan. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran ITX sebagai *e-marketplace* di kawasan Danau Toba. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana data yang dikumpulkan melalui wawancara dan observasi. Adapun partisipan dalam penelitian ini adalah pengelola ITX, pelaku bisnis pariwisata yang telah bergabung menjadi anggota ITX yaitu pemilik Polado Homestay dan pemilik CV. Toba Sporty. Adapun hasil dari penelitian ini adalah; ITX sebagai *e-marketplace* di Kawasan Danau Toba berperan mempertemukan *seller* dan *buyer*, ITX berperan sebagai fasilitas transaksi, dan berperan sebagai infrastruktur institusional.

**Kata Kunci** : *e-marketplace*, ITX Danau Toba, Peranan ITX

### PENDAHULUAN

Menurut Perpres Nomor 63 Tahun 2014 tentang kepariwisataan, disebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan pariwisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Pariwisata merupakan sebuah aset dan kekayaan yang dimiliki oleh setiap daerah yang turut serta dalam membangun perekonomian di daerah itu sendiri. Banyak daerah yang mempromosikan wilayahnya sebagai salah satu daerah wisata sehingga sektor pariwisata menjadi salah satu sumber pendapatan utama. Namun, saat ini sektor pariwisata harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar dapat berjalan beriringan (CNN, 2017). Hal ini didorong dengan jumlah pengguna internet di Indonesia bertambah secara pesat. Menurut *tekno.kompas.com*, Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) mengadakan survei yang menghasilkan data tahun 2016-2018 jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan sebesar 51,8 persen. Selain itu, kenaikan pesat terjadi pada tahun 2018 yaitu 132,7 juta jiwa penduduk di Indonesia menggunakan internet dari 256,2 juta total penduduk. Ini adalah tantangan sekaligus peluang bagi para pelaku usaha pariwisata di Indonesia dalam memasarkan produknya. Hal ini dikarenakan perkembangan teknologi mengubah kondisi industri pariwisata yang sebelumnya melakukan transaksi dengan manual menjadi memanfaatkan teknologi secara efektif dan efisien (Wuryandari, 2018). Walaupun dalam kenyataannya masih ada pelaku usaha pariwisata yang belum beradaptasi dengan perubahan tersebut, namun

sebagian besar sudah mulai beradaptasi dengan memasarkan produknya di internet.

Salah satu daerah yang sektor pariwisatanya sedang dikembangkan adalah Kawasan Danau Toba. Kawasan Danau Toba merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Sumatera Utara yang memiliki potensi wisata alam dan budaya. Sebagai salah satu destinasi prioritas di Indonesia, Kawasan Danau Toba dibantu oleh Badan Otorita Danau Toba untuk memfasilitasi para pelaku usaha pariwisata yaitu dengan membuat *Digital Marketplace* bernama *Indonesia Tourism Exchange* (ITX). Tujuan dibuatnya ITX adalah untuk mempertemukan secara *digital* pelaku usaha pariwisata di Kawasan Danau Toba. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan produk wisata sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kawasan Danau Toba menjadi 1 juta wisatawan. Di dalam ITX, terdapat *seller* dan *buyer*. *Seller* merupakan penjual produk wisata seperti hotel, atraksi, sewa mobil, restoran, dan toko souvenir. Sedangkan *buyer* adalah pelaku usaha pariwisata yang menjual dan memasarkan kembali produk atau jasa dari *seller*. Dengan kata lain proses yang terjadi didalamnya adalah *business to business*.

Para awal proses pelaksanaannya, dilakukan sosialisasi mengenai ITX kepada para pelaku usaha di Kawasan Danau Toba selaku calon *seller*, namun baru terdapat beberapa pelaku usaha yang bergabung dengan ITX sebagai *seller*, yaitu Polado Homestay dan CV. Toba Sporty. Berdasarkan prasurvey yang dilakukan, beberapa pelaku usaha pariwisata merasa enggan untuk bergabung dengan ITX dikarenakan belum memahami peran ITX untuk kelangsungan usahanya. Berdasarkan hal tersebut, penelitian mengenai peranan ITX sebagai *e-marketplace* di Kawasan Danau Toba penting dilakukan untuk mengetahui peran ITX bagi para pelaku usaha pariwisata. Selain itu hasil dari penelitian ini dapat dijadikan wawasan bagi para pelaku usaha pariwisata di Kawasan Danau Toba untuk bersama-sama membangun pariwisata di kawasan tersebut melalui ITX.

## METODOLOGI

### Jenis Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Peneliti menggunakan metode kualitatif karena dalam penelitian ini peneliti harus melakukan wawancara mendalam dengan *key informan*. Selain itu, penelitian ini bersifat deskriptif, artinya berkenaan dengan suatu penyelidikan intensif tentang individu, dan atau unit sosial yang dilakukan secara mendalam dengan menemukan semua data penting yang memiliki keterkaitan dengan perkembangan individu atau unit sosial yang diteliti.

### Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2019. Adapun prasurvey penelitian melalui observasi serta wawancara dengan stakeholder terkait dilaksanaan pada bulan Maret dan April. Kemudian peneliti melakukan proses pencarian data pada bulan Mei dan Juni. Selanjutnya dilakukan pengolahan data pada bulan Juli. Kemudian penyelesaian penelitian dilaksanakan di bulan Agustus – September.

### Target/ Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah peran *Indonesia Tourism Exchange* (ITX) sebagai *emarketplace* di Kawasan Danau Toba.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui:

1. Wawancara kepada *key informan* yaitu pengelola ITX untuk mengetahui informasi mengenai usaha pariwisata yang sudah bergabung dan belum bergabung dengan ITX serta alur proses ITX. Selain itu, wawancara dilakukan juga kepada pelaku bisnis pariwisata yang telah bergabung menjadi anggota ITX, yaitu pemilik Polado Homestay dan pemilik CV. Toba Sporty yang merupakan operator *rafting* untuk Asahan River Rafting. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi terkait peran ITX sebagai *marketplace* di Kawasan Danau Toba.

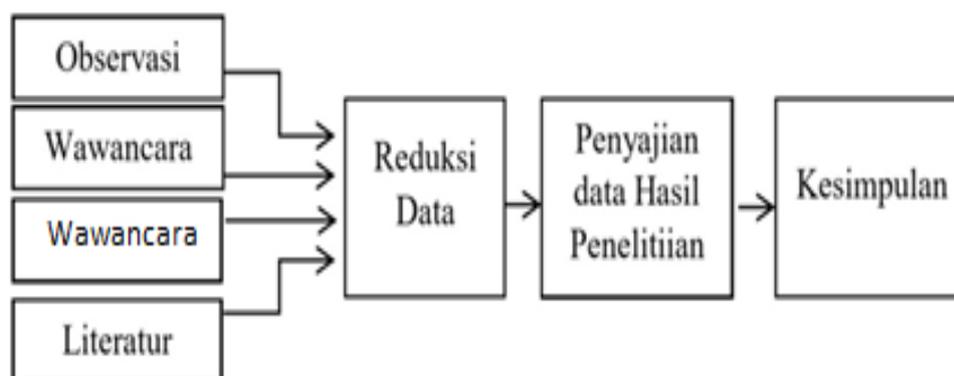
Polado *Homestay* merupakan penginapan yang berdiri sejak tahun 2015, yang mana dikelola langsung oleh pemiliknya. Polado Homestay bergabung menjadi anggota ITX sejak Februari 2017 setelah pihak dari ITX mengadakan sosialisasi selama dua hari di Balige.

CV. Toba Sporty merupakan *rafting operator* untuk Asahan River Rafting yang berdiri sejak tahun 2015 dan mulai mengurus perijinan usaha di tahun 2017 untuk dapat bergabung dengan ITX.

2. Observasi dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data mengenai usaha pariwisata yang terdapat di Kawasan Danau Toba, sehingga dapat diketahui usaha pariwisata yang sudah bergabung dan belum bergabung dengan ITX. Observasi dilakukan di Kawasan Danau Toba.

### Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.



Gambar 1. Analisis data.

Berdasarkan gambar 1, proses analisis data dalam penelitian ini adalah peneliti melakukan reduksi data yang mana data-data yang peneliti dapatkan dirangkum, kemudian dipilih hal yang sesuai dengan penelitian, sehingga peneliti menemukan polanya. Dengan demikian data yang telah di reduksi dapat memberikan gambaran yang lebih jelas. Selanjutnya hasil reduksi data dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk uraian atau naratif yang kemudian ditarik kesimpulan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari observasi dan wawancara dengan beberapa partisipan yang berhubungan dengan ITX dan usaha pariwisata yang terdapat di Kawasan Danau Toba, ditemukan data sebagai berikut:

### a. ITX berperan mempertemukan *seller* dan *buyer*

Beberapa pelaku usaha pariwisata yang bergabung dengan ITX yaitu Polado Homestay dan CV. Toba Sporty. Kedua pelaku usaha tersebut merupakan *seller* di dalam ITX sejak bergabung bulan Februari 2017 secara bersamaan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan kedua pelaku usaha tersebut, diketahui bahwa ITX merupakan platform digital yang mempertemukan berbagai pihak sebagai *seller* dan *buyer* sehingga dapat berinteraksi dan bertransaksi. Melalui sistem di ITX, *seller* dapat mengetahui *buyer* atau distributor yang tergabung dengan ITX termasuk besarnya komisi yang ditetapkan oleh distributor. Kemudian *seller* dapat memilih distributor yang akan diajak kerjasama. Perjanjian kerjasama antara distributor dan *seller* dilakukan diluar sistem ITX. Setelah bekerja sama, produk *seller* sudah dapat dijual oleh distributor. *Seller* dapat menjual produk nya di website mereka sendiri dengan meletakkan *Book Button* di website.

Disini penjual dan pembeli bisa melakukan negosiasi atau mencocokkan harga sebuah produk. Hal ini dikuatkan oleh pernyataan partisipan dalam penelitian ini yaitu para pelaku usaha pariwisata mendapatkan manfaat yang besar sekali jika bertransaksi melalui media ini karena dengan keunggulan internet, harga produk maupun jasa dapat secara transparan diketahui. Artinya, karena begitu banyaknya pemasok (*suppliers*) produk atau jasa yang sama, maka calon pembeli dapat melakukan pengecekan dan perbandingan harga dengan produk yang sama, tentu saja dengan tujuan untuk mencari harga paling sesuai. Sehingga para pembeli bisa mendapatkan produk yang diinginkan dan penjual dapat memasarkan produknya dengan harga yang telah ditetapkan. Dengan menggunakan *e-marketplace* sebagai sarana penjualan, kesempatan untuk menjangkau banyak calon pembeli jauh lebih besar. Seperti yang diutarakan pihak pengelola ITX bahwa *Indonesia Tourism Exchange* (ITX) merupakan *open marketplace* atau *digital platform* untuk semua pelaku industri pariwisata (*seller, buyer, penyedia sistem pemesanan, penyedia konten dan juga penyedia destinasi wisata*) di Indonesia. ITX memudahkan proses bisnis industri pariwisata dan mempersiapkan bisnis menjadi *go digital*. Karena seiring perkembangan teknologi yang sangat pesat, menuntut para pelaku usaha pariwisata untuk masuk dalam era yang serba digital. Sebagai penjual produk wisata, harus memiliki kepekaan terhadap keadaan pasar saat ini yang mengharuskan kita untuk selalu *update* terhadap trend yang sedang terjadi. Sebuah *trend* dapat membantu untuk menjual produk wisata dengan sangat cepat

juga dibantu dengan adanya internet yang sudah menjangkau hampir seluruh belahan dunia.

*Indonesia Tourism Exchange (ITX)* menyediakan platform bagi *seller* dan *buyer* untuk berinteraksi. ITX memiliki anggota yang terdiri dari para pelaku usaha pariwisata dari bidang akomodasi, transportasi, atraksi, *souvenir*, dan restoran, yang bertindak sebagai *seller*. *Buyer* terdiri dari *tour operator* yang akan memudahkan pekerjaannya dalam membuat paketwisata dengan platform ini, karena *buyer* dapat memilih sesuai yang diinginkan elemen-elemen yang ada di dalam paket wisata seperti akomodasi, transportasi, atraksi, akomodasi, dan lainnya. Dalam ITX, *aggregator* yang terdiri dari para ahli pariwisata bertugas untuk mengklasifikasikan jenis usaha pariwisata sesuai kriteria usaha pariwisatanya sehingga akan mempermudah pencarian saat mengakses website [www.itx.co.id](http://www.itx.co.id). Melalui sistem yang terdapat di ITX, *seller* dapat mengetahui *buyer* atau distributor yang bergabung di ITX termasuk besarnya komisi yang ditetapkan oleh *buyer*. Kemudian *seller* dapat memilih *buyer* untuk diajak kerja sama. Perjanjian kerja sama ini tentunya di luar sistem ITX. Produk dari *seller* nantinya akan dijual kembali oleh *buyer* kepasar yang lebih luas. Tentunya sebagai pembeli tidak bisa sembarangan memilih produk, karena harus memiliki pertimbangan.

Yannis Bakos (1998) menuturkan bahwa dalam proses pencocokan pembeli dan penjual, pertama harus menentukan penawaran produk. Seperti karakteristik yang ditawarkan oleh penjual dan pengelompokkan produk yang berbeda. Dalam hal ini ITX sudah melakukannya dan sudah dicantumkan dalam *website* sesuai jenis usaha pariwisatanya. Namun kriteria tersebut masih dirasa belum mewakili semua usaha pariwisata. Selain itu, informasi yang terdapat didalamnya kurang *update* karena informasi yang peneliti dapat dari pihak ITX mengenai jumlah pelaku usaha pariwisata yang sudah bergabung, berbeda dengan jumlah pelaku usaha pariwisata yang tercantum di *website*. Kedua, pencarian pembeli untuk mendapatkan informasi penjual dan dari penjual ke pembeli harus mudah dan diberi keterangan mengenai harga serta informasi produk sehingga dapat dicocokkan penawaran penjual dengan preferensi pembeli. Pembeli dapat dengan mudah mencari produk yang diinginkan, tentu saja sebagai pembeli memiliki kriteria-kriteria yang harus dipertimbangkan. Ketiga, penentuan harga yang didasari dari proses *survey* dan hasil perhitungan penjual. Sejauh ini ITX melakukan tiga proses tersebut hanya saja apa yang tercantum tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya. Seperti contohnya 2 narasumber yang peneliti temui di Kawasan Danau Toba khususnya Kabupaten Toba Samosir, yaitu CV. Polado yang jenis usahanya adalah homestay dan CV. Toba Sporty yang merupakan operator rafting.

#### **b. Peran ITX sebagai fasilitas transaksi**

E-marketplace adalah pasar *online* tempat terjadinya jual beli, yang biasanya dilakukan antar perusahaan (B2B mendominasi hingga 75% *e-marketplace*), dimana salah satu fungsinya adalah sebagai fasilitas transaksi. *Indonesia Tourism Exchange (ITX)* merupakan sebuah *Tourism Marketplace B2B* atau *Digital Platform* untuk semua pelaku industri pariwisata (*seller, buyer, penyedia system pemesanan, penyedia konten dan juga penyedia destinasi wisata*) di Indonesia.

ITX memudahkan proses bisnis industri pariwisata dan mempersiapkan bisnis menjadi *go digital*. Adapun ITX sebagai salah satu bentuk dari *Tourism Marketplace B2B* memiliki berbagai fasilitas dan fitur yang diberikan kepada anggotanya didalam memudahkan mereka untuk memesan dan bertransaksi dalam ITX, yaitu:

1. *API (Application Program Interface)*, adalah interface teknologi yang menghubungkan ITX dengan sistem pemesanan yang sudah dimiliki buyer
2. *Payment System*. ITX menyediakan koneksi ke *payment system* untuk mendukung mekanisme pembayaran
3. *Built in booking system*. *Booking system* yang akan disediakan bagi seller yang belum memiliki sistem pemesanan produk sehingga mudah terhubung dengan buyer
4. *Dashboard*. Program administrasi yang dapat menampilkan berbagai aktivasi dalam bisnis pariwisata anda
5. *Data Analytic*. ITX menyediakan data analisis yang mudah diakses dan digunakan sehingga bisa menjadi sarana untuk meningkatkan pemesanan dan juga menghemat biaya
6. *Digital Promotion Platform*. ITX menyediakan platform untuk melakukan *digital promotion*
7. *Reporting System*. Sistem laporan yang komprehensif sehingga dapat mengamati pergerakan bisnis dengan mudah, detil dan efisien.

Adapun sistem transaksi antara *Seller* dan *Buyer* dilakukan secara online melalui ITX. Hal ini memungkinkan *buyer* melakukan transaksi dan pembayaran kepada *seller* melalui ITX, dimana kemudian ITX yang akan mengirimkan dan mengkonfirmasi pembayaran yang telah dilakukan oleh *buyer* kepada *seller*. Untuk Saat ini transaksi yang tersedia di ITX ialah menggunakan *credit card* melalui Finpay sebagai *payment system*, Finpay sendiri merupakan sistem pembayaran online yang menyediakan solusi transaksi pembayaran secara elektronik, dimana metode pembayaran Finpay memungkinkan *Buyer* untuk membayar transaksi online melalui *channel* perbankan seperti ATM & *Internet Banking* melalui menu pembayaran Telkom.

Selain itu, *booking system* ITX menggunakan Rezobx, dimana setelah *seller* memasukan produk mereka di Rezobx dan di aktivasi, *seller* mendapatkan *URL* yang berfungsi sebagai *Book button*, kemudian URL tersebut dapat merekam masukkan kedalam *website* mereka atau *share* kesosial media sehingga para pelaku industri pariwisata dapat menjual produknya secara luas. Bagi para pelaku usaha pariwisata yang bergabung di ITX khususnya Danau Toba pun sudah merasakan fasilitas dan kemudahan yang diberikan, seperti halnya pemilik Polado Homestay yang telah menggunakan Rezobx sebagai *booking system*, dimana homestay yang dimilikinya telah dimasukan kedalam Rezobx tersebut dan siap untuk dipasarkan kepada calon *buyer*, selain itu pemilik Polado Homestay pun dapat mengakses dan mengatur *booking system*nya dimanapun dan kapanpun

secara online melalui komputer, *smartphone* atau pun laptop. Untuk kesulitan dan kendala yang dihadapi pun dapat langsung ditanyakan kepada pihak ITXnya, sehingga dapat dengan mudah memahami cara menggunakan *booking system* tersebut. Tetapi karena belum banyak pemesanan atau pun transaksi yang terjadi, maka *payment system* belum dapat dirasakan oleh pemilih Polado Homestay, sehingga belum dapat diukur sebaik apa fasilitas transaksi di dalam ITX khususnya *payment system*.

### c. Peran ITX sebagai infrastruktur institusional

ITX merupakan *tourism marketplace* B2B yang mempertemukan *Seller* (penyedia produk jasa pariwisata) dengan *buyer* (Travel Agent). ITX adalah platform yang membantu pelaku bisnis pariwisata menyediakan solusi untuk *go digital* dengan skema bisnis menarik. ITX mengembangkan jaringan bisnis Pariwisata sehingga produk menjadi lebih dikenal secara luas, proses *booking* lebih mudah serta transaksi pembayaran online menjadi lebih efisien dan terpercaya. ITX membuka kesempatan bagi pengelola destinasi dan Dinas Pariwisata Daerah untuk mempromosikan dan menjual produk destinasi kepada *buyer domestic* maupun global. Adapun peran ITX sebagai infrastruktur institusional, memberikan keuntungan untuk para pengguna, yaitu;

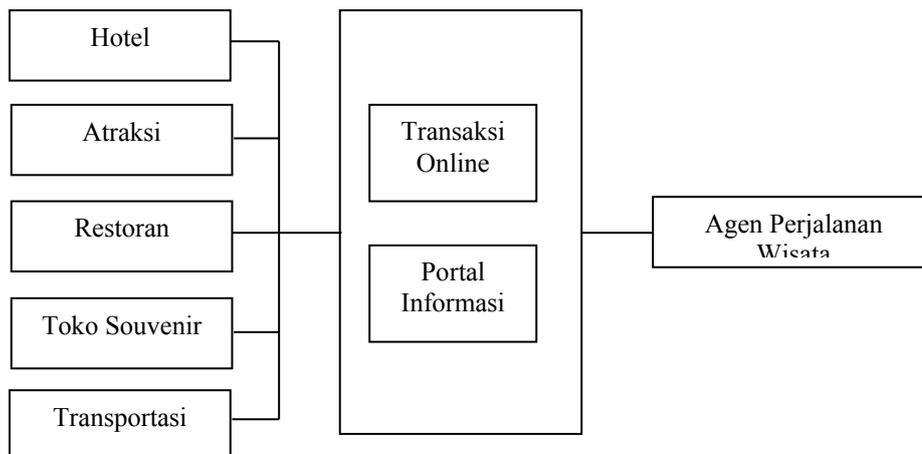
- Mendapatkan *tools* untuk melakukan paketisasi dan promosi event secara online untuk menjangkau target market yang lebih luas namun tetap focus.
- Mendapatkan *analytic data* yang dapat digunakan untuk mengalokasikan biaya pemasaran dan peningkatan kualitas pelayanan dengan lebih efektif
- Mendapatkan *dashboard* dan laporan kunjungan wisatawan secara real time dan komprehensif.
- Mengembangkan potensi pariwisata daerah dan strategi pemasaran digital yang lebih komprehensif.

Sebagai infrastruktur institusional atau media perantara, partisipan melihat kedepannya ITX dapat berfungsi secara maksimal. Kemajuan di bidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi mendukung perkembangan ITX sebagai infrastruktur institusional. Dengan internet pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun, untuk menunjang aktivitas bisnisnya, bahkan sekarang cenderung dapat diperoleh berbagai macam informasi, sehingga informasi harus disaring untuk mendapatkan informasi yang tepat dan relevan. Penggunaan internet dalam bisnis berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategi bisnis, seperti: pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Banyak peluang bisnis yang bisa dimanfaatkan oleh pelaku bisnis dalam memasarkan produknya. Dengan adanya internet ini juga dapat menjadi media untuk mempertemukan antara pelaku bisnis. Secara tidak langsung internet menjadi fasilitas perantara untuk penggunaannya. Terutama bagi para pelaku bisnis. Sekarang dengan bantuan internet tidak perlu menyediakan tempat secara fisik atau sejenisnya karena dapat dengan mudah dipasarkan di internet dan menekan biaya pemasaran. Begitupun dengan bisnis pariwisata, banyak perubahan yang dapat dilihat dan dirasakan dengan berkembangnya teknologi internet.

Salah satu fungsi ITX sebagai e-marketplace adalah sebagai infrastruktur institusional atau sebagai perantara. Namun, banyak orang yang masih belum

pernah mendengar nama ITX, hanya orang-orang tertentu saja yang pernah mengikuti sosialisasi tentang ITX di beberapa provinsi di Indonesia, karena itu pihak dari ITX berupaya melaksanakan sosialisasi ke kota-kota yang ada di Indonesia, sampai saat ini kurang lebih 50 kota telah mendapatkan sosialisasi dari pihak ITX. ITX menyediakan *booking system* dan *payment system* bagi industri wisata terutama yang belum mempunyai *booking & payment system*. Dengan fasilitas tersebut, konsumen dapat melakukan *look, book, and pay*. ITX menyediakan platform digital marketing bagi pengelola destinasi agar dapat dikenal oleh wisatawan dari seluruh dunia. Dengan menggunakan fasilitas ITX, promosi digital dapat dilakukan dengan lebih fokus serta menjangkau target market lebih luas dan segmented. ITX membantu pengelola destinasi menarik kunjungan wisatawan dan meningkatkan potensi pertumbuhan industri pariwisata Indonesia. ITX datang memberi sosialisasi untuk menjalankan target tersebut karena Kawasan Danau Toba termasuk dalam destinasi prioritas wisata nasional. ITX berperan mendigitalkan para pelaku industri wisata. Polado Homestay bergabung menjadi anggota ITX sejak Februari 2017 setelah pihak dari ITX mengadakan sosialisasi selama dua hari di Balige. Pemilik *homestay* mengatakan kalau beliau mengetahui ITX setelah ikut dalam sosialisasi tersebut. Sebelumnya beliau sama sekali belum tahu apa itu ITX dan bagaimana sistem kerja dari ITX. Pada saat sosialisasi pihak ITX yang dibantu oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Toba Samosir menjelaskan tentang bagaimana alus proses ITX dan bagaimana proses atau tahapan yang dilakukan untuk bergabung menjadi anggota ITX. Pemilik *homestay* mengakui bahwa dengan bergabung di ITX banyak peluang yang lebih luas didapatkan dalam memasarkan produk wisatanya yaitu *homestay*. Apalagi di era digital, konsumen dapat memesan atau membeli produk pariwisata yang diinginkan secara *online*, dan sangat banyak rekomendasi pilihan yang didapatkan. Selain pemilik *homestay*, CV. Toba Sporty juga merasakan hal yang sama. Tapi untuk saat ini para anggota yang telah bergabung dengan ITX masih belum merasakan peran maksimal dari ITX sebagai media perantara untuk memasarkan produknya.

Adapun skema *Indonesia Tourism Exchange (ITX)* sebagai *emarketplace* di Kawasan Danau Toba dapat dilihat dari gambar 2 berikut ini:



**Gambar 2. Skema Indonesia Tourism Exchange (ITX)**

## SIMPULAN

*Indonesia Tourism Exchange* (ITX) merupakan *e-marketplace* di Kawasan Danau Toba sebagai upaya untuk memfasilitasi pelaku usaha pariwisata secara *digital*. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ada beberapa peran ITX sebagai *e-marketplace* di Kawasan Danau Toba, yaitu ITX berperan sebagai platform digital yang mempertemukan *seller* dan *buyer*, sebagai fasilitas transaksi, serta sebagai infrastruktur institusional.

Adapun dalam perannya sebagai platform digital yang mempertemukan *seller* dan *buyer*, ITX mampu memperluas jangkauan penjual sehingga menjadi lebih efektif dan efisien. Selain itu, kedua belah pihak dapat melakukan negosiasi atau mencocokkan harga sebuah produk. Berikutnya, peran ITX sebagai fasilitas transaksi sangat memudahkan untuk melakukan transaksi secara *online* kapanpun dan dimanapun. Hal ini didampingi dengan *payment system* yang terpercaya. Kemudian, ITX berperan sebagai infrastruktur institusional yang menguntungkan karena memperluas jangkauan, menekan *cost*, serta memudahkan pengguna untuk membandingkan suatu produk, melakukan pemesanan, serta membayar pemesanan.

## Saran

Sebagai *emarketplace* di Kawasan Danau Toba, ITX memberikan peran untuk para pelaku pariwisata, namun didalam prosesnya perlu dilakukan maksimalisasi, seperti penambahan kategori untuk *seller* dan *buyer* agar dapat mawadahi semua pelaku usaha pariwisata yang memiliki keinginan untuk bergabung dengan ITX. Selain itu, untuk memaksimalkan peran ITX sebagai fasilitas transaksi perlu menambah pilihan metode pembayaran sehingga memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi. Memberikan pengarahan lebih lanjut kepada anggotanya tentang cara menggunakan serta mengelola fasilitas transaksi yang disediakan oleh ITX, seperti *booking system* dan *payment system*. Sedangkan untuk peran ITX sebagai infrastruktur institusional sebaiknya ditingkatkan dalam kemudahan mengakses dari berbagai macam media elektronik, contohnya ketika platform tersebut di buka di telepon genggam, tampilannya menjadi *mobile phone friendly*

## DAFTAR PUSTAKA

- Bakos, Y. (1998). The Emerging Role of Electronic Marketplaces on the Internet. *Communications Of The Acm*. 41(8), 35-42.
- Batikta. (t.thn.) *Tentang Batikta*. Diambil kembali dari Batikta: [www.batikta.com](http://www.batikta.com)
- Cooper, C. (1993). *Tourism: Principle and Practice*. London: Pitman Publishing.
- CNN. (2017). *Teknologi ICT Jadi Akar Pengembangan Sektor Pariwisata*. Tersedia: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20171006144602-307-246617/teknologi-ict-jadi-akar-pengembangan-sektor-pariwisata>
- Ensiklopedia Bebas. (2014). *Rumah Bolon*. [online]. Tersedia: [https://id.wikipedia.org/wiki/Rumah\\_Bolon](https://id.wikipedia.org/wiki/Rumah_Bolon)
- Ensiklopedia Bebas. (2017). *Kabupaten Toba Samosir*. [online]. Tersedia: [https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten\\_Toba\\_Samosir](https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Toba_Samosir)

- Hasan, A. (2015). *Tourism Marketing*. Yogyakarta: CAPS.
- Humas Tobasa. (2011). *Sejarah Singkat Kabupaten Toba Samosir*. [online]. Tersedia: <https://humastobasa.files.wordpress.com/2011/03/sejarah-tobasa.pdf>.
- Kemenpar. (2016). *Yuk Cepetan Gabung ITX, "Free" untuk Pebisnis Pariwisata*. [online]. Tersedia: <http://ads2.kompas.com/layer/kemenpar/detail/3449>.
- Pelita Batak. (2016). *Badan Pelaksana Geopark Kaldera Toba: Danau Toba Dapat Menjadi Geopark Terkemuka di Dunia*. [online]. Tersedia: <http://pelitabatak.com/pariwisata/Badan-Pelaksana-Geopark-Kaldera-Toba--Danau-Toba-Dapat-Menjadi-Geopark-Terkemuka-di-Dunia>.
- Wuryandari, A. (2018). Affordanced dan Dampak Teknologi Informasi dan Komunikasi di Industri Pariwisata. *Jurnal Simetris*. 9(2), 993-1000
- Yahya, A. (2014). *Creativity To Commerce (C2C)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.