

**PERBANDINGAN PENCAPAIAN JEJARING INFORMASI PARIWISATA  
TERPADU BERBASIS WEB (*ELECTRONIC TOURISM*)  
DALAM MENDUKUNG VISIT INDONESIA YEAR 2010  
STUDI KASUS : VISIT ACEH, VISIT BANGKA BELITUNG, DAN VISIT BATAM 2010**

**Prakoso Bhairawa Putera, dan Dini Oktavianti**

*Pusat Penelitian Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (PAPPIPTEK)*

*Lembaga Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (LIPI)*

*Jl. Jend. Gatot Subroto, No. 10, Gd Widya Graha Lantai 8 - Jakarta 12720, Telp: 021-5251542 ext 699*

*E-mail: prak001@lipi.go.id, prakoso.bp@gmail.com*

**ABSTRAKS**

*Technology has an important role in the development of mankind, especially when people run the organization. The rate of technological development brought a major impact on many aspects of life and the environment. Technology itself is an application and / or development of a variety of theoretical findings for the benefit of mankind. The implication of technological progress is preceded by research activities to develop science. Information technology has become an important component in various fields, including the tourism industry, including promotion, marketing, and sales of tourism products. Based tourism information technology known as e-tourism. Problems of e-tourism in Indonesia is not yet optimal marketing of tour packages for the information provided on this website is not interactive tourism with tourists who need information, have not integrated tourism websites with the other components of information systems in the tourism industry, such as airlines, cruise , insurance, travel agents, hotels, and managing their own attractions. This paper examined the comparative achievement of an integrated network of tourism information web based (electronic tourism) is done through exploratory approach. While the analysis used is a qualitative analysis, which will describe the findings of literature studies, and analyze the structure of information in the website. Object of study itself uses case studies in three regions, namely Aceh, Batam, Bangka and Belitung, which is based on the availability of an integrated network of tourism information in each region. There are several indicators used to measure the extent to which the achievement of an integrated network of tourism information-based e-tourism of the region of Aceh, Bangka Belitung, and Batam. The indicators used are: The popularity of search engines, description of institutions, Up-date information / news, serial data agency, internal service, public service / external feedback email response test, view the homepage, Conformity domain name with the name of the institution (Refer to Ministerial Regulation Depkominfo No.28/2006). From the technology application of e-tourism in Indonesia, concluded that this technology can be a solution for the promotion of tourism in Indonesia. E-tourism can be utilized in the field of tourism to solve the problem of data interoperability, allowing the promotion, marketing, and sales of a more complete tour packages and integrated.*

*Kata Kunci: tourism, tourism network, e-tourism, visit indonesia year 2010, aceh, batam, bangka belitung*

**1. PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang**

Teknologi memiliki peran penting dalam perkembangan umat manusia, terutama ketika manusia mengelola organisasi. Apalagi kalau teknologi dikonseptualisasikan sebagai produk atau pelayanan dimana teknologi tidak hanya sebagai obyek fisik tetapi juga merupakan kegiatan atau mekanisme kerja atau prosedur kerja serta pengetahuan yang dibutuhkan dalam mengembangkan dan mengaplikasikan peralatan, alat-alat, dan metode-metode untuk menghasilkan output tertentu. Konseptualisasi teknologi seperti itu berimplikasi bahwa setiap kegiatan administrasi dan manajemen merupakan teknologi dan pasti memerlukan teknologi.

Apabila dikaitkan dengan paradigma sistem maka teknologi merupakan komponen vital setiap unsur

sistem. Bahkan dapat dikatakan, setiap proses transformasi dari input ke output memerlukan bantuan teknologi. Misalnya dalam system pelayanan birokrasi pemerintah, untuk menjamin keamanan, ketertiban, dan hak asasi manusia untuk mengubah input (kebutuhan dan tuntutan masyarakat, sumber daya birokrasi pemerintah, nilai-nilai dan budaya organisasi pemerintah) menjadi output (keamanan, ketertiban, dan jaminan hak asasi manusia yang dirasakan masyarakat) memerlukan bantuan teknologi.

Peranan teknologi semakin penting dalam kegiatan administrasi ketika inovasi teknologi informasi dan telekomunikasi terus-menerus terjadi. Posisi teknologi tersebut semakin lebih penting ketika inovasi tersebut berhasil menggabungkan teknologi informasi dan telekomunikasi (misalnya internet). Penggabungan teknologi informasi dan

komunikasi ini berdampak kepada reformasi dalam setiap bidang kehidupan manusia baik bisnis, Negara, maupun kehidupan sehari-hari. Reformasi tersebut mewujudkan dalam bentuk *e-commerce*, *e-business*, *e-government*, *e-procurement*, *e-development*, *e-learning*. Penggunaan teknologi informasi dan telekomunikasi ternyata membuat kinerja organisasi menjadi lebih efektif, efisien, dan kompetitif.

Laju perkembangan teknologi membawa dampak terhadap seluruh aspek kehidupan maupun lingkungan hidup. Teknologi sendiri merupakan penerapan dan atau pengembangan bermacam-macam teori hasil penemuan untuk kepentingan manusia. Implikasinya, kemajuan teknologi didahului oleh kegiatan-kegiatan penelitian untuk mengembangkan ilmu.

Berkaitan dengan teknologi yang semakin berkembang dengan pesatnya dan juga kebutuhan jaman yang selalu membutuhkan adanya inovasi, maka dibutuhkan pula suatu sistem pemasaran yang baru dan mudah untuk dicerna. Salah satunya adalah pemasaran pariwisata menggunakan teknologi internet. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memegang peranan penting dalam memajukan nama bangsa di mata dunia.

Keberadaan jejaring informasi pariwisata terpadu berbasis web atau yang dikenal dengan website pariwisata ataupun *elektronik tourism*, semakin penting bagi pemerintah dan pelaku pariwisata di Indonesia dalam usaha pengembangan di bidang pariwisata. Kekuatan media *online* unggul dalam kecepatan, keakuratan data dan informasinya banyak diakses oleh wisatawan terutama yang ingin mengetahui perkembangan pariwisata. Website pariwisata bisa untuk promosi bersama sekaligus menjadi wadah kerja sama yang sinergis dengan pemangku kepentingan pariwisata di daerah. Dengan melibatkan para pemangku kepentingan pariwisata, seperti PHRI, desa wisata, dan dinas pariwisata kabupaten/kota, diharapkan dapat mengoptimalkan data pariwisata yang dibutuhkan wisatawan.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dirumuskan suatu pokok permasalahan, yaitu bagaimanakah pencapaian jejaring informasi pariwisata terpadu berbasis web (*electronic tourism*) dalam mendukung *Visit Indonesia Year 2010*, dalam hal ini membandingkan antara daerah Aceh, Bangka Belitung, dan Batam

## 1.3 Tujuan Penulisan

Tulisan ini bertujuan untuk menganalisa sudah sejauh apakah peran jejaring informasi pariwisata terpadu berbasis web (*electronic tourism*) dalam mendukung *Visit Indonesia Year 2010*. Tulisan ini

sejalan dengan pencanangan Program “*Visit Aceh 2010*”, *Visit Bangka Belitung 2010*, dan *Visit Batam 2010* diharapkan hasil tulisan ini dapat berguna bagi pemerintah daerah Aceh, Babel, dan Batam, serta Pemerintah Indonesia, dalam mengambil keputusan dan perencanaan jejaring informasi pariwisata terpadu di masa yang akan datang.

## 1.4 Metode

Studi ini dilakukan untuk mengkaji penerapan jejaring informasi pariwisata terpadu berbasis web (*electronic tourism*) dilakukan melalui pendekatan eksploratif. Pendekatan ini menjelaskan suatu fenomena yang terjadi di masyarakat atau daerah, dalam hal ini adalah fenomena penerapan jejaring informasi pariwisata terpadu berbasis web (*electronic tourism*). Analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif. Analisis akan mendeskripsikan berbagai temuan dari hasil studi literatur, dan menganalisis struktur informasi dalam *website*.

Objek penelitian ini menggunakan kasus di tiga daerah yaitu Aceh, Batam dan Bangka Belitung. Pemilihan objek didasarkan pada ketersediaan jejaring informasi pariwisata terpadu berbasis web di daerah dan pencanangan Program “*Visit Aceh 2010*”, *Visit Bangka Belitung 2010*, dan *Visit Batam 2010* yang dilakukan di masing-masing daerah. Pengamatan terhadap objek penelitian yaitu masing-masing *electronic tourism* dilakukan dari tanggal 1 sampai dengan 14 Maret 2010.

Pemecahan masalah pada kajian ini menggunakan penerapan teknologi *semantic web* dalam *e-tourism*, yaitu dengan membuat suatu *tourism ontology* untuk melakukan anotasi *semantic* pada jaringan informasi pariwisata terpadu berbasis web, sehingga informasi terintegrasi.

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1 Kerangka Konseptual

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat saat ini menuntut khalayak untuk selalu berpikir kreatif dan inovatif. Perkembangan teknologi informasi mulai diadopsi dalam berbagai bidang, tidak terkecuali bidang pariwisata. Dalam sektor pariwisata teknologi informasi sangat dibutuhkan untuk menunjang strategi pemasaran pariwisata. Dalam memasarkan kelebihan dari sektor pariwisata, pemasaran dari mulut ke mulut saja tidaklah cukup. Kecepatan dan kemudahan informasi sangat dibutuhkan oleh para wisatawan yang memang membutuhkan informasi mengenai sektor pariwisata yang dimaksud. Dan teknologi informasi melalui internet ataupun website diharapkan mampu menjawab tantangan ini.

Penelitian dan pengembangan teknologi informasi dan telekomunikasi sangat penting. Naisbitt (1994) membagi empat ide besar tentang

teknologi komunikasi yang sedang dikembangkan saat ini, yaitu :

- a. **Pembauran Teknologi.** Teknologi informasi dan telekomunikasi sekarang ini telah dipadukan menjadi teknologi internet. Demikian juga beberapa peralatan sekarang ini telah memiliki fungsi sebagai komputer, televisi dan telepon, kamera. Teknologi multimedia mengakibatkan terjadinya pergeseran fokus organisasi kepada kekuatan individu.
- b. **Aliansi Strategis.** Bentuk jaringan antar organisasi mudah terbentuk karena transfer data dapat dilakukan dengan lebih mudah, cepat, dan murah. Kecenderungan ini akan memaksa organisasi untuk mencari mitra aliansi. Organisasi tidak bisa lagi bermain sendiri, mereka perlu mencari mitra aliansi untuk berhadapan dengan organisasi lainnya.
- c. **Pembentukan Jaringan Global.** Arah revolusi komunikasi adalah pembentukan jaringan global tanpa batas yang memungkinkan setiap individu untuk berhubungan dengan individu lain. Jaringan ini umumnya digital. Kecenderungan ini secara perlahan akan mengubah cara bekerja, cara mengorganisir pekerjaan, cara bermain, cara bergerak, dan cara manusia memandang sesama manusia dari jaringan global.
- d. **Telekomputer Pribadi.** Telepon rumah maupun genggam sekarang dapat berfungsi sebagai mesin pengirim data telah mengawali munculnya telekomputer. Telekomputer berukuran kecil yang mudah dibawa kemanapun dapat digunakan untuk mengirim data, suara, gambar, dan video. Pemakaian telekomputer sepenuhnya bersifat individual sehingga akan mengikis karakter sentralisasi. Kecenderungan akhirnya akan mendorong organisasi-organisasi besar melonggarkan ikatannya, sehingga muncullah federasi-federasi longgar dalam bentuk organisasi-organisasi yang lebih kecil. Karena itu hal ini akan mendorong perubahan struktur organisasi. Alat-alat komunikasi seperti satelit, telepon, handphone; teknologinya dikembangkan di Negara-negara maju seperti Jepang, Amerika Serikat, Perancis, Jerman, bahkan sekarang Korea Selatan. Negara-negara berkembang dan ilmunya hanya sebagai konsumen dari produk-produk tersebut. Agar penggunaan teknologi di Negara-negara berkembang efektif dan efisien serta keberfungsian sesuai dengan umur teknologi itu maka diperlukan administrasi untuk pengelolaannya. Proses-proses manajemen (administrasi) diperlukan untuk setiap operasi alat-alat teknologi itu. Teknologi administrasi memiliki posisi strategis pada proses manajemen (administrasi).

Tjakraatmaja (1997) tidak mendefinisikan teknologi tetapi mengemukakan ciri-ciri atau sifat-sifat teknologi. Menurutnya sifat pokok teknologi adalah :

- a. Ilmu pengetahuan dan praktek/percobaan merupakan prasyarat untuk tumbuh dan berkembangnya teknologi. Teknologi yang dikuasai akan makin berkembang jika sudah terbagi atau terpakai.
- b. Teknologi dapat berwujud maya berupa kompetisi pengetahuan yang melekat pada diri manusia (*human embedded technology*), dapat berwujud fisik (berupa pengetahuan eksplisit) yang melekat pada mesin dan peralatan serta informasi yang diwadahi oleh sistem dan organisasi. Teknologi dibutuhkan sebagai instrumen pewujud dan pelipat ganda profesi potensi insani.
- c. Teknologi tidak memberikan nilai guna jika tidak diterapkan (tidak terbagi dan terpakai secara tepat guna).
- d. Sebagai salah satu asset, teknologi dapat ditemukan, dikembangkan, dibeli, dijual, dicari atau menjadi tidak bernilai guna jika teknologi yang kita miliki kadaluarsa.
- e. Umumnya (dari pandangan positif) teknologi digunakan untuk menciptakan kesejahteraan manusia, baik kehidupan dari aspek material maupun non-material (kemanusiaan).

Teknologi informasi telah menjadi komponen penting dalam berbagai bidang, termasuk industri pariwisata yang meliputi promosi, pemasaran, dan penjualan produk pariwisata (*e-commerce* dalam industri pariwisata). Pariwisata berbasis teknologi informasi dikenal sebagai *e-tourism* (*IT-enabled tourism*). Permasalahan *e-tourism* di Indonesia adalah belum optimalnya pemasaran paket wisata karena informasi yang diberikan pada *website* pariwisata tidak bersifat interaktif dengan wisatawan yang membutuhkan informasi lengkap, juga belum terintegrasinya *website-website* pariwisata dengan sistem informasi komponen lain dalam industri pariwisata, seperti perusahaan penerbangan, pelayaran, asuransi, agen travel, hotel, dan pengelola obyek wisata sendiri (Putera, 2009).

Ada beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur sejauh apa kinerja dari jejaring informasi pariwisata terpadu berbasis *website* masing-masing daerah pariwisata yang mengedepankan visit 2010, yakni Aceh, Bangka Belitung, dan Batam dapat diketahui. Adapun sembilan indikator yang digunakan tersebut adalah (Warta *e-gov*, 2009) :

- a. Popularitas search engine (Pengujian nama lembaga dalam search engine ([www.google.co.id](http://www.google.co.id)))
- b. Penjelasan lembaga (Visi dan Misi, sejarah, nama dan kontak pejabat, struktur organisasi)

- c. Up-date informasi/berita (Frekuensi up-date berita setiap minggu)
- d. Data serial lembaga (Statistik, grafik, table)
- e. Layanan internal (webmail internal, data pegawai, NIK, link ke lembaga pemerintah lain)
- f. Layanan public/eksternal (Informasi public, buku tamu, forum, pengaduan, email, dll)
- g. Uji respon email feedback (Uji email dijawab oleh web admin/lembaga)
- h. Tampilan homepage (Desain, tata letak, pemilihan jenis font huruf dan foto, kenyamanan membaca, komposisi warna)
- i. Kesesuaian nama domain dengan nama lembaga (Mengacu pada Permen No.28/2006 Depkominfo)

Indikator penilaian diatas mempunyai range angka antara 0 hingga 10. Dimana angka terendah adalah 0, sedangkan angka tertinggi adalah 10.

### 3. PEMBAHASAN

Sebagaimana kita ketahui seiring perkembangan teknologi informasi secara global yang melanda seluruh aspek kehidupan dan membawa banyak sekali perubahan secara revolusioner. Di dunia bisnis pemanfaatan email dan website telah mampu meningkatkan performa dan daya saing bisnis di era globalisasi dimana kebutuhan akan komunikasi yang cepat dan ketersediaan data untuk proses pengambilan keputusan dan proses transaksi yang kompleks menuntut dunia bisnis untuk selalu meningkatkan pemanfaatan teknologi informasi dalam berbagai aspek bisnis, dari sekadar menampilkan info perusahaan (*web presence*) sampai proses transaksi yang lebih rumit (*semisal e-commerce dan e-business*).

Pada tataran pemerintahan kita mengenal istilah *e-government*, Bagaimana pemanfaatan teknologi informasi di pemerintahan? Ternyata pemanfaatan TI di pemerintahan tidak seperti yang kita bayangkan, pengertian TI di pemerintahan masih sebatas komputer untuk pengetikan dan mendukung proses administrasi semata. Fungsi TI untuk proses pengolahan data dan transaksi yang kompleks serta penyediaan informasi publik masih jauh dari harapan. Apalagi proses pengambilan keputusan berbasis TI (misal: DSS/ EIS) masih belum menjadi fokus perhatian. Hal yang paling sederhana misalnya penyediaan data/ informasi publik untuk kepentingan masyarakat terkadang masih dijumpai keengganan sebagian birokrat untuk membuka akses kepada publik supaya dapat meminta data dan informasi publik (*share data*) yang memang data/ informasi tersebut untuk konsumsi publik.

Sejalan dengan meningkatnya kesejahteraan rakyat maka kebutuhan untuk berlibur meningkat. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan informasi tentang tujuan wisata, objek wisata yang menarik,

sarana yang tersedia seperti transportasi untuk mencapai tujuan wisata, produk wisata yang diminati dan lain sebagainya. Untuk memperoleh informasi tersebut wisatawan sering mengalami kesulitan karena tidak mengetahui dimana dan pada siapa harus meminta informasi. Singkatnya kebutuhan informasi di bidang pariwisata meningkat dan perlu disiapkan dengan rapi dan terstruktur agar dapat diakses dengan mudah.

Dunia pariwisata menjadi salah satu bidang garapan pemerintah daerah dalam implementasi *e-government* untuk mempublikasikan ataupun memasarkan potensi pariwisata di daerah. Berbasis teknologi informasi dalam hal ini berarti adanya suatu Sistem Informasi manajemen yang berbasis pada pengolahan data elektronik, dapat mempermudah wisatawan akan informasi yang lengkap, akurat dan mudah didapat. Pihak lain yang juga membutuhkan data dan informasi tersebut adalah pihak pengelola industri pariwisata dan pemerintah sebagai pihak pengambil keputusan dan penentu kebijakan dibidang pariwisata. Namun penekanan kebutuhan data dan informasi bagi masing-masing pihak berbeda. Jika bagi wisatawan adalah untuk memudahkan mereka menentukan rencana perjalanan wisatanya sementara bagi industri pariwisata dan pemerintah adanya sistem informasi yang baik sangat membantu mereka untuk tujuan pengambilan keputusan. Sejalan dengan keinginan pemerintah untuk memajukan industri pariwisata maka tentunya ada keinginan besar untuk menata informasi data pariwisata sebaik-baiknya agar masyarakat yang membutuhkan dapat memperoleh dengan cepat, akurat dan dapat disebarluaskan dengan mudah pula.

Berkaitan dengan hal tersebut diatas Indonesia mencanangkan Visit Indonesia 2010. Dan untuk mendukung program tersebut maka beberapa daerah mulai mencanangkan program "visit" daerahnya sendiri. Seperti yang akan kita kaji selanjutnya adalah beberapa daerah yang mencanangkan kata-kata "visit" untuk pariwisata di daerahnya, seperti Aceh, Bangka Belitung, dan juga Batam. Ketiga daerah tersebut memberikan perhatian lebih kepada industri pariwisata di daerah mereka. Berbagai cara dilakukan untuk melakukan promosi ataupun memasarkan potensi pariwisata daerah mereka. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan membuat website yang berisikan mengenai informasi pariwisata tersebut.

Aceh membuat jejaring informasi pariwisata terpadu dengan alamat [http:// http://visitaceh.com](http://http://visitaceh.com) (Gambar 1), Batam juga membuat hal yang serupa dengan menerapkan teknologi informasi berbasis web melalui alamat <http://www.visit-batam.com/> (Gambar 2), dan Bangka Belitung mengaktifkan jejaring informasi pariwisata terpadunya melalui [http:// http://www.visitbangkabelitung.com/](http://http://www.visitbangkabelitung.com/) (Gambar

3). Ketiga jejaring teknologi informasi ini menerapkan jaringan informasi pariwisata terpadu berbasis web yang lebih dikenal dengan *elektronik tourism (e-tourism)*.



Sumber: <http://www.visitaceh.com>, akses tanggal 12 Maret 2010, pukul 13.10 WIB

Gambar 1. Tampilan Depan E-Tourism Visit Aceh



Sumber: <http://www.visit-batam.com/>, akses tanggal 12 Maret 2010, pukul 13.15 WIB

Gambar 2. Tampilan Depan E-Tourism Visit Batam

Kelebihan dan kekurangan yang ada pada masing-masing daerah tentu berbeda-beda, yang biasanya memang disebabkan oleh kemampuan sumber daya yang berbeda pula pada setiap daerah. Di Batam misalnya, aplikasi penggunaan website pariwisata yang ada sudah baik, versi Englishnya pun telah tersedia. Hanya saja respon mengenai tanggapan akan pertanyaan pengunjung website memang agak sedikit lambat.

Sumber: <http://www.visitbangkabelitung.com>, akses tanggal 12 Maret 2010, pukul 13.15 WIB



Gambar 3. Tampilan Depan E-Tourism Visit Bangka Belitung

Respon yang paling besar dan cepat tanggap akan pertanyaan pengunjung website adalah website promosi Bangka Belitung. Dalam website ini pula terdapat running teks serta informasi lengkap mengenai travel agent yang ada di Bangka Belitung. Sayangnya website ini tidak tersedia dalam versi English.

Sedangkan untuk Aceh, respon yang ada mengenai tanggapan pertanyaan pengunjung masih kurang. Namun website ini sangat lengkap dengan informasi kelembagaan di dalamnya dan juga tersedia dalam versi English. Untuk lebih lengkap mengenai apa saja kelebihan dan kekurangan dari masing-masing website ketiga daerah diatas dalam mendukung Visit Indonesia Year 2010, akan dibahas lebih lanjut di bawah ini.

### 3.1 Jejaring Informasi Pariwisata Terpadu Berbasis Web Kota Aceh

Dalam website Visit Aceh 2010 ini disebutkan secara detail mengenai potensi pariwisata Aceh berdasarkan kepulauan dan pantai, tempat penting sejarah, budaya dan seni, wisata spiritual, dan tak lupa wisata kuliner tentunya. Website ini secara luas menyebutkan mengenai potensi pariwisata di daerah Aceh yang sangat lengkap berdasarkan objek wisata, lokasi kabupaten, maupun lokasi peta. Kelebihan jejaring informasi Aceh tersedia versi English sangat membantu dalam komunikasi terhadap dunia internasional. Selain itu, e-tourism Aceh pun memiliki penjelasan kelembagaan secara lengkap. Dalam website *visitaceh.com* ini memang dijelaskan secara lengkap dan terperinci mengenai lembaga-lembaga pemerintahan yang terdapat di Kota Aceh. Tidak hanya itu saja, website ini menyediakan pula link-link terkait dengan potensi pariwisata di Kota Aceh, itulah sebabnya Aceh mendapatkan nilai baik untuk layanan internal. Kekurangan e-tourism ini dalam hal merespon atau menganggapi pertanyaan.

### 3.2 Jejaring Informasi Pariwisata Terpadu Berbasis Web Batam

Program Visit Batam 2010 adalah program jejaring informasi pariwisata daerah Batam secara terpadu dengan berbasis website. Program ini dilakukan dengan cara pengelolaan organisasi kepariwisataan yang ada di Kota Batam. Salah satu caranya adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi pariwisata melalui internet. Melalui *visit-batam.com* pemerintah Kota Batam dapat dengan mudahnya melakukan promosi pariwisata Kota Batam dan juga dapat berinteraksi langsung dengan para wisatawan yang ingin mengunjungi Kota Batam dengan memberikan informasi melalui website.

Kelebihan yang ditawarkan oleh website *visit-batam.com* ini adalah adanya informasi mengenai event-event apa saja yang akan berlangsung di Kota Batam, serta terdapat pula informasi mengenai letak-

letak wisata di Kota Batam yang dipisahkan menjadi beberapa bagian sesuai dengan jenisnya, entah itu wisata sejarah, wisata kuliner, wisata laut, dan tak ketinggalan pula wisata belanja, serta masih banyak lagi jenis wisata lainnya. Hanya saja pada *website* ini memang hanya disediakan versi *Englishnya* saja.

### 3.3 Jejaring Informasi Pariwisata Terpadu Berbasis Web Bangka Belitung

Pemerintah daerah Bangka Belitung mencanangkan program *Visit Babel Archipelagic 2010* di tahun 2009. *Visit Bangka Belitung Archipelagic* yang disingkat *Visit Babel Archi 2010* adalah salah satu program Unggulan berbasis pada sektor Pariwisata yang didukung oleh kekuatan sektor-sektor pembangunan lainnya secara terpadu, terarah dan berkesinambungan. Program ini memberikan pelayanan yang optimal dalam rangka menerima kunjungan wisatawan baik domestik dan mancanegara ke provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Diharapkan dengan adanya upaya-upaya tersebut akan memicu dan memacu pembangunan sektor pariwisata berkeunggulan kompetitif pada tataran regional dan global. Sebagai *outcome* yang diharapkan adalah sektor Pariwisata dapat memberikan kontribusi yang cukup besar pada percepatan pertumbuhan ekonomi daerah/nasional, terciptanya lapangan kerja dan lapangan berusaha, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Putera, 2009)

Program tersebut terimplementasi dengan hadirnya web *e-tourism visitbangkabelitung.com*. Jejaring informasi pariwisata daerah Bangka Belitung ini dilengkapi dengan informasi mengenai potensi pariwisata yang ada di daerah Bangka Belitung. Tidak jauh berbeda dengan Aceh, informasi yang lengkap mengenai wisata bahari, wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah, wisata *religious*, serta wisata kuliner, dan masih banyak lagi juga terdapat dalam situs ini.

Tidak hanya itu saja, dalam *website visitbabel* pula disertakan kurs valuta asing yang dapat membantu para wisatawan untuk mengetahui nilai dari masing-masing mata uang, yang tentu saja berguna untuk melakukan aktivitas-aktivitas ekonomi ketika melakukan kunjungan wisata.

### 3.4 Pencapaian *Electronic Tourism* Dalam Mendukung *Visit Indonesia Year 2010*

Teknologi informasi serta aplikasinya saat ini telah menjadi salah satu komponen penting dalam berbagai bidang dan industri, termasuk pariwisata. Saat ini telah berkembang promosi, pemasaran, dan penjualan produk pariwisata memanfaatkan teknologi informasi, atau khususnya jika dalam bidang pariwisata lebih dikenal dengan *electronic tourism (e-tourism)*.

Hendriksson (2005) melakukan studi mengenai *E-Tourism* di Eropa dan pada tulisannya, dikemukakan bahwa pariwisata merupakan industri yang melibatkan informasi yang sangat banyak. Informasi yang dibutuhkan dalam suatu perjalanan wisata misalnya akomodasi, transportasi, pengurusan paspor dan visa, *travel guide*, dan sebagainya. Oleh karena itu seorang wisatawan yang merencanakan perjalanan wisata harus mempunyai akses ke berbagai sumber informasi. Produk-produk pariwisata itu sendiri mempunyai banyak karakteristik yang unik, dimana produk tersebut bersifat immaterial yang berarti calon wisatawan tidak dapat melihat atau menyentuh suatu produk pariwisata sebelum mereka benar-benar melakukan perjalanan wisata.

Permasalahan yang ada pada *E-Tourism* di Indonesia saat ini adalah belum optimalnya pemasaran paket wisata Indonesia. Informasi yang diberikan pada beberapa *web site* pariwisata Indonesia yang disebutkan sebelumnya, belum mencakup potensi pariwisata di seluruh Indonesia, tidak bersifat interaktif dengan wisatawan yang ingin memperoleh informasi lengkap mengenai pariwisata Indonesia, dan informasinya hanya sebatas obyek dan atraksi wisata, hotel, akomodasi, dan souvenir-souvenir, tetapi wisatawan tidak dapat melakukan pemesanan paket wisata secara terintegrasi, mulai dari tiket penerbangan, hotel, rental mobil, hingga tiket obyek wisata, melalui web tersebut.

Permasalahan yang lain sebenarnya sama dengan permasalahan *E-Tourism* di Eropa, yaitu belum terintegrasinya *web site-web site* ini dengan sistem informasi komponen-komponen lain yang terlibat dalam industri pariwisata, seperti perusahaan penerbangan, pelayaran, asuransi, agen travel, hotel, dan pengelola obyek wisata itu sendiri. Sebagai akibat dari tersebarnya informasi ini, untuk memperoleh informasi yang cukup lengkap sebelum melakukan kunjungan wisata ke Indonesia, calon wisatawan harus mengunjungi berbagai *web site*.

Kedua permasalahan di atas tercantum dalam (Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia, 2005), walaupun dalam lingkup yang lebih umum, yaitu belum optimalnya sistem informasi pemasaran untuk mendukung pemasaran dan promosi pariwisata Indonesia, serta koordinasi dan keterpaduan antara *stakeholder* masih lemah. Kesimpulannya, *E-Tourism* di Indonesia masih sebatas penampilan informasi dalam bentuk teks dan penyediaan gambar, tanpa adanya komunikasi interaktif antara perusahaan yang menjual paket wisata dengan calon wisatawan, dan belum terintegrasinya informasi pariwisata dari berbagai sistem informasi yang telah dipunyai oleh pihak-pihak yang terlibat dalam industri pariwisata.

Seiring dengan berkembangnya *e-tourism* di Indonesia hal ini akan terkait pula dengan manfaat *e-*

tourism tersebut bagi pihak pengguna jasa pariwisata yang memang membutuhkan informasi berkenaan dengan tempat pariwisata yang ingin mereka datangi. Lalu sudah sejauh apakah para wisatawan ataupun pengguna e-tourism ini memanfaatkan website pariwisata yang sudah ada. Penulis mencoba untuk membandingkan jumlah pengunjung rata-rata harian pada beberapa website pariwisata yang dimiliki oleh beberapa daerah seperti yang terlihat pada table 1.

Dari tabel 1 dapat diamati bahwa tidak setiap website pariwisata ini menampilkan jumlah pengunjung yang membuka ataupun mencari informasi melalui website masing-masing daerah ini. Yang menyajikan secara lengkap mengenai statistic data pengunjung website hanya Kota Batam saja. Bangka Belitung hanya menampilkan pengunjung harian, namun tidak pengunjung secara keseluruhan. Sedangkan aceh sendiri tidak ada data statistic mengenai pengunjung yang membuka website visitaceh.com ini.

daerah yang memang mempunyai website tersendiri khusus untuk sektor pariwisata, seperti Aceh, Babel, dan Batam ini, tentu saja akan sangat mendukung pencapaian keberhasilan Visit Indonesia Year 2010. Wisatawan local maupun wisatawan asing akan lebih mudah mendapatkan informasi mengenai pariwisata di Indonesia melalui website khusus pariwisata, yang tentu saja pada akhirnya akan mendukung pula angka kunjungan wisatawan ke Indonesia yang akan berimplikasi pada keberhasilan Visit Indonesia Year 2010.

Perpaduan antara teknologi dan pariwisata adalah suatu hal yang baik, terutama dalam mendukung pencapaian Visit Indonesia Year 2010. Teknologi yang sudah ada bisa dimanfaatkan untuk mempromosikan potensi pariwisata di daerah-daerah Indonesia, yang tentu saja bertujuan untuk berbagi informasi tidak saja dengan masyarakat local Indonesia, namun dengan wisatawan-wisatawan asing yang memang tertarik dengan kekayaan alam

Tabel 1. Data Pengunjung Harian Website

Tgl	Maret 2010														Rata-Rata
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
<b>Aceh</b>	Tidak Ada Data														
<b>Babel</b>	205	157	323	301	185	540	485	228	349	376	267	395	525	415	339
<b>Batam</b>	99	68	87	72	83	184	153	67	96	102	98	85	152	134	106

Sumber : Diolah oleh penulis mulai tanggal 1 Maret – 14 Maret 2010

Tabel 2 Perbandingan Website Aceh, Babel, dan Batam

No.	Indikator Penilaian	Aceh	Babel	Batam
1.	Popularitas search engine	7	8	8
2.	Penjelasan lembaga	9	9	9
3.	Up-date informasi/berita	8	9	8
4.	Data serial lembaga	6	7	8
5.	Layanan internal	8	9	7
6.	Layanan public/eksternal	8	9	8
7.	Uji respon email feedback	6	9	7
8.	Tampilan homepage	9	9	8
9.	Kesesuaian nama domain dengan nama lembaga	6	6	6
	<b>Nilai Rata-Rata</b>	<b>7,44</b>	<b>8,33</b>	<b>7,66</b>

Dalam hal ini e-tourism memang menjadi mekanisme tersendiri yang menjanjikan dalam mempromosikan ataupun memasarkan potensi-potensi pariwisata apa saja yang terdapat pada masing-masing daerah. Kemajuan teknologi membuat seseorang dapat mengetahui informasi yang ingin ia dapatkan berkaitan dengan tempat wisata yang akan didatangi. E-tourism dapat mempermudah pula kinerja dari pemerintah dalam melakukan promosi dan memasarkan potensi pariwisata di Indonesia.

Pencapaian e-tourism dalam mendukung Visit Indonesia Year 2010 ini tidak dapat kita abaikan. Apalagi ditambah dengan sokongan dari beberapa

di Indonesia. Dengan menggunakan e-tourism diharapkan potensi pariwisata yang ada di Indonesia dapat tereksploitasi dengan baik dan mendatangkan banyak manfaat bagi kemajuan pariwisata di Indonesia. Daerah-daerah lain selain Aceh, Babel, dan Batam haruslah memanfaatkan e-tourism ini sebagai ajang promosi dan pemasaran potensi pariwisata di daerahnya masing-masing, yang tentu saja tidak kalah keindahannya dengan potensi pariwisata di daerah Aceh, Babel, dan Batam.

Nilai rata-rata yang disebutkan diatas masih menandakan bahwa belum semua website pariwisata di Indonesia yang memenuhi standar-standar e-tourism yang baik. Dari tabel diatas hanya Babel yang meraih angka penilaian diatas 8. Standar nilai cukup menjadi suatu motivasi bagi para pihak terkait untuk meningkatkan kinerja pengadaan kelengkapan fasilitas yang tercantum di dalam website, guna memudahkan pencarian informasi yang memang dibutuhkan oleh para wisatawan.

Dari tabel diatas yang perlu digarisbawahi mengenai kekurangan yang terdapat dalam setiap website adalah mengenai data serial lembaga yang mencakup statistic, grafik, ataupun tabel pariwisata. Hanya sedikit website pariwisata yang menerjemahkan beberapa hal yang terkait dengan informasi ke dalam bentuk tabel ataupun grafik. Kelemahan lain yang memang terlihat hampir di setiap website pariwisata diatas adalah kesesuaian nama domain dengan nama lembaga. Diharapkan para pengelola e-tourism dari masing-masing daerah pariwisata diatas dapat melengkapi website dengan memperbaiki kekurangan yang ada.

### 3.5 Faktor Pendukung Keberhasilan

Tidak dapat dipungkiri bahwa dengan adanya *electronic tourism* dapat mempermudah para wisatawan yang ingin mendapatkan data mengenai daerah pariwisata yang ingin dikunjungi dengan lebih mudah, praktis, dan cepat. Mengenai kelengkapan informasi memang tergantung dari masing-masing daerah pengelola, namun paling tidak e-tourism ini dapat mempermudah kinerja Pemerintah Indonesia dalam mewujudkan dan mensukseskan "Visit Indonesia Year 2010".

Namun, hal tersebut diatas bukanlah suatu hal yang mudah jika tidak didukung oleh berbagai pihak terkait. Ada beberapa faktor pendukung keberhasilan e-tourism untuk diterapkan di Indonesia. Faktor-faktor tersebut antara lain :

- a. Kinerja Pemerintah sebagai penyaji e-tourism (sumber daya)
- b. Perbaikan kelengkapan fasilitas dalam e-tourism
- c. Kerjasama antar stakeholders yang terkait

### 4. KESIMPULAN

Pada dasarnya penerapan promosi pariwisata melalui website dapat mengubah paradigma lama promosi pariwisata yang terkesan kuno dan sulit menjadi lebih mudah dan cepat. Melalui e-tourism, dalam hal ini pengenalan pariwisata melalui website, wisatawan diharapkan dapat dengan mudah dan cepatnya mendapatkan informasi yang berkaitan dengan pariwisata, dan dapat menarik minat mereka untuk melakukan kunjungan pariwisata ke daerah guna mendukung Visit Indonesia Year 2010.

Ada beberapa keuntungan dan kelebihan yang bisa didapatkan dengan memanfaatkan sarana

internet ataupun website untuk mempromosikan pariwisata. Bagi para pembuat keputusan, dalam hal ini pemerintah, dapat membuat kinerjanya menjadi lebih ringan karena hanya cukup mengelola situs yang ada, serta tidak mengeluarkan biaya yang mahal untuk mempromosikan pariwisata daerahnya.

Sedangkan keuntungan lain yang bisa didapat dari promosi pariwisata melalui website ini pun didapatkan pula oleh para wisatawan yang mengakses website pariwisata, yakni dapat lebih mudah dan tentu saja lebih cepat didalam mendapatkan informasi yang diinginkan.

E-Tourism dapat dimanfaatkan di bidang pariwisata untuk menyelesaikan masalah interoperabilitas data, sehingga memungkinkan promosi, pemasaran, dan penjualan suatu paket wisata lebih lengkap dan terpadu. Dengan adanya e-tourism, maka calon wisatawan dapat mencari informasi paket wisata cukup dari internet. E-tourism harus dikembangkan oleh pihak-pihak yang terlibat dalam industri pariwisata di Indonesia. Selain membawa keuntungan pada calon wisatawan, juga membawa keuntungan bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata karena informasi pada web miliknya dapat berguna lebih optimal, sehingga dengan sendirinya dapat meningkatkan promosi dan pemasaran produknya. Daerah-daerah di Indonesia hendaknya mempunyai kontribusi lebih di bidang pariwisata. Dengan mengkombinasikan antara teknologi dan pariwisata melalui e-tourism diharapkan dapat mendukung pencapaian hasil dari program Visit Indonesia Year 2010.

### PUSTAKA

- Akadun. 2009. *Teknologi Informasi Administrasi*. Bandung : Alfabeta.
- Hendriksson, R. 2005. *Semantic Web and E-Tourism..* Finlandia : Department of Computer Science Helsinki University.
- Putera, Prakoso Bhairawa. 2009. *Destination Management System (DMS) Dalam Pemasaran Visit Babel Archipelagic 2010 Berbasis Teknologi Informasi. Compile: Jurnal Teknologi Komputer. Vol. 2 No. 2 Juli 2009. Halaman 121-133.* Bandung : Maranatha University Press.
- Warta e-gov. 2009. go.id tes. *Warta Ekonomi: Warta e-gov. No. 12/Tahun III/15 Januari 2009-15 Februari 2009. Halaman 56-59.* Jakarta: PT. Obor Sarana Utama
- Wellem, Theophilus. 2009. *Semantic Web Sebagai Solusi Masalah Dalam E-tourism di Indonesia.* Yogyakarta : Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi.