

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata sejak lama telah menjadi salah satu industri yang mendatangkan devisa bagi suatu negara, termasuk Indonesia. Pada tahun 2009, penerimaan Indonesia dari sektor pariwisata mencapai US\$ 6.3 milyar, dengan jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung sebanyak 6.4 juta orang. Pemerintah Indonesia melalui Departemen Pariwisata dan Kebudayaan telah menetapkan target pada tahun 2014, penerimaan devisa dari sektor pariwisata mencapai US\$10 milyar dan jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung mencapai 8.6 juta orang. Untuk mencapai tujuan ini pemerintah telah merencanakan pengembangan pemasaran pariwisata Indonesia, salah satunya dengan meningkatkan pelayanan informasi dan kelengkapan informasi pariwisata Indonesia (Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia, 2010).

Pariwisata dipandang sebagai salah satu alternatif untuk meningkatkan pendapatan daerah. Apalagi pengoptimalan potensi ini di dasari bahwa pariwisata merupakan sektor yang lebih menekankan pada penyediaan jasa dengan mengoptimalkan potensi kawasan wisata. Hal ini menyebabkan berbagai organisasi dunia seperti PBB, Bank Dunia dan World Tourism Organization (WTO), memberikan pengakuan bahwa pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari berbagai dimensi kehidupan manusia hal ini terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Lebih daripada itu, pariwisata juga

memberikan kesempatan kepada setiap individu atau kelompok untuk memanfaatkan waktu luang yang dimiliki dan memenuhi keingintahuan tentang dimensi lain diluar lingkungan mereka saat ini. Dalam kaitan dengan hal tersebut, secara berani dan tegas John Naisbitt (1994) dalam bukunya Global Paradoks menyatakan bahwa yang semula pariwisata hanya dinikmati oleh segelintir elit, namun sekarang pariwisata merupakan hal paling mendasar dan sudah merupakan aspek yang sangat diperhatikan.

Tabel 1.1 Perkembangan Wisatawan Mancanegara Tahun 2007 – 2011

| Tahun | Wisatawan mancanegara | | Rata-rata lama tinggal (hari) | Rata-rata pengeluaran per orang (USD) | | Penerimaan devisa | |
|-------|-----------------------|-----------------|-------------------------------|---------------------------------------|---------------|-------------------|-----------------|
| | Jumlah | Pertumbuhan (%) | | Per hari | Per kunjungan | Jumlah (juta USD) | Pertumbuhan (%) |
| 2007 | 5,505,798 | 13.02 | 9.02 | 107.70 | 970.98 | 5,345.98 | 20.19 |
| 2008 | 6,234,487 | 13.24 | 8.58 | 137.38 | 1.178.54 | 7.347.60 | 37.44 |
| 2009 | 6,323,740 | 1.43 | 7.69 | 129.57 | 995.93 | 6.297.99 | -14.29 |
| 2010 | 7.002.944 | 10.74 | 8.04 | 135.01 | 1.085.77 | 7.603.45 | 20.73 |
| 2011 | 7.649.731 | 9.24 | 7.84 | 142.69 | 1.118.26 | 8.554.39 | 12.51 |

Sumber : *Perkembangan Kunjungan Wisatawan Dalam Angka Tahun 2007/2011 - BPS*

Jawa Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang mempunyai potensi wisata yang cukup tinggi, diperkirakan dapat mencapai 10 Triliun per tahun dilihat dari jumlah kunjungan wisata ke Jawa Barat yang mencapai 6 – 7 juta orang setiap tahunnya, jumlah itu termasuk wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara. Pengembangan pemasaran pariwisata di Indonesia dapat terus meningkatkan jumlah kunjungan wisata di daerah-daerah seperti Jawa Barat maupun provinsi lainnya. Salah satu programnya, yaitu meningkatkan pelayanan informasi dan kelengkapan informasi pariwisata Indonesia dapat menjadikan

potensi-potensi pariwisata Jawa Barat dapat dikenal lebih luas oleh semua orang, dan itu semua dapat terwujud dengan pemanfaatan dan pengembangan sistem teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia khususnya di Jawa Barat.

Kota Bandung sebagai salah satu tujuan wisata di Provinsi Jawa Barat merupakan kawasan wisata yang terkenal dengan Wisata Belanja, Wisata Kuliner, Wisata Budaya, dan Wisata Alamnya. Dengan potensi tersebut industri pariwisata di Kota Bandung berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisata baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Peningkatan pariwisata di Kota Bandung tidak lepas dari penerapan sistem teknologi informasi yang dilakukan oleh pemerintah Kota Bandung serta pihak-pihak lain yang terlibat di dalam industri pariwisata di Kota Bandung, didasari oleh pariwisata berbasis teknologi informasi atau lebih dikenal dengan *E-Tourism* yang mana merupakan suatu konsep pemanfaatan teknologi informasi untuk meningkatkan daya guna dalam bidang pariwisata, memberikan berbagai jasa layanan pariwisata kepada wisatawan dalam bentuk telematika, dan menjadikan penyelenggaraan pemasaran pariwisata lebih mudah diakses. Dalam hal ini pemanfaatan teknologi informasi yang digunakan adalah website sebagai media informasi yang dapat diakses melalui internet. Cara ini sekarang dinilai lebih efektif dalam penerapannya sebagai media informasi bagi para wisatawan yang akan berkunjung, dikarenakan pengguna internet di Indonesia semakin bertambah dari tahun ke tahun mencapai 22,4 % dari penduduk Indonesia telah memanfaatkan internet hingga tahun 2011 (www.internetworldstats.com).

Table 1.2 Pengguna Internet dan Populasi Di Indonesia

| Tahun | Pengguna | Populasi (jiwa) | Penetrasi (%) |
|-------|------------|-----------------|---------------|
| 2007 | 20,000,000 | 224,481,720 | 8.9 % |
| 2008 | 25,000,000 | 237,512,355 | 10.5 % |
| 2009 | 30,000,000 | 240,271,522 | 12.5 % |
| 2010 | 30,000,000 | 242,968,342 | 12.3 % |
| 2011 | 55,000,000 | 245,613,043 | 22.4 % |

Sumber : <http://www.internetworldstats.com> (data diolah)

Perkembangan sistem teknologi informasi dan komunikasi itu sendiri pada era saat ini semakin pesat yang berdampak sangat besar pada industri pariwisata. Dengan kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi, pemerintah Kota Bandung berusaha untuk memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana mempromosikan pariwisata Kota Bandung sehingga memungkinkan calon wisatawan memperoleh akses informasi terkini mengenai tujuan wisata di Kota Bandung. Pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran pariwisata tidak hanya dilakukan oleh pemerintah, tetapi juga dilakukan oleh pihak-pihak lain yang terlibat di dalam industri pariwisata, misalnya perusahaan penerbangan, hotel, dan agen travel. Hal ini dapat dilihat dengan munculnya web site yang memberikan informasi mengenai pariwisata di Indonesia. Selain itu, saat ini hampir setiap perusahaan penerbangan, agen travel, dan hotel mempunyai sistem masing-masing untuk memungkinkan dilakukannya reservasi secara online (online reservation system) melalui internet.

Internet merupakan jaringan komputer luas yang menghubungkan jaringan-jaringan komputer lain di bawahnya, tujuannya adalah untuk pertukaran informasi dari satu komputer ke komputer lainnya dengan menggunakan teknologi

World Wide Web (WWW) yang merupakan struktur utama dari informasi itu sendiri. Saat ini World Wide Web (WWW) umumnya terdiri dari dokumen-dokumen dan informasi yang diberikan dirancang hanya untuk konsumsi user (manusia), dengan kata lain, web saat ini tidak dirancang untuk memungkinkan interpretasinya oleh aplikasi komputer. Semantic Web merupakan pengembangan (ekstensi) dari web saat ini. Tujuannya adalah agar informasi pada web dapat didefinisikan tidak hanya dapat dimengerti oleh user (syntactic level to human user), tetapi juga dapat dimengerti oleh aplikasi (machine-understandable) pada level semantic, integrasi antar sistem dan aplikasi. Inventor dari Semantic Web menuliskan *“The Semantic Web is not a separate Web but an extension of the current one, in which information is given well-defined meaning, better enabling computers and people to work in cooperation”* Berners-Lee dkk., (2001).

Tabel 1.3 Evolusi Web

| | Static | Dynamic | Syntax | Semantic |
|-------------|----------|---------------------------------------|---|--|
| Encoding | HTML | +RDBMS | +XML | +RDF/OWL |
| Creation | Manually | Generated by server-side applications | Generated by applications based on schema | Generated by applications based on model |
| Users | Humans | Humans | Humans and applications | Humans and applications |
| Paradigm | Browse | Create / Query / Update | Integrate | Interoperate |
| Application | Browsers | Browsers | Process Integration, EAI, BPMS, Workflow | Intelligent agents, Semantic engine |

Sumber : Cardoso, (2007:2) *Semantic Web Services Theory, Tools, and Applications*

Salah satu contoh aplikasi yang menggunakan semantic-web adalah integrasi semantic dari sumber-sumber informasi pariwisata. Pariwisata dianggap

sebagai salah satu domain yang cocok untuk penerapan Semantic Web karena banyaknya sumber informasi dan pertukaran data yang terlibat di dalamnya.

Keuntungan dari penggunaan semantic adalah (Cardoso dan Amit, 2006):

- Dapat mengorganisasikan dan melakukan pertukaran informasi pariwisata.
- Menyediakan keseragaman interpretasi terhadap data dan layanan sistem informasi pariwisata.
- Memungkinkan interoperabilitas dan integrasi yang lebih baik antar sistem informasi pariwisata baik di dalam suatu perusahaan pariwisata itu sendiri maupun dengan perusahaan pariwisata lainnya.

Permasalahan yang ada pada E-Tourism di Kota Bandung adalah belum terintegrasinya website pariwisata Kota Bandung dengan komponen-komponen lain yang terlibat dalam industri pariwisata di Kota Bandung seperti, perusahaan penerbangan, travel agent, dan objek wisata itu sendiri. Sebagai akibat dari tersebarnya informasi ini, untuk memperoleh informasi yang cukup lengkap sebelum melakukan kunjungan wisata ke Kota Bandung, calon wisatawan harus mengunjungi berbagai web site, misalnya web site hotel, web site agen travel, web site perusahaan penerbangan, web site obyek wisata, dan web site lain yang relevan. Teknologi Semantic Web dapat digunakan sebagai pengembangan E-Tourism di Kota Bandung, karena teknologi ini dapat memfasilitasi integrasi informasi pariwisata yang tersebar dan mempunyai format data yang berbeda-beda dari berbagai sistem informasi pariwisata yang dimiliki oleh hotel, travel,

penerbangan, dan pihak lain yang terlibat dalam industri pariwisata di Kota Bandung.

Berdasarkan permasalahan integrasi antara website Kota Bandung dengan komponen-komponen lain dalam industri pariwisata di Kota Bandung, maka penelitian ini mengambil judul “Pengembangan E-Tourism berbasis Semantic-Web di Kota Bandung”.

B. Rumusan Masalah

Pengembangan E-Tourism di Kota Bandung memang perlu dilakukan dalam mengikuti perkembangan teknologi informasi saat ini. Salah satu pengembangannya adalah dengan menggunakan media informasi web site yang berbasis Semantic-Web, sehingga informasi-informasi yang didapatkan calon wisatawan dapat terintegrasi dengan baik. Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Bagaimana perkembangan E-Tourism pada media web site yang ada di Kota Bandung pada saat ini?
- b. Bagaimana penerapan teknologi Semantic-Web pada E-Tourism di Kota Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian Pengembangan E-Tourism berbasis Semantic-Web di Kota Bandung diantaranya, adalah:

- a. Mengidentifikasi teknologi informasi pariwisata dalam bentuk web site pada perkembangan E-Tourism di Kota Bandung.
- b. Menganalisa penerapan teknologi informasi pariwisata dalam bentuk Semantik-Web pada perkembangan E-Tourism di Kota Bandung.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

- a. Sebagai sumbangsih nyata dan masukan untuk pemanfaatan teknologi informasi pada bidang pariwisata.
- b. Dengan adanya penelitian ini diharapkan akan terintegrasinya informasi-informasi pariwisata yang ada sehingga dapat memecahkan masalah interoperabilitas data yang ada pada web site pariwisata yang ada di Kota Bandung.

E. Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, pokok permasalahan, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan tentang pengertian-pengertian dan teori-teori yang relevan dengan penelitian ini.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini merupakan penjabaran lebih rinci mengenai metode yang digunakan dalam penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menguraikan tentang pembahasan atas penelitian berdasarkan teori dan data yang diperoleh melalui wawancara dan kuesioner.

Bab V Kesimpulan dan Implikasi

Bab ini menguraikan resume atau rangkuman dari penelitian yang berupa kesimpulan dari penulis mengenai Pengembangan E-Tourism berbasis Semantic-Web di Kota Bandung.