

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang mengembangkan sektor pariwisata, hal ini dilihat dari pertumbuhan sektor pariwisata yang tumbuh pesat. Dengan semakin meningkatnya penyelenggaraan pariwisata yang mempunyai peran strategis dalam pengembangan ekonomi, sosial, dan budaya yang dapat mendorong peningkatan lapangan kerja dan proses pembangunan Indonesia. Maka untuk mengawasi penyelenggaraan pariwisata, dalam hal ini pemerintah Indonesia membuat dan mengeluarkan Undang - Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, dengan tujuan mengatur pengelolaan pariwisata yang ada di Indonesia.

Akan tetapi, pada penyelenggaraan pariwisata di beberapa daerah/ objek wisata yang ada di Indonesia belum dapat dikatakan sebagai atraksi yang menarik dan berstandar baik, karena potensi yang ada belum dikembangkan secara maksimal. Hal ini perlu adanya perhatian khusus dari pemerintah dan para pengelola objek wisata serta peran masyarakat dalam meningkatkan potensi wisata yang ada di daerah tersebut. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk memaksimalkan potensi wisata yang ada di daerah, salah satunya ialah dengan mempromosikan berbagai potensi yang dimiliki daerah kepada wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Dalam kondisi global saat ini mengharuskan lembaga-lembaga yang menangani

kepariwisataan untuk mengikuti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dan turut memanfaatkannya atau mengaplikasikannya yang akan berdampak pada peningkatan kunjungan wisatawan maupun perkembangan destinasi pariwisata. Sebagaimana disampaikan dalam Rencana Strategis Badan Promosi Pariwisata Indonesia, perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi turut mendorong perkembangan sektor pariwisata.

Salah satu bentuk pemanfaatan perkembangan teknologi adalah melakukan promosi yang banyak dipakai pada saat ini yaitu promosi di dunia maya (internet) dengan pembuatan *website* yang menampilkan profil dan keunggulan daerah yang memiliki potensi wisata. Cara tersebut dinilai lebih mudah untuk diakses oleh wisatawan dimanapun dan kapanpun, serta dapat memuat lebih banyak informasi yang dibutuhkan wisatawan jika dibandingkan dengan brosur atau pamflet paket wisata.

Jawa Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi kepariwisataan yang besar. Jawa Barat memiliki banyak destinasi wisata yang tersebar di 26 kota/ kabupaten yang beragam nuansanya, mulai dari pemandangan alam, peninggalan sejarah, seni-budaya, wisata buatan bahkan kuliner atau sajian masakan khas sunda serta wisata jasa yang saat ini sedang berkembang. Untuk mendatangkan wisatawan agar tertarik untuk berkunjung, Pemerintah Provinsi Jawa Barat membuat slogan pariwisata “*West Java FFUN (Food, Fashion, Unique and Nature*” sebagai salah satu daya tarik promosi wisata.

Kota Bandung yang merupakan ibukota provinsi Jawa Barat yang menjadi salah satu destinasi wisata favorit di Indonesia. Kota yang dikenal dengan julukan Parits Van Java ini (karena keindahan situasi kota Bandung pada saat itu sama seperti keindahan kota Paris di Perancis) adalah destinasi andalan sekaligus menjadi etalase atau *icon* Jawa Barat, karena memiliki nilai sejarah yang tinggi dan baik dimata dunia. Selain itu, dalam usianya yang ke 201 tahun, kota Bandung mencanangkan diri sebagai kota jasa yang bermartabat. Hal ini didukung dengan banyaknya hotel yang berada di kota Bandung yang memiliki ruang pertemuan, dan terdapatnya gedung-gedung yang digunakan untuk konvensi atau pameran yang tersebar di pusat kota. Selain sebagai kota dengan daya tarik belanja, kota Bandung juga dikenal dengan sebutan kota kuliner karena besarnya potensi kuliner yang dimiliki kota Bandung.

Sejalan dengan perkembangan Industri Pariwisata yang semakin kompetitif dan kebutuhan orang-orang akan wisata, maka pengembangan pariwisata harus mendapatkan perhatian yang lebih dari pemerintah, *stackholder*, dan masyarakat. Khususnya pemerintah yang memegang kebijakan-kebijakan dan keputusan tertinggi dalam mengembangkan objek daya tarik wisata.

Sebagai kota yang berdekatan dengan ibukota negara, Jakarta, kota Bandung menjadi pilihan utama warga ibukota yang ingin menikmati liburan. Hal ini dipermudah dengan akses jalan tol yang mempersingkat waktu perjalanan dari Jakarta menuju Bandung atau sebaliknya. Tak hanya

wisatawan domestik, wisatawan asing atau mancanegara pun semakin banyak yang mampir ke kota Bandung. Terlebih dengan dibukanya rute penerbangan bandara Husen Sastranegara ke negara tetangga (Malaysia dan Singapura) dan sebaliknya, serta penerbangan domestik kota-kota besar yang merupakan pintu masuk internasional ke dalam wilayah Indonesia (Batam, Bali, Surabaya) yang semakin memudahkan akses perjalanan bagi wisatawan. Selain itu, dengan adanya Tol Cipularang memudahkan aksesibilitas dari kota Bandung ke Bandara International Soekarno-Hatta, di Jakarta.

Wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung setiap tahunnya meningkat seiring dengan kemudahan berbagai akses untuk dapat masuk kota Bandung, dan keragaman *event* atau kegiatan yang diselenggarakan serta citra kota Bandung sebagai destinasi wisata kuliner dan belanja. Hal tersebut menjadi salah satu dasar Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung membuat visi “Memantapkan Kota Bandung sebagai Kota Seni Budaya dan Tujuan Wisata Tahun 2013”. Data peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1
Data Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung

Tahun	Wisatawan Nusantara	Prosentase Peningkatan Wisnus	Wisatawan Mancanegara	Prosentase Peningkatan Wisman	Total
2005	1,837,500	5,00 %	91,350	5,00 %	1,928,850
2006	1,925,000	4,76 %	94,600	4,00 %	2,019,600
2007	2,420,105	11,60 %	137,268	14,40 %	2,557,373
2008	2,662,115	10,00 %	150,995	10,00 %	2,813,110
2009	7,515,255	64,60 %	185,076	18,40 %	7,700,331
2010	4,951,439	-21,11 %	228,449	22,05 %	5,179,888
2011	6,487,239	31,02 %	225,585	-1,25 %	6,712,824

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, 2012

Endar Muktar Jaelani, 2013

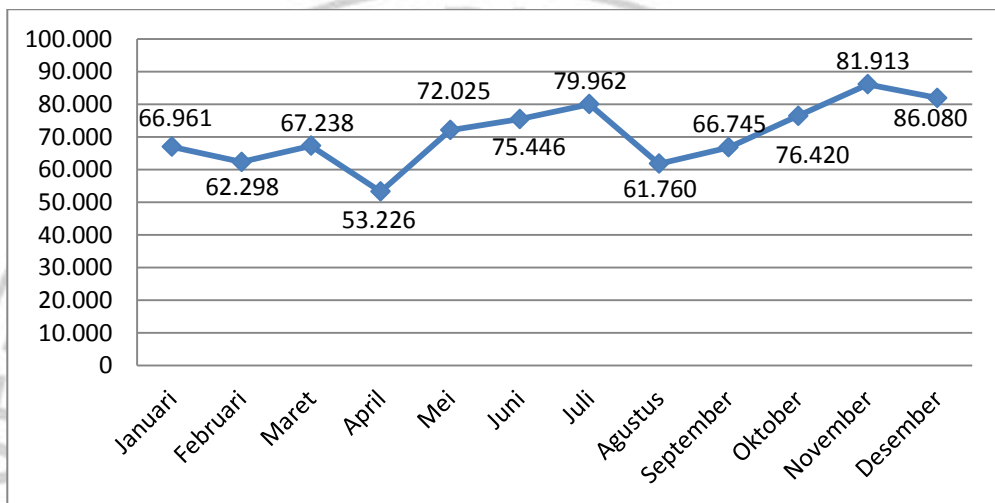
Penilaian Kinerja Website Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Bandung Sebagai Media Informasi Bagi Wisatawan

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Pada Tabel 1.1 dapat dilihat jumlah peningkatan kunjungan wisatawan ke kota Bandung, dimana pada tahun 2009 merupakan titik awal meningkatnya pariwisata kota Bandung yang ditunjukkan dengan peningkatan secara signifikan jumlah wisatawan yang berkunjung sebanyak 7.700.331 orang dibandingkan tahun-tahun sebelumnya dimana jumlah wisatawan yang berkunjung tidak lebih dari 3 juta orang. Namun, pada tahun berikutnya jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan yang cukup drastis, pada tahun 2010 wisatawan yang berkunjung sebanyak 5.179.888 orang. Pada tahun 2011 jumlah kunjungan wisatawan meningkat kembali hampir mencapai angka 7 juta, yaitu sebanyak 6.712.824 orang.

Dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke kota Bandung, pada Tahun 2011 pemerintah dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung melakukan berbagai bentuk promosi pariwisata, salah satunya dengan membuat sebuah halaman *website* khusus mengenai pariwisata kota Bandung, yaitu *www.bandungtourism.com*. *Website* ini memuat berbagai informasi yang berhubungan dengan pariwisata di kota Bandung baik berupa sejarah kota Bandung, profil kota Bandung, objek wisata, restoran dan hotel, serta fasilitas penunjang lainnya yang memudahkan wisatawan dalam mendapatkan informasi. Hal ini dilakukan seiring dengan berkembangnya teknologi informasi yang semakin mudah untuk dapat diakses oleh setiap orang dan tidak terbatas di suatu tempat saja. Sehingga wisatawan tidak perlu repot datang ke *Tourist Information Center (TIC)* yang hanya terletak di pusat kota dan stasiun serta bandara saja.

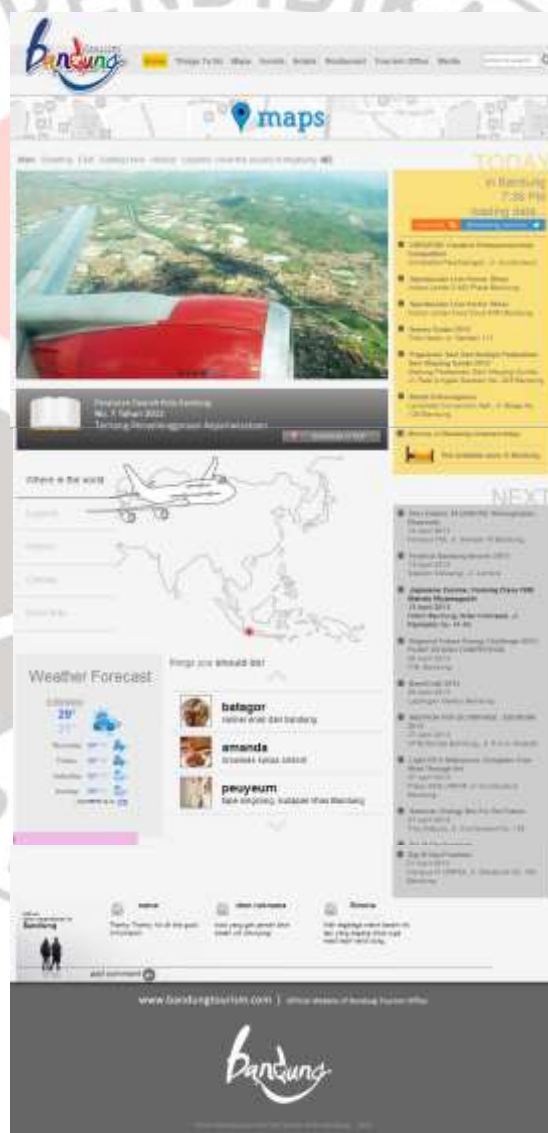
Semenjak dibuka dan dipublikasikannya *domain* web ini, banyak orang yang mengakses dan mencari informasi pariwisata Kota Bandung melalui *website* ini. Hal ini dapat terlihat dari hasil rekapitulasi jumlah pengunjung atau pengakses *website* ini pada tahun 2011, seperti yang dapat dilihat pada gambar 1.1 berikut:



Gambar 1.1
Jumlah Pengunjung Website
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung pada Tahun 2011

Total pengunjung atau pengakses *website* Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung pada tahun 2011 adalah 850.074 orang. Jika data tersebut disandingkan dengan data jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung pada tahun 2011 yang sebanyak 6.712.824 orang, dengan asumsi bahwa seluruh pengakses melakukan kunjungan pada tahun yang sama, maka diperoleh hasil 12,66% dari jumlah wisatawan kota Bandung pada tahun 2011 mencari informasi pariwisata melalui *website* Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung selalu meng-*update* informasi dan tampilan dari *website* tersebut, hal ini dilakukan untuk memberikan informasi terbaru tentang Pariwisata Bandung khususnya *event-event* atau kegiatan yang diselenggarakan pada waktu-waktu tertentu dan untuk menarik para wisatawan untuk berkunjung, seperti yang ditampilkan pada gambar 1.2 berikut:



Gambar 1.2
Halaman Utama Website
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung selalu berusaha untuk menampilkan *website* yang sangat menarik yang sesuai dengan keadaan pariwisata Bandung, baik dari segi tampilan gambar dan sistem komputerisasi yang digunakan agar lebih mudah dimengerti oleh para wisatawan yang ingin mencari informasi lebih lengkap.

Penggunaan *website* sebagai media informasi dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung karena jumlah pengguna internet terus mengalami peningkatan dan berkembangnya fungsi internet tidak hanya sebagai informasi tetapi juga sebagai alat komunikasi. Meningkatnya pengguna internet tersebut disebabkan oleh aksesibilitas internet lebih mudah dan lebih cepat serta menghemat waktu dan biaya jika dibandingkan dengan harusnya setiap wisatawan datang ke Pusat Informasi Wisata untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Penggunaan *website* sebagai media informasi diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Bandung, baik wisatawan domestik maupun mancanegara, karena kemudahan akses untuk mendapatkan informasi. Melihat dari potensi yang dimiliki Kota Bandung dalam proses pengembangan sektor pariwisata, penulis tertarik untuk melakukan penelitian atau analisis mengenai media promosi *website*, dengan judul “PENILAIAN KINERJA *WEBSITE* DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KOTA BANDUNG SEBAGAI MEDIA INFORMASI WISATAWAN.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, penulis mendapatkan masalah pada penelitian ini yaitu “bagaimana gambaran kinerja *website* Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk wisatawan”, dan untuk menghindari penafsiran yang luas, maka penulis jabarkan secara rinci dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran kinerja *website* Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung sebagai media informasi wisatawan yang terdiri dari informasi fasilitas, informasi *costumer contact*, informasi reservasi, informasi area sekeliling dan manajemen *website*?
2. Upaya apa saja yang harus dilakukan pemerintah dalam meningkatkan kinerja *website* Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung sebagai media informasi bagi wisatawan?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka penulis bermaksud untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan permasalahan penelitian sehingga dapat dicapai tujuan untuk memberikan masukan kepada pemerintah dalam mengembangkan fasilitas penunjang pariwisata kota Bandung, dalam hal ini *website* www.bandungtourism.com.

Tujuan penelitian tersebut penulis uraikan sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh temuan mengenai gambaran kinerja *website* Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung sebagai media informasi bagi wisatawan yang terdiri dari informasi fasilitas, informasi *costumer*

contact, informasi reservasi, informasi area sekeliling dan manajemen *website*.

2. Untuk mengetahui upaya apa saja yang harus dilakukan pemerintah dalam meningkatkan kinerja *website* Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung sebagai media informasi bagi wisatawan, guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

D. Manfaat Penelitian

Setelah mengkaji masalah penelitian yang ada, penulis berharap informasi yang tersusun dan diperoleh dari hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, diantaranya:

1. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini penulis harapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan mengenai gambaran bagaimana kinerja *website* www.bandungtourism.com yang dikembangkan dan dikelola oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung serta dalam mengoptimalkan strategi promosi wisata dan fasilitas penunjang pariwisata, khususnya sebagai media informasi bagi wisatawan.

2. Bagi Pelaku Usaha Wisata

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bahkan menjadi salah satu referensi bagi para pelaku usaha pariwisata dalam mempromosikan dan menginformasikan produk wisatanya khususnya yang menyangkut promosi dalam penggunaan internet atau *website* yang lebih efektif.

3. Bagi Penulis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sarana untuk melengkapi dan menerapkan ilmu-ilmu yang diperoleh selama mengikuti proses perkuliahan serta menambah pengetahuan, wawasan dan pemahaman ilmu mengenai keefektifan media informasi.

4. Bagi Pihak Lain

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan informasi, referensi atau bahan kajian bagi penelitian selanjutnya, dan dapat menjadi salah satu masukan informasi bagi pembaca pada umumnya.

