

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kabupaten Belu

1. Profil Daerah

Kabupaten Belu merupakan salah satu kabupaten yang ada di propinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) yang terletak di daratan pulau Timor pada koordinat 124° - 126° BT dan 9° – 10° LS. Kabupaten yang beribukotakan Atambua berada dibagian paling timur NTT dan berbatasan langsung dengan Negara Timor Leste. Luas wilayah mencapai 2.445,6 km² dengan populasi sekitar 354.681 jiwa (BPS Indonesia, 2005).

Susunan masyarakat terbagi menjadi empat sub etnis besar yaitu Tetun, Kemak, Bunak, Dawan. Keempat sub etnis mendiami lokasi dengan karakteristik tertentu dengan bahasa budaya yang berbeda satu dengan yang lainnya. Pada Umumnya bahasa pergaulan yang dipakai sehari-hari adalah bahasa Tetun yang dapat dimengerti semua masyarakat. Sedangkan bahasa yang dipakai dalam suku sebagai berikut:

- a. Suku Tetun berbahasa Tetun
- b. Suku Kemak berbahasa Kemak
- c. Suku Bunak berbahasa Bunak
- d. Suku Dawan berbahasa Dawan

Agama yang berkembang di Kabupaten Belu diantaranya Katolik, Protestan, Islam, Hindu, dan Budha.

Mata pencaharian masyarakat Kabupaten Belu pada umumnya adalah bertani, beternak, dan usaha kerajinan.

Kabupaten Belu beriklim tropis dengan suhu berkisar 21° - 34° , pada umumnya sekitar 27° . Bulan kering (musim panas) antara April-Oktober dan bulan basah (musim penghujan) antara bulan November-Maret.

2. Pariwisata Kabupaten Belu

Pariwisata merupakan sektor yang cukup penting di Kabupaten Belu terutama tempat wisatanya yang sebagian besar masih “perawan” dan belum terjamah oleh para investor. Tercantum dalam Catur Program Kabupaten Belu yang keempat yaitu Program Pengembangan Pariwisata. Yang dimaksud dengan pengembangan pariwisata adalah segala upaya dan kegiatan yang diarahkan untuk menata obyek-obyek wisata (baik wisata alam, bahari maupun budaya) menyediakan sarana dan prasarana penunjang pariwisata dan mempromosikan obyek-obyek wisata.

Kabupaten Belu memiliki daya tarik seperti pemandangan alam, budaya yang beragam, keagamaan, dan peninggalan bersejarah semestinya dapat dikelola dengan baik untuk mendatangkan pendapatan daerah. Dalam penelitian ini, obyek-obyek yang dapat dijadikan sebagai potensi wisata sebanyak 48 obyek wisata yang dikelompokkan dalam enam kategori obyek wisata yaitu wisata pantai, wisata alam, wisata budaya, wisata religius, seni dan budaya, dan event. Selengkapnya tentang data obyek wisata terdapat pada Tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2.1 Daftar Obyek Wisata Kabupaten Belu

Kategori	Nama Obyek Wisata	
1. Wisata pantai	1. Pantai Taberek	
	2. Pantai Motadikin	
	3. Pantai Pasir Putih	
	4. Pantai Sukaerlaran	
	5. Pantai Teluk Gurita	
	6. Kota Pelabuhan Atapupu	
2. Wisata Alam	7. Air Terjun Lesutil	
	8. Kolam Saluhu Weluli	
	9. Mata Air Webua	
	10. Mata Air Weliman	
	11. Kolam Tirta Atambua	
	12. Cagar Alam Kateri	
	13. Pintu Perbatasan Kobalima	
	14. Pintu Perbatasan Mota Ain	
	15. Mata Air Lahurus	
	16. Benteng Makes	
	17. Benteng Loro Bauho	
	18. Gunung Lakaan	
	19. Benteng Fatulotu	
	20. Desa Dualasi	
	21. Sungai dan Jembatan Benenai	
	22. Bendungan Benenai	
	23. Sungai dan Jembatan Baukama	
	24. Kolam Susuk	
	25. <i>Mud Volcano</i> Masinlulik	
	3. Wisata Budaya	26. Perkampungan Adat Desa Kamanasa
		27. Perkampungan As Manulea
		28. Ksadan Loradima
		29. Perkampungan Haitimuk
		30. Perkampungan Bolan
		31. Ksadan Takirin
32. Rumah Adat Leogatal		
4. Seni & Budaya	33. Sesekoe	
	34. Kerajinan Tenun Ikat	
	35. Kerajinan Marmer	
	36. Kerajinan Gerabah	
	37. Tarian Likurai	
	38. Tarian Tebe	
	39. Tarian Bidu Kikit	
	40. Upacara Adat Hamis Batar	

Tabel Daftar Obyek Wisata Kabupaten Belu (Lanjutan)

Kategori	Nama Obyek Wisata
5. Event	41. Festival Seni dan Budaya Belu
	42. Pacuan Kuda Haliwen
6. Wisata Religius	43. Taman Bunda Maria di Weluli
	44. Gua Maria Lourdes
	45. Gereja Katedral Atambua
	46. Gereja Polycarpus Atambua
	47. Masjid Al Mujahidin Atambua
	48. Pura Atambuanantha

Kabupaten Belu telah dilengkapi dengan sarana-sarana yang mendukung kegiatan pariwisata seperti tersedianya tempat menginap dengan berbagai hotel berbintang, hotel tipe melati, dan losmen, restaurant, biro perjalanan, tempat penukaran uang (*money changer*), dan sarana transportasi seperti bus antar kota maupun pedesaan, angkutan umum perkotaan (disebut masyarakat Belu dengan istilah *bemo*), dan ojek yang tersedia di hampir seluruh kota-kota maupun desa-desa yang ada di Kabupaten Belu.

B. Pariwisata

Pariwisata dalam pelaksanaannya melibatkan beberapa usaha atau kegiatan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Pendit (1990), pariwisata merupakan suatu sektor yang kompleks, yang juga melibatkan industri-industri klasik, seperti kerajinan tangan dan cinderamata, serta usaha-usaha penginapan dan transportasi. Sedangkan Fandeli (1995:37) mengemukakan bahwa pariwisata adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan wisata, termasuk pengusahaan obyek daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.

Yang memegang peranan penting dalam pariwisata adalah obyek wisata yang ditawarkan. Obyek wisata adalah sesuatu yang menjadi pusat daya tarik wisatawan. Hal yang dimaksud dapat berupa 1) yang berasal dari alam, misalnya pantai, pemandangan alam, pegunungan, hutan, dan lain-lain, 2) yang merupakan hasil budaya, misalnya museum, candi, galeri, 3) yang merupakan kegiatan, misalnya kegiatan masyarakat keseharian, tarian, karnaval, dan lain-lain (Wardiyanta, 2006). Pengamatan terhadap obyek-obyek wisata ini bertujuan untuk mengetahui jenis obyek wisata, daya tariknya, sarana dan prasarana pendukungnya.

C. Sistem Informasi Pariwisata

Sistem informasi adalah sekumpulan komponen pembentuk sistem yang mempunyai keterkaitan antara satu komponen dengan komponen lainnya yang bertujuan menghasilkan suatu informasi dalam suatu bidang tertentu. Dalam sistem informasi diperlukannya klasifikasi alur informasi, hal ini disebabkan keanekaragaman kebutuhan akan suatu informasi oleh pengguna informasi. Kriteria dari sistem informasi antara lain, fleksibel, efektif dan efisien. Dalam perkembangannya, sistem informasi diidentikkan dengan penggunaan komputer sebagai media pengelola sistem, sehingga memunculkan definisi sistem informasi yaitu aplikasi komputer untuk mendukung operasi dari suatu organisasi: operasi, instalasi, dan perawatan komputer, perangkat lunak, dan data (wikipedia, 2007).

Sistem informasi tidak harus melibatkan komputer. Sistem informasi yang menggunakan komputer biasa disebut sistem informasi berbasis komputer (*Computer-Based Information Systems* atau CBIS). Dalam prakteknya, istilah sistem informasi lebih sering dipakai tanpa embel-embel berbasis komputer walaupun dalam kenyataannya komputer merupakan bagian yang penting.

Sistem informasi yang dibutuhkan bagi pengelolaan pariwisata adalah sistem yang mampu memberikan informasi pariwisata secara detail. Sistem informasi yang akan dikembangkan dalam penelitian ini akan diaplikasikan menggunakan teknologi informasi dengan memanfaatkan fungsi internet. Aplikasi yang akan dikembangkan berbentuk website. *Web site is a collection of pages, pictures, graphics, and various other multimedia elements at one address of World Wide Web on the internet* (Kurns, 1997).

D. Penelitian Sistem Informasi Pariwisata Sebelumnya

Untuk mengetahui permasalahan-permasalahan dalam pengembangan sistem informasi pariwisata, maka perlu ditinjau penelitian-penelitian sebelumnya.

Tan Kian Gee (2000) pernah mengembangkan sistem informasi yang dapat memberikan rekomendasi pilihan obyek wisata di Yogyakarta yang dilengkapi dengan dukungan informasi sarana transportasi dan akomodasi. Akan tetapi sistem yang dikembangkan belum dapat dijalankan pada jaringan internet dan belum dilengkapi dengan fasilitas pengolahan data, selain itu sistem yang dikembangkan juga belum mendukung elemen multimedia seperti suara, animasi, maupun *virtual reality*.

Teknologi internet memungkinkan pertukaran informasi dengan audiens yang lebih besar tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Dalam industri pariwisata pertukaran informasi memegang peranan penting. Hal ini didukung oleh pendapat Rastrollo dan Alarcon (2000), dimana Informasi adalah aspek dasar sebuah produk dalam industri pariwisata. Website sebagai salah satu fungsi internet paling banyak digunakan sebagai media pertukaran informasi. Banyak organisasi yang menggunakannya sebagai sarana promosi informasinya. Tetapi sebuah website yang baik harus mampu memperhatikan kebutuhan penggunanya. Menurut Zhou dan DeSantis (2005), website pariwisata memegang peranan penting sebelum seseorang melakukan perjalanan, sehingga website yang atraktif berpengaruh bagi pilihan pengguna.

Williams dkk (2004) melihat bahwa membuat sebuah informasi menjadi *on-line* belumlah cukup. Sebuah *website* harus memperoleh "*hits*" dan "*traffic*", terutama kontennya dapat dengan mudah diakses. Hasil penelitian yang mereka lakukan terhadap tingkat aksesibilitas 100 website pariwisata di Inggris dan Jerman mengungkapkan rendahnya tingkat aksesibilitas. Hasil penelitian menunjukkan hanya 26% website yang memenuhi standar aksesibilitas. Penelitian ini menguji aksesibilitas website menggunakan standar aksesibilitas web yang dikeluarkan oleh *World Wide Web Consortium* (W3C). penemuan ini mengemukakan bahwa pentingnya pemahaman terhadap aksesibilitas sebuah web.

Jie Lu dan Zi Lu (2004) melakukan penelitian tentang pengembangan layanan pariwisata online di china berdasarkan tiga perspektif: website pariwisata, pengguna website pariwisata dan penyedia website pariwisata. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa mayoritas website pariwisata adalah organisasi tujuan wisata regional yang sebagian besar menyediakan informasi pariwisata lokal dan layanan online. Perkembangan ekonomi regional mengalami akibat yang cukup signifikan dalam pembangunan website pariwisata lokal. Survei kuesioner untuk mengidentifikasi jenis pengguna web dan evaluasinya terhadap website pariwisata, hasilnya menemukan bahwa memperoleh informasi tetap merupakan tujuan utama pengguna web, tetapi kesulitan pada umumnya adalah akses internet yang lambat dan biaya yang besar.

Parker (2007) juga melakukan pengujian terhadap website pariwisata propinsi-propinsi dan territorial di Canada. Fokus penelitiannya ditujukan pada desain homepage, layout, dan informasi yang disediakan bagi pengunjung potensial. Tinjauan dilakukan berdasarkan 12 item web yaitu : *photos, intro page, survey, travel, hyperlinks, second official site, cultural information, nature information, search engine, map, dan flag*. Hasil penelitian menunjukkan belum adanya ciri khas pada setiap propinsi pada websitenya dimana perbedaan budaya setiap propinsi seharusnya dapat ditampilkan dalam bentuk teks, gambar, suara, maupun video. Tetapi tidak banyak website yang menggunakan suara maupun perubahan gambar yang mencirikan budaya masing-masing Propinsi. Melepaskan Canada dari lingkungan alami tidak tepat dalam promosi website pariwisata. Website pariwisata harus mencerminkan dan menggambarkan ciri khas suatu propinsi maupun negaranya secara keseluruhan. Kekayaan informasi *homepage* juga merupakan sebuah isu penting dalam desain homepage pariwisata.

E. BeluTourism: Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Web di Kabupaten Belu

Pemilihan nama sangat berpengaruh dalam menentukan karakteristik terhadap website pariwisata suatu daerah. Parker (2007) *"Another point of consideration for web designer is the issue of domain names and URL... It could lend much help in the creation of a uniform image of essential for brand development and enhancement"*. Sehingga, sistem informasi pariwisata yang akan dikembangkan diberi nama BeluTourism, dalam implementasinya menggunakan belutourism.com sebagai domain. BeluTourism mewakili identitas sebagai pariwisata Kabupaten Belu.

1. Fitur BeluTourism

Berdasarkan pengelompokan item web yang dikemukakan oleh Parker (2007), penulis mencoba membandingkan website pariwisata yang telah ada dengan website yang akan kembangkan. Perbandingan dilakukan terhadap empat website pariwisata dari empat daerah yang berbeda yaitu Bali (tourism.baliprov.go.id), Yogyakarta (pariwisata.jogja.go.id), Malaysia (tourism.gov.my), dan Singapore (www.visitsingapore.com). Empat website tersebut dipilih karena Yogyakarta dan Bali merupakan barometer pariwisata Indonesia, sedangkan Malaysia dan Singapore merupakan negara tujuan wisata utama didunia. Hasil perbandingan pada Tabel 2.2 akan digunakan sebagai acuan dalam menentukan fitur yang disediakan dalam website sistem informasi pariwisata Kabupaten Belu.

Tabel 2.2 Perbandingan Sistem Informasi Pariwisata yang Sudah Ada dengan Penelitian yang Akan Dilakukan

Fitur	Yogyakarta (pariwisata.jogja.go.id)	Bali (tourism.baliprov.go.id)	Malaysia (tourism.gov.my)	Singapore (visitsingapore.com)	Kabupaten Belu (www.belutourism.com)
Language	Bahasa Indonesia	English	Bahasa Melayu English	English - Global English - India English - Australia/NZ English - UK English - US Mandarin Kanton Japan Korea Deutsch Français Русский Tiếng Việt ภาษาไทย Bahasa Indonesia العربية	Bahasa Indonesia
Photos	√	√	√	√	√
Intro Page	-	-	-	√	-
Survey	-	√	-	-	-
Travel Services	√	√	√	√	√
Hyperlinks	√	√	√	√	√
Second Official Site	√	-	√	√	√

Tabel Perbandingan Sistem Informasi Pariwisata yang Sudah Ada dengan Penelitian yang Akan Dilakukan (Lanjutan)

Fitur	Yogyakarta (pariwisata.jogja.go.id)	Bali (tourism.baliprov.go.id)	Malaysia (tourism.gov.my)	Singapore (visitsingapore.com)	Kabupaten Belu (www.belutourism.com)
Cultural Information	√	√	√	√	√
Nature Information	√	√	√	√	√
Search engine	√	-	√	√	√
Map	√	-	√	√	√
Flag	-	-	√	-	-

Keempat website pariwisata diatas memberikan fitur-fitur yang mendukung dalam komunikasi antara pengelola website dengan dengan pencari informasi. Jenis komunikasi yang terjadi merupakan bentuk dari *Business to Customer* (B2C). Pada penelitian ini, website yang akan dikembangkan ditambahkan fitur komunikasi antara *Consumer to Consumer* (C2C), dimana memungkinkan bagi *consumer* untuk berbagi pengalaman, bertukar pikiran, maupun membahas tentang topik tertentu. Evans *et al* (2001) *one of the e-merging e-commerce business, the consumer to consumer community model, is relatively new but underpins the framework for the research conducted.*

Fitur yang dapat mengakomodasi fungsi komunikasi C2C adalah dengan menggunakan *computer conferencing*. *Computer conferencing is a way for several computers user s in diferent locatios at diferent times to hold an electronic "conference call" on a particular topic, contributing to a group discussion without the restrictions of time and place* (Pitirro, 1989). Dalam implementasinya, *computer conferencing* diterapkan dalam bentuk *teleconference, mailling list, group forum*, maupun *blog*. Dalam pengembangan sistem informasi ini, akan digunakan fitur *forum* sebagai media komunikasi C2C. Light dan Rogers (1999), *In contrast, one of the benefits of moving media-based forums online is that the Web provides potential to allow more voices to be heard.*

Hasil perbandingan empat sistem informasi sebelumnya juga ditemukan bahwa tidak ada satupun dari keempat website tersebut yang menambahkan fitur forum sehingga dapat menjadi perbedaan tersendiri dalam pengembangan sistem informasi pariwisata Kabupaten Belu.