

## PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP EFEKTIVITAS E-KIOS DESTINASI PARIWISATA BALI

Made Sudarma

Staf Pengajar Teknik Elektro Fakultas Teknik Universitas Udayana  
Kampus Bukit Jimbaran, Bali, 80361  
sudarma@ee.unud.ac.id

### Abstrak

Teknologi merupakan salah satu aspek yang tidak bisa dipisahkan, karena dengan adanya teknologi mempermudah komunikasi. Dunia industri pariwisata tidak bisa lepas dari peran teknologi. Dari penelitian ini diharapkan wisatawan baik lokal maupun mancanegara memberikan persepsinya terhadap efektivitas e-Kios sehingga ke depan dapat menjadi sumber informasi yang handal tentang pariwisata Bali. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala likert dari rensis guna mendapatkan persepsi total dari efektivitas e-Kios pariwisata Bali.

Dalam penelitian didapat adanya suatu fakta bahwa e-Kios pariwisata Bali belum mencapai hasil maksimal dengan kata lain kurang efektif dikarenakan belum secara murni online sehingga informasi e-Kios tidak *up-date*. Meskipun demikian e-Kios mendapat respon positif karena menambah pencitraan Bali sebagai destinasi favorit. Seperti halnya informasi spiritual dan sosial budaya Bali tetap menjadi informasi yang paling dibutuhkan wisatawan. Harapan kedepan informasi e-Kios lebih dimaksimalkan termasuk segi *brainware*, *hardware* dan *software*.

**Kata kunci:** e-Kios, Teknologi Informasi dan Efektivitas

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata di Indonesia menjadi salah satu sumber devisa negara terbesar sejak beberapa dekade yang lalu. Istilah pariwisata berdasarkan Undang-Undang No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk perusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha lain yang terkait dibidang tersebut. Selanjutnya dikemukakan bahwa jenis usaha di bidang pariwisata mencakup beberapa jenis usaha antara lain adalah jenis usaha penyediaan akomodasi, penyediaan makanan dan minuman, penyediaan angkutan wisata, penyediaan sarana wisata tirta dan kawasan pariwisata.

Berdasarkan data yang dikutip dari WTO, pada tahun 2000 wisatawan manca negara (wisman) internasional mencapai 698 juta orang yang mampu menciptakan pendapatan sebesar USD 476 milyar. Pertumbuhan jumlah wisatawan pada dekade 90-an sebesar 4,2 persen, sedangkan pertumbuhan penerimaan dari wisman sebesar 7,3 persen. Wisatawan dalam negeri di masing-masing negara pertumbuhannya lebih besar dan kelompok ini merupakan penggerak utama dari perekonomian nasional. Sebagai gambaran di Indonesia jumlah wisatawan nusantara (wisnus) pada tahun 2000 adalah sebesar 134 juta dengan pengeluaran sebesar Rp. 7,7 triliun. Jumlah ini akan makin meningkat dengan adanya kemudahan untuk mengakses suatu daerah.

Bali dalam kurun waktu dua dasa warsa sangat mengalami kemajuan yang pesat dalam dunia pariwisata. Pembangunan fisik seperti infrastruktur di setiap objek pariwisata dapat dilihat secara nyata. Selain itu perkembangan daerah wisata dipengaruhi oleh beberapa pernyataan penting seperti : (1) *Attraktif to client* (2) *Facilities and attraction* (3) *Geographic location* (4) *Transport link* (5) *Political Stability* (6) *Healthy Environment* (7) *No Government Restriction* (Pitana 2003).

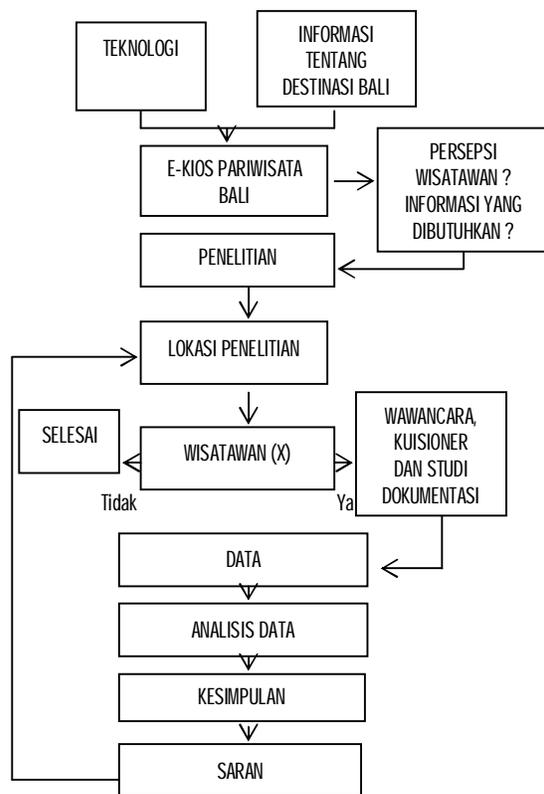
Pengembangan kepariwisataan di Bali diharapkan tidak menimbulkan kejenuhan wisatawan serta mampu bersaing dengan daerah dan negara tujuan yang lain. Untuk itu diusahakan penemuan potensi objek wisata baru yang diharapkan mampu menambah produk dan daya tarik wisata.

e-Kios dapat menyajikan informasi seluruh potensi pariwisata Bali secara *up to date*. Adanya e-Kios diharapkan dapat membantu wisatawan dalam memenuhi kebutuhan berwisata serta rasa keingintahuan tentang wisata alam dan wisata budaya Bali. Sistem e-Kios berbasis multimedia ini bersifat interaktif, menarik perhatian dan mudah digunakan sehingga wisatawan dapat memanfaatkan media ini sebagai sumber informasi.

### 2. MODEL PENELITIAN

Untuk memberikan gambaran tentang penelitian yang akan dilakukan maka perlu diuraikan tentang model dan kerangka konseptual penelitian yang dapat menjelaskan tahap tahap penelitian tersebut.

Penelitian ini akan dimulai dengan implementasi teknologi informasi yang dimiliki Bali dalam membangun e-Kios pariwisata Bali. e-Kios pariwisata Bali ditujukan sebagai pemenuh kebutuhan informasi wisatawan, jadi seberapa efektif e-Kios dan fitur informasi yang paling dibutuhkan wisatawan. Melalui penyebaran kuisioners, wawancara dan studi dokumentasi akan didapatkan data tentang karakteristik wisatawan, persepsi wisatawan dan informasi yang dibutuhkan dari e-Kios pariwisata Bali tentang destinasi Bali. Selanjutnya data akan diolah, dianalisis, sehingga mendapatkan temuan penelitian yang akan dijadikan suatu simpulan. Model penelitian akan terlihat seperti pada gambar 1. berikut :



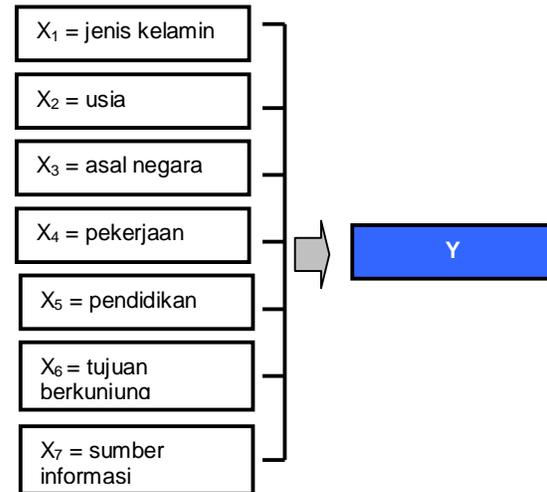
Gambar 1. Alur Analisis Data

Berdasarkan model yang dirancang, ada beberapa variabel bebas yang diidentifikasi. Untuk menjawab efektivitas dan informasi yang dibutuhkan dalam e-Kios pariwisata Bali.

Dengan model tersebut diharapkan dapat mengetahui efektivitas e-Kios pariwisata Bali dan informasi paling dibutuhkan wisatawan pada e-Kios pariwisata Bali.

Penelitian ini merupakan gabungan antara kualitatif dan kuantitatif yang dilakukan dengan pengamatan, wawancara, penyebaran angket terstruktur dan dokumentasi. Metode tersebut digabungkan untuk menjawab Implementasi

Teknologi Informasi yang dimiliki e-Kios. Pendeskripsikan persepsi wisatawan tentang efektivitas e-Kios pariwisata Bali sebagai media informasi, selain itu juga akan diperoleh data yang kongkrit tentang fitur-fitur informasi dari e-Kios yang dibutuhkan dalam memberikan suatu gambaran tentang obyek tujuan wisatawan.



Keterangan :

Y = Fitur informasi dari e-Kios pariwisata Bali

X = Variabel bebas sosial demografi wisatawan

Gambar 2. Konseptual penelitian tentang informasi destinasi Bali yang dibutuhkan wisatawan

Data yang muncul dianalisis dan disusun secara sistematis, berurutan. Walaupun analisis naratif ini lebih banyak menyajikan data-data yang bersifat deskriptif, namun hasil dari penelitian ini didukung oleh data-data yang diperoleh dari penelitian. Hasil penelitian diolah selanjutnya untuk mendapat tanggapan wisatawan terhadap persepsi total efektivitas e-Kios pariwisata Bali.

Untuk dapat mengetahui efektivitas e-Kios pariwisata Bali dan informasi yang paling dibutuhkan wisatawan akan diidentifikasi melalui variabel internal dan eksternal. Untuk mendapatkan variabel tersebut dilakukan evaluasi sesuai teori persepsi data sekunder dan fitur informasi yang terdapat dalam e-Kios. Dari teori persepsi tersebut maka didapatkanlah variabel eksternal e-Kios. Untuk mendapatkan variabel faktor internal e-Kios berkaitan erat dengan teori informasi Sheldon (1996) informasi pariwisata dilihat dari segi kebutuhan dapat dibedakan menjadi beberapa jenis yaitu:

1. Kebutuhan Konsumen (wisatawan), yaitu informasi mengenai tempat tujuan, fasilitas, persediaan, harga, geografi dan iklim.
2. Kebutuhan Agen Perjalanan, mengenai kecenderungan konsumen (pasar), tempat tujuan, fasilitas, persediaan, harga, paket wisata, dll.

3. Kebutuhan Pemasok, informasi perusahaan, konsumen dan agen perjalanan, pesaing. dll.
4. Kebutuhan Dinas Pariwisata, mengenai kecenderungan industri pariwisata, besar dan sifat arus pariwisata, kebijaksanaan, dan rencana pengembangan.

Variabel yang terkandung dalam e-Kios tersebut akan didefinisikan sebagai berikut:

- Variabel internal adalah yang menyangkut fitur informasi dalam *content* (isi) e-Kios yaitu: *product, place, promotion*, sosial budaya, spiritual, politik dan ekonomi.
- Variabel eksternal diidentifikasi dari: keberadaan e-Kios sebagai media informasi, tampilan fisik e-Kios, Penempatan e-Kios, Tampilan menu dari e-Kios.

### 3. TEKNIK ANALISIS DATA

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif yang diukur melalui pengukuran dispersi atau ukuran penyebaran, yang juga disebut ukuran variasi berupa ukuran penyebaran absolut (Dajan, 1993:173). Analisis ini mendeskripsikan secara jelas dengan memberikan gambaran selengkapnya. Dengan pengukuran sikap secara langsung yaitu dengan menggunakan skala likert dari Rensis Likert (Suwitra, 2002: 26).

Alasan pemilihan skala *Likert* sebagai instrument penelitian karena skala psikologi menjadi hal yang sangat penting sekaligus menjadi pekerjaan yang agak rumit karena yang diukur merupakan variabel yang *latent* atau abstrak. Agar skala yang disusun valid dan *reliabel* dibutuhkan pemahaman tentang penskalaan. Skala *Likert* atau istilah lainnya *summated rating scale* menjadi salah satu bentuk penskalaan yang banyak diminati karena lebih sederhana dan mudah dalam aplikasinya. (Suwitra dalam Sri Astuti, 2008)

Setiap responden diminta untuk memberikan pernyataan yang menunjukkan tingkatan sangat baik, baik, cukup baik, tidak baik dan sangat tidak baik. Dalam penelitian ini, wisatawan hanya boleh memberikan skor tertinggi 5 dan skor terendah 1, kemudian dicari intervalnya. Maka dapat disusun kategori persepsi wisatawan seperti pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Skala sikap

Kriteria Tanggapan	Skor	Interval
Sangat Baik	5	4,20 – 5,00
Baik	4	3,40 – 4,19
Cukup Baik	3	2,70 – 3,39
Tidak Baik	2	1,80 – 2,69
Sangat Tidak Baik	1	1,00 – 1,79

Sumber: Hasil Modifikasi Skala Likert (Y, Slamet, 1993: 19)

Skor jawaban atas masing-masing pertanyaan akan dijumlahkan kemudian dibagi dengan jumlah responden, sehingga diperoleh nilai rata-rata. Sedangkan untuk mencari rentang nilai (interval kelas) untuk responden digunakan cara sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai tertinggi} \times \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah katagori}}$$

### 4. HASIL PENELITIAN

Dari tabel 2 dapat dilihat persebaran e-Kios hampir sebanyak 75% diwilayah Denpasar, Badung dan Gianyar. Penempatan ini menjadi prioritas karena Badung, Denpasar, Gianyar karena daerah ini memiliki tempat dan produk wisata yang terbanyak dan sangat beragam.

Jaringan e-Kios rencananya juga dijadikan media pemasangan iklan hotel-hotel, berbagai perusahaan dan penyelenggaraan kegiatan kepariwisataan. Namun saat penelitian dilakukan belum diperoleh penjelasan bagaimana sistem manajemen pengelolaannya lebih lanjut. Hanya lembaga *Bali Tourism Board* (BTB) diminta membantu mengisi materi (*content*) dari e-Kios, pemilihan tempat pemasangan infrastruktur e-Kios karena lembaga ini juga memiliki kepentingan secara tidak langsung dari manfaat e-Kios tersebut..

**Tabel 2.** Data sebaran e-Kios di Bali

No	Kabupaten	Jumlah
1	Denpasar	33
2	Badung	93
3	Gianyar	33
4	Tabanan	13
5	Klungkung	3
6	Bangli	14
7	Buleleng	1
8	Karangasem	8
	Total	198

Sumber Bali Tourism Board-2008

Data tanggapan sebagian besar wisatawan tentang keberadaan e-Kios di Bali adalah beragam yaitu 35 orang (38%) memberikan penilaian cukup dan hanya 2 orang (2,2%) yang memberikan tanggapan buruk. Kecenderungan wisatawan memberi tanggapan cukup karena mereka memerlukan suatu informasi yang cepat akurat. Data tentang opini keberadaan e-Kios dapat dilihat pada tabel 3. berikut ini.

**Tabel 3.** Data Opini wisatawan terhadap keberadaan e-Kios di Bali.

Tanggapan (Respon) Wisatawan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Sangat Baik	29	31,5
Baik	21	22,8
Cukup	35	38,0
Buruk	5	5,4
Buruk Sekali	2	2,2
Total	92	100

Sumber: hasil penelitian

Dari tabel 4. dibawah ini dapat dilihat persepsi wisatawan setelah data diolah didapat nilai tertinggi dari e-Kios adalah nilai skor 346 memberikan opini cukup dan nilai skor terendah adalah 225 berkorelasi dengan nilai opini buruk.

**Tabel 4.** Rangking persepsi wisatawan terhadap e-Kios pariwisata Bali

Indikator Variabel Eksternal E-Kios	Total Skor	Rata-Rata (Mean)	Observasi Dan Wawancara Tentang E-Kios
E-Kios <i>Oppinion</i>	346	3.76	Cukup +
E-Kios <i>Physical Form</i>	292	3.17	Cukup +
E-Kios <i>Layout</i>	228	2.48	Cukup -
E-Kios <i>Positioning</i>	225	2.45	Buruk

Sumber: hasil penelitian

Menurut wisatawan, tampilan yang berisikan foto dan keterangan singkat pada masing-masing produk pariwisata cukup memberikan gambaran tentang *tourism product information* seperti: layanan spa, hotel, restoran dan atraksi wisata. Wisatawan memaklumi bahwa e-Kios pariwisata belum belum terintegrasi secara online dengan sumber informasi yang dituju. Hasil penyebaran kuisisioners dari total 92 (100%) responden didapatkan data sebanyak 64 wisatawan (69,6%) tentang pemenuhan informasi *tourism product* adalah cukup. 18 (19,6%) berpendapat baik dan minoritas wisatawan yaitu total 6 (6,5%) responden berpendapat bahwa fitur-fitur informasi yang disajikan buruk. Data tentang informasi *tourism product* secara lengkap akan disajikan pada tabel 5.

**Tabel 5.** Data tanggapan wisatawan pengguna e-Kios tentang Informasi *Tourism Product* di Bali

Tanggapan(Respon) Wisatawan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Sangat Baik	4	4,3
Baik	18	19,6
Cukup	64	69,6
Buruk	5	5,4
Buruk Sekali	1	1,1
Total	92	100

Sumber: hasil penelitian

Gambar 3. adalah visualisasi dari fitur-fitur informasi destinasi pariwisata yang disajikan dalam e-Kios. Mayoritas wisatawan memberikan respon yang cukup yaitu 58 responden (63.0%), 27 responden (28,3%) berpendapat baik, dan sebanyak 7 responden (7,6%) berpendapat bahwa fitur-fitur tersebut masih buruk.



**Gambar 3.** Fitur e-Kios destinasi pariwisata Bali

Dari hasil tersebut dengan kata lain bahwa fitur-fitur tersebut masih diperlukan penyempurnaan. Data tanggapan wisatawan tentang fitur informasi destinasi dapat dilihat pada tabel 6.

**Tabel 6.** Data tanggapan wisatawan pengguna e-Kios tentang informasi destinasi (*destination info*) di Bali

Tanggapan(Respon) Wisatawan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Sangat Baik	7	7,6
Baik	20	21,7
Cukup	58	63,0
Buruk	5	5,4
Buruk Sekali	2	2,2
Total	92	100

Sumber: hasil penelitian

Dari hasil kuisioners tentang tanggapan wisatawan terhadap informasi promosi destinasi wisata sebagian besar memberikan nilai cukup. Sebesar 52 responden (56,5%) dari total 92 (100%) berpendapat cukup memenuhi kebutuhan, 33 responden (36,9%) berpendapat baik, dan hanya sebagian kecil yaitu 6 responden (6,5%) memberi tanggapan buruk. Wisatawan berpendapat bahwa keterbatasan e-Kios dalam menyampaikan informasi disebabkan karena e-Kios belum terhubung pada akses internet (online) sehingga tidak bisa mengakses promosi wisata serta informasi yang lain. Data tentang tanggapan wisatawan mengenai *promotion info* akan ditampilkan dalam tabel 7 dibawah ini.

**Tabel 7.** Data tanggapan wisatawan pengguna e-Kios tentang Informasi promosi (*promotion info*) di Bali

Tanggapan(Respon) Wisatawan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Sangat Baik	13	14,1
Baik	21	22,8
Cukup	52	56,5
Buruk	6	6,5
Buruk Sekali	-	0
Total	92	100

Sumber: hasil penelitian

Tabel 8. berikut ini mengatakan bahwa sajian informasi pada fitur spiritual sangat diminati sebagian besar wisatawan karena sangat efektif sebagai sumber informasi pariwisata budaya Bali. Nilai total skor 381 mengatakan isinformasi tersebut sangat diminati dan nilai skor 265 mengatakan kurang diminati seperti fitur informasi politik, hal ini kemungkinan karena kebijakan dan kondisi yang kurang kondusif. Hasil observasi dan wawancara selama penelitian didapatkan adanya indikasi walaupun sebelumnya mereka sudah mempunyai sumber informasi tentang Bali, namun wisatawan juga ingin mengetahui secara detail tentang informasi budaya dan spiritual Bali secara langsung (*live event*). Namun kadang kala keinginan mereka belum terpenuhi oleh karena keterbatasan waktu kunjungan mereka di Bali. Dalam wawancara, mereka juga ingin mengetahui prosesi keagamaan Hindu seperti: Ngaben, Nyepi dan lain sebagainya secara langsung. Harapan mereka, dengan informasi yang disediakan e-Kios, wisatawan dapat melihat prosesi spiritual keagamaan tersebut sehingga memperkaya pengetahuan mereka tentang Bali.

Dari data penelitian tersebut kemudian dimasukan kedalam kretiria interval Likert (pada table 9.) maka didapatkan persepsi total dari wisatawan terhadap efektivitas e-Kios pariwisata Bali. Jika dideskripsikan, maka data yang didapat adalah 1,1% adalah kategori wisatawan memberikan persepsi sangat baik, 15,2% wisatawan memberikan

persepsi baik, 28,3% memberikan persepsi cukup, 35,9% memberikan persepsi buruk dan 19,6% memberikan persepsi sangat kurang.

**Tabel 8.** Rangkang persepsi wisatawan terhadap informasi e-Kios pariwisata Bali

Indikator Variabel Internal E-Kios	Total Skor	Rata-Rata (Mean)	Observasi Dan Wawancara E-Kios
Informasi <i>Spiritual</i>	381	4.68	Baik
Informasi <i>Social Culture</i>	348	4.14	Baik
Informasi <i>Promotion</i>	317	3.45	Cukup +
Informasi <i>Destination</i>	301	3.27	Cukup +
Informasi <i>Tourism Product</i>	295	3.21	Cukup +
Informasi <i>Economic</i>	273	2.97	Cukup -
Informasi <i>Political</i>	265	2.88	Cukup -

Sumber: hasil penelitian

**Tabel 9.** Interval persepsi e-Kios pariwisata Bali.

Interval	Persepsi
< 31.00	Sangat Kurang
31.01 - 35.54	Kurang
35.55 - 40.08	Cukup
40.09 - 44.61	Baik
≥ 44.62	Sangat Baik

Sumber: hasil penelitian

Maka dapat ditabelkan bahwa persepsi total wisatawan terhadap efektivitas e-Kios tersebut hasilnya adalah: sangat kurang efektif sebesar 19,6% responden, dan kurang efektif sebesar 35,9 %,. Angka tersebut adalah angka yang mempunyai persentase dan distribusi paling besar. Selengkapnya data persepsi total wisatawan dapat ditampilkan pada Tabel 10.

**Tabel 10.** Data Persepsi Total wisatawan terhadap Efektivitas e-Kios.

Persentase (%)	Persepsi
19.6	Sangat Kurang
35.9	Kurang
28.3	Cukup
15.2	Baik
1.1	Sangat Baik

Sumber: hasil penelitian

Persepsi wisatawan terhadap efektivitas e-Kios destinasi pariwisata Bali secara umum kurang efektif, sangat berkaitan dengan teori tingkat kepuasan (Tjiptono, 1996). Hal tersebut berkaitan dengan dua hal utama yang menentukan kepuasan konsumen, yaitu adanya harapan (*expectation*) wisatawan terhadap pemenuhan informasi dan kinerja yang dirasakan (*perceived performance*). Apabila kinerja melebihi harapan maka konsumen akan puas, begitu sebaliknya maka konsumen akan merasa tidak puas. Berkaitan dengan implementasi e-Kios destinasi pariwisata Bali hasil penelitian mengatakan kurang efektif karena harapan wisatawan terhadap e-Kios sebagai media informasi destinasi pariwisata Bali lebih tinggi dari jasa yang diberikan oleh e-Kios tersebut.

## 5. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka simpulan terhadap efektivitas dari implementasi e-Kios pariwisata Bali adalah sebagai berikut:

Persepsi total wisatawan terhadap efektivitas e-Kios pariwisata Bali adalah kurang efektif, karena harapan wisatawan tentang pelayanan e-Kios pariwisata sebagai media informasi tidak sesuai dengan jasa apa yang dapat diberikan e-Kios. Hal tersebut juga disebabkan oleh lokasi penempatan perangkat e-Kios itu sendiri yang tidak mudah diakses oleh wisatawan, tampilan informasi yang kurang dinamik dan menarik, serta dukungan infrastruktur yang kurang optimal.

Wisatawan tetap memandang fitur informasi spiritual sebagai suatu informasi yang menarik dan paling dibutuhkan. Efektifnya penyampaian fitur informasi spiritual dikarenakan adanya display video, foto-foto dan dokumen tentang budaya dan kegiatan spiritual yang telah tersedia dalam fitur e-Kios tersebut.

### 5.2 Saran

Berdasarkan simpulan tersebut diatas, agar tetap optimis bahwa implementasi e-Kios destinasi pariwisata Bali agar mampu berperan dalam mengangkat citra pariwisata Bali maka perlu dilakukan tindakan sebagai berikut:

Implementasi e-Kios destinasi pariwisata Bali haruslah didukung oleh sumber daya manusia (SDM) yang memiliki kompetensi teknologi pendukung e-Kios. Sumber daya Manusia merupakan faktor penentu keberhasilan implementasi teknologi.

Penempatan yang tepat, mudah dijangkau, mudah dilihat publik dan didukung dengan sosialisasi tentang keberadaan lokasi e-Kios sehingga pihak yang berkepentingan dapat memanfaatkannya.

Sajikan informasi dengan fitur yang lebih dinamik dan memberikan daya tarik yang khusus,

sehingga e-Kios tersebut akan memiliki daya tarik tersendiri.

Lakukan perubahan (updating) informasi secara berkesinambungan sehingga kebaruan informasi dapat terjamin,

Optimalkan kegunaan teknologi e-Kios yang telah tersedia sehingga dapat memberikan layanan secara optimal.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Behan, Kate & Holmes, Diana, 1986. Understanding Informaton Teknologi Text Reading And Cases .Pretince Hall International.INC Australia
- [2]. Cooper, Chris. 1993. Tourism: Principles & Practice. England : Longman Group Limited.
- [3].Dajan, Anto. 1993. Pengantar Metode Statistik. Jakarta : LP3ES.
- [4]. Dinas Pariwisata Provinsi Bali. 2000. Kumpulan Peraturan di Bidang Usaha dan Jasa Pariwisata, Denpasar : Dinas Pariwisata Provinsi Bali.
- [5]. Earl, M. 1989. Management Strategies for Information Technology, Prentice-Hall Inc., New Jersey.
- [6]. Geriya, W. 1996. Pariwisata dan Dinamika Kebudayaan Lokal, Nasional Global, Bunga Rampai Antropologi Pariwisata. Denpasar : Upada Sastra.
- [7]. Gunn, A. Clare. 1988. Tourism Planning : Second Edition, Revised and Expanded : USA.
- [8]. Hadjar, Ibnu. 1996. Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif dalam Pendidikan. Jakarta : PT. Radja Grafindo Persada.
- [9]. Kotler, Philip. 2000. Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control-The Millenium Edition. New Jersey : Prentice Hall Inc.
- [10]. Kusmayadi dan Sugiarto, Endar. 2000. Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [11]. Lynda M. Applegate, F.W. McFarlan, J.L. McKenney, 1997, Corporate Information System Management: Text and Cases, 4th Edition, McGraw-Hill, Singapore.
- [12]. Indrajit, R. Eko. 2001. E-Commerce Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- [13]. Pitana, I Gde. 2003. "Kebijakan dan Strategi Pemerintah Daerah Bali Dalam Pembangunan Pariwisata". Denpasar : Dinas Pariwisata Provinsi Bali.
- [14]. Rahyuda. K, Sudarma M., Strategi Teknologi Informasi Universitas Udayana, Bali Offset, 2003.

- [15]. Suradnya I Made, 2005, Analisis Faktor-Faktor Daya Tarik Wisata Bali Dan Implikasinya Terhadap Perencanaan pariwisata Daerah Bali.
- [16]. Spillane, James. 1987. Ekonomi Pariwisata : Sejarah dan Prospeknya. Yogyakarta : Kanisius.
- [17]. Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis. Bandung : CV. Alfabeta.
- [18]. Supranto, J. 2001. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- [19]. Sheldon, Paulin, 1996 Teknologi Informasi dalam dunia Pariwisata. CAB International.Hawai.
- [20]. Sudarma. M, Ariyani. S, 2008, Sistem Informasi Manajemen, Udayana Press.
- [21]. Sudarma. M, Ariyani. S, 2009, Manajemen Web, Udayana Press.
- [22]. Sudarma, M. 2008, Transformation Of Information Technology Based On Human Computer Interaction Concept, HPCHI-2008, Seul-Korea.
- [23]. Tim Peneliti Fakultas Ekonomi Universitas Udayana. 1999. "Karakteristik Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Bali Berdasarkan Aspek Motivasi Perjalanan Wisata". Laporan Penelitian Kerjasama Dinas Pariwisata Daerah Tingkat I Bali dengan Laboratorium Manajemen dan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Udayana Denpasar.
- [24]. Tourism Field Study, 2007. Persepsi Wisatawan Terhadap Produk Wisata Bali. Manajemen Kepariwisata : Sekolah Tinggi Pariwisata Bali.
- [25]. Wirata. 2006. Persepsi Wisatawan Mancanegara Terhadap Pelayanan Pramuwisata di Bali. Tesis Magister Kajian Pariwisata Unud.
- [26]. Yoeti, Oka A. 1996b. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung : Angkasa.