

Urgensi implementasi *smart tourism* untuk kemajuan pariwisata Indonesia

Hendi Prasetyo ¹, Muhammad Bachtiar Rifai ²

¹ Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta
hendi@stipram.ac.id

² Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta

ABSTRACT

In order to advance Indonesian tourism, it is necessary to implement smart tourism. The purpose of this study is to describe the urgency of implementing smart tourism for the advancement of Indonesian tourism. This research is qualitative research with descriptive analysis and using literature study data collection techniques. The results of the research that has been carried out show that the existence of smart tourism is basically an effort to meet the needs of tourists by combining information technology devices. Tourists currently need travel application facilities in order to facilitate travel and determine tourism activities from the information provided so that tourists can access them when they need them. The application of the smart tourism concept will be the development of innovation between technology and tourist information needs. Optimizing the utilization of all the potential and resources owned will encourage an increase in the tourist experience of tourism activities. The development of the smart tourism concept will also always coexist with technological advances so it requires continuous innovation in order to achieve the expected goals. Based on the research that has been done, it can be concluded that the concept of smart tourism is able to provide tourism experiences and services by utilizing technological advances from stakeholders (government, destination managers, local communities, and tourists) who utilize information and communication technology.

Keywords: *The Needs of Tourists, Technology Advances, Innovation.*

ABSTRAK

Dalam rangka memajukan pariwisata Indonesia perlu mengimplementasikan *smart tourism*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan urgensi dalam implementasi *smart tourism* untuk kemajuan pariwisata Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif dan menggunakan teknik pengumpulan data studi pustaka. Hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh bahwa keberadaan *smart tourism* ini pada dasarnya merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dengan menggabungkan perangkat teknologi informasi. Wisatawan saat ini memerlukan fasilitas aplikasi perjalanan agar bisa memudahkan perjalanan dan menentukan aktivitas pariwisata dari informasi yang disediakan sehingga wisatawan bisa mengakses ketika membutuhkannya. Penerapan konsep *smart tourism* akan menjadi pengembangan inovasi antara teknologi dengan kebutuhan informasi wisatawan. Optimalisasi pemanfaatan dari semua potensi dan sumber daya yang dimiliki maka akan mendorong peningkatan pengalaman wisatawan terhadap aktivitas pariwisata. Pengembangan konsep *smart tourism* juga akan selalu berdampingan dengan kemajuan teknologi sehingga memerlukan inovasi terus-menerus agar bisa mencapai tujuan yang diharapkan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa konsep *smart tourism* mampu memberikan pengalaman dan jasa kepariwisataan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dari stakeholder (pemerintah, pengelola destinasi, masyarakat lokal, dan wisatawan) yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi.

Kata Kunci : Kebutuhan wisatawan, Kemajuan Teknologi, Inovasi.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki pelbagai macam destinasi wisata. Keberagaman destinasi wisata yang dimiliki oleh Indonesia antara lain alam, budaya, sejarah, pendidikan, bahari, agrowisata, desa wisata, religi, minat khusus, dan pelbagai macam destinasi wisata lainnya. Keberadaan destinasi wisata ini dapat menarik wisatawan untuk berkunjung dan menikmati beragam daya tarik wisata, fasilitas, layanan dan segala isi di dalamnya yang ditawarkan. Selain itu, pembangunan serta pengembangan dalam bidang pariwisata dilakukan secara menyeluruh sampai ke daerah-daerah dengan mengangkat potensi masing-masing (Rohman et al., 2020). Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pengelola untuk menciptakan destinasi wisata yang mengikuti perkembangan teknologi informasi pada era digital saat ini. Era digital ialah periode dimana manusia mempunyai gaya hidup baru yakni tidak dapat dilepaskan dari internet serta piranti elektronik guna melakukan kegiatan berbasis digital dalam kehidupan sehari-hari (Basnet & Auliya, 2022). Dalam kaitannya dengan pariwisata, saat ini yang dapat diimplementasikan salah satunya ialah *smart tourism*. Konsep *Smart Tourism Destination* (STD) mengadaptasi gagasan yang sama dengan *Smart City*, hanya saja STD khusus diterapkan pada destinasi wisata (Akbar Bachrian & Suryawan, 2021).

Smart city berkaitan erat dengan suatu wilayah geografis yang dikelola oleh pemerintah dan didukung dengan pemanfaatan teknologi informasi yang baik dan berkualitas untuk memberikan manfaat bagi publik (Dameri, 2013). Katsoni & Segarra-Oña, (2019) menyatakan bahwa *smart tourism* menggambarkan tahap pengembangan pariwisata saat ini yang dipengaruhi oleh evolusi teknologi informasi. *Smart tourism* merupakan fenomena sosial yang muncul dari konvergensi teknologi

informasi dengan pengalaman pariwisata (Hunter et al., 2015).

Kehadiran *smart tourism* ini dapat dimanfaatkan sebagai upaya untuk mengintegrasikan peran teknologi informasi dan pariwisata pada destinasi wisata. *Smart tourism* merupakan bagian dari aktivitas berwisata untuk memberikan pelayanan informasi dan dapat diterima wisatawan selama proses wisata (Li et al., 2016). Fenomena *smart tourism* ini harus di tangkap sesuai dengan perkembangan dan tren pariwisata yang semakin hari mudah berubah ke arah yang lebih baik. Pariwisata merupakan salah satu industri yang tidak mampu bertahan tanpa mobilitas wisatawan (Pertiwi et al., 2021). Apabila dikelola secara maksimal, sektor pariwisata bisa menjadi salah satu bidang yang mendorong peningkatan ekonomi masyarakat (Kiswantoro & Susanto, 2021).

Adanya *smart tourism* ini juga perlu diperhitungkan secara matang mengingat ada pelbagai prinsip berkaitan dengan *smart tourism* antara lain ialah 1) bekerja untuk mengembangkan kesan atau citra pariwisata, 2) menyediakan *platform* intelektual, 3) mengumpulkan dan menyebarkan informasi di dalam batas-batas kawasan wisata, dan distribusi sumber daya wisata yang efektif, dan terakhir 4) menyediakan integrasi tingkat mikro dan makro dari wisatawan di industri pariwisata untuk memastikan efisien pembagian bonus kepada masyarakat setempat pada kegiatan pariwisata (Tukhliev & Muhamadiyev, 2019).

Implementasi *smart tourism* pada pariwisata di Indonesia sangat penting dilakukan. Terlebih di masa pandemi saat ini. Situasi di Indonesia pada masa pandemi Covid-19 juga tidak jauh berbeda dengan negara-negara lain (Priatmoko et al., 2022). Kehadiran *smart tourism* juga diharapkan dapat mendorong terciptanya destinasi wisata yang berkualitas. Salah satu hal yang penting dari keberadaan *smart tourism* pada bidang

pariwisata adalah berkaitan dengan kemudahan terhadap akses informasi pariwisata di era digital saat ini. Lahirnya *smart tourism* ini dapat dijadikan sebagai jembatan terhadap akses informasi pariwisata. Informasi mengenai pariwisata sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan informasi wisatawan. Informasi yang menjelaskan mengenai pariwisata baik suatu negara atau daerah tertentu sangat berguna untuk menarik minat wisatawan yang datang (Sunaki & Christiani, 2015). Berkaitan dengan hal tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendeskripsikan urgensi dalam implementasi *smart tourism* untuk kemajuan pariwisata Indonesia.

TINJAUAN LITERATUR

Teknologi Komunikasi dan Informasi merupakan aplikasi mengenai pengetahuan dan ketrampilan yang memiliki fungsi dalam kehidupan manusia sebagai alat menyebarkan pesan informasi agar mampu menyelesaikan permasalahan sebagai pencapaian dalam tujuan komunikasi. Perkembangan teknologi memberikan dampak yang positif maupun negatif sehingga memberikan pengaruh pergeseran dalam aspek kebudayaan atau kebiasaan di masyarakat secara perlahan (Setiawan, 2018). Produk teknologi informasi adalah media massa yang berkembang secara pesat dari tahun ke tahun.

Tsaih & Hsu (2018) menjelaskan bahwa perkembangan mengenai Teknologi Komunikasi dan Informasi beriringan dengan kemajuan dalam bidang komputerisasi sehingga dari awalnya komputer yang memiliki fungsi hanya untuk kegiatan menulis, membuat gambar dan grafik sampai dengan menyimpan data sudah berkembang menjadi alat untuk menyampaikan informasi atau melakukan komunikasi dari jaringan lunak dan mampu menyebarkan informasi sampai ke seluruh dunia. Dengan

adanya dorongan perbaikan jaringan internet menjadikan kemudahan dalam perkembangan teknologi yang terus-menerus terbarukan yang mampu memberikan pemahaman mengenai bagaimana budaya yang dimiliki masyarakat bisa menjadi perangkat dalam berespresi budaya.

Teknologi Komunikasi dan Informasi sudah menjadi kebutuhan manusia dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi dalam beraktivitas. Kemajuan mengenai Teknologi komunikasi dan informasi ini juga mempengaruhi sektor pariwisata dimana industri pariwisata harus memenuhi kebutuhan wisatawan. Menurut Hanum et al., (2020) dalam memenuhi kebutuhan wisatawan mengenai peningkatan pengalaman dalam berwisata, kesejahteraan masyarakat setempat, dan peningkatan efektivitas daya saing dalam upaya mengapai tujuan dari adanya industri pariwisata dan pengarahannya secara keberlanjutan yang kompetitif dengan cara menyeluruh bisa dilakukan dengan cara pengaplikasian konsep *smart tourism*. Bahkan penerapan *smart tourism* yang memiliki basis teknologi mampu memberikan solusi yang terbaik dalam menjawab kebutuhan wisatawan pada era digital saat ini.

Perkembangan teknologi pada saat ini memunculkan wisatawan yang cerdas sehingga memberikan kesadaran industri pariwisata akan persaingan yang semakin ketat (Gretzel, Werthner, et al., 2015; Lee et al., 2020). Sehingga dalam industri pariwisata memerlukan adanya terobosan baru secara berkala untuk mampu bertahan. Tren komunikasi pariwisata saat ini memiliki basis dalam jaringan yang mengacu pada perilaku wisatawan (Novianti & Wulung, 2020; Scharl et al., 2017). Dengan adanya pengembangan konsep *smart tourism* berbasis teknologi informasi dan komunikasi maka akan membantu mengenalkan keunggulan destinasi, seperti daya tarik wisata dan segala sesuatu yang ada di

dalamnya, ataupun keanekaragaman kuliner yang dimiliki. Pengembangan performa mengenai informasi terkini mampu memberikan peluang untuk menciptakan kerja sama dengan pihak-pihak swasta. Jaringan digital dalam destinasi pariwisata mampu memperluas pangsa pasar wisatawan. Salah satu terobosan yang bisa dilakukan adalah dengan memaksimalkan perkembangan teknologi informasi dengan cara berinovasi secara terus-menerus.

Kegiatan dalam pariwisata memerlukan intensitas informasi pariwisata dan tingkat ketergantungan yang tinggi dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) (Gretzel, Sigala, et al., 2015). Menurut Widiyanti et al., (2021) wisatawan milenial memiliki persepsi eksternal maupun internal yang positif dalam penerapan konsep *smart tourism*. Hal ini mendorong perubahan pada tren pariwisata yang menjadi lebih baik lagi. Pada dasarnya, hal ini mampu menjadi pedoman untuk pengembangan konsep *smart tourism*, khususnya pada pengembangan teknologi informasi dan komunikasi.

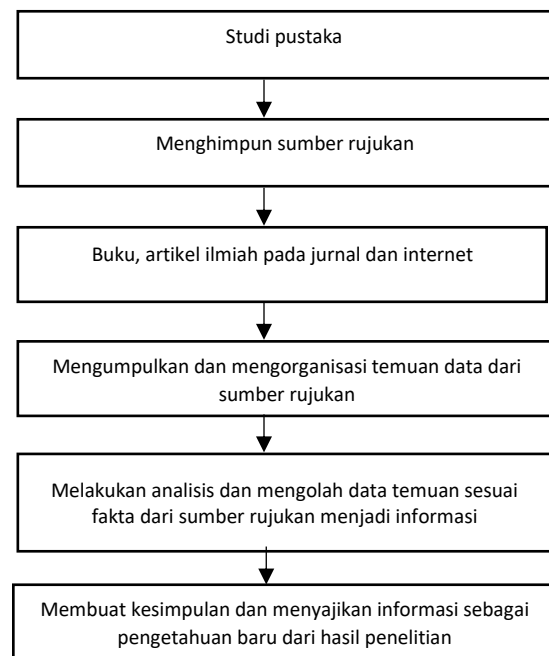
Dalam penerapan konsep *smart tourism* mampu menjadi inovasi baru sehingga dapat memberikan pengalaman dan wawasan baru dalam berwisata. Penerapan *smart tourism* dapat dijadikan sebagai strategi dalam meningkatkan kunjungan dan membangun citra nama destinasi wisata.

Penelitian mengenai implementasi *smart tourism* sudah dilakukan di beberapa destinasi di Indonesia. Penerapan konsep *smart tourism* memiliki manfaat yaitu memberikan pengalaman dan kepuasan lebih terhadap wisatawan. Namun, belum banyak penelitian mengenai urgensi implementasi *smart tourism* untuk kemajuan pariwisata Indonesia. Padahal dengan adanya pemanfaatan kemajuan teknologi akan mampu menambah daya tarik wisata pada obyek wisata. Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi

pengembangan destinasi wisata yang menggunakan konsep *smart tourism* di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Dalam proses pelaksanaan penelitian, teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan buku, artikel ilmiah pada jurnal dan berbagai sumber lain yang diperoleh di internet guna mendukung penelitian yang dilakukan. Adapun langkah-langkahnya dapat dijabarkan pada gambar berikut ini :



Gambar 1. Alur Studi Pustaka
Sumber: Diolah Peneliti, 2022

Penelitian ini menggunakan cara metode analisis data sekunder dan deskriptif analisis. Dimana metode analisis data dan deskriptif analisis ini memiliki cara pemecahan masalah menggunakan cara mendiskripsikan, menggambarkan, menjelaskan, dan menganalisis suatu kondisi yang memiliki objek permasalahan dari sudut pandang penulis sendiri berdasarkan hasil

menelaah pustaka yang menunjang (studi literatur). Data sekunder ini didapatkan dari pustaka yang sangat menunjang seperti buku, artikel ilmiah pada jurnal dan berbagai sumber lain yang diperoleh di internet.

Studi literatur ini dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mengorganisasi semua data yang merupakan data sekunder yang berhubungan dengan topik yang dibawa penulis dan juga masalah terkait urgensi implementasi *smart tourism* di Indonesia. Proses untuk menganalisis data dapat dilaksanakan setelah semua data sudah terkumpul. Analisis dapat dilakukan dengan cara membaca lalu memahami, memahami dan membuat perbandingan berbagai sumber pustaka yang menginterpretasikan sebuah hasil analisis, sehingga dapat memunculkan jawaban semua permasalahan. Tahap akhir, ialah dapat memberi kesimpulan dan menyajikan terhadap permasalahan yang sudah bisa dijawab.

Berdasarkan sumber-sumber yang ada, peneliti mengolah dan melakukan analisis data untuk menjadi sebuah penelitian berkaitan dengan urgensi implementasi *smart tourism* untuk kemajuan pariwisata Indonesia. Berkaitan dengan studi pustaka yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian, Afrizal (2017) memaparkan bahwa esensi studi pustaka merupakan penyajian hasil bacaan literatur yang telah dilakukan oleh peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai pustaka seperti buku, artikel ilmiah pada jurnal dan berbagai sumber lain yang diperoleh di internet. Berikut merupakan tabel 1 sebagai literatur pendukung hasil dan pembahasan:

Tabel 1. Literatur Pendukung Hasil dan Pembahasan

Penulis (Tahun)	Sumber	Data	Deskripsi
Hanum et al., (2020)	Jurnal	Studi Literatur	1. Penerapan smart tourism berbasis teknologi. 2. Pengaplikasian konsep smart tourism dapat membawa pengalaman wisata yang lebih baik, kesejahteraan penduduk, meningkatkan efektivitas - daya saing - tujuan bisnis dan akan mengarah pada keberlanjutan.
Buhalis & Amaranggana, (2013)	Prosiding	-	Pemanfaatan pengembangan Smart Cities dengan mengkonseptualisasikan kerangka kerja <i>Smart Tourism Destinations</i> melalui eksplorasi aplikasi pariwisata di destinasi dan menyikapi peluang dan tantangan yang dimiliki.
Negara & Sagita (2021)	Jurnal	Purposive Sampling	Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi pariwisata sangat berdampak meningkatkan kepuasan wisatawan. Salah satunya berupa penggunaan smartphone sebagai alat perjalanan wisata seperti pemesanan akomodasi, pemilihan destinasi, pencarian lokasi wisata, jarak ke lokasi wisata, cuaca di lokasi wisata, mengunggah kenangan perjalanan wisata, serta kebutuhan wisata lainnya.

Kemenparekraf (2021)	Website	-	<i>Digital Tourism</i>
Kemenparekraf (2021)	Buku	-	Sub-sektor industri pariwisata
Guo et al., (2014)	Jurnal	-	Strategi <i>smart tourism</i>
Femenia-Serra & Neuhofer (2019)	Jurnal	Studi Literatur	Destinasi cerdas, sebagai ekosistem baru yang didukung oleh konteks geografis yang konkret, memfasilitasi <i>co-creation</i> yang kaya, berbasis teknologi, pengalaman pariwisata cerdas
Nindyati (2017)	Buku	-	Teknologi sudah menjadi kebudayaan dan kebutuhan manusia saat ini.
Yeoman & Yu (2012)	Jurnal	Studi Literatur	Revolusi Teknologi
(Widodo & Dasiah (2021)	Jurnal	Purposive sampling dengan data sekunder berupa informasi website, aplikasi digital dan aplikasi mobile	Strategi Progresif penerapan smart tourism
Priatmoko & David (2021)	Jurnal	<i>purposive random sampling</i>	Peluang Teknologi Komunikasi Informasi (TIK) dan pemanfaatannya untuk bisnis pariwisata.
Priatmoko et al., (2021)	Jurnal	Mixed-method	Perencanaan masa depan pariwisata

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

Teknologi Informasi dan Pariwisata

Menurut Negara & Sagita (2021) kebutuhan pokok akan mencari, menseleksi, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau layanan wisata dalam mengetahui informasi fasilitas-fasilitas penunjang aktivitas wisata seperti akomodasi, tempat makan, serta destinasi wisata. Wisatawan saat ini memerlukan fasilitas aplikasi perjalanan agar bisa memudahkan perjalanan dan menentukan aktivitas pariwisata dari informasi yang disediakan sehingga wisatawan bisa mengakses ketika membutuhkannya. Menurut Kristiana (2018) ada 2 hal yang mempengaruhi perilaku wisatawan dalam memanfaatkan aplikasi perjalanan wisata, antara lain:

1) *perceived usefulness*

Pengaruh terhadap perilaku wisatawan yang memiliki dominan yang paling besar adalah aplikasi perjalanan yang mudah di akses dan juga mempermudah wisatawan dalam memesan perjalanan sehingga wisatawan bisa merencanakan berpergian atau memilih destinasi wisata yang menjadi tujuan. Hal tersebut sesuai penilaian wisatawan dalam penggunaan aplikasi perjalanan.

2) *Ease of use*

Dalam hal ini memiliki 2 faktor yang mempengaruhi perilaku wisatawan dalam menggunakan aplikasi perjalanan yaitu mudah untuk dipahami dan juga sangat membantu wisatawan dalam memperoleh informasi. Wisatawan sebagai pengguna teknologi bisa memperoleh pemahaman

sehingga terbentuknya kepercayaan. Salah satu, aplikasi perjalanan di Indonesia yang mudah dipahami oleh wisatawan pada saat akan melakukan aktivitas pariwisata adalah Traveloka.

Menurut Kemenparekraf (2021a) menyatakan telah menyiapkan strategi dalam menunjang implementasi *smart tourism* secara matang. Strategi tersebut, antara lain:

- 1) Peningkatan layanan internet dan wifi dengan bekerja sama dengan Kemkominfo untuk mengembangkan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya pada 5 destinasi super prioritas dan beberapa desa wisata yang berada di Indonesia. Dengan adanya *signal coverage* yang lebih memadai akan mampu mengoptimalkan perkembangan tren wisata digital.
- 2) Pembuatan *platform* media sosial untuk destinasi wisata di Indonesia. Namun, dalam hal ini diperlukan tempat wisata yang *Instagramable* sebagai salah satu cara untuk mempromosikan destinasi wisata dengan gratis. Mengingat saat ini semua serba digital, maka harus diberikan kemudahan wisatawan untuk mengakses destinasi wisata. Oleh karena itu, *platform online* harus dilengkapi dengan layanan memesan tiket, informasi transportasi, informasi akomodasi, dan juga informasi destinasi wisata yang menjadi tujuan.
- 3) Industri pariwisata juga sedang berupaya mengembangkan sistem pembayaran *cashless environment*, atau pembayaran *digital* menggunakan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) agar dalam pembayaran bisa dilakukan dengan cepat, mudah, dan aman. Dengan pengembangan teknologi pada industri pariwisata diharapkan bisa memberikan kepuasan terhadap wisatawan.

Pada saat ini berbelanja, bekerja, dan belajar tidak terlepas dengan bantuan teknologi digital. Teknologi digital mendorong penetrasi mengenai berbagai

aktivitas dari aplikasi *e-commerce*, *zoom*, dan *telemedicine* dan juga *digital maturity* mengenai kemampuan yang dimiliki masyarakat. Salah satu aktivitas manusia yang mengalami pengembangan digital secara pesat adalah pariwisata (Kemenparekraf, 2021b). Kegiatan wisatawan dalam merencanakan wisata, *pre-on-post journey* banyak yang menggunakan digital. Sehingga tidak heran usaha *Online Travel Agent* (OTA) berkembang pesat dan mendisrupsi agen perjalanan konvensional.

Menurut Priatmoko & David (2021) OTA memerlukan pemahaman komprehensif mengenai desa wisata dengan aplikasi OTA agar mendapatkan bisnis yang lebih baik ke depannya serta mampu menjangkau pasar yang sudah direncanakan. Pengembangan desa wisata di Indonesia saat ini berkembang pesat karena didukung oleh trend wisata pedesaan saat ini. Hal ini menjadi tantangan perkembangan daerah pedesaan yang memiliki daya tarik wisata. Salah satu, cara yang bisa dilakukan adalah dengan memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menyediakan fasilitas informasi yang diharapkan wisatawan. Selain itu, hal ini juga akan mengundang banyak investasi dalam menopang kegiatan wisata dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Urgensi Implementasi *Smart Tourism* di Indonesia

Indonesia sangat terkenal dengan potensi berbagai macam daya tarik wisata nya. Dalam upaya mendukung implementasi *Smart Tourism* di Indonesia, destinasi wisata harus mampu beradaptasi menyesuaikan tren perkembangan pariwisata saat ini. Menurut Priatmoko et al., (2021) diperlukan perencanaan yang tepat dan benar dalam pembangunan pariwisata Indonesia ke depannya. Penerapan konsep *smart tourism* akan menjadi pengembangan inovasi antara teknologi dengan kebutuhan informasi wisatawan. Optimalisasi pemanfaatan dari

semua potensi dan sumber daya yang dimiliki maka akan mendorong peningkatan pengalaman wisatawan terhadap aktivitas pariwisata. Pelaksanaan konsep *smart tourism* akan membuka banyak lapangan pekerjaan dan menawarkan berbagai ragam bisnis karena penerapan ini memerlukan banyak sektor usaha lainnya. Pada intinya penerapan konsep *smart tourism* diharapkan mampu memenuhi kebutuhan wisatawan akan perkembangan ICT sehingga mampu memperkenalkan budaya dan mengenalkan destinasi wisata secara visual. Selain itu, dengan adanya hal ini akan membantu meningkatkan kualitas pelayanan serta mampu meningkatkan manajemen pariwisata dan memperluas jangkauan skala industri (Buhalis & Amaranggana, 2013).

Smart tourism bisa diartikan strategi industri pariwisata dalam menghadapi perkembangan teknologi dan informasi yang sedang mengalami kemajuan secara pesat. Konsep *smart tourism* mampu memberikan pengalaman dan jasa kepariwisataan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dari stakeholder (pemerintah, pengelola destinasi, masyarakat lokal, dan wisatawan) yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Konsep *smart tourism* memerlukan platform *hardware* dan *software* dalam menyampaikan informasi serta memberikan layanan yang memuaskan agar mencapai pasar wisata yang terpadu. Penerapan konsep *smart tourism* akan menambah daya tarik wisata sehingga mampu mempengaruhi perilaku dan minat wisatawan karena lebih memberikan kesan pengalaman berwisata. Menurut (Guo et al., 2014) ada beberapa komponen utama yang ada di konsep *smart tourism*, antara lain:

1. *IoT*
2. *Mobile communication*
3. *Cloud computing*
4. *Artificial intelligence*

Menurut (Femenia-Serra & Neuhofer, 2019) ada beberapa cara untuk membuat *smart tourism*, antara lain:

1. *Data centrality*
2. *Real time development*
3. *Based on context-awareness*
4. *Co-created*
5. *Cross cutting issues*

Pengembangan konsep *smart tourism* akan selalu berdampingan dengan kemajuan teknologi sehingga memerlukan inovasi terus-menerus agar bisa mencapai tujuan yang diharapkan. Menurut Hanum et al., (2020) ada empat dimensi untuk teknologi *smart tourism*, antara lain:

- a) Informatif: dengan adanya teknologi *smart tourism* akan membantu menentukan tujuan wisata karena memuat mengenai informasi yang terpercaya
- b) Akses: kemudahan akan akses sehingga membuat pengguna *smart tourism* merasakan kemudahan.
- c) Interaktif: selama pemakaian teknologi *smart tourism* terjadi interaksi oleh pengguna.
- d) Personalisasi: pengguna memiliki kebebasan dalam mengatur tampilan teknologi *smart tourism*.

Dalam implementasi *smart tourism* memerlukan adanya pengembangan alat-alat agar bisa menunjang aktivitas *smart tourism*. Menurut Nindyati (2017) dalam pengelolaan pasar pariwisata *smart tourism* akan dipicu dengan keperluan kelengkapan infrastruktur dan sumber daya lainnya guna mengembangkan pasar pariwisata terpadu, penyediaan informasi, dan layanan yang relevan dari perusahaan. Menurut Yeoman & Yu (2012) wisatawan menggunakan teknologi *tourism destination tools* untuk menunjukkan arah perjalanan dan menjelajahi/ mencari informasi destinasi yang ingin dikunjungi. Bentuk-bentuk dalam *smart tourism destination tools* terbagi menjadi tiga, antara lain:

1. Aplikasi

Aplikasi dibagi menjadi 3 jika berdasarkan online maupun offlinenya, antara lain:

a. *Native Apps*

Perangkat aktif yang mampu diakses dari ikon pada layar perangkat. *Native Apps* ini mampu memberikan referensi yang bermanfaat karena menyediakan informasi tanpa akses internet.

b. *Web Apps*

Situs web yang mirip dan bisa terasa seperti aplikasi asli.

c. *Hybird Apps*

Aplikasi antara *web apps* dan *native apps* dimana aplikasi ini tersedia di took aplikasi (*apps store*) dan menggunakan beberapa fitur.

2. *Augmented Reality (AR)*

Salah satu bentuk aplikasi yang memiliki keamatan hubungan dengan perangkat keras tambahan (kamera inbuilt pada perangkat mobile) yang bisa menginformasikan melalui pembangunan citra. Dalam hal ini AR bisa memberikan pengalaman kepada wisatawan, khususnya jika ada kegiatan-kegiatan kebudayaan. Jika dikembangkan terus-menerus maka akan membantu menciptakan mengenai pengalaman yang melibatkan aktivitasnya dengan wisatawan secara aktif dalam hal ini.

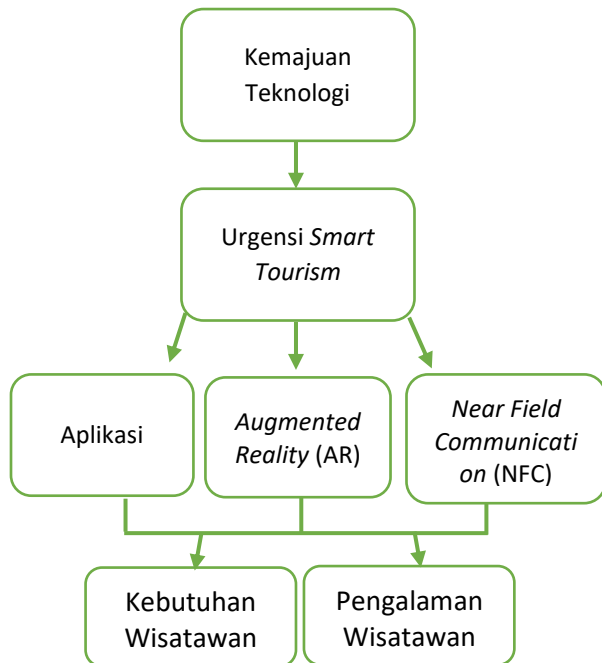
3. *Near Field Communication (NFC)*

NFC merupakan aturan standar dalam komunikasi radio nirkabel dari jarak dekat yang memproses pengiriman data sehingga bisa disimpan dalam perangkat elektronik. NFC dalam pariwisata biasanya digunakan di destinasi wisata, seperti museum yang menggunakan aplikasi untuk memberikan informasi mengenai koleksi benda bersejarah (artefak, lukisan, dan patung) dengan memanfaatkan telepon bahasa asli sehingga membuat sesuatu pengalaman baru. Selain itu, NFC juga bisa dimanfaatkan pada

akomodasi hotel untuk scan pintu dengan cara tap pintu keamanan hotel dan sebagai akses informasi mengenai atraksi lokal.

Menurut Widodo & Dasiah (2021) strategi dalam mengembangkan *smart tourism* adalah dengan cara strategi progresif dimana pengembangan *smart tourism* dalam kondisi prima dan baik. Hal ini akan membuat konsep berjalan secara keberlanjutan dalam memperbesar peluang dan mendapatkan peningkatan semaksimal mungkin. Penguatan teknologi informasi yang bisa memudahkan wisatawan merupakan salah satu faktor terpenting karena pada saat ini wisatawan akan mencari informasi tempat wisata dan informasi terbaru serta melibatkan semua masyarakat untuk bisa memberikan pandangan mengenai tempat wisata. Informasi yang diberikan dari pengalaman wisatawan ini akan berpengaruh kepada tingkat kunjungan wisatawan mengingat wisatawan saat ini akan melakukan proses pencarian informasi sebelum melakukan aktivitas wisata. Selain itu, kebijakan pemerintah mengenai regulasi dan bantuan finansial juga menjadi hal penting agar konsep *smart tourism* bisa berkelanjutan.

Sebagai upaya untuk mempermudah memahami hasil temuan peneliti dalam penelitian yang telah dilakukan, selanjutnya peneliti menyajikan gambar hasil analisis peneliti sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil Analisis Peneliti

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

Gambar 2 diatas merupakan hasil analisis dalam penelitian ini. Kemajuan teknologi menjadi dorongan perlunya ada konsep *smart tourism* di Indonesia. Dalam penerapan *smart tourism* memerlukan *destination tools* terbagi menjadi tiga, antara lain:

1. Aplikasi
2. *Augmented Reality* (AR)
3. *Near Field Communication* (NFC)

Penerapan konsep *smart tourism* akan memenuhi kebutuhan wisatawan akan informasi pariwisata dan juga menambah pengalaman wisatawan ketika melaksanakan kegiatan wisata.

PENUTUP

Saat ini, keberadaan teknologi informasi dapat menciptakan *smart tourism* pada bidang pariwisata yaitu akses informasi dapat dilakukan dengan memanfaatkan situs *website*, media sosial atau beragam aplikasi lain, lebih-lebih saat ini ditunjang dengan perangkat yang mumpuni seperti *personal*

computer atau *smartphone* dapat menunjang pengalaman sebelum, saat dan setelah melakukan perjalanan wisata. Perubahan wisata yang terjadi pada *smart tourism* ini juga menunjukkan pergeseran dari pariwisata konvensional menuju pariwisata yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi. *Smart tourism* mengatur dan menyampaikan pengalaman serta jasa dalam kepariwisataan dengan pintar (memanfaatkan teknologi) yang dihasilkan oleh stakeholders yang tergabung dalam ekosistem *smart tourism* seperti produsen, distributor, wisatawan itu sendiri, agen pemerintah, agen perjalanan dan pelaku memanfaatkan ICT.

Selain itu, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi ini tidak hanya sebatas pada pemenuhan kebutuhan informasi, akan tetapi juga mampu menunjang reservasi mandiri serta layanan berbasis teknologi informasi lainnya agar dapat diakses secara efektif dan efisien. Tujuan utamanya dalam implementasi *smart tourism* pada destinasi wisata yaitu untuk memanfaatkan sistem agar meningkatkan pengalaman pariwisata dan meningkatkan efektivitas pengelolaan sumber daya untuk memaksimalkan daya saing destinasi dan kepuasan konsumen sambil juga menunjukkan keberlanjutan dalam jangka waktu yang Panjang. Ada 2 hal yang mempengaruhi perilaku wisatawan dalam memanfaatkan aplikasi perjalanan wisata yaitu *perceived usefulness* dan *Ease of use*.

Konsep *smart tourism* mampu memberikan pengalaman dan jasa kepariwisataan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dari stakeholder (pemerintah, pengelola destinasi, masyarakat lokal, dan wisatawan) yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Ada empat dimensi untuk teknologi *smart tourism*, yaitu informatif, akses, interaktif: dan personalisasi. pengelolaan pasar pariwisata *smart tourism* akan dipicu dengan keperluan kelengkapan infrastruktur dan

sumber daya lainnya guna mengembangkan pasar pariwisata terpadu, penyediaan informasi, dan layanan yang relevan dari perusahaan. Penguatan teknologi informasi yang bisa memudahkan wisatawan merupakan salah satu faktor terpenting karena pada saat ini wisatawan akan mencari informasi tempat wisata dan informasi terbaru serta melibatkan semua masyarakat untuk bisa memberikan pandangan mengenai tempat wisata. Informasi yang diberikan dari pengalaman wisatawan ini akan berpengaruh kepada tingkat kunjungan wisatawan mengingat wisatawan saat ini akan melakukan proses pencarian informasi sebelum melakukan aktivitas wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Rajawali Pers.
- Akbar Bachrian, F., & Suryawan, I. B. (2021). Jurnal Destinasi Pariwisata Implementasi Bandung Smart City Untuk Mewujudkan Smart Tourism Destination. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(2), 458–476.
- Basnet, S. D., & Auliya, A. (2022). STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM PENYELENGARAAN EVENT INACRAFT 2022. *Journal of Tourism and Economic*, 5(1), 18–31.
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2013). Smart Tourism Destinations. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2014* (pp. 553–564). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-03973-2_40
- Dameri, R. P. (2013). Searching for Smart City definition: a comprehensive proposal. *International Journal of Computers & Technology*, 11(5), 2544–2551. www.cirworld.com,
- Femenia-Serra, F., & Neuhofer, Barbara. (2019). Smart Tourism Experiences: Conceptualisation, Key Dimension and Research Agenda. *Investigaciones Regionales – Journal of Regional Research*, 129–150.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
- Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., & Lamsfus, C. (2015). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. *Computers in Human Behavior*, 50, 558–563. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.043>
- Guo, Y., Liu, H., & Yi, C. (2014). The Embedding Convergence of Smart Cities and Tourism Internet of Things in China: An Advance Perspective. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 2(1), 54–69.
- Hanum, F., Dadang, S., Muljana, Eng. B., Endyana, C., & Rachmat, H. (2020). Konsep Smart Tourism sebagai Implementasi Digitalisasi di Bidang Pariwisata. *Tornare: Journal of Sustainable Tourism Research*, 2(2), 14–17. <https://doi.org/10.24198/tornare.v2i2.25787>
- Hunter, W. C., Chung, N., Gretzel, U., & Koo, C. (2015). Constructivist Research in Smart Tourism*. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 25(1). <https://doi.org/10.14329/apjis.2015.25.1.103>

- Katsoni, V., & Segarra-Oña, M. (2019). *Smart tourism as a driver for culture and sustainability*. Springer International Publishing.
- Kemenparekraf. (2021a). *Strategi Digital Tourism dalam Menggaet Wisatawan*. <https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Strategi-Digital-Tourism-dalam-Menggaet-Wisatawan>
- Kemenparekraf. (2021b). *Tren Industri Pariwisata*.
- Kiswanto, A., & Susanto, D. R. (2021). STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WONOKRITI SEBAGAI DESA WISATA EDELWEIS DI KAWASAN TAMAN NASIONAL BROMO TENGGER SEMERU. *Journal of Tourism and Economic*, 4(2), 119–134.
- Kristiana, Y. (2018). Aplikasi Perjalanan dan Perilaku Wisatawan. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(1), 1–18.
- Lee, P., Cannon Hunter, W., & Chung, N. (2020). The construction path and mode of public tourism information service system based on the perspective of smart city. *Sustainability*, 12(10), 1–15. <https://doi.org/10.1155/2020/8842061>
- Li, Y., Hu, C., Huang, C., & Duan, L. (2016). The concept of smart tourism in the context of tourism information services. *Tourism Management*, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.03.014>
- Negara, I. M. K., & Sagita, P. A. W. (2021). Preferensi Smartphone Sebagai Alat Perjalanan Wisata Di Bali. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 9(2), 350. <https://doi.org/10.24843/ipta.2021.v09.i02.p14>
- Nindyati, O. (2017). *Smart Tourism and Culture*.
- Novianti, E., & Wulung, S. R. P. (2020). Implementasi Komunikasi Daring dalam Menunjang Jawa Barat sebagai Destinasi Pariwisata Cerdas. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 53. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i1.697>
- Pertiwi, V. I., Ilman, G. M., & Fitrie, R. A. (2021). PANDEMICS, TOURISM AND COMMUNITIES: AN ADAPTIVE POLICY FROM A CASE STUDY OF INDONESIA. *Journal of Tourism and Economic*, 4(2), 85–99.
- Priatmoko, S., & David, L. D. (2021). Winning tourism digitalization opportunity in the Indonesia CBT business. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 37(3), 800–806. <https://doi.org/10.30892/GTG.37309-711>
- Priatmoko, S., Hossain, B., Rahmawati, W., Winarno, S. B., & David, L. D. (2022). Webinar among Indonesian academics during Covid-19, embracing the audiences. *PLoS ONE*, 17(3), 1–17. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0265257>
- Priatmoko, S., Kabil, M., Magda, R., Pallas, E., & David, L. D. (2021). Bali and the next proposed tourism development model in Indonesia. *Regional Science Inquiry*, 13(2), 161–180.
- Rohman, N., Susanto, D. R., & Kiswanto, A. (2020). STRATEGI PENGELOLAAN PANTAI BANYU TIBO BERBASIS EKOWISATA DI KABUPATEN PACITAN JAWA TIMUR. *Journal of Tourism and Economic*, 3(2), 135–144.
- Scharl, A., Lalicic, L., & Önder, I. (2017). *Analytics in Smart Tourism Design Concepts and Method*.
- Setiawan, D. (2018). Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning*

- in Communication Study*, 4(1), 62.
<https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1474>
- Sunaki, F., & Christiani, L. (2015). KEBUTUHAN DAN PERILAKU PENCARIAN INFORMASI WISATAWANDI TOURIST INFORMATION CENTER PEMUDA SEMARANG. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 4(2), 106–112.
- Tsaih, R. H., & Hsu, C. C. (2018). Artificial intelligence in smart tourism: A conceptual framework. *Proceedings of the International Conference on Electronic Business (ICEB)*, 2(2), 124–133.
- Tukhliev, I. S., & Muhamadiyev, A. N. (2019). SMART-TOURISM EXPERIENCE IN GEO INFORMATION SYSTEMS. *Theoretical & Applied Science*, 72(04), 501–504.
<https://doi.org/10.15863/TAS.2019.04.72.63>
- Widiyanti, R., Rahmawati, R., & Muhammad, N. R. (2021). Persepsi Wisatawan Milenial Terhadap Penerapan Smart Tourism di Museum Gedung Sate. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(2), 115.
<https://doi.org/10.33370/jpw.v23i2.583>
- Widodo, B., & Dasiah, A. N. (2021). Analisis strategi konsep smart tourism pada dinas pariwisata dan ekonomi kreatif DKI jakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3), 294–305.
- Yeoman, I., & Yu, R. L. (2012). Tomorrow's Tourism: Edinburgh 2050: Technological Revolution. Aspects of Tourism. *Buffalo: Channel View Publications*.