

KOTA YOGYAKARTA SEBAGAI DESTINASI SMART TOURISM

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan
Program Strata 1
Program Studi Studi Destinasi Pariwisata
Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung



Disusun oleh:

Nama : Giovanni Alvin

NIM : 201520389

Program Studi Studi Destinasi Pariwisata

Sekolah Tinggi Pariwisata NHI

Bandung

2020

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

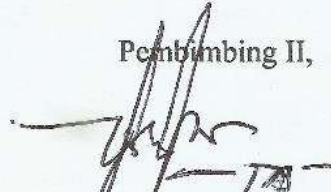
NAMA : GIOVANNI ALVIN
NIM : 201520389
PROGRAM STUDI : STUDI DESTINASI PARIWISATA
JURUSAN : KEPARIWISATAAN

Pembimbing I,



Dr. Beta Budisetyorini, M.Sc.
NIP. 19780119 200212 2 001

Pembimbing II,



Tatan Suhendar, S.Sos., M.Ap.
NIP. 19620912 198903 1 004

Bandung, Juli 2020

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan,

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc.
NIP. 19710506 199803 1 001

Menyetujui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung,

Faisal, MM., Par., CHE
NIP. 19730706 199503 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Giovanni Alvin
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 10 April 1996
NIM : 201520389
Program Studi : Studi Destinasi Pariwisata

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi dengan judul "**Kota Yogyakarta Sebagai Destinasi *Smart Tourism***" merupakan hasil karya dan penelitian saya sendiri. Bukan jiplakan, tiruan, pengutipan ataupun penyusunan yang dilakukan oleh pihak lain. Adapun dengan cara-cara yang tidak sesuai berdasarkan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung. Penyusunan skripsi ini mengikuti etika yang berlaku di masyarakat serta arahan dosen pembimbing.
2. Skripsi ini tidak terdapat karya maupun pendapat pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dalam acuan naskah dengan disebutkan sumber, nama yang bersangkutan, dan dituliskan di daftar pustaka.
3. Surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah skripsi ini ditemukan pelanggaran, maka saya siap untuk diberikan sanksi sesuai dengan norma dan peraturan akademik yang berlaku di STP Bandung. Serta peraturan terkait lainnya.
4. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, September 2020

Yang membuat pernyataan,



GIOVANNI ALVIN

201520389

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang dengan kuasa dan penyertaan-Nya, akhirnya skripsi yang berjudul “KOTA YOGYAKARTA SEBAGAI SMART TOURISM DESTINATION“ dapat diselesaikan dengan baik.

Peneliti secara khusus ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Faisal, MM.Par., CHE selaku Ketua STP Bandung
2. Bapak R. Wisnu Rahtomo, S.Sos.,MM. selaku Ketua Jurusan Kepariwisata
3. Ibu Endah Trihayuningtyas, S.Sos., MM.,Par., selaku Ketua Program Studi Studi Destinasi Pariwisata. Serta seluruh dosen & staf program studi.
4. Ibu Dr. Beta Budisetyorini, M.Sc. selaku Pembimbing I
5. Bapak Tatan Suhendar, S.Sos., M.Ap. selaku Pembimbing II
6. Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta selaku pemerintah
7. Museum Benteng Vredeburg, Taman Pintar, Paku Mas Hotel, Cabin Hotel, Aisya Tour, Zaza Tour, Hamzah Batik, dan Pasar Beringharjo selaku industri pariwisata
8. Orang tua peneliti, Bapak Andreas Joko & Ibu Marianti Nursalim
9. SDP 2015, *8th of SDP* yang sudah berjuang bersama sejak 4 tahun lalu
10. Pingkan Clarisa Sashi yang telah membantu peneliti dalam pengumpulan dan pengolahan data.

Peneliti menyadari bahwa saat ini perkembangan jaman, teknologi serta keilmuan, khususnya pada bidang pariwisata sedang berubah dengan cepat. Untuk memastikan bahwa pertumbuhan pariwisata menuju ke arah yang lebih baik, maka saran dan kritik yang membangun dari rekan-rekan sangat dibutuhkan untuk penyempurnaan penelitian ini.

Bandung, 12 September 2020

Peneliti

ABSTRAK

Penerapan *smart city* telah menjadi tren dalam perencanaan daerah di Indonesia. Kondisi perencanaan pembangunan perkotaan saat ini lebih fokus pada aspek lingkungan dan keberlanjutan masalah-masalah pada jaman ini yang berhubungan langsung pada permasalahan perkotaan. Seperti penurunan kualitas pelayanan publik, berkurangnya ketersediaan lahan pemukiman, kemacetan jalan raya, kesulitan mendapatkan tempat parkir, peningkatan konsumsi energi, pencemaran sampah, peningkatan angka kriminal, dan masalah sosial lainnya. Dengan demikian, untuk dapat menyelesaikan permasalahan tersebut, diperlukan perencanaan pembangunan yang lebih cerdas salah satunya melalui *smart city*. Salah satu sektor pembangunan yang sedang menjadi prioritas 5 tahun terakhir ini adalah sektor pariwisata. Dimana pada bidang pariwisata dikenal dengan konsep *Smart Tourism*. Dalam Indeks Kota Cerdas Indonesia Tahun 2018, Kota Yogyakarta masuk peringkat ke tiga di kategori kota sedang. Sehingga penelitian ini pada akhirnya akan menjawab kesiapan Kota Yogyakarta sebagai Destinasi *Smart Tourism*. Penelitian ini didasarkan pada tiga variabel yaitu, *smart service*, *smart marketing*, dan *smart management*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 30 Juli 2019 sampai dengan 10 Agustus 2019. Partisipan pada penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu *enterprise* dan *government*. Partisipan *enterprise* mencakup Museum Benteng Vredenburg, Taman Pintar, Aisyah Tour, Zaza Tour, Cabin Hotel, Paku Mas Hotel, Hamzah Batik, Pasar Beringharjo, dan untuk *government* yaitu Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *enterprise* dan *government* masih belum siap untuk menjadi destinasi *smart tourism*. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan bagi *enterprise* dan *government* di Kota Yogyakarta untuk dapat menerapkan *smart tourism* kedepannya.

Kata Kunci: *Smart City, Smart Tourism, Smart Tourism Destination, Smart Service, Smart Marketing, Smart Management.*

ABSTRACT

The application of smart cities has become a trend in regional planning in Indonesia. The current condition of urban development planning is focused on environmental aspects and sustainability problems at this era that directly related to urban problem, such as a decrease in public service quality, reduced availability of residential land, road congestion, difficulty in finding parking spaces, increased energy consumption, garbage pollution, increased criminal rates, and other social problems. Thus, to be able to solve these problems, smarter development planning is needed, for example through smart city. Tourism sector is one of top priority in development sector. Where in the tourism sector known as Smart Tourism concept. In the 2018 Indonesia Smart Cities Index, Yogyakarta City ranked third in the medium city category. So in the end, this research will answer how far Yogyakarta City prepared for becoming Smart Tourism Destination. This research is based on three variables, smart service, smart marketing, and smart management. In this study, researchers used a qualitative descriptive analysis. This research was conducted on 30 July 2019 until 10 August 2019. Participants in this study were divided into two, enterprise and government. Enterprise participants include the Vredeborg Fort Museum, Taman Pintar, Aisyah Tour, Zaza Tour, Cabin Hotel, Paku Mas Hotel, Hamzah Batik, Pasar Beringharjo, and for government is Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. The results of this study indicate that enterprise and government still not ready to become smart tourism destinations. The results of this study are expected to give feedback for enterprise and government in Yogyakarta City to be able to implement smart tourism for the future.

Keyword: Smart City, Smart Tourism, Smart Tourism Destination, Smart Service, Smart Marketing, Smart Management.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR BAGAN	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Keterbatasan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Kajian Teori.....	10
1. Smart City.....	10
2. Smart Tourism	12
3. Smart Tourism System	14
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Pemikiran	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Desain Penelitian.....	37
B. Partisipan dan Tempat Penelitian.....	37
C. Pengumpulan Data	38
D. Analisis Data	40
E. Rencana Pengujian Keabsahan Data.....	43
F. Jadwal Penelitian	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Hasil Penelitian	47
B. Pembahasan	104
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....	112

A. Simpulan	112
B. Implikasi	113
C. Saran	114
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN	124

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HALAMAN
1. INDEKS KOTA CERDAS INDONESIA 2018	4
2. CHARACTERS OF TOURISM PRODUCTS.....	16
3. SMART TOURISM SYSTEM FOR SCENIC SPOTS.....	20
4. CONTENTS OF SMART TOURISM MANAGEMENT OF TRAVEL AGENCIES	22
5. ROLE OF GOVERNMENT DEPARTMENTS IN DESTINATION SMART TOURISM MARKETING.....	30
6. WEBSITE MUSEUM BENTENG VREDEBURG	48
7. E-BOOK MATERI MUSEUM BENTENG VREDEBURG	49
8. MEDIA SOSIAL MUSEUM BENTENG VREDEBURG	50
9. WEBSITE TAMAN PINTAR	51
10. MEDIA SOSIAL TAMAN PINTAR.....	52
11. VIDEO PROMOSI TAMAN PINTAR	53
12. WEBSITE AISHA TOUR	54
13. PAKET WISATA ZAZA TOUR YANG DIJUAL DI E-COMMERCE.	56
14. RESPON ZAZA TOUR TERHADAP ULASAN YANG DIBERIKAN OLEH PENGUNJUNG.....	57
15. WEBSITE CABIN HOTEL.....	58
16. PAKU MAS HOTEL DI E-COMMERCE.....	60
17. MEDIA SOSIAL PAKU MAS HOTEL	61
18. APLIKASI PASAR BERINGHARJO	62
19. MEDIA SOSIAL HAMZAH BATIK.....	64
20. TOURIST INFORMATION CENTER DI MUSEUM BENTENG VREDEBURG.....	65
21. LAYANAN KELUHAN MUSEUM BENTENG VREDEBURG	66
22. DENAH DI MUSEUM BENTENG VREDEBURG	67
23. LOKET TIKET TAMAN PINTAR	69
24. RESERVASI DAN PEMBELIAN TIKET DI APLIKASI TAMAN PINTAR.....	70
25. RESERVASI SECARA ONLINE DI AISYA TOUR	72
26. REVIEW AISYA TOUR	73
27. Hasil Penelitian Smart Service di Aisya Tour.....	73
28. RESERVASI TIKET ZAZA TOUR SECARA ONLINE.....	74
29. REVIEW ZAZA TOUR MELALUI GOOGLE REVIEW	75
30. PETUNJUK INFORMASI WISATA YANG DISEDIAKAN CABIN HOTEL.....	76
31. RESERVASI CABIN HOTEL MELALUI E-COMMERCE.....	77
32. REVIEW CABIN HOTEL DI GOOGLE REVIEW	78

33. PETUNJUK INFORMASI WISATA YANG DISEDIAKAN OLEH PAKU MAS HOTEL	79
34. REVIEW PAKU MAS HOTEL DI GOOGLE REVIEW	80
35. FRONT OFFICE PAKU MAS HOTEL	81
36. TOKO-TOKO DI PASAR BERINGHARJO	82
37. LAYANAN KELUHAN DI UPT PUSAT BISNIS.....	83
38. PETUNJUK INFORMASI WISATA YANG DISEDIAKAN OLEH HAMZAH BATIK	84
39. VIDEO PRODUK YANG DITAMPILKAN DIDALAM HAMZAH BATIK.....	85
40. ARTEFAK YANG SUDAH DIBANTU DENGAN TEKNOLOGI 1.....	86
41. ARTEFAK YANG SUDAH DIBANTU DENGAN TEKNOLOGI 2.....	87
42. PENGALAMAN INTERAKTIF DI TAMAN PINTAR 1.....	89
43. PENGALAMAN INTERAKTIF DI TAMAN PINTAR 2.....	89
44. SUMBER LISTRIK DI CABIN HOTEL.....	91
45. UPS DI COMPUTER ROOM DI PAKU MAS HOTEL.....	93
46. KONTAK AISYA TOUR UNTUK PENAWARAN TERBAIK DAN PEMESANAN SECARA ONLINE	95
47. PAKET WISATA YANG MASIH KONVENSIONAL DI ZAZA TOUR	97
48. CONTOH PETUNJUK INFORMASI WISATA YANG TELAH DILAKUKAN OLEH HAMZAH BATIK	115
49. CONTOH MAP DIGITAL YANG SUDAH DILAKUKAN OLEH TAMAN PINTAR	116
50. CONTOH MAP YANG MASIH KONVENSIONAL YANG DISEDIAKAN OLEH MUSEUM BENTENG VREDEBURG	116

DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
1. KONSEP SMART CITY	10
2. KONSEP SMART TOURISM	13
3. CONTENTS OF SMART TOURISM SERVICE PROVIDED BY TOURISM ENTERPRISES	18
4. CONSTRUCTION OF HOTEL SMART TOURISM MANAGEMENT SYSTEM.....	21
5. MATRIKS OPERASIONAL VARIABLE ENTERPRISE DARI SMART TOURIM SYSTEM (1).....	23
6. MATRIKS OPERASIONAL VARIABLE ENTERPRISE DARI SMART TOURIM SYSTEM (2).....	24
7. MATRIKS OPERASIONAL VARIABLE GOVERNMENT DARI SMART TOURIM SYSTEM (1).....	32
8. MATRIKS OPERASIONAL VARIABLE GOVERNMENT DARI SMART TOURIM SYSTEM (2).....	33
9. PENELITIAN TERDAHULU (1)	34
10. PENELITIAN TERDAHULU (2)	35
11. JADWAL PENELITIAN.....	46
12. PARTISIPAN PENELITIAN	47
13. HASIL PENELITIAN SMART MARKETING DI MUSEUM BENTENG VREDEBURG.....	50
14. HASIL PENELITIAN SMART MARKETING DI TAMAN PINTAR..	53
15. HASIL PENELITIAN SMART MARKETING DI AISYA TOUR.....	55
16. HASIL PENELITIAN SMART MARKETING DI ZAZA TOUR	57
17. HASIL PENELITIAN SMART MARKETING DI CABIN HOTEL	59
18. HASIL PENELITIAN SMART MARKETING DI PAKU MAS HOTEL	61
19. HASIL PENELITIAN SMART MARKETING DI PASAR BERINGHARJO.....	63
20. HASIL PENELITIAN SMART MARKETING DI HAMZAH BATIK.	64
21. HASIL PENELITIAN SMART SERVICE DI MUSEUM BENTENG VREDEBURG.....	68
22. HASIL PENELITIAN SMART SERVICE DI TAMAN PINTAR	71
23. HASIL PENELITIAN SMART SERVICE DI ZAZA TOUR.....	75
24. HASIL PENELITIAN SMART SERVICE DI CABIN HOTEL	78
25. HASIL PENELITIAN SMART SERVICE DI PAKU MAS HOTEL	81
26. HASIL PENELITIAN SMART SERVICE DI PASAR BERINGHARJO	83
27. HASIL PENELITIAN SMART SERVICE DI HAMZAH BATIK	85
28. HASIL PENELITIAN SMART MANAGEMENT DI MUSEUM BENTENG VREDEBURG	88
29. HASIL PENELITIAN SMART MANAGEMENT DI TAMAN PINTAR	90

30. HASIL PENELITIAN SMART MANAGEMENT DI CABIN HOTEL	92
31. HASIL PENELITIAN SMART MANAGEMENT DI PAKU MAS HOTEL.....	94
32. HASIL PENELITIAN SMART MANAGEMENT DI AISYA TOUR ...	96
33. HASIL PENELITIAN SMART MANAGEMENT DI ZAZA TOUR.....	97
34. HASIL PENELITIAN SMART ADMINISTRATION TERHADAP ENTERPRISE DI DINAS PARIWISATA KOTA YOGYAKARTA	99
35. HASIL PENELITIAN SMART ADMINISTRATION TERHADAP WISATAWAN DI DINAS PARIWISATA KOTA YOGYAKARTA...	100
36. HASIL PENELITIAN SMART SERVICE DI DINAS PARIWISATA KOTA YOGYAKARTA.....	102
37. HASIL PENELITIAN SMART SERVICE DI DINAS PARIWISATA KOTA YOGYAKARTA.....	103

DAFTAR BAGAN

BAGAN	HALAMAN
1. SMART TOURISM SYSTEM	7
2. KERANGKA PEMIKIRAN SMART TOURISM.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	HALAMAN
I. PEDOMAN WAWANCARA.....	124
II. OPEN CODING	127
III. AXIAL CODING.....	131
IV. TRANSKRIP 1	147
V. TRANSKRIP 2	153
VI. TRANSKRIP 3	161
VII. TRANSKRIP 4	164
VIII. TRANSKRIP 5	172
IX. TRANSKRIP 6	178
X. TRANSKRIP 7	183
XI. TRANSKRIP 8	187
XII. TRANSKRIP 9	190
XIII. TRANSKRIP 10	197
XIV. SURAT IZIN PENELITIAN	200
XV. SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKAKUKAN PENELITIAN	202
XVI. BIODATA MAHASISWA	204
XVII. HASIL UJI PLAGIARISME	205

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, M. Toha. (2008). *Metode Penelitian*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Aulia, I. (2018). *Analisa Strategik Konsep Smart Tourism Pada Pariwisata Indonesia*. Universitas Indonesia - Jakarta, Indonesia
- Barrionuevo, J.M., Berrone, P. & Ricart, J. E. (2012). Smart Cities, Sustainable Progress. *IESE Insight*, Vol. 14, pp. 50-57. DOI: 10.15581/002.ART-2152
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2015). Conceptualising Smart Tourism Destination Dimensions. *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*. Springer International Publishing Switzerland. DOI 10.1007/978-3-319-14343-9_29
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2013). Smart Tourism Destinations. *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*, 553-564. DOI: 10.1007/978-3-319-03973-2_40
- Caragliu, A., Del Bo, C., & Nijkamp, P. (2009). Smart Cities in Europe, *Journal of Urban Technology*, Vol. 18, No. 2, pp. 65-82. Diambil dari https://inta-aiavn.org/images/cc/Urbanism/background%20documents/01_03_Nijkamp.pdf
- Chen, T. (2010). Smart Grids, Smart Cities Need Better Networks. *IEEE Network*, 24(2), 2-3. DOI: [10.1109/MNET.2010.5430136](https://doi.org/10.1109/MNET.2010.5430136)
- Gajdosik, T. (2018). Smart Tourism: Concepts and Insights from Central Europe. *Czech Journal of Tourism*, 7(1), 25-44. DOI: 10.1515/cjot-2018-0002.

- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart Tourism: Foundations and Developments. *Electron Markets* (2015) 25:179–188 DOI 10.1007/s12525-015-0196-8
- Guo, Y., Liu, H., & Chai, Y. (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. Diambil dari http://www.ahtrjournal.org/admin/dosyalar/6/54_69.pdf
- Halepoto, I. A., Sahito, A.A., Uqaili, M.A., & Chowdhry, B.S. (2015). Multi-criteria Assessment of Smart City Transformation based on SWOT Analysis. ResearchGate. DOI: 10.1109/NSITNSW.2015.7176412
- Jasrotia, A. (2018). Smart Cities to Smart Tourism Destinations: A Review Paper. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*. 2018 Vol.1, 47/56. Diambil dari https://www.researchgate.net/publication/327536704_SMART_CITIES_TO_SMART_TOURISM_DESTINATIONS_A_REVIEW_PAPER_ISSN_2249-7307
- Júniora, A. S., Filho, L. M., García, F. A., & Simões, J. M. (2017). Smart Tourism Destinations: a study based on the view of the stakeholders. *Revista Turismo em Análise - RTA*. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606>
- Kangli. (2015). *Smart Tourism A Practice-Based Introduction*. Beijing, China: Science Press

- Koo, C., Park, J., & Lee, J. (2017). Smart Tourism: Traveler, Business, and Organizational Perspectives. *Information & Management*, 54(6), 683–686.
Diambil dari <http://dx.doi.org/10.1016/j.im.2017.04.005>
- Lamsfus, C., Martín, D., Alzua-Sorzabal, A., & Torres-Manzanera, E. (2014). Smart Tourism Destinations: An Extended Conception of Smart Cities Focusing on Human Mobility. *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*, 363–375. doi:10.1007/978-3-319-14343-9_27
- Lee, J. H., Hancock M. G., & Hu, M. (2014). Towards an Effective Framework for Building Smart Cities: Lessons from Seoul and San Francisco. *Technological Forecasting & Social Change* (2014) 80–99. Elsevier.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2013.08.033>
- Liberato, P., Alen, E., Liberato, D. (2018). Smart tourism destination triggers consumer experience: the case of Porto. *European Journal of Management and Business Economics* Vol. 27 No. 1, 2018 pp. 6-25 Emerald Publishing Limited 2444-8451 DOI 10.1108/EJMBE-11-2017-0051
- Lopez de Avila, A. (2015). Smart Destinations: XXI Century Tourism. Presented at the ENTER2015 Conference on Information and Communication Technologies in Tourism, Lugano, Switzerland, February 4-6, 2015.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung
- Presenza, A., Micera, R., Splendiani, S. and Del Chiappa, G. (2014), “Stakeholder e-involvement and participatory tourism planning: analysis of an Italian case

study”, International Journal of Knowledge Based Development, Vol. 5 No. 3, pp. 311-328.

Tohorin. (2012). Metode Penelitian Kualitatif: PT Raja Grafindo Persada. Jakarta

Silalahi, Ulber. (2010). Metode Penelitian Sosial. Jakarta: Refika Aditama.

Sudikno, Antariksa. (2015). Smart City, Menuju Kota Kita Yang Dinamis dan Smart. Program Studi Teknik Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Katolik Widya Mandira. Kupang.

Sugiyono. (2005). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2007). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif. Bandung. Alfabeta.

Vicini, S., Bellini, S. and Sanna, A. (2012), How to co-Create Internet of Things-Enabled Services for Smarter Cities, IARIA, Stuttgart.

Washburn, D., Sindhu, U., Balaouras, S., Dines, R. A., Hayes, N., & Nelson, L. E. (2009). Helping CIOs understand “smart city” initiatives. Growth, 17(2), 1-17. Diambil dari http://public.dhe.ibm.com/partnerworld/pub/smb/smarterplanet/forr_help_cios_und_smart_city_initiatives.pdf

Wethner, H., Alzua-Sorzabal, A., Cantoni, L., Dickinger, A., Gretzel, U., Jannach, D., Neidhardt, J., Pröl, B., Ricci, F., Scaglione, M., Stangl, B., Stock, O. and Zanker, M. (2015), “Future research issues in IT and tourism. A manifesto as

a result of the JITT workshop in June 2014, Vienna”, *Journal of Information and Technology in Tourism*, Vol. 15, pp. 1-15.

Wilson, Vicki A. (1998). *Qualitative Research: An Introduction. Purposes, Methodology, Criteria for Judgment, and a Rationale for Mixed Methodology*. Laurel, Maryland

<http://jogja.tribunnews.com/2018/09/18/hingga-juni-total-kunjungan-wisatawan-ke-kota-yogya-hampir-dua-juta-orang>

<https://www.antarane.ws.com/berita/778079/yogyakarta-raih-smart-city-award-dengan-dua-aplikasi>

<http://bappeda.jogjapro.v.go.id/berita/detail/54-smart-city-peluang-dan-tantangan-untuk-yogyakarta-berbudaya>