

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang semakin canggih pada masa kini tidak hanya dapat mempermudah aktivitas manusia, tetapi juga dapat memberikan pengalaman yang berbeda kepada pelakunya. Dengan perkembangan tersebut, maka ketersediaan teknologi yang dapat dipilih manusia semakin beragam. Teknologi yang beragam mampu meningkatkan efektifitas dan efisiensi pengguna dalam mengimplementasikannya (Rahmadani, 2015). Salah satu contoh pengimplementasian teknologi dalam kehidupan manusia adalah dengan adanya penerapan *smart city*.

*Smart city* merupakan pengembangan suatu kota dengan mengintegrasikan TIK sebagai solusi untuk mengelola sumber daya kota tersebut dengan cara yang aman (Guo dkk, 2017). *Smart city* mencakup semua aspek kehidupan di perkotaan, dimulai dari pariwisata, perdagangan, industri, pertanian, logistik, penelitian hingga pendidikan, dan berdampak kepada semua infrastruktur perkotaan seperti rumah atau bangunan, pabrik dan fasilitas transportasi. Selain itu, infrastruktur pada TIKnya pun harus kuat untuk mendukung pengelolaan dan keberlanjutan *smart city* yang dapat memberikan dampak positif bagi sumber daya yang ada seperti pengelolaan air, hemat energi dan mobilitas (Dameri, 2017).

Pemerintah Indonesia sedang membuat gerakan menuju 100 *smart city*, dengan tujuan agar masing-masing daerah bisa lebih memaksimalkan pemanfaatan teknologi, baik dalam meningkatkan pelayanan masyarakat maupun mengakselerasikan potensi yang ada dengan cara membimbing Kabupaten/Kota dalam menyusun *masterplan smart city* (Kominfo.go.id, 2017). Kota Bandung merupakan salah satu daerah di Indonesia yang sudah menerapkan *smart city*, dan menjadi kiblat bagi beberapa daerah lain dengan menjalin kerja sama dalam pengembangan aplikasi *smart city* (Humas.Bandung.go.id, 2019).

Pembangunan berbasis *smart city* di Kota Bandung menekankan kepada pentingnya sebuah inovasi dalam menyelesaikan persoalan kota dengan memanfaatkan TIK, sensor, dan *data analytic* sebagai faktor pendukung untuk mempermudah penyelesaian masalah. *Masterplan smart city* Kota Bandung mengacu berdasarkan enam dimensi yang terdapat beberapa elemen di setiap dimensinya. Berikut adalah gambar dimensi *smart city* Kota Bandung:

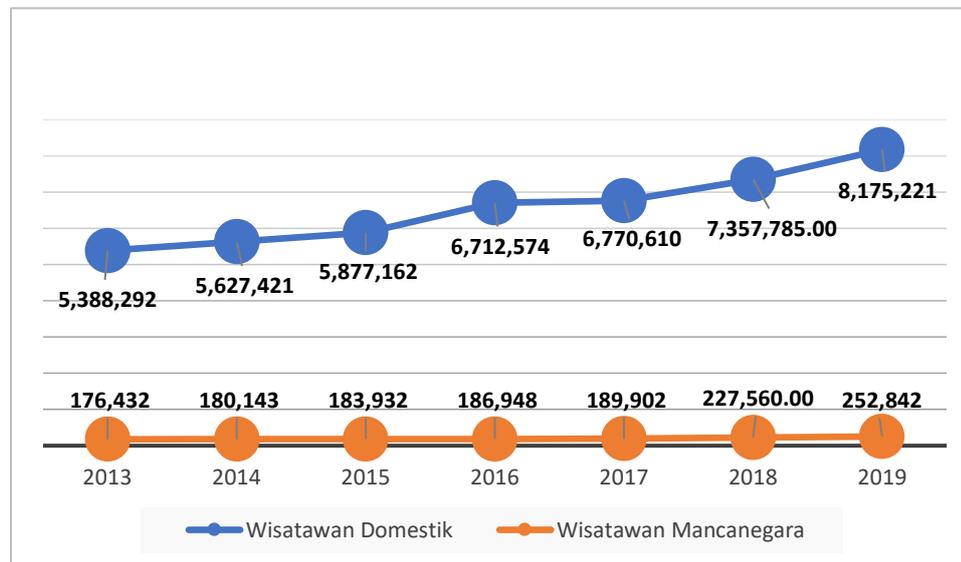
**GAMBAR 1**  
**DIMENSI SMART CITY KOTA BANDUNG**



Sumber: *Masterplan Bandung smart city*

Perkembangan TIK di Kota Bandung pun digunakan dalam kegiatan pariwisata. Pariwisata di Kota Bandung sendiri dalam beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan dari segi wisatawannya. Berikut merupakan data jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Bandung:

**GAMBAR 2**  
**JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE KOTA BANDUNG**  
**TAHUN 2013-2018**



Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, 2020

Dalam penelitian Utami, dkk (2020) menyebutkan bahwa perkembangan TIK dalam pariwisata di Kota Bandung terdapat aplikasi *digital* portal Patrakomala yang merupakan penyedia basis data aktivitas ekonomi kreatif untuk meningkatkan pariwisata di Kota Bandung, adanya akses *Wi-fi* gratis untuk wisatawan yang datang dalam mencari informasi mengenai pariwisata di Kota Bandung, selain itu, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (Disbudpar) pada tahun 2018 berencana merealisasikan pusat data *online* khusus pariwisata atau disebut juga *digital smart tourism data*, karena

pariwisata merupakan *leading sector* bagi Kota Bandung dalam pendapatan daerah.

Perkembangan teknologi pariwisata ini telah berhasil mendorong gagasan untuk membangun *smart tourism*. *Smart tourism* merupakan pertemuan antara TIK dan pariwisata yang menunjukkan transformasi pariwisata melalui teknologi (Lee dkk, 2020). Pariwisata ini termasuk ke dalam elemen *smart city* di Kota Bandung. *Smart tourism* adalah pariwisata yang memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk mengubah data menjadi pengalaman dan proposisi nilai bisnis dengan fokus yang jelas dalam upaya efisiensi, *sustainability*, dan memperkaya pengalaman wisatawan yang didukung oleh upaya terpadu untuk mengumpulkan dan memanfaatkan data yang berasal dari infrastruktur, koneksi sosial, pemerintahan atau organisasi serta tubuh atau pikiran manusia (Gretzel dkk, 2015).

Pertanyaannya, benarkah pariwisata akan semakin *smart* ketika pariwisata bertemu *smart city*? Maka dari itu Lee dkk, (2020) menyajikan pendekatan konseptual untuk mendefinisikan *smart tourism city*, yaitu konvergensi antara komponen *smart tourism* dan *smart city*. *Smart tourism city* didefinisikan sebagai destinasi wisata inovatif yang menjamin keberlanjutan pembangunan yang memfasilitasi dan meningkatkan interaksi wisatawan dengan pengalaman di destinasi tersebut dan pada akhirnya meningkatkan kualitas hidup masyarakat (Bifulco dkk, 2016). Dimensi pada *smart tourism city* ini terdiri dari gabungan komponen *smart tourism* yaitu *transportation*, *gastronomy*, *accommodation*, *ancillary service*, dan *attraction*, serta komponen *smart city* yaitu *service*, *land*, dan *infrastructure* (Lee dkk, 2020).

*Smart tourism city* diperlukan untuk meningkatkan *tourist experience* melalui produk/layanan yang lebih personal untuk memenuhi preferensi unik setiap wisatawan (Buhalis & Amaranggana, 2014). *Tourist experience* sendiri adalah interaksi antara wisatawan dan destinasi, dimana destinasi sebagai tempat *experience* dan wisatawan sebagai pelaku dari *experience* (Stamboulis & Skayannis, 2003). Dimensi *tourist experience* berdasarkan pengembangan TIK adalah *physical, sensory experience, education/cognitive and perceptual experience, co-creation and engaged experience* (CHEN, 2020). *Tourist experience* menjadi penting karena merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan saat berwisata (Andini, 2016). *Tourist experience* yang didapatkan paling banyak oleh wisatawan adalah mudahnya mendapatkan pengetahuan. Dengan adanya *Smart Tourism City* di Bandung, dapat menambah pengetahuan mereka lebih cepat dan mudah, yang diharapkan pengetahuan dan pengalaman baik yang mereka alami di Bandung dapat disebarkan melalui media sosial, sehingga dapat menarik wisatawan lain untuk datang ke Bandung (Sari dkk, 2020)

Oleh karena itu, untuk mengetahui bagaimana *smart tourism city* di Kota Bandung, serta pengaruh *smart tourism city* terhadap *tourist experience* di Kota Bandung, maka peneliti mengambil judul penelitian “**Pengaruh *Smart Tourism City* terhadap *Tourist Experience* di Kota Bandung**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan bahwa permasalahan yang akan dijadikan dasar penelitian ini adalah

bagaimana pengaruh dari *smart tourism city* terhadap *tourist experience* di Kota Bandung.

Beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi yakni:

1. Bagaimana *smart tourism city* di Kota Bandung?
2. Bagaimana *tourist experience* di Kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh *smart tourism city* terhadap *tourist experience* di Kota Bandung?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui *smart tourism city* di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui *tourist experience* di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh *smart tourism city* terhadap *tourist experience* di Kota Bandung.

### **D. Pembatasan Masalah**

Wilayah yang menjadi lokus pada penelitian ini adalah Kota Bandung, dikarenakan Kota Bandung menjadikan pariwisata sebagai sektor unggulan pada *smart city*.

### **E. Manfaat Penelitian**

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan bahan bagi peneliti dan pembaca untuk mengetahui pengaruh *smart tourism city* terhadap *tourist experience* khususnya di Kota Bandung dan menambah ilmu pengetahuan

khususnya ilmu pengetahuan mengenai *smart tourism city*, serta dapat dijadikan bahan acuan bagi peneliti lain khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik untuk meneliti masalah ini lebih lanjut.

## 2. Secara Praktis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan pertimbangan bagi pemerintah maupun para pelaku usaha termasuk usaha dibidang industri perjalanan dalam upaya pengembangan pariwisata kedepannya dan sebagai sarana evaluasi terkait pengembangan *smart tourism* terhadap pariwisata di Kota Bandung.