
**KESIAPAN DINAS PARIWISATA DALAM MENGELOLAH SMART TOURISM
PENGEMBANGAN WISATA DI KOTA BAUBAU**

Oleh

Mustar Syamsuddin¹, Farid Yusuf Nur Achmad², Herman Lawelai³**^{1,2,3}Jurusan Ilmu Pemerintahan, Universitas Muhammadiyah Buton****Jalan Betoambari No. 36 Telp. (0402)2822913 Fax. (0402) 2822913****Email: ¹mushsahran10@gmail.com****Abstrak**

Dalam pengembangan pariwisata saat ini berbagai daerah menawarkan pelayanan yang maju dan inovatif melalui penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi bagi wisatawan yang sering disebut dengan Pariwisata cerdas (Smart Tourism). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kesiapan Dinas Pariwisata dalam mengelola smart tourism pengembangan wisata di Kota Baubau dan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kesiapan Dinas Pariwisata dalam mengelola smart tourism pengembangan wisata di Kota Baubau. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penerapan Smart Tourism ditinjau dari ketersediaan dan kualitas pelayanan infrastruktur dasar dan TIK, Transportasi, Atraksi Wisata, dan fasilitas penunjang wisata. Berdasarkan hasil tinjauan pada seluruh komponen penerapan Smart Tourism pada objek wisata Kota Baubau menunjukkan hanya komponen infrastruktur dasar dan TIK yang menunjukkan adanya kesiapan, untuk transportasi, atraksi dan fasilitas penunjang wisata menunjukkan belum siap dalam penerapan Smart Tourism.

Kata Kunci: Smart Tourism, Kesiapan, Pariwisata Kota Baubau**PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara yang kaya sumber daya alam, budaya, adat istiadat. Memiliki ribuan pulau dengan ciri khas dan keunikan tersendiri yang tidak dimiliki oleh negara manapun di dunia. Keanekaragaman hayati, keindahan alam dan keragaman budaya yang dimiliki setiap daerah di Tanah Air Indonesia merupakan suatu anugerah Tuhan dan menjadi modal utama dalam kepariwisataan di Indonesia (Nahak, 2019). Setiap daerah memiliki potensi yang berbeda-beda, tergantung bagaimana pemerintah daerah dan masyarakat membangun potensi tersebut menjadi destinasi wisata yang menarik dan mengundang banyak wisatawan yang berkunjung (Sihombing & Hutagalung, 2021).

Pariwisata merupakan sektor penting dalam peningkatan pendapatan nasional maupun daerah. Pariwisata dapat menjadi sektor utama dalam meningkatkan sektor-sektor lainnya dalam penyelenggaraan pemerintah,

seperti sektor ekonomi, budaya maupun sosial (Mebri et al., 2022) Industri pariwisata yang saat ini telah menduduki posisi nomor dua sebagai penyumbang devisa terbesar di Indonesia. Pencapaian hal tersebut bukanlah sesuatu yang tidak disengaja, beberapa strategi dilakukan oleh pemerintah untuk mencapai posisi tersebut salah satunya adalah strategi pemasaran/marketing dalam bidang pariwisata (Heliany, 2019).

Di era digitalisasi ini, tren masyarakat berubah dengan sangat cepat dikarenakan mudahnya akses untuk mencari informasi. Bidang Pariwisata sebagai salah satu industri yang perkembangannya pesat tentulah terus berubah mengikuti tren yang sedang berlangsung. Sektor pariwisata butuh untuk beradaptasi dengan cepat terhadap lingkungan dan persaingan yang ketat. *Smart tourism* adalah langkah terbaik untuk bertahan dalam kerasnya evolusi teknologi dan informasi dimana dimensi fisik dan pemerintahan

pariwisata memasuki tingkat selanjutnya (digitalisasi) sehingga tercapainya sebuah generasi baru yang lebih modern sesuai dengan perkembangan jaman (Gajdosik, 2018).

Namun, secara global, pengembangan pariwisata saat ini sedang menghadapi tantangan yang cukup besar dengan berkembangnya teknologi informasi yang cukup pesat. Melalui teknologi informasi, wisatawan dapat mengakses dan memberikan informasi terkait dengan destinasi yang dituju dengan mudah (Damayanti et al., 2020). Penerapan *platform smart tourism* yang dapat diakses melalui gadget dan internet dapat dijadikan alat bagi pemerintah daerah untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik dan peningkatan ekonomi daerah melalui bidang pariwisata yang diiringi pengintegrasian infrastruktur dan TIK yang dijadikan ujung tombak dalam meningkatkan nilai jual dan memperluas pasar pariwisata daerah (Ismayanti:2010).

Seiring dengan pesatnya era digital di seluruh belahan dunia, maka kemajuan ekonomi di Indonesia mendapat dukungan dari suksesi sektor TIK (Handijaya Dewantara, 2015). Melihat potensi tersebut, sudah seharusnya industri pariwisata di Indonesia memanfaatkan TIK dengan strategi digital marketing untuk promosi pariwisatanya. TIK yang sukses membutuhkan manajemen inovatif untuk terus menerus meninjau perkembangan dan mengadopsi solusi teknologi yang sesuai untuk memaksimalkan daya saing destinasi (Buhalis, 2005).

Dalam penyelenggaraan tata kelola kepariwisataan yang baik, maka di butuhkan dari sektor publik dengan perubahan yang baik pula dalam cara berpikir maupun bertindak. Negara-negara yang telah mengelola sektor kepariwisataannya secara intensif khususnya adalah negara yang potensi wisatanya tidak begitu menonjol, namun karena ditangani secara profesional menjadi industry (Sugiama:2011).

Teknologi Informasi dan Komunikasi di era globalisasi yang semakin lama semakin berkembang maju membuka peluang bagi sektor pariwisata untuk meningkatkan nilai jual dan kualitas pelayanannya (Wilopo & Hakim, 2017). Saat ini industri pariwisata di berbagai daerah sedang berupaya untuk meningkatkan nilai jual dan daya tarik wisatanya dengan berbagai cara agar lebih kompetitif. Oleh karena itulah, konsep *smart tourism* dalam pengembangan pariwisata sangatlah dibutuhkan mengingat bahwa saat ini berwisata telah menjadi kebutuhan banyak orang dan sudah saatnya mengoptimalkan industri pariwisata dengan sentuhan teknologi dan meningkatkan komersialisasi kawasan pariwisata melalui alternatif wisata yang lebih modern.

Dalam industri pariwisata, pergeseran tren yang semula secara konvensional orang berbondong ke biro perjalanan apabila hendak mengatur perjalanannya, kini mayoritas wisatawan telah dipermudah dengan hanya melalui sentuhan jari pada layar smartphone untuk menentukan destinasi, akomodasi, hingga pelayanan pariwisata lainnya (Buhalis et al., 2020). Smart Tourism memuat beberapa tujuan, pertama membuat data base terkait sumber daya pariwisata, didukung dengan perkembangan internet of things dan cloud computing yang berfokus pada peningkatan wisata melalui identifikasi dan pemantauan yang ada. Kedua, memajukan daerah destinasi wisata dengan inovasi industri pariwisata untuk promosi pariwisata, peningkatan pelayanan wisata dan manajemen pariwisata. Ketiga, memperluas skala industri pariwisata dengan platform informasi real time, mengintegrasikan penyedia jasa pariwisata dan peran masyarakat lokal (Sari et al., n.d.). Berdasarkan tujuan tersebut, jelas menyebutkan bahwa membangun *smart tourism* mampu meningkatkan taraf ekonomi daerah.

Penerapan konsep *Smart Tourism* dalam pengembangan pariwisata masih terbilang jarang. Saat ini negara yang telah menerapkan

konsep *Smart Tourism* dalam pengembangan pariwisatanya seperti Jepang dan Korea. Sedangkan, dalam penerapannya di Indonesia terbilang masih jarang dan beberapa daerah sedang mengkaji terkait kesiapan daerahnya dalam mengaplikasikan konsep *Smart Tourism*, seperti Bali, Kota Surakarta, Kota Semarang dan Wisata Danau Toba (Aulia, 2011). Dalam pengaplikasian *Smart Tourism* di beberapa kota tersebut memiliki tujuan seperti untuk memudahkan pengunjung dalam melakukan pergerakan (mobilitas), mempermudah dalam mengakses informasi, dan memudahkan mendapatkan kebutuhan lain dalam aktivitas wisata serta untuk mewujudkan kawasan pariwisata tingkat dunia yang mempunyai keunggulan kompetitif yang tidak kalah dengan kawasan pariwisata di negara-negara lain (Retnasary et al., 2019).

Dengan hadirnya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Otonomi Daerah maka pemerintah di tingkat daerah memiliki tanggung jawab terkait pengelolaan daya tarik wisata, pengelolaan strategis pariwisata, pengelolaan destinasi pariwisata, serta penetapan tanda daftar pariwisata sesuai tingkat daerah. Seiring dengan pemenuhan kebutuhan melalui aspirasi masyarakat setempat, maka pemerintah daerah sebagai pengelola daerah dituntut untuk memiliki daya inovasi, kreasi serta inovasi dan kreatifitas dalam mengembangkan potensi daerah tersebut.

Dengan berkembangnya teknologi internet, masyarakat semakin dimudahkan dalam melakukan segala macam fasilitas dan proses, salah satu contohnya adalah mencari lokasi Ekowisata di Kota Baubau, dimana terkadang masyarakat umum sangat sulit mencari lokasi Ekowisata pada saat mereka ingin bepergian dan juga saat liburan tiba, khususnya masyarakat yang berasal dari luar daerah Kota Baubau.

Pariwisata dipandang sebagai potensi yang besar untuk dikembangkan. Disisi lain, potensi pariwisata ini juga dapat menimbulkan dampak positif lainnya, contohnya semakin

meningkatnya jumlah wisatawan, otomatis akan membuka lapangan pekerjaan di daerah tersebut. Oleh karena itu, hampir seluruh provinsi di Indonesia beramai-ramai memperkuat sektor pariwisatanya demi memajukan daerahnya masing-masing. Termasuk Kota Baubau yang dinilai memiliki potensi objek pariwisata yang sangat melimpah, yang dikembangkan di kawasan peruntukan pariwisata berupa wisata alam ataupun wisata sejarah dan konservasi budaya. Dalam penelitian ini akan mengkaji kesiapan Dinas Pariwisata dalam mengelola *smart tourism* pengembangan wisata di Kota Baubau. Berdasarkan kecenderungan penerapan teknologi informasi dalam pariwisata tersebut, penelitian ini ditulis untuk mengeksplorasi penerapan konsep *smart tourism* di Kota Baubau.

LANDASAN TEORI

Konsep *Smart Tourism*

Smart tourism sebagai ekosistem baru dapat mendukung dan memfasilitasi penciptaan inovasi baru khususnya yang berhubungan dengan pengaplikasian teknologi dan pengembangan pengalaman wisata yang cerdas (Femenia Serra & Neuhofer, 2018). Konsep *smart tourism* lahir dari pengembangan kajian mengenai hubungan teknologi dan bidang pariwisata. *Smart tourism* adalah langkah terbaik untuk bertahan dalam kerasnya evolusi teknologi dan informasi dimana dimensi fisik dan pemerintahan pariwisata memasuki tingkat selanjutnya (digitalisasi) sehingga tercapainya sebuah generasi baru yang lebih modern sesuai dengan perkembangan jaman (Hanum, 2020).

Penerapan teknologi informasi dalam pengembangan pariwisata dikenal dengan istilah *smart tourism*, didefinisikan sebagai kegiatan pariwisata yang didukung oleh upaya sebuah destinasi untuk mengumpulkan dan mengolah data dari infrastruktur fisik, koneksi sosial, dan sumber lainnya yang tersedia di institusi baik pemerintah maupun swasta untuk selanjutnya disediakan kepada turis dan

menjadi sebuah pengalaman yang utuh (Damayanti et al., 2020).

Smart tourism pada prinsipnya adalah untuk meningkatkan pengalaman pengunjung, menyediakan *platform* (model) cerdas untuk menyatukan dan mendistribusikan informasi di dalam destinasi, memfasilitasi pengalokasian sumberdaya yang lebih efisien, mengintegrasikan pemasok kepariwisataan pada tingkat makro dan mikro, agar keuntungan yang didapat oleh masyarakat lokal dapat dipastikan (Masturi et al., 2021).

Konsep Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu proses bepergian seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya (Rahman, 2015). Pariwisata adalah semua tentang kenyamanan dan kesenangan, orang suka mengunjungi tempat-tempat dan peristiwa yang mampu membuat mereka berkesempatan untuk bersantai dan bersenang-senang. Tempat-tempat dan acara menarik bisa seperti; alam, budaya atau buatan (situasi dan peristiwa buatan manusia). Dalam arti luas pariwisata adalah kegiatan rekreasi di luar domisili untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin atau mencari suasana lain (Sefira Ryalita Primadany, Mardiyono, 2013).

Pariwisata ialah suatu aktifitas manusia yang dilakukan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri di luar negeri untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda beda dengan apa yang dialaminya di mana ia memperoleh pekerjaan tetap, (Wahab, 2003).

Pariwisata didefinisikan sebagai bentuk suatu proses bepergian sementara dari seorang, lebih menuju ketempat lain diluar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan baik karena kepentingan ekonomi, sosial, budaya, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain (Trisnoasih, 2019).

Dalam UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, Pariwisata adalah berbagai

macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

Berdasarkan berbagai definisi dari pandangan yang dikemukakan oleh banyak pakar di bidang pariwisata dapat kita simpulkan secara umum pariwisata merupakan suatu aktivitas perjalanan wisata ke dan tinggal di luar lingkungan keseharian yang didukung oleh berbagai fasilitas untuk bersenang-senang, menghasbiskan waktu senggang, memenuhi rasa ingin tahu serta tujuan lainnya yang bukan merupakan kegiatan untuk menghasilkan uang.

Pariwisata Digital

Perkembangan teknologi membuat perilaku konsumen mengalami pergeseran, dimana dahulu kaum millennial lebih menghabiskan uang untuk gaya dan *style* namun saat ini mereka lebih banyak mengkonsumsi liburan. Sehingga mengunjungi objek wisata terbaru yang disajikan dalam bentuk foto menjadi hal yang paling mereka cari (Retnasary et al., 2019). Peran media digital sudah banyak digunakan untuk mempromosikan sebuah wilayah. Beberapa penelitian terdahulu menjelaskan bahwa media digital mempunyai pengaruh yang sangat penting dalam mempromosikan pariwisata dan meningkatkan jumlah wisatawan (Arofah & Achsa, 2022).

Pariwisata digital merupakan suatu tren yang saat ini telah banyak pengembangannya di seluruh dunia. Teknologi dapat membantu perkembangan dari industry pariwisata dalam mengenalkan produk-produk terbaru dari destinasi wisata (Darma, 2020), sehingga perkembangan teknologi harus dapat diikuti dan diadaptasi dengan baik. Pada perkembangan pariwisata digital, diperlukan dalam membangun dan menjawab tantangan global, serta membagikan pengalaman baru dari seseorang dengan sangat cepat ke seluruh dunia (Darma, 2020). Perkembangan tersebut terutama terhadap teknologi akan membantu bagi industry pariwisata dalam

memperkenalkan serta menyebarkan produk yang dimiliki oleh destinasi wisata (Darma, 2020).

Pariwisata digital (*Digital tourism*) merupakan integrasi antara Perkembangan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) dengan industri pariwisata. Adapun konsep *digital tourism* yang dimaksud adalah pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan daya guna dalam bidang pariwisata, memberikan berbagai jasa layanan pariwisata kepada *customers*, dan menjadikan penyelenggaraan pemasaran pariwisata lebih mudah diakses dalam bentuk telematika (Yanti, 2019).

Digital tourism merupakan salah satu strategi yang efektif dan dapat diandalkan dalam mempromosikan berbagai destinasi dan potensi yang menarik dalam pariwisata Indonesia melalui berbagai platform. Dengan adanya *digital tourism* tidak hanya sekadar merekomendasikan, mengarahkan, mengenalkan, namun juga menyebarkan bentuk keindahan yang nyata dari pariwisata secara luas untuk mendapatkan jumlah wisatawan mancanegara yang meningkat sesuai dengan kebutuhan wisata, untuk berkunjung ke destinasi wisata.

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif dipilih karena dapat mendeskripsikan secara mendalam tentang tingkahlaku subjek penelitian, interaksi yang kompleks tentang mengelola *smart tourism* pengembangan pariwisata di Kota Baubau. Pendapat Moleong dalam (Arikunto, 2010) bahwa metode kualitatif adalah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai dengan kondisi senyatanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kesiapan Mengelola *Smart Tourism* pengembangan wisata di Kota Baubau

1. Kesiapan Infrastruktur Dasar dan TIK

Infrastruktur sangat penting bagi sektor pariwisata karena dengan sistem infrastruktur yang tersedia dapat mempercepat perkembangan pada sektor pariwisata. Kebutuhan infrastruktur dasar pada sektor pariwisata meliputi bidang prasarana umum yang mencakupi jalan, air bersih, listrik, telekomunikasi, dan kesehatan lingkungan. Selain itu, dalam penerapan *Smart Tourism* Infrastruktur *Information, Communication, and Technology* (ICT) menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing kompetitif pada sektor pariwisata. Pada bagian ini akan dikaji terkait dengan ketersediaan dan kualitas dari infrastruktur dasar dan TIK.

Untuk infrastruktur jalan menuju tempat wisata di Kota Baubau bagus dan tidak berlubang, jarak tempat wisata dari perkotaan tidak begitu jauh sehingga memudahkan wisatawan yang ingin berkunjung di beberapa tempat wisata dan mudah di jangkau menggunakan kendaraan motor ataupun mobil.

Sangat penting memiliki ketersediaan infrastruktur daerah yang memadai dan layak. Ketersediaan infrastruktur menjadi salah satu faktor penentu bagi keberhasilan penyelenggaraan pembangunan suatu daerah dan sebagai pendukung untuk perkembangan sektor pariwisata.

Identifikasi penyediaan air bersih yang ada di objek wisata Kota Baubau, fasilitas untuk menunjang sarana kepariwisataan berupa penyediaan jaringan air bersih. Kondisi sanitasi dasar manusia yang baik akan selalu dikaitkan dengan tersedianya air bersih. Persediaan air yang banyak dengan kualitas yang lebih baik akan lebih cepat meningkatkan derajat kesehatan. Analisa ini bertujuan untuk menjabarkan sumber, kualitas dan pendistribusian air bersih yang ada di beberapa objek wisata Kota Baubau.

Untuk kebutuhan air bersih di lokasi wisata ada yang tersedia fasilitas air bersih dan dapat di manfaatkan para wisatawan dan ada juga beberpa lokasi wisata yang belum tersedia fasilitas air bersih.

Ketersediaan Sumber listrik serta jaringan distribusinya menjadi salah satu sarana yang menjadi bagian vital yang dapat mendukung berbagai kebutuhan dan aktivitas wisata pada destinasi wisata di Kota Baubau.

Beberapa objek wisata di Kota Baubau memiliki karakteristik wilayah yang didominasi dengan fungsi permukiman penduduk, dengan kegiatan perdagangan yang cukup dominan. Oleh karena itu, dalam ketersediaan jaringan listrik dalam mendukung berbagai kegiatan wisatanya hampir diseluruh objek wisata yang ada di Kota Baubau telah terlayani oleh jaringan listrik PLN.

Dalam penyediaan jaringan listriknya telah tersedia di semua tempat di Kota Baubau, hanya saja untuk penerangan lokasi objek wisata di Kota Baubau belum tersedia secara keseluruhan, dikarenakan ada beberapa lokasi wisata tidak terdapat masyarakat yang tinggal dalam lokasi objek wisata.

Sistem pengolahan persampahan merupakan suatu infrastruktur atau fasilitas yang disediakan khusus untuk menangani, menyalurkan, dan mengolah sampah sehingga tidak membahayakan bagi lingkungan. Analisa ini akan membahas terkait dengan ketersediaan fasilitas persampahan, pada kawasan objek wisata Kota Baubau.

Fasilitas yang disediakan khusus untuk menangani, menyalurkan, dan mengolah sampah di wilayah objek wisata Kota Baubau sudah tersedia tempat pembuangan sampah. Hanya saja masih ada pengunjung yang tidak sadar untuk menjaga lingkungan agar tetap bersih. Untuk objek wisata pantai sampah selalu hadir tsampah yang terbawa oleh ombak dari tempat lain. Untuk setiap harinya sampah-sampah tersebut akan di angkut oleh petugas kebersihan Kota Baubau.

Mengingat pentingnya fungsi dari ketersediaan infrastruktur Teknologi Informasi dan Komunikasi yang dapat memberikan kemudahan dalam mengakses dan meningkatkan kualitas pelayanan informasi. Selain itu, ketersediaan infrastruktur TIK juga diharapkan dapat merangsang mekanisme kegiatan pariwisata yang mampu meningkatkan kegiatan ekonomi dan peningkatan efektivitas. Untuk itu perlu adanya efisiensi koordinasi dari setiap instansi pemerintah, swasta, masyarakat, dan wisatawan dalam lingkup yang lebih luas.

Kota Baubau memiliki jaringan internet yang dapat digunakan oleh siapa saja, jaringan internet sudah menjadi kebutuhan masyarakat.

Pariwisata Kota Baubau juga memiliki website visitbaubau.baubaukota.go.id. Website ini ditujukan untuk memperkenalkan sektor pariwisata yang ada di Kota Baubau dengan memberikan informasi tentang destinasi wisata.

Dinas Pariwisata Kota Baubau terus mengembangkan website untuk memenuhi konsep *Smart Tourism* dan mengajak kerjasama beberapa pihak seperti hotel untuk menjadi mitra Dinas Pariwisata Kota Baubau dalam meningkatkan wisatawan di Kota Baubau.

2. Transportasi

Fasilitas dan pelayanan transportasi terkait dengan mendukung terwujudnya kemudahan aksesibilitas dari dan menuju ke tempat wisata, sehingga mampu memberikan rasa nyaman dan efisien waktu dalam melakukan perpindahan dari daerah asal ke objek wisata atau menuju objek wisata lain disekitarnya.

Lokasi kawasan wisata Kota Baubau yang strategis dan memiliki jarak yang tidak begitu jauh dari pusat Kota, dengan aksesibilitas yang baik dan ketersediaan sarana prasarana perkotaan yang relatif lengkap ini sangat potensial dikunjungi oleh wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.

Moda Transportasi adalah jenis angkutan yang digunakan untuk melakukan perpindahan dari suatu tempat asal ke tempat tujuan baik orang maupun barang. Berikut moda

transportasi yang tersedia untuk menuju Kota Baubau.

Untuk melakukan perpindahan menuju Kota Baubau terdapat Pelabuhan Murhum sebagai tempat penyeberangan dan sudah tersedia Kapal Peln dan waktu perjalanan tergantung pada asal pelabuhan keberangkatan.

Maskapai penerbangan seperti Lion Air, siap melayani penerbangan menuju Bandara Betoambari. Dengan jadwal penerbangan setiap hari dengan sekitar 2 kali penerbangan.

Untuk pengunjung yang ingin bepergian dengan menggunakan transportasi darat seperti bus DAMRI, mobil pribadi (Avanza, APV, dan lain-lain) yang saat ini perjalanan menuju Kota Baubau dari Provinsi Sulawesi Tenggara (Kendari) dapat ditempuh dengan menyebrang menggunakan Kapal Veri yang disediakan pemerintah melalui pelabuhan Labuan Bajo.

Wisatawan mudah bila ingin berkunjung di Kota Baubau, dapat menggunakan transportasi darat, laut ataupun udara. Hanya saja transportasi menuju kelokasi objek wisata tidak dapat di jangkau menggunakan angkutan umum, wisatawan harus menyewa kendaraan untuk berkunjung ke lokasi wisata yang ingin di tuju. Dalam website resmi Dinas Pariwisata Kota Baubau sudah seharusnya tersedia informasi transportasi untuk menuju ke lokasi wisata agar wisatawan mudah dalam perjalan.

3. Atraksi

Merujuk kepada daya tarik yang dimiliki sebuah tempat wisata yang menjadi faktor penarik wisatawan untuk berwisata di objek wisata tersebut. Atraksi wisata dapat dibedakan menjadi atraksi wisata alam, seperti pantai dan wisata buatan, seperti bangunan bersejarah. Dalam menunjang kegiatan wisata agar dapat secara optimal memberikan pelayanan dan daya tarik melalui penerapann TIK. Fasilitas dan sistem pelayanan pada atraksi dilihat dari ketersediaan TIK seperti *software* komputer, *Smart card*, RFID serta kualitas pelayanan yang baik dalam atraksi.

Kota Baubau tersedia atraksi wisata buatan yang terdapat pada kawasan objek

wisata untuk meningkatkan objek wisata, sehingga wisatawan tidak hanya menikmati keindahan pantai saja tetapi juga dapat bermain dengan fasilitas yang ada di lokasi wisata.

Ketersidaan TIK untuk menunjang atraksi dapat dilihat dari ketersediaan *software komputer* untuk pengolahan data dan ketersediaan *smart card* untuk tiket masuk. Untuk ketersediaan TIK untuk menunjang atraksi belum tersedia di setiap objek wiata Kota Baubau, untuk berkunjung ketempat wisata masih secara manual cukup membayar karcis masuk saja.

4. Fasilitas Penunjang wisata

Fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang sehingga dapat memberikan pelayanan untuk memuaskan kebutuhan wisatawan yang beraneka ragam. Fasilitas tersebut meliputi fasilitas keamanan, perbankan, rumah makan, perbelanjaan, kebersihan, lahan parkir, tempat ibadah dan pusat informasi pelayanan pariwisata. Elemen fasilitas penunjang wisata ini juga dikaji mengenai ketersediaan fasilitas dan penerapan TIK pada pelayanan yang baik dalam fasilitas penunjang wisata

Dapat dikatakan bahwa hampir semua objek wisata Kota Baubau tidak memiliki fasilitas penunjang wisata seperti fasilitas keamanan (pos pantau), Fasilitas Rumah Makan, Fasilitas Perdagangan (Toko/Warung), Fasilitas Kesehatan, Fasilitas Kamar Mandi/Toilet, Fasilitas Parkir, Fasilitas Ibadah, Fasilitas Perbankan/ ATM, dan Fasilitas Informasi dan Pelayanan Pariwisata.

Untuk fasilitas kesehatan seperti puskesmas tidak tersedia di seluruh objek wisata, fasilitas kesehatan yang ada disekitar objek wisata dan mudah dijangkau hanyalah yang berada di permukiman masyarakat lokal seperti di objek wisata Keraton Buton. Untuk fasilitas yang sudah ada dalam mengaksesnya terjangkau namun, untuk ketersediaan fasilitas seperti fasilitas perbankan, fasilitas keamanan, dan juga fasilitas kesehatan kebanyakan tidak tersedia di objek wisata Kota Baubau.

Tabel 1. Ketersediaan TIK Menunjang Fasilitas Penunjang Wisata Kota Baubau

Fasilitas Umum	Bentuk Pemanfaatan TIK	Tersedia/Tidak
Fasilitas Keamanan	CCTV dan komputer	Tidak tersedia
Fasilitas Akomodasi	Pemasaran melalui online	Tidak tersedia
Fasilitas Rumah Makan	Software Komputer	Tidak tersedia
Fasilitas Perdagangan	Software Komputer Barcode/QR Code Scanner	Tidak tersedia
Fasilitas Kesehatan	Software Komputer	Tidak tersedia
Fasilitas Parkir	Software Komputer Smart Card	Tidak tersedia
Fasilitas Perbankan/A TM	Software Komputer	Tidak tersedia
Fasilitas Informasi dan Pelayanan Pariwisata	Aplikasi/website Pariwisata	Tidak tersedia

Hasil penelitian dari tabel di atas terkait kesiapan dalam ketersediaan TIK dalam pengoperasian fasilitas penunjang wisata termasuk dalam kategori TIDAK SIAP. Hal ini karena pada sebagian besar objek wisata tidak tersedia *software komputer* dan juga penggunaan *smart card*. Dalam pengelolaan objek wisata di Kota Baubau masih menggunakan metode konvensional. Hal tersebut diakibatkan karena kurangnya ketersediaan teknologi dalam menunjang kegiatan wisata dan juga masih minimnya pengetahuan masyarakat lokal sebagai pengelola pariwisata dalam memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kesiapan mengelola *smart tourism* pengembangan wisata di Kota Baubau:

Secara keseluruhan faktor-faktor yang mempengaruhi kesiapan mengelola *smart tourism* pengembangan wisata di kota baubau adalah sebagai berikut:

1. Ketersediaan TIK

Konsep *smart tourism* yaitu penggunaan teknologi dalam industri pariwisata untuk memberikan pengalaman baru dalam wisata, meningkatkan daya saing destinasi wisata, serta mempertahankan sumber daya pariwisata dalam mendukung proyek-proyek pengembangan pariwisata. *Smart tourism* pada destinasi wisata di Kota Baubau belum dapat diterapkan secara merata. Karena selain infrastruktur dan fasilitas ICT yang belum merata, juga pemahaman para pemangku

kepentingan mengenai *smart tourism* atau digital tourism masih belum baik dan relatif simpang siur.

Peran infrastruktur menjadi sangat penting karena dengan pengembangan infrastruktur dan sistem infrastruktur yang tersedia akan dapat mendorong perkembangan sektor pariwisata. Pengembangan sektor pariwisata sangat terkait dan bergantung pada perkembangan infrastruktur dan TIK yang tersedia.

Pada ketersediaan TIK dalam menunjang integrasi pelaku wisata belum siap dikarenakan belum adanya objek wisata yang menyediakan *smart card* maupun pembaca RFID atau tiket kertas dengan barcode/QR code scanner. Serta belum tersedianya *software komputer* pada objek wisata di Kota Baubau. Konsep *smart tourism* ini merepresentasikan sebuah model pengembangan pariwisata secara konseptual berdasarkan pemanfaatan manusia dan teknologi.

2. Kurangnya Biaya

Tujuan dari pengimplementasian *smart tourism* ini ialah agar area-area wisata yang dikembangkan dapat menjadi pariwisata yang berkelanjutan. Setiap Kabupaten/Kota memiliki penyelenggaraan kepariwisataan yang merupakan perangkat yang sangat penting untuk memajukan pembangunan daerah dalam otonomi daerah sekarang ini. Artinya bahwa bidang pariwisata mempunyai peran yang sangat penting dan strategis bagi pengembangan suatu daerah yang bisa memberikan kontribusi bagi pendapatan asli daerah (PAD). Pengembangan bidang pariwisata merupakan suatu hal yang sangat perlu dilakukan oleh pemerintah daerah, mengingat banyak sekali keuntungan atau manfaat yang bisa diambil dari kegiatan pariwisata antara lain dapat menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan dan mengembangkan pendapatan asli daerah. Namun dalam perkembangannya rata-rata pariwisata yang dikelola oleh pemerintah daerah jarang untuk berkembang karena

kurangnya anggaran dalam kegiatan pengelolaannya.

PENUTUP

Kesimpulan

a) Kesiapan Infrastruktur Dasar dan TIK

Kesiapan penerapan konsep *smart tourism* bergantung pada ketersediaan infrastruktur dengan koneksi antar setiap sub-sistem pada kawasan wisata. Ketersediaan infrastruktur Dasar dan TIK di Kota Baubau sudah tersedia. Namun, dalam peningkatan sistem pelayanan melalui penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang belum diterapkan pada objek wisata Kota Baubau. Hal ini mengakibatkan tingkat kesiapan penerapan *smart tourism* di Kota Baubau yang dikaji berdasarkan Infrastruktur Dasar dan TIK agak siap.

b) Transportasi

Fasilitas transportasi bila ingin berkunjung di Kota Baubau, dapat menggunakan transportasi darat, laut ataupun udara. Hanya saja terkait dengan mendukung terwujudnya kemudahan aksesibilitas dari dan menuju ke tempat wisata tidak dapat di jangkau menggunakan angkutan umum, wisatawan harus menyewa kendaraan untuk berkunjung ke lokasi wisata yang ingin di tuju.

c) Atraksi

Kesiapan pengolahan *smart tourism* dilihat dari fasilitas dan sistem pelayanan pada atraksi dilihat dari ketersediaan TIK seperti *software* komputer, *Smart card*, RFID atau tiket kertas dengan barcode/*QR code scanner* serta kualitas pelayanan yang baik dalam atraksi. Dinas Pariwisata Kota Baubau akan berupaya mengembangkan *website* yang dimiliki, serta akan mengembangkan lokasi objek wisata yang bernuansa TIK

d) Fasilitas penunjang wisata

Dapat dikatakan bahwa hampir semua objek wisata Kota Baubau tidak memiliki seluruh fasilitas penunjang wisata, bahkan belumlah terciptanya TIK dalam pengoperasian fasilitas penunjang wisata. Hal ini karena pada sebagian

besar objek wisata tidak tersedia *software komputer* dan juga penggunaan *smart card*. Dalam pengelolaan objek wisata di Kota Baubau masih menggunakan metode konvensional.

Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan maka penulis mencoba merumuskan saran dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Meningkatkan ketersediaan dan kualitas Infrastruktur Dasar dan TIK
2. Penyediaan moda transportasi umum dan peningkatan pelayanan transportasi melalui penyediaan informasi *real time* transportasi.
3. Meningkatkan ketersediaan informasi pada *website* Dinas Pariwisata Kota Baubau

[1] DAFTAR PUSTAKA

- [2] Arikunto, S., 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [3] Amirullah. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Malang: Bayumedia Publishing
- [4] Arofah, A., & Achsa, A. (2022). Analisis Penggunaan Digital Marketing Sebagai Upaya Pemulihan Pariwisata Di Era New Normal (Studi Kasus Pada Taman Kyai Langgeng Magelang). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 15–26.
<https://doi.org/10.37479/jimb.v5i1.14230>
- [5] Aulia, I. (2011). *ANALISA STRATEGIK KONSEP SMART TOURISM PADA PARIWISATA INDONESIA*. 1–13.
- [6] Buhalis, Amaranggana, Putra, rifki rahmanda, Khadijah, ute lies siti, & Rakhman, cecep ucu. (2020). *DALAM PENERAPAN KONSEP SMART TOURISM Pendahuluan*. 7, 257–279.
- [7] Buhalis, D & O'Connor, P. 2005. *Information Communication Technology Revolutionizing Tourism*. Tourism

- Recreation Research, 30 (3), 7-16.
- [8] Damayanti, M., Wahyono, H., Rahdriawan, M., Tyas, W. P., Sani, P. C., & Riptek, J. (2020). Penerapan Smart Tourism Di Kota Semarang. *Journal Riptek*, 14(2), 128–133. <http://riptek.semarangkota.go.id>
- [9] Darma, I. G. K. I. P. D. (2020). Pariwisata Digital Pada Objek Wisata Dengan Aplikasi. *Cultoure*, 1(2), 113–121.
- [10] Farania, A., Hardiana, A., & Putri, R. A. (2017). Kesiapan Kota Surakarta Dalam Mewujudkan Pariwisata Cerdas (Smart Tourism) Ditinjau Dari Aspek Fasilitas Dan Sistem Pelayanan. *Region: Jurnal Pembangunan Wilayah Dan Perencanaan Partisipatif*, 12(1), 36. <https://doi.org/10.20961/region.v12i1.12212>
- [11] Femenia Serra, F., & Neuhofer, B. (2018). Smart tourism experiences: Conceptualisation, key dimensions and research agenda. *Investigaciones Regionales*, 2018(42), 129–150.
- [12] Gajdosik, T. (2018). Smart Tourism: Concepts and Insights from Central Europe. *Czech Journal of Tourism*, 7(1), 25–44. <https://doi.org/10.1515/cjot-2018-0002>
- [13] H.B. Sutopo. 2002. Pengantar Penelitian Kualitatif. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Press.
- [14] Hamzah, Y. I., (2013). Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Interaktif Bagi Pariwisata Indonesia. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*. Vol 8. No 1. Hal 3-9
- [15] Handijaya Dewantara, M. (2015). Analisis Dan Pengembangan Situs Resmi Pariwisata Indonesia Dan Sistem Informasi Pendukungnya. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 1, 9–24. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2015.v01.i02.p02>
- [16] Hanum, F. (2020). Konsep Smart Tourism sebagai Implementasi Digitalisasi di Bidang Pariwisata. *Tornare*, 2(2), 14–17. <https://doi.org/10.24198/tornare.v2i2.25787>
- [17] Heliany, I. (2019). Wonderful Digital Tourism Indonesia Dan Peran Revolusi Industri Dalam Menghadapi Era Ekonomi Digital 5.0. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 1(1), 21–35. <https://doi.org/10.31334/jd.v1i1.483>
- [18] Masturi, H., Hasanawi, A., & Hasanawi, A. (2021). *Jurnal Inovasi Penelitian*. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 1–208.
- [19] Ismayanti. 2010. Pengantar Pariwisata. Grasindo: Jakarta
- [20] Mebri, F. H., Suradinata, E., Jayapura, P. K., Pemerintahan, I., & Negeri, D. (2022). *Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Pad) Di Kota Jayapura Provinsi Papua Internal Tourism Development Strategy Increasing Regional Original Income (Pad) in Jayapura City Papua Province*. 12(1), 102–114.
- [21] Nahak, H. M. . (2019). Upaya Melestarikan Budaya Indonesia Di Era Globalisasi. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 5(1), 65–76. <https://doi.org/10.33369/jsn.5.1.65-76>
- [22] Rahman, Yudha. 2015. *Perubahan Perilaku Ekonomi Masyarakat Sebagai Dampak Pengembangan Pariwisata Alam Perdesaan : Studi Kasus Pemandu Wisata Air Terjun Nyarai Kecamatan Lubuk Alung, Provinsi Sumatera Barat*. Tesis, Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Diponegoro.
- [23] Retnasary, M., Setiawati, S. D., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 76–83. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/JIIP/article/view/130/85>
- [24] Sanusi Anwar. 2014. Metodologi

- Penelitian Bisnis. Jakarta: Penerbit Salemba.
- [25] Sari, O. N., Julianti, N. T., Dwinata, J., Bisnis, F., & Indonesia, U. M. (n.d.). *Pengembangan Desa Wisata Berkonsep Smart Tourism Melalui Pemberdayaan Kompetensi Masyarakat Desa Pujarahayu alternatif perkembangan IT dengan kearifan lokal dan budaya serta inovasi untuk mempromosikan , memerlukan pemberdayaan masyarakat yang sungguh - s. 13(1), 37–49.*
- [26] Sefira Ryalita Primadany, Mardiyono, R. (2013). *ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DAERAH (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk). 1(4), 135–143.*
- [27] Sugiyama, A Gima. 2011. *Ecotourism : Pengembangan Pariwisata berbasis konservasi alam.* Bandung : Guardaya Intimarta.
- [28] Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D,* Bandung: ALFABETA2010
- [29] Sihombing, N. E., & Hutagalung, I. J. (2021). *Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Kabupaten Toba Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik, 1(2), 150–172.*
<https://doi.org/10.51622/jispol.v1i2.415>
- [30] Silalahi, U. 2010. *Metode Penelitian Sosial.* Bandung: Refika Aditama.
- [31] Trisnoasih, T. M. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat: Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) sebagai Motor Penggerak Pariwisata di Daerah Tujuan Wisata (DTW) Guci Kabupaten Tegal. Journal of Politic and Government Studies. Vol 2. No 12. Page 14*
- [32] Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan
- [33] Wahab, S. (2003). *Manajemen kepariwisataan. 1. PARIWISATA, INDUSTRI - MANAJEMEN, Manajemen Kepariwisataaan.* Jakarta:PT. Pradnya Paramita
- [34] Wilopo, K. K., & Hakim, L. (2017). *Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Budaya (Studi Kasus pada Kawasan Situs Trowulan sebagai Pariwisata Budaya Unggulan di Kabupaten Mojokerto). Jurnal Administrasi Bisnis, 42(1), 56–65.*
<https://media.neliti.com/media/publications/87665-ID-strategi-pengembangan-destinasi-pariwisa.pdf>
- [35] Yanti, D. (2019). *Analisis Strategi Pengembangan Digital Tourism sebagai Promosi Pariwisata di Toba Samosir. Jurnal Darma Agung, XXVII(April), 814–821.*
<http://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/jurnaluda/article/view/137>

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN