

A LITERATURE REVIEW ON SMART CITY AND SMART TOURISM

Oleh

Acep Rahmat¹⁾, Evi Novianti²⁾, Ute Lies Siti Khadijah³⁾, Rusdin Tahir⁴⁾ & Ayu Krishna Yuliawati⁵⁾

^{1,2,3,4,5}Magister Pariwisata Berkelanjutan, Sekolah Pascasarjana Universitas Padjajaran, Jl. Dipatiukur No. 35 Bandung 40133

Email: ¹acep20001@mail.unpad.ac.id, ²evi.novianti@unpad.ac.id, ³ute.lies@unpad.ac.id, ⁴rusdin@rusdintahir.com & ⁵ayupribadi99@gmail.com

Abstrak

Smart city merupakan suatu konsep kota yang sudah menerapkan sistem informasi, komunikasi dan teknologi (ICT) untuk membangun infrastruktur sehingga akan terciptas kecerdasan di masyarakatnya. Dalam perkembangan sistem ICT yang telah diterapkan disuatu kota pintar (smart city) mulai memasuki kedalam segala aspek kehidupan salah satunya di Industri pariwisata yang mulai menerapkan ICT dalam membangun jaringan infrastruktur pariwisata dan terbentuk menjadi Smart tourism. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, tujuan dari artikel ini adalah untuk mengkaji literatur yang berkaitan dengan smart city dan smart tourism serta ketarkaitan keduanya berupa jurnal dan buku. Dalam artikel jurnal ini mengkaji lebih dalam mengenai hubungan konsep smart city dan smart tourism sehingga membentuk destinasi wisata pintar. Hasil penelitian menunjukan bahwa smart city merupakan dasar atau tahap awal untuk membentuk jaringan berupa smart tourism. Penelitian ini akan membantu untuk memahami smart city yang saat ini mulai diterapkan dibeberapa kota didunia khususnya di Eropa yang merupakan awal dari munculnya kota pintar yang memiliki nilai keberlanjutan dan pada akhirnya akan mengarah ke tujuan yang disebut smart tourism, sehingga sistem tersebut bisa diterapkan di Negara- Negara berkembang.

Kata Kunci: ICT, Smart City, Smart Destination & Smart Tourism

PENDAHULUAN

Pada masa era Industri 4.0 telah mereformasi disetiap segmentasi kehidupan manusia, yakni dengan adanya *Information, Communication and Technology* (ICT) telah memudahkan memudahkan setiap aktivitas menjadi lebih efektif dan efisien. termasuk industri pariwisata, menurut Warmayana (2018) bahwa “ICT merupakan sarana yang membantu dunia pariwisata dan menjadi suatu kebutuhan mendasar dalam sebuah organisasi, perusahaan, instansi pemerintah, instansi pendidikan dan dalam dunia pariwisata berperan sebagai sarana dan prasarana dalam mempromosikan pariwisata secara elektronik atau digital marketing”.

Perkembangan teknologi atau ICT menjadi salah satu aspek penting dalam modernisasi khususnya di industri pariwisata

yang menunjang terbentuknya suatu ekosistem pariwisata yang lebih baik, menurut Buhalis (2020) Pariwisata telah berkembang dengan teknologi, melalui integrasi ICT menuju ekosistem *E-Tourism* dan terbentuknya suatu *Ambient Intelligence*. Saat ini beberapa Negara didunia terus melakukan inovasi dalam mengembangkan industri pariwisata, khususnya dalam mengoptimalisasikan ICT kedalam sistemnya dan terbentuk menjadi suatu ekosistem.

Adapun wilayah yang saat ini telah memanfaatkan ICT menjadi komponen utama dalam membentuk suatu sistem *smart tourism* yaitu kawasan Eropa. Saat ini kota-kota di Eropa telah tergabung kedalam suatu organisasi yang membidangi kota-kota eropa yang menerapkan *smart tourism* dan menjadi contoh bagi Negara-negara dikawasan lainnya,

organisasi tersebut merupakan bentukan dari Uni Eropa (UE) yang bernama “*European Capital Smart tourism*”, setiap tahunnya akan terus melakukan pemilihan secara berkala untuk menentukan kota-kota di Eropa yang akan dinobatkan sebagai pemenang *Capital Smart tourism*. Organisasi *European Capital of Smart tourism* mengakui pencapaian luar biasa kota-kota Eropa sebagai tujuan pariwisata dalam empat kategori: *Sustainability, Accessibility, Digitalisation, Cultural Heritage and Creativity*. Inisiatif UE ini bertujuan untuk mempromosikan pariwisata cerdas di UE, membangun jaringan dan memperkuat destinasi, dan memfasilitasi pertukaran praktik terbaik (European Commission, 2020). Sebelum membahas lebih dalam mengenai penerapan *smart tourism* di Eropa, perlu dipahami terlebih dahulu, selain *Information, Communication and Technology (ICT)* juga yaitu *Smart city, Smart Destination* dan *Smart tourism*.

Untuk membentuk *Ambient Intelligence* seperti yang diterapkan di Eropa yaitu terbentuknya *Smart city*, menurut Azkuna (2012) *Smart city* didefinisikan sebagai kota yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk membangun infrastruktur, komponen, dan utilitasnya lebih interaktif, efisien, sehingga tercipta kecerdasan dalam masyarakatnya. Penerapan ICT dapat diimplementasikan kedalam lingkup wilayah atau kota sehingga dengan begitu akan membentuk suatu kota yang terintegrasi dengan teknologi dan membentuk suatu kota yang cerdas.

Namun untuk menciptakan sebuah kota yang cerdas perlu dipahami bahwa adanya beberapa aspek yang harus disiapkan, yaitu *Smart Government, Environment, Mobility, Economy, People dan Living* (Buhalis & Amaranggana. 2014). Terdapat beberapa elemen penting untuk membangun sebuah kota yang cerdas dengan membentuk pemerintahan yang cerdas, mobilitas yang cepat dan perekonomian yang stabil dan tinggi, selain itu kehidupan manusia yang cerdas dan ramah

lingkungan. Hal-hal tersebut perlu diperhatikan dalam membentuk suatu ekosistem dalam sebuah kota yang cerdas. Senada dengan pendapat diatas, untuk menjadikan suatu kota yang cerdas diperlukan *Hard Smartness* dan *Soft Smartness* (Lee et al., 2020). Lebih jelasnya seperti gambar dibawah ini.

Gambar. 1 Komponen Smart city



Sumber : (Lee et al., 2020)

Kedua komponen tersebut menjadi penting dalam pembentukan *smart city*, *Hard Smartness* menjadi infrastruktur dan wadah dalam membentuk *smart city* seperti sumber energi, fasilitas, kesehatan dan sebagainya. Komponen tersebut diperkuat oleh *Soft Smartness* yaitu pendidikan, budaya, administrasi masyarakat. Infrastruktur mewadahi pelayanan untuk mengoptimalkan sumber daya yang tersedia.

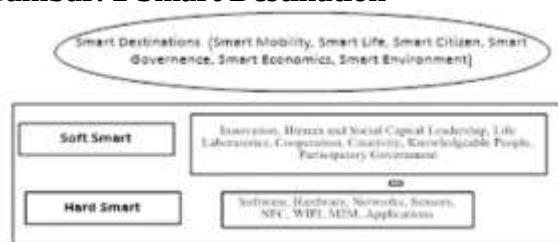
Aspek berikutnya adalah *Smart Destination*, Menerapkan konsep *smartness* ke dalam destinasi pariwisata membutuhkan para pemangku kepentingan atau stake holder yang saling terkait secara dinamis melalui *platform* teknologi, dimana informasi yang berkaitan dengan kegiatan pariwisata dapat saling bertukar secara seketika. *Platform* terpadu ini memiliki banyak *touch point* yang dapat diakses melalui berbagai perangkat end user yang akan mendukung penciptaan dan fasilitasi pengalaman pariwisata secara real-time dan dapat meningkatkan efektivitas seluruh pengelolaan sumber daya pariwisata, baik pada tingkat mikro maupun tingkat makro. *Smart Destinations* memanfaatkan: 1. Lingkungan teknologi (contoh: *internet of thing*, sensor, dll); 2. Kecepatan respon pada tingkat makro

dan mikro (contoh: *intelligent services*, dll), 3. *End-user devices in multiple touch-points* (*smartphone*, dll). 4. Menyatukan para pemangku kepentingan dengan menggunakan *platform* dinamis seperti sistem syaraf.

Tujuan utama dari *smart destinations* merupakan memanfaatkan sistem untuk menambah pengalaman wisata dan meningkatkan efektivitas pengelolaan sumber daya untuk memaksimalkan daya saing dan kepuasan para konsumen sekaligus menunjukkan kesinambungan dalam jangka waktu yang panjang (Buhalis & Amaranggana, 2013). Senada dengan pendapat diatas menurut Rong dalam Buhalis (2013) *Smart destinations* pada prinsipnya merupakan untuk menambah pengalaman para pengunjung, juga menyediakan *platform* (model) cerdas untuk menyatukan dan mendistribusikan informasi di dalam destinasi khususnya destinasi wisata, memfasilitasi pengalokasian sumberdaya yang lebih efisien, mengintegrasikan pemasok kepariwisataan pada tingkat makro dan mikro, agar keuntungan yang didapat oleh masyarakat lokal dapat dipastikan. Menurut Smith (2015) membagi *smart destinations* ke dalam dua kategori yaitu: 1. Softsmartness: kolaborasi, inovasi, kepemimpinan (sumber daya manusia), 2. Hardsmartness: teknologi dan infrastruktur (jantung dari smartness)

Menurutnya konsep *soft dan hard* dalam smartness dapat diartikan bahwa destinasi tidak hanya menggunakan teknologi ke dalam lingkungan, tetapi harus ditambah dengan keahlian sumber daya manusia dan pengambilan keputusan yang cerdas. Senada dengan pendapat diatas *Smart Destination* memiliki dua kategori *soft dan hard smart*, menurut Çelik, P., & Topsakal dalam Kulualp (2020) bahwa ketujuh komponen dalam pembentukan *smart city* akan membentuk sebuah *smart destination*, kemudia dibagi menjadi dua kategori, seperti pada gambar berikut.

Gambar. 2 Smart Destination



Sumber : Çelik, P., & Topsakal dalam Kulualp. Hlm. 382 (2020)

Sebuah destinasi wisata yang cerdas terdiri dari dua kategori yaitu *Soft* dan *Hard Smart*. *Soft smart* dapat dikatakan sebagai sumber daya manusia yang menggerakkan sistem yang ada dalam suatu destinasi wisata, seperti adanya inovasi, manusia, kerja sama, pengetahuan dll. Sedangkan *hard smart* dalam *smart destination* ialah sebagai isi yang menunjang dari sistem tersebut. Seperti tersedianya *wifi, software, hardware*, jaringan dll.

Smart destination dapat dianggap sebagai tempat yang menggunakan alat dan teknik teknologi yang tersedia untuk memungkinkan permintaan dan penawaran untuk bersama-sama menciptakan nilai, kesenangan, dan pengalaman bagi wisatawan dan kekayaan, keuntungan, dan manfaat bagi organisasi dan tujuan (Boes, 2015). Salah satu contoh kecil *Smart Destination* adanya taman- taman kota yang dilengkapi oleh berbagai fasilitas dena teknologi, seperti di Inggris terdapat tama yang memberikan informasi kepada para pengunjung sesuai denga usia, antara lain menyarankan untuk berolahraga atau kebutuhan lainnya.

Adanya peranan ICT dalam pengembangan *smart city* dan juga *smart destination* merupakan pondasi awal untuk memudahkan proses penerapan *Smart tourism* disuatu wilayah tertentu, karena telah terbentuk masyarakat yang cerdas dan mampu mengelola teknologi, informasi dan komunikasi dengan baik serta ditunjang dengan fasilitas yang-fasilitas lainnya turut berperan dalam percepatan penerapan program tersebut. *Smart tourism* dapat didefinisikan sebagai *platform* pariwisata dalam bentuk teknologi, informasi dan komunikasi (ICT) yang terintegrasi, *Platform* tersebut mengintegrasikan peran

teknologi informasi dalam memberikan informasi dan layanan yang efisien untuk wisatawan. (Gretzel et al., 2015). Pada dasarnya prinsip *smart tourism* terletak pada peningkatan pengalaman pariwisata, peningkatan efisiensi pengelolaan sumber daya dan memaksimalkan daya saing destinasi dengan mengutamakan aspek keberlanjutan. Adanya perpaduan antara ICT, *smart city*, *destination* dan *smart tourism* maka akan terbentuk suatu *Artificial Intelligence* atau kecerdasan buatan dan berujung menjadi *Ambient Intelligence* atau lingkungan yang cerdas. Salah satunya wilayah Eropa yang telah terbentuk suatu ekosistem *Ambient Intelligence*.

METODE PENELITIAN

Untuk mengetahui lebih dalam dan komprehensif, penulis menggunakan suatu metode penelitian, (Sugiyono, 2013) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Selain itu Penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, adapun pendekatan kualitatif ditujukan untuk memperoleh data yang mendalam dan secara utuh (holistik). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Tanzeh, 2011).

Penulis melakukan pengumpulan data dengan menggunakan studi literature, dalam pengumpulan data ini penulis menggunakan artikel jurnal, dan buku- buku yang memiliki relevansi dengan penelitian, penggunaan data ini bertujuan untuk melengkapi penelitian ini. Sehingga dengan menggunakan sumber tersebut menjadikan penelitian ini menjadi lebih tervalidasi hasilnya

HASIL DAN PEMBAHASAN

LITERATUR REVIEW

Teknologi merupakan fondasi utama untuk membentuk pariwisata cerdas yang terdiri dari infrastruktur sistem mobile serta mendukung interaksi dan komunikasi

masyarakatnya. Pada dasarnya *smart tourism* memiliki visi untuk mengumpulkan data dalam skala besar dan memproses serta menganalisis untuk merancang suatu layanan pariwisata yang akan mempermudah bagi para penggunanya (Xiang, 2017). Penulis telah melakukan analisis dari beberapa jurnal mengenai *smart city* dan *smart tourism* untuk mengetahui perbedaan dan persamaan dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 1. Literatur Review

NO	Literatur	Tujuan
1	Boes, K. et all. (2015). Conceptualising <i>Smart tourism Destination Dimensions</i> . Springer International Publishing Switzerland, 10, 391–403	Jurnal ini membahas mengenai bagaimana peningkatan kualitas hidup dengan menggunakan ICT, serta eksplorasi dimensi teknologi untuk pengembangan <i>smart city</i> dan <i>smart tourism destination</i> (Boes, 2015)
2	Lee, P., Hunter, W. C., & Chung, N. (2020). <i>Smart tourism City: Developments and Transformations</i> . Journal Sustainablitiy, 12, 1–15.	Jurnal ini fokus pada pembahasan mengenai inovasi bagi kota-kota besar diseluruh dunia untuk menjadikan <i>smart tourism city</i> dengan mengutamakan era pembangunan berkelanjutan (Lee et al., 2020)
3	Gajdošík, T. (2018). <i>Smart tourism: Concepts and Insights from Central Europe</i> . Czech Journal of Tourism, 7(1), 25–44.	Jurnal ini menjelaskan mengenai dasar-dasar konseptual <i>smart tourism</i> yang dikembangkan di Eropa tengah dengan menggunakan teknologi dalam pengembangan bisnis pariwisatanya. Dalam artikel tersebut dijelaskan bahwa <i>smart tourism</i> merupakan alat untuk bekerja sama membangun sistem pariwisata yang lebih baik untuk kesejahteraan penduduk, keberlanjutan dan

		pengalaman wisata personal. (Gajdošík, 2018)			dan pengelolaan <i>smart tourism</i> (Gretzel et al., 2015)
4	Li, Y., Hu, C., Huang, C., & Duan, L. (2016). The concept of <i>smart tourism</i> in the context of tourism information. <i>Tourism Management</i> , 1–8.	Jurnal ini membahas mengenai <i>smart tourism</i> sebagai sistem pendukung wisata individu dalam konteks pelayanan informasi, komunikasi dan teknologi (ICT), selain itu jurnal ini memberikan gambaran mengenai tiongkok dalam memasrkan pariwisata cerdas dimasa yang akan datang (Li et al., 2016)	8	Kulualp, H. G. (2020). <i>Smart tourism</i> , Smart Cities, and Smart Destinations as Knowledge Management ToolsNo Title. ResearchGate, 4.	Jurnal ini membahas mengenai penerapan digital dalam smartness of cities dan mulai beralihnya ekspetasi dan kebutuhan wisatawan menjadi <i>smart tourism</i> , sehingga diperlukan inovasi holistik yang mencakup seluruh sistem pariwisata yang berkelanjutan (Kulualp, 2020)
5	Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2014). <i>Smart tourism Destinations</i> . Springer International Publishing Switzerland, 553–564.	Jurnal ini membahas mengenai pemanfaatan teknologi dari pengembangan <i>smart city</i> untuk membentuk <i>smart tourism destination</i> (STD) sehingga akan mendukung pengalaman personal dalam berwisata. (Buhalis & Amaranggana, 2014)	9	Vasavada, M., & Padhiyar, Y. (2016). “ <i>Smart tourism</i> ”: Growth for Tomorrow. <i>Journal For Research</i> , 01(12), 55–61	Jurnal ini menjelaskan adanya peran ICT yang mengubah sistem pariwisata menjadi <i>smart tourism</i> sehingga menjadi tren baru bagi wisata di seluruh dunia yang mulai diterapkan diberberapa kotanya (Vasavada & Padhiyar, 2016)
6	Boes, K., Buhalis, D., Inversini, A., Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016). <i>Smart tourism destinations : ecosystems for tourism destination competitiveness</i> . Emerald Insight, 2(2), 108–124	Jurnal ini membahas mengenai peranan ICT dalam mengoptimalkan pembentukan <i>smart tourism destination</i> melalui kombinasi soft smart dan hard smart yang bertujuan untuk menciptakan wisata berkelanjutan dna peningkatan kualitas hidup penduduk dan wisatawan (Boes et al., 2016)	10	Jovicic, D. Z. (2017). From the traditional understanding of tourism destination to the <i>smart tourism destination</i> . <i>Current Issues in Tourism</i> , 22(3), 276–282.	Jurnal ini membahas adanya evolusi dalam pariwisata dan adanya perubahan pola wisata tradisional menjadi <i>smart tourism</i> yang mengutamakan ICT didalamnya. Sehingga berpengaruh terhadap semua sistem bagi pemangku kebijakan, pelaku usaha dan wisatawan (konsumen) (Jovicic, 2017)
7	Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). <i>Smart tourism: foundations and developments</i> . Springer, 25, 179–188.	Jurnal ini menjelaskan mengenai perkembangan pariwisata yang mulai menggunakan ICT dalam bisnis industri. Serta membahas mengenai kelemahan			

Berdasarkan jurnal-jurnal diatas penulis menemukan persamaan dan perbedaan dari jurnal tersebut, persamaan setiap jurnal memaparkan mengenai peran ICT sebagai fondasi utama dari terbentuknya *smart city* yang akan berpengaruh terhadap perubahan diberbagai aspek salah satunya sektor pariwisata yang bermula berkonsep tradisional beralih menjadi *smart tourism*, selain itu tujuan dari terbentuknya *smart tourism* diantaranya untuk mengevolusi kebiasaan pariwisata yang

memiliki nilai berkelanjutan serta memiliki dampak positif terhadap masyarakat khususnya bagi wisatawan dalam melakukan aktivitas pariwisata sehingga akan terbentuk suatu *Artificial Intelligence* atau kecerdasan buatan dan berujung menjadi *Ambient Intellengence* atau lingkungan yang cerdas, khususnya bagi wisatawan akan merasakan personal experience dari adanya *smart tourism* ini.

Analisis

Literatur yang berkaitan mengenai *smart tourism* menunjukan bahwa destinasi wisata mulai menggunakan ICT kedalam pengelolaannya yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan pengembangannya. Eropa merupakan kawasan pertama yang mulai menerapkan kota pintar sehingga berpengaruh ke seluruh dunia dan beberapa kota di Benua lain turut mulai menerapkan sistem kota pintar.

Kota pintar memerlukan penerapan solusi berkelanjutan untuk mengatasi masalah yang sulit dan melibatkan penggunaan teknologi canggih (Jasrotia, 2018). Dalam penerapannya diperlukan beberapa element pendukung yang dapat menunjang suatu kota untuk menjadi sebuah kota pintar.

Smart city dapat dikatakan sebuah kota yang memiliki unsur berkelanjutan yang saling terhubung dengan berbagai bidang oleh sistem sehingga semua unsur kehidupan didalam sudah terintegrasi dengan baik, diperlukan tata kelola yang benar khususnya manusia sebagai penggerak semua elemen tersebut sehingga akan terbentuk pemerintahan yang baik dengan kebijakannya dan berpengaruh terhadap tatanan hidup lainnya.

Gambar 3. Dimensi Smart city



Sumber : Rudolf et all dalam (Jasrotia & Gangotia, 2018)

Siklus diatas merupakan satu kesatuan sebuah *smart city* yang saling terhubung dan berpengaruh satu sama lainnya, terbentuknya ekonomi yang cerdas akan berpengaruh terhadap infrastruktur yang menunjang mobilitas masyarakatnya sehingga akan membentuk kehidupan yang baik dan ramah lingkungan. Menurut Harrison et al (2010) mendefinisikan *smart city* merupakan sebuah kota yang telah terintegrasi baik infrastruktur fisik, infrastruktur IT, infrastruktur sosial, dan infrastruktur bisnis untuk meningkatkan kecerdasan kolektif kota.

Tujuan dari *smart city* adalah untuk meningkatkan kualitas hidup warganya dan terdapat kebutuhan pada industri pariwisata sebagai sumber pendapatan bagi banyak kota didunia. Sebuah kota akan disebut sebagai *smart city* jika memiliki kinerja yang baik dengan orientasi ke depan diberbagai aspek seperti ekonomi, sumber daya manusia, pemerintahan, mobilitas, lingkungan, dan kehidupan, yang dibangun atas kombinasi cerdas dari kontribusi dan kegiatan warga negara yang menentukan pilihan sendiri (*self decisive*) mandiri dan sadar (*aware*) (Khadijah, 2019).

Setelah terbentuknya *smart city* yang terdiri dari infrastruktur teknologi maka tahap berikutnya akan mempermudah dalam proses *smart tourism* menurut Gretzel et al. (2015) *smart tourism* merupakan infrastruktur yang mengintegrasikan perangkat keras, perangkat lunak, dan teknologi jaringan (*network*) untuk menyediakan *real-time* data yang memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cerdas untuk semua pemangku kepentingan. Adanya teknologi tersebut khususnya smart phone beserta aplikasinya maka akan berpengaruh terhadap pengembangan *smart tourism*.

Pada dasarnya prinsip *smart tourism* terletak pada peningkatan pengalaman pariwisata, peningkatan efisiensi pengelolaan sumber daya dan memaksimalkan daya saing destinasi dengan mengutamakan aspek keberlanjutan. Adanya perpaduan antara ICT,

smart city, *destination* dan *smart tourism* maka akan terbentuk suatu *Artificial Intelligence* atau kecerdasan buatan dan berujung menjadi *Ambient Intelligence* atau lingkungan yang cerdas. Sehingga *smart city* memiliki keterkaitan dengan *smart tourism* dalam membentuk kecerdasan lingkungan, sesuai dengan beberapa jurnal yang penulis analisis memiliki persamaan yaitu ICT menjadi fondasi dalam membentuk infrastruktur IT, fisik dan sosial sehingga membentuk suatu kota yang pintar dan langkah berikutnya akan mempermudah dalam pembentukan *smart tourism*.

Namun dari beberapa jurnal diatas terdapat perbedaan mengenai output dari adanya *smart tourism*, penulis mencoba mempertegas berdasarkan sumber yang relevan bahwa *smart city*, *smart tourism* pada akhirnya akan membentuk suatu kecerdasan yang disebut dengan *Ambient Intelligence* yang saat ini sudah diterapkan diberbagai kota di dunia.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari beberapa jurnal yang telah dianalisis bahwa informasi, komunikasi dan teknologi (ICT) merupakan fondasi utama dari terbentuk *smart city* yang terdiri dari kombinasi *soft smart* dan *hard smart* sehingga akan membentuk sistem *smart tourism*, yang akan mengubah sistem pariwisata yang semula tradisional menjadi lebih modern. Adanya perubahan ini akan mengubah pola bagi wisatawan dari segi pengalaman wisata serta akan berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat menjadi lebih efektif dan efisien, selain itu dari segi lingkungan *smart tourism* lebih mengutamakan pariwisata yang memiliki nilai keberlanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Azkuna, I. (2012). *SMART CITIES STUDY: International study on the situation of ICT, innovation and Knowledge in cities*. The Committee of Digital and Knowledge-based Cities of UCLG.
- [2] Boes, K., Buhalis, D., Inversini, A., Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. *Emerald Insight*, 2(2), 108–124. <https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2015-0032>
- [3] Boes, K. et all. (2015). Conceptualising Smart Tourism Destination Dimensions. *Springer International Publishing Switzerland*, 10, 391–403.
- [4] Buhalis, D. (2020). Technology in tourism- from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 267–272. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0258>
- [5] Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2014). Smart Tourism Destinations. *Springer International Publishing Switzerland*, 553–564. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-03973-2>
- [6] Gajdošík, T. (2018). Smart Tourism: Concepts and Insights from Central Europe. *Czech Journal of Tourism*, 7(1), 25–44.
- [7] Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Springer*, 25, 179–188.
- [8] Harrison, C., Ekman, B., Hamilton, R., Hartwick, P., & Kalagnanam, J. (2010). Foundations for Smarter Cities. *IBM Journal of Research and Development*, 54(4).
- [9] Jasrotia, A. (2018). Smart Cities & Sustainable Development: A Conceptual Framework. *Asian Journal of Research in Business Economics and Management*, 8(2), 42–50.

- [10] Jasrotia, A., & Gangotia, A. (2018). Smart Cities To Smart Tourism Destinations: A Review Paper. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 1(1), 47–56.
- [11] Jovicic, D. Z. (2017). From the traditional understanding of tourism destination to the smart tourism destination. *Current Issues in Tourism*, 22(3), 276–282. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1313203>
- [12] Khadijah, S. A. R. (2019). *Implementasi Smart Tourism Dalam Meningkatkan Pengalaman Wisatawan Milenial Di Kota Bandung*. Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
- [13] Kulualp, H. G. (2020). Smart Tourism, Smart Cities, and Smart Destinations as Knowledge Management ToolsNo Title. *ResearchGate*, 4.
- [14] Lee, P., Hunter, W. C., & Chung, N. (2020). Smart Tourism City : Developments and Transformations. *Journal Sustainability*, 12, 1–15.
- [15] Li, Y., Hu, C., Huang, C., & Duan, L. (2016). The concept of smart tourism in the context of tourism information. *Tourism Management*, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.03.014>
- [16] Sugiyono, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- [17] Tanzeh, A. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis*. Teras.
- [18] Vasavada, M., & Padhiyar, Y. (2016). “ Smart Tourism ”: Growth for Tomorrow. *Journal For Research*, 01(12), 55–61.
- [19] Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0. *JURNAL PARIWISATA BUDAYA*, 3(2), 81–92.
- [20] Xiang, Z. (2017). *Analytics in Smart Tourism Design*. Springer International Publishing Switzerland.