

Implementasi Bandung *Smart City* Untuk Mewujudkan *Smart Tourism Destination*

Fauzan Akbar Bachrian^{a,1}, Ida Bagus Suryawan^{a,2}

¹ fauzanakbar0324@gmail.com, ² idabagussuryawan@unud.ac.id

^a Program Studi Pariwisata Program Sarjana, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Jl. Dr. R. Goris, Denpasar, Bali 80232 Indonesia

Abstract

The Smart City of Bandung city is one of the best in Indonesia because it has received various awards of Smart City from Asia's Tech Ecosystem Magazine 2015, the Smart City of Bandung City was established in 2016 and has had plans since 2013. The research aims to see whether the smart city in its implementation can make Smart Tourism Destinations in Bandung City. This research uses two data sources, namely primary data and secondary data. The data collection techniques in this research are documents. The analysis technique used is Data reduction, data presentation, and verification and drawing conclusions.

The results of this research are to see existing conditions that have been carried out since Smart City has been implemented in Bandung City as well as seeing the implementation of Smart City in making Bandung City a Smart Tourism Destination.

Keyword: *Smart City, Smart Tourism Destination, Kota Bandung*

I. PENDAHULUAN

Sesuai dengan UU No.10 Tahun 2009, tentang kepariwisataan "Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi dan multidisiplin, yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan, pemerintah pusat, pemerintah daerah dan pengusaha (Undang - Undang No. 10 Tahun 2009).

Salah satu daerah yang terkenal pengembangan pariwisata di Indonesia adalah kota Bandung. Kota Bandung sudah aktif melakukan pembangunan pariwisata sejak tahun 1950-an. Berawal dari berdirinya Yayasan Tourisme Indonesia (YTI) (serupa dengan Badan/Dinas Pariwisata saat ini) dan Konferensi Asia Afrika tahun 1955, sampai saat ini Kota Bandung semakin diminati oleh wisatawan maupun pengunjung (Anom, dkk., 2016).

Kota Bandung terletak di wilayah Jawa Barat dan merupakan Ibukota Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Barat. Kota Bandung juga sudah berimprovisasi dengan menerapkan *system Smart City* untuk memudahkan Kota Bandung dalam memberikan informasinya. Bandung *Smart City* dibentuk pada tahun 2016 dengan dibentuknya Bandung *Smart City* ini membantu untuk lebih efisien dalam segala aspek seperti mengetahui tingkat kemacetan, daerah dengan *wifi* (taman kota), penataan angkot, pengelolaan sampah dan daerah wisata. Berbagai aspek yang diberikan maka bagian dari pariwisata ini menjadi hal yang menarik dan pastinya banyak digunakan karena akan membantu dalam menentukan dan mengetahui apakah lokasi tersebut sama dengan apa yang diberikan informasinya dengan apa yang ada di aplikasi *Smart City*. *Smart City* merupakan konsep untuk meningkatkan kualitas hidup warganya. Kegiatan pariwisata juga yang terkait dimana pariwisata sebagai salah satu

devisa negara Indonesia itu sendiri sehingga hadirnya konsep *Smart Tourism Destination* yang berfokus pada destinasi itu sendiri. Ritchie dan Crouch (2005) menyebutkan bahwa *Smart Cities* dan *Smart Tourism Destination* dapat memperoleh daya saing dengan menerapkan teknologi inovatif untuk meningkatkan pengalaman pariwisata. Konsep *Smart Tourism Destination (STD)* mengadaptasi gagasan yang sama dengan *Smart City*, hanya saja *STD* khusus diterapkan pada destinasi wisata.

Smart Tourism Destination adalah untuk fokus pada kebutuhan wisatawan dengan menggabungkan Teknologi, informasi dan komunikasi (TIK) dengan budaya casual dan industri inovasi wisata dalam rangka mempromosikan pariwisata kualitas layanan, meningkatkan manajemen pariwisata dan memperbesar skala industri ke tingkat yang lebih luas (Huang et al. 2012). Fokus dalam penelitian ini untuk mengetahui "implementasi dari *Smart City* dan ketrkaitannya dengan *Smart Tourism Destination*" Bandung, Jawa Barat.

Dalam penelitian ini menggunakan teori dan konsep *Smart City, Smart Tourism Destination, Daya Tarik Wisata, Konsep 4A, Konsep Implementasi dan Wisatawan. Smart City* atau secara harfiah berarti kota pintar, merupakan suatu konsep pengembangan, penerapan, dan implementasi teknologi yang diterapkan disuatu daerah sebagai sebuah interaksi yang kompleks di antara berbagai sistem yang ada di dalamnya (Pratama, 2014). Rudolf, G. Et al (2007) menyebutkan dimensi *smart city* terbagi menjadi enam dimensi yaitu *Smart Economy, Smart Government, Smart Environment, Smart Economy, Smart People, Smart, Smart Mobility. Smart Tourism Destination* merupakan terusan dari konsep *Smart City* yang dimana konsep *Smart Tourism Destination* ini lebih memfokuskan pada peningkatan kualitas destinasi tersebut dengan

memberikan informasi yang sesuai dengan destinasi yang dipilih, *Smart Tourism Destination* dalam peningkatan wisatawan dalam bentuk *experience* yang didapat dalam pariwisata dengan memberikan *review* sehingga wisatawan yang akan berkunjung bisa memilih destinasi yang akan dituju berdasarkan *review* yang diberikan oleh wisatawan yang terdahulu. Xiang Z et al., (2015:143). *Smart Tourism Destination* ini juga memiliki karakteristik yang terdiri dari *Tourism Organisation, Government, Local resident/Local Communities, Tourist, dan Environment*. (Hedlund 2012) dalam (D. Buhalis and A. Amaranggana “ *Smart Tourism Destinations*” 2014). Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, pengertian Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Konsep 4A Terdapat komponen produk yang sangat diperlukan dan menjadi penunjang utama dalam penawaran pariwisata. Yang lebih akrab disebut sebagai konsep 4A sebagai berikut Aktraasi (*attraction*) adalah komponen yang sangat signifikan dalam menarik wisatawan. terapat banyak alasan ,mengapa orang berwisata ke suatu daerah, Aksesbiitas (*Accesbilitiy*) yang dimaksudkannya agar wisatawan domestik dan/atau mancanegara dapat dengan mudah dalam mencapai tujuan ke tempat wisata. Airport, pelabuhan terminal, dan segala macam jasa transportasi lainnya menjadi akses penting dalam pariwisata, Fasilitas (*Aminities*) adalah segala sarana dan prasarana yang diperlukan wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti penginapan (*Accomodation*), rumah makan (*restaurant*), transportasi dan agent perjalanan. Kelembagaan (*Anycillary*) Adanya lembaga pariwisata, Wisatawan dapat merasa keamanan (*protection of tourism*) dan terlindungi. Kelembagaan ini dapat berupa Pemerintah Lokal, Pemerintah Setempat, Dinas Pariwisata, Kelompok Sadar Wisata dan Masyarakat Setempat (I Ketut Suwena:2018). Implementasi kebijakan yang bersifat top-down yang dikembangkan oleh George C. Edward III dikenal dengan “direct and indirect impact on implementation” terdapat empat variable yang menentukan keberhasilan implementasi kebijakan public yaitu Komunikasi, Sumber Daya, Disposisi dan Birokrasi. Menurut Edward III dalam Winarno (2005: 142- 143).

Selain itu terdapat telaah hasil penelitian sebelumnya yang relevan dan penting untuk dijadikan acuan dalam penelitian ini yaitu penelitian yang berjudul “KONSEP SMART CITY DAN PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KOTA MALANG” yang dilakukan oleh Wiwin Purnomowati dan Ismini tahun 2014. Dalam penelitian ini membahas tentang

Kompleksitas permasalahan pembangunan yang dihadapi Kota Malang saat ini membutuhkan sebuah percepatan pembangunan yaitu ekonomi pintar (*smart economy*), mobilitas pintar (*smart mobility*), lingkungan pintar (*smart environment*), masyarakat pintar (*smart people*), kehidupan cerdas (*smart living*) dan pemerintahan pintar (*smart governance*). Keenam unsur ini merupakan dimensi dari *smart city*.

II. METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini berada Kota Bandung terletak di provinsi Jawa Barat sebagai ibukota Jawa Barat. Merupakan salah satu destinasi wisata yang terkenal. Dengan memahami konsep Bandung *Smart City* ini bisa mengetahui keterkaitannya dengan *Smart Tourism Destination* di kota Bandung.

Ruang Lingkup Penelitian dalam penelitian ini yaitu Kondisi Eksisting Bandung *Smart City* dan Sejauh mana keterkaitannya *Smart City* dengan *Smart Tourism Destination* serta Aspek data meliputi Kegiatan dari Bandung *Smart City*, Penerapan Bandung *Smart City*, Program yang sudah berjalan, Implementasi yang sudah terjadi, Destinasi yang terintegrasi, Perubahan untuk menjadi *Smart Tourism Destination*. Jenis data yang digunakan yaitu Data kualitatif adalah data yang tidak berbentuk angka dan tidak dapat dihitung, berupa uraian data informasi yang dijabarkan secara rinci dan jelas yang kemudian dapat ditarik kesimpulan (Moleong, 2011). Sumber data yang digunakan yaitu Data primer adalah data yang diambil dari sumber data secara langsung oleh peneliti melalui wawancara (Lexy J. Moleong (2012:186) dan observasi (Sugiyono, 2016). terhadap informan penelitian. Sedangkan menurut Lofland dalam (Lexy J. Moleong, 2012:157) bahwa “sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan”. Sugiyono (2016: 225) mengatakan bahwa data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen yang telah tersedia (Sugiyono (2015: 329). Teknik penentuan sampel menggunakan *simple random sampling* (Sugiyono, 2014:118) Teknik analisis data menggunakan analisis data kualitatif yaitu analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi. Menurut Miles & Huberman (1992: 16). Terakhir menggunakan tabel penilaian Tabel penilaian ini digunakan untuk mempermudah dalam melaksanakan penelitian. Dengan menggunakan tabel penilaian dapat

memilah data yang akan diambil dari review wisatawan Seperti Nama, Tempat, *rating* dan *review*.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bandung Smart City

Bandung *Smart City* memiliki program-program seperti *Smart government*, *Smart Education*, *Transportation (Smart Transportation, Smart Parking)*, *Health Smart*, *Energy (Smart Grid/Smart Energy)*, *Security (Smart Surveillance)*, *Smart Environment*, *Community /Sosial (Smart Society, Smart Reporting, Bandung Passport)*, *Finance (Smart Payment)*, *Trading (Smart Commerce)* sebagai prioritas area dalam pengembangan Bandung *Smart City*. Beberapa milestone yang sudah dicapai melalui Bandung *Smart City* yaitu *Infrastructure (Internet Access for all)*, *Smart Government (Technology-oriented Government)*, *Open Government (Transparency, Share & Collaboration)* *Empowerment (Internet Literacy, Citizen engagement & Vibrant Digital Industry)*, *Technopolis (ICT Based Economic Exclusive Zone)*. (LAPI, I, 2013). Berdasarkan yang dijelaskan pada website resmi *Smart City* Bandung, pada tahun 2013 pemerintah kota Bandung telah membuat *roadmap smart city* yang dimanifestasikan pada buku "*Masterplan Smart City 2013-2018*". konsep *Smart City* yang mengedepankan infrastruktur telekomunikasi modern pada Kota Bandung dimulai dari ketersediaan layanan WIFI gratis yang terdapat pada tempat-tempat umum, tersedianya aplikasi mobile 'LAPOR' yang dapat digunakan warga Kota Bandung untuk melaporkan atau mencurahkan aspirasi ataupun keluhannya, pengelolaan dana bantuan sosial online, dan-lain-lain".

Bandung *Smart City* merupakan kota yang berfungsi secara maksimal dalam mengelola berbagai sumber daya kota secara efektif dan efisien untuk menyelesaikan berbagai tantangan dan problematika kota menggunakan solusi inovatif, terintegrasi dan berkelanjutan dimana teknologi menjadi pendorong terciptanya solusi tersebut ditopang infrastruktur yang kuat dan sumber daya manusia yang siap untuk memberikan layanan kota yang dapat meningkatkan kualitas hidup warganya menuju Kota Bandung yang nyaman dicintai. #liveable dan #loveable merupakan tag yang dibuat Bandung *Smart City* yang berarti

Loveable adalah Kota Bandung yang dicintai, membuat warganya betah dan memberikan segala yang terbaik untuk Bandung.

Liveable adalah Kota Bandung yang berfungsi secara maksimal sehingga nyaman dan layak dihuni oleh warganya.

B. Kondisi Eksisting Bandung Smart City

1. Fokus pembangunan Bandung Smart City

Konsep *Smart City* mewakili lingkungan di mana keberadaan teknologi tertanam di dalam kota.

Teknologi ini akan bersinergi dengan sosial kota komponen dalam rangka meningkatkan kualitas hidup warga sementara juga meningkatkan kota efisiensi layanan, seperti mengoptimalkan penggunaan energi dan pemantauan lalu lintas yang lebih baik (Vicini et al. 2012). Dalam pembangunan Bandung *Smart City* terdapat visi yaitu "*Bandung Is A Liveable & Loveable Smart City*". Dalam pembangunan Bandung *Smart City* pemerintah kota Bandung memiliki fokusnya dalam mencapai konsep *Smart City* yaitu seperti :

- a. *Smart Government* Kota Bandung adalah mewujudkan tata kelola dan tata pamong pemerintahan daerah yang efektif, efisien, komunikatif, transparan dan akuntabel serta terus melakukan peningkatan kinerja birokrasi melalui inovasi dan adopsi teknologi yang terpadu.
- b. *Smart Branding* merupakan inovasi dalam memasarkan Kota Bandung sehingga mampu meningkatkan daya saing daerah.
- c. *Smart Economy* dimaksud untuk mewujudkan ekosistem perekonomian di daerah yang mampu memenuhi tantangan di era informasi yang disruptif dan menuntun tingkat adaptasi yang cepat seperti saat ini.
- d. *Smart Living* untuk menjamin kelayakan taraf hidup masyarakat di dalamnya.
- e. *Smart society* mewujudkan peningkatan mutu kerjasama di antara semua pemangku kepentingan dalam pembangunan Kota Bandung.
- f. *Smart Environment* adanya perhatian yang diberikan terhadap pembangunan infrastruktur fisik maupun pembangunan bagi sarana dan prasarana bagi warga.

2. Kondisi Eksisting Bandung Smart City

a) Smart Government

Smart Government harus dapat diimplementasikan ke dalam tiga unsur dalam tata kelola yaitu pelayanan (service), birokrasi (bureaucracy), dan kebijakan (policy).

Menurut smartcity.bandung.go.id, pelaksanaan eksisting pada *Smart Government* dalam penerapannya seperti pelayanan, birokrasi dan kebijakan, berikut bukti penerapan yang sudah berjalan dan rencana kedepannya:

Table 1. Kondisi Eksisting Smart Government

Program	Sudah Berjalan	Rencana Ke Depan
Pelayanan Publik	<ul style="list-style-type: none"> • Mobile (Memberikan Pelayanan Keliling). • Pelayanan Pajak Online. 	Pelayanan Publik Terintegrasi (Singel Sign-in).
Kebijakan Publik	BPG (Bandung Planning Gallery).	Layanan informasi pelayanan pemerintah Kota Bandung terintegrasi.
Birokrasi	<ul style="list-style-type: none"> • e-RK (Elektronik Remunerasi Kerja). • Sira (E-Planning dan budgeting). 	Sistem pembinaan Aparatur dan sistem Pengolahan Aset Terintegrasi.

Sumber : smartcity.bandung.go.id dan hasil olahan penulis (2020)

Dalam pengembangannya program-program yang sudah berjalan sangatlah membantu masyarakat dalam memudahkan kegiatan dengan memberikan pelayanan keliling dan membayar pajak secara online tidak perlu mendatangi kantor. Sehingga dalam penerapannya *Smart Government* di Bandung sudah berjalan dan memudahkan dalam kegiatan serta memberika transparansi data mengenai perencanaan pembangunan, sistem keuangan sehingga masyarakat bisa memantau apabila terjadinya manipulasi ataupun bisa terlibat langsung dalam memberikan saran mengenai perencanaan dengan memberika

kebutuhan-kebutuhan yang diinginkan masyarakat dalam menunjang kegiatannya.

b) Smart Branding

Smart Branding merupakan bagian dari *Smart City* yang difokuskan untuk meningkatkan daya saing daerah dengan mengembangkan elemen seperti pariwisata, bisnis dan wajah kota. Menurut smartcity.bandung.go.id, pelaksanaan eksisting *Smart Branding* dalam penerapannya seperti Pariwisata, Bisnis, serta wajah kota (Tampilan), berikut penerapan yang sudah berjalan dan rencana ke depannya :

Table 2. Kondisi Eksisting Smart Branding

Program	Sudah Berjalan	Rencana Ke Depan
Pariwisata	Bandung Menakjubkan (stunning Bandung).	Pariwisata Bandung Go International.
Wajah Kota (Tampilan)	Taman Tematik.	Bandung Teknopolis.
Bisnis	GAMPIL (Gadget Mobile for License).	Business Longue and Investment Gate.

Sumber: smartcity.badung.go.id dan hasil olahan penulis (2020)

Dengan perkembangan pariwisata dibanding yang sangat pesat Kota Bandung menjadi salah satu penunjang pariwisata terbesar di Indonesia dengan memberikan keunikan-keunikan dalam berbagai macam destinasi wisata yang ditawarkan serta banyaknya event-event internasional yang secara tidak langsung memasarkan pariwisata Bandung di berbagai segmen seperti lokal, nasional serta internasional. Wajah Kota Bandung juga mendapatkan kesan-kesan yang baru dengan menerbitkannya taman tematik seperti taman film, taman jomblo, taman konservasi dan banyak lagi menjadikan Kota Bandung menawarkan minat kepada wisatawan untuk berkunjung kembali dengan pembaharuan konsep-konsep dari pariwisata.

Kota Bandung memenngkan *Smart City Award 2015* yang diadakan oleh majalah Asia's Tech Ecosystem sehingga meningkatkan peluang dalam berbisnis

serta Kota Bandung juga menjadi salah satu penyedia Start-up terbesar di Indonesia setelah Jakarta (Enricko Lukman dalam Article Tech in Asia).

c) Smart Economy

Smart Economy dalam *Smart City* Kota Bandung untuk mewujudkan ekosistem yang mendukung aktifitas ekonomi masyarakat yang selaras dengan sektor ekonomi unggulan daerah yang adaptif terhadap perubahan di era informasi saat ini serta meningkatkan financial literacy masyarakat melalui berbagai program diantaranya mewujudkan less-cash society. Dengan sasaran yaitu ekosistem industry, peningkatan kesejahteraan masyarakat dan ekosistem transaksi keuangan.

Dalam perkembangannya *Smart Economy* sudah berjalan, menurut Smartcity.bandung.go.id, *Smart Economy* menerapkan tiga elemen yaitu Industri, Tansaksi dan Kesejahteraan, berikut penerapan dan rencana kedepannya :

Table 3. Kondisi Eksisting *Smart Economy*

Program	Sudah Berjalan	Rencana Ke Depan
Industri	Little Bandung, Portal WUB (Wira Usaha Baru).	Satu Juta Pengusaha Baru.
Transaksi	Revitalisasi Pasar Tradisional.	Pembayaran Terpadu (Mobile Commerce).
Kesejahteraan	Kredit Melati (Melawan Rentenir).	<ul style="list-style-type: none"> • Pertumbuhan Ekonomi SMEs. • Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat.

Sumber: smartcity.bandung.go.id dan hasil olahan penulis (2020)

Perkembangan bisnis pada Kota Bandung merupakan perkembangan yang sangat pesat dimana bisa dilihat banyaknya muncul tempat-tempat baru seperti di bidang pariwisata destinasi-destinasi baru berkembang dan penunjang pariwisata seperti kuliner, travel semakin berkembang. Perkembangan *Smart Economy* banyak membantu masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya dengan mengadakan program Kredit Melati dengan maksud untuk menghilangkan sistem pinjam uang dengan rentenir yang mengharuskan masyarakat kecil terus menambah hutang mereka dengan bertambahnya bunga dalam hutang. Dengan adanya revitalisasi pasar memberikan kesempatan kembali kepada pedagang-pedagang tradisional karena perkembangan teknologi yang sudah sangat berkembang di era 4.0 ini maka banyaknya transaksi secara online ataupun secara mobile dengan merevitalisasi pasar membuat pasar menjadi hidup kembali dan modern sehingga menghilangkan image pasar yang bau, becek, dan kotor.

d) Smart Living

Smart Living dalam mewujudkan lingkungan tempat tinggal yang layak tinggal, nyaman, dan efisien. Kelayakan taraf hidup ini dapat dinilai melalui tiga elemen yaitu kelayakan pola hidup, kelayakan kualitas kesehatan, dan kelayakan moda transportasi untuk mendukung mobilitas orang dan barang.

Table 4. Kondisi Eksisting *Smart Living*

Program	Sudah Berjalan	Rencana Ke Depan
Pola Hidup	<ul style="list-style-type: none"> • GPS (gerakan Pungut Sampah). • Forum Rembung Peduli Bandung. • Relawan Disiplin Lalu Lintas. 	Satu Juta Pengusaha Baru.

	<ul style="list-style-type: none"> • Relawan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi). • Forum Kerukunan Antar Umat Beragama.
Mobilitas	<ul style="list-style-type: none"> • Area Traffic Control System (ATCS). • Boleh (Bike Sharing). • E-parking.
	<ul style="list-style-type: none"> • Sistem Transportasi Terintegrasi (LRT,Cable Car, TMB). • Advance Traffic Management System (ATMS). • Traveler Transportation System (TIS). • Public transportation System (PTS). • Smart Parking System.
Kesehatan	<ul style="list-style-type: none"> • Layad Rawat. • Kekasih (Kendaraan Konseling Silih Asih).
	<ul style="list-style-type: none"> • Sistem Pelayanan Kesehatan Terintegrasi.

Sumber: smartcity.bandung.go.id dan hasil olahan penulis (2020)

Dalam penerapan *Smart Living* di Kota Bandung beberapa program sudah berjalan seperti GPS (Gerakan Pungut Sampah) yang dimana secara tidak langsung meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menjaga kebersihan sehingga menciptakan lingkungan yang nyaman bersih untuk ditinggali, serta adanya forum untuk kerukunan antar umat beragama yang dimana menjaga kedisiplinan warga bandung serta meningkatkan toleransi sesama umat beragama dan sesama manusia.

Meningkatkan mobilitas demi meningkatkan kenyamanan serta memudahkan masyarakat dalam kegiatannya dengan penciptakannya E-parking untuk mendapatkan kenyamanan dan keamanan serta menghilangkan pungli (pungutan liar) karena petugas parkir yang berjaga sudah terverifikasi dan mendapatkan tarifnya menggunakan mesin parkir sehingga tidak adanya kecurangan dalam harga parkir. Serta adanya program ATCS untuk meningkatkan kedisiplinan masyarakat dalam berkendara karena dipantau langsung melalui cctv disetiap lampu lalu lintas sehingga mencegah terjadinya pelanggaran.

e) **Smart Society**

Smart Society menuju ekosistem sosio-teknis di mana interaksi fisik dan virtual semakin terjalin secara intensif. Interaksi antar-warga terjalin sangat kuat dan tanpa sekat dengan mediasi teknologi untuk menciptakan masyarakat yang humanis dan dinamis, baik fisik maupun virtual untuk terciptanya masyarakat yang produktif, komunikatif dan interaktif dengan literasi digital yang tinggi. menurut Smartcity.bandung.go.id, berikut penerapannya dan rencana ke depannya :

Table 5. Kondisi Eksisting *Smart Society*

Program	Sudah berjalan	Rencana Ke Depan
Pembelajaran	Bandung Masagi.	Landasan pendidikan yang Cerdas.
Komunitas	<ul style="list-style-type: none"> • Magrib Mengaji. • Subuh Berjamaah. 	Kampus Dan Istitusi Yang Cerdas.
Keamanan	<ul style="list-style-type: none"> • Bandung Pannic Button. • Call Center 	<ul style="list-style-type: none"> • Integrasi CCTV. • Sensor Peringatan Dini.

Sumber: smartcity.bandung.go.id dan hasil olahan penulis (2020)

Program yang sudah berjalan dalam kelangsungan untuk meningkatkan penerapan *Smart society* untuk meningkatkan ekosistem pembelajaran untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusianya dalam jangka waktu kedepan untuk menghadapi era teknologi. Dengan mendirikan komunitas keagamaan yaitu seperti kegiatan mengaji dan subuh berjamaah bagi yang beragama islam, untuk meningkatkan ketaatan dan tidak meninggalkan keagamaanya dalam era

Program	Sudah Berjalan	Rencan Ke Depan
Perlindungan	Penegakan Perda K3.	Perlindungan Lingkungan Hidup dan Pengendalian Pencemaran.
Limbah	<ul style="list-style-type: none"> • Biopori, Biodigester, T PS Terpadu. • Kendaraan Penyapu Jalan. 	Sistem Pengelolaan Energi Limbah.

digital ini. Sistem keamanan yang maju dengan mengadakannya Bandung Pannic Button sehingga memudahkan masyarakat dalam mengakses hal-hal dalam keadaan darurat

f) Smart Environment

Smart environment untuk mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan, dimana hal tersebut tidak boleh hilang menjadikan elemen teknologi sebagai elemen pendorongnya. Menurut smartcity.bandung.go.id *Smart Environment* membuat interaksi manusia dengan sitem menjadi suatu pengalaman yang menyenangkan. Dalam meningkatkan peranannya meningkatkan kesehatan, Limbah, dan Energi, berikut penerapannya dan rencana kedepannya :

Table 6 Kondisi Eksisiting Smart Environment

- Pasukan GOBER (Gorong dan Kebersihan).

Energi	<ul style="list-style-type: none"> • Sistem Cerdas Pengelolaan Air. • Sistem Cerdas Pengelolaan Udara. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kantor Ramah Lingkungan. • Transportasi Ramah Lingkungan. • Sekolah Ramah Lingkungan. • Kampung Ramah Lingkungan.
--------	--	--

Sumber: smartcity.bandung.go.id dan hasil olahan penulis (2020)

Smart Environment yang sudah berjalan jelas memberikan kenyamanan dalam program Perlindungan, Limbah, dan Energi, dimana dengan penerapan perda k3 perusahaan dalam segala bidang akan lebih memperhatikan dalam kesehatan dan keselamatan kerja, sangat penting dalam memaintance segala hal yang ada dalam perusahaan seperti alat-alat kerja demi menjaga kenyamanan dan kesejahteraan pegawainya. Program pembersihan limbah dengan menerapkan pasukan GOBER untuk menjaga arus perairan agar tidak tersumbat sehingga tidak terjadinya banjir, serta menciptakan TPS terpadu, dan membuat kendaraan penyapu jalan. Merupakan program-program yang sangat memberikan nyaman padaarganya. Serta pengaplikasian untuk menjaga agar air tetap bersih dan menerapkan menggunakan air dengan secukupnya serta menjaga sirkulasi udara agar udara yang dihasilkan bisa dirasakan lebih segar dengan pengurangan limbah polusi dari kendaraan dan pabrik.

C. Implementasi terhadap Smart Tourism Destination

Smart Tourism Destination merupakan dinamika keterhubungan stakeholder dalam platform teknologi memberikan informasi yang berhubungan dengan aktivitas wisatawan dan bisa

sebaliknya dengan mudah. *Smart Tourism Destination* memberikan keuntungan : (1) teknologi yang tertanam di lingkungan hidup, (2) proses *response* dari level makro dan mikro, (3) perangkat pengguna akhir dalam banyak titik sentuh, (4) *stakeholder* yang terlibat menggunakan *platform* secara dinamis sebagai sitem saraf. (D.Buhalis dan Amaranggana, 2013).

Dalam *Smart Tourism Destinasi* di Bandung *Smart City*, destinasi-destinasi yang berkaitan dalam pengembangan *Smart Tourism* yaitu ada beberapa seperti Museum Asia Afrika, Mesjid Raya Bandung, Taman film, Bukit Bintang, Ciwidey Kawah Putih, Sanghyang Heulet, Kebun The Sukawana, Taman Konserfasi Ir, H, Juanda. Diperlihatkan dalam website resmi Bandung Smart City dan yang terhubung langsung ke website Disbudpar dan di aplikasi Bandung Smart City destinasi wisata tersebut terdapat dalam *tools* wisata terdapat informasi mengenai destinasi berkaitan dengan lokasi yang tersambung langsung ke halaman google untuk melihat jarak tempuh dari lokasi wisatwan ke destinasi wisata. Melihat lebih lengkapnya apakah destinasi tersebut sudah termasuk dalam komponen *Smart Tourism Destination* maka dilakukan penelitian melalui *Trip Advisor* sebagai salah satu web yang memberikan informasi tentang Destinasi Wisata, dengan mendapatkan datanya dalam melihat *Review* oleh wisatawan yang sudah berkunjung ke berbagai destinasi wisata yang ditawarkan dalam aplikasi Bandung *Smart City* dijabarkan melalui tabel dengan klasifikasi Tempat, Nama wisatawan, *Rating* yang diberikan oleh Wisatawan dan *Review* yang diberikan.

Table 7. Review Museum Asia Afrika

Tempat	Nama	Rating	Review
Museum Asia Afrika	Sightsee (Cikarang, Indonesia).	5/5	Tempat Bersih, Local Guide fasih berbahasa Inggris, pintar, ramah dan informative. Tempat yang bersejarah sangat menarik dan terus dilestarikan.
	Carli Vonk (Zeist, The Netherlands)	4/5	Mendapatkan pandangan yang berbeda dari apa yang dipelajari di sekolah. Memberikan informasi tentang Cold War.

ds)

IndahNS (New York City, New York)	5/5	Berkunjung ke museum asia-afrika sangat layak jika menyukai tentang Non-Blok di saat Perang Dingin. Tempatnya sangat strategis karena berada di jalan asia afrika yang merupaka jalan bersejarah di Bandung. Menggunakan Bahasa Indonesia dan Inggris sebagai display/sign.
Nicolaas H (Phnom Penh, Cambodia).	4/5	Tempatnya Gratis, Gedung bersejarah dan arsitektur belanda.
Katrien H (Edinburgh, U.K)	3/5	Highlight dari museum merupakan asli dari ruang konferensi. Memiliki translate dalam Bahasa Inggris, namun pada Nelson Mandela semua menggunakan Bahasa Indonesia tidak ada dalam Bahasa Inggris.
(Patricia, Thailand).	4/5	Display di gabung dengan gambar dan tulisan dengan memberitahuakan informasi tentang Cold War. Arsitektur memiliki ketertarikan sendiri.
Jason E	5/5	Sangat Berilian, mempresentasikan dengan sangat baik, menunjukkan artefak dari conference, realistic dari patung-patung partisipan, tanda menggunakan Bahasa Inggris dalam menceritakan tentang conference. Tiket masuk Gratis.

Sumber: adapted from www.tripadvisor.com dan olahan penulis(2020)

Menurut yang diberikan oleh beberapa wisatawan aktifitas yang bisa dilakukan hanya untuk melihat hasil dari konferensi Asia Afrika, dan berfoto-foto. Dalam pelayanan yang diberikan seperti

menggunakan dua Bahasa di petunjuk ataupun penjelasan pada gambar yaitu menggunakan bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia sehingga memudahkan wisatawan internasional jika berkunjung ke museum Asia Afrika, patung-patung yang sangat realistic dan arsitektur Belanda yang masih dipertahankan, tiket masuk ada yang gratis dan ada juga yang bayar, jika sedang diberlangsungkan event di museum Afrika maka akan dikenakan biaya tetapi akan diberikan gratis jika hari biasa.

Masjid Raya Bandung terletak di jalan Asia Afrika dan berdepanan dengan museum Asia Afrika, Masjid Raya Bandung ini menjadi daya tarik wisata karena Masjid Raya Bandung menyatu dengan alun-alun kota Bandung. Berikut adalah *review* yang diberikan oleh para wisatawan :

Table 8 Review Masjid Raya Bandung

Tempat	Nama	Rating	Review
Bandung Grand Mosque	Yusuf KS (Jakarta, Indonesia).	3/5	Arsitektur dengan style timur tengah sehingga tidak ada yg unik. Alun-alun yang bergabung dengan masjid, halaman 1200 square meter dengan rumput synthetic. Adanya fasilitas seperti taman bermain anak, perpustakaan dan wifi.
	Angga Prana (Jakarta, Indonesia).	3/5	Tempat seperti kurangnya perhatian. Tempat wudhu dan toilet sangat kotor dan terdapat petugas yang meminta uang untuk jasa pakai toilet atau tempat berwudhu.
	Lizatg malim (Bonting, Malaysia).	4/5	Sangat mudah untuk dicari berlokasi di alun-alun Bandung. Tempat sembahyang sangat besar, muslimah bisa meminjam mukena jika tidak membawa dan itu gratis dan bersih.

Sufring Wild (London, United Kingdom).	4/5	The Grand Mosque terletak di center kota Bandung jalan Asia Afrika. Tempat yang populer terlihat dari ramainya orang datang untuk berdoa ataupun hanya jalan-jalan. Banyaknya makanan dengan harga murah.
Khalidfrom Bahrain (Manama, Bahrain).	4/5	Salah satu masjid terbesar di Bandung, bukan hanya tempat untuk berdoa tetapi di waktu libur warga datang untuk menghabiskan waktu, anak-anak bermain di rumput. Tempat ini juga berdekatan dengan museum, di belakang masjid ada shopping mall.
HanaPyon (Osaka Prefecture, Japan).	4/5	Masjid yang besar, banyak warga yang tidur di halaman dan ada yang melakukan hal yang tidak pantas, halaman yang sangat kotor dan membutuhkan kebersihan. Namun tempat yang baik untuk umat muslim berdoa.
MasOgud (Bandung, Indonesia).	4/5	Semenjak Bandung mempunyai Gubernur baru banyak yang berubah, salah satunya Masjid Raya Bandung dengan dua Menara Kubah, di malam hari bisa melihat lampu yang indah dari Menara, tempat yang nyaman untuk anak bermain dengan rumput synthetic. Lokasi yang strategis berada di jalan Asia Afrika, berdekatan dengan Asia Afrika Museum, kepatihan shopping center.

Sumber: adapted from www.tripadvisor.com dan olahan penulis (2020)

Menurut review yang diberikan wisatawan dalam mengunjungi Masjid Raya Bandung ini memberikan komentar seperti lokasi yang strategis yang berada jalan asia afrika dan masjid raya bandung ini merupakan center of kota Bandung sehingga sangat pasti banyak dikunjungi wisatawan, fasilitas yang diberikan seperti taman bermain untuk anak, wifi dan perpustakaan, untuk fasilitas masjid berupa toilet dan tempat berwudhu, namun kurangnya kebersihan dilihat dari rumput syntheticnya yang sudah mengeluarkan bau, toilet yang kotor. Menjadikan tempat ini kesan sangat kotor dan tidak terurus.

Taman film Bandung merupakan sebuah taman tematik dan ruang terbuka bagi masyarakat bandung dan taman film ini terletak di bawah jalan layang pasupati. Kegiatan yang bisa dilakukan adalah bersantai, menonton film yang sudah disediakan secara gratis. Beberapa wisatan yang berkunjung memberikan review seperti berikut :

Table 9. Review Taman film Bandung

Tempat	Nama	Rati ng	Review
Bandung Movie Park	Hardy Y (Bandung, Indonesia)	3/5	Terleak diluar ruangan dibawah jalan flyover pasupati, flyover menjaga dari hujan ketika sedang menonton film. Susah mencari tempat parkir.
	Frhts (Bandung, Indonesia)	3/5	Terakhir berkunjung pada tahun 2016, ini merupakan inisiasi dari pemerintah bandung yaitu Bapak Ridwan Kamil untuk membuat Bandung lebih Kreatif. Tapi tidak ada toilet sehingga harus meminjam kepada restaurant terdekat, film merupakan dari website bajakan seperti IndoXXI dan layarkaca21, dan

Regina 302 (Bandung, Indonesia)	4/5	Tempatnya nyaman, merasa senang memiliki taman film seperti ini. Terdapat amphitheatre dengan design yang unik. Tempatnya sangat besar dan nyaman dengan keberadaannya di bawah jalan layang pasupati. Namun tidak ada jadwal pemutaran film. Tidak ada informasi tentang taman ini. Tempatnya gratis, parkir motor Rp. 3000, mobil Rp. 5000.
---------------------------------	-----	---

Sumber: adapted from www.tripadvisor.com dan olahan penulis(2020)

Menurut Review yang di berikan Bandung Park Movie atau Taman Film Bandung merupakan bagian dari *Smart Branding* yang dimana pemerintah Kota Bandung ingin merubah wajah kota bandung dengan membuat taman-taman dengan tema-tema menarik seperti taman film ini, namun jika dilihat dari review wisatawan yang berkunjung taman ini seperti hanya dibuat saja dan tidak dikelola dengan benar, terlihat dari informasi yang tidak ada tentang taman ini maupun tentang jadwal tayangnya film di taman ini, hanya menyediakan layar besar saja. Ketidak tersedianya toilet dan lahan parkir menjadi salah satu hal yang kurang dalam taman ini, tempat yang sedikit kotor dilihat dari rumput syntheticnya yang berbau.

Bukit Bintang atau biasa dibilang Bukit Moko merupakan sebuah daya Tarik wisata yang berada di atas bukit. Kegiatan yang bisa dilakukan di bukit bintang ini yaitu bisa melihat keindahan kota dari atas bukit, menikmati sunset, sunrise dan berjalan-jalan di hamparan hutan pinus. Beberapa review yang diberikan oleh wisatawan seperti :

Table 10. Review Bukit bintang

Tempat	Nam	Rating	Review
--------	-----	--------	--------

	a		
Moko Hill/Star Hill	Annis 3/4 Safir a		Tempatnya sangat susah ditempuh. Jalan satu arah, jika bertemu dengan mobil dengan arah berlawanan akan sangat susah, jalan sangat bergelombang, dan sangat menanjak. Tempatnya hanya dataran tinggi yang dibuat untuk tempat camping, terdapat beberapa restaurant yang dibuat oleh warga lokal. Pada saat malam pemandangan yang indah dengan melihat pemandangan kota Bandung.
	Epo 3/5 K (Bandung, Indonesia).		Jalan yang bergelombang, menanjak, licin, dan sempit. Berlokasi di tepi tebing. Mengemudi dengan sangat rumit. Pemandangan yang luar biasa, bisa melihat Bandung dari atas apalagi ketika malam, bisa melihat bintang menyerupai lampu kota. Dengan itulah tempat ini disebut bukit bintang.
	Ransel Bertopeng (Phnom Penh, Cambodia).	5/5	Tempat ini mungkin bisa melihat Bandung dari 360 derajat. Pemandangan yang berbeda jika ke tempat ini di waktu malam dan siang. Jalan yang curam dan beberapa tempat sangat berbatuan. Terdapat café menyediakan indomie kuah, dan camping zone dan merak akan membakar beberapa kayu untuk mengistirahatkan kaki dengan meja batu.
	Andr	4/5	Bisa melihat Bandung

ew (Bandung, Indonesia).	dari 270 derajat, bisa berkamping, untuk kesini dipersiapkan mobil, motor maupun sepeda dengan kondisi yang baik. Berencana untuk sunset atau sunrise ataupun berkemping disini, terdapat area konserfasi dengan tiket 8000 rupiah.
--------------------------	---

Sumber: adapted from www.tripadvisor.com dan olahan penulis(2020)

Menurut review yang di berikan Bukit bintang merupakan salah satu dataran tinggi di Kota Bandung yang bisa melihat Kota Bandung dari perspektif 360 derajat, untuk menuju ke Bukit Bintang ini jalan sangat kecil, berbatuan, licin dan sangat menanjak, di atas bukit terdapat warung-warung kecil yang di bangun oleh masyarakat setempat dan terdapat camping ground.

Kawah Putih atau yang biasa disebut juga sebagai ciwidey merupakan sebuah tempat wisata yang berada di Desa Alam Endah, kabupaten Bandung Jawa Barat. Kawah putih merupakan sebuah danau yang terbentuk akibat terjadinya letusan gunung Patuha dengan begitu letak Kawah Putih ini berada di bawah kaki Gunung Patuha.

Table 11. Review Kawah Putih

Tempat	Nama	Rating	Review
Kawah Putih Ciwidey.	Evelyn (Medan, Indonesia)	4/5	Pergi menggunakan transportasi umum memakan waktu sekitar 2 jam, tergantung macet atau tidaknya. Transportasi ini akan jalan jika sudah pebuhan dan sangat membuang-buang waktu. Berfoto di jembatan memerluka

		pembayaran lagi namun tidak mahal. Dan terdapat tukang foto sehingga bisa mencetak langsung hasil fotonya dan tidak gratis.
Cett_ghost (Melaka, Malaysia).	3/5	Pemandangan yang luar biasa. Menggunakan guide karena tidak ada akses untuk sampai kawah putih dengan transportasi umum. Berlokasi 2 jam dari Bandung.
Anita O (Jakarta, Indonesia).	4/5	Menuju ke tempat parkir, harus tracking sekitar 5 menit untuk turun ke kawah. Mereka menjual masker jika merasa terganggu dengan bau belerang. Jangan merokok atau membuat puntung rokok di area ini, karena di area ini sangat mudah terbakar.

Sumber: adapted from www.tripadvisor.com dan olahan penulis(2020)

Menurut review yang diberikan oleh wisatawan kawah putih ciwidey ini untuk menuju kawah putih ini bisa menggunakan transportasi umum dengan jarak tempot sekitar 2 jam tergantung

dengan kondisi jalan yang macet atau lancar, jika menggunakan kendaraan pribadi maka akan mendapati jalan yang curam, untuk menuju ke kawah putihnya harus berjalan sekitar 5 menit. Kativitas yang bisa dilakukan yaitu seperti berfoto di sekitar kawah putih, untuk berfoto di jembatan harus membayar lagi sedikit, terdapat fasilitas seperti fotografer keliling sehingga wisatawan bisa langsung mendapatkan cetakan fotonya, untuk keamanan dibertahukan agar tidak berdiam lebih dari 15 menit, dan untuk menggunakan masker untuk menghilangkan bau belerang yang sangat kuat, atau bisa membeli masker yang dijual disana. Untuk wisatawan internasional harus membayar tiga kali lipat dari wisatawan lokal, namun untuk wisatwan lokal juga terdapat pungli yang dimana untuk membayar parkir dan penyimpanan helm berjumlah Rp. 10.000 namun saat sudah berkunjung maka akan tagih kembali untuk uang tiket parkir dan penyimpanan helm dengan harga yang sama.

Stone Garden garden merupakan sebuah hamparan tanah yang luas dengan banyaknya bebatuan yang terletak di Kampung Girimulya Desa Gunung Masigit Kecamatan Cipatat Kab.Bandung Barat, Jawa Barat. Jenis batuan yang ada di Stone Garden ini Tekstur batunya mirip batu korang yang biasanya ada di laut. Karena menurut sejarah yang ada di bandung merupakan sebuah danau yang bernama danau bandung dan sekarang bandung merupakan pendataran dari danau bandung yang biasa juga disebut dengan Cekungan Bandung (Bandung Basin)

Table 12. Review Stone Garden

Tempat	Nama	Rating	Review
Stone garden	Blesse	5/5	Kami memboking hammock
, Padalarang.	Derive (Singapore).		experience melalui yellowdoors.id dan menghubungi orang kami, irawan untuk mengkonfirmasi. Irawan sangat membantu. Pemandangan dari atas sangatlah menakjubkan, irawan dan temannya sangat

		baik melayani kamu, memastikan harnesses aman, dan memberikan makan kepada kami.
Over Tanned (Jakarta, Indonesia).	4/5	Tempat sangat fotogenic dan sangat instagramable, namun tidak ada katifitas yang dilakukan selain melihat batu.
Felblan (Jakarta, Indonesia).	3/5	Melihat melalui Instagram namun tidak ada apa-apa hanya tempat biasa, tidak terorganisir dengan baik, dan kekurangan perhatian. Jalan untuk menuju kesini sangat rusak, tidak ada yang bisa dilakukan disini kecuali berfoto.
Imasu (Bogor, Indonesia).	4/5	Untuk mencapai tempat ada dua pos yang kita lewati, pos pertama adalah gardu ronda warga dimintai uang Rp. 10.000, dan pos ke dua pintu masuk resmi Rp. 10.000 diberikan tiket masuk. Biaya parkir Rp. 7000. Setelah parkir baru bisa untuk trecking untuk mencapai puncaknya. Pastikan menggunakan sandal atau sepatu.
Cahaya sarimuda (Jakarta, Indonesia).	3/5	Banyak Pungli. Pertama masuk dimintai uang sumbangsiah yang sifatnya "kewajiban" sebesar Rp. 5000/ motor, parkir Rp. 5000/ motor dan masuk ke stone garden Rp. 5000/orang.
Wahyu di (Karangwang,	3/5	Akses yang mudah di exit toll padalarang, menuju cianjur. Sangat disayangkan

Indone sia).	dengan pengelolaan tiket dan retribusi jalan yang dipungut oleh warga setempat, akses jalan sangat jelek.
--------------	---

Sumber: adapted from www.tripadvisor.com dan olahan penulis(2020)

Menurut review wisatawan yang berkunjung ke Stone Garden, Padalarang ini untuk berkunjung ke sini dibutuhkan waktu sekitar 1-2 jam perjalanan, terdapat pungli yang terjadi pertama akan ada permintaan uang retribusi dari warga dengan harga Rp. 10.000 setelah dari gate partama maka akan ada permintaan uang resmi dari petugas parkir dan diberikan tiket, setelah dari gate ke dua maka akan diminta kembali uang parkir Rp. 7000. Keadaan jalan menuju puncak stone garden sangatlah rusak dan sangat berbatu. Kegiatan yang bisa dilakukan hanyalah melihat bebatuan besar dan berfoto-foto, terdapat warung-warung kecil untuk membeli snack dan minuman.

Sanghyang Heuleut merupakan danau kecil dengan air berwarna biru kehijauan yang dikelilingi oleh bebatuan besar. Nama Sanghyang Heuleut sendiri jika diartikan memiliki makna tempat suci yang dikunjungi oleh bidadari yang memiliki waktu berbeda dengan manusia. Ini bisa dilihat dari kata "sanghyang" yang memiliki arti "sesuatu yang dianggap suci" dan "heuleut" yang berarti "selang antara dua waktu".

Table 13. Review Sanghyang heuleut

Tempat	Nama	Ratin g	Review
Sanghyang Heuleut	Kevin Al Ghifary	4/5	Tiket masuk hari libur Rp. 15.000, parkir motor Rp. 5.000, penitipan helm Rp. 2000. Dinajurkan menyewa guide dengan tariff dari Rp. 30.000 - Rp. 100.000 untuk yang pertama kali, karena berada ditengah hutan, jalan bercabang dan minim petunjuk arah. Hiking menuju menghabiskan waktu 30 menit- 2 jam.

Rali Irwan	4/5	Surga tersembunyi, arahkan kendaraan kearah pita sanguling. Petunjuk jalan cukup jelas, parkir motor Rp. 5000. Ada pemandian air panas, perjalanan hiking sekitar 1-2 jam, trek bisa dengan menyusuri pinggiran sungai dan bisa melalui pinggiran tebing.
Aim Ahmad Salim	5/5	Danau hijau mempesona dikelilingi batu kali yang eksotis dan sampai di sebut kolam bidadari. Bisa meloncat dari salah satu tebing yang tingginya 5 meter.
Ivan Fadilla h	4/5	Ada 2 jalan menuju sanghyang heuleut yaitu dengan menuruni bukit dengan jalan yang curam dan hutan-hutan, lalu ada jalan bawah yaitu mengikuti aliran sungai dengan penuh batu.
Rizky Maula na Aziz	5/5	Bayar Rp. 15.000/orang, guide sangat mengawasi, air sangat dalam, tersedia sewa pelampung Rp. 15.000, tersedia warung untuk makan dan membeli cemilan.

Sumber: adapted from www.googlereview.com dan olahan penulis(2020)

Wisatawan berpendapat pada dalam google review tentang sanghyang heulet kawasan air terjun ini mengatakan untuk menuju kelokasi maka diperlukan sekitar 1-2 jam dengan berjalan kaki tergantung seberapa cepatnya berjalan, jika baru pertama kali disarankan untuk menyewa guide dengan bayaran sekitar Rp. 30.000 sampai dengan Rp. 100.000, tedapat dua jalur untuk sampai ke lokasi sanghyang heulet ini

yaitu dengan menyusuri sungai dan melewati tebing biasa disebut dengan jalur atas dan jalur bawah. Tidak terdapatnya banyak tanda untuk sampai ke lokasi sehingga akan susah untuk sampai jika hanya jalan sendiri maupun berdua. Dilokasi terdapat warung untuk membeli makanan, dan terdapat sewa pelampung jika tidak bisa berenang karena kedalaman airnya hingga 4 meter.

Kebun the sukawana ini merupakan kawasan yang dimiliki oleh pemerintah. Di kebun the sukawana akan mendapatkan suasana yang sangat berbeda dengan konidi yang berada di wilayah lembang menjadi masih sangat asri dan sejuk. Banyak aktivitas yang bisa dilakukan di kebun the sukawana ini yaitu seperti camping, bersepeda dan tea walk.

Table 14. Review kebun teh sukawana

Tempa t	Nama	Ratin g	Review
Kebun The Sukaw ana	Dina Sari Putri	4/5	Kebun the sukawana terletak di Kecamatan Parongpong, Bandung. Aktifitas yang bisa dilakukan berupa hiking, melihat air terjun, dan berfoto. Tiket masuk Rp. 5000/mobil, Rp. 2.000/motor.
	Errie Erine	3/5	Desember 2018, jalan masih rusak, jalan berbatu, jika menggunakan motor jalan licin, jika menggunakan mobil gunakan yg tinggi jangan yang pendek. Jika masuk melalui jl sukawana tiket masuk Rp. 2.500/orang, jika ciwangun indah camp gratis namun jalan hanya untuk motor saja.
	Habiba n Sultho ni Manda la Putra	4/5	Tiket masuk Rp. 10.000 dan untuk biaya camping Rp. 15.000/orang. Kegiatan yang bisa dilakukan berjalan-jalan di kebun teh dan berfoto, camping, bersepeda.
	Ari Geang	5/5	Dapat menikmati kegiatan alam, dapat

melihat langsung proses pengalihan the di pabrik, aktivitas camping. Terdapat warung kecil, tidak tersedianya toilet namun terdapat masjid yang tersedia toiletnya sehingga bisa digunakan.

Sumber: adapted from www.google.com dan olahan penulis(2020)

Wisatawan memberikan pendapatnya tentang kebun teh sukawana ini dengan berbagai macam jenis beberapa dari tersebut mengatakan bahwa untuk tiket masuk ada yang Rp. 10.000/mobil, Rp. 5000/ mobil dan Rp. 2000 untuk motor, Rp. 2.500/orang dan ada juga yang gratis. Aktifitas yang bisa dilakukan sini yaitu dengan melihat kawasan perkebunan teh, melihat air terjun, berkemah dan juga mengunjungi pabrik yang berada di dekat Perkebunan teh sukawana ini. Kurangnya fasilitas umum seperti toilet, untuk toilet hanya tersedia di masjid yang biasa digunakan oleh petani kebun teh tersebut.

Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda (Tahura Djuanda) merupakan kawasan konservasi hutan tanaman dengan jenis Pinus (Pinus merkusil) yang terletak di Aliran Sungai Cikapundung dan DAS Citarum yang membentang mulai dari Curug Dago, Dago Pakar sampai Curug Maribaya yang merupakan bagian dari kelompok hutan Gunung Pulosari. Tahura Djuanda terletak di sebelah utara Kota Bandung berada di wilayah Desa Ciburial, Kecamatan Cimencyan, Kabupaten Bandung dan sebagian masuk Desa Mekarwangi, Desa Cibodas, Desa Langensari, dan Desa Wangunharja, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat serta Kelurahan Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung.

Table 15. Review Taman Konservasi Ir.H Djuanda

Tempat	Nama	Rating	Review
Forest Park Conservation, Ir, H, Juanda	Marie T	4/5	Tempat dengan jalan setapak yang bagus, warung kecil di area pegunungan, terowongan yang menarik untuk dilewati dan bisa melihat monyet.

Rina Purba (Dubai, United Arab Emirates

5/5

Terowongan yang dingin dan gelap sehingga menggunakan handphone untuk mendapatkan cahaya.

Adri Rozali Sandi (Bogor, Indonesi a).

5/5

Sangat terkejut melihatnya, terdapat hutan, pohon tinggi, udara segar, air terjun Omas, sungai, goa jepang dan belanda. Area konservasi ini di kelola oleh pihak yang berwajib. Kegiatan yang bisa dilakukan. Goa jepang dan belanda, air terjun, mengendarai kuda, kids playground include flying fox.

Kkb671 (Singapore, Singapor e).

5/5

Tempat ini memrepresentasikan hutan alami di Indonesia, ada 2 goa yang sangat layak untuk dikunjungi, guide lokal akan memberikan informasi, dengan bayaran tentunya, ada air terjun, taman bermain. Sangat bersahabat dengan anak kecil.

Pris L

5/5

Harga yang berbeda orang asing dan warga lokal, terdapat 2 goa (jepang dan belanda), bisa membaya senter sendiri ataupun membayar Rp. 5000 untuk senter. Ada ojek yang akan membawa ke air terjun, harga negosiasi 1 motor Rp. 50.000, tidak semua tempat harus membayar.

Sumber: adapted from www.tripadvisor.com dan

olahan penulis(2020)

Menurut review yang diberikan di web trip advisor wisatwan mengatakan bahwa hutan konserfasi Ir, H, Juanda ini sangatlah nyaman, merupakan representatif untuk mengetahui hutan yang berada di Indonesia, sangat nyaman untuk tinggal karena kondisi udara yang masih segar, kegiatan yang bisa dilakukan seperti berkuda, playground untuk anak kecil, flying fox, menyusuri goa jepang dan belanda, menemukan air terjun Omas. Untuk memasuki goa harus menggunakan handphone untuk mendapatkan cahaya karena sangat gelap dan tidak ada pencahayaan. Terdapat monyet-monyet yang berkeliaran menambah keasrian hutan konserfasi Ir, H, Juanda. Dilihat dari karakteristik destinasi wisata cerdas hanya beberapa komponen saja yang terbilang sudah dijalankan seperti pemerintah.

Smart Tourism Destination sebagai tempat yang dibangun atas infrastruktur teknologi canggih dengan menjamin pengembangan berkelanjutan kawasan wisata, memfasilitasi interaksi pengunjung yang terintegrasi dengan lingkungannya, meningkatkan kualitas pengalaman berwisata di tempat tujuan, dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat lokal. (Xiang Z et al., 2015:143)

Pemerintah membuka ruang dan perizinan untuk daerah tersebut atau menjadikan taman sebagai tujuan wisata, keterbukaan informasi data yang dilakukan pemerintah dan meregulasi data pribadi, sebagai pendamping umum dan pribadi. kurangnya control untuk setiap destinasi wisata yang diberikan, perawatan yang kurang di setiap destinasi wisata terlihat dari banyaknya keluhan yang menyebutkan bahwa kurangnya kebersihan di destinasi yang mereka kunjungi seperti masjid raya Bandung dan taman film. Sebagaimana seharusnya dalam pembangunan pariwisata berdasarkan *Smart Tourism Destination* pemerintah sebagai regulator dan fasilitator memberikan fasilitas melakukan penerapan pada pembaharuan untuk memberikan pembangunan pariwisata berkelanjutan pada kawasan wisata yang ada di Kota Bandung dengan memberikan berikan fasilitas yang memadai agar keberlangsungan *Smart Tourism Destination* tetap berjalan.

Organisasi pariwisata di masih belum terjalin dengan sangat baik karena dapat dilihat belum terjalinnya hubungan dalam memberikan informasi dan memberikan kemudahan dalam akses untuk penggunaan informasi, tidak bergabungnya dengan masyarakat lokal sehingga terjadinya pungli diberbagai destinasi, tidak tersedianya lahan parkir yang baik menjadikan wisatawan harus melakukan

parkir liar (pinggir jalan), akses jalan masih sangat berantakan yang dikatakan oleh wisatwan yang berkunjung, fasilitas seperti toilet masih sangat jarang ditemu diberbagai destinasi sehingga harus menggunakan toilet dari warung masyarakat sehingga tidak memberikan pengalaman yang baik dalam pariwisata, tidak cepatnya tindakan yang dilakukan dalam pengambilan keputusan untuk mendapatkan keinginan dari pengguna.

Penduduk lokal masih belum memahami konsep pariwisata atau masih kurangnya sosialisasi dari pemerintah maupun organisasi pariwisata, masyarakat yang masih belum kreatif dalam kepariwisataan ini menjadikan masyarakat bergerak atas kemauannya sendiri bukan arahan ataupun setelah mendapat pembelajaran dari pemerintah ataupun organisasi pariwisata, sehingga masih banyaknya pungli, masyarakat yang masih asing dengan *touris* yang berkunjung ke daerahnya, dan tidak memberdayakan sumber daya manusianya dengan benar sehingga penggunaan teknologi dalam memberikan dampak yang *positive* kepada masyarakat lokal masih belum terlaksana untuk mendapatkan kesan *smart heritage* dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan adanya perkembangan teknologi.

Lingkungan hidup yang didapat seperti ingin mendapatkan kesan asri desa namun tidak diimbangi dengan fasilitas yang mendukung, jalan yang masih berbatu, licin, belum teraspal, petunjuk arah yang masih kurang, public transportasi yang masih jarang untuk menyambungkan dari destinasi ke destinasi, kebersihan yang masih sangat kurang, masih banyaknya terdapat sampah-sampah disekitaran destinasi, walaupun sudah berjalannya agenda-agenda pemerintah yang dijelaskan dalam website resmi smartcity.bandung.go.id seperti pasukan gorong-gorong, pasukan penyapu jalan dan lainnya jika tidak dimanintansi dengan baik maka tidak akan berjalan sepenuhnya, komputasi awan untuk meningkatkan servis yang lebih baik dalam pengolahan data sangat tidak terlihat, ketersediaan sumber daya manusia dalam penggunaan internet masih sangat minim dalam penerapannya, membutuhkan sosialisasi berkala untuk mendapatkan *feedback*.

Wisatawan mendapatkan informasi-informasi dengan baik tentang destinasi yang di tawarkan namun dalam pengaplikasiannya masih banyak wisatwan yang mengeluh akan tidak terintegrasinya destinasi yang ada dengan teknologi seperti dalam konsep *Smart Tourism Destination*, wisatwan berkontribusi dalam membuat konten dimana wisatawan membagikan pengalamannya sehingga mensugesti wisatwan lain untuk melakukannya, sehingga wisatawan dengan wisatawan saling terkoneksi, dan aktif dalam memberikan komentar di setiap kunjungannya untuk mendapatkan pengalaman yang baik dikedepannya,

dengan berkembangnya teknologi pada pariwisata sehingga memberikan kesan kepada wisatawan dengan bahwa penggunaan teknologi pada pariwisata sudah berkembang dan memudahkan untuk menentukan dalam perjalanan, mencari informasi dari berbagai pihak antar wisatawan maupun informasi yang diberikan pemerintah.

Dalam pengimplementasian *Smart City* ke *Smart Tourism Destination* masih belum berjalan dengan baik dilihat dari konsep implementasi yang dikatakan (George C. Edward III dalam Winarno (1992) ada empat element untuk melihat apakah implementasi itu berjalan atau tidak. Komunikasi menjadi elemen pertama dimana dikatakan bahwa komunikasi sangatlah penting dalam melihat apakah implementasi itu berjalan karena jika komunikasi itu berjalan dengan baik maka implementasi berjalan dengan baik dan sebaliknya, jika dilihat dari aspek yang ada di destinasi pariwisata Kota Bandung ini komunikasi masih belum terjalin dengan baik dilihat dari masih banyaknya kegiatan yang masih dalam tahap pengembangan atau memang masih belum adanya komunikasi antara pelaku pariwisata. Jika dilihat berdasarkan kebijakan pemerintah Kota Bandung dalam PERWAL tentang rencana induk Bandung kota cerdas periode 2018-2023 bahwa dijelaskan mengenai *Smart City* menjadi kegiatan yang dapat meningkatkan pembangunan berkelanjutan, inovatif serta terintegrasi untuk mendapatkan kualitas hidup yang lebih baik, namun dalam berjalannya masih banyak kekurangan yang terjadi dimana pada pasca pembangunan suatu daya Tarik wisata tidak disertai dengan maintenance yang teratur.

Sumber daya yang dimiliki harus seimbang seperti uang, fasilitas, manusia, material, dan peralatan. Jika dilihat dalam pengembangan *Smart Tourism Destination* ini masih sangat minim sumber daya yang dimiliki, seperti sumber daya manusia pelatihan untuk menciptakan pekerja yang berkualitas dan sesuai dengan kemajuan industri pariwisata pada saat ini belum banyak dilaksanakan, fasilitas seperti penyediaan sebuah tempat, lokasi, peralatan dan perlengkapan yang masih minim sehingga menjadikan implementasi ini sedikit mundur dari yang seharusnya, dimana jika sumber daya yang dimiliki ini tidaklah mempunyai maka tidak akan berjalannya kebijakan tersebut mengingat sumber daya adalah salah satu elemen penting jika ingin implementasi berjalan dengan baik.

Disposisi merupakan kecenderungan dalam melaksanakan kebijakan jika pihak yang menjalankan dengan positif maka akan terjadinya implementasi yang diinginkan, dalam implementasi di *Smart Tourism Destination* ini sudah jelas terlihat bahwa kecenderungan pemerintah dalam mewujudkan *Smart city* sebagai penunjang Destinasi wisata cerdas dengan membuat suatu branding pada

aplikasi Bandung *Smart City* yang memberikan opsi destinasi wisata yang ada di Kota Bandung.

Birokrasi dalam pelaksanaan implemantasi merupakan pemerintah dan pihak swasta yang menjalankan, komunikasi serta kehadiran sumber daya masih belum terjalin, terlihat dari beberapa implementasi Bandung *Smart City* yang hanya berjalan sesuai dengan rencana yang dibangun pemerintah namun belum terintegrasi dengan berbagai pihak lain seperti stakeholder dalam pariwisata.

Implementasi dari *Smart City* dalam mewujudkan *Smart Tourism Destinasion* ini merupakan salah satu hal penting dilihat dari era digital atau teknologi ini sehingga informasi-informasi dicari melalui internet jika salah satu aspek penunjang untuk memberikan informasi masih belum terjalin maka untuk penerapan selanjutnya akan sulit didapatkan. Masih kurangnya sosialisasi teradap masyarakat lokal, lingkungan hidup yang masih dibawah standart untuk bisa dikatakan sebagai suatu destinasi wisata pintar, kekurangan sumber daya manusia dalam menjalankan suatu teknologi untuk memudahkan berbaginya informasi atau data yang diperlukan. Perlunya pembelajaran secara berkala untuk mencapai keinginan tersebut, perlunya bimbingan terhadap masyarakat dalam meningkatkan kualitas hidup untuk menghadapi era digital jika tidak maka salah satu hal penting dalam membentuk *Smart City* akan sangat sulit. Diperlukan maintenance dalam program yang sudah dibangun sehingga terus berjalan sesuai porsinya agar tidak kurang dan tidak berlebihan.

IV. Simpulan dan Saran

A. Simpulan

Kondisi eksisting Bandung *Smart City* sudah berjalan seperti semestinya dilihat dari program-program pemerintah yang dilakukan untuk mewujudkan Bandung menjadi kota pintar. Program yang telah berjalan dari setiap aspek fokus pengembangan Bandung *Smart City* yaitu seperti *Smart Government, Smart Branding, Smart Economy, Smart Living, Smart Society, dan Smart environment*, sudah berjalan dilihat dari program-program pemerintah yang sudah bisa digunakan oleh masyarakat maupun wisatawan yang berkunjung seperti pada bidang teknologi komunikasi dan informasi, penggunaan transportasi masal yang sudah ramah dengan lingkungan serta berbagai kegiatan yang diciptakan untuk menciptakan kualitas hidup yang baik.

Keterkaitan *Smart Tourism Destination* dengan Bandung *Smart City* dilihat dari berbagai aspek seperti karakteristik *Smart Tourism Destination* belum terjadinya implementasi yang baik seperti dari sektor Pemerintah, Organisasi Pariwisata, Wisatawan, Penduduk Lokal, dan Lingkungan Hidup

terlihat masih banyaknya kegiatan yang berjalan secara masing-masing dalam perkembangannya dari segi komunikasi, Sumber daya, Disposisi dan Birokrasi yang masih belum tersampaikan dengan baik karena masih kurangnya penyesuaian antara penyelenggara dengan yang menjalankan yaitu antara birokrasi, baik dari pemerintah ataupun organisasi pariwisata dengan masyarakat lokal yang menjadi sumber daya di Lingkungan pariwisata sehingga kemajuan untuk menciptakan integrasi antar sesama stakeholder pariwisata masih belum berjalan dan masih dalam tahap pengembangan.

B. Saran

1. Pemerintah

Dengan berjalannya Bandung *Smart City* dalam mewujudkan kehidupan yang lebih baik dan berdampingan dengan *IoT* dimana aspek-aspek dalam pemerintahan dan masyarakat terintegrasi dan lebih mudah. serta memberikan pelatihan atau pun sosialisasi kepada masyarakat untuk mendapatkan sumber daya yang berkualitas sehingga dapat menjalankan Konsep *Smart City* dengan lebih mudah.

2. Masyarakat Lokal

Dalam mewujudkan *Smart Tourism Destination* di kota Bandung, masyarakat lokal sebagai sumber daya sangat berperan serta di dalam kegiatan ini. Dari kegiatan ini masyarakat lokal dapat merasakan manfaat serta kegunaan dari *Smart Tourism Destination* itu sendiri, selain itu masyarakat lokal juga akan mendapat pendapatan atau penghasilan. Penghasilan tersebut dapat dihasilkan dari penjualan makanan dan minuman, menjual souvenir yang dibutuhkan, dapat menjadi *guide* lokal untuk aktivitas wisata di daerah mereka. Sehingga wisatawan yang berkunjung memiliki pengalaman yang baik dengan dimudahkannya kegiatan dalam berwisata.

3. Akademis

Bagi akademisi yang ingin melakukan penelitian disarankan untuk menggali informasi lebih mendalam mengenai Bandung *Smart City* ataupun *Smart Tourism Destination* di Bandung. Dengan melakukan wawancara kepada masyarakat, wisatawan dan Pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Boes, K., Buhalis, D. and Inversini, A., 2015. Conceptualising smart tourism destination dimensions. In *Information and communication technologies in tourism 2015* (pp. 391-403). Springer, Cham.
- Anom, Drs. I Putu., dkk., 2016. *Problematika Pariwisata Bali membangun Paradigma Pariwisata Bali Masa Depan. Laporan Penelitian Hibah Unggulan Udayana yang tidak dipublikasikan*. Bukit Jimbaran: LPPM Universitas Udayana.
- Buhalis, D. and Amaranggana, A., 2013. Smart tourism destinations. In *Information and communication technologies in tourism 2014* (pp. 553-564). Springer, Cham.
- Giffinger, R., Fertner, C., Kramar, H. and Meijers, E., 2007. City-ranking of European medium-sized cities. *Cent. Reg. Sci. Vienna UT*, pp.1-12.
- Hidayatulloh, S., 2016. *Internet Of Things Bandung Smart City*. *Jurnal Informatika*, 3(2).
- Mursalim, S.W., 2017. Implementasi kebijakan smart city di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 14(1), pp.126-139.
- Peraturan Walikota (PERWALI) tentang Rencana Induk Bandung Kota Cerdas (Master Plan Bandung Smart City) Periode 2018-2023
- Purnomowati, W., 2014. Konsep Smart City Dan Pengembangan Pariwisata Di Kota Malang. *Jurnal JIBEKA*, 8.
- Schaffers, H., Komminos, N. and Pallot, M., 2012. Smart cities as innovation ecosystems sustained by the future internet.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Literatur

- Bellini, N. and Pasquinelli, C., 2017. *Tourism in the City*. Springer.
- Caragliu, A., Del Bo, C. and Nijkamp, P., 2011. Smart cities in Europe. *Journal of urban technology*, 18(2), pp.65-82.
- LAPI, I., 2013. *Laporan Akhir: Penyusunan Rencana Induk Bandung Kota Cerdas (Smart City)*. Bappeda, Bandung.
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Suwena, I Ketut & Widyatmaja, I Gst Ngr. 2010. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Udayana University Press.
- Widodo, J., Toha, M. and Winarno, B., 1992. Implementasi kebijaksanaan program KUD Mandiri (Suatu Studi Implementasi Kebijaksanaan Program KUD Mandiri Di Wilayah Kantor Departemen Koperasi Kabupaten Dati II Sidoarjo) *Implementation of Self-sustained Village Unit C. Berkala Penelitian Pasca Sarjana*, 5(1992).
- Xiang, Z. and Tussyadiah, I. eds., 2014. *Information and communication technologies in tourism 2014: proceedings of the international conference in Dublin, Ireland, January 21-24, 2014*. Springer science & Business media.

Website

- "Miles dan Huberman (1984) Analisis data kualitatif" <https://eprints.uny.ac.id/18100/5/BAB%20III%2009.10.033%20Aji%20p.pdf> diakses pada 15 febuari 2020

https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/old_file/4636_1364UUTentangKepariwisataannet1.pdf diakses pada 15 februari 2020

Kondisi eksisiting bandung Smart City <https://smartcity.bandung.go.id/> diakses pada 15 februari 2020

Implementasi Smart Tourism Destination <https://www.tripadvisor.com/UserReview> diakses pada 17 februrari 2020

Implementasi Smart Tourism Destination <https://www.google.com/search?q=review+sanghyang+heuleut> diakses pada 18 februari 2020

Implementasi Smart Tourism Destination <https://www.google.com/search?q=review+kebun+teh+sukawan> a diakses pada 18 februari 2020

Teknik penentuan sampel menurut sugiyono <http://repository.unpas.ac.id/5703/7/BAB%20III.pdf> diakses pada 31 agustus 2021