

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Secara global, sektor pariwisata merupakan salah satu sektor terbesar. Industri pariwisata terus meningkat dan mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. Kesadaran akan pentingnya pariwisata menuntut destinasi wisata untuk terus berbenah dan melakukan inovasi agar dapat menarik minat wisatawan (Kontogianni & Alepis, 2020). Cara untuk menarik minat wisatawan terhadap pariwisata dan meningkatkan kompetitif suatu destinasi wisata dengan memanfaatkan konsep ‘smart’ yakni dengan menggunakan kemajuan teknologi untuk konektivitas dan penyedia informasi bagi wisatawan (Buhalis & Amaranggana, 2013; García-Milon, Juaneda-Ayensa, Olarte-Pascual, & Pelegrín-Borondo, 2020). Istilah ‘smart’ mewakili kata pemasaran untuk semua hal yang tertanam atau ditingkatkan oleh teknologi (Boes, Buhalis, & Inversini, 2015) dan merupakan aspek kunci pemicu pertumbuhan pariwisata. Selain itu, data terkait akomodasi, F&B, destinasi wisata, sampai kepada ulasan yang diberikan wisatawan untuk suatu destinasi wisata menjadi *big data* bagi stakeholder. Sehingga, kebutuhan dan perilaku wisatawan menjadi sangat penting guna meningkatkan pelayanan dan pengalaman bagi wisatawan.

Smart tourism menurut (Gretzel, 2018) yaitu berkaitan tentang penerapan ide dengan konteks pariwisata. Sedangkan menurut (Gretzel, Ham, & Koo, n.d.) *smart tourism* berasal dari lima lapisan yaitu lapisan fisik (sumber daya wisata alam dan buatan manusia, infrastruktur, transportasi, dan layanan), lapisan teknologi (menghubungkan infrastruktur serta menyediakan bisnis back-end dan front end), lapisan data (penyimpanan data, rumah kliring data terbuka, dan aplikasi penambangan data), lapisan bisnis (inovasi dengan teknologi dan sumber data), dan lapisan pengalaman (pengalaman yang ditingkatkan teknologi dan data yang dihasilkan dari konsumen). Beberapa tantangan akan muncul ketika akan menjadikan sebuah destinasi wisata menjadi smart tourism, seperti bagaimana mempersonalisasi konten bagi pengguna karena hal tersebut merupakan cara yang tepat dalam mengumpulkan data (Boes et al., 2015), dan bagaimana mengekstraksi data tersebut dari privasi pengguna untuk menjadi informasi yang dapat dibagikan secara umum.

Menurut (Buhalis & Amaranggana, 2015; Del Chiappa & Baggio, 2015; D. Wang, Li, & Li, 2013) *smart tourism* terdiri dari *Cloud Services*, *Internet of Things (IOT)* dan *End-user Internet Service*. Ketiga komponen ini sangat penting untuk memberikan informasi yang jelas dan pelayanan yang efisien kepada wisatawan terkait pengembangan berdasarkan inovasi teknologi seluler di kota-kota tertentu. Selain ketiga komponen di atas terdapat faktor lain yang membantu keberhasilan *smart tourism* menurut (Boes et al., 2015) yaitu terdiri dari *Leadership*, *Entrepreneurs*, *Innovation*, *Human Capital*, dan *Social Capital*. Sedangkan menurut (Gretzel, Werthner, Koo, & Lamsfus, 2015), definisi *smart tourism* dan komponen dasarnya terdiri dari tiga komponen, yaitu ekosistem bisnis cerdas, destinasi cerdas, dan pengalaman cerdas, didukung oleh pembuatan, pemrosesan, dan pertukaran data.

Destinasi yang dapat merangkul teknologi mutakhir dan menggunakan big data untuk mengembangkan pengambilan keputusan yang saling terkait dan cerdas di antara stakeholders,

sehingga destinasi dengan mudah meningkatkan pengalaman agar dapat bersaing merupakan definisi *smart tourism destination* menurut (Boes et al., 2015; Buhalis & Amaranggana, 2013, 2015). Keuntungan dari menerapkan konsep ‘smart’ ke destinasi wisata akan menimbulkan interaksi dinamis antara wisatawan dan destinasi, serta menambah nilai bagi pelaku pariwisata (Neuhofer, Buhalis, & Ladkin, 2012). Selain itu, dapat meningkatkan daya saing (Gretzel, Zhong, Koo, & Morrison, 2016), meningkatkan pengalaman perjalanan, memperkuat bisnis, dan menyediakan platform yang lebih cerdas untuk distribusi dan pengumpulan data destinasi (Shafiee, Rajabzadeh Ghatari, Hasanzadeh, & Jahanyan, 2019).

Pada penelitian sebelumnya seperti *Smart tourism: State of the art and literature review for the last six years* (Kontogianni & Alepis, 2020) mengidentifikasi pendekatan dan konsep dasar yang paling umum digunakan di *smart* sektor pariwisata dan dijelaskan secara rinci tentang sebelas “*key concepts*”. Konsep-konsepnya adalah sebagai berikut *Privacy Preserving, Context Awareness, Cultural Heritage, Recommender Systems, Social Media, Internet of Things, User Experience, Real Time, User Modeling, Augmented Reality and Big Data*, serta sejumlah penelitian yang menawarkan teori kontribusi pada sektor *Smart Tourism*. Selain itu, di dalam artikel juga menggambarkan bahwa tantangan besar akan muncul saat peneliti melakukan penelitian lanjutan.

Oleh karena itu, berdasarkan penelitian sebelumnya bahwa konsep smart pada sektor pariwisata memiliki jalan yang panjang karena hal ini baru dan penting untuk dilakukan penelitian lebih lanjut dilapangan terkait tinjauan pustaka sistematis dalam penelitian kajian pariwisata mengenai *smart tourism destination* perlu dilakukan guna mengidentifikasi bagaimana perkembangan *smart tourism destination* selama 2015-2021 di Asia. Pada penelitian sebelumnya artikel yang digunakan sebagai sumber data yaitu tahun 2013-2019 namun membahas *smart tourism destination* secara umum, oleh karena itu dirasa perlu melakukan penelitian yang sama namun dengan menentukan spesifikasi wilayah. Dalam hal ini peneliti akan berfokus pada kajian di destinasi pariwisata khusus dengan menentukan spesifikasi wilayah yaitu Benua Asia, berdasarkan (Kontogianni & Alepis, 2020) yang menyatakan bahwa penelitian terkait smart tourism destination masih perlu untuk diteliti karena perkembangannya atau temuan setiap tahunnya dan wilayah berbeda-beda. Selain itu, teknologi terus mengalami perubahan, sehingga muncul inovasi baru yang dirasa akan memunculkan skenario baru terkait smart tourism destination untuk inovasi di masa depan.

Uraian di atas menjelaskan bahwa perkembangan penelitian terkait *smart tourism destination* dan temuan setiap tahun dan wilayah terus mengalami perubahan akibat teknologi yang terus berkembang sehingga memunculkan inovasi dan penelitian di masa depan yang dirasa akan memunculkan skenario baru terkait *smart tourism destination*. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut yang akan membahas analisis perkembangan daripada *smart tourism destination* selama 2015-2021 khususnya di Asia. Penelitiannya mengenai: “**Analisis Smart Tourism Destination (2015-2021) di Asia: Systematic Literature Review**”

1.2 Rumusan Penelitian

Penelitian lanjutan terkait Smart Tourism Destination perlu dilakukan dengan memaparkan penerapan di destinasi pariwisata. Penelitian ini menghasilkan pemaparan bagaimana Smart

Tourism Destination diterapkan di destinasi pariwisata hingga saat ini, dimana tinjauan pustaka sistematis terkait Smart Tourism Destination diperlukan untuk mendeskripsikan temuan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya dengan membuat parameter penelitian. Berdasarkan latar belakang penelitian, maka diajukan parameter pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Smart Tourism Destination (2015-2021) di Asia?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan arah penelitian di masa depan dengan mengidentifikasi bagaimana *Smart Tourism Destination* diterapkan di destinasi pariwisata hingga saat ini, Berdasarkan pertanyaan penelitian, maka tujuan penelitian ini untuk memperoleh temuan mengenai:

1. Untuk mengetahui *Smart Tourism Destination* (2015-2021) di Asia

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam aspek teoritis pada umumnya yang berkaitan dengan pengembangan ilmu manajemen pemasaran khususnya pada bidang manajemen pemasaran pariwisata yang berkaitan dengan teori *Smart Tourism Destination*.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan akan *Smart Tourism Destination* dan memberikan masukan kepada Stakeholder destinasi pariwisata.
3. Penelitian ini diharapkan menjadi informasi dan landasan untuk melaksanakan penelitian-penelitian selanjutnya mengenai *Smart Tourism Destination*.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini merujuk pada peraturan Rektor UPI Nomor 3260/UN40/HK/2018 tentang pedoman penulisan karya ilmiah UPI tahun akademik 2018 yang disusun sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan penelitian.

2. BAB II KAJIAN PUSTAKA

Kajian pustaka ini berisikan pembahasan teori Smart City, Smart Tourism, Smart Tourism Destination, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan objek penelitian, metode penelitian yang didalamnya membahas perencanaan penelitian, pengumpulan data, analisis data dan sintesis data.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Dalam bab ini dipaparkan data hasil dari penelitian yang dilakukan dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan terkait Smart Tourism Destination di destinasi pariwisata

5. BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, implikasi, dan rekomendasi peneliti berdasarkan hasil dari penelitian.