

SMART TOURISM: AKSENTUASI KESIAPAN *HOMESTAY* DI KAWASAN EKONOMI KHUSUS TANJUNG LESUNG, PANDEGLANG - BANTEN

Nurdin Hidayah¹ dan Herlan Suherlan²

^{1,2}Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung, Indonesia, email: nurdin@stp-bandung.ac.id

ABSTRAK

Histori Artikel

Submitted:

01 Februari 2020

Reviewed:

24 Februari 2020

Accepted:

05 Maret 2020

Published:

15 Mei 2020

Penelitian ini bermaksud untuk memperoleh informasi mengenai gambaran yang komprehensif mengenai kesiapan sarana *Homestay* dalam kerangka pengembangan *Smart Tourism* di Kawasan Tanjung Lesung Pandeglang Banten. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenografi. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara ke para pemagku kepentingan yang terlibat, observasi ke *homestay-homestay* yang ada di sekitar wilayah penelitian, serta studi terhadap dokumen-dokumen yang terkait dengan program *homestay* dan digitalisasi pariwisata, baik ditingkat pusat, regional maupun lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) dasar utama program *homestay* dalam kerangka *smart tourism* di Tanjung

Lesung adalah untuk menggerakkan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat setempat; (2) Implementasi pengembangan sarana *homestay* dalam kerangka *smart tourism* di Tanjung Lesung dilakukan secara bertahap, melalui skema pembangunan *homestay* dengan pendekatan konversi, renovasi, revitalisasi, dan pembangunan baru; (3) Penerapan *smart tourism* di Tanjung Lesung dilakukan melalui penggunaan teknologi informasi melalui program pemasaran digital seperti *online market place*; *internet marketing*; Pokdarwis dan 10 desa wisata percontohan dalam program Indonesia Tourism Exchange (ITX).

Kata Kunci: *Smart Tourism, Smart Destination, Pariwisata Digital, Tourism 4.0, Homestay*

SMART TOURISM: ACCENTUATION OF *HOMESTAY* READINESS IN TANJUNG LESUNG SPECIAL ECONOMIC ZONE, PANDEGLANG – BANTEN

ABSTRACT

This study intends to obtain a comprehensive information about Homestay facilities readiness within the Smart Tourism development framework in Tanjung Lesung Pandeglang, Banten. This study uses a qualitative research design with a phenomenographic approach. Data collection was carried out by interviewing existing stakeholders, observing homestays in the study area and studying documents related to the Homestay program and tourism digitizing. The results of the study show that 1) The homestay program within smart tourism framework in Tanjung Lesung is based on driving the economy and welfare of the host community; 2) Implementation of the homestay facilities development within smart tourism framework in Tanjung Lesung is carried out in four stages: conversion, renovation, revitalization, and new development; 3) The application of smart tourism in Tanjung Lesung is done with information technology through marketing programs such as online market places; Pokdarwis and 10 pilot tourism villages in the Indonesia Tourism Exchange Program (ITX).

Keywords : *Smart Tourism, Smart Destination, Digital Tourism, Tourism 4.0, Homestay*



PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata telah menetapkan strategi pengembangan 10 (sepuluh) destinasi pariwisata prioritas (DPP) dalam Renstra 2015-2019. Strategi tersebut biasa disebut sebagai *Ten New Bali* dengan memprioritaskan akselerasi pada pembangunan 7 (tujuh) Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) dan 3 (tiga) Kawasan Ekonomi Khusus (KEK). Kebijakan tersebut pada dasarnya bertujuan untuk meningkatkan daya saing pariwisata Indonesia dalam index daya saing yang dikeluarkan oleh World Travel & Tourism Council (WTTC).

Dalam meningkatkan daya saing pariwisata, pertama yang harus dilakukan adalah dengan menciptakan proposisi nilai (*value proposition*) yang mengedepankan kualitas pengalaman bagi pengunjung. Karena inti dari produk wisata adalah pengalaman (*experiences*). Menciptakan pengalaman dapat diraih dari pemahaman mengenai kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*) dan permintaan (*demand*) yang dicerminkan dalam sikap dan atau perilaku pasar (Hidayah, 2019).

Yahya (2017), menyatakan bahwa: "Kondisi pasar sudah berubah, "Hampir 63 % transaksi jasa travel dilakukan secara *online* sehingga bila biro perjalanan tidak segera menyesuaikan diri ke digital atau tetap konvensional maka nasibnya akan seperti Wartel (Warung Telekomunikasi). Perubahan pasar ini dipengaruhi oleh gaya hidup wisatawan yang juga berubah. Wisatawan dalam melakukan perjalanan (*travelling*) tak lepas dari digital; mulai dari mencari dan melihat-lihat informasi (*look*), kemudian memesan paket wisata yang diminati (*book*) hingga membayar secara online (*pay*). Sekitar 70 % wisman melakukan *search and share* menggunakan media digital".

Fenomena yang lain adalah bahwa pada era milenial saat ini, permintaan pengunjung memiliki kecenderungan (*trends*) yang menginginkan kemudahan dan cara-cara instan. Hal tersebut salah satunya

dikarenakan oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang semakin pesat yang telah banyak mempengaruhi seluruh tatanan kehidupan sosial masyarakat. Sehingga pada saat ini, industri pariwisata sudah mulai menunjukkan ketergantungannya terhadap TIK dalam menciptakan, mengkomunikasikan dan menyampaikan nilai (*value*) kepada pengunjung agar lebih kompetitif. Kementerian Pariwisata telah menanggapi isu penggunaan TIK dalam industri pariwisata ini, salah satunya dengan menerapkan *digital tourism* sebagai strategi prioritas. Aplikasi dari strategi ini salah satunya adalah dengan mencanangkan Tourism 4.0 yang dimulai dengan mengembangkan suatu *platform destination marketplace* yang diberi nama ITX (Indonesia Tourism Exchange).

Selain *digital tourism*, Yahya(2017), menegaskan bahwa kementerian pariwisata juga tengah menggenjot program *homestay* untuk mendukung sarana amenities. Kementerian Pariwisata akan menggiring Indonesia menjadi negara dengan *homestay* terbesar, terbanyak, dan terbaik dunia. Target jumlah *homestay* baru pada 2019 adalah 100.000 yang akan tersebar di seluruh Indonesia, minimal di 10 Bali Baru, atau 10 Destinasi Prioritas yang sudah ditetapkan sebelumnya. Tahun ini 2017, ditargetkan 20.000, tahun 2018 ditambah 30.000, dan 2019 dibangun 50.000 yang bakal mencapai 100.000 pada 2019. *Homestay* itu dikelola secara korporasi, bukan cara koperasi. *Homestay* ini dijalankan dengan mesin baru, model bisnis baru, berbasis pada digital. Beliau juga menegaskan bahwa, program *homestay* desa wisata yang dilaksanakan mulai tahun ini merupakan kontribusi Kemenpar terhadap Program Sejuta Rumah bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR). Pembangunan *homestay* mempunyai nilai strategis. Terutama untuk memperkuat unsur Amenitas dalam teori 3A, yakni atraksi, amenities, dan aksesibilitas.

Penggunaan TIK (seperti: *internet of things*, *cloud computing*, *big data* dan *digital*

tourism) dengan tujuan untuk memberikan kemudahan dan pelayanan instan serta *real time* kepada pengunjung, pada industri pariwisata dikenal dengan istilah *smart tourism*. Menurut Buhalis dan Amaranggana (2014), konsep *smart tourism* dapat dilakukan dengan menggunakan TIK di mana-mana pada semua organisasi dan entitas yang ada di destinasi pariwisata untuk meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa, pengaplikasian *smart tourism* di destinasi pariwisata pada saat ini sudah menjadi keniscayaan dalam usaha meningkatkan daya saing destinasi pariwisata.

Dalam pengembangan 10 destinasi pariwisata prioritas, KEK dibangun dengan tujuan untuk memudahkan seluruh pihak yang berkepentingan dalam melakukan kegiatannya, baik dari sisi *supply* maupun dari sisi *demand*. Untuk itu, konsep KEK yang didukung oleh penggunaan TIK akan menjadi destinasi pariwisata yang menerapkan konsep *smart tourism*. KEK Tanjung Lesung (KEK TL) merupakan salah satu dari tiga KEK yang dikembangkan pada saat ini. Dari sisi *demand*, karakteristik pengunjung KEK TL menurut Anindita dkk. (2017) sangat sesuai dengan kecenderungan pasar saat ini yaitu jenis wisatawan yang melakukan perjalanan instan yang membutuhkan koneksi internet dan aplikasi yang dapat mempermudah mereka saat *traveling*. Sedangkan dari sisi *supply*, produk diarahkan untuk mengoptimalkan kesejahteraan masyarakat setempat, dengan mengembangkan desa wisata yang identik dengan *homestay*.

Untuk itu, agar KEK TL memiliki daya saing yang mumpuni, maka diperlukan penerapan strategi yang *smart*, sehingga sama halnya dengan perumusan strategi lainnya, strategi yang *smart* memerlukan informasi mengenai peluang dan kesiapan dari sumber dayanya itu sendiri. Jika dari sisi peluang (*market attractiveness*), karakteristik pasar KEK TL sangat sesuai dengan penggunaan konsep *smart tourism*, tetapi dari sisi kesiapan

sumberdaya, khususnya *homestay* masih belum diketahui dengan jelas.

Atas dasar fenomena tersebut, maka diperlukan penelitian mengenai kesiapan sarana *homestay* di KEK TL-Pandeglang dalam kerangka pengembangan *Smart Tourism* dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut: (1) Bagaimana program *homestay* desa wisata dalam kerangka konsep *smart tourism* di Tanjung Lesung Kabupaten Pandeglang Banten? (2) Bagaimana implementasi program *homestay* yang berbasis desa wisata dalam kerangka konsep *smart tourism* di Tanjung Lesung Kabupaten Pandeglang Banten? (3) Bagaimana pemahaman para pemangku kepentingan dalam menerapkan *smart tourism* di Tanjung Lesung Kabupaten Pandeglang Banten?

LITERATUR REVIEW

Smart Tourism

Menurut Wang, Jin & Zhou (2012), kata "*smart*" mempunyai arti "bijaksana" (*wisdom*). Secara eksplisit, "*smart*" juga dapat berarti "teroptimisasi terhadap kebutuhan-kebutuhan yang spesifik" (Gretzel, Sigal dkk., 2015). Sementara itu Harrison dkk. (2010) berpendapat bahwa sifat *smart* terbentuk ketika individu atau grup mengeksploitasi operasi data secara *real-time*, yaitu dengan menggunakan analisis yang kompleks untuk memodelkan, mengoptimisasikan, dan memvisualisasikan data yang ada sebagai dasar pembuatan keputusan yang lebih baik. Selain itu, istilah "*smartness*" bukan hanya selalu berkaitan dengan kemajuan teknologi, tetapi juga berkaitan erat dengan interkoneksi, sinkronisasi, dan penggunaan berbagai teknologi secara bersamaan (Höjer & Wang, 2015; Widjaja dkk., 2016). Kata *tourism* (kepariwisataan) menurut UNWTO dalam Gretzel dkk. (2015) adalah fenomena sosial, budaya dan ekonomi yang melibatkan pergerakan manusia ke negara atau tempat diluar kebiasaan di lingkungannya untuk tujuan personal atau

tujuan bisnis. Secara khusus, Werthner, Koo, Gretzel, & Lamfus (2015) mendefinisikan *smart tourism* sebagai penggunaan solusi teknologi, khususnya pengembangan aplikasi perangkat bergerak (*mobile applications*) di dalam konteks tahapan perjalanan (sebelum, selama, dan sesudah perjalanan) dengan mengintegrasikan data yang didapatkan dari infrastruktur fisik seperti sensor.

Lebih lanjut, *smart tourism* terfokus terhadap pengaturan dan penyampaian pengalaman serta jasa kepariwisataan yang pintar (*intelligent*) yang dihasilkan oleh *stakeholders* yang tergabung di dalam ekosistem *smart tourism* seperti: produsen, distributor, wisatawan, pemerintah, agen perjalanan, dan lain-lain (Widjaja dkk., 2016).

Menurut Nam & Pardo dalam Buhalis & Amaranggana (2014) kata *smart* dalam bahasa pemasaran, berpusat pada perspektif pengguna, yang membuatnya lebih *user-friendly* daripada cerdas semata. Sementara itu *smart tourism* sendiri pada dasarnya diadopsi dari konsep *smart city* yang sudah berkembang sebelumnya (Hidayah, 2018).

Konsep *smart city* biasanya dikaitkan dengan ekosistem teknologi yang disinergikan dengan komponen sosial untuk meningkatkan kualitas kehidupan warga dan untuk meningkatkan efisiensi pelayanan kota (Egger, 2012 dalam Buhalis & Amaranggana, 2014). Sebuah kota bisa dikategorikan sebagai *smart city*, ketika ekonomi tumbuh secara berkelanjutan dan kualitas kehidupan yang tinggi, dimana tercapai dengan investasi pada sumber daya manusia, tingkat partisipasi pemerintah yang merata, dan infrastruktur yang mendukung penyebaran informasi yang tepat di seluruh kota (Caragliu dkk. Dalam Buhalis & Amaranggana, 2014).

Smart Tourism Destination

Menurut Buhalis & Amaranggana, (2014), menerapkan konsep *smartness* ke dalam destinasi pariwisata membutuhkan para pemangku kepentingan 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 users* 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. Selain itu, *Smart Tourism Destinations* sebenarnya memanfaatkan: (1) Lingkungan teknologi (contoh: *Internet of Thing*, sensor); (2) Kecepatan respon pada tingkat makro dan mikro (contoh: *intelligent services*, dll); (3) *End-user devices in multiple touch-points (smarphone)*; (4) Kekompakan para stakeholder dalam menggunakan *platform* dinamis seperti sistem syaraf.

Tujuan utama *smart tourism* adalah memanfaatkan sistem untuk meningkatkan pengalaman wisata dan meningkatkan efektivitas pengelolaan sumber daya untuk memaksimalkan daya saing dan kepuasan konsumen sekaligus menunjukkan kesinambungan dalam jangka waktu yang panjang (Buhalis & Amaranggana, 2014).

Smart tourism destinations pada prinsipnya adalah untuk meningkatkan pengalaman pengunjung, menyediakan *platform* (model) cerdas untuk menyatukan dan mendistribusikan informasi di dalam destinasi, memfasilitasi pengalokasian sumberdaya yang lebih efisien, mengintegrasikan pemasok kepariwisataan pada tingkat makro dan mikro, agar keuntungan yang didapat oleh masyarakat lokal dapat dipastikan (Rong, 2012).

Homestay

Definisi *homestay* adalah Fasilitas atau wadah pelayanan menginap atau untuk istirahat bagi wisatawan di daerah wisata dan menekankan suatu ‘anti urban’ dengan memanfaatkan potensi alami untuk kegiatan rekreasi. Berdasarkan masa penggunaannya, *homestay* dapat ditempati kapan saja dengan waktu yang tidak terbatas sesuai dengan keinginan. Selain dapat disewakan *homestay*

dapat dimiliki oleh perusahaan, dan juga dapat dibeli sebagai sebuah investasi. Jadi *homestay* dalam penggunaannya dapat digunakan sepanjang tahun. Berdasarkan kegiatan utamanya fasilitas *homestay* pada tempat wisata dapat berbeda-beda, karena disesuaikan dengan potensi lingkungan setempat, misalnya *homestay* di daerah pegunungan akan menyediakan fasilitas yang menunjang kegiatan wisata pegunungan, *homestay* di daerah situs budaya akan menyediakan fasilitas yang menunjang kegiatan wisata budaya dan *homestay* yang berada di daerah pantai akan menyediakan fasilitas yang menunjang kegiatan wisata pantai (Lawson dan Bouy, 1977). Menurut Amirruding (2009) dalam Jamaludin dkk. (2012) program *homestay* adalah bentuk alternatif akomodasi yang melibatkan kunjungan wisatawan dengan keluarga tertentu dimana mereka dapat berinteraksi dan mengalami kehidupan sehari-hari, serta mengalami budaya asli tuan rumah.

Dalam konsep *homestay* yang dikemukakan oleh Lawson & Bovy serta Jamaludin dkk. di atas, terdapat kesenjangan antara konsep dan kenyataan yang terlihat di KEK Tanjung Lesung. Dalam observasi awal yang dilakukan oleh peneliti, konsep *homestay* yang ada di sana sebagian besar lebih kepada konsep hotel sederhana yang terpisah antara tuan rumah dengan tamu yang menginap, karena terlihat seperti penyewaan kamar yang terpisah antara tamu dan tuan rumahnya, sehingga faktor kedekatan interaksi untuk mempelajari kehidupan dan budaya tuan rumah sehari-hari tidak terjadi.

METODE

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenografi yang berusaha memahami sudut pandang, pemikiran, pengalaman para stakeholder mengenai kesiapan *homestay* sebagai salah satu sarana dalam mendukung konsep *smart tourism* di KEK Tanjung Lesung.

Desain penelitian dilakukan dalam lima langkah sebagaimana yang telah

dikemukakan oleh Denzin dan Lincoln (1998), yaitu, 1) menempatkan bidang penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif; 2) pemilihan paradigma teoritis yakni eksploratif untuk menggali lebih dalam tentang kesiapan *homestay* sebagai salah satu sarana pariwisata dalam mendukung konsep *smart tourism* di KEK Tanjung Lesung; 3) menghubungkan paradigma penelitian yang dipilih dengan dunia empiris melalui metodologi; 4) pemilihan metode pengumpulan data; dan 5) pemilihan metode analisis data.

Pengumpulan data yang pertama dilakukan dengan wawancara secara mendalam kepada informan kunci yaitu: 1) Asisten Deputi Tata Kelola Destinasi dan Pemberdayaan Masyarakat Kemenpar; 2) Ketua tim percepatan *homestay* Kemenpar; 3) Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Banten; 4) Administrator KEK Tanjung Lesung; 5) Pengelola Indonesia Tourism Exchange (ITX); 6) Ketua Asosiasi *Homestay* Kabupaten Pandeglang; 7) Pemilik *Homestay* di Kabupaten Pandeglang. Hasil wawancara mendalam ini selanjutnya diposisikan sebagai data primer dari penelitian ini.

Selanjutnya observasi dilakukan untuk melihat bagaimana kondisi aktual *homestay* yang ada, serta untuk memverifikasi berbagai informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan berbagai informan terkait dengan *homestay* berbasis desa wisata. Hasil observasi tersebut digunakan untuk mengkonfirmasi atau triangulasi terhadap hasil wawancara mendalam yang telah dilakukan.

Studi dokumen juga dilakukan untuk mengkonfirmasi (triangulasi) hasil dari wawancara dan observasi yang telah dilakukan. Dokumen yang diteliti diantaranya yaitu Undang-undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata; 2) Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 18 Tahun 2016; 3) RENSTRA Kementerian Pariwisata; 4) Dokumen yang terkait dengan Program *Homestay* berbasis Desa Wisata; 5) Paparan Ketua Tim Percepatan Pengembangan *Homestay*; dan 6) dokumen

lainnya baik cetak maupun elektronik yang berkaitan dengan *homestay* dan digitalisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program *Homestay* dalam Kerangka Konsep *Smart Tourism* di KEK Tanjung Lesung

Asisten Deputi Tata Kelola Destinasi dan Pemberdayaan Masyarakat Kemenpar menyatakan bahwa pada dasarnya pencanangan program *homestay* desa wisata adalah untuk menggerakkan ekonomi pedesaan dengan meningkatkan *occupancy* wisatawan pada destinasi di daerah, yang akan berdampak pada kebutuhan akomodasi yang pengadaannya mudah, murah, cepat yakni *homestay* sesuai dengan keunikan daerah sebagai identitas bangsa. Sebagai gambaran, bahwa pada tahun 2014, pertumbuhan wisatawan mencapai 10,3%, sedangkan pertumbuhan akomodasi hanya mencapai 8%.

Selain itu, ketertarikan pengunjung terhadap *home sharing* mengalami kenaikan 10% (2016) menjadi 15% (2010) di kota-kota besar dunia dan dari 2% (2016) menjadi 5% (2020) di kota-kota besar di Asia Tenggara (The Fourth Industrial Revolution: The Impact on Real Estate in Southeast Asia. Jones Lang LaSalle, 2016).

Dalam menjalankan program *homestay*, kementerian pariwisata telah membentuk tim percepatan yang bertugas untuk mempercepat program *homestay* terlaksana. Petunjuk pelaksanaan telah disusun oleh tim percepatan yang intinya kementerian tidak melakukan pengembangan *homestay* secara fisik, tetapi lebih kepada mempersiapkan jejaring dalam hal pendanaan, mekanisme pembangunan, dan pendampingan dari sisi arsitektur.

Menurut tim percepatan *homestay* program ini belum memiliki petunjuk pelaksanaan (juklak) yang detail dan terdokumentasi, tetapi baru sebatas melalui pengenalan dan proyek percontohan pada 10 destinasi prioritas dan 10 destinasi *branding*, serta baru menggodok

dan merevisi juklak program *homestay* yang berbasis desa wisata.

Pemprov Banten juga memandang program ini belum memiliki juklak yang resmi dari Kemenpar, tetapi baru sebatas pedoman *homestay* dari standar ASEAN. Oleh karena itu Pemprov dan Pemda belum bisa mengoperasionalkan juklak tersebut pada tataran yang lebih teknis.

Hal senada diungkapkan oleh administrator KEK Tanjung Lesung, bahwa belum melihat ada juklak dan juknis (petunjuk teknis) yang jelas jadi hanya baru sebatas pelatihan-pelatihan *awareness* saja belum sampai ke tingkatan juklak. Contohnya seperti sertifikasi, perijinan untuk kelas pondok wisata, atau *homestay* belum ada. Mungkin karena itu indikator juklak dan jukninya belum tersusun jadi mungkin klasifikasi atau pengelompokan itu belum bisa kita lakukan.

Sama halnya dengan pandangan otoritas KEK Tanjung Lesung bahwa program *homestay* berbasis desa wisata ini belum memiliki Juklak, Juknis atau SOP yang jelas, dan menurutnya indikator dalam penyusunan juklak dan juknis ini belum tersusun, sehingga di kawasan belum bisa mengimplementasikan program tersebut secara terpadu.

Dari hal tersebut di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa program *homestay* desa wisata dalam kerangka konsep *smart tourism* di Tanjung Lesung Kabupaten Pandeglang Banten pada dasarnya dicanangkan untuk menggerakkan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat, tetapi belum memiliki juklak dan juknis yang resmi.

Implementasi Program *Homestay* dalam Kerangka Konsep *Smart Tourism* di KEK Tanjung Lesung

Asisten Deputi Tata Kelola Destinasi dan Pemberdayaan Masyarakat Kemenpar mengemukakan bahwa implementasi program-program *homestay* dari kementerian pariwisata tersebut sudah berhasil untuk menjabatani dan menginisiasi salah satunya adalah bekerjasama dengan Bank Rakyat Indonesia (BRI) untuk meminjamkan dana

dalam membangun dan merenovasi *homestay*. Sementara itu pinjaman tersebut diarahkan untuk dikelola oleh BUMDES (Badan Usaha Milik Desa). Jadi kementerian Pariwisata pada dasarnya tidak memberikan bantuan pinjaman langsung, tetapi lebih kepada menjembatani seperti memfasilitasi. Kementerian Pariwisata juga sedang melakukan pendekatan untuk pemanfaatan dana yang ada di Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) yang merupakan dana stimulan sebesar Rp 15.000.000 untuk merenovasi *homestay-homestay* yang sudah ada di daerah-daerah. Kementerian pariwisata juga telah merumuskan empat program *homestay* yaitu, pertama adalah program pengembangan *homestay* secara fisik (bangun baru, konversi, renovasi), kedua adalah program data base *homestay*, ketiga adalah program peningkatan kapasitas masyarakat dan keempat program pemasarannya.

Tim percepatan *homestay* kemenpar menyatakan bahwa sejauh ini terdapat empat skema terkait pembangunan *homestay* secara fisik. Skema pertama adalah konversi yaitu mengalihfungsikan rumah-rumah yang besar dan memiliki kelebihan kamar menjadi *homestay*. Skema Kedua adalah renovasi yaitu memfasilitasi pencairan dana terhadap rumah yang belum layak selanjutnya direnovasi menjadi *homestay* yang layak jual. Skema ketiga adalah revitalisasi yaitu rumah adat yang tidak didiami oleh pemiliknya selanjutnya diperbaiki dan dijual sebagai akomodasi untuk pengunjung. Skema keempat adalah bangun baru yaitu membangun *homestay* yang baru dengan arsitektur Nusantara tetapi formatnya atau istilah arsiteknya adalah *adaptive reuse*. Di lapangan sejauh ini ke-empat skema tersebut masih sebatas pengenalan (*awareness*) dan penjajagan sinergisitas antar pemangku kepentingan yang ada. Adapun pemangku kepentingan yang terlibat sejauh ini diantaranya adalah Kementerian PUPR, Kemendes, Bekraf, Kemensos, Pemprov, Pemda, Pengusaha Cat Propan dan lainnya yang sedang dijajaki. Dalam hal pengenalan, Kemepar telah melakukan sayembara

homestay desa wisata bekerjasama dengan Bekraf dan Cat Propan untuk mendapatkan ciri arsitektur *homestay* di Indonesia. Program ini telah ada pemenangnya dan arsitektur terpilih telah dibukukan oleh Kemenpar.

Sementara itu, menurut Pemprov Banten, pengimplementasian program *homestay* berbasis desa wisata sejauh ini sudah melakukan kerjasama dengan Dinas Perkim, bekerjasama dengan Kementerian PUPR terkait program 100 *homestay*, berkoordinasi dengan perbankan dalam hal pendanaan, dan bekerjasama dengan Pemdes dalam penggunaan anggaran desa untuk pembangunan *homestay* minimal lima *homestay* di setiap desa wisata.

Lebih lanjut, Otoritas KEK Tanjung Lesung memandang bahwa program *homestay* berbasis desa wisata sejauh ini di lapangan baru pada tahap diseminasi pengetahuan (*awareness*) terhadap para pemangku kepentingan. Adapun diseminasi ini lebih kepada pengembangan konsep *homestay*, mekanisme pembiayaan, dan prosedur-prosedur lainnya. Dalam tahap diseminasi konsep, ini dilakukan dengan mengadakan sayembara disain *homestay* di 10 destinasi prioritas Kemenpar. Otoritas KEK Tanjung Lesung juga merasa sejauh ini perkembangan *homestay* berjalan dengan mekanisme pasar, yaitu karena adanya permintaan dan penawaran secara spontan. Hal tersebut terlihat dengan mulai menjamurnya *homestay-homestay* di sekitar *Buffer Zone* yang kalau dari sisi konsep bukan benar-benar *homestay* tetapi lebih ke pondok wisata. Yang sekarang terjadi adalah mekanisme pembagian pangsa pasar, ada permintaan hunian dan masyarakat menyikapinya dengan menyediakan *homestay*, namun kenyataannya konsep *homestay* nya sedikit melenceng karena lebih kepada pondok wisata. Ketua asosiasi *homestay* Tanjung Lesung menilai bahwa capaian program *homestay* yang berbasis desa wisata, sejauh ini baru sebatas memberi kesadaran (*awareness*) kepada masyarakat dan pemilik *homestay*,

serta penyiapan SDM dalam menyambut program tersebut. Sejauh ini asosiasi *homestay* melihat bahwa masyarakat dan pemilik *homestay* sudah melihat peluang dengan digulirkannya program ini, ditambah dengan adanya KEK Tanjung Lesung, sehingga mulai terlihat banyak yang membuka *homestay* walaupun dengan seadanya, karena belum ada standar dan tatacara pengelolaannya.

Dari penjelasan tersebut maka implementasi program *homestay* berbasis desa wisata dalam kerangka konsep *smart tourism* di KEK Tanjung Lesung dilakukan secara bertahap, melalui suatu skema pembangunan *homestay* yaitu: konversi, renovasi, revitalisasi, dan bangun baru, yang implementasinya dilakukan melalui sinergitas dengan kementerian lain dan melibatkan berbagai stakeholder.

Pemahaman Para Pemangku Kepentingan dalam Menerapkan *Smart Tourism* di KEK Tanjung Lesung

Asisten Deputi Tata Kelola Destinasi dan Pemberdayaan Masyarakat Kemenpar mengatakan bahwa desa wisata yang ada belum dikembangkan secara utuh ke arah *smart destination*, hal tersebut dikarenakan oleh belum siapnya produk yang ada untuk dipasarkan secara *smart*. Oleh karena itu, kementerian pariwisata saat ini lebih fokus terhadap pembangunan 10 destinasi wisata unggulan dan tiga program utama (*homestay*, *digital tourism* dan konektivitas). jadi menurut kementerian pariwisata nantinya yang akan menjadi cikal bakal *smart destination* adalah penggunaan konsep *digital tourism* di destinasi. Menurut kementerian pariwisata, desa wisata yang sudah berjalan ke arah *digital tourism* adalah Nglangeran dan Tembi di Jogja, desa wisata Kemiren di banyuwangi, dan Dieng Kulon. Untuk Kemiren di banyuwangi, kementerian pariwisata sudah menetapkannya menjadi desa wisata percontohan yang menggunakan *digital tourism*. Sementara desa wisata yang lain masih dalam tahap peninjauan. Kementarian pariwisata memandang KEK Tanjung Lesung belum cukup baik dalam hal

pengemasan daya tarik wisata, aksesibilitas, dan sarana prasarannya, sehingga KEK Tanjung Lesung belum dijadikan kawasan prioritas pemasaran.

Sementara itu, ketua tim percepatan *homestay* mengatakan bahwa Kementerian Pariwisata dalam pengembangannya pada dasarnya sudah mengarah kepada *smart tourism*. Ketika *homestay* dibina otomatis nanti SDM dan desanya ikut dibina artinya ketika potensi sudah meningkat peluang mereka untuk bisa mengelola atau menerima tamu harus ditingkatkan lagi karena peluang itu bisa naik kalau *digital* tidak *digital* kan gak nyampe nih karena lokasi jauh Bagaimana penerbangan bingung apa jadi informasi - informasi seperti itu nanti akan ada di website-website tersebut. Kalau untuk stakeholder sendiri itu nanti akan diintegrasikan melalui media-media digital yang ada misalnya dengan industrinya dengan swasta dengan pemerintah daerah dengan akademi-akademi atau Sekolah-sekolah yang ada.

Senada dengan pandangan ketua tim percepatan, orotitas KEK mengatakan bahwa di KEK Tanjung Lesung sendiri secara administratif sudah berbaikan *on-line system* dan salah satu fungsi dari administrator itu yaitu layanan perizinan termasuk TDUP (Tanda Daftar Usaha Pariwisata), kemudian mangawasi berjalannya 1500 hektar kawasan, kemudian yang paling penting sebagai *supporting smart tourism* yaitu mempromosikan pariwisata Pandeglang dan Banten melalui media *on-line*. Sehingga otoritas KEK harus selalu update mengenai perkembangan yang ada dan itu semua sudah berbasiskan kepada digitalisasi. Semua pengelolaan pariwisata pandeglang dan Banten akan lebih optimal bila sudah terkoneksi dengan administratif.

Lebih rinci, pihak Indonesia Tourism Exchange (ITX) menjelaskan bahwa *homestay* dan desa wisata sedang digenjut untuk diperbanyak dan dikembangkan. Ditujukan untuk dapat mengakomodir target kunjungan dan peningkatan daya saing pariwisata khususnya dalam bidang TIK.

Dikarenakan untuk pembangunan hotel membutuhkan waktu yang cukup lama, sedangkan *homestay* merupakan akomodasi berbasis komunitas/masyarakat dimana secara bangunan itu sudah ada dan hanya perlu pembinaan. *Smart tourism* adalah *platform* pariwisata yang terintegrasi dengan TIK. Di era digital seperti sekarang ini, TIK bisa digunakan sebagai penyampaian informasi dan layanan bagi wisatawan secara efektif dan maksimal. Menurut ITX, kemenpar sudah berorientasi pada *smart tourism*, hal tersebut terlihat dari penggunaan TIK dan digitalisasi yang digunakan untuk penyampaian informasi dan layanan bagi wisatawan secara efektif dan efisien.

Pemilik *homestay* melihat implementasi program *homestay* yang dilakukan oleh Pemda saat ini adalah melakukan pelatihan-pelatihan dan sosialisasi kepada para pemilik *homestay*. Pelatihan-pelatihan tersebut diantaranya adalah pelatihan Bahasa Inggris, pelatihan pelayanan, pelatihan membuat kerajinan khas Tanjung lesung, yang dilakukan sebulan sekali. Sudah beberapa *homestay* yang sudah memiliki *website* untuk memasarkan *homestay*-nya, tetapi dari sisi pengelolannya belum konsisten. Contohnya www.tanjunglesungbeachhomestay.blogspot.co yang sudah tidak dikelola lagi sehingga sudah tidak dapat diakses. Sementara itu, pelatihan mengenai *website* tersebut hanya sampai bagaimana cara membuat *website* saja, belum sampli bagaimana carabekerjasama dengan semacam *online travel agent* (OTA) seperti traveloka, BnB, atau *airy rooms*, dll.

Dari hal tersebut, memang masih terdapat perbedaan sudut pandang tentang pemahaman stakeholder dalam menerapkan *smart tourism* di KEK Tanjung Lesung. Namun demikian, implementasi program *homestay* yang berbasis desa wisata dalam kerangka konsep *smart tourism* di sana dilakukan melalui penggunaan teknologi informasi dalam kegiatan pariwisata yaitu yang berkaitan dengan pemasaran digital (*digital marketing*) seperti; *online market*

place, *internet marketing*; Pokdarwis dan 10 desa wisata percontohan program ITX.

SIMPULAN

Program *homestay* desa wisata dalam kerangka konsep *smart tourism* di KEK Tanjung Lesung pada dasarnya dicanangkan untuk menggerakkan ekonomi di daerah sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Implementasi program *homestay* yang berbasis desa wisata dalam kerangka konsep *smart tourism* di KEK Tanjung Lesung dilakukan secara bertahap, melalui suatu skema pembangunan *homestay*: konversi, renovasi, revitalisasi, dan bangun baru, yang implementasinya dilakukan melalui sinergitas dengan kementerian lain dan melibatkan berbagai stakeholder.

Terdapat perbedaan sudut pandang tentang pemahaman pemangku kepentingan dalam menerapkan *smart tourism* di KEK Tanjung Lesung. Namun demikian, implementasi program *homestay* yang berbasis desa wisata dalam kerangka konsep *smart tourism* di sana dilakukan melalui penggunaan teknologi informasi dalam kegiatan pariwisata yaitu yang berkaitan dengan pemasaran digital (*digital marketing*) seperti; *online market place*, *internet marketing*; Pokdarwis dan 10 desa wisata percontohan program ITX.

Bertitik tolak dari beberapa temuan penelitian, maka beberapa rekomendasi yang bisa dikemukakan untuk *stakeholders* yang terkait dengan KEK Tanjung Lesung, beserta saran bagi peneliti selanjutnya yaitu:

Penyusunan juklak dan juknis tidak hanya pada tingkat kementerian, tetapi juga pada ditingkat provinsi, kabupaten, kawasan, dan *homestay*, sehingga terlihat peran dan fungsinya masing-masing, dengan melibatkan seluruh *stakeholders* yang ada;

Pemerintah menyusun *masterplan* mengenai pengembangan *homestay* yang utuh terkait fisik dan nonfisik di *Buffer Zone* KEK Tanjung Lesung;

Segera menuntaskan kerjasama dengan kementerian atau lembaga lain yang terkait, dengan menyusun MOU, untuk meminimalisasi benturan peraturan dengan KL yang lain;

Kemenpar, Pemprov, Pemda, dan pihak swasta, juga perguruan tinggi untuk mensosialisasikan smart tourism kepada para pengelola *homestay* secara utuh, tidak hanya parsial terkait keberadaan ITX saja;

Pusat dan Pemda bekerjasama untuk mempersiapkan sarana dan prasarana terkait dengan Teknologi Informasi seperti *coverage* sinyal internet dan lain-lain, karena saat ini, promosi konvensional tidak bisa terlalu diandalkan. Internet lah yang menjadi tulang punggung baru untuk promosi pariwisata daerah. Pengelola harus memiliki website yang representatif dan informatif. Masalahnya, hal ini sampai sekarang masih diabaikan. Banyak website tentang potensi di daerah-daerah yang hanya asal ada dan tidak diperbarui secara rutin. Padahal, website inilah yang menjadi salah satu rujukan utama wisatawan domestik dan mancanegara sebelum memilih destinasi wisata. Selain website, media sosial dan efek *word-of-mouth*-nya saat ini juga menjadi faktor yang menentukan keberhasilan promosi;

Pemerintah pusat dan Pemda bekerjasama untuk mempersiapkan sarana dan prasarana terkait dengan peningkatan kualitas produk wisata seperti akses jalan, listrik, terminal, dan lain-lain. Karena, tidak ada sektor pariwisata yang sukses tanpa ditunjang infrastruktur memadai. Infrastruktur bisa dibilang merupakan pilar utama untuk mencapai tujuan pariwisata yang berkelanjutan. Artinya, dengan infrastruktur yang semakin baik, maka akan semakin membuat betah wisatawan. Apalagi kalau destinasi wisata memiliki akses yang mudah dijangkau serta menyediakan fasilitas memadai. Ketersediaan berbagai aspek tersebut tidak hanya bertujuan untuk membuat pengunjung nyaman, namun juga akan menambah pun menghargai estetika objek yang diunggulkan.

Pemerintah untuk melakukan pelatihan secara regular kepada pemilik *homestay* mengenai pelayanan *homestay*, komputer dan internet;

Mengembangkan daya tarik wisata berbasis laut dan pantai yang terjangkau oleh tamu *homestay*;

Pemahaman mayoritas masyarakat di desa wisata tentang *homestay* masih beragam bahkan keliru, maka Pemerintah dan pihak perguruan tinggi kapariwisata, dan dinas terkait harus melakukan sosialisasi bentuk *homestay* yang benar, yang sesuai dengan konsep dan peraturan perundangan mengenai *homestay* sehingga wisatawan mendapatkan pengalaman dan suasana baru setelah menginap di *homestay*;

Pemerintah menertibkan *homestay-homestay* yang ada, yang tidak sesuai dengan konsep *homestay* dengan memberikan insentif atau bantuan pemugaran; dan

Pemerintah pusat, Pemda, dan pihak swasta, juga perguruan tinggi harus bekerjasama untuk membuat aplikasi mobile official kota. Hal ini penting karena dalam mempromosikan pariwisata di daerah, maka pemerintah daerah harus memiliki aplikasi *mobile* berbasis *smartphone*. Salah satu contohnya adalah mCity. Keberadaan aplikasi *mobile* akan memudahkan wisatawan dalam memperoleh informasi dan menjelajahi suatu daerah. Selain itu, aplikasi *mobile* juga bisa berfungsi untuk membangun *city branding*. *Exposure* semacam ini yang sama-sama diharapkan oleh wisatawan, pengelola, maupun investor.

Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan studi lanjutan di lokasi yang sama namun dengan pendekatan metodologi yang bersifat verifikatif terhadap hasil penelitan ini. Alangkah lebih baik jika dilakukan penelitian tentang topik yang sama dengan pendekatan metodologi yang sama, namun di objek yang berbeda, dimana konsep smart tourism sudah berjalan cukup lama dan berkesinambungan dengan baik. Sehingga dengan dilakukannya penelitian yang terfokus pada topik yang sama dan dilakukan

dalam waktu yang cukup lama akan diperoleh suatu hasil penelitian yang komprehensif.

REFERENSI

- Anindita, M., Affia P. S., Ghivari A., Ghema G., Pratami T.S., Sherin M.N.I, Ratu S., Yegar A.C.W. (2017). *Kebutuhan Pengunjung Terhadap Aktivitas Wisata di Kawasan Tanjung Lesung*, Field Project Study, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2014). *Smart Tourism Destinations*. Dublin: IFITT
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (1998). *Collecting and Interpreting Qualitative Material*. Thousand Oaks, CA: Sage
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). *Smart Tourism: Foundations and Developments*, *Electronic Markets*, (25),179-188
- Harrison, C., Eckman, B., Hamilton, R., Hartswick, P., Kalagnanam, J., Paraszczak, J., et al. (2010). *Foundations for Smarter Cities*. IBM Journal of Research and Development, (54), 1-16
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*, Bandung: Alfabeta
- Hidayah, N. (2018). *Sekilas Mengenai Smart Destinations*, Artikel Tersedia Dalam: <https://pemasaranpariwisata.com/2018/01/11/sekilas-mengenai-smart-destinations/>, diakses pada 28 Desember 2019
- Höjer, M., & Wang, J. (2015). *Smart Sustainable Cities: Definition and Challenges* dalam L. M. Hilty & B. Aebischer (Eds.), *ICT Innovations For Sustainability*, *Advances In Intelligent Systems And Computing*, 333-349.
- New York: *Springer*
- Jamaludin, M., Norain, O. & Abdul, R.A. (2012). *Community Based HomestayProgramme: A Personal Experience*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* (42), 451-459
- Lawson, F & Boud-Bovy M. (1977). *Tourism and Recreation Development, A Handbook of Physical Planning*, London: Architectural Press
- Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 18 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Usaha Pariwisata
- Rencana Strategis Kementerian Pariwisata (Renstra) Periode 2015-2019
- Rong, A. (2012). China Economic Net, Tersedia Dalam: http://en.ce.cn/Insight/201204/12/t20120412_23235803.shtml
- Undang-undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan
- Wang, H., Jin, T., & Zhou, B. (2012). *Smart Tourism*. Beijing: Tsinghua University Press
- Werthner, H., Koo, C., Gretzel, U., & Lamfus, C. (2015). *Special Issue on Smart Tourism Systems: Convergence of Information Technologies, Business Models, and Experiences*. *Computers in Human Behavior*, (50), 556-557.
- Widjaja, A.E., Hery, R.E.T. (2016). *Meningkatkan Potensi Pariwisata Danau Toba Melalui Konsep Smart Tourism: Aplikasi Dan Tantangannya*, Makalah Tersedia Dalam: <https://retariganforbranding.files.wordpress.com/2016/12/makalah-andree-e-widjaja-hery-riswan-e-tarigan-meningkatkan-potensi-pariwisata-danau-toba-melalui-konsep-smart-tourism.pdf>

www.tanjunglesungbeachhomestay.blogspot.co

Yahya, A. (2017). *Top 3 Program Prioritas Kementerian Pariwisata*. Tersedia Dalam:
https://article.wn.com/view/2017/04/07/Menpar_Arief_Titipkan_Top_3_Program_Prioritas_Kemenpar_2017/, diakses pada tanggal 07/08/17

Yahya, A. (2017). *Homestay Desa Wisata*. Tersedia Dalam:
<https://bisnis.tempo.co/read/news/2017/05/18/090876586/homestay-desawisata-portofolio-baru-kembangkan-pariwisata>, diakses pada tanggal 07/08/17,

BIODATA PENULIS

Nurdin Hidayah, merupakan *Senior Lecturer* Jurusan Kepariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung, dengan fokus bidang kajian *tourism marketing* dan *business strategy*.

Id Scholar:

<https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=ICcvInMAAAAJ>

Herlan Suherlan, merupakan *Associate Professor* Jurusan Kepariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung, dengan fokus bidang kajian *education administration* dan *tourism administration*

Id Scholar:

<https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=dcUWdlkAAAAJ>