

**ISLAMIC SMART CITY DAN PENGEMBANGAN PARIWISATA
KOTA BANDA ACEH**

Mulia Dharma^{1*}, M. Ilhamsyah Siregar²

- 1) Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala Banda Aceh,
e-mail: darmayuang17@gmail.com
- 2) Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala Banda Aceh,
e-mail: ilham@unsyiah.ac.id

Abstract

This study aimed to analyze the influence of islamic smart city and tourism development of Banda Aceh. Data used in the form of primary data obtained from questionnaires distributed to 50 respondents. The sampling technique used in this research is by using the Large Sample method. Data were analyzed using multiple linear regression. The results indicate that the variables; Smart Government and Smart Mobility have positive effect but not significant. While the Smart Environment has significant positive effect on tourist traffic in the city of Banda Aceh. Based on this research, the government is expected to increase tourism promotion trough social media, as well as improving infrastructure in the form of transportation to tourism locations in Banda Aceh.

Keywords: *Islamic Smart City, Smart Government, Smart Mobility, Smart Environment, Vacation.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari *islamic smart city* terhadap pengembangan pariwisata Kota Banda Aceh. Data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarakan kepada 50 orang responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode *Large Sample*. Data kemudian dianalisis dengan menggunakan Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Smart Government* dan *Smart Mobility* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kunjungan wisata. Sedangkan variabel *Smart Environment* berpengaruh positif signifikan terhadap kunjungan wisata di Kota Banda Aceh. Berdasarkan penelitian ini, diharapkan pemerintah dapat meningkatkan promosi pariwisata melalui media sosial, serta dapat meningkatkan infrastruktur pendukung berupa sarana transportasi ke lokasi wisata Kota Banda Aceh.

Kata Kunci : Islamic Smart City, Smart Government, Smart Mobility, Smart Environment, Kunjungan Wisata.

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pengembangan perekonomian Indonesia. Sektor ini memiliki pertumbuhan yang relatif cepat dan telah menjadi bagian dari perkembangan ekonomi global. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki penduduk dengan mayoritasnya muslim hal ini ditunjukkan dengan persentase yang beragama islam 87,2 persen, (Badan Pusat Statistik, 2016). Dengan persentase agama islam terbesar maka Indonesia merupakan salah satu tujuan destinasi pariwisata islami. Untuk mewujudkan destinasi pariwisata islam yang berkonsep modern, perlu dilakukan inovasi untuk mengembangkan pariwisata.

Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki karakteristik Islami yang sangat kental adalah Provinsi Aceh. Provinsi Aceh adalah salah satu provinsi yang menjadi tujuan wisatawan, baik dalam negeri maupun luar negeri. Banda Aceh merupakan salah satu tempat tujuan utama wisatawan berkunjung karena di Banda Aceh terdapat beberapa tempat tujuan wisata di antaranya masjid Baiturrahman dan Museum Tsunami. Banda Aceh pun kini menjadi kota objek wisata yang lebih dikenal dengan “Wisata Religi”. Pengembangan pariwisata di Kota Banda Aceh dilakukan dalam upaya untuk menyediakan ruang yang melayani kegiatan wisata untuk masyarakat Banda Aceh sendiri maupun wisatawan domestik dan wisatawan asing. Dengan potensi wisata yang ada di Kota Banda Aceh, kegiatan wisata dapat dikembangkan meliputi wisata alam, wisata budaya, wisata religi, wisata kuliner, dan wisata lainnya. Pasca bencana Tsunami, kunjungan wisatawan ke Kota Banda Aceh hingga saat ini cukup menggembirakan. Walau tidak signifikan peningkatannya tetapi sudah menunjukkan *trend* yang baik.

Orang-orang dari berbagai pelosok Indonesia, Asia hingga Eropa berduyun-duyun menziarahi bumi yang dikenal dengan serambi mekkah untuk menyaksikan secara langsung dampak yang ditimbulkan akibat tsunami. Hal tersebut sangat menguntungkan bagi pariwisata Kota Banda Aceh. Dibangunnya berbagai fasilitas yang akan mendukung wisata dan perbaikan objek-objek wisata yang rusak akibat bencana, terutama perbenahan kembali kawasan di pesisir pantai Kota Banda Aceh yang terkenal dengan keindahan alamnya, semakin menunjang kegiatan pariwisata saat ini dan untuk ke depannya.

Perkembangan pembangunan yang telah dicapai saat ini juga mengindikasikan adanya peningkatan pelayanan umum kepada masyarakat dengan terpenuhinya sarana dan prasarana dasar bidang pendidikan, sosial dan ekonomi masyarakat. Peningkatan layanan umum yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Banda Aceh semakin ditingkatkan sejalan dengan digulirkannya konsep *Islamic smart city* atau yang disingkat dengan (*ISC*). Peningkatan kualitas pelayanan, ditopang dengan infrastruktur yang memadai, serta terciptanya lingkungan yang nyaman adalah tiga instrument utama dalam mengaktualisasi konsep (*ISC*) pada gilirannya dapat menggenjot pariwisata kota Banda Aceh dengan adanya peningkatan jumlah wisatawan. Kota akan menjadi pintar apabila investasi pada sumber daya manusia dan modal sosial serta infrastruktur sistem komunikasi tradisional dan modern dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan kehidupan yang berkualitas, dengan pengelolaan sumber daya alam yang bijaksana, melalui tata pemerintahan yang partisipatif (Caragliu dkk, 2011).

Kota Banda Aceh dikategorikan sebagai *smart city* dalam hal investasi pada sumber daya manusia hal tersebut dapat dilihat dari upaya pemerintahan Kota Banda Aceh dalam meningkatkan kualitas pendidikan dan sumber daya manusia, untuk segi infrastruktur dalam pelaksanaannya pemerintahan Kota Banda Aceh memberikan kemudahan pelayanan seperti perizinan dalam mengurus surat izin tempat usaha, dan dari segi lingkungan lokasi wisata di

Kota Banda Aceh telah menunjukkan pengelolaan yang baik dengan adanya tempat sampah dan juga taman-taman yang membuat wisatawan lebih nyaman.

Formulasi yang mendukung untuk mendongkrak wisata religi di kota Banda Aceh dapat dilaksanakan dengan pendekatan (*ISC*) dengan segenap komponen yang ada. Untuk itu, *branding* pariwisata dengan nilai keunggulan wisata religi kiranya dapat diperkuat dengan intensitas promosi yang tinggi. Dengan demikian, citra yang dibangun akan kuat dan khalayak ramai akan cepat menangkap kesan bahwa tujuan wisata religi yang tepat adalah kota Banda Aceh. Tentu, untuk mendapatkan tersebut banyak upaya yang harus dibenahi dan diupayakan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata

Undang-undang Nomor 10 tahun 2009, menyebutkan pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata, dengan demikian pariwisata meliputi: semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata, pengusahaan obyek dan daya tarik wisata seperti: kawasan wisata, taman rekreasi, kawasan peninggalan sejarah, museum, waduk, pagelaran seni budaya, tata kehidupan masyarakat atau yang bersifat alamiah: keindahan alam, gunung berapi, danau, pantai dan pengusahaan jasa dan sarana pariwisata yaitu: usaha jasa pariwisata (biro perjalanan wisata, agen perjalanan wisata, pramuwisata, konvensi, perjalanan insentif dan pameran, impresariat, konsultan pariwisata, informasi pariwisata), usaha sarana pariwisata yang terdiri dari akomodasi, rumah makan, bar, angkutan wisata

Beberapa ahli juga mengemukakan pengertian pariwisata, antara lain Hunziker dan Kraff (Pendit, 1995:38) menyatakan pariwisata adalah sejumlah hubungan-hubungan dan gejala-gejala yang dihasilkan dari tinggalnya orang-orang asing, asalkan tinggalnya mereka ini tidak menyebabkan timbulnya tempat tinggal serta usaha-usaha yang bersifat sementara atau permanen sebagai usaha mencari kerja penuh. Sejalan dengan ahli tersebut, (Spillane, 1987:21) mengemukakan bahwa pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara dilakukan secara perorangan maupun kelompok, sebagai usaha untuk mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya juga alam dan ilmu.

Pariwisata Islami

Pariwisata syariah telah diperkenalkan sejak tahun 2000 dari pembahasan pertemuan OKI (Organisasi Konferensi Islam). Pariwisata syariah merupakan suatu permintaan wisata yang didasarkan pada gaya hidup wisatawan muslim selama liburan. Selain itu, pariwisata syariah merupakan pariwisata yang fleksibel, rasional, sederhana dan seimbang. Pariwisata ini bertujuan agar wisatawan termotivasi untuk mendapatkan kebahagiaan dan berkat dari Allah (Munirah, 2012).

Karakteristik Pariwisata syariah Menurut Chukaew (2015), terdapat delapan faktor standar pengukuran pariwisata syariah dari segi administrasi dan pengelolaannya untuk semua wisatawan yang hal tersebut dapat menjadi suatu karakteristik tersendiri, yaitu : pelayanan kepada wisatawan harus cocok dengan prinsip muslim secara keseluruhan, pemandu dan staf harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam, mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam, bangunan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, restoran harus mengikuti standar internasional pelayanan halal, layanan transportasi harus

memiliki keamanan sistem proteksi, ada tempat-tempat yang disediakan untuk semua wisatawan muslim melakukan kegiatan keagamaan dan bepergian ke tempat-tempat yang tidak bertentangan dengan prinsip Islam.

Smart City

Konsep Smart City atau Kota Pintar pada dasarnya telah digagas dan mulai diterapkan di kota-kota negara maju sejak awal milenium baru yang lalu. Fenomena ini tidak lepas dari kemajuan teknologi internet yang mulai digunakan dalam banyak aspek kehidupan pada saat itu. Internet dengan fitur *World Wide Web*-nya yang pada awalnya hanya digunakan oleh kalangan pemerintah dan akademisi, kemudian berkembang dengan sangat pesat hingga saat ini menjadi media komunikasi dan transaksi massal yang mempengaruhi seluruh aspek kehidupan (Coe dkk., 2001). Berawal dari istilah Kota Pintar ini lahirlah pula kemudian beberapa istilah yang lain berdasarkan variasi dari definisi dan persamaan kata “*smart*”, seperti misalnya *Intelligent City*, *Knowledge City*, *Ubiquitous City*, *Sustainable City*, *Digital City*, dan sebagainya, dimana *Smart City* dan *Digital City* menjadi dua istilah yang paling sering digunakan dalam memperkenalkan konsep Kota Pintar (Cocchia, 2014).

Konsep ini juga mempunyai beberapa elemen sebagai ciri khas dalam *Smart City* yaitu *Smart Economy* (ekonomi yang pintar) yang meliputi faktor seperti inovasi, kewirausahaan, *self-branding*, produktivitas, dan juga persaingan dalam pasar internasional. Kemudian ada juga *Smart People* (masyarakat yang pintar) yang tidak hanya terkait dengan level pendidikan dari masyarakat itu sendiri, tetapi juga bagaimana interaksi sosial yang terjadi didalamnya. *Smart Governance* (pemerintahan yang pintar) meliputi faktor-faktor seperti partisipasi politik, kualitas pelayanan dan administrasi publik. Aksesibilitas lokal maupun internasional merupakan faktor-faktor dari *Smart Mobility* (pergerakan yang pintar) selain dari ketersediaan teknologi informasi dan komunikasi, serta sistem transportasi perkotaan yang ramah lingkungan. *Smart Environment* (lingkungan yang pintar) yang berkaitan dengan isu-isu perlindungan lingkungan alami dan *Smart Living* (pola hidup yang pintar) yang berkaitan dengan aspek kualitas hidup masyarakat kota juga merupakan dua elemen yang tidak kalah penting. Elemen-elemen ini tidak harus semuanya dikembangkan namun dapat difokuskan pada satu atau sebagian saja tergantung dengan potensi dan karakter kota tersebut (Giffinger dkk., 2007).

Saat ini tengah berkembang konsep *smart city* atau kota cerdas, dimana kota-kota besar di Indonesia sudah mulai menerapkan konsep tersebut, namun masih belum mencapai seutuhnya. Salah satu dimensi terpenting dari kota cerdas adalah bahwa kota saat ini seharusnya memberikan pelayanan yang menggunakan teknologi terkini dan membangun infrastruktur yang pintar, sehingga dapat memberikan pelayanan yang efektif dan murah kepada seluruh masyarakat yang tinggal di kota (Sudaryono, 2014).

METODELOGI PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini adalah objek-objek wisata yang berada di Kota Banda Aceh untuk melihat pengaruh penerapan *Islamic smart city* terhadap pengembangan pariwisata di Kota Banda Aceh. Lokasi pada penelitian ini dilakukan di tiga tempat wisata di Banda Aceh, yaitu Mesjid Baiturrahman, Museum Tsunami Aceh, dan Kapal PLTD Apung.

Sumber dan Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui pembagian kuesioner kepada responden. Sedangkan data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik di Kota Banda Aceh periode 2006-2015 dan diperoleh dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh (2014).

Metode Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Large Sample*. Hal ini dikarenakan jumlah populasi pariwisata tidak dapat diketahui dengan pasti, maka jumlah sampel akan diambil dengan metode "*Large Sample*" berjumlah 50 orang, yang merupakan pengunjung lokasi wisata di Kota Banda Aceh.

Model Regresi Berganda

Model ekonometrika yang baik harus memenuhi tiga kriteria yaitu kriteria ekonometrika, statistika, dan ekonomi. Berdasarkan kriteria ekonometrika, model harus sesuai dengan asumsi klasik, artinya harus terbebas dari gejala heteroskedastisitas, autokorelasi, dan multikolinearitas (Gujarati, 2003). Kesesuaian model dengan kriteria statistik dilihat dari hasil uji F, uji t, dan koefisien determinasi (R²).

Berdasarkan kriteria ekonomi, tanda dan besarnya variabel-variabel eksogen dalam model harus sesuai dengan hipotesis, kecuali pada kondisi-kondisi tertentu yang bisa dijelaskan. Metode statistik inferensia yang digunakan yaitu model regresi linier berganda dengan metode pendugaan kuadrat terkecil OLS (*Ordinary Least Square*) yang didasarkan pada asumsi yang ada. Seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen dihitung menggunakan persamaan garis regresi berganda sebagai berikut :

$$KW = \beta_0 + \beta_1 SG + \beta_2 SM + \beta_3 SE + e \dots \dots \dots (1)$$

Dimana:

- KW : Kunjungan Wisatawan
- β_0 : Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$: Koefisien masing-masing variabel
- SG : *Smart Government*
- SM : *Smart Mobility*
- SE : *Smart Environment*
- e : *Error term*

Metode Analisis

Dalam penelitian ini, model analisis dilakukan dengan metode *Ordinary Least Square* (OLS) dengan bantuan pengolah data sekunder menggunakan program Shazam 10.0.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Analisis uji normalitas yang digunakan adalah analisis statistik yaitu menggunakan hasil hitung Jaque-Bera Normality Test (JB-Test), dengan ketentuan apabila nilai Probabilitas JB-Test > 0,05 dapat diartikan residual data terdistribusi secara normal.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah error pada suatu persamaan bersifat dependen atau independen. Artinya, apakah *error* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap

variabel-variabel independen dan dependennya. Pengujian autokorelasi dapat dilakukan dengan uji LM-Test, dengan kriteria :

H0 : tidak ada autokorelasi

H1 : Ada autokorelasi

Jika hasilnya terima H0, maka pada persamaan yang diuji tidak terjadi autokorelasi. Sebaliknya jika hasilnya tolak H0 maka persamaan yang diuji masih mengalami masalah autokorelasi.

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat apakah dalam persamaan yang diduga terdapat hubungan linier antar peubah bebasnya (variabel independen).

4. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya (Hanke&Reitsch, 1998 dalam Ristiana, 2006). Artinya, setiap observasi maupun realibilitas yang berbeda akibat perubahan dalam kondisi yang melatar belakangi tidak terangkum dalam spesifikasi model.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini, adalah :

Smart government merupakan penyediaan akses informasi publik yang terkait dengan promosi pariwisata di Kota Banda Aceh yang dihitung dalam satuan unit. *Smart mobility* merupakan sarana transportasi dan infrastruktur pendukung pariwisata di Kota Banda Aceh yang dihitung dalam satuan unit. *Smart Environment* merupakan proses kelangsungan dan pengelolaan sumber daya dan lingkungan di Kota Banda Aceh yang dihitung dalam satuan unit. Kunjungan wisata merupakan jumlah dan intensitas kunjungan wisatawan ke Kota Banda Aceh yang dihitung dalam satuan jiwa.

HASIL PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Pengujian Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat *p-value Jarque Bera* pada tabel berikut ini:

<i>Jarque-Berra</i>	<i>P-value</i>
1.6561	0.437

Sumber: Hasil pengolahan data, Shazam 10.0 (2016)

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai Probabilitas JB-test sebesar 0,437, lebas dari nilai yang disyaratkan yaitu 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa residual data penelitian ini terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dapat dilihat nilai koefisien korelasi pearson antara sesama variabel independen ternyata lebih kecil dari nilai 0,8 sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa korelasi antara variabel independen memiliki keeratan yang lemah sehingga dengan tegas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah pengujian gejala heterosdasitas dalam model regresi dilakukan dengan uji white. Adapun dari uji heterosdisitas dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 2. Uji Heteroskedastisitas

<i>Heteroskedasticity Tests</i>	<i>P-value</i>
<i>WHITE TEST</i>	0,9649

Sumber: Hasil pengolahan data, Shazam 10.0 (2016)

Dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa hasil estimasi uji white sebesar 0,9649 nilainya lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil estimasi model regresi tersebut tidak menunjukkan gejala heterosdasitas, berdasarkan uraian diatas maka estimasi atau penaksiran dengan menggunakan regresi linear yang dibahas dalam penelitian ini telah terbebas dari gangguan autokorelasi, multikolinearitas dan heterosdasitas sehingga model tersebut telah memenuhi asumsi goodness of fit.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk melihat apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi. Uji autokorelasi dilihat dari Durbin-Watson dengan hasil pengujianya yaitu sebesar 1.7708. Berdasarkan nilai tersebut maka disimpulkan H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan kata lain model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F digunakan untuk menguji signifikansi seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap varibel dependen. Hasil output shazam diperoleh nilai F hitung sebesar 2.872, maka diperoleh nilai prob F 0,003. Menurut kaidah pengujian, jika prob Fhitung < 0,05 maka H_0 ditolak, hal ini sesuai dengan hasil pengujian yaitu $0,003 < 0,05$ yang berarti menolak H_0 . Maka hipotesis menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara X1, X2 dan X3 terhadap Kunjungan wisata (Y)

Uji Signifikan parameter induvidu (Uji Statistik t)

Uji statistik t dilakukan untuk melihat besarnya pengaruh dari tiap-tiap variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil output shazam dapat dilihat nilai t hitung :

Variabel SG, $T_{hitung} = 1,383 < T_{tabel} 1,677$, hal ini memperlihatkan variabel X1 berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kunjungan wisatawan. Variabel SM, $T_{hitung} = 0,5144 < T_{tabel} 1,677$, hal ini memperlihatkan variabel X2 berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kunjungan wisatawan. Variabel SE, $T_{hitung} = 2,560 > T_{tabel} 1,677$, hal ini memperlihatkan variabel X3 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan wisatawan.

Hasil Regresi

Untuk mengetahui pengaruh *smart government*, *smart mobility* dan *smart environment* terhadap kunjungan wisata. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dari data hasil penelitian masing-masing variabel dengan menggunakan model OLS, maka diperoleh hasil estimasi seperti Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Hasil Estimasi Model Regresi

<i>Variable</i>	<i>Estimated Coefficient</i>	<i>Standard Error</i>	<i>T-Ratio</i>	<i>P-value</i>
SG	0,0281	0,0203	1.383	0.173
SM	0,0163	0,0318	0.5144	0.609
SE	0,0796	0,311	2.560	0.014
Constant	-0,0665	0,9397	-0,0708	0.944

Sumber: Hasil data output Shazam 10.0 (2016)

Adapun dapat dibentuk persamaan hasil regresi diatas adalah:

$$KW = -0,0665 + 0,0281(SG) + 0,0163(SM) + 0,0796(SE)$$

Berdasarkan nilai koefisien regresi di atas, pengaruh dari variabel *smart government*, *smart mobility* dan *smart environment* terhadap kunjungan wisata sebagai berikut:

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan variabel *smart government*, *smart mobility* dan *smart environment* terhadap kunjungan wisata di Kota Banda Aceh, *Smart Government* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kunjungan wisata artinya *smart goverment* hal tersebut terjadi karena untuk meningkatkan kunjungan wisata tidak hanya dilakukan oleh pemerintah semata namun harus ada dukungan dari pihak swasta dan masyarakat itu sendiri (Mulyawati, 2008). *Smart Mobility* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kunjungan wisata artinya setiap kenaikan infrastruktur pariwisata tidak berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan hal ini didukung oleh penelitian (Syahdat, 2006) menyatakan bahwa peningkatan sarana dan prasarana pariwisata tidak berdampak terhadap kunjungan wisatawan. *Smart Enviroment* berpengaruh positif terhadap kunjungan wisata artinya semakin baik lingkungan pada lokasi wisata akan meningkatkan kunjungan wisatawan secara signifikan sebesar 0,0796.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Adapun kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Dari tiga variabel dalam penelitian ini yaitu *smart government*, *smart mobility*, dan *smart environment*, hanya variabel *smart environment* berpengaruh positif signifikan terhadap kunjungan wisata.
2. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda menunjukkan variabel *smart government*, *smart mobility* dan *smart environment* berpengaruh terhadap kunjungan wisata di Kota Banda Aceh, *Smart Government* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kunjungan wisata karena provinsi Aceh khususnya Kota Banda Aceh memang sudah dikenal sebagai provinsi dan kota yang bernuansa *islamic*, sehingga peran pemerintah tidak terlalu berdampak terhadap kunjungan wisata. *Smart Mobility* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kunjungan wisata artinya setiap kenaikan infrastruktur pariwisata tidak terlalu berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan karena tidak semua tempat wisata memiliki akses internet yang bagus dikarenakan tiap wisatawan menggunakan koneksi internet pribadi bukan menggunakan koneksi internet yang disediakan oleh pemerintah misalnya seperti wifi gratis. *Smart Enviroment* berpengaruh positif terhadap kunjungan wisata artinya semakin baik lingkungan pada lokasi wisata akan meningkatkan kunjungan wisatawan secara signifikan, hal ini dibuktikan dengan koefisien sebesar 0,0796.
3. Berdasarkan Tabel F, diperoleh nilai prob F 0,003. Menurut kaidah pengujian, jika prob $F_{hitung} < 0,05$ maka H_0 ditolak, hal ini sesuai dengan hasil pengujian yaitu $0,003 < 0,05$

yang berarti menolak Ho. Maka hipotesis menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara SG, SM dan SE terhadap Kunjungan wisata (KW).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, adapun saran yang dapat penulis kemukakan diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi pemerintah, diharapkan dapat menghimbau seluruh *stakeholder* baik swasta maupun masyarakat untuk dapat berpartisipasi aktif dalam pengembangan pariwisata di Kota Banda Aceh.
2. Sebaiknya pemerintah dapat meningkatkan promosi pariwisata melalui media sosial, serta dapat meningkatkan infrastruktur pendukung berupa sarana transportasi ke lokasi wisata Kota Banda Aceh.
3. Bagi penulis yang ingin melanjutkan penelitian ini dapat menambahkan variabel lainnya seperti: *smart economy* (ekonomi pintar), *smart people* (masyarakat pintar), dan *smart life* (cerdas hidup) untuk lebih memperluas cakupan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Caragliu, C. D. (2011). Smart cities in Europe. *Journal Of Urban Technology*, vol. 18(2), 65-82.
- A. Coe, G. P. (2001). E-Governance and communities: A sosial learning challenge. *Social Science Computer Review*, vol. 19, 80-93.
- Badan Pusat Statistika Kota Banda Aceh. (2015). *Banda Aceh Dalam Angka*.
- Chookew, S. (2015). Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in. *Journal of Economics, Business and Management*, vol III (7), 277-279.
- Cocchia, A. (2014). Smart and digital city: A systemic literature review, in Smart City. *Springer International Publishing*, 13-43.
- Giffinger, R. P.-M. (2007). Smart cities: Ranking of European medium-sized cities. *Centre of Regional Sciene, Vienna University of Technology*.
- Gujarati, D. (2003). *Ekonometri Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Mulyawati, L. S. (2008). Prospek Pengembangan Kawasan Wisata Di Koridor Cilegon-Pandeglang Provinsi Banten.
- Munirah, L. I. (2012). Muslim Tourists Typologi in Malaysia: Perspectives and Challenges. Proceeding of the Tourism and Hospitality International Conference. Malaysia. *Departmnet of Urban and Regional Planning, Faculty of Built Environment*.
- Nyoman. (1995). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Spillane, J. (1987). *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.

Sudaryono. (2014, September 02). *Konsep Smart City untuk Kota-kota di Indonesia*.
www.ugm.ac.id: <http://mpkd.ugm.ac.id/?p=3414>

Syahadat, E. (2006). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan i Taman Nasional Gede Pangrango (TNGP). *Junal Penelitian Sosial dan Ekonomi Kehutanan*, 3(1).