

## **PENGARUH PROGRAM *SMART CITY* TERHADAP PEREKONOMIAN KOTA (KASUS SEKTOR PARIWISATA KOTA BANDUNG)**

**Muhammad Taufik Hidayat, Dr. Ir. Tri Mulyani Sunarharum, S.T., IPU.**

### **INTISARI**

Kota Bandung dikenal sebagai salah satu kota tujuan pariwisata di Indonesia. Sektor pariwisata menjadi salah satu penggerak perekonomian Kota Bandung. Pada tahun 2022, Pendapatan Asli Daerah (PAD) sektor pariwisata berkontribusi sebesar 22,37 persen terhadap PAD Kota Bandung. Selain dikenal dengan pariwisata, sejak tahun 2014 Kota Bandung juga mengembangkan konsep *smart city*. Program *smart city* Bandung didominasi program inovasi pada dimensi *smart branding* seperti Bandung *Creative Hub* (BCH) dan Portal Patrakomala. Pada tahun 2017-2019, kontribusinya terhadap peningkatan jumlah wisatawan sebesar 21,08 persen dan menyumbang peningkatan PAD sektor pariwisata sebesar 17,03 persen. Hal tersebut menunjukkan bahwa *smart city* menjadi penggerak sektor pariwisata Kota Bandung dan berkontribusi terhadap perekonomian.

Berdasarkan hal tersebut maka menarik untuk diteliti terkait tahapan perkembangan *smart city* Bandung di sektor pariwisata, perkembangan perekonomian Kota Bandung di sektor pariwisata dan implikasi *smart city* terhadap hal tersebut serta pengaruh faktor-faktor *smart city* terhadap perekonomian Kota Bandung di sektor pariwisata. Perekonomian Kota Bandung diukur menggunakan indikator PAD sektor pariwisata. Faktor-faktor *smart city* dilihat dari faktor kepemimpinan, manajemen organisasi, inovasi, pendanaan dan kolaborasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan deduktif kualitatif dengan metode analisis deret waktu dan analisis deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tahapan perkembangan *smart city* Bandung melalui empat tahapan yaitu tahap persiapan, tahap perencanaan, tahap implementasi rencana dan tahap pengembangan tingkat lanjut. Program *smart city* di sektor pariwisata terdapat di setiap tahapan yang bertujuan untuk meningkatkan promosi pariwisata, meningkatkan kapasitas pelaku pariwisata dan meningkatkan kualitas destinasi pariwisata. Perkembangan PAD Kota Bandung di sektor pariwisata mengalami fluktuasi akibat dampak pandemi dan program inovasi *smart city* yang dibangun berimplikasi pada peningkatan jumlah wisatawan dan PAD sektor pariwisata. Faktor-faktor *smart city* mengarah pada peningkatan jumlah wisatawan dan secara tidak langsung berpengaruh pada peningkatan PAD Kota Bandung di sektor pariwisata.

**Kata kunci:** *smart city*, Bandung, pariwisata, PAD

## **THE IMPACT OF SMART CITY PROGRAM ON ECONOMY (CASE ON BANDUNG TOURISM SECTOR)**

**Muhammad Taufik Hidayat, Dr. Ir. Tri Mulyani Sunarharum, S.T., IPU.**

### **ABSTRACT**

Bandung is well-known as one of Indonesia's top tourist destinations. The tourism industry is a major contributor to the Bandung economy. The Local Own-Source Revenue (PAD) of tourism sector will contribute 22,37 percent of Bandung's PAD in 2022. Bandung is known for its tourism, but it has also developed the smart city concept since 2014. The Bandung smart city program is dominated by smart branding innovation programs such as the Bandung Creative Hub (BCH) and the Patrakomala. In the period of 2017-2019, it contributed 21,08 percent to the increase in the number of tourists and 17,03 percent to the PAD in the tourism sector. This shows how smart cities were driving the tourism sector in Bandung and contributed to the economy.

Based on this issue, it was worthwhile to conduct research on the stages of development of Bandung smart city in the tourism sector, the development of the Bandung economy in the tourism sector and the smart city implications of this, and the influence of smart city factors on the Bandung economy in the tourism sector. Bandung economy was measured using the PAD indicator for the tourism sector. Leadership, organizational management, innovation, funding, and collaboration were all smart city factors. A qualitative deductive approach was used in this study, along with time series analysis methods and qualitative descriptive analysis.

According to the results, the development stages of Bandung smart city were divided into four stages: preparation, planning, plan implementation, and advanced development. The tourism sector had smart city program at every stage that aimed to increase tourism promotion, increased the capacity of tourism actors, and improved the quality of tourism destinations. The impact of the pandemic on the development of PAD in the tourism sector has fluctuated, and the smart city innovation program that was built has implications for increasing the number of tourists and PAD in the tourism sector. Smart city factors increased the number of tourists, which had an indirect effect on the increase in Bandung's PAD in the tourism sector.

**Keywords:** smart city, Bandung, tourism, local own-source revenue