



## **EVALUASI MATURITAS *SMART TOURISM* DALAM KONTEKS *SMART CITY* DI KOTA YOGYAKARTA**

**Maulidia Dwi Cahyani**

### **INTISARI**

Kota Yogyakarta yang disebut juga sebagai kota budaya dan kota pariwisata telah mengimplementasikan konsep *smart city* sejak tahun 2018, dengan *smart tourism* sebagai bagian dari *smart branding*. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat maturitas *smart tourism* Kota Yogyakarta dalam konteks *smart city*, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi, serta merumuskan strategi peningkatannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran (*mixed methods*) dengan metode pengumpulan data melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan, dan studi literatur. Evaluasi maturitas dilakukan berdasarkan tiga aspek utama, yaitu *destination*, *amenities*, dan *hospitality*, dengan mengacu pada kerangka *smart tourism destination* dan tingkat maturitas *smart city*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat maturitas *smart tourism* Kota Yogyakarta berada pada level *scattered* dengan skor agregat 3,6 dari skala 5. Aspek *destination* dan *amenities* telah mencapai level *integrated* (skor 4), ditandai dengan kuatnya daya tarik budaya, peningkatan kunjungan wisatawan, inovasi digital seperti platform Putri Jogja, serta adopsi pembayaran non-tunai. Sementara itu, aspek *hospitality* masih berada pada level *scattered* (skor 3), terutama terkait integrasi layanan pemandu wisata dan kapasitas sumber daya manusia. Tantangan utama terletak pada fragmentasi sistem, rendahnya integrasi lintas sektor, serta belum optimalnya integrasi transportasi umum dalam ekosistem layanan pariwisata digital. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan platform *smart tourism* terpadu dan penguatan tata kelola kolaboratif untuk mendorong peningkatan menuju level maturitas yang lebih tinggi dan berkelanjutan

*Kata Kunci : Evaluasi Maturitas, Smart Branding, Smart Tourism, Strategi Peningkatan*



## ***EVALUATION OF SMART TOURISM MATURITY WITHIN THE SMART CITY CONTEXT IN YOGYAKARTA CITY***

**Maulidia Dwi Cahyani**

### ***ABSTRACT***

*Yogyakarta city, also known as a cultural and tourism city, has implemented the smart city concept since 2018, with smart tourism as part of its smart branding dimension. This study aims to evaluate the maturity of smart tourism in Yogyakarta within the smart city framework, identify the influencing factors, and formulate strategies to enhance it. This Research employs a mixed methods approach, with data collected through field observations, in-depth interviews with key stakeholders, and a literature review. The maturity evaluation is conducted based on three main aspects: destination, amenities, and hospitality, by referring to the smart tourism destination framework and smart city maturity levels.*

*The findings indicate that the maturity level of smart tourism in Yogyakarta is at the scattered level, with an aggregate score of 3.6 out of 5. The destination and amenities aspects have reached the integrated level (score 4), reflected in strong cultural attractions, increased tourist arrivals, digital innovations such as the Putri Jogja platform, and the adoption of cashless payment systems. Meanwhile, the hospitality aspect remains at the scattered level (score 3), particularly in terms of tour guide service integration and human resource capacity. The main challenges include system fragmentation, limited cross-sectoral integration, and the suboptimal integration of public transportation within the digital tourism service ecosystem. This study recommends developing an integrated smart tourism platform and strengthening collaborative governance to advance toward a higher, more sustainable maturity level.*

*Keywords: Maturity Evaluation, Smart Branding, Smart Tourism, Improvement Strategy*