

KNOWLEDGE MANAGEMENT BIDANG PARIWISATA DI SMART CITY KOTA BOGOR

[Tourism Knowledge Management in Bogor Smart City]

Erie Hermawan Atmawidjaja¹, Pipin Noviati Sadikin²

¹Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai, Yayasan Pendidikan Saburai, eriehermawan65@gmail.com

²Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, pn.sadikin@stpboGOR.ac.id

INFO ARTIKEL

ABSTRACT

Diterima
26 Desember 2023

Disetujui
29 Desember 2023

Tersedia Secara
Online
30 Desember 2023

The Bogor City as tourism destination applies the Smart City concept to its city planning, with the aim that the Bogor City can overcome various urban problems in order to realize sustainable development goals in accordance with the Sustainable Development Goals. Processing and managing information and knowledge using the Knowledge Management concept in Smart City can help organizations to be more prepared and organized to face a level of competition with their competitors and create new innovations for the products or services they have. This research uses a qualitative descriptive method, using a Google Form questionnaire, literature study and observation. This research aims to examine Knowledge Management or the management of tourism information and knowledge in the Bogor Smart City, as well as identifying what the challenges are and the community's experiences in participating in Knowledge Management of the Bogor Smart City.

Keywords : smart city, smart people, urban, tourism destination, innovation

ABSTRAK

Kota Bogor sebagai destinasi wisata menerapkan konsep *Smart City* untuk tata kotanya. Tujuannya agar Kota Bogor dapat mengatasi berbagai permasalahan perkotaan demi mewujudkan tujuan-tujuan pembangunan berkelanjutan sesuai *Sustainable Development Goals*. Pengelolaan informasi dan pengetahuan dengan menggunakan konsep *Knowledge Management* pada *Smart City* dapat membantu organisasi agar lebih siap dan tertata untuk menghadapi suatu tingkat persaingan dengan kompetitornya serta menciptakan suatu inovasi baru untuk produk atau jasa yang dimiliki. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara tertutup menggunakan kuesioner, studi pustaka dan observasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji *Knowledge Management* atau pengelolaan informasi dan pengetahuan kepariwisataan *Smart City* Kota Bogor, serta mengidentifikasi apa saja tantangannya, dan pengalaman masyarakat untuk berpartisipasi dalam *Knowledge Management Smart City* Kota Bogor.

Kata Kunci: kota cerdas, masyarakat cerdas, perkotaan, destinasi wisata, inovasi

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan informasi saat ini menjadi gagasan implementasi konsep *Smart City* di dunia, termasuk di Indonesia. Dalam kehidupan sosial ekonomi masyarakat, diyakini bahwa perkembangan teknologi ini akan membawa solusi bagi layanan publik dan infrastruktur seiring dengan berkembangnya permasalahan perkotaan (Tampubolon, 2022). *Smart City* adalah bagian tata kelola perkotaan untuk mewujudkan kota yang berinovasi menggunakan teknologi dan jaringan untuk mendorong proses komunikasi yang diimplementasikan oleh pemerintah dan masyarakat (Pramesti et al., 2020).

Smart City merupakan suatu konsep mengenai tata suatu kota yang mengoptimalkan teknologi informasi dan digital untuk meningkatkan kesejahteraan dan kebahagiaan masyarakat, serta meningkatkan layanan pemerintah sehingga dapat menekan dan mengurangi biaya, waktu, serta tenaga (Sa'diyah et al. 2020). *Smart city* adalah konsep kota yang sudah menerapkan sistem informasi, komunikasi dan teknologi (ICT) untuk membangun infrastruktur sehingga akan tercipta kecerdasan di masyarakatnya (Rahmat et al., 2021). Teknologi informasi dan komunikasi dalam *smart city* bertujuan agar kota (1) menggunakan infrastruktur dengan efisien, dan menerapkan pembangunan berkelanjutan dengan pilar ekonomi, sosial, lingkungan, (2) melibatkan warga kota pada tingkat administrasi lokal dengan menggunakan sistem online atau layanan elektronik (e-layanan), (3) mendukung pembelajaran yang diperoleh dari pengalaman, adaptasi dan inovasi sehingga dapat memberikan reaksi yang lebih efisien dan cepat terhadap berbagai perubahan (Eremia et al., 2017). Konsep *Smart City* diharapkan dapat menjadi sebuah pemecahan masalah yang terjadi di daerah perkotaan, seperti kemacetan, sampah yang menumpuk, kebutuhan energy, kualitas pelayanan publik yang buruk dan lain sebagainya sekaligus melakukan manajemen berbagai sumber daya dengan baik dan efisien (Izzuddin, 2022; Setijadi et al., 2020). *Smart City* diyakini dapat memberikan solusi membawa perubahan bagi warganya (Mursalim, 2017). Dengan demikian, *Smart City* adalah upaya mengoptimalkan teknologi, aplikasi, fasilitas dan informasi untuk mempercepat layanan publik, mengatasi hambatan komunikasi dan informasi, serta mempermudah masyarakat untuk mendapatkan layanan informasi agar lebih nyaman, aman dan terkendali. *Smart City* dikembangkan untuk meningkatkan kualitas layanan yang berdampak pada peningkatan produktivitas dan daya saing perekonomian (Tampubolon, 2022)

Sudah beberapa tahun ini Kota Bogor menerapkan konsep *Smart City* untuk tata kotanya, dengan tujuan agar Kota Bogor dapat mengatasi berbagai permasalahan perkotaan demi mewujudkan tujuan-tujuan pembangunan berkelanjutan sesuai *Sustainable Development Goals* (Diskominfostandi Kota Bogor, 2017). Dalam mencapai tujuannya sebagai *Smart City*, Kota Bogor telah memutuskan untuk mengimplementasikan enam dimensi *Smart City*, yaitu *Smart Governance*, *Smart Living*, *Smart Branding*, *Smart Society*, *Smart Economy*, dan *Smart Environment*.

Kota Bogor sendiri merupakan salah satu kota yang menjadi pusat pergerakan masyarakat yang berasal dari Kota Jakarta, serta kota-kota atau desa-desa yang berada di Kabupaten Kota Bogor. Sebagai kota pusat kegiatan desa-kota, banyak penduduk yang bermigrasi ke Kota Bogor dan menjadikan Kota Bogor sarat dengan permasalahan perkotaan, seperti kepadatan penduduk dan kendaraan yang tidak terkendali (Sa'diyah et al., 2020). Pada dasarnya, Kota Bogor memang memiliki sumber daya yang melimpah berupa sumber daya manusia, alam dan sejarah. Lokasinya sangat dekat dengan Ibukota DKI Jakarta, serta merupakan potensi yang strategis bagi perkembangan dan pertumbuhan ekonomi dan jasa, pusat kegiatan nasional untuk industri, perdagangan, transportasi, komunikasi, dan pariwisata (Diskominfostandi Kota Bogor, 2017). Bahkan Kota Bogor memiliki potensi pengembangan sebagai suatu destinasi pariwisata internasional sehingga Pemerintah Kota Bogor perlu mengoptimalkan potensi untuk pengembangan pariwisata daerah di masa mendatang (Mulyana, 2012). Dengan daya tarik sebagai kota destinasi wisata ini, Kota Bogor dapat memberdayakan dan menjadikan pariwisata menjadi sektor unggulan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat kota. Sektor pariwisata memang berkontribusi terhadap kesejahteraan Kota Bogor terutama pemerataan pendapatan sekaligus pemasukan kas daerah (Fathanah et al., 2018). Pencapaian Kota Bogor menuju "*Smart City*" akan memfasilitasi pengelolaan sumber daya manusia, alam dan sejarah secara efisien. *Smart City* Kota Bogor juga berperan penting dalam penerapan *Knowledge Management* bidang pariwisata untuk diseminasi informasi dan pengetahuan kepariwisataan yang tepat kepada masyarakat dan wisatawan.

Meskipun perkembangan informasi pariwisata Kota Bogor meningkat dari tahun ke tahun, namun promosi pariwisata seringkali masih menggunakan cara-cara konvensional, manual dan kurang meluas. Hanya terbatas pada wisatawan yang datang ke destinasi wisata atau Dinas Pariwisata yang mendapatkan buklet atau buku panduan dengan informasi yang sangat terbatas sehingga masyarakat umum tidak dapat mengakses informasi tersebut (Sofjan, M; Julianti, M R; Rifki, 2020). Gambaran tentang sejarah, bangunan, fasilitas dan lingkungan seputar Kebun Raya Bogor yang merupakan perjalanan sejarah Kota Bogor melalui tinggalan arkeologis juga terbatas (Sutrisna, 2020). Sehingga museum yang banyak tersebar di setiap daerah Indonesia, termasuk Kota Bogor menjadi salah satu Obyek Destinasi Tujuan Wisata (ODTW) semakin tersisih dalam persaingan pasar jasa wisata (Rachim & Gunawan, 2021). Masih belum teridentifikasinya Sebaran *Tourism Business District* (TBD) Kota Bogor, termasuk keberadaan fasilitas primer, fasilitas sekunder, dan fasilitas kondisional karakteristiknya, maupun tingkat kemenarikannya (Fitria Nur Annisa 2016). Hal ini menyebabkan kurangnya informasi tentang tempat-tempat wisata yang tersebar di Kota Bogor, sehingga para wisatawan terpusat di beberapa tempat saja (Rahasanto & Mappajaya, 2016). Oleh karena itu, perlu adanya nya sistem berbasis informasi yang dapat memberikan informasi tempat wisata di kota Bogor serta membuat rencana perjalanan dapat membantu wisatawan yang berkunjung ke daerah kota Bogor mengetahui tempat wisata yang akan dikunjungi selama berada di kota Bogor (Sania & Sari, 2019).

Pada abad ke-21 saat ini destinasi pariwisata memiliki keharusan untuk berinovasi dan mempertahankan keunggulan kompetitif dalam lingkungan dunia global yang sangat kompetitif (Valeri & Baggio, 2022). Dalam upaya itu, pengelolaan pengetahuan dan informasi mengenai destinasi wisata dan berbagai hal kepariwisataan perlu dilakukan baik dalam organisasi individu maupun organisasi yang lebih kompleks yang umumnya terdapat pada destinasi-destinasi wisata (Valeri & Baggio, 2022). Pengetahuan dan informasi mengenai destinasi wisata untuk mengetahui gambaran awal mengenai destinasi wisata tersebut sangat penting bagi wisatawan, sehingga wisatawan dapat mengambil keputusan untuk bepergian menuju destinasi tersebut. Pengolahan dan pengelolaan informasi dan pengetahuan dengan menggunakan konsep *Knowledge Management* dapat membantu sebuah organisasi ataupun perusahaan agar lebih siap dan tertata untuk menghadapi suatu tingkat persaingan dengan kompetitornya serta menciptakan suatu inovasi baru untuk produk atau jasa yang dimiliki (Darudiato & Setiawan, 2013).

Tantangan Kota Bogor untuk memberdayakan daya tarik wisatanya sebagai potensi unggulan tidak dapat lagi mengandalkan solusi konvensional karena memerlukan proses yang cepat, efektif, inovatif dan cerdas serta mampu beriringan dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini dengan *Smart City* yang dinamis dan memfokuskan diri pada inovasi, solusi dan pemanfaatan SDM dan sumber daya teknologi secara optimal (Hidayat, Mujio, dan Sidiq, 2021). Informasi kepariwisataan tersebut meliputi lokasi, aksesibilitas, atraksi yang menarik, fasilitas dan lain-lain. Sebuah informasi akan bernilai ketika informasi tersebut tertata sehingga menghasilkan pengetahuan tertentu yang menambah wawasan atau kemampuan, serta dapat diterapkan atau dipraktikkan.

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji *Knowledge Management* atau pengelolaan informasi dan pengetahuan kepariwisataan *Smart City* Kota Bogor, serta mengidentifikasi dan mendeskripsikantantangannya dan pengalaman masyarakat untuk berpartisipasi dalam *Knowledge Management Smart City* Kota Bogor..

KAJIAN LITERATUR

1. *Knowledge Management*

Di era ini, pengetahuan dan informasi menjadi sebuah aset sehingga semua orang atau institusi berusaha meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakatnya agar menjadi sebuah kekuatan. Agar sebuah informasi menjadi sesuatu yang bernilai, kemudian tumbuh menjadi sebuah pengetahuan didalam organisasi atau perusahaan, maka dibutuhkannya suatu sistem atau konsep yang

dikenal dengan *Knowledge Management*, yaitu suatu proses pengelolaan, pengolahan serta pemanfaatan dari informasi yang ada (Darudiatto & Setiawan, 2013). Ide dasar konsep pengelolaan informasi dan pengetahuan atau *Knowledge Management* adalah penyebaran dan penggunaan kembali informasi atau pengetahuan tersebut oleh orang lain dalam satu organisasi (Widyatmika, 2020). Diyakini bahwa *Knowledge Management* menjadi salah satu upaya pilihan untuk mencapai keunggulan kompetitif dari suatu organisasi (Widyatmika, 2020). Implementasi *Knowledge Management* menghasilkan informasi dan pengetahuan dikelola dengan baik, sehingga pengetahuan individu menjadi beragam dan mudah dipadukan agar dapat menjadi pengetahuan organisasi (Widyatmika, 2020).

Pengetahuan adalah informasi yang didapatkan dari data yang diproses hingga menjadi informasi yang dapat diakses dan dimanfaatkan oleh manusia, hingga berpadu dengan kehidupan manusia dan dapat mengembangkan kecerdasan dan juga menjadi alat kehidupan bagi manusia untuk memecahkan masalah kehidupan, membuka tabir ketidaktahuan, kebodohan, dan pemahaman (Widyatmika, 2020).

Pengetahuan dapat berkontribusi kepada pengalaman wisatawan, dan dapat menjadi input untuk pengembangan produk dan proses kepariwisataan yang inovatif (Otowicz et al., 2022). Bahkan, *Knowledge Management* khususnya bagi pelanggan atau wisatawan telah terbukti dapat menjadi strategi mendasar bagi sektor kepariwisataan dan menjadi isu utama untuk memperbaiki inovasi di bidang pariwisata (Muniz et al., 2022). Lingkup kerja yang digunakan dalam penerapan *Knowledge Management* terdiri dari tiga aspek, yaitu (1) manusia, (2) teknologi, (3) Proses atau tata kelola (Darudiatto & Setiawan, 2013; Fahri & Dedy, 2023; Widiyastuti et al., 2021).

2. Smart City

Revolusi industri 4.0 telah mendorong kemajuan teknologi, informasi dan komunikasi (TIK) untuk memodifikasi dan melakukan perubahan dalam manajemen di seluruh domain, perusahaan dan pemerintah, sehingga teknologi komunikasi dianggap sebagai kemampuan untuk memecahkan masalah secara efektif dan efisien (Izzuddin, 2022).

Pemanfaatan teknologi dan solusi berbasis data melahirkan inisiasi *Smart City* dengan cara memadukan teknologi informasi dan komunikasi (*information and communication technology*) untuk mengelola aset kota, layanan dan sumber daya kota secara efisien. *Smart city* adalah daerah perkotaan atau *urban area* yang menggunakan teknologi dan solusi berbasis data untuk meningkatkan kinerja, kesejahteraan dan mengurangi biaya dan konsumsi sumber daya. Tujuan dikembangkannya konsep *smart city* adalah membuat kota lebih efisien, berkelanjutan, aman dan nyaman, adil dan layak huni, menuju *sustainable city* atau kota berkelanjutan (Setijadi et al., 2020), serta mencapai kesejahteraan, efektifitas sistem perekonomian, dan memperkuat perekonomian daya saing kota (Tyas et al., 2019).

Konsep *Smart City* dilakukan dengan pemanfaatan *Internet of Things* (IoT) dengan maksud memperluas manfaat konektivitas internet yang tersambung secara terus-menerus, dan konsep ini berperan dalam memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi (Sa'diyah et al., 2020). *Smart city* adalah sebuah kota yang dapat melakukan *monitoring* dan memadukan elemen infrastruktur, fisik, sosial dan bisnis. Dari sisi ekonomi, pelaku pasar perlu mengembangkan metode pemasaran baru, mengembangkan berbagai produk sejalan dengan kemajuan teknologi, dan meningkatkan pelayanan melalui pengembangan sistem berbasis teknologi, termasuk untuk sektor pemerintahan dan lain-lainnya (Izzuddin, 2022)

Smart city menjadi tren sebagai solusi masalah perkotaan secara inovatif (Widiyastuti et al., 2021). Konsep ini dikembangkan untuk meningkatkan produktivitas manusia di dalamnya, sehingga teknologi informasi dan digital dapat dimanfaatkan di segala aspek kehidupan. Mulai dari pengelolaan infrastruktur, sumber daya, lingkungan, serta pelayanan publik. Sebuah kota akan terus dikembangkan menjadi kota yang maju dengan masyarakat yang sehat, produktif, dan sejahtera (Izzuddin, 2022).

3. Pariwisata Berkelanjutan

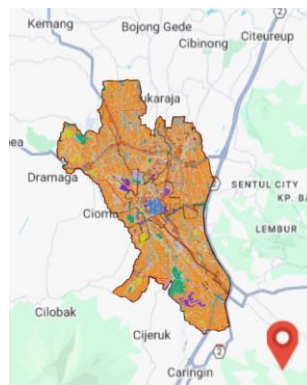
Sektor pariwisata dianggap sebagai sebuah industri yang membawa dampak perbaikan bagi masyarakat. Namun, tidak dapat dipungkiri pula bahwa pariwisata dapat membawa dampak negatif baik kepada lingkungan maupun sosial masyarakat. Oleh karena itu, saat ini pariwisata diarahkan dengan pendekatan pariwisata berkelanjutan yang bertujuan untuk mengurangi dampak negatif

pariwisata dan lebih menekankan kepada pembangunan pariwisata (Zolfani et al., 2015). Pembangunan pariwisata berkelanjutan mengandung tiga pilar yaitu dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan untuk meningkatkan kualitas kepariwisataan secara berkelanjutan. Secara umum, pariwisata berkelanjutan didefinisikan sebagai pembangunan pariwisata berkelanjutan yang memenuhi kebutuhan wisatawan saat ini dan daerah tuan rumah untuk melindungi dan meningkatkan peluang di masa mendatang (Anele dan Sam-otonye, 2021). Konsep pariwisata berkelanjutan dianggap mengarah kepada pengelolaan sumber daya alam sedemikian rupa sehingga kebutuhan ekonomi, sosial, dan estetika dapat terpenuhi dan sekaligus menjaga integritas budaya, proses ekologi yang penting, keanekaragaman hayati, serta penyangga sistem kehidupan (UNWTO, 2015). Bahkan, dalam pariwisata berkelanjutan terdapat ikatan yang erat antara pembangunan ekonomi, perlindungan lingkungan dan kesetaraan sosial, dimana ketiga dimensi tersebut saling memperkuat satu dan lainnya (Chang & Chung, 2020)

METODE PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Secara geografis Kota Bogor terletak di antara 106° 48' BT dan 6° 26' LS, kedudukan geografis Kota Bogor di tengah-tengah wilayah Kabupaten Bogor. Luas Wilayah Kota Bogor sebesar 11.850 Ha terdiri dari 6 kecamatan dan 68 kelurahan, 16 kecamatan, 2.899 ET, 633 RW, dan 194.357 rumah tangga dengan luas wilayah mencapai 118,50 Km². Kota Bogor termasuk ke dalam kawasan Jabodetabek, dan secara Administratif Kota Bogor dikelilingi oleh Wilayah Kabupaten Bogor dengan batas wilayah sebagai berikut: (a) Sebelah Utara berbatasan dengan Kec. Kemang, Bojong Gede, dan Kec. Sukaraja Kabupaten Bogor. (b) Sebelah Timur berbatasan dengan Kec. Sukaraja dan Kec. Ciawi, Kabupaten Bogor. (c) Sebelah Barat berbatasan dengan Kec. Darmaga dan Kec. Ciomas, Kabupaten Bogor. (d) Sebelah Selatan berbatasan dengan Kec. Cijeruk dan Kec. Caringin, Kabupaten Bogor.



Gambar 1. Peta Kota Bogor

Sumber: Sistem Informasi Tata Ruang (Simtaru Kota Bogor)

2. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner kepada masyarakat secara random dan observasi untuk mendapatkan data primer, serta kajian studi pustaka untuk mendapatkan data sekunder. Jumlah responden kuesioner pada penelitian kualitatif tidak ditentukan (Heryana & Unggul, 2018). Namun pada penelitian ini, jumlah responden adalah 30 orang yang ditentukan secara acak melalui *google form*.

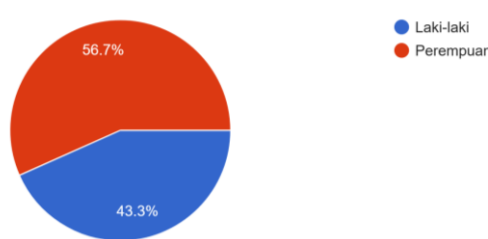
3. Metode Analisis

Metode analisis untuk mengidentifikasi permasalahan dan tantangan dalam pengelolaan informasi dan pengetahuan Smart City ini adalah metode analisis kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan hasil observasi, studi pustaka (*desk study*), dan kuesioner. Analisis dilakukan dengan cara mengkompilasi data hasil kuesioner, kondisi eksisting yang ada, dengan

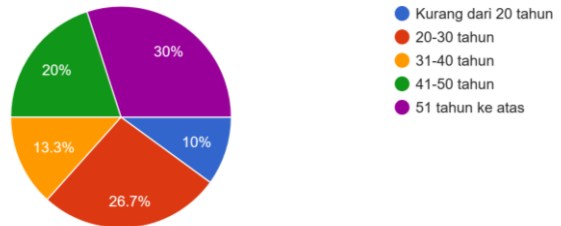
rumusan variabel yang telah ditentukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 50 kuesioner yang disebarakan secara acak melalui *Google Form*, diperoleh hanya 30 orang yang menjawab kuesioner ini. Hal ini dimungkinkan untuk penelitian deskriptif kualitatif. Berdasarkan jenis kelamin, responden yang menjawab terdiri dari perempuan 56,7% dan laki-laki 43,3% (Gambar 2). Sementara usia responden yang terbanyak berusia 51 tahun ke atas, yaitu sebanyak 30% (Gambar 3).

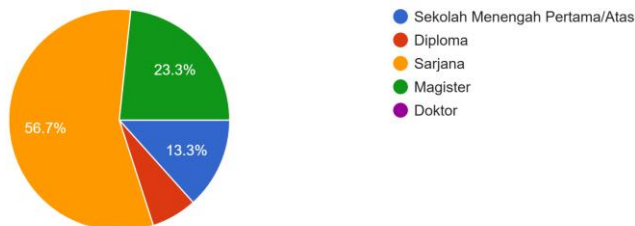


Gambar 2. Jenis Kelamin Responden
 Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023

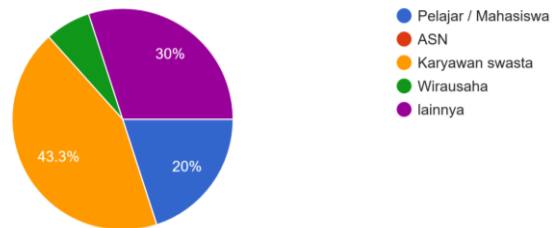


Gambar 3. Usia Responden
 Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023

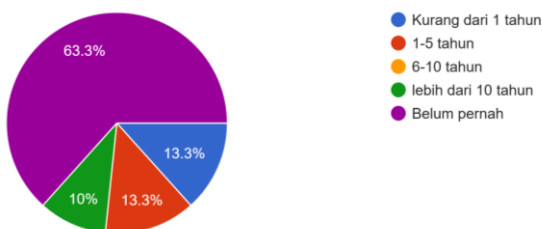
Berdasarkan tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan, sebanyak 56,7% responden merupakan sarjana (Gambar 4), dan sebanyak 43,3% responden merupakan karyawan swasta (Gambar 5). Beberapa responden memang memiliki pengalaman kerja di bidang pariwisata, yaitu sekitar 36,6% responden (Gambar 6). Sebagian besar responden berada di kota Bogor, yaitu sebanyak 66,7% (Gambar 7).



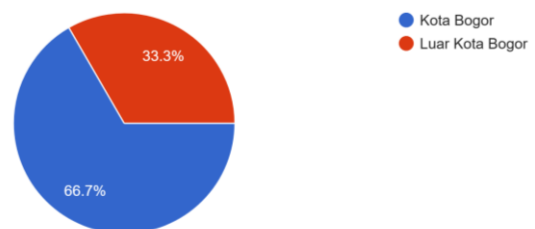
Gambar 4. Pendidikan Responden
 Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023



Gambar 5. Pekerjaan Responden
 Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023



Gambar 6. Pengalaman Kerja di Bidang Pariwisata
 Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023



Gambar 7. Domisili Responden
 Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023

1. Aspek Teknologi

Kebijakan Implementasi *Smart City* Kota Bogor

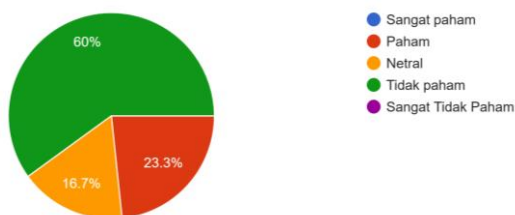
Bogor sebagai kota yang berjarak cukup dekat dengan Jakarta sering kali menjadi salah satu alternatif tempat tinggal bagi mereka yang bekerja di Jakarta. Terlebih adanya layanan *commuter line* yang memudahkan mobilitas mereka sehari-hari. Kota Bogor sudah menjadi simpul pergerakan manusia dengan mobilitas penduduk yang tinggi, diperkirakan 18 juta jiwa menggunakan kereta api dari Kota Bogor setiap tahunnya dan jumlah kendaraan yang menggunakan tol jagorawi mencapai 30.000 kendaraan perhari (BPS Kota Bogor, 2021; Sa'diyah et al., 2020).

Visi Misi *Smart City* Kota Bogor adalah Kota yang Ramah Keluarga, Sehat, Cerdas, Sejahtera. Adapun kebijakan dan program pemerintah dalam penerapan konsep smart city di Kota Bogor ialah sebagai berikut: (1) Kebijakan dan Strategi Pembangunan Perkotaan Nasional 2015-2045, (2) Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Bogor 2011-2031, (3) Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Bogor 2015-2019, (4) Masterplan *Smart City* Kota Bogor. Adapun untuk dasar kebijakannya kita beracu pada 2 kebijakan yaitu Peraturan Daerah tentang informasi dan komunikasi tahun 2018, serta No. 113 tahun 2020 tentang *Smart City*.

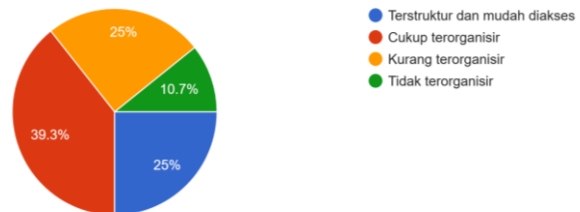
Pemahaman tentang informasi dan pengetahuan *Smart City* Kota Bogor

Pemahaman terhadap pengelolaan informasi dan pengetahuan (*Knowledge Management*) pariwisata *Smart City* Kota Bogor merupakan salah satu dampak terhadap implementasi *Smart City* Kota Bogor. Akan tetapi, sebagian besar responden yaitu sebanyak 60% responden masih menjawab bahwa mereka tidak paham tentang pengelolaan informasi dan pengetahuan (*Knowledge Management*) sektor Pariwisata di *Smart City* Kota Bogor. Hanya 23,3% yang menyatakan bahwa mereka paham tentang *Knowledge Management* Pariwisata *Smart City* Kota Bogor, dan 16,7% menyatakan netral. Hal ini berarti bahwa pengelolaan informasi dan pengetahuan (*Knowledge Management*) sektor Pariwisata di *Smart City* Kota Bogor masih kurang tersosialisasi dengan baik.

Meskipun demikian, berdasarkan pengalaman responden sebanyak 39,3% responden menyatakan bahwa pengelolaan informasi dan pengetahuan (*Knowledge Management*) Pariwisata *Smart City* Kota Bogor cukup terorganisir. Yang mengatakan bahwa pengelolaan informasi dan pengetahuan (*Knowledge Management*) Pariwisata *Smart City* Kota Bogor terstruktur dan mudah diakses sebanyak 25%, sama kuantitasnya dengan yang mengatakan kurang terorganisir yaitu 25%. Sementara, responden yang mengatakan tidak terorganisir sebanyak 10,7%. Dengan demikian, secara umum responden cukup mudah mendapatkan informasi dan pengetahuan mengenai pariwisata di *Smart City* Kota Bogor.



Gambar 6. Pemahaman *Knowledge Management*
 Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023



Gambar 7. Pekerjaan Responden
 Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023

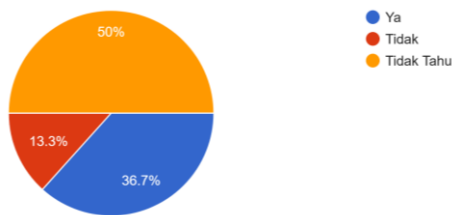
Implementasi *Smart City* Kota Bogor

Pemerintah Kota Bogor memilih menerapkan konsep *Smart City* berbasis kebutuhan bagi pemerintah dan warga Kota Bogor untuk memfasilitasi dan memudahkan masyarakat. *Smart City* Kota Bogor salah satunya mengembangkan aplikasi SiBadra yaitu sistem informasi berbagi aduan dan saran untuk menampung dan menyerap aspirasi warga Kota Bogor. Diharapkan bahwa aplikasi ini menjadi saluran media agar warga Kota Bogor dapat menyampaikan keluhan, saran, pengaduan, dan permintaan layanan kegawatdaruratan secara daring kepada Pemerintah *Smart City* Kota Bogor. Bahkan ketika pandemi COVID-19 dikembangkan pula aplikasi Jaga Asa, yaitu jaringan keluarga asuh kota untuk memfasilitasi keluarga untuk menghadapi gelombang pandemi. Program ini memanfaatkan anggaran dana sosial korporasi (CSR) atau reward pihak ketiga. Pemerintah *Smart City* Kota Bogor juga mengembangkan MPP atau Mal Pelayanan Publik, yaitu gabungan dari 14 instansi yang memberikan 150 layanan pengurusan izin.

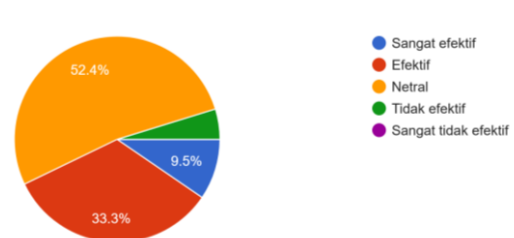
Berdasarkan hasil penelitian, sebanyak 50% responden menyatakan bahwa mereka tidak tahu

mengenai proses pelaksanaan pengelolaan informasi dan pengetahuan (*Knowledge Management*) dalam sektor pariwisata oleh *Smart City* Kota Bogor, yang diinisiasi oleh Pemerintah Kota Bogor tersebut (Gambar 8). Sementara, sebanyak 36,7% menjawab tahu, dan sisanya 13,3% menjawab tidak tahu. Ini sesuai dengan hasil sebelumnya bahwa pengelolaan informasi dan pengetahuan (*Knowledge Management*) sektor Pariwisata di *Smart City* Kota Bogor masih kurang tersosialisasi dengan baik.

Hal ini juga sesuai dengan pendapat responden mengenai efektifitas pelaksanaan inisiatif pengelolaan informasi dan pengetahuan (*Knowledge Management*) dalam sektor pariwisata oleh *Smart City* Kota Bogor yang sebagian besar yaitu 52,4% menyatakan netral, sementara yang menyatakan efektif sebanyak 33,3% dan yang menyatakan sangat efektif 9,5%, serta sisanya menyatakan tidak efektif (Gambar 9).



Gambar 8. Inisiatif *Knowledge Management*
 Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023



Gambar 9. Efektifitas *Knowledge Management*
 Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023

Konsep *Smart City* memfasilitasi masyarakat kota untuk dapat mengelola sumber daya yang dimiliki, serta menyebarkan informasi yang tepat dan benar kepada masyarakat kota tersebut. Secara umum, tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat, meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan, serta mencapai keberlanjutan lingkungan hidup. Adapun pendekatan yang digunakan adalah pemanfaatan teknologi informasi, pemberdayaan potensi kota, termasuk sektor pariwisata, serta pemberdayaan masyarakat.

Integrasi sektor pariwisata dalam kerangka *Smart City* menunjukkan bahwa implementasi konsep *Smart City* mendukung pengembangan sektor pariwisata di Kota Bogor. *Smart City* Kota Bogor berperan penting dalam meningkatkan kinerja kepariwisataan, termasuk efektivitas dan pengambilan keputusan. Pemetaan usaha dan wirausaha yang berskala mikro, kecil, menengah maupun besar, serta *Destination Management Organization* akan memberikan informasi yang tepat baik bagi organisasi usaha maupun masyarakat sebagai pelaku usaha dan sebagai wisatawan. Fasilitas teknologi dari praktik *Smart City* tentu akan berdampak positif pada layanan kepariwisataan dan pengambilan keputusan yang baik dan sesuai dengan dinamika dunia pariwisata.

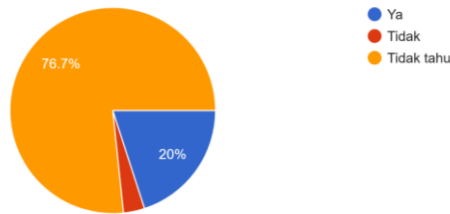
2. Aspek Manusia

Partisipasi Masyarakat

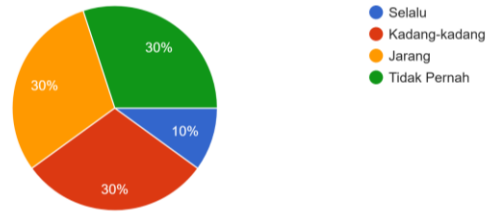
Partisipasi masyarakat Kota Bogor dikembangkan melalui strategi *Branding* Biro Humas Kota Bogor mencakup sektor internal dan eksternal yaitu “Bogor Berlari” dan “100% Bogor Pisan”. Sektor internal terdiri dari seluruh SKPD Pemerintah Kota Bogor sedangkan sektor eksternal adalah masyarakat yang terdiri dari para akademisi, para pengusaha, tokoh masyarakat dan beragam komunitas masyarakat di Kota Bogor. Strategi yang dilakukan yaitu melalui media cetak dan media sosial dengan memanfaatkan media berita online, portal Kota Bogor, dan juga media sosial melalui akun-akun @pemkotabogor yang bisa diakses melalui aplikasi twitter dan instagram ditambah pengemasannya dengan gambar, foto, video dan animasi (Sa’diyah et al. 2020).

Meskipun demikian, partisipasi masyarakat belum sepenuhnya terealisasi dalam upaya tersebut, termasuk di sektor pariwisata Kota Bogor. Sebagian besar responden yaitu sebesar 76,7% tidak mengetahui adanya sistem atau *platform* khusus, terutama yang berupa aplikasi untuk berbagi pengetahuan di sektor Pariwisata untuk *Smart City* Kota Bogor. Sementara, sebanyak 20% menyatakan mengetahui adanya sistem atau *platform* khusus tersebut, dan sisanya 3,3% menyatakan tidak ada *platform* khusus (Gambar 10).

Ini selaras perilaku responden yang menyatakan bahwa mereka dan rekan-rekannya selalu berbagi informasi dan pengetahuan terkait pariwisata *Smart City* Kota Bogor hanya sebanyak 10%, sementara yang kadang-kadang berbagi informasi dan pengetahuan terkait hal tersebut 30%, dan yang jarang berbagi informasi dan pengetahuan terkait hal tersebut sebanyak 30% (Gambar 11).



Gambar 10. Platform Aplikasi Informasi & Pengetahuan
 Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023

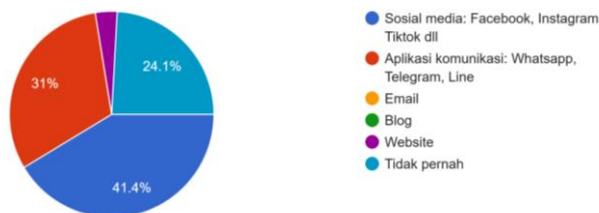


Gambar 11. Perilaku Berbagi Informasi
 Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023

Pendekatan *Smart City* terbagi menjadi dua, yaitu (1) konsep *smart city* yang terfokus pada pengembangan teknologi dan informasi komunikasi, serta infrastruktur keras atau *hard infrastructure*; (2) konsep *smart city* yang terfokus dan berorientasi kepada masyarakat, inklusi, dan partisipasi sebagai infrastruktur lunak atau *soft infrastructure* dengan tujuan untuk dapat meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan, mengembangkan kecerdasan, meningkatkan kesejahteraan, keefektifan, dan daya saing (Arafah & Winarso, 2020). Hal ini berarti bahwa konsep *smart city* memandang perlunya mendorong partisipasi dan peran aktif masyarakat, serta membangun kesadaran masyarakat kotanya untuk berperilaku *smart* dan peduli terhadap permasalahan yang berlangsung di kotanya. Dengan demikian terbentuk suatu kolaborasi yang dinamis antara masyarakat, pemerintah kota, dan berbagai pihak yang terlibat. Oleh karena itu, untuk melaksanakan suatu kebijakan, seperti implementasi *Smart City*, masyarakat harus memenuhi tiga syarat, yaitu: 1) Adanya kesempatan yang diberikan kepada masyarakat untuk berpartisipasi; 2) Ketersediaan masyarakat untuk berpartisipasi; 3) Kemampuan masyarakat untuk berpartisipasi (Rahayu et al., 2021). Interaksi dan kolaborasi multipihak tersebut akan terus berkembang dan berproses sedemikian rupa, dan mendorong partisipasi aktif masyarakat kota dalam pembangunan kotanya sebagai *smart people*, sehingga dapat meningkatkan daya tarik pariwisata *Smart City* Kota Bogor.

Platform atau aplikasi yang digunakan oleh *Smart City* Kota Bogor adalah melalui website *Smart City* (kotabogor.go.id). Untuk informasi terbaru tentang inisiatif Kota Bogor sebagai kota cerdas, disarankan untuk memeriksa situs web pemerintah setempat, pengumuman resmi, atau menghubungi otoritas atau pejabat kota yang relevan untuk pembaruan. Pembaruan tersebut mungkin juga dapat ditemukan melalui siaran pers atau publikasi pemerintah setempat.

Platform atau aplikasi yang digunakan oleh responden untuk berbagi informasi dan pengetahuan mengenai pariwisata *Smart City* Kota Bogor sebagian besar melalui sosial media yaitu *Facebook*, *Instagram*, dan *Tiktok* sebanyak 41,4%. Sementara yang berbagi informasi dan pengetahuan mengenai pariwisata *Smart City* Kota Bogor melalui aplikasi komunikasi berupa *Whatsapp*, *Telegram* atau *Line* sebanyak 31%, yang tidak pernah berbagi 24,1%, dan yang berbagi melalui *website* sebanyak 3,5%. Di sisi lain, *Blog* dan *Email* tidak pernah digunakan sebagai alat untuk berbagi informasi dan pengetahuan mengenai pariwisata *Smart City* Kota Bogor (Gambar 12).



Gambar 12. Platform/Aplikasi untuk Berbagi Informasi & Pengetahuan tentang Pariwisata
 Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023

Pengetahuan dan pengelolaannya secara umum diakui sebagai aset strategis yang memberikan

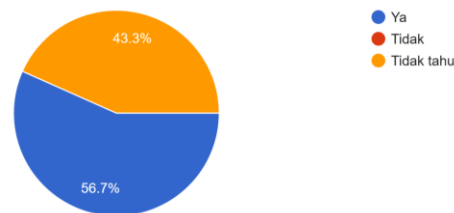
keunggulan kompetitif bagi organisasi. Berbagi pengetahuan atau *knowledge sharing* sangat penting karena membantu organisasi mempromosikan praktik terbaik, memfasilitasi penciptaan pengetahuan, dan meningkatkan efektivitas (Shongwe, 2017). Oleh karena itu, sektor pariwisata khususnya *Smart City* Kota Bogor sangat penting mempertimbangkan *knowledge management* untuk menghasilkan pengetahuan dan informasi terkait, agar memperbaiki kinerja organisasi kepariwisataan. Sebagian besar penelitian telah mengidentifikasi pariwisata sebagai salah satu sektor yang perlu dikembangkan dengan berdasarkan pengetahuan dan pentingnya pengetahuan tersebut untuk mempromosikan pariwisata (Jayasekera et al., 2022).

Pembelajaran Masyarakat dalam Penerapan *Smart City*, diantaranya yaitu (1) menyampaikan aspirasi, masyarakat dapat berpartisipasi memberikan masukan yang kritis agar dapat turut mengembangkan *Smart City* Kota Bogor. Dengan demikian, masyarakat turut merasa memiliki dan ambil bagian dalam proses implementasinya, serta memberikan solusi dan kontribusi. (2) memanfaatkan kemajuan teknologi, masyarakat dapat membiasakan diri menggunakan teknologi untuk menjalankan kehidupan sehari-hari, dimana layanan masyarakat sudah berbasis teknologi. Dalam hal ini, masyarakat perlu menyeimbangkan pengetahuan, pemahaman, penguasaan dan keterampilannya untuk menggunakan teknologi informasi yang bertujuan memudahkan. (3) komitmen, masyarakat perlu membuat aturan bersama untuk menata perilaku yang terkait dengan teknologi, misalnya dengan menjaga dan merawat infrastruktur atau lingkungan dan sumber daya.

2. Aspek Proses

Manfaat Bagi Industri Pariwisata

Pemerintah Kota Bogor juga mengintegrasikan *Smart City* dengan sektor pariwisata, agar dapat mendukung pengembangan sektor pariwisata di Kota Bogor dan berdampak kepada perbaikan pengalaman wisatawan dan kualitas layanan, khususnya bila menerapkan *Knowledge Management*. Pendapat responden mengenai konsep *Smart City* Kota Bogor untuk mengoptimalkan teknologi informasi yang mendukung praktik pengelolaan informasi dan pengetahuan (*Knowledge Management*) di sektor Pariwisata Kota Bogor, sebanyak 56,7% menyatakan bahwa memang teknologi informasi ini mendukung (*Knowledge Management*) sektor Pariwisata Kota Bogor, dan sebanyak 43,3% menyatakan bahwa mereka tidak mengetahuinya (Gambar 13).



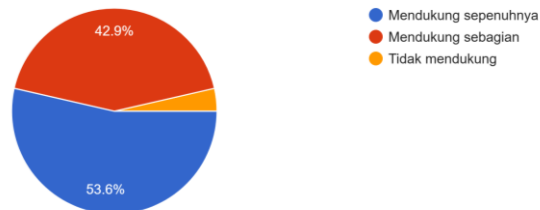
Gambar 13. Teknologi Informasi mendukung *Knowledge Management*
Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023

Knowledge Management yang efektif dapat meningkatkan pendapatan bagi sektor pariwisata. Dalam industri pariwisata, *Knowledge Management* merupakan jaminan untuk dapat mengakses dan memperbaharui informasi dan pengetahuan yang terkini dan terakurat (Jayasekera et al., 2022). Dalam dunia pariwisata, termasuk *hospitality*, pengetahuan atau informasi tersebut akan memberikan pengalaman khusus bagi para wisatawan, yang telah mendapatkan terlebih dahulu informasi dan pengetahuan yang tersedia dengan mudah. *Knowledge Management* menjadi salah satu solusi untuk membantu pengolahan pengetahuan, sehingga seorang individu didalam organisasi atau perusahaan dapat memiliki pengetahuan yang sama, kemudian dengan pengetahuan yang sama itu dapat membantu mengembangkan sebuah organisasi atau pun perusahaan (Darudiato & Setiawan, 2013).

Inovasi dalam industri pariwisata

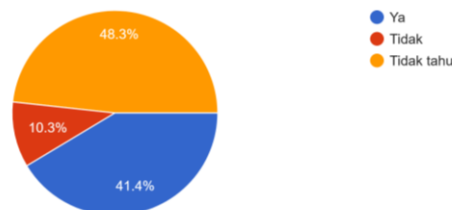
Pemerintah Kota Bogor, melahirkan inovasi dengan mendeklarasikan diri sebagai kota pertama di Indonesia yang menerapkan program *Plastic Smart Cities* dan menjadi *pilot project* untuk

mengelola sampah plastik. Program *Plastic Smart Cities* merupakan inisiasi WWF bekerjasama dengan kota-kota di seluruh dunia, termasuk Kota Bogor untuk mengurangi plastik. Meskipun demikian, Kota Bogor belum dapat memanfaatkan pengelolaan yang berbasis IT secara maksimal ketika menjalankan pengelolaan lingkungan dan pengelolaan limbah (Sa'diyah et al., 2020). Sementara itu, di bidang pariwisata responden sebanyak 53,6% menganggap bahwa teknologi informasi mendukung sepenuhnya praktik pengelolaan informasi dan pengetahuan (*Knowledge Management*) sektor pariwisata *Smart City* Kota Bogor, namun responden sebanyak 42,9% menganggap bahwa teknologi informasi hanya mendukung sebagian praktik pengelolaan informasi dan pengetahuan (*Knowledge Management*) sektor pariwisata *Smart City* Kota Bogor Mendukung, tidak mendukung 3,5% (Gambar 14).



Gambar 14. *Smart City* mendukung *Knowledge Management*
Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023

Inovasi dan Teknologi dalam Pengelolaan Informasi dan Pengetahuan (*Knowledge Management*) *Smart City* Kota Bogor diyakini akan menghasilkan inovasi dan perubahan menuju perbaikan kehidupan masyarakat. Termasuk teknologi informasi yang mendukung praktik pengelolaan informasi dan pengetahuan (*Knowledge Management*) sektor pariwisata *Smart City* Kota Bogor. Responden menganggap telah melihat adanya inovasi atau penggunaan teknologi baru dalam pengelolaan pengetahuan (*Knowledge Management*) di industri pariwisata *Smart City* Kota Bogor sebanyak 48,3% dan sebanyak 41,4% tidak tahu dan sebanyak 10,3% menganggap tidak melihat adanya inovasi atau penggunaan teknologi baru dalam pengelolaan pengetahuan (*Knowledge Management*) di industri pariwisata *Smart City* Kota Bogor (Gambar 15).



Gambar 15. *Smart City* mendukung Inovasi *Knowledge Management*
Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023

Smart city mempromosikan inovasi sosial dan teknologi dan menghubungkan infrastruktur yang ada dengan menggabungkan konsep energi, lalu lintas, dan transportasi baru yang sesuai dengan lingkungan (Alfiyah, 2020). Pada *Smart City* sektor pariwisata, dapat dilihat adanya perubahan dalam promosi pariwisata. Pariwisata merupakan sistem sosio-ekonomi yang kompleks, dengan banyak pelaku menciptakan, mentransfer, dan menggunakan pengetahuan. Misalnya, wisatawan menciptakan pengetahuan, berbagi melalui media sosial, berbagi, menyimpan pengetahuan dalam jumlah besar, demikian pula, pemangku kepentingan/pencipta pengetahuan/pemegang pariwisata. Organisasi kepariwisataan perlu memahami dan menerapkan *knowledge management* untuk membangun kemampuan inovasi untuk memperbarui proses, layanan, dan produknya, berinovasi secara radikal dan bertahap, dan mengembangkan model bisnis baru yang lebih berkelanjutan dan yang terpenting adalah menyesuaikan proposisi nilai mereka dengan pengalaman yang sudah ada dan merancang pengalaman yang sudah ada, serta menyiapkan calon wisatawan (Pratibha et al., 2022). Pemerintah daerah atau kota mengedepankan inovasi dalam memasarkan wilayahnya dengan menciptakan *Smart branding pada Smart City*, sehingga mampu meningkatkan daya saing daerah dengan mengembangkan tiga elemen dari branding daerah, yaitu pariwisata, bisnis, dan wajah kota (Alfiyah,

2020). *Smart City* adalah kota yang manusiawi dan memiliki banyak peluang dan untuk mewujudkan hal tersebut *Smart City* memanfaatkan potensi manusianya dan menjalani kehidupan kreatif (Cruz et al., 2016). *Smart City* yang mendukung *Knowledge Management* sektor pariwisata telah menciptakan peluang bisnis baru di industri pariwisata dengan menciptakan layanan dan produk yang inovatif (Jayasekera et al., 2022).

3. Faktor Pendukung dan Penghambat

Faktor Pendukung *Knowledge Management* Sektor Pariwisata *Smart City* Kota Bogor

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada banyak faktor-faktor penting yang mendukung implementasi pengelolaan informasi dan pengetahuan (*Knowledge Management*) tentang Pariwisata *Smart City* Kota Bogor, diantaranya yaitu: Pemerintah Kota cukup aktif melakukan sosialisasi dan berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat, infrastruktur teknologi yang memadai dan aksesibilitas informasi, partisipasi *stakeholder*, serta kolaborasi antar pihak,

Di sisi lain, sumber daya manusia juga perlu mendapatkan pendidikan dan pelatihan, monitoring dan evaluasi, kemudahan akses internet, sistem informasi yang mendukung proses informasi, serta implementasi pengelolaan informasi dan pengetahuan terkait pariwisata di Kota Bogor. Faktor-faktor ini akan membantu masyarakat Kota Bogor untuk mengeksplorasi kotanya sendiri terutama dalam sektor pariwisata, sehingga terdorong untuk berinovasi. Masyarakat di luar kota Bogor pun dapat mengakses informasi pariwisata *Smart City* Kota Bogor dengan cepat.

Sistem Informasi Digital saat ini sudah menjadi wadah penyebaran informasi yang sangat cepat; oleh karena itu teknologi informasi dan pengelolaan informasi perlu mendukung pariwisata di *Smart City* Kota Bogor. Baik masyarakat Bogor yang menjadi wisatawan dan konsumen akan serta merta berpromosi di berbagai media sosial, terutama apabila internet tersedia di beberapa *public area*; disertai akurasi informasi, penyajian informasi yang menarik, serta visualisasi desain UI pada aplikasi dan *platform* lainnya. Upaya *Smart City* untuk meningkatkan perekonomian masyarakat melalui *marketing*, informasi pariwisata Bogor, lokasi, potensi, harga, dan jarak tempuh atau jalur aksesibilitas yang nyaman diharapkan akan menuju keberlanjutan.

Faktor Penghambat *Knowledge Management* Sektor Pariwisata *Smart City* Kota Bogor

Faktor-faktor yang menghambat implementasi pengelolaan informasi dan pengetahuan (*Knowledge Management*) tentang Pariwisata di *Smart City* Kota Bogor, diantaranya yaitu : Implementasi program-program *Smart City* Kota Bogor diakui oleh pemerintah Kota Bogor belum maksimal, terutama untuk menghadirkan layanan digital berbasis masyarakat. Kesulitan yang dihadapi pemerintah Kota Bogor adalah begitu banyaknya pilihan konsep dan vendor, sehingga sulit menentukan program-program yang tepat bagi *Smart City* Kota Bogor yang berbasis masyarakat.

Masalah krusial lainnya yaitu infrastruktur belum memadai untuk *Smart City* dan akses internet belum merata tersedia di *public area*, keterbatasan aksesibilitas teknologi, kurangnya informasi pemerintah kota dan sosialisasi kepada masyarakat sehingga masyarakat belum memahami tentang *Smart City* dan teknologi informasi, ketidakpedulian beberapa warga, rendahnya tingkat partisipasi *stakeholder*, serta kurangnya kolaborasi antar pihak terkait, ada pula tantangan tentang sumber daya manusia yang tidak memadai, data dan informasi yang tidak akurat, serta pengelolaan pariwisata di beberapa daerah kurang terorganisir, termasuk tantangan dalam memastikan keberlanjutan dan adaptasi inovasi dalam pengelolaan informasi dan pengetahuan pariwisata.

Khusus sektor pariwisata, masyarakat menganggap belum ada sarana atau media khusus yang dapat mengangkat sektor pariwisata secara menyeluruh di kota Bogor terutama destinasi pariwisata *Smart City* Kota Bogor. Media yang ada, serta informasi yang disebarluaskan oleh masyarakat pada *platform* atau aplikasi sosial media masing-masing lebih menyoroti *cafe* atau rumah makan saja. Sementara media atau informasi yang menyoroti keunggulan kompetitif berupa objek wisata atau atraksi yang bersifat alam, serta kearifan lokal Kota Bogor belum ada. Padahal, banyak sekali objek wisata Kota Bogor yang bersifat alam seperti sawah, budaya, dan kearifan lokal yang ditampilkan oleh Kampung Wisata. Dengan demikian, wisata *Smart City* Kota Bogor masih terasa keaslian budayanya.

Rekomendasi Pengembangan *Knowledge Management* Pariwisata *Smart City* Kota Bogor

Secara teknologi, fasilitas teknologi internet perlu diperbaiki dan lebih besar kapasitasnya sehingga tidak terjadi gangguan ketika masyarakat ingin mendapatkan informasi terkait pariwisata Kota Bogor. Media sosial perlu dioptimalkan untuk menyampaikan informasi tentang *Smart City* Kota Bogor, serta memperbanyak *outlet* informasi dan jaringan aksesnya. Teknologi di dunia Digital dan pengetahuan saat ini perlu dimanfaatkan secara maksimal sehingga dapat menjadi modal untuk perkembangan wisata dan usaha perekonomian di Kota Bogor.

Upaya sosialisasi kepada seluruh tingkatan masyarakat dan peningkatan sumber daya manusia juga perlu dilakukan. Di sisi lain, membangun *platform* terintegrasi akan mendorong partisipasi *stakeholders*, meningkatkan kerjasama sektor publik dan swasta, menyediakan pendidikan dan pelatihan, menerapkan teknologi yang tepat, melakukan pemantauan dan evaluasi secara berkala, serta mendorong inovasi dan promosi dalam pengelolaan informasi dan pengetahuan pariwisata, termasuk destinasi wisata, inovasi produk dan produk wisata yg perlu dikembangkan. Dengan demikian, praktik pengelolaan informasi dan pengetahuan di sektor pariwisata *Smart City* Kota Bogor dapat ditingkatkan dan berkontribusi pada pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan.

Responden juga menganggap bahwa kKinerja *knowledge management* perlu ditingkatkan untuk menambah daya tarik dan efisiensi sektor pariwisata di Kota Bogor dengan mengembangkan *website* yang diperbaharui setiap saat dengan pengetahuan dan informasi terkini; atau pemanfaatan media sosial yang optimal seperti *instagram* dan *tiktok*; serta penambahan peralatan seperti CCTV guna menunjang pengelolaan informasi terkait pariwisata di *Smart City* Kota Bogor.

Saat ini responden menganggap bahwa pengetahuan dan informasi tentang pariwisata Kota Bogor cukup bagus karena informasi dapat tersampaikan dengan jelas dan akurat kepada masyarakat Kota Bogor maupun luar Kota Bogor, serta adanya upaya yang berkelanjutan untuk meningkatkan infrastruktur teknologi dan aksesibilitas informasi pariwisata, serta mendorong partisipasi aktif stakeholder dalam berbagi pengetahuan dan pengalaman.

Namun, kolaborasi antar pihak terkait harus terus ditingkatkan, pendidikan dan pelatihan bagi pelaku industri pariwisata perlu diperluas, dan keberlanjutan serta inovasi menjadi fokus utama dalam pengelolaan informasi dan pengetahuan. Dengan demikian, diharapkan sektor pariwisata *Smart City* Kota Bogor dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan manfaat yang optimal bagi masyarakat dan lingkungan.

Dikembangkannya *knowledge management* pada sektor pariwisata ini, dapat menjadi potensi yang baik terhadap perkembangan dan kemajuan pariwisata di Kota Bogor. Informasi dan Pengetahuan yang semakin baik, akurat, dan tepat, *up-to-date* dan menarik, *user friendly* (ramah pengguna), serta semakin tertata pengelolaannya sehingga terjaga dan ada pembaharuan setiap saat akan memberikan nilai tambah. Informasi dan pengetahuan ini menjadi modal dan keuntungan atau nilai tambah bagi perkembangan pariwisata, karena dapat memfasilitasi masyarakat, informasi lebih terbuka secara luas dan mudah diakses, serta mudah diterapkan. *Knowledge Management* memerlukan adanya upaya edukasi kepada sararan masyarakat Kota Bogor, karena kalangan masyarakat di Kota Bogor yang menjadi penjelajah pariwisata tidak hanya generasi muda, tetapi juga generasi remaja dan anak-anak. *Knowledge management* akan memberikan mereka wawasan baru, dan belajar untuk melangkah ke teknologi dan informasi yang mencakup lebih luas dan canggih untuk menghasilkan kreatifitas dan inovasi.

SIMPULAN

Secara umum, ketiga aspek dalam *Knowledge Management* yaitu teknologi, manusia dan proses di *Smart City* Kota Bogor berjalan dengan baik karena terdapat dinamika pengetahuan dan informasi di antara pemerintah Kota Bogor, masyarakat, konsumen atau wisatawan. Namun demikian, upaya ini akan terus berproses karena dampak dari *Knowledge Management* ini akan terlihat pada sisi inovasi dan *smart people*, khususnya di bidang pariwisata yang akan membawa masyarakat Kota Bogor menuju kesejahteraan dan keberlanjutan kota. Bahkan, pariwisata merupakan salah satu sektor yang perlu dikembangkan dengan berdasarkan pengetahuan dan pentingnya pengetahuan tersebut untuk mempromosikan pariwisata. Meskipun berbagai tantangan *Knowledge Management* atau pengelolaan informasi dan pengetahuan kepariwisataan *Smart City* Kota Bogor dan pengalaman masyarakat untuk berpartisipasi, *Smart City* yang mendukung *Knowledge Management* sektor pariwisata telah menciptakan peluang bisnis baru di industri pariwisata dengan menciptakan layanan dan produk yang inovatif.

REFERENSI

- Alfiah, N. I. (2020). *Upaya Peningkatan Daya Tarik Wisata di Kabupaten Sumenep melalui Smart City System*. April, 29–43. <https://doi.org/10.36636/jogiv.v1i1.295>
- Anele, K. K., & Sam-otuoanye, C. C. (2021). *Sustainable Tourism : Evidence from Lake Toba in North Sumatra , Indonesia*. 19(01), 52–62.
- Arafah, Y., & Winarso, H. (2020). *Peningkatan dan Penguatan Partisipasi Masyarakat dalam Konteks Smart City*. February. <https://doi.org/10.14710/tataloka.22.1.27-40>
- BPS Kota Bogor. (2021). *Kota Bogor Dalam Angka (Bogor Municipality in Figures) 2021*. 1–250.
- Chang, W., & Chung, Y. (2020). *A Literature Review Of Sustainable Tourism (1990-2016) A Literature Review Of Sustainable Tourism (1990-2016)*. July. <https://doi.org/10.18510/ijthr.2019.613>
- Cruz, A. D., Esther, E., Martínez, V., Manuel, J., Hincapié, M., & Torres, F. R. (2016). *Innovation in tourism companies , where are they and where are they going ? An approach to the state of knowledge*. 12(4), 1088–1155.
- Darudiato, S., & Setiawan, K. (2013). Knowledge Management: Konsep dan Metodologi. *Jurnal ULTIMA InfoSys*, 4(1), 11–17. <https://doi.org/10.31937/si.v4i1.237>
- Diskominfostandi Kota Bogor. (2017). *Buku 1 Analisis Strategis Smart City Kota Bogor*. *Masterplan Smart City Kota Bogor*, 98. <https://kominfo.kotabogor.go.id/asset/images/web/files/buku-1.-analisis-strategis-smart-city-kota-bogor.pdf>
- Eremia, M., Toma, L., & Sanduleac, M. (2017). The Smart City Concept in the 21st Century. *Procedia Engineering*, 181(June), 12–19. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.02.357>
- Fahri, M., & Dedy, S. (2023). Implementation Of A Knowledge Management System To Increase Profit Of The Company Case Of PT. PE. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(3), 1811–1828. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Fathanah, A. Al, Wahyudi, B., & Purba, P. A. (2018). Pengembangan Pariwisata dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Kota Bogor. *Ekonomi Pertahanan*, 4(3), 25–40.
- Heryana, A., & Unggul, U. E. (2018). *Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif*. December.
- Izzuddin, F. N. (2022). Konsep Smart City Dalam Pembangunan Berkelanjutan. *Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 376–382. <https://doi.org/10.53866/jimi.v2i3.96>
- Jayasekera, K. G. T., Ahmad, A., & Azam, S. M. F. (2022). *Managing Knowledge in Tourism Industry : A Nonaka ' s SECI Model*. December.
- Mulyana, B. (2012). Pengembangan Kota Bogor Sebagai Destinasi Pariwisata Internasional. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 2(1), 1–12.
- Muniz, E. C. L., Dandolini, G. A., Biz, A. A., & Ribeiro, A. C. (2022). Customer Knowledge Management in social media: application of the SMARTUR Framework for the proposition of smart solutions. *Investigaciones Turisticas*, 24(24), 292–317. <https://doi.org/10.14198/INTURI2022.24.14>
- Mursalim, S. W. (2017). Implementasi Kebijakan Smart City di Kota Mursalim, S. W. (2017). Implementasi Kebijakan Smart City di Kota Bandung Siti Widharetno Mursalim. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 14, 126–138. Bandung Siti Widharetno Mursalim. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 14, 126–138.
- Otowicz, M. H., Lacerda, L. L. L. de, Emmendoerfer, L., & Biz, A. A. (2022). Tourism, knowledge management and its processes. *Revista Brasileira de Pesquisa Em Turismo*, 16(November), 2368. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2368>
- Pramesti, D. R., Kasiwi, A. N., & Purnomo, E. P. (2020). Perbandingan Implementasi Smart City di Indonesia: Studi Kasus: Perbandingan Smart People di Kota Surabaya dan Kota Malang. *Ijd-Demos*, 2(2), 163–173. <https://doi.org/10.37950/ijid.v2i2.61>
- Pratibha, V., Kumar, S., Anand, A., Shantakumar, V. P., Muskat, B., & Singh, S. K. (2022). *The Role of Knowledge Management in the Tourism Sector : A Synthesis and Way Forward The role of knowledge management in the tourism sector : a synthesis and way forward*. <https://doi.org/10.1108/JKM-02-2022-0083>
- Rachim, S., & Gunawan, H. (2021). Profil dan Persepsi Peminat Wisata Museum Nasional Sejarah

- Alam Indonesia di Kota Bogor. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 4(2), 111.
<https://doi.org/10.22146/jpt.57928>
- Rahasanto, R., & Mappajaya, A. (2016). Bogor Tourism Information Center. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 5(2), 102–105.
- Rahayu, A. M., Priccila, B., & Agustin, N. (2021). *The Implementation of Smart City Policy to Promote Tourism in Purwakarta The Implementation of Smart City Policy to Promote Tourism in Purwakarta Regency*. November 2020.
- Rahmat, A., Novianti, E., Khadijah, U. L., Tahir, R., & Krishna, A. (2021). A Literature Review On Smart City And Smart Tourism. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 1–208.
- Sa'diyah, A. F., Purnomo, E. P., & Kasiwi, A. N. (2020). Waste Management in the Implementation of Smart City in Bogor City. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja*, 46(1), 271–279.
<https://doi.org/10.33701/jipwp.v46i1.773>
- Sania, N. N., & Sari, I. (2019). Bogor Menggunakan Algoritma Greedy Berbasis Website. *Jurnal Ilmiah Teknologi Dan Rekayasa*, 24(2), 114–130.
- Setijadi, E., Mardiyanto, R., Darmawan, A. K., Hoiriyah, H., & Santosa, I. (2020). Pengukuran Tingkat Kesiapan dan Pengembangan Model Kota Cerdas (Smart City) Kabupaten Pamekasan. *Sewagati*, 4(2), 79. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v4i2.6123>
- Shongwe, M. M. (2017). *An Analysis of Knowledge Management Lifecycle Frameworks : Towards a Unified Framework*. February.
- Sofjan, M; Julianti, M R; Rifki, M. (2020). Perancangan Sistem Informasi Geografis Pemetaan Lokasi Pariwisata di Wilayah Kota Bogor Berbasis Web. *Academic Journal of Computer Science Research*, July.
- Sutrisna, D. (2020). Kebun Raya Bogor Dan Fasilitasnya, Sejarah Dan Fungsi Di Masa Lalu Dan Kini. *Panalungtik*, 3(2), 129–141. <https://doi.org/10.24164/pnk.v3i2.37>
- Tampubolon, B. D. (2022). *Implementation of Smart City Standards in Indonesia based on SNI ISO 37122 during the COVID-19 Pandemic APEC Sub-Committee on Standards and Conformance*. June.
- Trilusianthy Hidayat, Mujio, dan J. S. (2021). Identifikasi Kondisi Dan Permasalahan Penerapan Dimensi Smart Mobility Dalam Pengembangan Konsep Smart City Di Kota Bogor. *Jurnal Teknik / Majalah Ilmiah Fakultas Teknik UNPAK*, 22(2).
<https://doi.org/10.33751/teknik.v22i2.4767>
- Tyas, W. P., Sianturi, O., Riswandha, Y., Sunarti, Manaf, A., & Manullang, O. R. (2019). ICT Based Activities as Part of Smart Economy in Developing World: Learnt from Indonesia's Home Based Enterprises. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 313(1).
<https://doi.org/10.1088/1755-1315/313/1/012026>
- UNWTO. (2015). *2015 Edition UNWTO*. 16. https://doi.org/10.1787/cost_electricity-2015-en
- Valeri, M., & Baggio, R. (2022). Guest editorial: Knowledge management in tourism: paradigms, approaches and methods. *Journal of Organizational Change Management*, 35(2), 257–263.
<https://doi.org/10.1108/JOCM-04-2022-506>
- Widiyastuti, I., Nupikso, D., Putra, N. A., & Intanny, V. A. (2021). *Smart Sustainable City Framework : Usulan Model Kota Cerdas Yang Berkelanjutan Dan Integratif (Smart Sustainable City Framework : The Sustainable And Integrative Smart City Proposed Model)*. 22(1), 13–30.
- Widyatmika, M. A. (2020). *Knowledge Management dalam Organisasi*. November.
<https://doi.org/10.32795/widyateknik.v13i02.505>
- Zolfani, S. H., Sedaghat, M., & Maknoon, R. (2015). Sustainable tourism : a comprehensive literature review on frameworks and applications. *Economic Research-Ekonomika Istraživanja*, 28(1), 1–30. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2014.995895>