



PEMERINTAH KOTA SURAKARTA

# BUKU I



## MASTERPLAN SMART TOURISM TAHUN 2021-2025

## **DAFTAR ISI**

<b>DAFTAR ISI</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>iii</b>
<b>I. PENGANTAR</b>	<b>1</b>
<b>II. ANALISIS MASA DEPAN</b>	<b>3</b>
A. Tren Industri Hotel (sarana prasarana)	4
B. Tren Industri Resto (sarana prasarana)	6
C. Tren Industri Travel Agent	7
D. Tren Industri MICE	8
E. Tren Atraksi Wisata	9
<b>III. ANALISIS KESIAPAN</b>	<b>12</b>
A. STRUKTUR	12
B. INFRASTRUKTUR	15
C. SUPRASTRUKTUR	16
<b>IV. ANALISIS GAP</b>	<b>18</b>
<b>V. ANALISIS VISI PEMBANGUNAN DAERAH</b>	<b>20</b>

## **DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 1.</b> Jumlah Start-up Pendukung Pariwisata Cerdas	12
<b>Tabel 2.</b> Perguruan Tinggi Pendukung Pariwisata Cerdas	13
<b>Tabel 3.</b> jumlah ASN Kota Surakarta Berdasarkan Jenjang Pendidikan Tahun 2016-2019	14
<b>Tabel 4.</b> Analisis GAP	18
<b>Tabel 5.</b> Program Pengembangan Daya Tarik Wisata Kota Surakarta	24
<b>Tabel 6.</b> Program Pengembangan Promosi Daya Tarik Wisata Kota Surakarta	37
<b>Tabel 7.</b> Program Pengembangan Sistem Informasi Kepariwisataan Kota Surakarta	41

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 1.</b> Jumlah Wisatawan	1
<b>Gambar 2.</b> Jumlah ASN Kota Surakarta berdasarkan Jenjang Pendidikan Tahun 2019	14
<b>Gambar 3.</b> Aplikasi SIM PARIWISATA	16

**BUKU I**  
**ANALISIS STRATEGIS SMART TOURISM KOTA SURAKARTA**

**I. PENGANTAR**

Kota Surakarta merupakan salah satu kota besar di Jawa Tengah dengan luas wilayah sebesar 46,72 Km<sup>2</sup> yang identik sebagai kota budaya. Kawasan cagar budaya di Surakarta tersebar di seluruh kecamatan yang terdiri dari kawasan cagar budaya, bangunan cagar budaya, struktur cagar budaya dan situs cagar budaya. Dimana diantaranya berpotensi menjadi kawasan pariwisata sejarah seperti Keraton Kasunanan dan Pura Mangkunegaran. Selain wisata sejarah, terdapat juga pariwisata belanja yang meliputi pariwisata belanja batik, pariwisata barang antik, wisata pasar rakyat, dan wisata pusat perbelanjaan. Pariwisata Surakarta mulai berkembang, salah satunya dengan dibangun dan diresmikannya Masjid Raya Sheikh Zayed.

Pengembangan pariwisata di Surakarta pasca Covid 19 mulai terlihat pada bidang pemasaran, promosi, penelitian dan atraksi (objek wisata) baru. Salah satunya adalah masjid Masjid Raya Sheikh Zayed yang dijadikan sebagai wisata religi baru kota Surakarta. Selain menghasilkan devisa, setiap objek wisata yang ada di Surakarta memiliki pengaruh ekonomi dan budaya terhadap masyarakat di sekitar objek wisata. Pengaruh ekonomi yang terlihat jelas seperti meluasnya lapangan pekerjaan, bertambahnya peluang usaha, meningkatkan pendapatan, serta memelihara dan mengenalkan kebudayaan setempat.

Kota Surakarta menjadi minat destinasi bagi para wisatawan yang ingin menikmati keunikan sejarah dan budaya jawa. Terbukti dengan jumlah wisatawan yang meningkat tiap tahunnya. Namun jumlah wisatawan mengalami penurunan drastis yang diakibatkan pandemi Covid-19.



**Gambar 1.** Jumlah Wisatawan

Jumlah wisatawan domestik maupun mancanegara yang mengunjungi Kota Surakarta mengalami peningkatan tiap tahunnya, mulai dari tahun 2011 dan puncaknya berada pada tahun 2019. Kemudian tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat drastis karena adanya kebijakan pembatasan guna memutus rantai penularan Covid-19. Situasi pandemi mulai membaik pada tahun 2021 sehingga kondisi pariwisata berangsur pulih ditandai dengan jumlah wisatawan yang mulai meningkat.

Upaya peningkatan sektor pariwisata kota Surakarta pasca Covid dilakukan dengan melakukan branding Kota Surakarta menjadi tujuan wisata. Upaya peningkatan dilakukan dengan mempromosikan dan merevitalisasi tempat - tempat wisata yang sudah ada. Selain itu juga dilakukan upaya pembangunan objek wisata baru seperti wellness tourism. Hal ini merupakan salah satu upaya smart branding yang digunakan untuk menarik wisatawan untuk berkunjung ke Kota Surakarta.

Dengan semakin berkembang dan meningkatnya pariwisata Kota Surakarta pasca covid 19 maka juga diperlukan perencanaan yang mendukung terlaksananya perencanaan pariwisata. Perencanaan pembangunan dilakukan dengan tujuan untuk mempercepat pemulihan pariwisata kota Surakarta serta sebagai bentuk implementasi pariwisata cerdas (smart branding). Sejalan dengan tujuan tersebut, maka perlu disusun dokumen Master Plan Smart Tourism sebagai pedoman dalam perencanaan pariwisata cerdas di Surakarta.

## **II. ANALISIS MASA DEPAN**

Dua tahun belakangan menjadi tahun yang menantang bagi Indonesia dimana pandemi Covid-19 menjadi hal yang sangat dikhawatirkan oleh masyarakat. Berbagai cara dikeluarkan oleh pemerintah untuk mencegah penularan virus Covid-19, salah satunya dengan adanya kebijakan pembatasan mobilitas masyarakat. Kebijakan yang lebih dikenal sebagai Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) ini mengimbau masyarakat untuk tidak bepergian ke luar kota dan membatasi kegiatan di tempat umum. Berkurangnya mobilitas masyarakat mempengaruhi sendi-sendi perekonomian, industri dan bisnis. Salah satu sektor yang paling terdampak adalah pariwisata. Selain pembatasan mobilitas dalam negeri, penutupan akses internasional juga dilakukan sehingga mengakibatkan menurunnya jumlah wisatawan domestik maupun mancanegara. Hampir 96% destinasi wisata tidak bisa dikunjungi dan juga berdampak pada sektor transportasi dan penyedia akomodasi seperti perhotelan dan kuliner.

Sebelum adanya pandemi Covid-19, jumlah kunjungan wisatawan Indonesia tergolong banyak dan meningkat tiap tahunnya. Berbeda dengan tahun 2020 yang mengalami penurunan yang cukup drastis karena adanya pandemi Covid-19. Namun pada tahun 2022, jumlah kasus Covid-19 mulai menurun dan memberikan dampak positif ke semua sektor industri termasuk sektor pariwisata. Hal ini dibuktikan dengan wisata Bali sebagai destinasi terpopuler di Indonesia yang mulai membuka pintu untuk para wisatawan. Selain itu, Yogyakarta sebagai destinasi wisata tanah air nomor dua setelah Bali diprediksi juga akan menikmati kebangkitan sektor pariwisata pasca pandemi. Meskipun wabah Covid-19 tidak menghilang sepenuhnya tetapi kondisinya tidak separah tahun-tahun sebelumnya.

Keberhasilan program vaksinasi pemerintah meningkatkan kepercayaan diri masyarakat untuk kembali beraktivitas di luar ruangan, sehingga memberikan optimisme pemulihan industri pariwisata. Adanya pandemi mengakibatkan masyarakat berada pada situasi baru dimana kita hidup berdampingan dengan virus Covid-19. Situasi tersebut lebih dikenal dengan era “new normal”. Pada era new normal seperti sekarang, industri pariwisata dapat melakukan reshape, revival, dan rebound untuk beradaptasi dalam menghadapi era new normal pasca pandemi. Beberapa tren pariwisata dapat dijadikan sebagai strategi untuk pengembangan

pariwisata pada era new normal. Tren pariwisata yang ada diperuntukkan bagi sub-sektor pariwisata terdampak seperti akomodasi hotel, travel agent, MICE, restoran, transportasi dan atraksi wisata.

#### **A. Tren Industri Hotel (sarana prasarana)**

Industri hotel merupakan industri jasa yang menawarkan jasa pelayanan kamar dengan berbagai keperluan menginap seperti makan, minum, dan lainnya yang dikelola secara komersil. Hotel merupakan satu sarana pendukung utama yang menunjang dalam bisnis di bidang pariwisata. Semenjak adanya pandemic Covid-19 terjadi penurunan pengunjung hotel terutama hotel - hotel yang berada di dekat tempat wisata. Penurunan ini mulai teratasi dengan sendirinya setelah kasus Covid-19 mulai mereda. Hal ini memunculkan berbagai tren di industri perhotelan seperti :

##### 1. Revenge Tourism

Kebijakan pemerintah terkait penanganan Covid-19 salah satunya adalah Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat atau biasa dikenal istilah PPKM. Kebijakan PPKM ini sangat mempengaruhi kondisi psikologis masyarakat yang mengharuskan masyarakat untuk tidak bepergian tanpa keperluan yang penting sehingga hal ini mengakibatkan rasa stres menumpuk. Revenge tourism merupakan sebuah tren wisata yang muncul akibat dari penurunan jumlah Covid-19 dan status PPKM di berbagai wilayah mengalami penurunan, yang mengakibatkan antusiasme masyarakat untuk berwisata meningkat drastis

Setelah 2 tahun pariwisata Indonesia meredup akibat dari Covid-19, sekarang sektor pariwisata indonesia mulai bangkit kembali. kebangkitan ini ditandai dengan tren revenge tourism di berbagai wilayah seperti Bali, Yogyakarta, Bandung, Banyuwangi dan lain sebagainya. Bangkitnya sektor pariwisata juga dibuktikan dengan peningkatan tingkat okupansi hotel bintang di Indonesia. Berdasarkan laporan dari Badan Pusat Statistik pada bulan Maret 2022, Tingkat Penghunian Kamar (TPK) mencapai 45,15 persen, naik sebesar 6,57 poin dibandingkan dengan periode tahun 2021 yang sebesar 33,56 persen.

## **2. Kolaborasi Industri Pariwisata - Ekonomi Kreatif**

Persaingan bisnis yang ketat di industri hotel memunculkan berbagai inovasi baru yang unik dan menarik. Salah satu inovasinya adalah konsep perpaduan antara industri pariwisata dengan ekonomi kreatif. Hal ini dilakukan oleh Hotel Cartel di Bandung yang bekerjasama dengan para IP creator lokal Indonesia seperti Dagelan, Tahilalats, Museum of Toys, Bumi Langit Universe, Gatot Kaca dan Gundala. Hasil karya dari para IP creator tersebut menghiasi setiap kamar di Cartel Hotel. Tren ini memungkinkan hotel bekerjasama dengan masyarakat lokal yang memiliki karya dan kreatif dalam bidangnya. Tidak menutup kemungkinan tren ini menyebar ke hotel-hotel lainnya sehingga membuka peluang baru di sektor kreatif.

## **3. Era CHSE**

Pandemi Covid-19 belum tuntas sehingga protokol kesehatan menjadi sesuatu yang penting untuk diterapkan. Sertifikat CHSE (Cleanliness, Hygiene, Sanitation, and Environment) merupakan sertifikasi industri hotel yang telah menerapkan protokol kesehatan dengan ketat di masa pandemi COVID-19. Sertifikasi CHSE ini dapat meningkatkan kepercayaan para wisatawan sehingga dapat meningkatkan okupansi hotel selama pandemi COVID-19. Hal ini dibuktikan dengan survei tahun 2021, dimana 82% responden setelah divaksin menyatakan lebih memilih akomodasi atau hotel yang telah memiliki sertifikat CHSE.

## **4. Work From Destination**

Pemulihan industri pariwisata di masa pandemi ini dapat dilakukan salah satunya dengan cara memberikan insentif kepada para konsumen untuk pemerintah maupun perusahaan. Insentif ini berupa menginap di hotel atau destinasi wisata sembari bekerja. Tren Work from Destination atau workcation merupakan salah satu cara untuk memulihkan sektor wisata di masa pandemi dan juga mengurangi tingkat stres pekerja di masa PPKM. Hal ini dapat dibuktikan dari riset pada Desember 2021, 69,7% responden tertarik melakukan Work From Hotel atau Work From Destination secara reguler.

## **5. Wellness Tourism**

Pada masa Covid-19 ini keinginan masyarakat untuk hidup sehat meningkat. Keinginan masyarakat ini menciptakan sebuah tren baru dimana wisata minat khusus untuk menjaga kebugaran atau wellness tourism. Berkembangnya wellness tourism dimanfaatkan oleh industri perhotelan untuk menambah fasilitas yang mendukung wisata. Contoh dari wellness tourism ini seperti kota solo yang menyediakan jamu-jamuhan, potensi aromaterapi, meditasi, makanan sehat, hingga jelajah alam. Contoh lain yaitu wellness tourism Kota Yogyakarta yang berpotensi dalam jamu, tradisi pijat ala Jawa, beksan meditasi, terapi seni, makanan sehat, retret serta jelajah alam. Selain itu Bali pun tengah bersiap untuk menjadi destinasi wisata kebugaran seperti layanan kecantikan, wisata olahraga khusus yoga dan meditasi di Pulau Nusa Dharma.

#### **B. Tren Industri Resto (sarana prasarana)**

wisata kuliner merupakan hal yang wajib dilakukan oleh para wisatawan. Bukan wisatawan di luar kota saja, Tetapi wisatawan lokal sering juga dalam melakukan hal yang sama . Semenjak adanya pandemic COVID 19 wisatawan yang ingin melakukan wisata kuliner kini menurun. Pandemic COVID 19 ini telah mengacaukan rantai pasok makanan, yang menyebabkan produk pangan yang dihasilkan oleh petani tidak terserap di pasar karena memiliki masalah dalam pendistribusian nya, serta mengakibatkan harga pangan menjadi melonjak naik. Namun para wisatawan tidak menyerah begitu saja. Terdapat Tren pariwisata di wisata kuliner yang dapat mengembalikan dan menaikan industri pariwisata, sebagai berikut :

##### **1. Makanan Sehat & Plant Based Food**

Pada saat pandemic berlangsung kesehatan merupakan prioritas utama. Kebanyakan masyarakat mulai memilih untuk meninggalkan pola hidup lama yang tidak sehat. Pola hidup ini kurang memperhatikan kesehatan, makanan yang dikonsumsi, dan zat-zat yang terkandung di dalamnya. Sebagian besar orang memilih untuk hidup sehat dengan berolahraga dan melakukan kebiasaan makan sehat untuk menjaga kesehatan tubuh. Kebiasaan makan dapat berhubungan dengan masalah kesehatan serta mempengaruhi kesehatan dan kesejahteraan dalam kehidupan. sebagian

besar wisatawan pada saat pandemic mengkonsumsi makanan hewani yang banyak mengandung lemak, akan beresiko menderita penyakit seperti jantung koroner (fatty liver), kolesterol, darah tinggi atau rematik. Oleh karena itu dibutuhkannya tren wisata ini agar dapat menjadi kebiasaan makan bagi para wisatawan dan masyarakat sekitar. Plant Based Food merupakan mengkonsumsi makanan nabati yang berasal dari tanaman dan menghindari produk hewani, seperti daging dan produk susu. Yang termasuk makanan plant-based diet adalah sayur-sayuran, buah-buahan, kacang kacangan, dan biji-bijian. Idealnya, plant-based diet adalah vegan dengan sedikit fleksibilitas dalam pelaksanaannya. Tren ini dapat berguna untuk masyarakat dalam mendapatkan nutrisi yang diperlukan tubuh dan dapat kesejahteraan manusia

#### **C. Tren Industri Travel Agent**

Salah satu komponen pariwisata yang berperan dalam perekonomian wisata yaitu Travel Agent. Travel Agent merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa yang memiliki tujuan untuk menyiapkan suatu perjalanan bagi seseorang yang merencanakan melalui jasa transportasi. industri Travel Agent sangat diperlukan dalam suatu pariwisata . Namun semenjak pandemic COVID 19 melanda industri Travel Agent mengalami penurunan dalam bidang ekonomi . industri travel agent berusaha mempertahankan bisnis mereka dengan beradaptasi dengan perubahan perilaku wisatawan yang ekstrim agar dapat menghadirkan value bisnis baru. Terdapat beberapa tren yang dikeluarkan sebagai upaya pemulihan pariwisata, sebagai berikut

##### **1. Ragam inovasi online travel agent (OTA)**

Industri pariwisata menghadapi tantangan berat saat pandemi. Kondisi yang tidak menentu mengakibatkan masyarakat harus hidup dengan ruang gerak yang terbatas, sehingga destinasi wisata mendadak sepi pengunjung dan para pelaku usaha wisata kehilangan mata pencaharian. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara kian menurun sejak dua tahun terakhir. Penurunan ini berdampak pada omset di berbagai industri, seperti sektor perhotelan yang mengalami penurunan tingkat okupansi hotel. Berdasarkan permasalahan diatas munculnya tren pariwisata “Ragam inovasi online travel

agent ” berbagai industri online travel agent mengeluarkan inovasi - inovasi terbaru. Salah satu contoh inovasi terbaru ada pada platform tiket.com yang menambahkan fitur tiket CLEAN agar dapat memastikan akomodasi telah berjalan sesuai dengan protokol kesehatan serta, memiliki fitur lainnya seperti smart refund dan pemilihan tes COVID-19 .

## 2. Sport Event

Semenjak pandemic COVID-19 masyarakat cenderung tidak melakukan aktivitas apapun. kebanyakan masyarakat mengurung diri dalam rumah agar terhindar dari virus COVID-19. Oleh karena itu, munculnya tren pariwisata “Sport Event” yang dimana tren ini dapat menjadi minat wisatawan baik luar maupun lokal yang memiliki minat dalam bidang olahraga. Saat ini wisata olahraga menjadi bagian dari gaya hidup sehat atau lifestyle di kalangan masyarakat. Terlebih lagi dengan adanya pandemic COVID-19 membuat aspek kesehatan menjadi hal utama yang perlu diperhatikan. Tren wisata ini memiliki potensi besar khusus dalam lingkungan masyarakat. Dengan tren wisata ini diharapkan dapat meningkatkan minat olahraga di kalangan wisatawan dan masyarakat

## D. Tren Industri MICE

Pandemic COVID -19 membuat banyak sektor industri pariwisata mengalami penurunan akibatnya. salah satu sektor industri pariwisata yang terkena dampaknya yaitu sektor MICE. Meeting, Incentive, Convention, dan Exhibition atau yang sering disingkat sebagai industri MICE merupakan aktivitas yang mengandalkan perkumpulan banyak orang. Oleh karena itu, pembatasan kegiatan selama pandemi berdampak pada banyaknya acara yang harus ditunda atau bahkan dibatalkan. Namun saat ini seluruh dunia sudah memasuki masa transisi dari pandemi COVID-19. Para pelaku industri MICE pun kembali berusaha membangkitkan lagi sektor MICE. Dengan mempersiapkan strategi menghadapi tantangan pasca pandemi dan memperkuat peran industri MICE terhadap perekonomiannya , para pelaku bisnis MICE pun yakin bisa melewati masa transisi ini. Salah satu strategi yang dimiliki MICE dalam upaya menghadapi pandemic yaitu pemanfaatan teknologi *virtual reality*. *virtual reality* merupakan teknologi yang dapat membuat interaksi dengan lingkungan 3D yang

dibuat semirip mungkin dengan dunia nyata atau bahkan imajinasimu. Penggunaan *virtual reality* banyak digunakan untuk pemasaran pada industri pariwisata. *Virtual reality* diharapkan akan meningkatkan kunjungan pada destinasi wisata. Konsumen yang memiliki kesan ketika menggunakan *virtual reality* pada suatu destinasi diharapkan meningkatkan niat wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut.

#### 1. Pengembangan MICE di Solo

Selama pandemi Covid-19 industri pariwisata Indonesia bisa dibilang lumpuh. Hal itu dibuktikan dengan jutaan pekerja di sektor pariwisata yang kehilangan pendapatan. Namun, usai kelumpuhan akibat Covid-19 industri akan memasuki era new normal tourism, dengan hadirnya kondisi new normal. nantinya wisatawan diharapkan lebih memperhatikan protokol-protokol wisata, terutama yang terkait dengan kesehatan, keamanan, dan kenyamanan. Wisata MICE merupakan sektor andalan surakarta sekitar 80 % hotel di surakarta mengandalkan MICE dalam pemasukannya. Kota surakarta menduduki peringkat 8 dalam pariwisata di indonesia. Surakarta masih memiliki kelemahan dalam MICE yang merupakan basis perkembangan sektor pariwisata saat ini. Pemerintah kota surakarta memerlukan insentif dari pelaku MICE dan pelaku lainnya seperti di kota semarang dan yogyakarta. Dalam pengembangan MICE di kota surakarta Wellnes tourism memiliki peluang besar dalam memajukan MICE. dikarenakan Wellnes tourism mengandalkan wisatawan yang aktif mencari informasi mengenai kebugaran. Wisata kebugaran juga dapat berpeluang besar untuk dikembangkan di masa depan karena orang akan peduli pada kesehatan jasmani dan rohani, terutama bagi orang-orang kota yang membutuhkan kebugaran setelah bekerja.

#### E. Tren Atraksi Wisata

Atraksi wisata menjadi salah satu komponen utama dalam industri pariwisata yang berperan dalam menarik para wisatawan untuk berkunjung. Namun, akibat adanya pandemi dan kebijakan pembatasan mobilitas, preferensi wisatawan mengalami perubahan. Tentunya, para penggiat pariwisata haruslah memahami preferensi wisatawan saat ini dan melakukan inovasi untuk menyesuaikannya.

Terdapat beberapa tren preferensi atraksi wisata serta inovasi yang dapat diterapkan untuk membangkitkan industri pariwisata Indonesia, diantaranya yaitu:

### 1. Micro Tourism

Sejak adanya pandemi Covid-19, masyarakat lebih memilih untuk melakukan perjalanan dalam jarak yang dekat dari rumahnya karena alasan keamanan. Bermula dari hal tersebut, muncul tren “Micro Tourism”, dimana masyarakat lebih memilih destinasi yang dekat atau bisa dijangkau dengan kendaraan pribadi. Sebelum adanya pandemi, wisatawan hanya terpaku pada satu destinasi populer di sebuah kota, namun kini wisatawan mulai menjelajahi destinasi-destinasi baru yang masih berada dalam satu kota atau kota lain yang berdekatan. Masyarakat nantinya akan lebih memperhatikan destinasi wisata yang ada di sekitarnya.

### 2. Staycation

Hotel saat ini tidak hanya berperan sebagai akomodasi melainkan juga sebagai sarana alternatif rekreasi. Tren ini mulai muncul ketika pandemi berlangsung dimana masyarakat dilarang melakukan perjalanan wisata sehingga muncul alternatif tempat rekreasi berupa hotel. Rekreasi yang dilakukan di hotel atau disebut dengan staycation ini dilakukan oleh para wisatawan hanya untuk bersantai dengan cara menikmati fasilitas hiburan yang disediakan oleh hotel. Daya tarik dalam jenis liburan ini adalah mereka mencari pengalaman baru dalam mengeksplorasi fasilitas yang disediakan atau hanya sekadar mencari aktivitas baru dengan menikmati kemewahan fasilitas hotel. Tentunya jenis tren ini menjadi kesempatan bagi para pelaku bisnis hotel untuk segera meningkatkan dan melengkapi fasilitas hotel mereka.

### 3. Wisata buah tangan

Turunnya jumlah wisatawan pada saat pandemi berdampak pada industri oleh-oleh dan suvenir. Untuk bertahan di tengah lesunya pariwisata, dibutuhkan inovasi agar mereka tetap dapat bertahan hingga sektor wisata pulih seperti semula. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan teknologi

yang ada. Pemerintah dan pelaku industri dapat saling bekerja sama untuk menerapkan inovasi ini. Pemerintah dapat melakukan campaign kepada masyarakat bahwa produk lokal pariwisata dapat dibeli melalui channel digital. Sedangkan para pelaku industri juga aktif melakukan promosi produknya dengan cara mengunggah konten di beberapa media sosial populer seperti instagram, tiktok dan twitter. Selain itu, dapat juga dilakukan penambahan variasi produk untuk kebutuhan sehari-hari dan menjualnya secara online melalui e-commerce, seperti yang sudah dilakukan oleh salah satu industri oleh-oleh di Malang.

Solo sering disebut sebagai salah satu kota dengan banyak potensi wisata. Sejumlah destinasi wisata ada di kota Solo, seperti wisata sejarah, wisata religi, wisata budaya, wisata belanja, wisata kuliner, dan sebagainya. Potensi pariwisata ini dapat meningkatkan kemandirian ekonomi daerah yang merupakan sektor potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Program pengembangan dan penyalurannya sumber daya dan potensi pariwisata daerah diharapkan memberikan sumbangsih bagi pembangunan ekonomi. Salah satu contoh potensi pariwisata solo adalah wisata budaya di Keraton Surakarta yang merupakan wisata budaya paling terkenal di kota surakarta. Tidak jauh dari wisata Keraton atau tepatnya di alun-alun kidul terdapat jejeran kuliner yang bebas dikunjungi oleh wisatawan. Secara tidak langsung, dengan hadirnya wisatawan dapat menambahkan pemasukan kegiatan usaha milik penduduk setempat.

Tidak hanya Keraton Surakarta, terdapat juga destinasi wisata lain yang ada di Kota Surakarta. Berikut beberapa destinasi wisata yang memiliki potensi yang sama seperti wisata keraton :

- |                           |                                    |
|---------------------------|------------------------------------|
| 1) Pura Mangkunegaraan    | 8) Pasar Klewer                    |
| 2) Benteng Wasterburg     | 9) Pasar Gede                      |
| 3) Museum Radya Pustaka   | 10) Pasar Antik Triwindu           |
| 4) Wayang Orang Sriwedari | 11) Kampung Bantik                 |
| 5) Taman Sriwedari        | 12) Batik Kauman                   |
| 6) Taman Balekambang      | 13) Kampung Situs Budaya Baluwarti |
| 7) Taman Satwa Taru Jurug |                                    |

Pengembangan Pariwisata solo selama ini masih dirasa belum optimal dan masih ada beberapa kendala. Kendala yang sering terjadi yaitu pada fasilitas pendukung dan akomodasi. Selain itu akomodasi / hotel di kota Surakarta juga belum mampu untuk menunjang tren WFD yang hanya penuh saat ada event wisata. Kendala tersebut dapat diatasi dengan meningkatkan kapasitas infrastruktur, meningkatkan kemampuan SDM, memaksimalkan perolehan pajak dan retribusi sektor pariwisata, dan melakukan upaya promosi potensi yang ada Selain itu Kota Solo dirasa masih dapat berinovasi lebih lagi untuk mengikuti tren terbaru ataupun menciptakan gagasan baru. Berikut beberapa tren pariwisata yang telah diterapkan di Kota Surakarta

- 1) Industri pariwisata yang telah bekerjasama dengan kerajinan / UMKM lokal.  
Misalnya di Kampung Batik Laweyan
- 2) Penerapan standar CHSE untuk kegiatan pariwisata oleh Dinas Pariwisata
- 3) Kota Surakarta menjadi percontohan pariwisata berbasis kesehatan / wellness tourism
- 4) Kota surakarta telah memiliki sarana dan prasarana yang siap untuk mendukung MICE
- 5) Usaha pariwisata di Surakarta seperti perhotelan, UMKM atau kerajinan, serta destinasi wisata sudah mendukung berbagai kegiatan kepariwisataan
- 6) Kota surakarta memiliki banyak agen perjalanan pariwisata yang dapat dijadikan sebagai referensi oleh para wisatawan
- 7) Kota surakarta menjadi tuan rumah event olahraga ASEAN Para Games dan juga beberapa lomba olahraga lainnya.

### III. ANALISIS KESIAPAN

#### A. STRUKTUR

##### 1. SUMBER DAYA MANUSIA

###### a) Jumlah Start-Up Pendukung Pariwisata Cerdas

Start-up merupakan sebuah perusahaan yang belum lama beroperasi atau dengan kata lain sedang berada dalam fase pengembangan. Pemerintah Kota Surakarta dapat bekerja sama dengan start-up yang ada untuk mendukung implementasi pariwisata cerdas. Setidaknya terdapat 183 start-up di Surakarta yang tersebar pada beberapa bidang dan fokus penerapan teknologi, antara lain Animasi, Fotografi, Kuliner, Aplikasi dan sebagainya.

**Tabel 1.** Jumlah Start-up Pendukung Pariwisata Cerdas

No	Jenis Start Up	Jumlah
1.	Akomodasi	2
2.	Akomodasi Perhotelan	1
3.	Aplikasi (Marketplace Kuliner)	19
4.	Aplikasi Antar Oleh-Oleh	2
5.	Aplikasi Dan Editing Fotografi	1
6.	Aplikasi Pariwisata / Traveling	1
7.	Craft (Kerajinan / Seni Kriya)	44
8.	Hiburan / Rekrasi	1
9.	Kuliner	5
10.	Pertunjukan	10

###### b) Jumlah Perguruan Tinggi Pendukung Pariwisata Cerdas

Sebagai salah satu pusat pendidikan di Provinsi Jawa Tengah, Kota Surakarta memiliki 39 Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta yang tersebar di wilayah administratif Kota Surakarta. Pemerintah dapat bekerja sama dengan akademisi terkait dalam pembangunan pariwisata cerdas. Dari beberapa perguruan tinggi yang ada, terdapat beberapa

program studi yang sejalan untuk pendukung pariwisata cerdas, diantaranya yaitu sistem informasi kota cerdas, teknik informatika, sistem informasi, pariwisata, dan kesenian.

**Tabel 2.** Perguruan Tinggi Pendukung Pariwisata Cerdas

No	Perguruan Tinggi
1.	Institut Seni Indonesia Surakarta
2.	Universitas Sebelas Maret
3.	Universitas Tunas Pembangunan
4.	Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta
5.	Akademi Pariwisata Mandala Bhakti
6.	STMIK Sinar Nusantara
7.	STMIK AUB Surakarta
8.	Universitas Duta Bangsa Surakarta

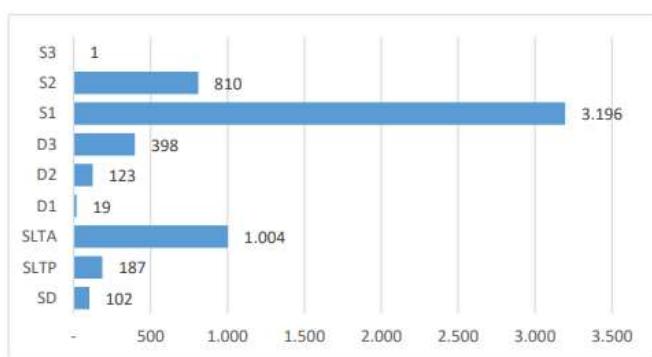
## 2. SUMBER DAYA MANUSIA TIK

### a) Jumlah ASN Berdasarkan Pendidikan

SDM Aparatur memegang peranan penting dalam pelaksanaan Smart City di daerah mengingat kelompok ini merupakan salah satu inisiator kunci dalam pelaksanaan Smart City. Aparatur pemerintah selain menjadi penentu kebijakan juga berfungsi sebagai eksekutor terhadap kebijakan yang disusun oleh Pemerintah terkait dengan pelaksanaan Smart City itu sendiri. Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas SDM aparatur adalah melalui tingkat pendidikan SDM Aparatur.

Pendidikan merupakan segala situasi hidup yang mempengaruhi pertumbuhan individu yang bersifat multi dimensi. Pendidikan atau Prestasi akademis yang dimaksud disini adalah prestasi akademis yang telah dicapai oleh seorang pegawai selama mengikuti jenjang pendidikan pada masa Sekolah Dasar sampai pendidikan terakhir dimana pegawai yang bersangkutan harus melaksanakan tugas dan pekerjaan serta

mengembangkan wewenang dan tanggung jawab. Salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur kesiapan SDM Pemerintah dalam menjalankan Smart City adalah ketersediaan SDM yang memiliki pendidikan tinggi, dalam hal ini adalah pendidikan S2 keatas. Jumlah ASN yang memiliki gelar pendidikan S2 mencapai 810 orang sedangkan S3 baru 1 orang. Jumlah tersebut mencapai 13,89% dari total PNS Kota Surakarta. Sebagian besar ASN di Kota Surakarta berpendidikan S1 (Sarjana) dengan jumlah SDM mencapai 3.196 ASN atau sebesar 54,73% dan sebagian besar lainnya berpendidikan Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) sebanyak 1.004 ASN atau sebesar 17,19%. Jumlah ASN berdasarkan pendidikan pada tahun 2019 secara rinci dapat dilihat pada grafik dibawah ini.



**Gambar 2.** Jumlah ASN Kota Surakarta berdasarkan Jenjang Pendidikan Tahun 2019

Perkembangan jumlah ASN berdasarkan pendidikan di Kota Surakarta secara rinci dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 3.** jumlah ASN Kota Surakarta Berdasarkan Jenjang Pendidikan Tahun 2016-2019

Tingkat Pendidikan	2016	2017	2018	2019
SD	196	127	119	102
SLTP	292	224	212	187
SLTA	1.635	1.224	1.098	1.004

D1	48	29	26	19
D2	698	187	163	123
D3	543	404	396	398
S1	4.682	3.543	3.393	3.196
S2	817	861	843	810
S3	1	1	1	1
<b>Total</b>	<b>8.912</b>	<b>6.600</b>	<b>6.251</b>	<b>5.840</b>

## B. INFRASTRUKTUR

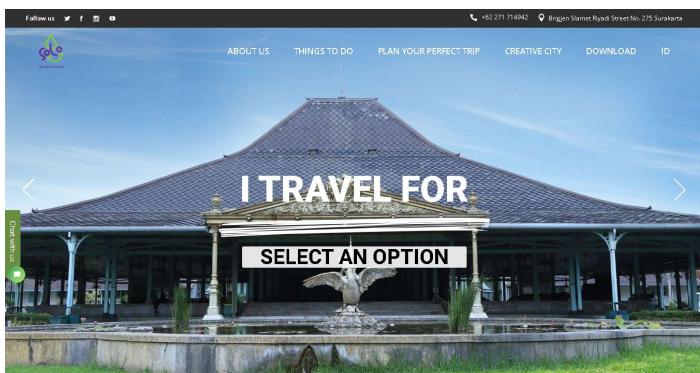
### 1. SERVER

Dalam mewujudkan Solo smart city, pemerintah kota solo meluncurkan berbagai aplikasi yang mendukung dalam pengembangan solo smart city. Sejalan dengan peluncuran dan pengembangan berbagai aplikasi pendukung smart city maka dibutuhkan server yang dapat memenuhi kebutuhan dan melayani akses server aplikasi dan data. Kebutuhan tersebut meliputi layanan server bagi tiap OPD yang memerlukan, layanan domain dan subdomain, backup database dan kebutuhan lainnya OPD Kota Surakarta. Dalam memenuhi kebutuhan tersebut Dinas Komunikasi dan Informatika, Statistik dan Persandian (Diskominfo SP) Kota Surakarta telah memiliki ruang server yang mumpuni. Saat ini memiliki 22 Server yang terpusat di data center, yang berisi aplikasi-aplikasi dari berbagai OPD, server DNS dan server email. Namun server masih berupa server fisik, sehingga masih membutuhkan tempat dan daya listrik yang cukup besar dan juga data center belum tersertifikasi ISO.

Kebutuhan Arsitektur Teknologi Informasi dan Komunikasi (TI) pada tiap instansi sebagai pemenuhan operasional aplikasi. Pemenuhan ruang lingkup arsitektur infrastruktur TI meliputi arsitektur storage dan server, arsitektur jaringan dan arsitektur keamanan. Sehingga teknologi server dan jaringan yang digunakan akan memberikan dampak pada ketersediaan dan performa dari aplikasi yang berjalan diatasnya.

## 2. APLIKASI

Sebuah aplikasi sistem informasi baik dalam bentuk website maupun mobile menjadi suatu media bagi semua kalangan masyarakat. Salah satu pengembangannya yaitu aplikasi dinas pariwisata kota surakarta pariwisatasolo.surakarta.go.id yang merupakan aplikasi website yang memberikan informasi terkait info seputar pariwisata kota surakarta. Selain itu juga terdapat aplikasi generik atau aplikasi yang digunakan OPD terkait optimasi fungsi dan perannya. Salah satu aplikasi generik yang ada di kota surakarta adalah aplikasi SIM PARIWISATA. Aplikasi ini adalah aplikasi yang digunakan untuk mengetahui potensi pariwisata surakarta. Aplikasi SIM PARIWISATA dapat diakses pada alamat web <http://solocity.travel> dan dalam kondisi aktif



Gambar 3. Aplikasi SIM PARIWISATA

## C. SUPRASTRUKTUR

Suprastruktur merupakan perangkat yang akan menjamin lancarnya pelaksanaan pengembangan smart tourism di daerah. Indikator yang mendukung pelaksanaan suprastruktur Smart Tourism meliputi ketersediaan kebijakan dan ketersediaan kelembagaan

### 1. Peraturan Perundang-Undangan

- Perda Nomor 4 Tahun 2021 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Surakarta Tahun 2021-2041.

- Peraturan Walikota Kota Surakarta No. 86 Tahun 2022 Tentang Masterplan Smart City Kota Surakarta Tahun 2021-2026
- Surat Keputusan Walikota Surakarta No. 555.05/31.2 Tahun 2022 Tentang Dewan Smart City yang terdiri dari Walikota, Kepala OPD dan akademisi
- Surat Keputusan Walikota Surakarta No. 555.05/21.3 Tahun 2022 Tentang Tim Pelaksana Smart City yang terdiri dari Kepala Diskominfo dan Pejabat Teknis Eselon 3 setiap OPD
- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Surakarta
- Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 13 Tahun 2016 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Daerah Tahun 2016-2026

## 2. Kelembagaan Pariwisata Daerah

- Dinas Pariwisata Kota Surakarta
- Kelompok Sadar Wisata Kota Surakarta

#### IV. ANALISIS GAP

Bandingkan kondisi pariwisata kota surakarta saat ini dengan visi misi tujuan pengembangan smart tourism pada masa yang akan datang, apa saja kendalanya, apa saja tantangannya. kemudian buat swot untuk merumuskan tujuan sasaran pengembangan smart tourism di kota surakarta

**Tabel 4.** Analisis GAP

Kondisi yang akan datang	Kondisi saat ini	Kesenjangan	Strategi
Kolaborasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	Terdapat kerajinan/UMKM lokal yang dapat menunjang pariwisata. Misalnya di Kampung Batik Laweyan	Kota Surakarta sudah mampu menunjang kegiatan pariwisata dan ekonomi kreatif	- Peningkatan pemberdayaan/peningkatan kualitas kerajinan tangan
Pengembangan Pariwisata Berbasis CHSE	Kota Surakarta telah menerapkan standar CHSE untuk kegiatan pariwisata yang diinisiasi oleh Dinas Pariwisata Kota Surakarta	Kota Surakarta telah mulai menerapkan standar CHSE untuk kegiatan pariwisata	- Pengembangkan fasilitas kepariwisataan yang mengarah pada aspek CHSE - Mendaftarkan usaha kepariwisataan untuk mendapatkan sertifikasi CHSE
Meningkatnya Tren Work From Destination	Kota Surakarta belum mampu menyediakan tempat akomodasi/hotel untuk menunjang tren WFD karena hotel di Kota Surakarta hanya penuh saat ada event wisata.	Kota Surakarta belum mampu menunjang tren WFD	- Pemberdayaan homestay di sekitar kawasan pariwisata - Peningkatan promosi hotel khusus untuk kegiatan WFD
Meningkatnya Tren Wellness Tourism	Kota Surakarta menjadi percontohan	Kota Surakarta memiliki kesiapan menerapkan	- Peningkatan infrastruktur pariwisata

	pariwisata berbasis kesehatan / wellness tourism	pengembangan wellness tourism	- wellness tourism Peningkatan promosi pariwisata wellness tourism
Berkembangnya Industri Travel Agent	Kota surakarta memiliki banyak agen perjalanan pariwisata yang dapat dijadikan sebagai referensi oleh para wisatawan	Jumlah travel agent yang sangat banyak menyebabkan tidak meratanya penggunaan jasa kepariwisataan	- Pemerintah menggandeng beberapa travel agent ketika terdapat event kepariwisataan - Peningkatan promosi jasa pariwisata yang sesuai dengan tren masyarakat
Berkembangnya Sport Event Sebagai Destinasi Wisata	Kota surakarta menjadi tuan rumah event olahraga ASEAN Para Games dan juga beberapa lomba olahraga lainnya.	Kota surakarta memiliki kesiapan dalam penyelenggaraan event olahraga	- Meningkatkan infrastruktur dan fasilitas keolahragaan di Surakarta
Berkembangnya Industri MICE dalam mendukung kegiatan pariwisata	Kota surakarta telah memiliki sarana dan prasarana yang siap untuk mendukung MICE	Kesanggupan industri MICE di Surakarta hanya dalam skala kecil	- Pengembangan sarana MICE untuk mendukung penyelenggaraan dalam skala besar
Berkembangnya Micro Tourism, Staycation dan Wisata Buah Tangan	Usaha pariwisata di Surakarta seperti perhotelan, UMKM atau kerajinan, serta destinasi wisata sudah mendukung berbagai kegiatan kepariwisataan	Sarana dan prasarana di Surakarta sudah mendukung berbagai tren pariwisata seperti micro tourism, staycation, dan wisata buah tangan	- Mendukung peningkatan fasilitas hotel atau penginapan untuk mendukung tren staycation pengembangan wisata buah tangan untuk mendukung ekonomi masyarakat sekitar objek wisata

		- Peningkatan fasilitas dan infrastruktur di objek-objek pariwisata
--	--	---

## V. ANALISIS VISI PEMBANGUNAN DAERAH

Visi pembangunan smart city Kota Surakarta tahun 2021 – 2025 harus sinergi dengan visi RPJMD Kota Surakarta Tahun 2021 – 206 dan RPJPD Kota Surakarta 2005 – 2025. Visi RPJMD Kota Surakarta tahun 2021 – 2026 harus didukung oleh visi pembangunan smart city Kota Surakarta pada periode 2021 – 2025. Pengembangan smart City Kota Surakarta harus memberikan kontribusi bagi tercapainya visi RPJMD Kota Surakarta Tahun 2021 -2026. Selain itu visi pembangunan smart city Kota Surakarta harus selaras dengan visi RPJMN dan RPJMD Provinsi Jawa Tengah. Salah satunya adalah memberikan kontribusi bagi terwujudnya Indonesia Maju dan memberikan kontribusi pada Jawa Tengah Sejahtera.

Visi pengembangan smart city Kota Surakarta tahun 2017 – 2020 masih relevan dengan pengembangan Smart City di kota Surakarta yaitu:

### **“Solo Smart City : Smart Culture dan Smart Urban Services”**

Untuk mewujudkan visi tersebut dicapai melalui misi:

- Smart Governance, ditandai dengan: Pengembangan dan pemanfaatan e-government, serta peningkatan partisipasi masyarakat dalam perencanaan pembangunan. Smart Governance sebagai perwujudan misi 5 RPJMD Kota Surakarta Tahun 2021–2026.
- Smart Branding, ditandai dengan: kemudahan akses terhadap destinasi wisata Kota Surakarta dan sekitarnya, kemudahan akses terhadap akomodasi penunjang pariwisata seperti rumah makan, hotel, biro perjalanan wisata, ticketing dan informasi event- event budaya Kota Surakarta. Pengembangan kewirausahaan dan UMK serta meningkatnya wajah kota dan landmark kota baik di perbatasan kota maupun di dalam kota sebagai perwujudan misi 2 RPJMD Kota Surakarta Tahun 2021–2026.

- Smart Economy, ditandai dengan: Pengembangan ekosistem industri, perdagangan, dan Pengembangan e-commerce. Smart Economy sebagai perwujudan misi 2 RPJMD Kota Surakarta Tahun 2021–2026
- Smart Society, ditandai dengan: Pendidikan dan pengembangan SDM yang melek teknologi, Dukungan penelitian, Kemudahan akses terhadap layanan kesehatan, Pengembangan karakter sosial budaya masyarakat. Smart Society sebagai perwujudan misi 4 RPJMD Kota Surakarta Tahun 2021–2026.
- Smart Living, ditandai dengan: Kemudahan akses terhadap layanan pendidikan, Pengembangan peran media, Kemudahan akses terhadap jaminan keamanan. Pengembangan jaringan IT, Pengembangan transport berbasis IT, Pengembangan sistem informasi manajemen berbasis IT. Smart Living sebagai perwujudan misi 3 RPJMD Kota Surakarta Tahun 2021–2026.
- Smart Environment, ditandai dengan: Pengelolaan lingkungan berbasis IT, Pengelolaan SDA berbasis IT, dan Pengembangan sumber energi terbarukan. Smart Environment sebagai perwujudan misi 3 RPJMD Kota Surakarta Tahun 2021–2026

Berdasarkan visi pada masterplan Smart City Kota Surakarta yakni Smart Culture dan Smart Urban Service, pengembangan smart city Kota Surakarta lebih diarahkan pada pengembangan kota cerdas berbasis kebudayaan (culture) dan pelayanan perkotaan. Pengembangan pariwisata sesuai dengan visi masterplan tersebut yakni pada Smart Culture. Kota Surakarta merupakan kota yang memiliki potensi pariwisata yang dapat dikembangkan melalui konsep smart city. Berdasarkan kondisi yang dijelaskan pada bagian sebelumnya visi pengembangan smart tourism Kota Surakarta adalah :

**“Solo Smart Tourism: Pariwisata Cerdas Berkelanjutan Berbasis Kebudayaan dan Ketahanan”**

Berdasarkan visi pariwisata cerdas kota surakarta tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut.

**Pariwisata Cerdas Berkelanjutan**, berarti pengembangan pariwisata berbasis teknologi yang dapat membantu kegiatan pariwisata di lingkup pengembangan atraksi maupun promosi. Selain itu, pengembangan pariwisata ini juga dikembangkan berdasarkan prinsip pembangunan berkelanjutan

**Kebudayaan**, berarti pengembangan pariwisata cerdas di Kota Surakarta berdasarkan pariwisata kebudayaan yang menjadi potensi di Kota Surakarta. Pengembangan pariwisata berbasis kebudayaan akan menjadi daya tarik utama pariwisata Kota Surakarta

**Ketahanan**, berarti pengembangan pariwisata cerdas di Kota Surakarta menerapkan konsep resiliensi. Pada masa pandemi covid yang melanda seluruh dunia, ketahanan kota (resiliensi city) merupakan faktor penting kota dalam menanggapi perubahan kondisi.

Misi pengembangan smart tourism Kota Surakarta adalah sebagai berikut :

**Misi 1 Mewujudkan pariwisata cerdas di Kota Surakarta yang berkelanjutan berbasis kebudayaan dan ketahanan**

Sebagai salah satu kota cerdas di Indonesia, Kota Surakarta juga sudah menerapkan konsep Smart Tourism (Pariwisata Cerdas). Dalam penerapan konsep kota cerdas, Pemerintah Kota Surakarta telah bekerjasama dengan Indosat Bersama PT. StarOne Mitra Telekomunikasi(SMT) melalui kolaborasi yang mendukung E-government, E-tax, E-transportation, Smart tourism, Workforce Management dan Smart Street Lighting Pelaksanaan konsep Smart Tourism tersebut terwujud dengan pengimplementasian salah satu elemen yaitu IEC seperti aplikasi mobile Solo Destination yang telah diluncurkan oleh pemerintah Kota Surakarta melalui Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika (Dishubkominfo).

Meskipun konsep pariwisata cerdas ini telah diterapkan di Kota Surakarta namun dalam penerapannya masih belum sempurna, terutama jika ditinjau dari fasilitas dan sistem pelayanannya. Hal ini terlihat pada minimnya ketersediaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam menunjang kegiatan pariwisata. Oleh karena itu misi pertama ini ingin mewujudkan pariwisata cerdas yang berkelanjutan merupakan pengembangan konsep pariwisata yang dapat memberikan dampak jangka panjang. Baik itu terhadap lingkungan, sosial, budaya, serta ekonomi untuk masa kini dan masa depan bagi seluruh masyarakat lokal maupun wisatawan yang berkunjung. dengan adanya misi ini dapat menjamin keseimbangan lingkungan pada objek wisata serta kelestarian lingkungan alam dan budaya setempat serta dapat meningkatkan rasa cinta atau peduli masyarakat terhadap lingkungan dan Meningkatkan devisa negara dari

jumlah kunjungan wisatawan asing. Pemerintah dapat merangsang pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kapasitas masyarakat untuk mengelola usaha pariwisata dan meningkatkan pendapatan melalui pengenalan kegiatan kreatif dan produktif di sektor pariwisata.

#### **Misi 2 Mengembangkan tata ruang dan infrastruktur kota yang mendukung pariwisata berkelanjutan**

Kota Surakarta identik dengan budaya dan sejarah jawa yang kuat sehingga banyak wisatawan memilih Surakarta menjadi salah satu destinasi dalam berwisata. Sebagai kota pariwisata, misi 3 ini mengarahkan pemerintah untuk mengatasi tantangan kota dalam mewujudkan pariwisata berkelanjutan. Permasalahan kecukupan infrastruktur berstandar kualitas baik, inklusif, ramah lingkungan harus dikelola dalam rangka memajukan pariwisata berkelanjutan di Kota Surakarta. Adanya misi ini dapat mengarahkan pengembangan tata ruang yang mengarah pada pariwisata cerdas untuk memantapkan kegiatan pariwisata di Kota Surakarta. Pemerintah dan masyarakat dapat melakukan pembangunan infrastruktur kota yang modern, ramah dan tangguh dalam mendukung pariwisata dan pemajuan budaya serta meningkatkan kualitas lingkungan hidup kota yang aman dan tangguh.

#### **Misi 3 Meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui pariwisata cerdas**

Misi 3 mengarahkan untuk menjawab segala tantangan yang ada di bidang ekonomi, terutama dalam mendukung warga untuk bangkit pasca pandemi Covid-19. Bagi pemerintah Surakarta diharapkan lebih inovatif dan kolaboratif dalam memulihkan perekonomian kota. Kondisi pertumbuhan ekonomi sangat dipengaruhi oleh lapangan usaha potensial yang berfungsi sebagai penopang ekonomi dan kesejahteraan penduduknya. Salah satu lapangan usaha potensial yang ada di Kota Surakarta adalah lapangan usaha di bidang pariwisata. Misi 3 ini akan mengoptimalkan daya saing pariwisata untuk memperkuat daya perekonomian sehingga keseimbangan ekonomi kota dapat terjaga.

Tujuan dari penyusunan dokumen Solo Smart Tourism ini antara lain:

1. Menjadi dasar dalam penyusunan perencanaan pengembangan pariwisata cerdas di kota Surakarta
2. Memberikan gambaran mengenai kondisi smart tourism di kota surakarta

3. Merumuskan strategi, program, kegiatan sebagai rencana pembangunan smart tourism di kota surakarta

Sasaran yang ingin dicapai dalam pengembangan smart tourism ini yaitu :

1. Terbangunnya infrastruktur destinasi wisata di Kota Surakarta untuk mendukung kenyamanan wisatawan
2. Terlaksananya kegiatan promosi dan pemasaran pariwisata dengan memanfaatkan teknologi informasi
3. Terwujudnya kelompok sadar wisata yang paham akan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi
4. Meningkatnya kinerja UMKM lokal melalui platform digital marketing
5. Berkembangnya sistem branding pariwisata yang berkelanjutan

**Peta Jalan Pengembangan Smart Tourism Kota Surakarta**

**1. Program Pengembangan Daya Tarik Wisata Kota Surakarta**

**Tabel 5. Program Pengembangan Daya Tarik Wisata Kota Surakarta**

No.	Strategi	Kegiatan	OPD	Tahun				
				I	II	III	IV	V
1.	Pengembangan objek wisata Kota Surakarta	Pengembangan pariwisata berbasis kegiatan budaya (cultural events)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Kebudayaan</li> <li>• Dinas Pariwisata</li> </ul>					
		Pengembangan pariwisata berbasis peninggalan sejarah (heritage tourism)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Kebudayaan</li> <li>• Dinas Pariwisata</li> </ul>					
		Pembentahan landscape di semua destinasi pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Pariwisata</li> <li>• Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang</li> </ul>					
		Rehabilitasi dan pembangunan fasilitas umum dan fasilitas pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Pariwisata</li> <li>• Dinas</li> </ul>					

No.	Strategi	Kegiatan	OPD	Tahun				
				I	II	III	IV	V
			Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang					
	Melakukan standarisasi fasilitas umum dan fasilitas pariwisata		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Pariwisata</li> <li>• Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang</li> </ul>					
	Pembangunan gerbang obyek wisata untuk menandakan bahwa wisatawan sudah masuk dalam kawasan wisata		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Pariwisata</li> <li>• Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang</li> </ul>					
	Pengembangan wisata buah tangan di objek wisata Surakarta		Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah					

No.	Strategi	Kegiatan	OPD	Tahun				
				I	II	III	IV	V
		Pengembangan wisata MICE untuk mendukung penyelenggaraan dalam skala besar	Dinas Pariwisata					
		Pengembangan objek wisata Virtual Reality (VR) untuk objek wisata museum	• Dinas Pariwisata • Dinas Komunikasi dan Informatika					
		Pengembangan dan pembinaan kelompok kesenian rakyat tradisional (seni pertunjukan) di seluruh destinasi pariwisata daerah	Dinas Kebudayaan					
2.	Peningkatan sarana dan prasarana pariwisata	Revitalisasi terminal sebagai hubungan yang menghubungkan antar obyek-obyek wisata	Dinas Perhubungan					
		Pengadaan sarana transportasi berupa bus kecil untuk menuju ke obyek-obyek wisata	Dinas Perhubungan					
		Pembangunan/peningkatan jalur transportasi perintis	Dinas Perhubungan					
		Pengembangan fasilitas penunjuk jalan (signage) menuju objek dan daya tarik wisata di semua destinasi pariwisata daerah	Dinas Perhubungan					

No.	Strategi	Kegiatan	OPD	Tahun				
				I	II	III	IV	V
	Pembangunan dan peningkatan kualitas jalan (akses) menuju semua destinasi pariwisata daerah	Dinas Perhubungan						
	Pembangunan dan peningkatan kualitas fisik Tourist Information Center (TIC) di destinasi pariwisata daerah	Dinas Pariwisata						
	Pengembangan sarana prasarana pendukung/infrastruktur bagi kemudahan terhadap produk dan usaha ekonomi yang dikembangkan masyarakat lokal	Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang						
	Pengembangan public place yang sekaligus berfungsi sebagai tempat atraksi seni dari grup-grup kesenian daerah	• Dinas Pariwisata • Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang						
	Pembangunan tempat bersantai di daya tarik wisata di semua destinasi pariwisata	Dinas Pariwisata						
	Pengembangan kualitas layanan homestay di semua destinasi pariwisata daerah	Dinas Pariwisata						
	Perlunya fasilitas umum dan fasilitas pariwisata yang aksesibel bagi semua (difabel)	• Dinas Pariwisata						

No.	Strategi	Kegiatan	OPD	Tahun				
				I	II	III	IV	V
		Pembangunan jalan setapak pada obyek wisata untuk mengarahkan rute sightseeing dari wisatawan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang</li> </ul>					
		Pengembangan restoran/tempat makan untuk menjual makanan (culinary tourism)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Pariwisata</li> <li>• Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang</li> </ul>					
		Pemenuhan Kebutuhan Air Bersih di kawasan wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Pariwisata</li> <li>• Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah</li> </ul>					
			Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang					

No.	Strategi	Kegiatan	OPD	Tahun				
				I	II	III	IV	V
	Pengembangkan fasilitas kepariwisataan yang mengarah pada aspek CHSE	Dinas Pariwisata						
	Mendaftarkan usaha kepariwisataan untuk mendapatkan sertifikasi CHSE	Dinas Pariwisata						
	Meningkatkan infrastruktur dan fasilitas keolahragaan di Surakarta	Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan						
	Pengembangan sarana MICE untuk mendukung penyelenggaraan dalam skala besar	Dinas Pariwisata						
	Mendukung peningkatan fasilitas hotel atau penginapan untuk mendukung tren staycation	Dinas Pariwisata						
	Peningkatan infrastruktur pariwisata wellness tourism	Dinas Pariwisata						
3.	Pelaksanaan koordinasi pembangunan objek wisata	<p>Pembuatan aturan bahwa untuk pengembangan fasilitas umum dan pariwisata harus menggunakan kekayaan dan mempertimbangkan nilai-nilai lokal</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Pariwisata</li> <li>• Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang</li> </ul> <p>Pemanfaatan material lokal dalam rehabilitasi dan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas</li> </ul>						

No.	Strategi	Kegiatan	OPD	Tahun				
				I	II	III	IV	V
		pembangunan fasilitas umum dan fasilitas pariwisata	• Pariwisata Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang					
		Pendampingan teknis pembangunan dan penataan kios-kios cinderamata di semua destinasi pariwisata daerah secara bertahap	• Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah • Dinas Perdagangan					
		Penyusunan multiplier effect pengembangan pariwisata	Dinas Pariwisata					
4.	Pemanfaatan dan evaluasi pelaksanaan program pengembangan	Pengecekan sarana transportasi yang telah beroperasi menuju obyek wisata	Dinas Perhubungan					
		Pengaturan rute sarana moda transportasi	Dinas Perhubungan					
		Pengecekan jumlah kondisi terminal penghubung obyek wisata	Dinas Perhubungan					
		Pengaturan jadwal sarana moda transportasi	Dinas					

No.	Strategi	Kegiatan	OPD	Tahun				
				I	II	III	IV	V
		Pengontrolan kualitas moda transportasi wisata	Perhubungan Dinas Perhubungan					
		Pengecekan sarana prasarana pendukung/infrastruktur pendukung ekonomi kreatif masyarakat di sekitar kawasan wisata	• Dinas Pariwisata • Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang					
5.	Pengembangan daerah tujuan wisata	Pengembangan produk dan layanan usaha ekonomi yang dikembangkan masyarakat lokal di sekitar destinasi pariwisata	• Dinas Pariwisata • Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah • Dinas Ketenagakerjaan					
		Peningkatan kapasitas pengelolaan usaha wisata yang dikembangkan masyarakat lokal sekitar destinasi	• Dinas Koperasi,					

No.	Strategi	Kegiatan	OPD	Tahun				
				I	II	III	IV	V
	pariwisata daerah	Usaha Kecil dan Menengah • Dinas Ketenagakerjaan	Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah					
	Penyajian insentif dan kemudahan bagi pengembangan usaha ekonomi yang dikembangkan masyarakat lokal terkait dengan pariwisata daerah	Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah	Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah					
	Pengembangan koperasi pariwisata di sekitar destinasi pariwisata daerah	Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah	Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah					
	Pengembangan produk buah tangan dari pusat oleh-oleh di Kota Surakarta	Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah	Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah					
	Pemberdayaan homestay di sekitar kawasan pariwisata	Dinas Pariwisata	Dinas Pariwisata					
	Peningkatan pemberdayaan/peningkatan kerajinan tangan	kualitas	Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah					

No.	Strategi	Kegiatan	OPD	Tahun				
				I	II	III	IV	V
6.	Pelatihan dan sosialisasi program pariwisata	<p>Perlunya pembinaan dan penataan kawasan wisata dan komunitas masyarakat yang mencerminkan prinsip-prinsip sadar wisata/sapta pesona</p> <p>Penyuluhan sadar wisata untuk masyarakat penyedia jasa transportasi lokal (becak, taksi, dan lain-lain)</p> <p>Peningkatan pemahaman gender dalam pembangunan kepariwisataan</p> <p>Peningkatan peran akses lebih besar bagi perempuan dalam pengembangan usaha kepariwisataan</p> <p>Pengembangan dan pembinaan kompetensi kewirausahaan masyarakat di sektor-sektor usaha pariwisata</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Pariwisata</li> <li>• Dinas Kebudayaan</li> </ul> <p>Dinas Pariwisata</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Pariwisata</li> <li>• Dinas Pemberdayaan Masyarakat</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Pariwisata</li> <li>• Dinas Pemberdayaan Masyarakat</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Pariwisata</li> <li>• Dinas Pemberdayaan Masyarakat</li> </ul>					

No.	Strategi	Kegiatan	OPD	Tahun				
				I	II	III	IV	V
	Perlunya sosialisasi sadar wisata pada masyarakat luas	Dinas Pariwisata						
	Pembuatan media campaign tentang sadar wisata yang terjadwal dan terencana dengan baik	Dinas Pariwisata						
	Pembinaan sadar wisata untuk masyarakat penyedia jasa boga	Dinas Pariwisata						
	Pembinaan dan pelatihan pengelola showroom, rumah produk, dan pengelola usaha kecil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Pariwisata</li> <li>• Dinas Ketenagakerjaan</li> </ul>						
	Pelatihan staf untuk membuat program pemasaran lewat website / internet	Dinas Pariwisata						
	Pendampingan dan pembinaan pengrajin di sentra-sentra kerajinan untuk mendukung pengembangan wisata kerajinan (craft tourism)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah</li> <li>• Dinas Pariwisata</li> </ul>						
	Peningkatan profesionalisme para pemandu wisata melalui peningkatan pengetahuan dan keterampilan	Dinas Pariwisata						

No.	Strategi	Kegiatan	OPD	Tahun				
				I	II	III	IV	V
	terkait	Pelatihan kewirausahaan pada sektor unit usaha mikro, kecil dan menengah terkait dengan jasa pariwisata daerah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah</li> <li>• Dinas Pariwisata</li> </ul>					
7.	Pemeliharaan dan pemberdayaan ekosistem pariwisata	Proteksi terhadap eksistensi dan kelangsungan usaha mikro, kecil dan menengah di sekitar destinasi pariwisata daerah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah</li> <li>• Dinas Pariwisata</li> </ul>					
		Perlunya pemberdayaan potensi dan kapasitas masyarakat dalam pembangunan destinasi kepariwisataan	Dinas Pariwisata					
		Revitalisasi kelompok sadar wisata dan lembaga pengembangan	Dinas Pariwisata					
		pemasaran dalam mendukung pariwisata daerah	Dinas Pariwisata					

No.	Strategi	Kegiatan	OPD	Tahun				
				I	II	III	IV	V
	Pembuatan standarisasi fasilitas umum dan fasilitas pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Pariwisata</li> <li>• Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang</li> </ul>						
	Peningkatan kapasitas organisasi masyarakat lokal/adat dalam pengembangan destinasi pariwisata daerah	Dinas Pariwisata						
	Optimalisasi pelaksanaan investasi sektor publik pendukung pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Pariwisata</li> <li>• BAPPEDA</li> </ul>						
	Peningkatan unit kerja yang berfungsi menggerakkan bidang investasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Pariwisata</li> <li>• Dinas Penanaman Modal</li> </ul>						
	Benchmarking SDM pariwisata di lingkungan Perangkat Daerah bidang Pariwisata dalam rangka peningkatan standar kompetensi SDM pariwisata	Dinas Pariwisata						

## 2. Program Pengembangan Promosi Daya Tarik Wisata Kota Surakarta

Tabel 6. Program Pengembangan Promosi Daya Tarik Wisata Kota Surakarta

No.	Strategi	Kegiatan	OPD	Tahun				
				I	II	III	IV	V
1.	Pengenalan objek objek wisata kota surakarta	Pemanfaatan sarana media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan lain-lain, untuk memasarkan pariwisata Kota Surakarta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Pariwisata</li> <li>• Dinas Komunikasi dan Informatika</li> </ul>					
		Penguatan promosi pariwisata Kota Surakarta dengan membuat website sebagai platform sumber informasi wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Pariwisata</li> <li>• Dinas Komunikasi dan Informatika</li> </ul>					
		Perlunya dibuatnya brand image destinasi pariwisata Kota Surakarta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Pariwisata</li> <li>• Badan Promosi Pariwisata Daerah</li> </ul>					
		Pembuatan booklet tiap wisata Surakarta	Dinas Pariwisata					
		Promosi objek wisata kota surakarta dengan	Badan Promosi					

No.	Strategi	Kegiatan	OPD	Tahun				
				I	II	III	IV	V
		Pengenalan objek objek wisata kota surakarta melalui konten video	Pariwisata Daerah	• Badan Promosi Pariwisata Daerah • Dinas Pariwisata				
2.	Peningkatan promosi objek wisata kota surakarta	Pembuatan program promosi yang memprioritaskan pengembangan produk mendasarkan pada pertumbuhan daya tarik/minat pasar (market attractiveness) dan kekuatan kompetisi (competitive strengths) untuk menarik pasar	• Badan Promosi Pariwisata Daerah • Dinas Pariwisata	• Badan Promosi Pariwisata Daerah • Dinas Pariwisata	Memperluas cakupan promosi ke tataran nasional dan internasional	Dinas Pariwisata		
		Pembaharuan materi promosi pariwisata di tourism	• Badan					

No.	Strategi	Kegiatan	OPD	Tahun				
				I	II	III	IV	V
	website	Promosi Pariwisata Daerah • Dinas Pariwisata	Dinas Pariwisata					
	Perencanaan strategi promosi yang mempertimbangkan jalur jalur distribusi pemasaran	Dinas Pariwisata						
	Peningkatan promosi hotel khusus untuk kegiatan WFD	Badan Promosi Pariwisata Daerah						
	Peningkatan promosi jasa pariwisata yang sesuai dengan tren pariwisata	• Badan Promosi Pariwisata Daerah • Dinas Pariwisata						
	Peningkatan promosi pariwisata wellness tourism	• Badan Promosi Pariwisata Daerah • Dinas Pariwisata						
	Pembentukan forum promosi lintas destinasi pariwisata daerah	Dinas Pariwisata						

No.	Strategi	Kegiatan	OPD	Tahun				
				I	II	III	IV	V
		Penerapan Search engine optimization (SEO) pada website pariwisata sebagai salah satu strategi internet marketing.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Pariwisata</li> <li>• Dinas Komunikasi dan Informatika</li> </ul>					
3.	Pengadaan event besar di sekitar objek wisata	<p>Penyelenggaraan Gelar Seni Budaya Tingkat Nasional</p> <p>Penyelenggaraan event pariwisata yang berskala nasional maupun internasional seperti parade seni, upacara adat, dan festival seni pertunjukan tradisional</p> <p>Pemerintah menggrandeng beberapa travel agent saat event kepariwisataan</p>	Dinas Kebudayaan Dinas Pariwisata Dinas Pariwisata					

### 3. Program Pengembangan Sistem Informasi Kepariwisataan Kota Surakarta

Tabel 7. Program Pengembangan Sistem Informasi Kepariwisataan Kota Surakarta

No.	Strategi	Kegiatan	OPD	Tahun				
				I	II	III	IV	V
1.	Pengembangan SI kepariwisataan terintegrasi	Pengadaan Data Center Pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Pariwisata</li> <li>• Dinas Komunikasi dan Informatika</li> </ul>					
		Pengadaan CCTV di kawasan pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Pariwisata</li> <li>• Dinas Komunikasi dan Informatika</li> </ul>					
		Pengembangan Sistem Informasi Kuliner	Dinas Komunikasi dan Informatika					
		Pengembangan Sistem Informasi Tour Guide	Dinas Komunikasi dan Informatika					

No.	Strategi	Kegiatan	OPD	Tahun				
				I	II	III	IV	V
	Pengembangan Pusat Informasi digital di kawasan pariwisata Kota Surakarta	Dinas Pariwisata						
	Pengembangan jaringan kerjasama secara online antar kawasan pariwisata	Dinas Pariwisata						
	Pengembangan Sistem Informasi Manajemen (SIM) di kawasan pariwisata di Kota Surakarta	Dinas Pariwisata						
	Pengembangan website kinerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta yang berkualitas	Dinas Pariwisata						
	Pengembangan sistem pelaporan kinerja kepariwisataan dan ekonomi kreatif	Dinas Pariwisata						
	Maintenance Sistem Infomasi Pariwisata Kota Surakarta	Dinas Komunikasi dan Informatika						
2.	Pengembangan basis data dan informasi produk wisata di destinasi destinasi pariwisata yang updated, terintegrasi, dan antisipatif terhadap akses pasar yang semakin kritis/smart untuk pengaturan perjalanan	Dinas Pariwisata						
	Pembenahan data produk yang mendukung strategi pencitraan / branding	Dinas Pariwisata						
	Penyusunan database seluruh asosiasi pariwisata di	Dinas Pariwisata						

No.	Strategi	Kegiatan	OPD	Tahun				
				I	II	III	IV	V
	Kota Surakarta	Perlunya staf khusus yang bertanggung jawab terhadap update dan reply atas permintaan informasi dari wisatawan lewat website	Dinas Pariwisata					
3.	Pengoptimalan penggunaan SI kepariwisataan	Meningkatkan penggunaan teknologi informasi untuk usaha usaha pariwisata di kawasan pariwisata.  Meningkatkan pemasaran dan promosi pariwisata melalui program pengembangan sistem informasi layanan pariwisata Kota Surakarta.	Dinas Pariwisata  Badan Promosi Pariwisata Daerah					
		Meningkatkan pengawasan dan pengendalian serta kepentingan investasi melalui program pengembangan sistem informasi eksekutif pariwisata Kota Surakarta.	• Dinas Pariwisata • Dinas Penanaman Modal					
		Meningkatkan penyebaran dan pelayanan informasi kepada wisatawan melalui pengembangan program sistem informasi layanan pariwisata di TIC (Tourist Information Center)	• Badan Promosi Pariwisata Daerah • Dinas Pariwisata					