

## Upaya Peningkatan Daya Tarik Wisata di Kabupaten Sumenep melalui *Smart City System*

Nur Inna Alfiyah  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas Wiraraja Sumenep  
[fifi.alfiyah@yahoo.com](mailto:fifi.alfiyah@yahoo.com)

### Abstract

*This research aims to explain the efforts by local government to increase tourist attraction in Sumenep Regency, through the realization of smart city as a government innovation in providing tourist information to public. This research use descriptive explanatory method by looking at the obstacles in tourism development in Sumenep, which were then followed by decision-making actions carried out by the local government, so the smart city masterplan was born as a government program. The masterplan program then gave birth to innovations in the use of technology to make it easier for tourists to find out tourism information in Sumenep Regency.*

*Keyword : Tourism, Decision making, Smart city*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan upaya peningkatan daya tarik wisata di Kabupaten Sumenep melalui realisasi *smart city* sebagai inovasi pemerintah dalam memberikan informasi wisata kepada masyarakat. Metode dalam penelitian ini menggunakan deskriptif eksplanatif dengan melihat terlebih dahulu kendala-kendala dalam pengembangan wisata di Sumenep yang kemudian disusul dengan tindakan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pemerintah daerah, sehingga kemudian lahirlah *masterplan smart city* sebagai program pemerintah. Program *masterplan* ini kemudian melahirkan inovasi-inovasi penggunaan teknologi guna memudahkan wisatawan untuk mengetahui informasi wisata yang ada di Kabupaten Sumenep.

Kata Kunci: Pariwisata, Pengambilan keputusan, *Smart city*

## Pendahuluan

Globalisasi merupakan sebuah fenomena yang mampu mengubah struktur lapisan masyarakat dalam hal sosial, ekonomi dan politik. Kemudahan yang ditawarkan globalisasi menjadikan tiap negara dan masyarakat berlomba-lomba mengambil keuntungan dari globalisasi tersebut. Hal yang menjadi momentum terbesar dari kemudahan globalisasi adalah tingkat mobilitas komunikasi dan transportasi. Mudahnya komunikasi dan transportasi menjadi kekuatan utama negara dan masyarakat untuk mengambil keuntungan, salah satunya adalah dengan pemanfaatan pariwisata melalui promosi-promosi yang bertujuan untuk menarik wisatawan lokal maupun mancanegara.

Sebagai negara yang memiliki banyak tempat wisata, Indonesia mengandalkan sektor wisata untuk menambah pendapatan negara. Indonesia sangat menyadari pentingnya sektor pariwisata untuk menggenjot gerak perekonomian nasional, dan terutama ekonomi di wilayah destinasi pariwisata. Untuk itu, sejumlah langkah strategis tengah dilakukan pemerintah untuk memajukan pariwisata, baik perbaikan infrastruktur maupun akses dan sumber daya manusia di bidang pariwisata. Bersamaan dengan itu tiap tahun pemerintah menargetkan kedatangan wisatawan baik lokal maupun mancanegara, dimana untuk tahun 2020 pemerintah menargetkan kedatangan wisatawan mancanegara dinaikkan menjadi 20 juta pada 2020. Euforia gencarnya promosi wisata yang dilakukan oleh pemerintah pusat menjalar ke berbagai daerah di wilayah Indonesia. Setiap provinsi dan kabupaten di Indonesia berlomba-lomba untuk menarik perhatian wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Sektor pariwisata sepertinya telah membuat magnet yang kuat sebagai sumber alternatif untuk meningkatkan PAD (Pendapatan Asli Daerah) bagi pemerintah daerah. Sehingga kemudian membuat pemerintah daerah gencar melakukan promosi wisata dan perbaikan infrastruktur di sekitar tempat-tempat wisata.

Sumenep merupakan salah satu kabupaten yang terletak di daerah ujung paling timur Pulau Madura yang memiliki keanekaragaman budaya sebagai aset kekayaan daerah yang potensial dan harus dikembangkan seoptimal mungkin. Kabupaten Sumenep memiliki berbagai tempat maupun objek wisata budaya dan sejarah yang menarik untuk dikunjungi. Dengan adanya potensi – potensi sumber daya kepariwisataan yang ada dan peninggalan sejarah serta kekayaan budaya merupakan potensi yang kuat untuk pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Sumenep. Untuk mencapai daya guna dan hasil guna,

pengembangan pariwisata di Kabupaten Sumenep perlu mempertimbangkan kesesuaian antara rencana pengembangan obyek wisata dengan kemampuan daerah untuk melaksanakannya. Sehingga disini perlu perencanaan yang matang dan baik oleh pemerintah daerah untuk mensukseskan program promosi wisata yang ada. Dalam pengembangan pariwisata tidak hanya pemerintah saja yang berkontribusi melainkan berbagai pihak dari sektor lapisan pemerintah hingga masyarakat. Perencanaan pengembangan pariwisata dalam tahapannya pertama-tama perlu adanya infrastruktur yang mendukung guna melancarkan mobilitas wisatawan dan ekonomi masyarakat. Akan tetapi pembangunan infrastruktur yang digencarkan pemerintah tidak terimbangi dengan kualitas sumber daya manusia di Sumenep terutama di daerah-daerah potensi wisata. Hal ini banyak disebabkan karena banyak tempat wisata yang ada berada di daerah jauh dari pusat kota dengan kondisi masyarakat yang *mindset*nya masih belum mengerti akan manfaat dari pengembangan wisata. Sehingga ini menjadi tugas pemerintah untuk lebih sering hadir dalam upaya mengubah *mindset* tersebut.

Untuk mengimbangi masih kurangnya kualitas SDM yang ada, maka pemerintah harus memiliki alternatif lain untuk mengimbangi proses sosialisai terhadap masyarakat. Salah satu alternatif untuk menunjang pengembangan pariwisata yang ada adalah dengan menciptakan program berbasis teknologi untuk mendukung kelancaran informasi wisatawan. Program berbasis teknologi tersebut bisa dimplementasikan lewat *smart city* yang mulai banyak diterapkan di berbagai daerah. Hal inilah yang kemudian melatarbelakangi penelitian ini dilakukan terkait bagaimana upaya pemerintah dalam meningkatkan daya tarik wisata di sumenep melalui program *smart city*.

### **Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif-eksplanatif. Penelitian deskriptif dikutip oleh Mohammad Nazir, mengatakan bahwa penelitian deskriptif yaitu mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara hubungan, kegiatan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena. Sementara eksplanatif, menjawab tentang mengapa sebuah situasi atau kondisi itu terjadi, dimana fokus dalam penelitian ini adalah terkait kebijakan yang diambil oleh pemerintah daerah dalam upaya peningkatan daya tarik wisata di Sumenep. Penelitian ini juga bersifat literel dengan menggunakan tinjauan pustaka dan bahan-bahan tertulis baik dari media cetak dan *online* untuk mendukung keabsahan data penelitian.

## Pembahasan

### Konseptualisasi

Secara etimologis, terdapat perbedaan istilah konsep pariwisata yang digunakan dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Dalam Bahasa Indonesia, dikenal sejumlah istilah yaitu "pariwisata" dan "kepariwisataan". Sementara itu, dalam bahasa Inggris hanya dikenal istilah *tourism*. Sebagaimana diketahui, di dalam Pasal 1 angka 1, 3 dan 4 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata (UU Pariwisata) dijelaskan definisi masing-masing istilah dimaksud sebagai berikut:

*"Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara";*

*"Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah";*

*"Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multimendasi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat sempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha."*

Sedangkan menurut Richard R. Goeldner dan J.R, Brent Ritchie, *tourism* merujuk pada orang yang melakukan perjalanan ke suatu tempat dengan lebih detail mendefinisikan sebagai: *"...the processes, activities, and outcomes arising from the relationship and the interactions among tourists, tourism suppliers, host government, host communities, and surrounding environment that are involved in the attracting and hosting of visitors"*. Dengan demikian, *tourism* diartikan sebagai proses, aktivitas dan segala hasil yang muncul dari hubungan antar pemangku kepentingan di bidang tersebut termasuk wisatawan itu sendiri (Basuki, 2016:16-17).

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pariwisata akan berjalan dengan sukses apabila pemangku-pemangku kepentingan seperti masyarakat, swasta dan pemerintah saling bekerjasama antara satu dan lainnya. Masyarakat yang merupakan pilar penting dalam menunjang program pariwisata memiliki peranan yang sangat efektif dalam upaya kesuksesan pariwisata. Dimana yang termasuk ke dalam kelompok masyarakat ini adalah tokoh-tokoh masyarakat, intelektual, LSM dan media massa. Kelompok swasta merupakan

asosiasi para pengusaha pemilik modal yang menginvestasikan dananya untuk pengembangan wisata. Sedangkan kelompok pemerintah adalah kelompok administratif mulai dari pemerintah pusat, provinsi, kabupaten yang memiliki kewenangan dalam upaya-upaya pembuatan kebijakan. Sehingga penyelenggaraan sistem pariwisata dapat berjalan dengan sempurna bila komponen-komponen tersebut melebur menjadi satu dan saling mendukung satu dengan lainnya, seperti kewajiban pemerintah adalah bersama-sama merencanakan, pembangunan, pengorganisasian, pemeliharaan, dan pengawasan dengan pemerintah daerah lainnya dalam segala sektor yang mendukung kegiatan pariwisata.

Dalam upaya pengembangan pariwisata yang menjadi motor penggerak utama adalah pemerintah sebagai *decision making* di setiap rencana-rencana pembangunan. Secara definisi *decision making* atau pengambilan keputusan adalah proses membuat pilihan dengan mengidentifikasi keputusan, mengumpulkan informasi dan menilai resolusi alternatif ([www.umassd.edu](http://www.umassd.edu)). Dalam konteks pemerintahan, pengambilan keputusan merupakan aspek penting dari tanggung jawab pemerintah. Ini adalah proses dimana pemerintah memilih tindakan-tindakan yang paling logis dan sesuai dengan situasi tertentu. Pengambilan keputusan di pemerintahan biasanya melibatkan partisipasi Presiden, Perdana Menteri dan kabinet menteri. DPR juga memiliki peran dalam proses pengambilan keputusan. Sedangkan dalam pemerintahan daerah yang menjadi aktor dalam pengambilan keputusan adalah Bupati, DPRD dan jajaran pemerintah lainnya. Pada pengambilan keputusan terdapat beberapa langkah yang harus di ambil guna mendapatkan keputusan yang baik dan bermanfaat, salah satunya adalah rasional dimana pengambilan keputusan harus bersifat objektif, logis, transparan dan konsisten. Selain itu pengambilan keputusan juga harus sesuai dengan fakta, dimana pengambilan keputusan yang didasarkan pada kenyataan objektif akan menghasilkan keputusan yang diambil dapat lebih sehat, solid dan baik (Arisandi dkk. 107-110).

Hasil akhir dari pengambilan keputusan (*decision making*) dalam upaya pengembangan dan peningkatan pariwisata di Kabupaten Sumenep tertuang dalam penyiapan desain atau *grand design* yang tertuang dalam Peraturan Daerah (Perda) yang mencakup arah pembangunan kepariwisataan Kabupaten Sumenep yang terjabarkan dalam arah kebijakan dan strategi. Arah kebijakan dan strategi pembangunan kepariwisataan bertumpuk pada 4 pilar pembangunan kepariwisataan yakni destinasi pariwisata, industri pariwisata, pemasaran pariwisata dan kelembagaan pariwisata dan tertera dalam Rancangan Peraturan Daerah

tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Sumenep Tahun 2017-2025 (<http://sumenepkab.go.id>, 2017). Pengembangan pariwisata pada dasarnya tidak akan berjalan dengan baik apabila salah satu dari empat pilar yang ada tidak bekerjasama dengan baik. Sehingga disini peran dari empat pilar harus menjadi satu kesatuan yang saling berpengaruh. Seperti halnya aspek kelembagaan yang dapat mempengaruhi semua aspek lain, karena kelembagaan memiliki peran signifikan dalam mengeluarkan aturan-aturan yang bertujuan untuk pengembangan pariwisata yang. Dalam hal ini dibutuhkan dukungan dari Bupati sebagai peletak dasar dari pembuatan keputusan.

Hal pertama yang menjadi acuan pemerintah dalam pengembangan pariwisata adalah dengan melihat potensi-potensi wisata di tiap wilayah yang nantinya akan ditawarkan menjadi destinasi wisata unggulan daerah. Sumenep sendiri memiliki berbagai macam destinasi wisata yang sampai saat ini proses pembangunannya masih berlanjut. Sumenep sendiri merupakan kabupaten yang terletak diujung timur pulau madura dengan kondisi geografis wilayah nya terdiri dari daratan dan sebanyak 126 kepulauan. Dengan kondisi geografis seperti itu, membuat Sumenep memiliki banyak destinasi wisata, dari berbagai destinasi yang dimiliki Sumenep, yaitu wisata budaya, wisata religi, wisata belanja, dan yang lainnya, mayoritas di dominasi wisata bahari. Beberapa destinasi wisata yang sering dikunjungi wisatawan baik wisatawan lokal atau mancanegara antara lain; Gili Iyang (merupakan pulau dengan kadar oksigen tertinggi kedua di dunia, setelah Jordania), Gili Labak, Gili Genting Pantai 9, Pantai Lombang, Kasur Pasir dan keraton Sumenep.



*Gambar: Pantai Gili Labak, Kabupaten Sumenep*



*Gambar: Mesjid Agung, salah satu peninggalan kerajaan Sumenep*

Untuk mempromosikan wisata yang dimiliki oleh Sumenep, Pemerintah Kabupaten Sumenep kemudian meluncurkan program “*Visit Sumenep Year*” yang merupakan tindak lanjut dari *grand design* dari hasil pengambilan keputusan. *Visit Sumenep* merupakan program yang bertujuan untuk mempromosikan wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Sumenep kepada masyarakat lokal maupun masyarakat internasional. Program *Visit Sumenep Year* mulai dilaksanakan pada tahun 2018 dengan berbagai pembenahan yang dilakukan oleh pemerintah, seperti infrastruktur dan sarana prasarana guna mendukung kelancaran dan kenyamanan wisatawan yang berkunjung. Program *Visit Sumenep* sendiri merupakan program berkelanjutan dengan tolak ukur kesuksesan program tersebut dapat dilihat dari banyaknya jumlah wisatawan yang datang ke Sumenep dengan berbagai tujuan destinasi wisata yang ditawarkan.

Tahun 2018, Pemerintah Kabupaten Sumenep melalui Disparbudpora menargetkan 15 ribu pengunjung mancanegara, dan 1,25 juta pengunjung domestik untuk datang ke Sumenep dengan berbagai destinasi yang ditawarkan (<http://jatim.tribunnews.com>, 2018). Upaya penyuksesan program *Visit Sumenep* tersebut, pemerintah daerah melalui Disparbudparpora mengadakan event-event dengan skala nasional dan internasional. Salah satu event internasional yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah adalah Festival Keraton

Nusantara yang dilaksanakan pada 27-31 Oktober 2018 dengan dihadiri oleh berbagai masyarakat adat se ASEAN.

### Upaya Peningkatan Daya Tarik Wisata Melalui *Smart City System*

Program *Visit Sumenep* 2018 yang diupayakan pemerintah untuk menarik wisatawan baik mancanegara maupun lokal tidak sepenuhnya memenuhi target yang dicanangkan. Hal ini dapat dilihat jumlah kunjungan wisatawan yang tertera dalam tabel pengunjung obyek wisata Sumenep tahun 2016-2018 dibawah ini:

**Tabel 1. Kunjungan Obyek Wisata Sumenep 2016-2018**

| OBJEK WISATA     | 2016   |         | 2017   |         | 2018   |         |
|------------------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|
|                  | WISMAN | WISNUS  | WISMAN | WISNUS  | WISMAN | WISNUS  |
| Asta Gumuk       | 0      | 47.939  | 38     | 7.311   | 0      | 935     |
| Asta Jokotole    | 0      | 10.651  | 0      | 8.316   | 0      | 7.109   |
| Asta K. Faqih    | 0      | 5.185   | 0      | 8.323   | 0      | 5.663   |
| Asta Katandur    | 0      | 5.717   | 0      | 6.216   | 0      | 7.473   |
| Asta Panaongan   | 0      | 73.804  | 0      | 92.947  | 0      | 72.542  |
| Asta Sayid Yusuf | 11     | 159.711 | 8      | 112.676 | 0      | 280.150 |
| Asta Tinggi      | 109    | 224.560 | 763    | 256.821 | 28     | 293.984 |
| Gili Labak       | 300    | 33.419  | 406    | 30.683  | 784    | 26.053  |
| Gili Iyang       | 38     | 6.165   | 88     | 7.666   | 221    | 5.695   |
| Masjid Jamik     | 222    | 42.991  | 945    | 39.006  | 280    | 40.656  |
| Museum           | 289    | 44.068  | 575    | 65.941  | 344    | 46.883  |
| P.Sembilan       | -      | -       | 464    | 75.311  | 785    | 33.700  |
| P.Badur          | 6      | 13.960  | 4      | 13.760  | 0      | 12.349  |
| P.Lombang        | 244    | 49.413  | 405    | 60.564  | 142    | 74.236  |
| P.Slopeng        | 52     | 37.570  | 260    | 44.536  | 60     | 24.654  |
| R.Kasur pasir    | 32     | 3.341   | 35     | 527     | 26     | 791     |
| Situs Benteng    | 26     | 1.484   | 8      | 2.484   | 6      | 2.081   |
| Situs Batugong   | 2      | 1.898   | 0      | 3.399   | 0      | 5.735   |
| Bukit Tinggi     | -      | -       | 10     | 117.994 | 0      | 78.987  |
| T.Tectona        | -      | -       | -      | -       | 7      | 51.895  |
| Mutiara Tirta    | -      | -       | -      | -       | 2      | 87.622  |
| TSI              | 0      | 22.492  | 0      | 24.733  | 0      | 20.606  |



|               |              |                |              |                  |              |                  |
|---------------|--------------|----------------|--------------|------------------|--------------|------------------|
| Wis.BatuKapur | -            | -              | 0            | 12.939           | 0            | 10.319           |
| WPS           | 1            | 68.220         | 27           | 54.956           | 9            | 41.271           |
| Goa Kuning    | -            | -              | -            | -                | 0            | 53.936           |
| Goa Kuning    | -            | -              | -            | -                | 0            | 53.936           |
| <b>JUMLAH</b> | <b>1.332</b> | <b>854.614</b> | <b>4.036</b> | <b>1.047.109</b> | <b>2.694</b> | <b>1.285.325</b> |

Sumber: Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep

Berdasarkan data jumlah pengunjung tahun 2018 menunjukkan penurunan angka dari segi wisatawan mancanegara, dimana pada tahun 2017 mencapai 4.036 mengalami penurunan pada tahun 2018 menjadi 2.694. Sedangkan pada wisatawan lokal dari tahun ke tahun mengalami peningkatan seiring gencarnya promosi wisata yang dilakukan pemerintah daerah Sumenep. Ini tentu menjadi tugas berat pemerintah untuk semakin meningkatkan jumlah kunjungan wisata yang ada terutama wisatawan mancanegara, karena pada dasarnya sukses dan tidaknya promosi wisata juga didukung dengan penyediaan infrastruktur, fasilitas dan transportasi yang mudah dan terjangkau.

Terlebih lagi, Sumenep yang merupakan wilayah kepulauan tentu menjadi tantangan berat bagi pemerintah daerah, hal ini dikarenakan masih belum meratanya pembangunan di wilayah-wilayah kepulauan yang pada dasarnya memiliki banyak potensi wisata. Selain peningkatan fasilitas infrastruktur, pemerintah juga dituntut untuk menciptakan inovasi terbaru disamping meningkatkan pembenahan infrastruktur dan transportasi. Inovasi tersebut dapat berupa pemanfaatan teknologi yang bisa disalurkan melalui pengaplikasian *smart city* untuk memudahkan pemberian informasi wisata terhadap masyarakat.

Istilah "*smart city*" atau kota pintar diciptakan menjelang akhir abad ke-20. Ini berakar pada implementasi teknologi informasi dan komunikasi yang ramah pengguna yang dikembangkan oleh industri besar untuk ruang kota. Sejak saat itu, maknanya telah diperluas untuk dikaitkan dengan masa depan kota-kota dan perkembangannya. Kota pintar berwawasan ke depan, progresif, dan hemat sumber daya sembari memberikan kualitas hidup yang tinggi secara bersamaan. *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. Fokus dari *smart city* adalah pada bentuk-bentuk baru pemerintahan dan partisipasi publik, sehingga dibutuhkan keputusan-keputusan strategis untuk membentuk *smart city*.

Pembentukan *smart city* dibutuhkan lebih dari proyek individu tetapi keputusan yang hati-hati tentang implementasi jangka panjang dari tujuan dibentuknya *smart city* (<https://www.wien.gv.at>). Sehingga disini sebuah kota bisa disebut sebagai kota pintar atau *smart city* jika sudah mengintegrasikan teknologi informasi dan komunikasi hingga level tertentu dalam proses tata kelola dan operasional sehari-hari. Integrasi teknologi tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan efisiensi, membagikan informasi kepada publik, hingga memperbaiki pelayanan kepada masyarakat ataupun meningkatkan kesejahteraan warga. Keterkaitan antara pembentukan *smart city* terhadap peningkatan pariwisata dapat dilihat dari masterplan *smart city* Kabupaten Sumenep tahun 2019-2028.

Upaya pemerintah Kabupaten Sumenep menuju *smart city* dimulai pada tahun 2017, ketika masuk dalam 50 kota terpilih untuk mengembangkan *smart city* oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI sebagai kelanjutan 25 Kabupaten/Kota terpilih di tahun 2017. Terpilihnya Kabupaten Sumenep menjadi bagian dari program *smart city* pemerintah pusat bukanlah hal yang mudah sebab ada beberapa parameter yang harus terpenuhi antara lain (<http://sumenepkab.go.id>, 2018) :

1. Kondisi keuangan daerah
2. Peringkat dan status kinerja penyelenggara pemerintah daerah
3. Indeks kota berkelanjutan
4. Dimensi pembangunan pemerataan
5. Kewilayahan serta indeks kota hijau

Pada tahun 2018, upaya perealisasiian *smart city* mulai digodok oleh pemerintah dengan lahirnya *masterplan smart city* Kabupaten Sumenep tahun 2019-2028. Dalam *masterplan* ini dipaparkan visi dan sasaran *smart city* Kabupaten Sumenep, dengan didukung strategi pembangunan *smart city* yang meliputi; *smart governance*, *smart branding*, *smart economy*, *smart living*, *smart society*, *smart environment* (<http://www.sumenepkab.go.id>, 2018). Pada *smart branding*, pemerintah daerah mengedepankan inovasi dalam memasarkan Kabupaten Sumenep, sehingga mampu meningkatkan daya saing daerah dengan mengembangkan tiga elemen dari branding daerah, yaitu pariwisata, bisnis, dan wajah kota. Branding dapat dilakukan dengan mengoptimalkan potensi lokal, namun juga harus mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Sumenep.

**Tabel 2. Strategi Pembangunan *Smart Branding***

| <i>Smart Branding</i>   |  |   |
|---|--|---|
| Sasaran   | Indikator Sasaran  | Strategi  |
| Meningkatkan daya saing Kabupaten Sumenep melalui pengembangan potensi ekonomi, wisata, investasi, perdagangan dan citra daerah melalui kegiatan promosi berbasis seni, tradisi dan budaya melalui branding <b>“The Soul of Madura”</b> | Jumlah kunjungan wisatawan                               | Menerapkan teknologi informasi dan komunikasi dalam penyampaian promosi destinasi wisata, seni dan budaya |
|   |  | Meningkatkan fasilitas penunjang kebutuhan wisatawan  |
|   |  | Mempermudah akses wisatawan dalam menjangkau destinasi wisata   |
|   |  | Menghadirkan pengelola wisata yang cakap dan profesional  |
|   |  | Memperkenalkan keindahan pulau-pulau tidak berpenghuni  |
|   |  | Mengembangkan potensi destinasi wisata  |
|   | Jumlah objek pariwisata                                  | Mendorong masyarakat untuk mengembangkan potensi daerah melalui kemampuannya                              |
|   | Nilai investasi  | Meningkatkan daya saing industri pariwisata   |
|   | Adanya kalender event tahunan yang konsisten (kepastian) | Melakukan kerjasama dengan berbagai pihak strategis   |

|  |                             |   |
|--|-----------------------------|---|
|  |                             | Meningkatkan peran serta seluruh pelaku usaha pariwisata, seni, dan budaya        |
|  |                             | Mendorong inisiatif event pariwisata, seni, dan budaya oleh masyarakat dan swasta |
|  |                             | Melaksanakan forum pariwisata, seni dan budaya daerah                             |
|  | Jumlah informasi kebudayaan | Mengenalkan kebudayaan daerah melalui teknologi informasi dan komunikasi          |
|  |                             | Mengekplorasi potensi cagar budaya daerah.  |

Sumber: *Masterplan Smart City Kabupaten Sumenep 2019-2028*

(<http://www.sumenepkab.go.id>)

Dalam upaya mendukung *smart branding* ini, pemerintah mulai berbenah dari segi infrastruktur sarana dan prasarana fisik antara lain seperti; pengelolaan *rest area* pada lokasi wisata, penyediaan rambu-rambu arah, pelebaran jalan menuju akses wisata, penyediaan fasilitas parkir di lokasi wisata, pengembangan moda transportasi udara, pengadaan listrik di wilayah kepulauan dan daerah terpencil dll. Sedangkan penyediaan pada infrastruktur digital sebagai salah satu penunjang informasi dari *smart city*, pemerintah mulai mengembangkan server *smart city*, penyediaan pojok *wi-fi* kecamatan dan wisata serta pembuatan dan pengembangan informasi digital terkait pariwisata berupa aplikasi “*Hi Sumenep*”.

Aplikasi *Hi Sumenep* adalah aplikasi berbasis *android* yang sudah tersedia di *play store*. Aplikasi ini merupakan produk unggulan yang diluncurkan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep, dalam mendukung peningkatan wisatawan untuk datang ke Sumenep. Melalui aplikasi ini pemerintah menyediakan berbagai informasi baik wisata, budaya, kuliner dan tempat penginapan yang didukung dengan penyediaan konten video, animasi dan 3D yang terhubung dengan *google maps* yang memudahkan wisatawan yang berkunjung ke sumenep untuk mendapatkan informasi (Infokom, <http://sumenepkab.go.id>).

Inovasi seperti ini tentu harus mendapatkan dukungan tidak hanya dari pemerintah saja melainkan masyarakat juga memiliki peran untuk ikut serta dan berkontribusi dalam upaya menciptakan kota pintar.

### **Kesimpulan**

Upaya-upaya perealisasi Kabupaten Sumenep menjadi *smart city* membutuhkan waktu, sehingga dibutuhkan konsistensi pemerintah dalam mewujudkan apa yang telah tertuang dalam *master plan* Kabupaten Sumenep. Karena dengan adanya koordinasi yang baik antara pemerintah, masyarakat dan pihak swasta. keindahan wisata yang ditawarkan oleh pemerintah daerah dengan berbagai program yang dibuat akan mampu menarik wisatawan yang ada untuk datang dan berkunjung ke Sumenep, sehingga ini nantinya menjadi keuntungan sendiri bagi masyarakat dan pemerintah daerah dalam memperbaiki ekonomi dan menambah pendapatan daerah Kabupaten Sumenep.

### **Daftar Pustaka**

- Agenda UNWTO 2017, "Pariwisata Kunci Penggerak Ekonomi Global", diakses di  
[<http://www.koran-jakarta.com/pariwisata-kunci-penggerak-ekonomi-global/> ]
- Arisandi Ananto, Sarwono, Minto Hadi, "Sistem Pengambilan Keputusan Dalam Mengembangkan Potensi Wisata Arung Jeram Bosamba Di Kabupaten Bondowoso" (Studi Pada Dinas Pariwisata, Pemuda, Olahraga, dan Perhubungan Kabupaten Bondowoso) . *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol.3, No.1, Hal 107-110
- Basuki Antariksa. 2016. *Kebijakan Pembangunan Kepariwisatan: Penembangan Kepariwisataan Yang Berkelanjutan Dan Perlindungan Kekayaan Intelektual*. Malang: Intrans Publishing.
- Buku II, Masterplan Smart City Kabupaten Sumenep 2019-2018, diakses  
[<http://www.sumenepkab.go.id/uploads/documen/buku/12052018-lap-akhir-buku-2-final.pdf>]
- Decision Making Step, diakses  
[[https://www.umassd.edu/media/umassdartmouth/fycm/decision\\_making\\_process.pdf](https://www.umassd.edu/media/umassdartmouth/fycm/decision_making_process.pdf)]  
f]
- DISBUDPARPORA Sumenep, diakses  
<http://wisatasumenep.com/en/tentang-sumenep/disbudparpora-sumenep/>

Khoirul Amin, Visit Sumenep 2018 Targetkan 15 Ribu Kunjungan Wisata Mancanegara

<http://jatim.tribunnews.com/2018/02/15/visit-sumenep-2018-targetkan-15-ribu-kunjungan-wisata-mancanegara>

Nazir Mohammad.1988. *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia.

Smart City - What is a smart city? – Wien, diakses

[<https://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/studien/pdf/b008403j.pdf>]

Pemkab Sumenep Sajikan Informasi Pariwisata Melalui Hi

Sumenep, <http://sumenepkab.go.id/berita/baca/pemkab-sumenep-sajikan-informasi-pariwisata-melalui-hi-sumenep>