



Mewujudkan Smart Kampung, Penguatan Pariwisata Yogya



PENGEMBANGAN 45 kampung wisata di Kota Yogyakarta merupakan salah satu strategi pemerintah kota untuk mendorong pemerataan ekonomi, pelestarian budaya lokal, dan pemberdayaan masyarakat berbasis potensi wilayah. Kampung-kampung wisata ini mengangkat berbagai keunikan, mulai dari seni tradisional, kuliner khas, kerajinan tangan, hingga sejarah lokal, yang dikemas dalam konsep pariwisata berbasis komunitas.

Dari sisi ekonomi, pengembangan kampung wisata membuka peluang usaha baru bagi warga, seperti homestay, warung makan, jasa pemandu wisata, dan penjualan produk UMKM. Hal ini membantu meningkatkan pendapatan masyarakat tanpa harus meninggalkan kampung halaman. Di sisi lain, pelibatan warga dalam proses perencanaan dan pengelolaan kampung wisata menciptakan rasa kepemilikan serta meningkatkan kapasitas sosial dan organisasi masyarakat.

Namun, ada beberapa tantangan yang perlu diantisipasi. Salah satunya ketergantungan kampung wisata pada dukungan pemerintah dan belum mampu mandiri secara finansial. Agar kampung wisata dapat lepas dari ketergantungan terhadap pemerintah, diperlukan pendekatan pembangunan yang berfokus pada kemandirian komunitas lokal. Ketergantungan umumnya muncul karena kampung wisata terlalu mengandalkan dukungan pemerintah, baik dalam bentuk dana, promosi, maupun pengelolaan kegiatan wisata. Padahal, kekuatan utama desa wisata terletak pada potensi lokal dan partisipasi masyarakat. Karena itu, langkah awal yang perlu dilakukan adalah memperkuat kapasitas sumber daya manusia dan lembaga pengelola desa wisata agar mampu merancang, menjalankan, dan mengembangkan kegiatan wisata secara mandiri dan profesional. Karena itu untuk mewujudkan kampung wisata yang mandiri salah satunya melalui sentuhan teknologi. Pervujudan konsep *smart tourism*

Dr Bima Setya Nugraha

sebagai langkah strategis dalam mengintegrasikan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dengan konsep pariwisata berbasis komunitas. Menurut Ulrike Gretzel dan timnya, *smart tourism* tidak hanya soal penggunaan teknologi, tetapi juga perubahan dalam struktur sosial dan perilaku wisatawan serta pengelola destinasi. Mereka melihat *smart tourism* sebagai bagian dari



lokal sangat penting untuk memastikan bahwa transformasi digital ini inklusif dan tidak menimbulkan kesenjangan baru. Selain itu, pendekatan *bottom-up* perlu dikedepankan agar teknologi benar-benar menjawab kebutuhan warga, bukan sekadar proyek berbasis perangkat keras.

Dalam tataran sumber daya manusianya permasalahan terletak pada rendahnya literasi digital. Sebagian besar pelaku wisata di kampung wisata, terutama generasi tua, belum akrab dengan penggunaan teknologi untuk pemasaran, manajemen data pengunjung, atau transaksi digital. Padahal, kemampuan mengelola media sosial, aplikasi pemesanan online, hingga analisis data wisatawan sangat krusial dalam ekosistem *smart tourism*. Untuk itu, dibutuhkan program pelatihan dan pendampingan berkelanjutan agar masyarakat tidak hanya menjadi pengguna pasif, tetapi juga aktor utama dalam transformasi digital.

Dengan perencanaan matang dan pendekatan partisipatif, pengembangan kampung wisata menjadi smart kampung di Yogyakarta dapat menjadi model nasional dalam mewujudkan pariwisata cerdas, inklusif, dan berkelanjutan. Pendekatan ini akan memperkuat daya saing kampung wisata sekaligus memastikan bahwa kemajuan digital tidak mengorbankan nilai-nilai lokal yang menjadi daya tarik utamanya. (*)

***Dr Bima Setya Nugraha SH**
 MSc, Direktur Pusat Kajian Hukum Pariwisata UAD dan Komtap Ekonomi Kreatif KADIN DIY.

Persyaratan Menulis

Pembaca yang budiman, terimakasih partisipasinya dalam menulis dan mengirimkan artikel untuk SKH Kedaulatan Rakyat. Selanjutnya redaksi hanya menerima tulisan lewat email : opinikr@gmail.com dengan panjang tulisan antara 535 - 575 kata, dengan mengisi subjek mengenai isu yang ditulis serta jangan lupa melampirkan fotocopy identitas dan foto diri. Terimakasih.

Instansi	Nilai Berita	Sifat	Tindak Lanjut
1.	Netral	Biasa	Untuk Diketahui

Yogyakarta, 05 Juli 2026

Kepala

Ig. Trihastono, S.Sos. MM
 NIP. 19690723 199603 1 005