

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Instansi

Disparbud dibentuk pada tahun 1984 dengan tujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat setempat melalui pengembangan sektor pariwisata dan kebudayaan di Kota Bogor.

Sejak masa kolonial Belanda, Kota Bogor yang dikenal dengan nama Buitenzorg yang berarti "tanpa kekhawatiran" dalam bahasa Belanda, telah menjadi destinasi wisata terkenal. Popularitasnya tetap terjaga bahkan setelah Indonesia merdeka, sehingga pemerintah daerah memutuskan untuk membentuk lembaga yang bertanggung jawab dalam mempromosikan pariwisata dan budaya di Kota Bogor. Saat ini, Disparbud Kota Bogor dipimpin oleh kepala dinas yaitu Ibu Iceu Pujiati, S.H., MM., yang berada dibawah pemerintahan Kota Bogor.

1.1.2 Logo Instansi



Gambar 1.1 Logo Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor

Sumber: Disparbud Kota Bogor (2025)

1.1.3 Visi dan Misi Instansi

Setiap instansi atau perusahaan tentu memiliki visi dan misi guna mencapai kesuksesannya. Visi dan misi merupakan rangkaian filosofi atau tujuan yang ditetapkan sebagai arah untuk membawa instansi ke masa depan yang lebih baik.

Visi dan misi dari Disparbud Kota Bogor diharapkan mampu menjadi strategi dalam memperoleh pencapaian yang lebih baik. Berikut visi dan misi Kota Bogor yang tertuang dalam RPJMD 2019 – 2024:

a. VISI

Mewujudkan Kota Bogor sebagai Kota Ramah Keluarga

b. MISI

- 1) Mewujudkan Kota yang Sehat
- 2) Mewujudkan Kota yang Cerdas
- 3) Mewujudkan Kota yang Sejahtera

Salah satu strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor adalah dengan mengembangkan layanan informasi kepariwisataan (Laksa) berupa *chatbot virtual guide* berbasis *Artificial Intelligence* (AI) yang dirancang untuk meningkatkan kualitas layanan pariwisata dan kebudayaan dengan menyediakan informasi kepariwisataan yang akurat, cepat, dan mudah diakses bagi pengguna sebagai bentuk solusi inovatif.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang paling dinamis dan berkembang pesat di dunia. Dalam beberapa dekade terakhir, pariwisata menjadi salah satu sektor penyumbang pendapatan terbesar bagi banyak negara, termasuk Indonesia. Sektor pariwisata tidak hanya memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga menciptakan lapangan kerja, mendukung pembangunan infrastruktur, dan meningkatkan taraf hidup masyarakat lokal (Galih Kusumah, 2024). Perkembangan pariwisata juga mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Pariwisata menciptakan permintaan, baik konsumsi maupun investasi, yang keduanya akan menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa, yang juga dapat meningkatkan pendapatan daerah, termasuk di Kota Bogor.

Selama berwisata, wisatawan akan melakukan perbelanjaan, sehingga secara langsung menimbulkan permintaan pasar barang dan jasa (*tourism final*

demand). Selanjutnya, *tourism final demand* secara tidak langsung menimbulkan permintaan akan barang modal dan bahan baku (*investment derived demand*), untuk beroperasi memenuhi permintaan wisatawan akan barang dan jasa tersebut. (Belloumi et al, 2010).

Sektor pariwisata berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi melalui beberapa jalur (Brida & Pulina, 2010) yaitu yang pertama, sektor pariwisata sebagai penghasil devisa untuk memperoleh barang modal yang digunakan dalam proses produksi (McKinnon, 1964). Kedua, pengembangan pariwisata menstimulus investasi di bidang infrastruktur (Sakai, 2006). Ketiga, pengembangan sektor pariwisata mendorong pengembangan sektor-sektor ekonomi lainnya melalui *direct*, *indirect*, dan *induced effect* (Spurr, 2006). Keempat, pariwisata ikut berkontribusi dalam kesempatan kerja dan peningkatan pendapatan (Lee & Chang, 2008). Kelima, pariwisata menyebabkan *positive economies of scale* (Weng & Wang, 2004). Pariwisata juga merupakan faktor penting dalam penyebaran *technical knowledge*, mendorong *research and development*, dan akumulasi modal manusia (Blake, Sinclair, & Soria, 2006).

Meningkatnya jumlah pengunjung domestik dan internasional, industri ini mendorong pembangunan fasilitas umum, transportasi, dan penginapan yang lebih baik, dan meningkatkan taraf hidup di daerah sekitarnya. Perkembangan pariwisata membuka peluang untuk meningkatkan perekonomian lokal dengan mendorong kesempatan usaha bagi pelaku ekonomi kreatif, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bidang pariwisata atau jasa terkait. Fenomena ekonomi yang dihasilkan oleh adanya aktivitas pariwisata ini merupakan *multiplier effect* yang ditimbulkan oleh satu aktivitas terhadap sektor-sektor lain dalam perekonomian. Dimana satu kegiatan pariwisata dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap sektor ekonomi lainnya, seperti pertanian, kerajinan, dan jasa (Adminkeperintahan, 2024). Oleh karena itu, pariwisata tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi tetapi juga pada pembangunan sosial dan masyarakat, menjadikannya salah satu pilar utama pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Berdasarkan data World Travel and Tourism Council (2015), kontribusi pariwisata Indonesia terhadap PDB pada tahun 2014 adalah sebesar Rp325.467 miliar (3,2% dari PDB). Pada tahun 2015, angka ini diperkirakan akan meningkat 6,0% menjadi Rp345.102 miliar. Pada tahun 2014, 3.326.000 lapangan pekerjaan diciptakan oleh pariwisata Indonesia, yang merupakan 2,9% dari seluruh lapangan pekerjaan. Diperkirakan bahwa jumlah ini akan tumbuh sebesar 2,3% pada tahun 2015 dan 1,4% setiap tahunnya untuk mencapai 3.905.000 karyawan (2,9% dari total lapangan kerja) pada tahun 2025.

Di Kota Bogor, sektor pariwisata merupakan sektor penyumbang PAD ketiga terbesar setelah PBB dan BPHTB dengan jumlah penerimaan pajak sektor pariwisata pada tahun 2023 sebanyak Rp328.823.584.610. Setiap tahunnya, kontribusi industri pariwisata terhadap PAD Kota Bogor cenderung meningkat dan secara konsisten melampaui target yang telah ditetapkan. Seperti yang dapat dilihat pada gambar 1.2 dibawah ini.



Gambar 1.2 Target dan Realisasi PAD Kota Bogor

Sumber: Disparbud Kota Bogor (2024)

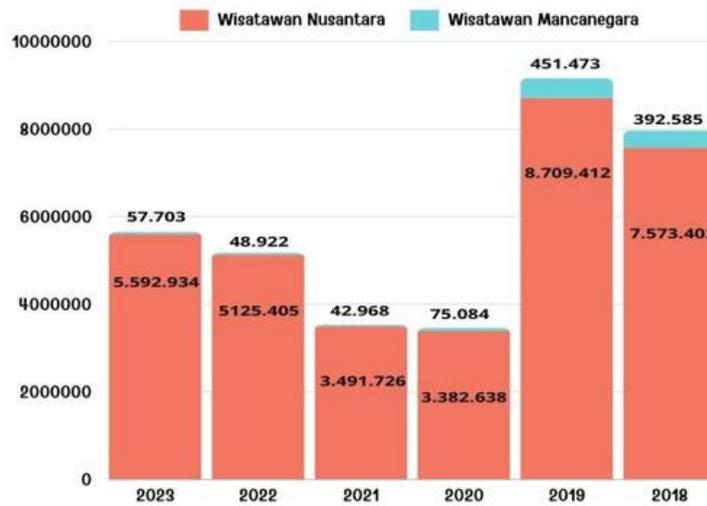
Kontribusi sektor pariwisata yang besar terhadap PAD Kota Bogor didukung oleh pertumbuhan pelaku usaha industri pariwisata seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1.3. Dari gambar tersebut dapat diketahui bahwa meskipun fluktuatif, jumlah daya tarik wisata (DTW), hotel, café, restaurant, dan tempat hiburan di Kota Bogor memiliki tren kenaikan di tiap tahunnya. Pertumbuhan ini tidak hanya menciptakan peluang usaha baru bagi masyarakat lokal, tetapi juga membantu meningkatkan standar fasilitas dan layanan yang ditawarkan. Kota Bogor menjadi semakin menarik bagi para wisatawan baik dari dalam maupun luar daerah karena semakin banyaknya pilihan lokasi wisata dan layanan yang tersedia. Situasi ini menunjukkan bahwa industri pariwisata Kota Bogor memiliki banyak ruang untuk berkembang, yang dapat meningkatkan PAD. Selain itu, perluasan sektor pariwisata juga berdampak baik pada pembangunan infrastruktur, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.



Gambar 1.3 Jumlah Pertumbuhan Pelaku Usaha Industri Pariwisata

Sumber: Disparbud Kota Bogor (2024)

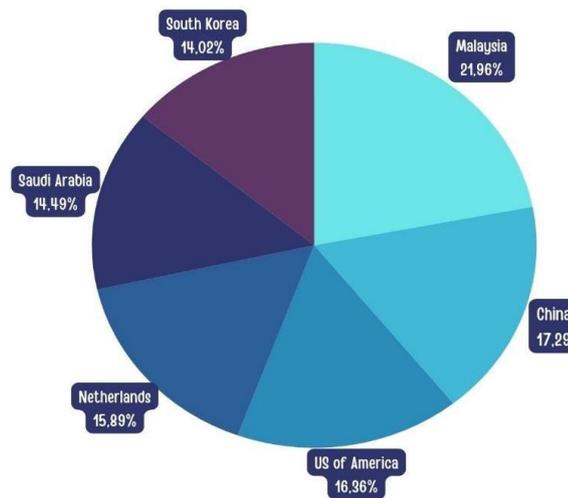
Berdasarkan survey yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor, jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Bogor cenderung mengalami kenaikan setiap tahun nya seperti yang dapat dilihat pada gambar 1.4.



Gambar 1.4 Grafik Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Bogor Tahun 2018 s.d. 2023

Sumber: Disparbud Kota Bogor (2024)

Bahkan hingga saat ini, wisatawan yang mengunjungi Kota Bogor tidak hanya datang dari wisatawan lokal atau nusantara, tetapi juga wisatawan yang berasal dari mancanegara seperti Malaysia, Tiongkok, dan juga Amerika yang dapat dilihat pada gambar 1.5.



Gambar 1.5 Wisatawan Mancanegara Kota Bogor Tahun 2018 s.d. 2023

Sumber: Disparbud Kota Bogor (2024)

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Bogor Tahun 2018 s.d. 2023

JENIS USAHA	JENIS WISATAWAN	TAHUN					
		2018	2019	2020	2021	2022	2023
DAYA TARIK WISATA	NUSANTARA	3,260,060	3,749,069	1,249,690	1,102,824	2,267,318	2,646,662
	MANCANEGARA	180,316	207,363	34,400	249	1,931	5,693
		3,440,376	3,956,432	1,284,090	1,103,073	2,269,249	2,652,355
AKOMODASI/ HOTEL	NUSANTARA	4,313,342	4,960,343	2,132,948	2,388,902	2,858,087	2,946,272
	MANCANEGARA	212,269	244,109	40,684	42,719	46,991	52,010
		4,525,611	5,204,452	2,173,632	2,431,621	2,905,078	2,998,282
JUMLAH	NUSANTARA	7,573,402	8,709,412	3,382,638	3,491,726	5,125,405	5,592,934
	MANCANEGARA	392,585	451,473	75,084	42,968	48,922	57,703
TOTAL KUNJUNGAN		7,965,987	9,160,885	3,457,722	3,534,694	5,174,327	5,650,637

Sumber: Disparbud Kota Bogor (2024)

Berdasarkan gambar 1.2 hingga gambar 1.5 dan table 1.1, dapat dilihat bahwa pada tahun 2020, kontribusi sektor pariwisata terhadap PAD Kota Bogor, jumlah kunjungan wisatawan baik nusantara maupun mancanegara mengalami penurunan yang diakibatkan oleh pandemic COVID-19. Hal ini menunjukkan bahwa pariwisata merupakan sektor industri yang sangat rapuh. Industri pariwisata sangat bergantung pada persepsi dan kepercayaan wisatawan yang dapat berubah dengan cepat akibat perubahan kondisi ekonomi global, isu keamanan, bencana alam, dan krisis kesehatan.

Berbeda dengan masa pandemi dan pasca pandemi antara tahun 2020 dan 2023, Gambar 1.4 dengan jelas menunjukkan perbandingan kunjungan wisatawan ke Kota Bogor selama periode pra-pandemi, tahun 2018 dan 2019, yang menunjukkan angka yang sangat tinggi. Pandemi COVID-19 memberikan pengaruh yang besar terhadap bisnis pariwisata, terlihat dari penurunan tajam kunjungan wisatawan yang mencapai 62,26% lebih rendah dari tahun sebelumnya. Penurunan ini tidak hanya menggambarkan kesulitan yang dihadapi bisnis pariwisata, tetapi juga betapa rentannya bisnis ini terhadap faktor-faktor luar yang sering kali berada di luar kendali, seperti bencana alam, masalah kesehatan, dan pergeseran peraturan pemerintah sehingga memerlukan pendekatan yang adaptif dan inovatif untuk menjaga keberlanjutan.

Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Bogor Tahun 2024

Asal Wisatawan	Akomodasi	Daya Tarik Wisatawan	Total
Nusantara	2.923.426	5.070.570	7.993.996
Mancanegara	84.350	14.857	99.207
Total	3.007.776	5.085.427	8.093.203

Sumber: Disparbud Kota Bogor (2025)

Pada tahun 2024, jumlah total kunjungan wisatawan mencapai 8.093.203 orang, dengan kontribusi dominan berasal dari wisatawan nusantara sebesar 7.993.996 kunjungan. Sementara itu, wisatawan mancanegara tercatat sebanyak 99.207 kunjungan. Data ini menunjukkan adanya pemulihan signifikan jika dibandingkan dengan masa pandemi, meskipun jumlah wisatawan mancanegara masih relatif kecil.

Tabel 1.3 Pertumbuhan Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Bogor Tahun 2025 Triwulan 1

Asal Wisatawan	Total
Nusantara	1.245.277
Mancanegara	34.883
Total	1.280.160

Sumber: Disparbud Kota Bogor (2025)

Kemudian, pada triwulan pertama tahun 2025, jumlah kunjungan wisatawan tercatat mencapai 1.280.160 orang, yang terdiri dari 1.245.277 wisatawan nusantara dan 34.883 wisatawan mancanegara. Capaian ini memberikan indikasi bahwa sektor pariwisata Kota Bogor terus mengalami pertumbuhan secara bertahap dan konsisten.

Salah satu solusi potensial dari upaya diversifikasi produk wisata yang dapat membantu menyelamatkan dan memperkuat industri pariwisata adalah pengembangan pemanfaatan teknologi informasi. Menurut National Institute of Standards and Technology (NIST), Teknologi informasi didefinisikan sebagai peralatan atau sistem atau subsistem peralatan yang saling terhubung yang digunakan dalam pengumpulan, penyimpanan, manipulasi, manajemen, pergerakan, kontrol, tampilan, transfer, pertukaran, transmisi, atau penerimaan data atau informasi secara otomatis (detik.com, 2023). Karena teknologi informasi telah mendarah daging dalam kehidupan masyarakat, teknologi ini memiliki dampak yang signifikan pada banyak aspek kehidupan. Kemudahan dalam bertukar informasi atau melakukan pencarian informasi sangat penting dalam jenis teknologi ini, seperti yang terlihat dari perkembangan teknologi jaringan dan internet yang terus meningkat. Saat ini, berbagi dan mencari informasi membutuhkan internet (Rahmat, 2017).

Keberadaan teknologi informasi sangat penting dalam membantu masyarakat Indonesia dalam berbagai aspek kehidupan mereka, termasuk dalam industri pariwisata. Mengingat bahwa 70% *search and share* saat ini dilakukan di perangkat digital membuat perilaku wisatawan mengalami perubahan secara jelas. Fransiskus Xaverius Teguh, Asisten Deputi Manajemen Strategis Kementerian Pariwisata, menyatakan bahwa teknologi dapat mempengaruhi dan membentuk cara seseorang dalam melakukan kegiatan wisata, mulai dari perencanaan perjalanan, saat dalam perjalanan, sampai dengan saat kembali dari perjalanannya (Leski Rizkinaswara, 2019). Dengan dikeluarkannya Instruksi Presiden (Inpres) Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2003 tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan *E- Government*.

Munculnya *E-Government*, masyarakat memiliki banyak kesempatan untuk berkomunikasi dengan badan-badan publik secara elektronik tanpa terkendala waktu dan tempat, dan badan-badan publik dapat dengan mudah berkomunikasi dengan masyarakat (Didiek Dwiyanto, 2022). *Electronic Government* atau *E-Government* atau *e-govt* merupakan penggunaan jaringan internet dalam

penyebaran informasi dan pelayanan pemerintah kepada masyarakat - "*The employment of the Internet and the world-wide-web for delivering government information and services to the citizens*" (United Nations, 2006). *E- Government* merupakan Bahasa lain dari elektronik pemerintah, biasa juga dikenal sebagai *e-govt*, pemerintahan digital, dan lain-lain. *E-Government* merupakan suatu upaya pemerintah dalam menyelenggarakan pemerintahan yang berbasis elektronik, yaitu penataan sistem manajemen dan proses kerja di lingkungan pemerintah dengan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. *E-Government* adalah penggunaan teknologi dan informasi oleh pemerintah untuk memberikan informasi dan pelayanan bagi warganya. *E-Government* dapat diaplikasikan untuk menyampaikan pelayanan public atau proses pemerintahan yang demokratis (Diskominfo, 2017).

Salah satu strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor adalah dengan mengembangkan layanan informasi kepariwisataan berupa chatbot virtual guide berbasis *Artificial Intelligence* (AI), yaitu Layanan Informasi Kepariwisata (Laksa) yang dirancang untuk meningkatkan kualitas layanan pariwisata dan kebudayaan dengan menyediakan informasi kepariwisataan yang akurat, cepat, dan mudah diakses bagi pengguna sebagai bentuk solusi inovatif.

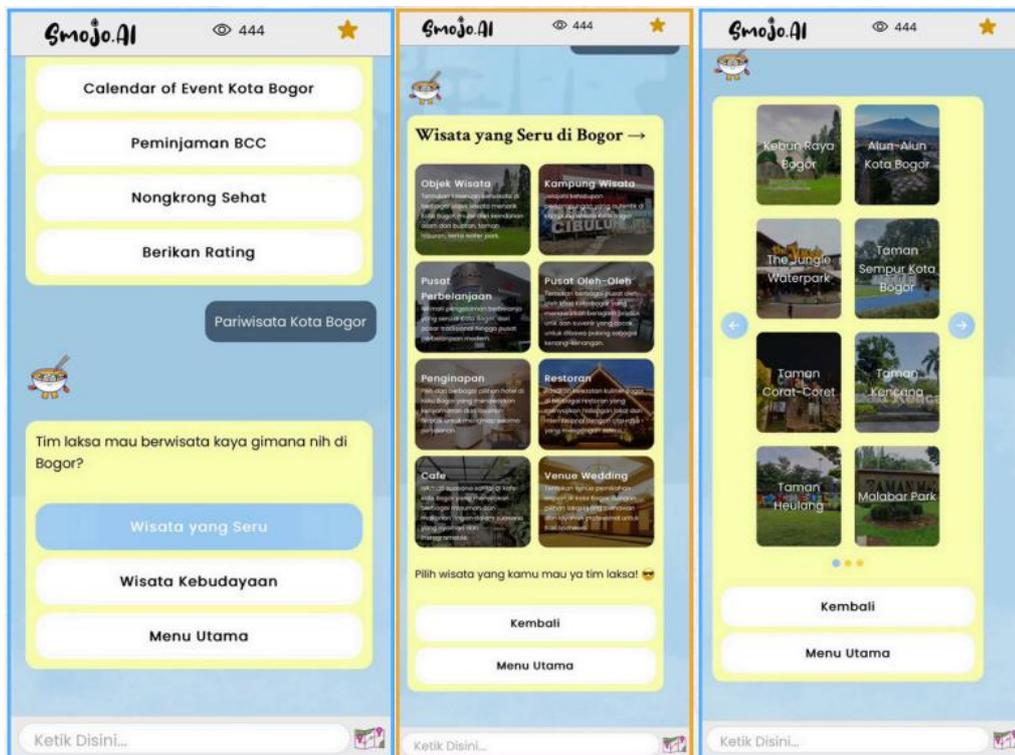


Gambar 1.6 Aplikasi Laksa

Sumber: Laksa Kota Bogor (2024)

Melalui chatbot Laksa Kota Bogor ini, wisatawan dapat memperoleh panduan, rekomendasi, dan informasi terkini mengenai destinasi wisata, acara budaya dan ekonomi kreatif, tempat makan, akomodasi, dan aktivitas kepariwisataan lainnya di Kota Bogor. Aplikasi Laksa dirancang sebagai inovasi digital untuk memperkenalkan dan mempromosikan potensi kepariwisataan yang ada di Kota Bogor dengan cara yang lebih kekinian dan interaktif. Wisatawan dapat dengan cepat mendapatkan berbagai informasi mengenai atraksi wisata, kuliner lokal, acara, dan kebudayaan Kota Bogor menggunakan aplikasi ini. Laksa dapat diakses dengan mudah melalui mesin pencarian Google, sehingga memudahkan pengguna dalam memperoleh informasi terkait pariwisata di Kota Bogor.

Berdasarkan data terakhir per tanggal 27 juni 2025, tercatat bahwa Laksa telah diakses oleh lebih dari 6000 pengguna.



Gambar 1.7 Tampilan Aplikasi Laksa

Sumber: LAKSA Kota Bogor (2024)

LAKSA juga dirancang untuk menyajikan informasi dalam berbagai bahasa untuk menjangkau lebih banyak wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Dengan rancangan tersebut, para wisatawan dapat melakukan perjalanan yang lebih terencana, nyaman, dan menyenangkan, sehingga dapat membantu upaya pemerintah dalam meningkatkan pariwisata Kota Bogor. Dengan inovasi dan kemudahan yang ditawarkan, harap Laksa dapat menjadi alat (*tools*) yang mampu mendorong daya saing dan daya tarik pariwisata sehingga dapat mendorong peningkatan perputaran ekonomi sebagai hasil dari meningkatkan jumlah wisatawan, dan meningkatkan ekonomi lokal dan industri pariwisata secara berkelanjutan.

Namun demikian, implementasi pada aplikasi masih menghadapi sejumlah kendala baik dari pihak instansi maupun *customer*. Dari sisi instansi, terdapat beberapa kekurangan seperti ketersediaan dan kelengkapan data. Beberapa data informasi seperti destinasi wisata, acara budaya, serta informasi pendukung lainnya yang seharusnya tersedia dalam sistem aplikasi masih belum lengkap dan masih dalam tahap diperbarui secara berkala. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan dalam proses pengumpulan data, koordinasi lintas sektor, dan masih berlangsungnya tahap pengembangan dan pembaruan sistem informasi internal. Keterbatasan ini menyebabkan potensi-potensi wisata di Kota Bogor tidak dapat diakses secara optimal melalui aplikasi, sehingga mengurangi efektivitasnya sebagai media promosi digital. Sedangkan dari sisi *customer* (pengguna), keterbatasan data yang tersedia pada aplikasi menyebabkan pengalaman pengguna menjadi kurang memuaskan. Pengguna merasa bahwa informasi yang dibutuhkan seperti detail lokasi, jadwal kegiatan, fasilitas penunjang, dan rekomendasi personal yang seharusnya menjadi nilai tambah pada layanan berbasis AI seperti LAKSA masih belum optimal. Hal ini membuat belum sesuainya ekspektasi pengguna terhadap aplikasi LAKSA untuk memenuhi sepenuhnya kebutuhan perencanaan perjalanan wisata secara mandiri oleh wisatawan. Keberadaan layanan digital LAKSA masih menemui berbagai kendala, baik dari segi kelengkapan informasi, kualitas interaksi sistem, maupun koordinasi antar pemangku kepentingan. Berdasarkan observasi awal, sistem ini belum sepenuhnya memberikan pengalaman digital yang optimal bagi pengguna. Sebagai perbandingan, Kota Bandung telah lebih dahulu mengembangkan sistem layanan digital yang terintegrasi seperti situs resmi pariwisata dan media social yang aktif. Walaupun masih sama-sama dalam tahap pengembangan, layanan digital pariwisata di Kota Bandung dinilai lebih komprehensif, responsive, dan terstruktur, yang berdampak langsung pada peningkatan partisipasi wisatawan dan promosi destinasi secara lebih luas. Perbedaan ini menunjukkan adanya kesenjangan (*gap*) dalam implementasi layanan digital antara Kota Bogor dan Kota Bandung, khususnya dalam hal kualitas sistem, kelengkapan informasi, dan kepuasan pengguna,

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengevaluasi strategi layanan informasi digital melalui aplikasi LAKSA, Keberhasilan peningkatan kunjungan wisatawan di Kota Bogor, serta menganalisis pengaruh penggunaan LAKSA terhadap peningkatan kunjungan wisatawan di Kota Bogor. Sebagai hasil akhir, penelitian ini akan memberikan rekomendasi untuk perbaikan sistem dan layanan aplikasi LAKSA. Salah satu rekomendasi strategis yang dapat diberikan yaitu perbaikan sistem pengelolaan data pariwisata melalui integritas lintas instansi, peningkatan fitur interaktif dalam aplikasi, dan pengembangan mekanisme secara *real-time*. Rekomendasi tersebut dapat menjadi acuan dalam meningkatkan kualitas layanan digital pariwisata di Kota Bogor serta mendorong peningkatan jumlah kunjungan wisatawan secara berkelanjutan.

Penelitian ini relevan dengan keilmuan peneliti di bidang administrasi bisnis, khususnya pada aspek manajemen strategi, pelayanan publik, dan pemanfaatan teknologi digital dalam promosi dan penyampaian informasi. Selain itu, sektor pariwisata merupakan sektor yang terus berkembang dan menjadi fokus utama pemerintah daerah karena potensinya dalam meningkatkan pendapatan daerah. Apabila sistem LAKSA berjalan dengan optimal, maka tidak hanya akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga berdampak pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) serta menaikkan jumlah lapangan pekerjaan di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

Berdasarkan fenomena yang melatarbelakangi masalah yang telah diuraikan diatas, peneliti bertujuan untuk melakukan penelitian sebagai mana yang sudah dijelaskan pada latar belakang dengan judul **“STRATEGI LAYANAN INFORMASI KEPARIWISATAAN DIGITAL (LAKSA) DALAM UPAYA PENINGKATAN KUNJUNGAN WISATAWAN: STUDI PADA DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KOTA BOGOR”**.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Layanan Informasi Kepariwisata Digital (LAKSA) Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor?
2. Bagaimana Perkembangan Kunjungan Wisatawan di Kota Bogor?
3. Bagaimana Pengaruh Strategi Layanan Informasi Kepariwisata Digital (LAKSA) Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dijabarkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Pelaksanaan Layanan Informasi Kepariwisata Digital (LAKSA) Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor?
2. Untuk mengetahui Perkembangan Kunjungan Wisatawan di Kota Bogor?
3. Untuk Mengetahui Pengaruh (dampak) Implementasi Strategi Layanan Informasi Kepariwisata Digital (LAKSA) Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan?

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang sudah dijelaskan, diharapkan dengan adanya penelitian ini akan memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya sumber informasi dan wawasan penelitian dalam pengetahuan, khususnya terkait teori pemasaran dan layanan informasi yang berkaitan dengan *strategi peningkatan kunjungan wisatawan*. Selain itu, peneliti berharap temuan dari penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang mengangkat topik serupa dimasa mendatang.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat sebagai informasi mengenai seberapa berpengaruh *Layanan Informasi Kepariwisata Kota Bogor*

sebagai *strategi peningkatan kunjungan wisatawan* yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama dalam penelitian ini akan berisikan mengenai Gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian sampai dengan sistematika penulisan penelitian.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua dalam penelitian ini akan berisikan teori-teori terkait dengan topik penelitian dan variabel penelitian, daftar tabel penelitian terdahulu, kerangka pemikiran penelitian dan hipotesis penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga dalam penelitian ini akan berisikan jenis penelitian, operasionalisasi variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan sumber data, uji validitas dan reabilitas, serta teknik analisis data yang akan digunakan untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab keempat ini akan mengulas secara jelas dan rinci dari hasil temuan penelitian yang telah dilakukan dengan melakukan analisis secara mendalam sebelum pada akhirnya merumuskan sebuah Kesimpulan.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berfokus pada memuat sebuah kesimpulan dan saran terhadap masalah dan temuan dalam penelitian yang didasari oleh hasil yang didapatkan dari penelitian dan pembahasan.