

3.2. Isu-isu Strategis Lingkungan Eksternal Kepariwisata TTS	49
3.2.1. Permintaan & Penawaran Pariwisata Global.....	49
3.2.2. Kebijakan Pengembangan Pariwisata Nasional dan Regional	50
BAB IV KOMPONEN STRATEGIS RENCANA PEMBANGUNAN	
PARIWISATA KAB. TIMOR TENGAH SELATAN.....	52
4.1. Visi Pembangunan Pariwisata TTS	52
4.2. Misi Pembangunan Pariwisata TTS.....	52
4.3. Tujuan Pembangunan Pariwisata TTS.....	53
4.4. Sasaran Pembangunan Pariwisata TTS.....	53
4.5. Arah Pembangunan Pariwisata TTS	54
BAB V KOMPONEN OPERASIONAL RENCANA PEMBANGUNAN	
PARIWISATA KAB. TIMOR TENGAH SELATAN.....	55
5.1. Program Pembangunan Pariwisata TTS 2018-2025	55
5.2. Arah Kebijakan dan Strategi Pengembangan DPD	56
5.2.1. Arah Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Daerah.....	56
5.2.2. Pembangunan Daya Tarik Wisata	58
5.2.3. Pembangunan Aksesibilitas Pariwisata	60
5.2.4. Pembangunan Prasarana Umum, Fasilitas Umum dan Fasilitas Pariwisata.....	61
5.2.5. Pemberdayaan Masyarakat melalui Kepariwisata	63
5.2.6. Pengembangan Investasi di bidang pariwisata	65
5.3. Arah Kebijakan dan Strategi Pembangunan Pemasaran Pariwisata	66
5.3.1. Pengembangan Pasar Wisatawan	66
5.3.2. Pengembangan Citra Pariwisata	67
5.3.3. Pengembangan Kemitraan Pemasaran Pariwisata.....	67
5.3.4. Pengembangan Promosi Pariwisata.....	68
5.4. Arah Kebijakan dan Strategi Pembangunan Industri Pariwisata	68
5.4.1. Penguatan Struktur Industri Pariwisata.....	69
5.4.2. Peningkatan Daya Saing Produk Pariwisata.....	69
5.4.3. Pengembangan Kemitraan Usaha Pariwisata	71
5.4.4. Penciptaan Kredibilitas Bisnis.....	72
5.4.5. Pengembangan Tanggungjawab Terhadap Lingkungan.....	72
5.5. Arah Kebijakan dan Strategi Pembangunan Kelembagaan Pariwisata.....	73
BAB VI ARAH KEBIJAKAN DAN INDIKASI PROGRAM PEMBANGUNAN	
PARIWISATA.....	78
6.1. Arah Kebijakan.....	78
6.1.1. Arah Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Daerah.....	78
6.1.2. Arah Kebijakan Program Pembangunan Pemasaran Pariwisata	80
6.1.3. Arah Kebijakan Pembangunan Industri Pariwisata.....	80

6.1.4. Arah Kebijakan Pembangunan Kelembagaan dan SDM	
Pariwisata.....	80
6.2. Indikasi Program.....	81

Q

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke TTS dan NTT 2012-2016	11
Tabel 2.2. Sebaran Ragam ODTW Menurut Kecamatan di Kab. TTS	13
Tabel 2.3. Jumlah Hotel, Kamar, Tempat Tidur dan Tingkat Hunian Kamar di Kab. TTS, 2012-2016.....	14
Tabel 2.4. Jumlah Restoran di Kab. TTS, 2012-2016	15
Tabel 2.5. Kondisi Jalan Negara, Provinsi dan Kabupaten di Kab. TTS, 2012-2016	15
Tabel 2.6. Jumlah Angkutan Umum di Kab. TTS, 2012-2016	16
Tabel 2.7. Perkembangan Industri Kecil dan RT Kab. TTS.....	17
Tabel 2.8. Perkembangan Unit Perusahaan Perdagangan dan Kontribusinya Terhadap PDRB di Kab. TTS, 2012-2016	18
Tabel 4.3. Sebaran Ragam ODTW Menurut Kecamatan di Kab. TTS	39

2

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Perkembangan Kunjungan Wisman ke Indonesia	22
Gambar 2.2. Wisatawan Asing menurut Negara Asal, 2016	22

2

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut pengertian generiknya, pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah, melainkan untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur serta tujuan-tujuan lainnya. Mengacu pada pengertian generik tersebut, umumnya pendekatan yang digunakan fokus pada bagaimana menjual keindahan daya tarik wisata, sehingga menarik minat dan dapat memenuhi rasa ingin tahu dan mengisi waktu senggang wisatawan.

Konsepsi generik tersebut telah ditinggalkan, dan bergeser pada konsepsi fungsional yang berperspektif luas. Pariwisata tidak saja berkaitan dengan memenuhi rasa ingin tahu dan mengisi waktu senggang semata, tetapi merupakan suatu industri yang mengintegrasikan dua kekuatan pasar, yaitu permintaan dan penawaran. Integrasi antar dua kekuatan pasar menjadikan kegiatan pariwisata semakin kompleks. Penataan kegiatan sisi permintaan dan sisi penawaran mulai terentang dari hulu ke hilir, menciptakan rantai ekonomi (*value chain*) yang semakin panjang, dan disepanjang rantai ekonomi tersebut terjadi efek pelipatgandaan (*multiplier effect*), yang berdampak pada penciptaan kesempatan kerja, lapangan usaha produktif, yang kesemuanya memberi pendapatan kepada setiap orang yang terlibat didalamnya, baik langsung (*direct*), tidak langsung (*indirect*) dan ikutan (*induced*).

Demikianlah pariwisata mulai berkembang menjadi kegiatan ekonomi yang bermanfaat, baik ada aras individu, maupun negara. Pariwisata dipandang sebagai

industri gaya baru yang mampu memacu pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal ini kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor lain meliputi industri-industri kerajinan tangan, cinderamata, penginapan, dan transportasi.

Adanya manfaat pariwisata bagi ekonomi individu, badan usaha, bahkan bagi suatu negara, menjadikan pemerintah memberi perhatian serius terhadap berbagai usaha untuk memajukan pariwisata. Pembangunan kepariwisataan sebagai bagian dari pembangunan nasional mempunyai tujuan antara lain memperluas kesempatan berusaha dan lapangan kerja, yang tujuan akhirnya adalah meningkatkan pendapatan masyarakat yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Di Indonesia, usaha sistematis telah dilakukan Pemerintah Pusat dengan menerbitkan Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025. Di dalam peraturan ini, ditegaskan bahwa tujuan pembangunan kepariwisataan nasional adalah:

1. Meningkatkan kualitas dan kuantitas Destinasi Pariwisata;
2. Mengkomunikasikan Destinasi Pariwisata Indonesia dengan menggunakan media pemasaran secara efektif, efisien dan bertanggungjawab;
3. Mewujudkan industri pariwisata yang mampu menggerakkan perekonomian nasional; dan
4. Mengembangkan kelembagaan kepariwisataan dan tata kelola pariwisata yang mampu mensinergikan Pembangunan Destinasi Pariwisata, Pemasaran Pariwisata, dan Industri Pariwisata secara profesional, efektif dan efisien.

Tujuan pembangunan pariwisata nasional sebagaimana disebutkan, kembali menegaskan tentang bagaimana menata *value chain* kepariwisataan, yaitu sisi permintaan dan sisi penawaran secara terintegrasi, sehingga aktivitas kepariwisataan sungguh-sungguh dapat memberi manfaat bagi negara dan masyarakat Indonesia.

Pariwisata di Provinsi Nusa Tenggara Timur dan Timor Tengah Selatan, adalah bagian integral dari kepariwisataan nasional. Karena itu, ikhtiar untuk melaksanakan pembangunan kepariwisataan di NTT dan TTS haruslah koheren dan bersinergi dengan pembangunan kepariwisataan nasional, sehingga menimbulkan manfaat yang sebesar-besarnya bagi pemerintah dan masyarakat.

Mengingat peran penting bidang kepariwisataan sebagaimana di uraikan di atas, maka pemerintah mempunyai peranan penting dalam menentukan kebijakan berupa regulasi yang dapat mendukung dan menjamin kepastian hukum bagi pembangunan bidang kepariwisataan. Wujud peranan penting pemerintah dimaksud untuk mendukung keberhasilan pembangunan bidang kepariwisataan maka telah dibuat Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, yang ditegaskan bahwa: kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggungjawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya, kelestarian dan mutu lingkungan hidup serta kepentingan nasional. Lebih lanjut ditegaskan bahwa pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan local, nasional dan global.

Agar tercapainya tujuan pembangunan kepariwisataan dimaksud, maka pada tataran implementasi ketentuan undang-undang kepariwisataan, Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah perlu menetapkan kebijakan-kebijakan yang dituangkan dalam bentuk Peraturan Pemerintah dan Peraturan Daerah terkait dengan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS) dan Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPARDA).

Pada aras Provinsi Nusa Tenggara Timur, telah ditetapkan Perda No. 5 tahun 2014 tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah Nusa Tenggara Timur, 2015-2025, yang merupakan penjabaran dari Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan

Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025. Mengingat Kabupaten TTS belum menetapkan Peraturan Daerah tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah sejalan dengan penetapan yang telah dilakukan pada tingkat nasional dan provinsi, maka melalui kegiatan ini, dilakukan penyusunan Rancangan Peraturan Daerah Kab. TTS tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Kab. TTS tahun 2018-2025, yang didahului dengan penyusunan Dokumen Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPARDA) Kab TTS dan Naskah Akademik Rancangan Perda Kab. TTS tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Kab. TTS tahun 2018-2025.

1.2. Maksud dan Tujuan

Penyusunan Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Kab. TTS Tahun 2018-2025 ini dimaksudkan untuk:

- 1) Menyelaraskan kebijakan pengembangan kepariwisataan di Kab. TTS agar sejalan dengan kebijakan pengembangan kepariwisataan pada aras provinsi dan nasional
- 2) Memberikan landasan perencanaan dan pengembangan kepariwisataan dalam jangka menengah dan jangka panjang agar selaras dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah (Daerah (RPJMD), Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) dan Rencana Tata Ruang Wilayah Kab. TTS.
- 3) Memberi arahan pengembangan kepariwisataan bagi stakeholders kepariwisataan, agar dapat berpartisipasi aktif dalam pengembangan kepariwisataan di Kab. TTS.

Berdasarkan maksud di atas, maka tujuan penyusunan Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Kab. TTS Tahun 2018-2025 ini adalah:

- e) Merumuskan dan menetapkan komponen strategis rencana pembangunan pariwisata TTS yang terdiri dari: visi, misi, tujuan, arah dan kebijakan pembangunan pariwisata TTS Tahun 2018-2025.

- f) Merumuskan dan menetapkan komponen operasional rencana pembangunan pariwisata TTS yang terdiri dari:
- a. Rencana Pengembangan Pariwisata TTS, mencakup:
 - ❖ Struktur dan Perwilayahan Pariwisata TTS
 - ❖ Kawasan Strategis Pengembangan Pariwisata TTS
 - ❖ Kawasan Andalan Pengembangan Pariwisata TTS
 - ❖ Produk Andalan Pariwisata TTS
 - b. Program Pembangunan Pariwisata TTS Tahun 2018-2025, mencakup:
 - ❖ Pembangunan Destinasi Pariwisata
 - ❖ Pembangunan Industri Pariwisata
 - ❖ Pembangunan Pemasaran Pariwisata
 - ❖ Pembangunan Kelembagaan dan SDM Pariwisata
 - c. Menjabarkan rencana pengembangan dan program pembangunan pariwisata TTS kedalam kegiatan-kegiatan prioritas yang akan dilaksanakan dalam kurun waktu 2018-2025.

1.3. Dasar Hukum

Sejumlah dasar hukum pada aras nasional, propvinsi dan kabupaten yang digunakan sebagai dasar pelaksanaan penyusunan Dokumen RIPPARDA TTS, Naskah Akademik dan Rancangan Perda Kab. TTS tentang RIPPARDA TTS 2018-2025 adalah sebagai berikut:

- a) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11, tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4966);
- b) Undang-undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan
- c) Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Keparawisataan Nasional;

-
- d) Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata RI nomor: PM.37/UM.001/MKP/07, tanggal 2 Januari 2017 tentang Kriteria dan Penetapan Destinasi Pariwisata Unggulan;
- e) Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata RI Nomor:PM.03/UM.001/MKP/2009, Tanggal 19 Februari 2009 tentang Pedoman Kegiatan Departemen Kebudayaan dan Pariwisata yang dilaksanakan melalui dekonsentrasi dan atau tugas pembantuan;
- f) Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Timur No. 5 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah Provinsi TTS, Tahun 2015-2025;
- g) Peraturan Daerah Kabupaten Timor Tengah Selatan No. 2 Tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kab. TTS Tahun 2012-2032;
- h) Peraturan Daerah Kabupaten Timor Tengah Selatan No. 4 Tahun 2014 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten TTS Tahun 2014-2019;
- i) Peraturan Daerah Kabupaten Timor Tengah Selatan, No 12 Tahun 2011 tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Kabupaten Timor Tengah Selatan Nomor 20 Tahun 2007, tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Dinas-Dinas Daerah dalam lingkup Pemerintah Kabupaten Timor Tengah Selatan.
- j) Peraturan Daerah Kabupaten Timor Tengah Selatan, Nomor 9 Tahun 2016, tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Tahun 2017 (Lembaran Daerah Kabupaten Timor Tengah Selatan Nomor 9 Tahun 2016);
- k) Peraturan Bupati Timor Tengah Selatan Nomor 92 Tahun 2016 tentang Penjabaran Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Kabupaten Timor Tengah Selatan No. 4 Tahun 2011 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah Kab. TTS Tahun 2011-2026;
- l) Daerah Kabupaten Timor Tengah Selatan Tahun 2017. (Berita Daerah Kabupaten Timor Tengah Selatan Nomor 92 Tahun 2016
-

BAB II
GAMBARAN UMUM KEPARIWISATAAN
KAB. TIMOR TENGAH SELATAN

2.1. Pariwisata dalam Perspektif Tata Ruang TTS

Dalam wacana RTRW Kab. TTS 2012 – 2032, pengembangan sektor pariwisata diatur dalam bagian Kawasan Peruntukan Pariwisata sebagai berikut:

(1) Kawasan peruntukan pariwisata sebagaimana dimaksud meliputi :

1. kawasan peruntukan pariwisata alam;
2. kawasan peruntukan pariwisata budaya; dan
3. kawasan peruntukan pariwisata buatan.

(2) Kawasan peruntukan pariwisata alam meliputi :

1. kawasan pariwisata Hutan Gunung Mutis terdapat di Kecamatan Fatumnasi dan Kecamatan Tobu;
2. kawasan pariwisata Fatumnasi terdapat di Kecamatan Fatumnasi;
3. kawasan Air terjun Oehala di Kecamatan Mollo Selatan;
4. kawasan pantai Kolbano terdapat di Kecamatan Kolbano; dan
5. kawasan Pantai Oetune terdapat di Kecamatan Kualin

(3) Kawasan peruntukan pariwisata budaya meliputi :

1. kawasan Kampung adat Boti di Kecamatan Kie;
2. kawasan Kampung adat Tetaf/None di Kecamatan Amanuban Barat;
3. Pusat Kerajaan Mollo Utara Ajaobaki di Kecamatan Mollo Utara; dan
4. Peninggalan Sejarah Kerajaan Amanuban di Niki-Niki Kecamatan Amanuban Tengah

(4) Kawasan peruntukan pariwisata buatan yaitu kawasan Taman Rekreasi Buat di Kecamatan Mollo Selatan.

Selain itu, pariwisata juga ditempatkan dalam kawasan strategis, yang meliputi:

a. Kawasan strategis dari sudut kepentingan ekonomi meliputi :

1. kawasan strategis Cepat tumbuh di Batuputih dan Perkotaan Niki-Niki;
2. kawasan strategis Agropolitan di Kecamatan Mollo Utara, Kecamatan Mollo Tengah, Kecamatan Mollo Selatan, Kecamatan Oenino, Kecamatan Kuantana, Kecamatan Polen dan Kecamatan Amanuban Timur
3. kawasan strategis Minapolitan perikanan tangkap dan budidaya di Desa Kualin, Tuafanu (Kecamatan Kualin), Desa Noenbila, Oinlasi (Kecamatan Mollo Selatan), serta Desa Bena, Linamnutu (Kecamatan Amanuban Selatan);
4. kawasan strategis Ketahanan pangan di Desa Bena, Oebelo, Oekiu, Batnun, dan Desa Pollo;
5. kawasan strategis agrowisata kawasan sentra jeruk terdapat di Kecamatan Mollo Tengah dan Kecamatan Mollo Utara.
6. kawasan strategis dari sudut kepentingan fungsi dan daya lingkungan hidup adalah kawasan konservasi Cagar Alam Mutis Timau di Kecamatan Fatumnasi dan Kecamatan Tobu.
7. kawasan strategis dari sudut sosial budaya meliputi :
 - kawasan Desa adat Boti di Kecamatan Kie;
 - kawasan pusat Kerajaan Mollo Utara Ajaobaki di Kecamatan Mollo Utara;
 - kawasan perkampungan Tetaf/None di Kecamatan Amanuban Barat; dan
 - kawasan Kerajaan Amanuban di Niki-Niki Kecamatan Amanuban Tengah.
8. kawasan strategis lainnya berupa Kawasan Pendukung Strategis Perbatasan meliputi :
 - kawasan Pertahanan Keamanan : di Kolbano, Tuapukas, Noesiu, Nununamat, dan Oetuke.

- kawasan perbatasan Lotas, Besnam, Tumu, Niti, Sapnala, Kol'oto, Benahe, dan O'baki.

Dengan demikian, untuk kepentingan pengembangan kepariwisataan di TTS, dari segi tataruang telah ditetapkan ruang fisik yang dapat memwadahi pelaksanaan berbagai kegiatan wisata.

2.2. Pariwisata dalam Perspektif RPJMD TTS

Selanjutnya dalam wacana RPJMD TTS 2014 – 2019, pembangunan pariwisata diatur dalam kebijakan umum bidang ekonomi sebagai berikut: *Pemberdayaan ekonomi dalam rangka meningkatkan pendapatan masyarakat melalui pemanfaatan potensi wilayah agar dapat memberikan nilai tambah sebesar-besarnya dengan tetap memperhatikan kelestarian alam dan lingkungan melalui pengembangan SDM petani/peternak/nelayan, penyuluh dan tenaga pendamping masyarakat, pengenalan dan penggunaan teknologi pertanian dalam rangka peningkatan produksi peningkatan komoditi unggulan spesifik lokal dengan kebijakan peningkatan kesempatan kerja, Peningkatan produksi dan produktivitas tanaman pangan, perkebunan, peternakan, perikanan, Pengembangan potensi pariwisata serta Pelestarian hutan, tanah dan air.*

Kebijakan umum bidang ekonomi tersebut kemudian dijabarkan kedalam program terkait urusan pariwisata adalah sebagai berikut:

1. Program pengembangan destinasi pariwisata
2. Program pengembangan pemasaran pariwisata, dan
3. Program pengembangan kemitraan pariwisata.

Untuk membiayai ketiga prgram ini, alokasi anggaran untuk urusan pariwisata sangatlah kecil. Karena itu harus diakui bahwa sektor pariwisata belum bisa dikembangkan secara optimal. Karena itu yang menjadi tantangan utama ke depan adalah bagaimana merancang program dan menyediakan sumber pembiayaan yang memadai untuk mendukung pengembangan sektor pariwisata di TTS.

2.3. Pariwisata dalam Perekonomian TTS

Bagaimana sejatinya peranan sektor pariwisata dalam perekonomian TTS? Seberapa besar sumbangan sektor pariwisata terhadap PDRB TTS? Sulit diketahui, karena metode perhitungan PDRB yang digunakan BPS tidak mengklasifikasi pariwisata sebagai sektor ekonomi tersendiri. Aktivitas pariwisata terkait dengan beberapa sektor seperti transportasi, hotel, restoran, perdagangan dan jasa-jasa hiburan. Namun demikian sulit dipastikan berapa besar kontribusi nilai tambah sektor pariwisata terhadap nilai tambah sektor-sektor tersebut.

Karena itu, perkiraan tentang peranan pariwisata dalam perekonomian TTS hanya bisa dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan dan lama tinggal wisatawan. Semakin banyak wisatawan yang mengunjungi TTS dan semakin lama mereka tinggal di TTS, semakin besar pengeluaran mereka. Melalui *multiplier effect*, belanja wisatawan tersebut akan berpengaruh terhadap penciptaan kesempatan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat.

Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik yang datang di TTS sejatinya tidak terlalu besar, dan merupakan bagian kecil dari total wisatawan mancanegara dan domestik yang mengunjungi NTT. Sebagaimana tampak pada tabel berikut ini, total wisatawan yang mengunjungi berbagai obyek wisata di TTS sebanyak 2,84% tahun 2012, kemudian sedikit menurun menjadi 2,53% tahun 2016.

Tabel 2.1.
Jumlah Kunjungan Wisatawan ke TTS dan NTT 2012-2016

Tahun	NTT		Jumlah	TTS		Jumlah	%
	Mancanegara	Domestik		Mancanegara	Domestik		
2012	46,608	338,472	385,080	538	10,399	10,937	2.84
2013	45,107	318,658	363,765	589	7,554	8,143	2.24
2014	65,939	331,604	397,543	635	11,680	12,315	3.10
2015	66,860	374,456	441,316	657	11,268	11,925	2.70
2016	65,499	430,582	496,081	932	11,627	12,559	2.53

Sumber: BPS, NTT DALAM ANGKA 2013-2017 (Data diolah)

Lama kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik di TTS tidak diketahui. Pada tingkat NTT, lama kunjungan rata-rata berkisar antara 1,84 – 2,14 hari atau dibulatkan menjadi 2 hari. Sementara itu jumlah pengeluaran wisatawan per hari baik di TTS maupun NTT tidak diketahui. Pada tingkat nasional, Kementerian Pariwisata mencatat bahwa rata-rata pengeluaran wisatawan mancanegara per kunjungan (3 hari) sebesar US\$ 1.208 atau Rp. 15.714.270 (Kurs Rp. 13.000 per US\$1). Dengan demikian rata-rata pengeluaran per hari Rp. 5.230.090.- Sedangkan pengeluaran wisatawan nusantara per kunjungan (3 hari) sebesar Rp. 4.147.200 atau rata-rata per hari Rp. 1.382.400.-

Berdasarkan rata-rata pengeluaran tersebut, maka wisatawan mancanegara dan domestik yang mengunjungi TTS tahun 2016 dengan lama kunjungan 2 (dua) hari, membelanjakan uangnya sebesar Rp. 20,955 milyar. Pengeluaran wisatawan ini diterima oleh pemilik hotel, rumah makan, penyedia jasa transportasi, cinderamata, guide, dll. Sebagian besar pengeluaran tersebut diterima pemilik hotel, rumah makan dan penyedia jasa transportasi. Hanya sebagian kecil yang dibelanjakan pada pelaku ekonomi kecil. Artinya, peranan sektor pariwisata dalam menggerakkan perekonomian TTS masih terbatas.

Bila sektor pariwisata diharapkan menjadi penggerak perekonomian TTS, maka tantangan utama di waktu mendatang adalah meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Untuk itu, berbagai perbaikan mendasar dalam infrastruktur dan pengelolaan sektor kepariwisataan perlu mendapat perhatian penting.

2.4. Lingkungan Internal Kepariwisataan Kabupaten TTS

2.4.1. Keberadaan ODTW di Kabupaten TTS

Kabupaten TTS memiliki sejumlah ODTW yang cukup menarik. Berdasarkan Keputusan Kepada Dinas Pariwisata TTS Tahun 2017, terdapat 33 ODTW yang dapat dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 2.2.
Sebaran Ragam ODTW Menurut Kecamatan di Kab. TTS

Kecamatan	O D T W		
	Alam	Budaya/Sejarah	Minat Khusus
Kota Soe	1		
Mollo Selatan	1		
Mollo Tengah	3	1	
Mollo Utara	2	2	
Tobu	2		
Fatumnasi	2		
Polen		1	
Amanuban Barat	1		
Amanuban Tengah		1	
Amanuban Timur	2		
Kuatnana	2		
Fatukopa	1		
Kie	1	1	
Kualin	3		
Kolbano	2		
Kotolin	1		
Nunkolo	1	1	
Noebeba	1		
Jumlah	26	7	

Sumber: Dinas Pariwisata Kab. TTS, 2017

Beberapa dari ODTW tersebut misalnya: Pantai Kolbano, Pantai Oetune, Air Terjun Oehala dan Perkampungan Adat Boti mendapat perhatian wisatawan yang berasal dari luar TTS. Dilihat dari ragam ODTW, hanya dua jenis ODTW yang menonjol, yaitu Wisata Alam (Pantai, Pegunungan, Panorama, Air Terjun) dan Wisata Budaya/Sejarah (Perkembangan Adat, Upacara Adat, Tarian, Situs Sejarah) yang paling dominan. Belum terdapat Wisata Minat Khusus, atau aktivitas wisata yang dikembangkan berdasarkan minat/perhatian wisatawan.

Berdasarkan hasil survey lapangan yang telah dilakukan, dapat dicatat sejumlah fakta problematis sebagai berikut:

- Sebagian ODTW kurang mendapatkan pemeliharaan/perawatan memadai
- Keterlibatan masyarakat berkaitan dengan pemeliharaan ODTW bervariasi
- Pengelolaan ODTW belum didukung kelembagaan yang memadai

- d. Akses jalan menuju ODTW sebagian masih perkerasan
- e. Fasilitas penunjang seperti listrik dan air bersih belum memadai
- f. Kunjungan wisatawan tidak merata pada semua ODTW; hanya terdapat beberapa ODTW yang ramai dikunjungi
- g. Kegiatan produktif masyarakat yang memanfaatkan ODTW masih terbatas

2.4.2. Keberadaan Industri Pariwisata TTS

Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Elemen-elemen industri pariwisata antara lain: hotel, restoran, transportasi, komunikasi, usaha industri, perdagangan dan atraksi seni budaya.

a. Hotel

Ketersediaan hotel di TTS cukup memadai, ditandai dengan penambahan unit hotel, kamar dan tempat tidur setiap tahunnya. Jumlah tamu (asing dan domestik) juga mengalami kenaikan konstan setiap tahun, tetapi jumlahnya masih terbatas, mengakibatkan tingkat hunian kamar masih relatif rendah sebagaimana tampak pada tabel berikut ini.

Tabel 2.3.
Jumlah Hotel, Kamar, Tempat Tidur dan Tingkat Hunian Kamar di Kab. TTS, 2012-2016

Tahun	Jumlah Hotel	Jumlah Kamar	Jumlah Tempat Tidur	Jumlah Tamu	Tingkat Hunian (%)
2012	10	242	438	10,141	23.28
2013	10	242	464	11,278	25.89
2014	11	246	449	12,138	27.41
2015	12	258	460	13,017	28.03
2016	13	271	488	13,926	28.55

Sumber: BPS, NTT dan TTSDALAM ANGKA 2013-2017 (Data diolah)

b. Rumah Makan

Tabel 2.4.
Jumlah Restoran di Kab. TTS, 2012-2016

Tahun	Jumlah Restoran	Jumlah Tenaga Kerja
2012	100	341
2013	95	345
2014	108	371
2015	108	na
2016	146	na

Sumber: BPS, TTS DALAM ANGKA 2013-2017 (Data diolah)

Ketersediaan rumah makan di TTS cukup memadai. Jumlah unit restoran dan serapan tenaga kerja meningkat setiap tahun. Penyebaran restoran tidak merata; sebagian besar restoran terdapat di Kota Soe dan beberapa kota Kecamatan, mengakibatkan

wisatawan sulit mendapatkan layanan makan/minum pada obyek-obyek wisata yang dikunjungi.

c. Transportasi

Ketersediaan prasarana transportasi (jalan) di TTS belumlah optimal; sementara sarana transportasi (angkutan umum/penumpang) berfluktuasi. Panjang jalan negara, provinsi dan kabupaten di TTS tidak mengalami perubahan sepanjang tahun 2012-2016. Dari segi aksesibilitasnya relatif baik, karena bisa mendukung mobilitas orang dan barang antar wilayah di sepanjang pulau Timor. Namun demikian, dari segi kenyamanan dan kemantapannya kurang memadai, terutama berkaitan dengan kondisi jalan provinsi dan kabupaten sebagaimana tampak pada tabel berikut ini.

Tabel 2.5.
Kondisi Jalan Negara, Provinsi dan Kabupaten di Kab. TTS, 2012-2016

Tahun	Negara			Provinsi			Kabupaten		
	Baik	Sedang	Rusak	Baik	Sedang	Rusak	Baik	Sedang	Rusak
2012	88.70	-	-	102.56	12.11	191.67	439.46	-	753.44
2013	88.70	-	-	109.78	14.63	181.93	445.90	-	747.00
2014	88.70	-	-	116.32	15.22	174.80	503.00	-	689.02
2015	88.70	-	-	121.70	19.82	164.43	572.11	-	620.78
2016	88.70	-	-	123.27	20.85	162.22	662.92	-	529.97

Sumber: BPS, NTT dan TTSDALAMANGKA 2013-2017 (Data diolah)

Kondisi jalan negara seluruhnya baik. Kondisi jalan provinsi dan kabupaten kategori baik cenderung bertambah setiap tahun; sebaliknya kondisi jalan kategori rusak (dan rusak berat) cenderung menurun, tetapi secara proporsional, persentase jalan provinsi dan kabupaten pada kategori rusak (dan rusak parah) masih sangat besar. Pada tahun 2016 tercatat panjang jalan provinsi dan kabupaten kategori rusak masing—masing sepanjang 162,22 Km (52,95%) dan 529,97 Km (44,43%).

Tabel 2.6.
Jumlah Angkutan Umum di Kab. TTS, 2012-2016

Tahun	Angkutan Penumpang			Jumlah
	Bus	Mini Bus	Taxi	
2012	55	180	-	235
2013	123	329	-	452
2014	107	306	-	413
2015	89	302	-	391
2016	64	270	-	334

Sumber: BPS, NTT dan TTSDALAMANGKA 2013-2017 (Data diolah)

Ketersediaan sarana transportasi berupa angkutan penumpang di TTS berfluktuasi sepanjang tahun 2012-2016. Gejala ini sejatinya merupakan fenomena bisnis. Menurunnya unit bus dan bus mini, sebenarnya digantikan dengan kendaraan pribadi dan untuk kepentingan transportasi umum digantikan dengan munculnya kendaraan sewa (*rent car*), yang datanya belum tersedia. Dengan demikian, berkurangnya unit bus dan bus mini sebenarnya tidak mengganggu aktivitas perjalanan orang.

d. Komunikasi

Ketersediaan sarana komunikasi semakin baik dan penyebarannya semakin merata. Berkembangnya penggunaan teknologi informasi mengakibatkan intensitas komunikasi semakin tinggi dan terbuka. Sarana atau media komunikasi versi lama seperti telepon rumah dan kantor pos masih tetap eksis, tetapi pemanfaatannya semakin berkurang.

Kebutuhan masyarakat di TTS untuk berkomunikasi pada umumnya menggunakan jaringan telekomunikasi. Jasa telekomunikasi yang berkembang terdiri dari jasa telepon tidak bergerak, jasa telepon seluler, jasa interkoneksi, jasa layanan pesan singkat, faksimili, jasa layanan internet seluler dan jasa *video call*.

Di Kabupaten TTS, paling kurang terdapat 2 (dua) operator telepon seluler yang menyediakan berbagai jasa telekomunikasi tersebut, yaitu: Telkomsel dan Indosat. Secara keseluruhan, jumlah BTS (*Base Tranceiver Station*) di NTT sebanyak 1.900 unit, termasuk BTS Generasi Ketiga (3G) dan Generasi Keempat (4G LTE). Dengan jumlah BTS tersebut, jaringan komunikasi di berbagai kabupaten/kota NTT telah terkoneksi dengan berbagai daerah di luar NTT, Nasional, bahkan Internasional. Kondisi demikian sangat mendukung tumbuh dan berkembangnya aktivitas komunikasi yang menunjang aktivitas kepariwisataan dan bisnis.

e. Usaha Industri

Usaha industri merupakan bagian penting yang membentuk matarantai industri pariwisata. Usaha industri yang pada umumnya bersentuhan langsung dengan aktivitas kepariwisataan adalah industri kecil dan industri kerajinan skala rumah tangga.

Tidak tersedia data tentang ragam industri dan dan industri kerajinan skala rumah tangga di TTS. Berdasarkan pengamatan lapangan, dapat diidentifikasi ragam industri dan dan industri kerajinan skala rumah tangga sebagai berikut:

- Tenun, fashion dan aksesoris berbahan tenun
- Makan dan minuman (berbagai jenis)
- Cenderamata berbahan kayu, bambu, rotan, kulit, anyaman, batu dan tanah
- Furniture

Tabel 2.7.
Perkembangan Industri Kecil dan RT Kab. TTS

Tahun	Industri Kecil	Industri Kerajinan RT	Jumlah
2012	1,163	4,996	6,159
2013	371	4,991	5,362
2014	467	4,991	5,458
2015	467	4,991	5,458
2016	133	4,991	5,124

Sumber: BPS, TTS DALAM ANGKA 2013-2017 (Data diolah)

Keberadaan ragam produk kerajinan skala kecil dan rumah tangga tersebut penting untuk menciptakan kesempatan kerja produktif dan peningkatan pendapatan masyarakat, namun kondisi

dan dinamikanya belum optimal. Proses produksi belum didukung skill memadai. Selain itu, jumlah unit usaha industri kecil menunjukkan kecenderungan berkurang; sementara itu jumlah unit usaha industri kerajinan (RT) tidak berubah.

Fakta di atas merefleksikan *supply side problem* yang dihadapi industri kecil dan industri kerajinan di TTS. Terdapat persoalan internal terkait pengelolaan usaha, teknis produksi dan skill SDM yang perlu mendapat penanganan serius. Dalam matarantai industri pariwisata, sektor industri berada pada bagian tengah (*intermediate*) yang menghubungkan sektor pertanian pada sisi hulu dan pariwisata pada sisi hilir. Jika sektor tengah tidak berfungsi baik, mata rantai industri pariwisata akan terputus, dan akibatnya penanganan aktivitas kepariwisataan dilakukan secara parsial. Dalam kondisi demikian, pariwisata tidak akan menghasilkan *multiplier effect* yang berguna bagi penciptaan kesempatan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat.

f. Perdagangan

Jumlah perusahaan perdagangan skala besar tidak mengalami pertambahan sepanjang tahun 2012-2016; sementara itu perusahaan perdagangan skala menengah dan kecil sedikit mengalami pertambahan. Kondisi demikian menyebabkan volume perdagangan meningkat secara nominal, tetapi secara relatif, kontribusinya terhadap PDRB sedikit menurun sebagaimana tampak pada tabel berikut ini.

Tabel 2.8.
Perkembangan Unit Perusahaan Perdagangan dan Kontribusinya
Terhadap PDRB di Kab. TTS, 2012-2016

Tahun	Skala Usaha Perusahaan Perdagangan				Kontribusi Terhadap PDRB		Inflasi (%)
	Besar	Sedang	Kecil	Jumlah	Rp. Milyar	%	
2012	54	336	638	1,028	272.94	6.85	7.54
2013	54	336	650	1,040	294.81	6.61	7.59
2014	54	336	650	1,040	318.80	6.40	7.32
2015	54	339	659	1,052	345.27	6.21	7.20
2016	54	365	688	1,107	379.16	6.12	6.59

Sumber: BPS, TTS DALAM ANGKA 2013-2017 (Data diolah)

Fakta di atas menunjukkan bahwa sektor perdagangan secara fungsional tidak memberi pengaruh signifikan terhadap peningkatan produksi barang dan jasa. Sebaliknya sektor perdagangan lebih berperan mendistribusikan barang, utamanya barang kebutuhan pokok ke berbagai daerah di TTS, sehingga keseimbangan antara permintaan dan penawaran (persediaan) tetap terjaga. Hal ini terlihat dari tingkat kenaikan harga (laju inflasi) yang cenderung menurun atau dapat dikendalikan dengan baik.

Dari segi kepentingan kepariwisataan, sektor perdagangan sangat dibutuhkan untuk dua kepentingan, yaitu (1) memperlancar distribusi barang dan (2) mendorong pertumbuhan produksi, utamanya produksi yang berbasis pada usaha industri kecil dan kerajinan rumah tangga. Untuk kepentingan yang kedua, sektor perdagangan di TTS belum berfungsi dengan baik. Karena itu menjadi tantangan diwaktu mendatang adalah mendorong pelaku ekonomi pada sektor perdagangan untuk lebih berorientasi pada penciptaan pasar bagi produk-produk industri kecil dan kerajinan RT, sehingga dapat memberi insentif dan kepastian pasar bagi para pelaku industri kecil dan kerajinan (RT).

2.4.3. Pemasaran Pariwisata TTS

Pemasaran pariwisata pada dasarnya merupakan suatu sistem yang melibatkan semua *stakeholder* kepariwisataan, dengan sasaran utama memperkenalkan keunikan ODTW untuk mendatangkan wisatawan. Organisasi yang terlibat dalam pemasaran pariwisata adalah Pemerintah, Swasta (Asosiasi Usaha Terkait Pariwisata: PHRI, ASITA, KADIN, INACA, INSA) dan Kelembagaan bersama Pemerintah Swasta: Badan Pengelola, Pemasaran dan Promosi Pariwisata; Badan Pengelola Destinasi Pariwisata dan kelembagaan lainnya.

Kegiatan pemasaran Pariwisata di Kab. TTS belum terlembaga dalam suatu sistem yang melibatkan seluruh *stakeholder* kepariwisataan. Pemerintah memainkan peranan penting dalam kegiatan pemasaran, dan dalam batas tertentu dunia usaha

terlibat didalamnya. Dengan sumberdaya yang relatif terbatas, kegiatan pemasaran pariwisata yang dilaksanakan pemerintah daerah belumlah optimal.

Didalam arah kebijakan dan strategi pembangunan pariwisata secara nasional dan provinsi, ditegaskan 4 (empat) konten utama terkait pemasaran pariwisata, yaitu pasar wisatawan, citra pariwisata, kemitraan pariwisata dan promosi pariwisata. Dari keempat aspek ini, pemerintah daerah masih fokus pada promosi pariwisata; sementara 3 (tiga) konten lainnya belum mendapat perhatian. Karena itu yang menjadi tantang di waktu mendatang adalah bagaimana megembangkan pemasaran pariwisata yang berbasis sistem yang terintegrasi dengan melibatkan semua *stakeholder* kepariwisataan.

2.4.4. Kelembagaan Pariwisata TTS

Kelembagaan pariwisata terdiri dari kelembagaan pemerintah, swasta dan kelembagaan yang dibentuk pemerintah dan swasta, sebagaimana disebutkan dalam bagiana pemasaran pariwisata. Selain organisasi, aspek SDM pariwisata juga merupakan bagian penting dari kelembagaan pariwisata.

Keberadaan organsasi pariwisata seperti instansi pemerintah dan badan swasta seperti PHRI, ASITA, KADIN, BPPPP dan BPDP belum terkonsolidasi dengan baik; bahkan BPPPP dan BPDP belum terbentuk. Hal ini mengakibatkan ketimpangan dari segi kelembagaan pengelolaan pariwisata. Dengan sumberdaya yang relatif terbatas, instansi pemerintah akan mengalami kesulitan dalam menangani berbagai aspek kepariwisataan.

Selain itu, masalah SDM Pariwisata juga belum mendapat perhatian penting. Keberadaan lembaga pendidikan terkait pembinaan dan pengembangan SDM pariwisata sangatlah penting. Di waktu mendatang, sangat dibutuhkan SDM pariwisata dalam jumlah dan kualitas yang memadai. Sampai sejauh ini keberadaan SDM pariwisata di kab. TTS masih terfokus pada aparat pemerintah yang menangani urusan kepariwisataan. Keberadaan SDM pariwisata yang berasal dari

dunia usaha sangatlah terbatas. Karena itu perlu dipikirkan tindakan-tindakan terukur dan berkelanjutan untuk menghasilkan SDM pariwisata yang dibutuhkan.

2.5. Lingkungan Eksternal Kepariwisataaan TTS

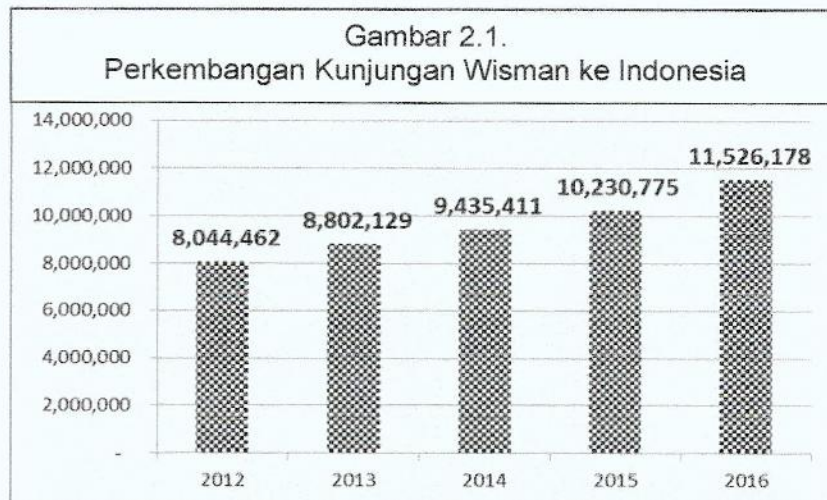
2.5.1. Kecenderungan Perkembangan Kepariwisataaan Nasional dan Global

a. Sisi Permintaan

Walaupun jumlah perjalanan wisata internasional di kawasan Asia Pasifik pada tahun 2016 baru mewakili sekitar 30% perjalanan dunia atau setara dengan 252,5 juta perjalanan wisata, namun demikian pertumbuhan perjalanan wisata di kawasan ini merupakan yang tertinggi di dunia (27,9%) dibandingkan kawasan lainnya. Asia Pasifik sampai saat ini merupakan kawasan pariwisata dunia yang paling dinamis. Pada tahun 2000, jumlah perjalanan wisata di kawasan ini baru mencapai 78,7 juta perjalanan namun dalam waktu enam belas tahun berlipat tiga menjadi lebih dari 252,5 juta perjalanan. Pendapatan pariwisata di kawasan ini tahun 2016 mencapai US\$ 224,97 miliar, meningkat 31,8% dibanding tahun 2015.

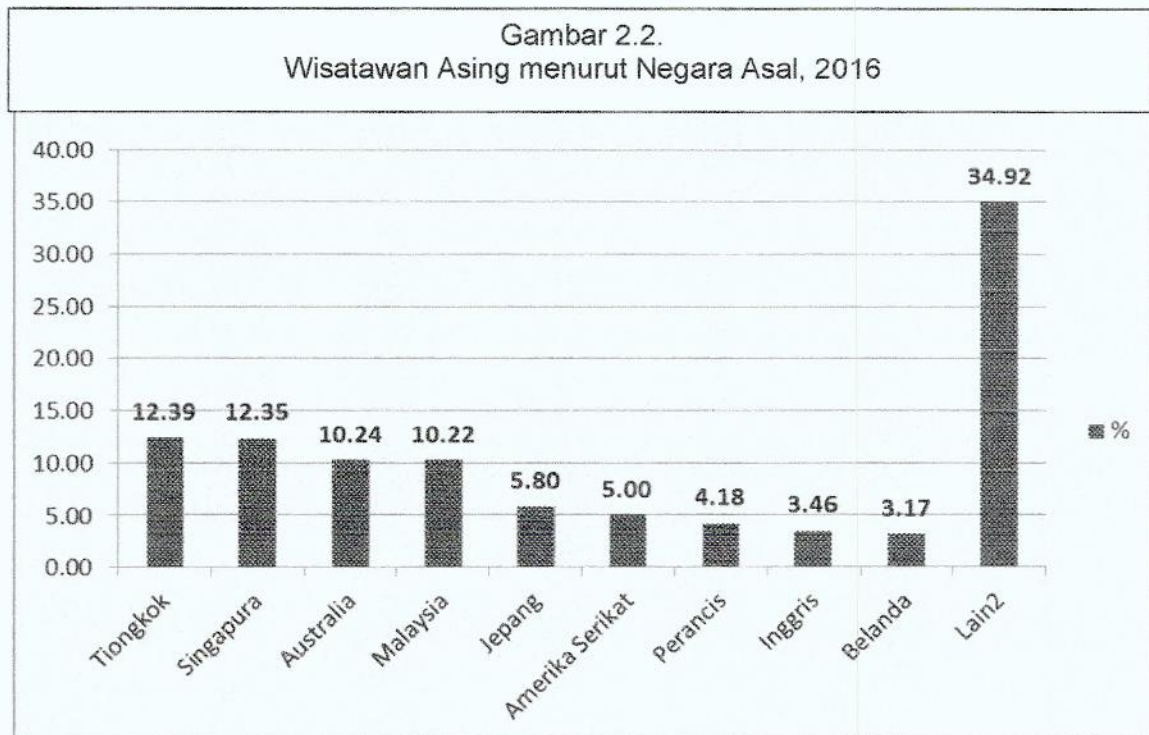
Pada kawasan Asia Pasifik terdapat 4 (empat) sub kawasan pariwisata yaitu Asia Timur Jauh, Asia Tenggara, Oseania dan Asia Selatan. Pada tahun 2016 keseluruhan kawasan ini rata-rata mengalami pertumbuhan di atas 12%. Kawasan Asia Tenggara mengalami pertumbuhan tertinggi, yaitu lebih dari 30%, diikuti Asia Timur Jauh (29,6%), Asia Selatan (16,7%) dan Oseania (12,5%)





Indonesia merupakan salah satu negara tujuan wisata terpenting pada kawasan Asia Tenggara. Sepanjang tahun 2012 - 2016 wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia mengalami peningkatan yang sangat signifikan,

dengan rata-rata pertumbuhan 10,82% per tahun. Dilhat dari negara asalnya, wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia berasal dari Tiongkok, Singapura, Australia dan Malaysia sebagaimana tampak pada gambar berikut.



Hal penting yang perlu dicermati dari kedatangan wisatawan mancanegara dan juga wisatawan domestik adalah adanya perubahan preferensi terhadap obyek

wisata. Majalah *Tourism Business* edisi Juni 2017 mengungkapkan 5 (lima) preferensi atau kecenderungan pilihan obyek wisata yang menonjol adalah:

1) *Eco-tourism*

Seiring dengan semakin meningkatnya kegiatan pabrik, isu lingkungan, dan penatnya kepadatan sehari-hari, *eco-tourism* kini mulai menjadi primadona tujuan pariwisata dengan pesona alamnya yang menjunjung nilai-nilai kelestarian lingkungan.

Objek-objek wisata dengan konsep alam serta fasilitas pariwisata, seperti resor, *bungalow*, ataupun bentuk penginapan lain yang mengangkat konsep ramah lingkungan menawarkan daya tarik tersendiri, terutama bagi para turis yang memiliki kesadaran baik akan pelestarian lingkungan. Di sisi lain, pemandangan yang asri pun dapat membantu para turis untuk melepas kepenatan mereka dari padatnya aktivitas sehari-hari.

2) *Instant trip*

Tingginya tuntutan aktivitas masyarakat global yang kian meningkat seringkali membuat mereka sulit mencari waktu luang untuk melepaskan diri dari padatnya kesibukan sehari-hari. Hal ini seringkali menyebabkan sulitnya menemukan waktu luang untuk liburan panjang dengan santai.

Oleh karena itu, ketika mereka menemukan kesempatan, mereka akan cenderung memanfaatkannya untuk berwisata sedapat mungkin walaupun dalam waktu singkat. Selain itu, berwisata dalam waktu singkat juga akan memberikan mereka ruang waktu lebih untuk melakukan berbagai kegiatan lain selain tuntutan kewajiban sehari-hari.

Bagi mereka yang memiliki rutinitas padat, yang paling utama dari perjalanan wisata adalah pengalaman yang berkesan, sehingga tidak perlu menghabiskan banyak waktu. *Instant trip* juga cenderung lebih praktis dan ekonomis. Di sisi lain, maraknya aplikasi *smartphone* yang menawarkan berbagai jasa dan informasi *travel* juga membuat tren pariwisata ini lebih diminati.

3) *Business leisure*

Perjalanan bisnis sambil liburan kini semakin diminati banyak orang, terutama mereka dari kalangan eksekutif atau yang memiliki kepadatan aktivitas tinggi, terutama terkait bisnis. Oleh karena itu, di tahun 2017, perjalanan *bleisure* (*business + leisure*) sudah sangat lumrah terjadi.

Hal ini makin sering dilakukan karena orang yang memiliki kesibukan tinggi sangat sulit menemukan waktu untuk bersantai. Oleh karena itu, jika mereka dapat melakukan kegiatan bisnisnya sambil melakukan perjalanan wisata, mereka akan memanfaatkan kesempatan tersebut.

4) *Eksplorasi tradisi, budaya dan interaksi*

Jika dulu orang-orang cenderung berwisata hanya sekadar untuk mengunjungi tempat baru dan berbelanja sebanyak mungkin di lokasi wisata terkait, sekarang tren tersebut sudah bergeser menjadi sesuatu yang lebih bernilai. Di tahun 2017 ini, semakin banyak turis lokal dan mancanegara yang melakukan perjalanan wisata dengan tujuan eksplorasi tradisi, budaya, dan interaksi sosial di wilayah setempat demi mendapatkan pengalaman dan pengetahuan yang lebih berharga. Dengan demikian, mereka tidak hanya sekadar mengunjungi tempat wisata, namun juga mencoba untuk mengenalnya.

5) *Secret paradise*

Dulu, orang-orang cenderung memilih tujuan wisata yang memang dikunjungi banyak orang karena sudah diketahui daya tariknya sebagai objek wisata. Namun kini, semakin banyak orang yang memilih perjalanan wisata ke tempat-tempat yang keaslian alamnya masih terjaga dan jauh dari keramaian orang banyak. Hal ini disebabkan karena seseorang memang cenderung ingin mengunjungi tempat baru yang belum diketahui untuk dieskplor secara lebih. Selain itu, suasana yang tenang dan pemandangan alam yang memukau dari *secret paradise* memiliki daya tarik tersendiri bagi kaum urban yang terlampau jenuh dan penat dengan kesibukan lingkungan metropolitan.

b. Sisi Penawaran

Berdasarkan penemuan terbaru dari Indeks Destinasi Asia Pasifik Mastercard 2017 (*Mastercard Asia Pacific Destinations Index 2017*) yang belum lama ini diluncurkan bertepatan dengan World Travel & Tourism Council (WTTC) Global Summit di Bangkok, Bangkok tetap menjadi destinasi Asia Pasifik yang paling banyak dikunjungi, sementara Singapura tetap melampaui ibukota Thailand tersebut dalam hal total pengeluaran wisatawan.

Selama dua tahun terakhir (2015-2016), Singapura telah mengalami pertumbuhan yang pesat yaitu sebesar 18 persen pada kategori pengeluaran wisatawan. Menjadi salah satu dari lima destinasi yang menempati posisi 20 besar berdasarkan kategori total pengeluaran yang mencapai minimal US\$200 pengeluaran per hari, Singapura berhasil menarik wisatawan dengan pengeluaran tertinggi yaitu sebesar US\$254 per harinya, diikuti dengan Beijing (US\$242), Shanghai (US\$234), Hong Kong (US\$211) dan Taipei (US\$208).

Berdasarkan penemuan Indeks terbaru tersebut, tahun 2016 merupakan tahun yang menarik untuk sektor pariwisata di kawasan Asia Pasifik. Didorong oleh peningkatan tingkat kekayaan konsumen di negara-negara berkembang di kawasan Asia Pasifik, perkembangan industri pariwisata di kawasan ini terus menunjukkan pertumbuhan yang kuat. Asia Pasifik menjadi kawasan dengan pertumbuhan tercepat pada sektor pariwisata internasional, bila dilihat dari sisi kontribusi terhadap PDB, dengan kontribusi sebesar 8,5 persen terhadap total PDB di kawasan Asia Pasifik dan 8,7 persen dari total lapangan kerja tahun lalu.

1. Jumlah *Overnight arrivals* melonjak lebih tinggi dari sebelumnya

Setengah dari 20 besar destinasi Asia Pasifik yang paling banyak dikunjungi mengalami pertumbuhan lebih dari 10 persen dalam kategori *overnight arrivals* di tahun 2015 hingga 2016. Destinasi yang paling diuntungkan dari pertumbuhan ini adalah Asia Timur Laut dan Asia Tenggara, yang meliputi Seoul (32,7 persen), Osaka (23,8 persen), Bali (22,5 persen), Tokyo (22,2 persen), Hokkaido (21,9 persen), Chiba (21,5 persen) dan Pattaya (20,6 persen).

Pertumbuhan ini memberikan peluang yang signifikan di mana pemerintah, institusi pariwisata, serta para *merchant* dapat turut merasakan berbagai manfaatnya, seperti perekonomian yang lebih baik, maupun perkembangan budaya dan infrastruktur. Untuk menjamin pertumbuhan yang stabil, sektor pemerintah dan swasta perlu bekerja sama untuk menciptakan lebih banyak ruang yang lebih ramah bagi wisatawan dan penduduk – serta akses yang lebih mudah untuk mencapai destinasi-destinasi wisata.

Secara keseluruhan, *overnight arrivals* ke 171 destinasi Asia Pasifik di tahun 2016 berjumlah 339,2 juta (9,8 persen dari CAGR2 di tahun 2009 – 2016), dipimpin oleh Bangkok yang berhasil menggaet 19,3 juta wisatawan. Singapura (13,1 juta) menyusul di posisi kedua, diikuti dengan Tokyo (12,6 juta), Seoul (12,4 juta) dan Kuala Lumpur (11,3 juta). China berdiri sebagai pasar wisata *outbound* terbesar di Asia Pasifik, yang telah berkontribusi sebesar 55 juta terhadap total wisatawan *overnight* internasional ke wilayah tersebut tahun lalu atau 16,2 persen dari total wisatawan. 10 besar destinasi Asia Pasifik diurutkan berdasarkan *overnight arrivals* internasional:

- | | |
|-----------------------------|-------------------------|
| 1. Bangkok – 19,3 juta | 6. Phuket – 9,1 juta |
| 2. Singapura – 13,1 juta | 7. Hong Kong – 8,9 juta |
| 3. Tokyo – 12,6 juta | 8. Pattaya – 8,1 juta |
| 4. Seoul – 12,4 juta | 9. Osaka – 7,4 juta |
| 5. Kuala Lumpur – 11,3 juta | 10. Taipei – 7,4 juta |

2. Jumlah wisatawan yang bermalam meraih pencapaian baru

Wisatawan yang berkunjung ke destinasi-destinasi Asia Pasifik kini semakin sering bepergian ke wilayah ini, dan mereka tinggal untuk periode yang lebih lama. Di tahun 2016, wisatawan yang datang berjumlah 1.768,7 juta malam, meningkat 8,1 persen CAGR dari 1.023,1 juta malam di tahun 2009. Bangkok memimpin dengan jumlah 87,6 juta malam, sementara Sydney berada di posisi kedua dengan 87,5 juta, diikuti dengan Kuala Lumpur 76,7 juta.

Secara khusus, Sydney yang berada di posisi kedua merupakan sebuah prestasi yang luar biasa jika dibandingkan dengan jumlah *overnight arrivals*-nya. Menempati posisi ke 20 di kategori *overnight arrivals*, menurut Indeks, perbandingan jumlah rata-rata wisatawan yang bermalam di Sydney dengan jumlah *overnight arrivals*-nya juga turut dialami oleh destinasi Australia lainnya, Melbourne dan Brisbane. Karena jauhnya jarak yang harus ditempuh beberapa wisatawan untuk menjangkau Australia, mereka cenderung bermalam lebih lama untuk menikmati perjalanannya. 10 besar destinasi Asia Pasifik diurutkan berdasarkan jumlah lama bermalam:

- | | |
|-----------------------------|--------------------------|
| 1. Bangkok – 87,6 juta | 6. Bali – 62,4 juta |
| 2. Sydney – 87,5 juta | 7. Singapura – 60,7 juta |
| 3. Kuala Lumpur – 76,7 juta | 8. Seoul – 56,0 juta |
| 4. Tokyo – 74,3 juta | 9. Brisbane – 51,8 juta |
| 5. Melbourne – 62,9 juta | 10. Taipei – 47,8 juta |

3. Total pengeluaran wisatawan meningkat hampir dua kali lipat

Didorong oleh peningkatan jumlah kelas menengah di kawasan Asia Pasifik, secara keseluruhan total pengeluaran wisatawan di wilayah ini meningkat dari US\$141,5 miliar di tahun 2009 menjadi US\$244,9 miliar di tahun 2016, meningkat sebesar 8,2 persen CAGR. Lebih dari itu, 20 besar sumber pasar utama Asia Pasifik telah berkontribusi sebesar US\$201,5 miliar terhadap pendapatan sektor pariwisata kawasan Asia Pasifik tahun 2016.

Jumlah wisatawan dari kawasan Asia Timur Laut telah membantu meningkatkan pendapatan di kawasan Asia Pasifik. Temuan utama dari Indeks menunjukkan bahwa China (17,7 persen) dan Korea Selatan (8,8 persen) merupakan kontributor terbesar terhadap total biaya pengeluaran sektor pariwisata di kawasan Asia Pasifik. Bahkan, kedua negara ini juga merupakan pasar utama untuk Singapura (China #1), Bangkok (China #1), dan Tokyo (Korea #1, China #2), destinasi utama di wilayah ini dari segi pengeluaran wisatawan. Sebagai negara

yang terkenal sebagai tempat belanja dan makan global, negara-negara ini merupakan negara paling populer di kalangan wisatawan China dan Korea Selatan kelas atas yang mencari pengalaman berbelanja dan kuliner baru. 10 besar destinasi Asia Pasifik diurutkan berdasarkan jumlah pengeluaran:

- | | |
|--------------------------------|----------------------------------|
| 1. Singapura – US\$15,4 miliar | 6. Bali – US\$8,7 miliar |
| 2. Bangkok – US\$12,7 miliar | 7. Phuket – US\$8,3 miliar |
| 3. Tokyo – US\$11,1 miliar | 8. Kuala Lumpur – US\$7,3 miliar |
| 4. Taipei – US\$9,9 miliar | 9. Sydney – US\$6,8 miliar |
| 5. Seoul – US\$9,4 miliar | 10. Hong Kong – US\$6,6 miliar |

Sebagai bagian dari komitmen Mastercard untuk mendukung sektor industri pariwisata Asia Pasifik, Indeks Destinasi Asia Pasifik (*Asia Pasifik Destinations Index*) menganalisa perjalanan wisata di 171 destinasi Asia Pasifik untuk membantu sektor industri pariwisata, pemerintah, dan para pemangku kepentingan untuk semakin memahami dan memenuhi permintaan di sektor pariwisata.

2.5.2. Posisi Pariwisata dalam Kebijakan dan Perekonomian Nasional

Pada masa lalu pembangunan ekonomi lebih diorientasikan pada kawasan Indonesia bagian barat. Hal ini terlihat lebih berkembangnya pembangunan sarana dan prasarana di kawasan barat Indonesia, dibandingkan dengan yang terdapat di kawasan timur Indonesia. Hal ini juga terlihat dari pembangunan di sektor pariwisata, dimana kawasan Jawa-Bali menjadi kawasan konsentrasi utama pembangunan kepariwisataan.

Sementara dilihat dari kecenderungan perubahan pasar global, yang lebih mengutamakan sumber daya alami sebagai destinasi wisata, maka potensi sumber daya alam di kawasan timur Indonesia lebih besar di bandingkan kawasan barat. Kualitas sumber daya alam yang dapat dijadikan daya tarik wisata unggulan di kawasan timur Indonesia, jauh lebih baik dan memiliki peluang yang besar untuk dikembangkan. Namun demikian tidak secara otomatis kawasan timur Indonesia dapat dikembangkan menjadi kawasan unggulan, karena adanya beberapa

masalah mendasar, seperti kelemahan infrastruktur, sumber daya manusia, dan sebagainya. Beberapa dampak yang ditimbulkan dari ketidakseimbangan pembangunan di sektor pariwisata adalah:

1. Pembangunan pariwisata yang tidak merata, khususnya di kawasan timur Indonesia, sehingga tingkat pertumbuhan ekonomi kawasan Indonesia timur dari sektor pariwisata masih rendah.
2. Indonesia hanya bertumpu pada satu pintu gerbang utama, yaitu Bali.
3. Lemahnya perencanaan pariwisata di kawasan timur Indonesia dan kurang termanfaatkannya potensi pariwisata di kawasan tersebut secara optimal.
4. Rendahnya fasilitas penunjang pariwisata yang terbangun.
5. Terbatasnya sarana transportasi, termasuk hubungan jalur transportasi yang terbatas.

Dampak yang ditimbulkan dari akibat ketidakseimbangan pembangunan tersebut di atas, sangat terasa pada saat Indonesia mengalami berbagai tragedi kemanusiaan di Bali dan Jawa tahun 2002 - 2005. Tragedi ini memberikan pelajaran yang sangat mahal bagi Indonesia, dimana pendekatan pembangunan pariwisata yang berorientasi pada pasar mancanegara saja, menjadi tidak mampu menopang kepariwisataan Indonesia. Kedua, pembangunan pariwisata yang bertumpu dan berfokus hanya pada satu pintu gerbang utama membuktikan banyak kelemahan.

Ketiga, perlunya diversifikasi aktivitas masyarakat pada satu destinasi pariwisata, sehingga dapat menjadikan alternatif pendapatan. Ketidakseimbangan pembangunan juga berdampak langsung pada ketidakseimbangan investasi yang ada. Investasi pariwisata di kawasan timur Indonesia, terlihat menjadi jauh lebih kecil dibandingkan dengan kawasan barat, karena sarana penunjang bisnis pariwisata skala nasional dan internasional telah tersedia, seperti pelabuhan laut, pelabuhan udara dan lain sebagainya. Para investor lebih memilih kawasan-kawasan yang telah memiliki sarana penunjang, terutama sarana yang mampu menarik pasar untuk berkunjung.