

Selain pembangunan fasilitas yang tidak seimbang, lemahnya investasi pariwisata di daerah, juga akibat dari lemahnya kebijakan pemerintah daerah di bidang pariwisata. Tidak dapat dipungkiri pula rentannya keamanan di daerah-daerah timur Indonesia, seperti Kabupaten Poso, di Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan, Maluku, Papua, juga memberikan dampak pada rendahnya investasi pariwisata di kawasan Timur.

Ketidakseimbangan pembangunan yang berdampak pada tidak meratanya pembangunan sektor pariwisata di Indonesia, harus dibenahi melalui penciptaan program-program pemerintah yang mendorong dan memfasilitasi terciptanya produk dan usaha pariwisata lebih besar dikawasan Indonesia timur. Selain itu, belajar dari pengalaman yang diambil dari pembangunan pariwisata yang bertumpu pada satu pintu gerbang, maka sebaiknya pemerintah pusat dan daerah harus mampu mendorong dan mendukung program jangka panjang berupa pengembangan pintu gerbang utam lainnya bagi pariwisata Indonesia.

Daerah ini harus strategis baik dilihat dari segi ekonomi, sosial dan politik serta keamanan pengunjung. Isu strategis pertama dalam masa penerapan otonomi daerah di sektor pariwisata adalah timbulnya persaingan antar daerah, persaingan pariwisata yang bukan mengarah pada peningkatan komplementaritas dan pengkayaan alternatif berwisata. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti:

- lemahnya pemahaman tentang pariwisata
- lemahnya kebijakan pariwisata daerah
- tidak adanya pedoman dari pemerintah pusat maupun provinsi.

Akibatnya pengembangan pariwisata daerah sejak masa otonomi lebih dilihat secara parsial. Artinya banyak daerah mengembangkan pariwisatanya tanpa melihat, menghubungkan dan bahkan menggabungkan dengan pengembangan daerah tetangganya maupun propinsi/kabupaten/kota terdekat. Bahkan cenderung meningkatkan persaingan antar wilayah, yang pada akhirnya akan berdampak buruk terhadap kualitas produk yang dihasilkan. Padahal pengembangan pariwisata seharusnya lintas Provinsi atau lintas Kabupaten/Kota, bahkan tidak tidak lagi



mengenal batas karena kemajuan teknologi informasi. Isu kedua terkait dengan kondisi pengembangan pariwisata Indonesia yang masih bertumpu pada daerah tujuan wisata utama tertentu saja, walaupun daerah-daerah lain diyakini memiliki keragaman potensi kepariwisataan.

Hal yang mengemuka dari pemusatan kegiatan pariwisata ini adalah dengan telah terlampauinya daya dukung pengembangan pariwisata di berbagai lokasi, sementara lokasi lainnya tidak berkembang sebagaimana mestinya. Selain itu kekhasan dan keunikan atraksi dan aktivitas wisata yang ditawarkan masih belum menjadi suatu daya tarik bagi kedatangan wisatawan mancanegara, karena produk yang ditawarkan tidak dikemas dengan baik dan menarik seperti yang dilakukan oleh negara-negara pesaing.

Salah satu kelemahan produk wisata Indonesia, yang menyebabkan Indonesia kalah bersaing dengan negara-negara tetangga adalah kurangnya diversifikasi produk dan kualitas pelayanan wisata Indonesia. Para pelaku kepariwisataan Indonesia kurang memberikan perhatian yang cukup untuk mengembangkan produk-produk baru yang lebih kompetitif dan sesuai dengan selera pasar. Isu ketiga berhubungan dengan situasi dan kondisi daerah yang berbeda baik dari potensi wisata alam, ekonomi, adat budaya, mata pencaharian, kependudukan dan lain sebagainya yang menuntut pola pengembangan yang berbeda pula, baik dari segi cara atau metode, prioritas, maupun penyiapannya.

Proses penentuan pola pengembangan ini membutuhkan peran aktif dari semua pihak, agar sifatnya integratif, komprehensif dan sinergis. Isu keempat dapat dilihat dari banyaknya daerah tujuan wisata yang sangat potensial di Indonesia apabila dilihat dari sisi daya tarik alam dan budaya yang dimilikinya. Namun sayangnya belum bisa dijual atau mampu bersaing dengan daerah-daerah tujuan wisata baik di kawasan regional maupun internasional. Hal tersebut semata-mata karena daya tarik yang tersedia belum dikemas secara profesional, rendahnya mutu pelayanan yang diberikan, interpretasi budaya atau alam yang belum memadai,





atau karena belum dibangunnya citra (image) yang membuat wisatawan tertarik untuk datang mengunjungi dan lain sebagainya.

Memperbanyak variasi produk baru berbasis sumber daya alam, dengan prinsip pelestarian lingkungan dan partisipasi masyarakat, merupakan strategi yang ditempuh untuk meningkatkan pemanfaatan keunikan daerah dan persaingan di tingkat regional. Selain kualitas kemasan dan pelayanan, produk pariwisata berbasis alam harus memberikan pengalaman lebih kepada wisatawan. Selanjutnya, pengemasan produk wisata dan pemasarannya, haruslah memanfaatkan teknologi terkini. Produk-produk wisata yang ditawarkan harus sudah berbasis teknologi informasi, sebagai upaya meningkatkan pelayanan dan sekaligus meningkatkan kemampuan menembus pasar internasional.

Di luar seluruh permasalahan, tantangan dan hambatan yang dimiliki Indonesia dalam pengembangan kepariwisataan, potensi yang dimiliki sebagai penunjang pembangunan kepariwisataan sangat tinggi. Kekayaan alam dengan keanekaragaman jenis atraksi wisata alam kelas dunia masih kita miliki. Atraksi wisata alam berbasis kekayaan alam tersebut meliputi daya tarik ekowisata, bahari, pulau-pulau kecil serta danau dan gunung tersebar di seluruh wilayah dan siap untuk dikembangkan. Kekayaan budaya yang tinggi dan beranekaragam juga menjadi potensi yang sangat tinggi untuk dilestarikan melalui pembangunan kepariwisataan.

Pada dasarnya minat utama wisatawan datang ke suatu destinasi pariwisata lebih disebabkan karena daya tarik wisata budaya dengan kekayaan seperti adat istiadat, peninggalan sejarah dan purbakala, kesenian, monumen, upacara-upacara dan peristiwa budaya lainnya. Kemajemukan bangsa Indonesia dengan agama yang beragam menjadi potensi yang sangat besar dalam peningkatan kepariwisataan. Hampir tidak ada negara atau daerah di dunia yang memiliki penduduk yang heterogen dalam kepercayaan mereka. Sementara Indonesia sangat berbeda merupakan potensi yang sangat besar untuk dikembangkan di masa datang.



Diperlukan bentuk-bentuk insentif yang mampu merangsang timbulnya investasi di bidang kepariwisataan dengan menggunakan manajemen partisipatoris dengan melibatkan seluruh stakeholders baik masyarakat, dunia usaha, lembaga keuangan, pemerintah daerah (Provinsi, Kabupaten maupun Kota), serta pemerintah pusat. Sesuai dengan Rencana Strategis Pembangunan Kebudayaan dan Kepariwisata Nasional tahun 2015 – 2019, maka kebijakan dalam pembangunan kepariwisataan nasional diarahkan untuk :

- meningkatkan daya saing destinasi, produk dan usaha pariwisata nasional;
- peningkatan pangsa pasar pariwisata melalui pemasaran terpadu di dalam maupun di luar negeri;
- peningkatan kualitas, pelayanan dan informasi wisata;
- pengembangan incentive system usaha dan investasi di bidang pariwisata;
- Pengembangan infrastruktur pendukung pariwisata;
- Pengembangan SDM (standarisasi, akreditasi dan sertifikasi kompetensi)
- Sinergi multi-stakeholders dalam desain program kepariwisataan

Untuk menanggulangi berbagai permasalahan dan potensi yang telah disebutkan di atas dengan tetap mengacu pada arah kebijakan pembangunan kepariwisataan yang telah disebutkan, perlu dilakukanserangkaian tindakan yang berbasis pada strategi :

1. kebijakan fiskal (Fiscal Policy) dengan jalan memberikan berbagai kebijakan fiskal bagi pengembangan kepariwisataan di berbagai daerah khususnya di kawasan timur Indonesia, seperti tax holiday, pendukung permodalan, bunga pinjaman yang kompetitif dan sebagainya.
2. kebijakan Investasi (Investment Policy) melalui penerapan peraturan perundangan baik di tingkat pemerintah pusat maupun daerah yang kondusif terhadap pembangunan usaha pariwisata baru maupun pengembangan usaha yang telah ada.
3. Pengembangan Infrastruktur dengan memperbesar aksesibilitas menuju dan dalam destinasi pariwisata melalui pembangunan serta perluasan jaringan

- jalan, bandara, pelabuhan laut, jaringan telekomunikasi, penyediaan listrik dan air bersih. Ketersediaan infrastruktur yang memadai akan meningkatkan daya saing serta daya tarik dalam penyediaan fasilitas kepariwisataan di suatu daerah tertentu.
4. Pengembangan SDM melalui peningkatan kegiatan pendidikan dan pelatihan bagi masyarakat lokal guna mengembangkan kompetensi masyarakat dalam penyediaan barang dan jasa kepariwisataan serta pelayanan bagi wisatawan baik mancanegara maupun nusantara.
  5. Koordinasi Lintas Sektor mengembangkan kemitraan antara seluruh stakeholders pembangunan kepariwisataan melalui upaya koordinasi, sinkronisasi dan konsolidasi yang melibatkan lembaga swadaya masyarakat, asosiasi/usaha pariwisata, DPR/DPRD, maupun pemerintah.

Seluruh kondisi tersebut di atas memerlukan pendekatan yang ditujukan untuk meningkatkan keunggulan daya saing (*competitive advantage*) yang dimiliki Indonesia dalam pengembangan kepariwisataan. Michael E. Porter (2004) menyebutkan bahwa *competitive advantage* membutuhkan faktor-faktor pembangun seperti:

**a. Cost Advantages**

Keunggulan atas biaya yang harus dikeluarkan dalam penyediaan produk dan pelayanan wisata merupakan faktor penting dalam membangun keunggulan kompetitif destinasi pariwisata. Di dalamnya bergabung berbagai faktor yang mampu mengembangkan kinerja destinasi seperti perencanaan (desain); pengembangan produk wisata; pemasaran; pelayanan; serta harga. Dalam konteks pemerintahan, keunggulan biaya dapat pula dibantu dengan harmonisasi regulasi antara pemerintah pusat dan daerah yang terkait dengan insentif keuangan, penetapan tarif serta skema perpajakan atau retribusi.

**b. Differentiation**

Membedakan destinasi dan produk pariwisata merupakan fokus dalam mengembangkan keunggulan komparatif kepariwisataan. Suatu destinasi pariwisata



harus mampu menjadi berbeda dengan pesaingnya ketika menghasilkan aksesibilitas, atraksi dan amenities yang unik dan berharga bagi wisatawan yang datang. Diferensiasi tidak melulu dilakukan dengan hanya menawarkan harga produk dan pelayanan yang lebih rendah.

### ***c. Business Linkages***

Mengembangkan hubungan yang saling menguntungkan merupakan suatu proses integratif dalam membangun keunggulan kompetitif kepariwisataan. Hubungan yang dibangun bersifat vertikal dan horisontal serta saling terintegrasi satu sama lainnya.

### ***c. Services***

Pelayanan yang konsisten semenjak wisatawan tiba di pintu masuk (entry point), pada saat berada di destinasi pariwisata sampai dengan kepulangannya. Seluruh pihak yang terkait seperti administrasi bandara dan pelabuhan, petugas imigrasi, bea cukai dan karantina, supir taksi dan lainnya seyogyanya mampu memberikan pelayanan prima dan baku sehingga meninggalkan kesan yang dalam bagi wisatawan.

### ***e. Infrastructures***

Kondisi prasarana dan sarana pendukung kepariwisataan yang terpelihara dan beroperasi dengan baik juga merupakan faktor penting pembangun keunggulan kompetitif suatu destinasi pariwisata.

### ***5. Technology***

Penggunaan teknologi yang tepat dan mudah digunakan akan mampu memberikan dukungan bagi pelayanan kepada wisatawan yang datang selain mampu juga mendukung proses pengambilan keputusan dalam pengembangan, pengelolaan dan pemasaran destinasi pariwisata.

### ***g. Human Resources***

Kompetensi sumberdaya manusia pelayanan dan pembinaan kepariwisataan menjadi kunci penting pelaksanaan berbagai faktor pembentuk keunggulan kompetitif tersebut di atas. Berbagai faktor pembentuk keunggulan kompetitif

tersebut menggambarkan kompleksitas pengembangan kepariwisataan yang bersifat multisektor dan multidisipliner bagi di tingkat pusat, provinsi maupun lokal. Namun demikian untuk melaksanakannya secara berhasil diperlukan 3 elemen penting yaitu:

1. Visi;
2. Kepemimpinan (Leadership); dan
3. Komitmen.

Ketiga elemen ini harus pula ditunjukkan secara nyata dalam proses pengembangan, pengelolaan dan pemasaran kepariwisataan. Khususnya ditingkat pusat secara kongkrit, implementasi dari ketiga elemen tersebut di atas telah dibuktikan dengan diterbitkannya Instruksi Presiden Nomor 16 Tahun 2005 tentang Kebijakan Pengembangan Kebudayaan dan Pariwisata.





**BAB III**  
**ISU STRATEGIS**  
**PEMBANGUNAN PARIWISATA**  
**KAB. TIMOR TENGAH SELATAN**

### **3.1. Isu-isu Strategis Lingkungan Internal Kepariwisataaan TTS**

#### **3.1.1. Pariwisata dalam Perekonomian TTS**

Perekonomian TTS memiliki kapasitas yang relatif besar, bertumbuh positif setiap tahunnya, tetapi belum optimal. Kapasitas yang relatif besar tersebut dapat dilihat dari kontribusi PDRB TTS terhadap PDBR NTT adalah yang terbesar (7%) sementara kabupaten lainnya kurang dari 5%. Namun demikian pemanfaatannya belum optimal, mengakibatkan pedapatan per kapita TTS yang lebih rendah dibanding rata-rata pendapata per kapita NTT. Penyebabnya adalah perekonomian TTS tidak digerakkan oleh sektor pencipta nilai tambah (sekunder), tetapi oleh sektor primer (pertaian) dan jasa (perdagangan).

Sesungguhnya pperanan sektor pariwisata dalam perekonomian TTS tidak diketahui, karena dalam metode perhitungan PDRB, pariwsata tidak dikelompokkan sebagai sektor ekonomi tersendiri. Pariwisata dianggap melekat didalam perhotelan, restoran, transportasi, komunikasi, perdagangan dan jasa-jasa. Karena itu, untuk mengetahui seberapa besar peran sektor pariwisata, hanya dapat dianalisis dari jumlah kunjungan wisatawan, lama tinggal dan pengeluaran wisatawan.

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, dengan kecenderungan menurun setiap tahun. Total wisatawan NTT yang mengunjungi berbagai obyek wisata di TTS sebanyak 2,84% tahun 2012, kemudian sedikit menurun menjadi 2,53% tahun 2016. 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.

Dengan demikian kontribusi pariwisata terhadap perekonomian TTS sangatlah kecil. Penyebabnya adalah pengembangan kepariwisataan di TTS lebih lamban dibanding daerah lainnya di NTT. Berdasarkan temuan di atas, dapat dirumuskan isu strategis sebagai berikut:

- a. Bagaimana meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke TTS melalui perbaikan mendasar dalam infrastruktur dan pengelolaan kepariwisataan.
- b. Bagaimana meningkatkan peran sektor pencipta nilai tambah dalam perekonomian TTS melalui sinergi dengan sektor kepariwisataan.



### 3.1.2. Keberadaan ODTW di TTS

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

**Tabel 4.3.**  
**Sebaran Ragam ODTW Menurut Kecamatan di Kab. TTS**

Kecamatan	ODTW		
	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:

- a. Sebagian ODTW kurang mendapatkan pemeliharaan/perawatan memadai
- b. Keterlibatan masyarakat berkaitan dengan pemeliharaan ODTW bervariasi
- c. 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

### **3.1.3. Industri Kepariwisataaan TTS**

Elemen-elemen pendukung industri kepariwisataan di TTS seperti perhotelan, rumah makan dan restoran, transportasi, komunikasi, industri, dan perdagangan belum terkonsolidasi, mengakibatkan dukungan terhadap pengembangan kepariwisataan relatif lemah.

#### **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, yaitu sebesar 28,55% (2016)

#### **b. Rumah Makan/Restoran**

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 yang sebagian besar dalam kondisi rusak.

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 Transceiver 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

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 (Lihat Fakta dan Analisis)

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. Usaha 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 dari 6,86% (2012) menjadi 6,12% (2016).

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).



Berdasarkan temuan di atas, permasalahan utama yang dihadapi terkait industri pariwisata di TTS adalah belum terbentuknya struktur industri pariwisata, yang mengakibatkan elemen-elemen pendukung industri pariwisata tidak saling bersinergi. Dengan demikian yang menjadi isu strategis berkaitan dengan pengembangan industri kepariwisataan TTS`adalah:

1. Penataan dan penguatan struktur industri kepariwisataan TTS melalui penciptaan sinergi dari seluruh elemen pendukungnya industri kepariwisataan.
2. Penguatan masyarakat, baik sebagai individu mauu kelompok sebagai basis pengembangan industri kepariwisataan di TTS.

### **3.1.4. Pemasaran Kepariwisataan TTS**

Pemasaran pariwisata .pada dasarnya merupakan suatu sistem yang melibatkan semua *stakeholder* kepariwisataan, dengan sasaran utama memperkenalkan keunikan ODTW untuk mendatangkan wisatawan. Orgaisasi 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 *stakeholer* 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

mengembangkan pemasaran pariwisata yang berbasis sistem yang terintegrasi dengan melibatkan semua *stakeholder* kepariwisataan.

Karena itu yang menjadi isu strategis pengembangan pemasara kepariwisataan di TTS adalah:

1. Penataan dan penguatan sistem pemasaran pariwisata yang melibatkan semua *stakeholder* kepariwisataan.
2. Pemantapan program pemasaran kepariwisataan yang berimbang antara promosi, pasar wisatawan, citra pariwisata dan kemitraan pariwisata.

### **3.1.5. Kelembagaan Kepariwisata 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.

Dari uraian di atas, tampak bahwa yang menjadi permasalahan utama adalah pariwisata TTS belum didukung kelembagaan yang solid dan SDM



kepariwisataan yang memadai. Karena itu yang menjadi isu strategis diwaktu mendatang adalah:

1. Bagaimana membentuk kelembagaan kepariwisataan yang solid serta membentuk dan dan memfungsikan BPPD dan BPDPD sebagai wadah bersama semua stakeholder kepariwisataan.
2. Menciptaka terobosan dalam pembinaan dan pengembangan SDM Pariwisata.

### **3.1.6. Pariwisata dalam Perspektif RTRW TTS**

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

- a. Kawasan peruntukan pariwisata sebagaimana dimaksud meliputi :
  1. Kawasan Peruntukan Pariwisata Alam;
  2. Kawasan Peruntukan Pariwisata Budaya; dan
  3. Kawasan Peruntukan Pariwisata Buatan.
- b. 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
- c. 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
- d. 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 Kuatnana, 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. Permasalahannya adalah minimnya aktivitas pengembangan. Penyebabnya adalah sektor pengembangan sektor pariwisata melibatkan sektor-sektor lainnya, sehingga diperlukan koordinasi yang baik dalam hal penyusunan program dan alokasi anggaran. Dengan demikian yang menjadi isu strategisnya adalah:

1. Bagaimana meningkatkan koordinasi lintas sektor untuk mengembangkan kawasan kepariwisataan yang telah ditetapkan dalam RTRW.
2. Diperlukan komitmen yang kuat dari semua pihak, agar dapat disusun program lintas sektor dan alokasi anggaran yang memadai untuk pengembangan kepariwisataan.

### **3.1.7. Pariwisata dalam Perspektif RPJMD TTS**

Di 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:

4. Program pengembangan destinasi pariwisata
5. Program pengembangan pemasaran pariwisata, dan
6. Program pengembangan kemitraan pariwisata.

Kebijakan umum pengembangan ekonomi tersebut memberi porsi yang sangat terbatas bagi pengembangan peran sektor pariwisata. Akibatnya, program dan alokasi anggaran sektor pariwisata sangat terbatas. Hal ini berdampak pada pemeliharaan dan pengembangan ODTW yang belum optimal. Karena itu yang menjadi isu strategis di waktu mendatang adalah:

1. Perumusan kebijakan umum pengembangan ekonomi perlu memberi porsi yang lebih besar pada peran sektor pariwisata.
2. Perlu kemauan politik yang kuat dari Kepala Daerah dan seluruh jajarannya untuk menjadikan pariwisata sebagai kekuatan ekonomi di TTS.

### **3.2. Isu-isu Strategis Lingkungan Eksternal Kepariwisata TTS**

#### **3.2.1. Permintaan & Penawaran Pariwisata Global**

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 Asia Pasifik pada 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 manca-negara yang berkunjung ke Indonesia mengalami peningkatan 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.

Preferensi pilihan wisatawan mancanegara tersebut berorientasi pada obyek atau jenis wisata yang berbasis lingkungan dan minat khusus, seperti *eco-tourism*, *instant trip*, *business leisure*, eksplorasi tradisi budaya dan interaksi serta *secret paradise*. Dari kelima preferensi wisatawan tersebut, tiga diantaranya terdapat di TTS, yaitu *eco-tourism*, eksplorasi tradisi budaya dan interaksi serta *secret paradise*. Permasalahan yang dihadapi adalah ketiga potensi tersebut belum dikembangkan untuk menarik minat wisatawan.

Karena itu yang menjadi isu strategisnya adalah: *Menjadikan eco-tourism, wisata budaya dan wisata minat khusus sebagai icon pariwisata TTS untuk menjawab pergeseran permintaan dan penawaran pariwisata nasional dan global.*


### **3.2.2. Kebijakan Pengembangan Pariwisata Nasional dan Regional**

Secara nasional, Pemerintah Pusat telah menetapkan 5 (lima) Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) di NTT, yaitu:

- a. DPN Komodo – Ruteng dan sekitarnya
- b. DPN Kelimutu – Maumere dan sekitarnya
- c. DPN Sumba – Waikabubak dan sekitarnya
- d. DPN Alor-Lembata dan sekitarnya
- e. DPN Kupang – Rote Ndao dan sekitarnya

Setiap DPN memiliki Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN). Dalam hal ini kota Soe (TTS) dan Kupang ditetapkan sebagai KPPN untuk DPN Kupang – Rote Ndao dan sekitarnya. Dalam kaitan ini, Pemerintah Provinsi menjabarkan lebih lanjut Kota Soe (TTS) menjadi Kawasan Strategis Pengembangan Pariwisata Daerah untuk mendukung KPPN dan DPN Kupang – Rote Ndao dan sekitarnya.

Implikasi dari kebijakan nasional dan regional tersebut adalah bahwa Kabupaten TTS harus menjabarkan lebih lanjut kebijakan nasional dan regional tersebut dari sisi perencanaan, sehingga pelaksanaan program pengembangan kepariwisataan pada aras nasional dan regional (provinsi) dapat dikaitkan dengan program pengembangan kepariwisataan pada Kabupaten TTS. Adanya keterkaitan tersebut memungkinkan program pembangunan kepariwisataan di TTS dibiayai oleh Pemerintah Pusat dan Pemerintah Provinsi. Karena itu yang menjadi isu strategisnya adalah:

- a. Perlu disusun dokumen rencana pengembangan pariwisata TTS dan menetapkannya melalui peraturan daerah sehingga memiliki landasan hukum yang kuat.
- b. Pemantapan TTS sebagai KPPN untuk memanfaatkan arus kunjungan wisatawan pada DPN Kupang – Rote Ndao. 



**BAB IV**  
**KOMPONEN STRATEGIS**  
**RENCANA PEMBANGUNAN PARIWISATA**  
**KAB. TIMOR TENGAH SELATAN**

#### 4.1. Visi Pembangunan Pariwisata TTS

Terwujudnya TTS sebagai salah satu destinasi utama pariwisata NTT, penggerak pertumbuhan ekonomi daerah dan pemicu peningkatan kesejahteraan masyarakat.

#### 4.2. Misi Pembangunan Pariwisata TTS

Untuk mewujudkan visi pembangunan pariwisata tersebut, ditetapkan misi pembangunan pariwisata TTS sebagai berikut:

- a. Mengembangkan destinasi pariwisata berbasis potensi sumberdaya alam dan budaya yang menarik, aman, nyaman, mudah dicapai, berkelanjutan dan mampu meningkatkan pendapatan daerah dan masyarakat;
- b. Mengembangkan pemasaran pariwisata yang sinergis, unggul, efisien dan efektif untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara;
- c. Mengembangkan industri pariwisata berbasis masyarakat dengan pola kemitraan usaha agar memiliki daya saing tinggi, kredibel, dan mampu meningkatkan nilai tambah barang dan jasa sektor ekonomi lainnya;

2

- d. Mengembangkan kelembagaan kepariwisataan yang berbasis organisasi pemerintah, swasta dan masyarakat, sehingga mampu menghasilkan SDM kepariwisataan berkualitas, mampu menyelenggarakan tatakelola kepariwisataan yang profesional, serta menghasilkan regulasi yang tepat untuk mendorong terwujudnya pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan.

#### **4.3. Tujuan Pembangunan Pariwisata TTS**

Berdasarkan visi dan misi pembangunan kepariwisataan daerah di atas, maka tujuan pembangunan kepariwisataan daerah adalah:

- a. Meningkatkan kualitas dan kuantitas destinasi pariwisata TTS;
- b. Mengkomunikasikan destinasi pariwisata TTS melalui berbagai media pemasaran yang efisien, efektif dan bertanggungjawab;
- c. Mewujudkan industri pariwisata berbasis masyarakat yang mampu menggerakkan perekonomian daerah;
- d. Memantapkan kerjasama *stakeholder* kepariwisataan untuk mewujudkan kelembagaan dan tatakelola kepariwisataan yang profesional dan mampu menghasilkan SDM kepariwisataan berkualitas untuk menunjang pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan, efisien dan efektif.

#### **4.4. Sasaran Pembangunan Pariwisata TTS**

Berdasarkan tujuan tersebut, maka ditetapkan sasaran pembangunan pariwisata TTS sebagai berikut:

- a. Meningkatnya jumlah kunjungan dan lama tinggal wisatawan mancanegara;
- b. Meningkatnya jumlah pergerakan dan lama tinggal wisatawan nusantara;
- c. Meningkatnya jumlah pengeluaran wisatawan mancanegara dan nusantara;

2



- d. Meningkatnya kesempatan kerja, lapangan usaha produktif, produksi barang dan jasa serta kontribusi sektor pariwisata terhadap PDRB.

#### 4.5. Arah Pembangunan Pariwisata TTS

Mengacu pada sasaran pembangunan maka dirumuskan dan ditetapkan arah pembangunan pariwisata TTS tahun 2018-2025 sebagai berikut:

- a. Pembangunan kepariwisataan yang berbasis pada sumberdaya alam, sosial dan budaya dengan prinsip keberlanjutan, keterbukaan, keramahan dan toleransi
- b. Pembangunan kepariwisataan yang berbasis masyarakat dan berorientasi pada peningkatan nilai tambah, penciptaan kesempatan berusaha dan lapangan kerja serta penurunan angka kemiskinan
- c. Pembangunan kepariwisataan yang didukung kelembagaan, SDM dan tatakelola kepariwisataan yang profesional dan berakuntabilitas tinggi
- d. Pembangunan kepariwisataan yang mengutamakan keterpaduan dan kemitraan lintas wilayah, lintas sektor dan lintas pelaku.



**BAB V**  
**KOMPONEN OPERASIONAL**  
**RENCANA PEMBANGUNAN PARIWISATA**  
**KAB. TIMOR TENGAH SELATAN**

**5.1. Program Pembangunan Pariwisata TTS 2018-2025**

Sejalan dengan program pembangunan pariwisata nasional dan provinsi, program pembangunan pariwisata di TTS tahun 2018-2025 adalah sebagai berikut.

**a. Pembangunan Destinasi Pariwisata Daerah (DPD), yang mencakup:**

1. Perwilayahan Pembangunan DPD
2. Pembangunan Daya Tarik Wisata
3. Pembangunan Aksesibilitas Pariwisata
4. Pembangunan Prasarana Umum, Fasilitas Umum dan Fasilitas Pariwisata
5. Pemberdayaan Masyarakat melalui Kepariwisataaan
6. Pengembangan Investasi di bidang pariwisata

**b. Pembangunan Pemasaran Pariwisata Daerah, yang mencakup:**

1. Pengembangan Pasar Wisatawan
2. Pengembangan Citra Pariwisata
3. Pengembangan Kemitraan Pemasaran Pariwisata
4. Pengembangan Promosi Pariwisata

**c. Pembangunan Industri Pariwisata Daerah, yang mencakup:**

1. Penguatan Struktur Industri Pariwisata
2. Peningkatan Daya saing Produk Pariwisata
3. Pengembangan Kemitraan Usaha Pariwisata



4. Penciptaan Kredibilitas Bisnis
  5. Pengembangan Tanggungjawab terhadap Lingkungan
- d. Pembangunan Kelembagaan Kepariwisata Daerah, yang mencakup:**
1. Penguatan Organisasi Kepariwisata
  2. Pembangunan SDM Pariwisata
  3. Penyelenggaraan Penelitian dan Pengembangan

## **5.2. Arah Kebijakan dan Strategi Pengembangan DPD**

### **5.2.1. Arah Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Daerah**

Ruang lingkup indikasi program pembangunan destinasi pariwisata daerah mencakup:

- a. Perwilayahan Pembangunan Destinasi Pariwisata Daerah, dijabarkan kedalam tiga arah kebijakan, yaitu:
  - ❖ Perencanaan Pembangunan Kawasan Strategis Pariwisata Daerah (KSPD) dan Kawasan Andalan Pariwisata Daerah (KAPD).
  - ❖ Penegakkan regulasi pembangunan KSPD dan KAPD
  - ❖ Pengendalian implementasi pembangunan KSPD dan KAPD
- b. Pembangunan Daya Tarik Wisata, dijabarkan kedalam empat arah kebijakan, yaitu:
  - ❖ Perintisan pengembangan daya tarik wisata pada setiap KAPD
  - ❖ Pembangunan daya tarik wisata untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk wisata
  - ❖ Pemantapan daya tarik wisata untuk meningkatkan daya saing produk wisata sehingga mampu menarik kunjungan ulang wisatawan pada segmen pasar yang lebih luas
  - ❖ Revitaliasi daya tarik wisata dalam upaya peningkatan kualitas, keberlanjutan dan daya saing produk wisata pada setiap KAPD
- c. Pembangunan Aksesibilitas Pariwisata, dijabarkan kedalam tiga arah kebijakan, yaitu:

- 
- ❖ Penyediaan dan pengembangan sarana transportasi angkutan jalan
  - ❖ Penyediaan dan pengembangan prasarana transportasi angkutan jalan
  - ❖ Penyediaan dan pengembangan sistem transportasi angkutan jalan
- d. Pembangunan Prasarana Umum, Fasilitas Umum dan Fasilitas Pariwisata, dijabarkan ke dalam tiga arah kebijakan, yaitu:
- ❖ Pengembangan prasarana umum, fasilitas umum dan fasilitas pariwisata dalam mendukung perintisan pengembangan dayatarik wisata pada setiap KPAD.
  - ❖ Peningkatan kualitas prasarana umum, fasilitas umum dan fasilitas pariwisata dalam mendukung perintisan pengembangan dayatarik wisata pada setiap KPAD
  - ❖ Pengendalian pembangunan prasarana umum, fasilitas umum da fasilitas pariwisata pada setiap KSPD dan PAKD yang telah melampaui ambang batas daya dukung
- e. Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kepariwisataaan, dijabarkan melalui lima arah kebijakan, yaitu:
- ❖ Pengembangan potensi, kapasitas dan partisipasi masyarakat melalui pembangunan kepariwisataaan
  - ❖ Optimalisasi pengarusutamaan gender melalui pembangunan kepariwisataaan
  - ❖ Perluasan akses pasar terhadap produk industri kecil dan menengah serta usaha pariwisata skala mikro, kecil dan menengah yang dikembangkan masyarakat lokal
  - ❖ Peningkatan akses dan dukungan permodalan dalam upaya mengembangkan produk industri kecil, menengah serta usaha pariwisata skala mikro, kecil dan menengah yang dikembangkan masyarakat lokal
  - ❖ Peningkatan kesadaran serta peran masyarakat dan pemangku kepentingan dalam mewujudkan sapta pesona dalam menciptakan iklim kondusif kepariwisataaan setempat.
- f. Pengembangan Investasi di Bidang Pariwisata, dijabarkan kedalam tiga arah



kebijakan, yaitu:

- ❖ Pemberian insentif investasi di bidang pariwisata
- ❖ Pemberian kemudahan investasi di bidang pariwisata
- ❖ Perluasan dan pemantapan promosi investasi di bidang pariwisata

### 5.2.2. Pembangunan Daya Tarik Wisata

#### a. Arah Kebijakan

Pembangunan daya tarik wisata diarahkan untuk:

5. Mendorong perintisan pembangunan daya tarik wisata dalam rangka meningkatkan pertumbuhan KAPD dan pengembangan daerah;
6. Meningkatkan kualitas dan daya saing produk dalam menarik minat dan membentuk loyalitas segmen pasar yang ada (*captive market*);
7. Pemantapan daya tarik wisata untuk meningkatkan daya saing produk dalam menarik kunjungan ulang wisatawan dan segmen pasar yang lebih luas; dan
8. Merevitalisasi daya tarik wisata dalam upaya peningkatan kualitas, keberlanjutan, daya saing produk dan KAPD.

#### b. Strategi Pengembangan

b.1. Strategi mendorong perintisan pembangunan daya tarik wisata dalam rangka meningkatkan pertumbuhan KAPD dan pengembangan daerah meliputi:

- ❖ Identifikasi dan menyusun rencana pengembangan daya tarik wisata alam, budaya dan buatan/khusus yang baru pada masing-masing KAPD;
- ❖ Meningkatkan koordinasi lintas sektor untuk membangun sarana prasarana dasar pada masing-masing KAPD yang belum berkembang; dan

- ❖ Fasilitasi pengembangan jejaring manajemen kunjungan terpadu dengan daya tarik wisata yang telah berkembang di sekitar lokasi baik dalam konteks regional maupun nasional
- b.2.** Strategi meningkatkan kualitas dan daya saing produk dalam menarik minat dan membentuk loyalitas segmen pasar yang ada (*captive market*) meliputi:
- ❖ Pengembangan inovasi manajemen produk dan kapasitas daya tarik wisata untuk mendorong percepatan perkembangan daya tarik wisata di masing-masing KAPD
  - ❖ Menorong upaya pelestarian terhadap sumberdaya kepariwisataan dan lingkungan spesifik ( bentang alam hutan dan pegunungan) di sekitar lokasi daya tarik wisata masing-masing KAPD
  - ❖ Mendorong upaya pelestarian terhadap sumberdaya kepariwisataan dan lingkungan spesifik ( bentang laut/perairan) di sekitar lokasi daya tarik wisata masing-masing KAPD; dan
  - ❖ Mendorong upaya pelestarian terhadap sumberdaya kepariwisataan dan lingkungan spesifik ( bentang budaya) di sekitar lokasi daya tarik wisata masing-masing KAPD
- b.3.** Strategi pemantapan daya tarik wisata untuk meningkatkan daya saing produk dalam menarik kunjungan ulang wisatawan dan segmen pasar yang lebih luas, meliputi:
- ❖ Mengembangkan inovasi produk dalam upaya meningkatkan kualitas daya tarik, keunggulan kompetitif dan komparatif serta daya saing daya tarik wisata alam, budaya dan khusus/buatan yang sedang berkembang di masing-masing KAPD;
  - ❖ Meningkatkan kualitas dan kapasitas sarana prasarana dasar untuk meningkatkan kualitas kegiatan kepariwisataan di sekitar lokasi daya tarik wisata di masing-masing KSPD;



- ❖ Pengembangan jenis-jenis atraksi lain dengan berbagai tema di sekitar lokasi daya tarik wisata utamanya serta jejaringnya dalam manajemen kunjungan; dan
- b.4.** Strategi merevitalisasi daya tarik wisata dalam upaya peningkatan kualitas, keberlanjutan, daya saing produk dan KAPD meliputi:
- ❖ Pengembangan program-program interpretasi termasuk yang berbasis teknologi;
  - ❖ Penguatan upaya pelestarian terhadap sumber daya kepariwisataan dan lingkungan spesifik ( bentang alam hutan dan pegunungan) di sekitar lokasi daya tarik wisata masing-masing KAPD;
  - ❖ Pengawasan pembangunan sumber daya kepariwisataan dan lingkungan spesifik di lokasi daya tarik wisata masing-masing KAPD

### **5.2.3. Pembangunan Aksesibilitas Pariwisata**

#### **a. Arah Kebijakan**

Arah kebijakan penyediaan dan pengembangan sarana transportasi angkutan jalan meliputi:

1. pengembangan dan peningkatan kemudahan akses dan pergerakan wisatawan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan ke masing-masing KAPD; dan
2. pengembangan dan peningkatan kenyamanan dan keamanan pergerakan wisatawan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan ke masing-masing KAPD.

#### **b. Strategi Pengembangan**

- b.1.** Strategi pengembangan dan peningkatan kemudahan akses dan pergerakan wisatawan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan ke masing-masing KAPD meliputi:
- ❖ Peningkatan ketersediaan moda transportasi darat sebagai sarana pergerakan wisatawan ke masing-masing KAPD.

- ❖ Pengembangan dan/atau peningkatan keragaman atau diversifikasi jenis moda transportasi darat ke masing-masing KAPD.
- b.2. Strategi pengembangan dan peningkatan kenyamanan dan keamanan pergerakan wisatawan ke masing-masing KAPD meliputi:
- ❖ Pengembangan dan/atau peningkatan kualitas kenyamanan dan keamanan moda transportasi darat.
  - ❖ Pengembangan dan/atau peningkatan kualitas pelayanan moda transportasi darat.

#### **5.2.4. Pembangunan Prasarana Umum, Fasilitas Umum dan Fasilitas Pariwisata**

##### **a. Arah Kebijakan**

Arah kebijakan Pembangunan Prasarana Umum, Fasilitas Umum, dan Fasilitas Pariwisata meliputi:

1. pengembangan Prasarana Umum, Fasilitas Umum, dan Fasilitas Pariwisata dalam mendukung perintisan pengembangan KAPD;
2. peningkatan Prasarana Umum, kualitas Fasilitas Umum, dan Fasilitas Pariwisata yang mendukung pertumbuhan, meningkatkan kualitas dan daya saing KAPD; dan
3. pengendalian Prasarana Umum, Pembangunan Fasilitas Umum, dan Fasilitas Pariwisata bagi destinasi-destinasi pariwisata yang sudah melampaui ambang batas daya dukung.

##### **b. Strategi Pengembangan**

- b.1. Strategi pengembangan Prasarana Umum, Fasilitas Umum, dan Fasilitas Pariwisata dalam mendukung perintisan pengembangan daya tarik wisata pada masing-masing KAPD meliputi:
- ❖ Fasilitasi penyediaan lahan untuk pengembangan sarana usaha pariwisata dengan nilai kompetitif ;
  - ❖ Fasilitasi kemudahan perijinan bagi swasta dan masyarakat dalam pengembangan sarana usaha pariwisata ; dan