

BAB V

KESIMPULAN

Perkembangan pariwisata di NTB berjalan dengan pesat tiap tahunnya, dikarenakan potensi destinasi wisata seperti sumber daya alam yang melimpah menjadikan wisata bahari sebagai prioritas potensi yang dimiliki oleh provinsi NTB. Selain itu, beranekaragam pemandangan mulai dari area perairan hingga daerah pegunungan, taman nasional serta keunikan khas budaya dari beragam suku yang terdiri dari letak geografis wilayah yang memiliki dua pulau besar, yakni Pulau Lombok dan Pulau Sumbawa, memberikan warna khusus dari keberagaman menjadikan provinsi NTB sebagai salah satu 'Daerah Tujuan Wisata' (DTW) yang ada di Indonesia.

Dengan adanya peluang dan tantangan pada perkembangan sektor pariwisata banyak memberikan dampak perubahan pertumbuhan infrastruktur, industri hingga investasi yang berdaya saing dalam mendorong manifestasi pendapatan daerah yang mampu memberikan dampak positif dari kemajuan sebuah otonomi daerah, sehingga menjadikan provinsi NTB menjadi salah satu wilayah yang berpotensi dalam mempromosikan destinasi wisata yang dimiliki ke tingkat global.

Perkembangan pariwisata NTB sendiri masih terbilang belum begitu dikenal dalam Pasar Pariwisata Internasional. Namun pemerintah NTB selaku aktor yang berperan dalam mengembangkan potensi pariwisata

berupaya dalam menyiapkan berbagai macam langkah strategi jangka menengah maupun jangka panjang dengan memadukan berbagai macam atraksi budaya maupun *event* pariwisata untuk mendorong perkembangan angka kunjungan wisatawan khususnya wisatawan mancanegara.

Pembangunan pariwisata di NTB banyak memberikan hasil yang terus meningkat pada tiap tahunnya. Hal tersebut terlihat dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang terus berdatangan. Berdasarkan Publikasi Badan Pusat Statistik Provinsi NTB 2017 memaparkan jumlah kunjungan wisatawan tahun 2016 meningkat 39,97 persen dibanding tahun 2015 sebanyak 3.094.437 orang, selama periode 2011-2016 jumlah kunjungan wisatawan ke NTB terus meningkat. Dan pertumbuhan infrastruktur atas industri dari perkembangan pariwisata tahun 2016 jumlah hotel sebanyak 947, dengan 65 diantaranya adalah hotel berbintang. Jumlah restoran sebanyak 1.379, dengan jumlah restoran terbanyak berada di kabupaten Lombok utara. Rasio penyerapan TK/hotel untuk hotel berbintang adalah 53, sedangkan hotel non bintang hanya ada 6 hotel.

Menurut Undang-undang No.22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah, dalam sebuah kewenangan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang tercantum dalam Peraturan Pemerintah No.24 Tahun 1979, beralih menjadi Kewenangan Kabupaten/Kota dalam upaya untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat antara lain melalui pembinaan izin usaha pariwisata yang

mudah dan cepat. Dalam era otonomi daerah tersebut, segala urusan kepariwisataan terutama yang menyangkut usaha dan jasa pelayanan pariwisata menjadi kewenangan pemerintah Kabupaten/Kota, maka kekuatan-kekuatan suatu daerah disamping mengandalkan kemampuan sumber daya alam yang dimiliki oleh masing-masing daerah seperti sektor kehutanan, perkebunan, pertambangan dan industri, dimasa depan tetap memegang peranan strategis dan pariwisata diharapkan menjadi sumber pertumbuhan baru dalam perekonomian daerah.

Terkait dengan adanya kerjasama antar Pemerintah Daerah NTB dengan Pemerintah Pusat, Harris selaku Kasi Analisa Pasar Dinas Pariwisata NTB mengemukakan pada wawancara bahwa, paket yang paling efisien yang dilakukan oleh pemerintah daerah NTB khususnya dalam kurun lima tahun terakhir hingga saat ini dalam melaksanakan kegiatan dalam mempromosikan pariwisata selalu bergandengan dengan kementerian pariwisata selaku aktor di pemerintah pusat yang mengendalikan segala prihal aktivitas kegiatan di dalam negeri. Karena yang menjadikan kendala dalam menggiring sekmen pasar pariwisata dalam bentuk anggaran dari daerah belum maksimal mengingat pariwisata di NTB belum menjadi prioritas utama yang menjadikan ketergantungan dalam kehidupan masyarakat di NTB sendiri.⁸¹

⁸¹ Harris. Kasi Analisa Pasar Dinas Pariwisata NTB. Dalam Wawancara, Senin, Tgl, 12 November 2017.

Dari hal tersebut ketergantungan pemerintah daerah dengan pemerintah pusat selalu berkolaborasi khususnya dengan kementerian pariwisata. Dalam kementerian pariwisata ada sebuah deputi pengembangan pemasaran pasar wisata mancanegara, sebab disitu ada beberapa deputi seperti segmen Pasar Asia Pasifik, Asean, Eropa hingga Timur Tengah. Sehingga pemerintah daerah yang berperan ingin mengejar segmen pasar tersebut pastinya melalui bantuan dari deputi yang ada dikementerian pariwisata untuk memfasilitasi, baik melalui advertising media elektronik dan sosial, karena dari sanalah yang mampu memfasilitasi dan mempromosi dari sisi anggaran, kemudian selain itu juga secara praktek kementerian pariwisata juga membantu dalam menghadirkan potensi wisata yang ada di daerah sebagai bagian dari DTW langsung menjadi aset dari kantong pariwisata dalam negeri. Selain hal tersebut, pemerintah NTB juga kerap menampilkan atraksi budaya seperti penampilan budaya NTB di Cina yang diundang oleh duta besar RI di Cina karena potensi budaya di NTB yang cukup dilirik oleh pemerintah pusat. Dengan demikian kerjasama antar pemerintah daerah dengan pemerintah pusat tidak akan terlepas khususnya dalam hal anggaran dan pemasaran di tingkat global sangatlah dibutuhkan sehingga promosi pariwisata di setiap daerah untuk melaju ke tingkat mancanegara pastinya kontribusi kementerian

pariwisata sebagai perwakilan dalam negeri untuk ke tingkat pemasaran di luar negeri (pasar global).⁸²

Dengan adanya program pemerintah provinsi NTB dalam rangkaian aktivitas kegiatan pariwisata untuk menarik wisatawan mancanegara menuai beberapa analisa dari evaluasi kinerja pemerintah NTB dalam mempromosikan pariwisata pada lima tahun terakhir, antara lain:

1. Pada Program Visit Lombok Sumbawa Tahun 2012,
2. Pada Program Visit Lombok Sumbawa Tahun 2015,
3. Pada Festival Pesona Tambora Tahun 2016.

Dalam mengembangkan pariwisata sebagai bagian dari pertumbuhan ekonomi dan industri, pemerintah daerah NTB selaku aktor yang berperan untuk mempromosikan pariwisata melakukan beberapa upaya yang dilakukan melalui Badan Koordinasi Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu Provinsi NTB dengan gencarnya melakukan promosi di dalam maupun luar negeri, antara lain:

1. Memperkuat Segmentasi Investor yang akan dibidik,
2. Memperkuat Produk Investasi yang akan ditawarkan,
3. Mengadakan Event tahunan melalui NTB *Investment Road Show*, dan Melakukan Promosi melalui Digital Marketing (*E Investment*) berbasis IT (Informasi Teknologi).

⁸² *Ibid*

Hal tersebut menunjukkan bagian dari langkah kebijakan pemerintah NTB dalam mempromosikan pariwisata khususnya. Dengan berbagai capaian pada sektor ekonomi dapat dilihat dari geliatnya perkembangan industri pariwisata di NTB yang telah berlangsung selama lebih dari tiga dasawarsa termasuk sejak ditetapkan sebagai daerah tujuan wisata di Indonesia tahun 1979. Dalam kurun waktu tersebut, pembangunan kepariwisataan di daerah ini dapat diklasifikasikan ke dalam tiga periode, yakni:

1. periode pembangunan yakni masa sampai akhir 90an;
2. periode *recovery* yakni awal tahun 2000 sampai dengan 2005; dan
3. periode kebangkitan yang masih berjalan hingga sekarang.

Pada sepuluh tahun pertama pembangunannya, industri pariwisata di Lombok mengalami perkembangan yang pesat yang ditandai dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dari tahun ke tahun. Beroperasinya Bandara Internasional Lombok (BIL) yang lebih besar dan frekuensi penerbangannya yang lebih tinggi akan memudahkan akses ke Lombok dan juga Sumbawa. Hal tersebut memberikan peluang dalam memajukan kepariwisataan di NTB.

Adapun rangkaian analisa yang dilakukan oleh pemerintah NTB khususnya pada dinas kebudayaan dan pariwisata provinsi NTB yang berperan melihat keadaan potensi dalam meningkatkan wisatawan khususnya wisatawan mancanegara perlu adanya sebuah peninjauan dari beberapa

aspek, antara lain: (a). Aspek Demokrafis Wisatawan, (b). Aspek Perilaku Wisatawan, beberapa sifat dan perilaku wisatawan; *Tourist Behavior Is Dynamic, Tourist Behavior Involves Interactions, Tourist Behavior Involves Exchange*. Adapun factor-faktor yang mempengaruhi wisatawan, seperti; Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Personal, dan Faktor Psikologi, (c). Aspek Sosial Ekonomi, (e). Aspek Aksesibilitas, (f). Aspek Lingkungan, (g). Aspek Pasar, (h). Aspek Kualitas Kunjungan, (i). Aspek Pola Kunjungan, (j). Aspek Pola Pengeluaran, (k). Aspek Aktifitas Wisatawan, (l). Aspek Sumber Informasi, (m). Aspek Strategi Pemasaran, dengan mengetahui secara rinci tentang sisi kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan untuk masing-masing aspek yang melekat pada industri pariwisata NTB.

Banyaknya wisatawan mancanegara yang berkunjung ke NTB selain prioritas yang dituju oleh wisatawan untuk menikmati kekayaan sumber daya alam, juga merupakan adanya keterkaitan dengan letak geografis yang bersebelahan dengan Provinsi Bali yang menjadi pintu gerbang atas kunjungan wisatawan dan menjadi sumber ikon destinasi wisata tingkat dunia. Pulau Lombok dan Bali yang telah ditetapkan menjadi pintu gerbang pariwisata Nasional dalam MP3EI Koridor V (*Masterplan* Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia). Pembangunan kepariwisataan NTB telah berlangsung selama lebih dari tiga dasawarsa namun hingga kini belum memiliki arah yang jelas karena tidak didukung oleh perencanaan

yang matang. Sebagai aktivitas yang bersifat lintas sektoral, sektor pariwisata membawa dampak langsung dan tidak langsung terhadap tiga aspek utama pembangunan (*triple bottom line*) yang meliputi: ekonomi, sosial budaya dan lingkungan hidup. Pembangunan pariwisata yang berkelanjutan adalah upaya memaksimalkan dampak positif dan meminimalkan dampak negatif aktivitas kepariwisataan terhadap ketiga aspek pembangunan tersebut.

Dengan semakin terbukanya informasi dan terintegrasinya antara satu Daerah Tujuan Wisata (DTW) dengan DTW lainnya menjadi peluang bagi pengembangan industri pariwisata NTB. Bila sebelumnya DTW di Bali dapat memasarkan industri pariwisatanya secara parsial hanya di Bali, maka saat ini dengan adanya fokus pengembangan Bali sebagai Wisata Budaya, maka mau tidak mau industri pariwisata Bali harus mengaitkan industri pariwisata NTB ke dalam paket perjalanannya sebagai kombinasi wisata budaya dan wisata alam. Dengan demikian secara tidak langsung pamor industri pariwisata NTB menjadi lebih terangkat secara global. Atas terintegrasinya industri pariwisata NTB dengan daerah lain memiliki tantangan yang cukup besar. Para wisatawan dapat membandingkan secara langsung kualitas pelayanan DTW yang dikunjungi. Adapun tantangan bagi para pelaku pariwisata NTB menjadi sangat berat yakni untuk secara terus menerus meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan kepada wisatawan

yang berkunjung ke NTB sebagai bagian dari *time sharing* wisata dari daerah lain, seperti Bali sebagai DTW tingkat dunia.

Dengan adanya pertimbangan atas kualitas pelayanan dari perbandingan DTW yang menjadi tantangan, cukup memberikan dampak pada dominan potensi Pasar wisatawan ke NTB. Seperti pada tahun 2016 pasar wisatawan yang berasal dari Asia Pasifik sebagai pengunjung paling dominan yaitu Australia dan diikuti dengan beberapa negara asia, negara tetangga seperti Singapura dan Malaysia. Pasar wisatawan di Provinsi Bali juga memberikan warna wisatawan yang ada di NTB dan perlu adanya upaya yang lebih maksimal atas potensi wisatawan yang berkunjung ke Bali untuk dapat ditarik ke NTB, dan sebagian lagi memiliki perhatian yang berkaitan dengan riset dan daya tarik alam. Sebagai pengunjung paling dominan, Australia sebagai asal wisatawan perlu adanya perhatian khusus dengan memaksimalkan penataan destinasi dan penyediaan fasilitas penunjang bagi para muda-mudi yang merupakan segmen wisatawan terbesar pengunjung dari Australia.

Berikutnya pasar wisatawan Timur Tengah dan Cina bisa sangat prospektif melihat perkembangan kunjungan wisatawan asal Timur Tengah dan Cina cukup tinggi di Provinsi Bali. Untuk itu perlunya mempersiapkan destinasi yang aman dan nyaman bagi wisatawan untuk menghindari citra buruk daerah wisata sangatlah mutlak. Khususnya jika ingin membidik pasar

Jepang, Korea dan Cina yang memiliki ekspektasi yang cukup tinggi terhadap keamanan dan kenyamanan daerah yang mereka kunjungi. Adapun dominasi kunjungan wisatawan yang berasal dari Eropa dan Pulau Jawa akan menjadi sisi kelemahan bila terjadi guncangan sosial ekonomi atau isu kesehatan di negara atau daerah asal wisatawan. Guncangan sosial, ekonomi, dan adanya kejadian luar biasa terhadap kesehatan di Eropa dan Pulau Jawa akan mempengaruhi secara kuantitas maupun kualitas industri pariwisata di NTB.

Adapun yang masih menjadi tantangan sendiri dari pemerintah NTB khususnya terkait dengan hal maskapai penerbangan menjadi kendala akan prioritas fasilitas dari sebuah akomodasi yang dilalui oleh wisatawan khususnya wisatawan mancanegara akan kesulitan untuk melalui penerbangan langsung menuju Lombok dan Sumbawa, sebab penerbangan yang dilalui oleh adanya transit menjadi kurang efisien dalam hendak melakukan perjalanan bagi para pelancong wisatawan mancanegara.

Potensi Pasar di lima tahun terakhir seperti yang diungkapkan oleh Lalu Moh Fauzal selaku kepala dinas kebudayaan dan pariwisata NTB dalam wawancara bahwa sikap pemerintah NTB melihat peluang seperti yang menjadi fokus pada Pasar Eropa dikarenakan pasar global sedang difokuskan pada Uni Ekonomi Eropa (UEE). yang menjadikan satu kesatuan dari gelombang pertumbuhan ekonomi yang luar biasa di dataran Eropa, sehingga

menimbulkan perkembangan pariwisata pada tahun 2011-2014 meningkat paling tinggi dikarenakan faktor ekonomi yang sangat kuat dengan adanya UEE tersebut. Dan berlanjut pada tahun 2014-2015 dari ketimpangan potensi pasar global yang berarah ke China.⁸³

Adanya ketimpangan perubahan memberikan dampak untuk harus ikut serta dalam bergantung dan menjadi sangat penting untuk dikelola dari kekuatan potensi pasar China ditingkat global. Kemudian pada tahun 2015-2016 dimana kegiatan pasar potensial dihadapkan dengan branding '*Halal Destination*'. Yang menjadi fokus pada potensi pasar Timur Tengah, kawasan Emirate Arab (*The Middle East*) sebagai potensi pasar ditingkat global. Sehingga fokus di tahun 2015-2016 diujung pemerintah NTB melihat lima pasar yang potensial untuk di ikuti. Seperti Pasar Asia, yang terbangun dari perusahaan swasta dari maskapai penerbangan '*direct fly*', sebab wisatawan yang paling diutamakan adalah pada efisiensi waktu, seperti *direct fly* untuk maskapai dari *air asia* melakukan penerbangan dari Kuala Lumpur ke Lombok maka Malaysia menjadi pasar yang terpenting untuk dicermati. Hal yang sama khususnya maskapai penerbangan dari Singapura perlu dan sangat dicermati karena Potensi Pasar Asia terbesar masih berpihak pada Singapura dikarenakan terlebih dahulu lebih unggul dalam pelaksanaan

⁸³ Moh. Fauzal, Kepala Dinas Pariwisata Prov NTB, Dalam Wawancara, Senin, Tanggal, 13 November 2017.

fasilitas akomodasi dalam capaian *direct fly* penerbangan yang menjadi hak dari berbagai penerbangan kelas dunia.⁸⁴

Minimnya aksesibilitas udara juga ditegaskan oleh Arief Yahya Menteri Pariwisata RI bahwa Indonesia agar segera menyelesaikan masalah aksesibilitas udara, karena saat ini kapasitas *seat* pesawat terbang masih defisit. Sebab, 75% wisatawan mancanegara masuk ke Indonesia melalui udara, selebihnya sebanyak 24% melalui laut dan hanya 1% yang masuk melalui jalur darat. Percepatannya mengarah ke peningkatan infrastruktur dan aksesibilitas. Utamanya fasilitas bandara, pelabuhan, jalan, hingga energi. Sehingga keseimbangan antara spirit dan strategi perlu ditekankan karena yang membedakan bangsa satu dengan bangsa lain itu adalah manusianya. Yang membedakan antara perusahaan satu dengan yang lain, juga manusianya. Yang membedakan manusia satu dengan manusia lainnya adalah karakter dan kompetensinya. Karakter itu terkait dengan spirit dan kompetensi terkait dengan strategi, tegasnya. Demikian dilangsirkan dalam majalah *e majels-januari 2018-Tahun X*, Pariwisata sebagai core ekonomi.⁸⁵

Namun pemerintah menyadari jika kesuksesan pariwisata di daerah tidak terlepas dari peran para kepala daerah setempat. Dibutuhkan komitmen penuh para kepala daerah untuk bersinergi satu dengan yang lainnya. Sebab,

⁸⁴ *Ibid*

⁸⁵ Dilangsirkan dalam majalah *e majels januari 2018 tahun IX*, hal.29. diakses 07 januari 2018

50% kesuksesan pariwisata daerah berasal dari *CEO commitment*. Dalam hal ini, keseriusan, keberpihakan, dan kejelasan pimpinan daerahnya dalam mengurus pariwisata. Sektor pariwisata membuktikan diri menjadi tambang devisa terbesar kedua setelah CPO. Hal ini sekaligus menjadi bukti jika potensi pariwisata sangatlah besar. Bahkan, pariwisata juga digadang-gadang menjadi core bisnis Indonesia di masa depan. Apalagi Pemerintah, melalui Kementerian Pariwisata RI, saat ini terus gencar memoles pariwisata dan membuat terobosan dengan membangun banyak destinasi unggulan.



Gambar.20 : Foto saat presiden Joko Widodo mengabadikan momen dalam bentuk Vlog bersama Gubernur NTB Muhammad Zainul Majdi pada peresmian Kute Mandalika NTB.

Sumber : (goggle image), ' website.visual.live'⁸⁶

⁸⁶ Sumber, (goggle image), website,visualtv.live. diakses 07 januari 2018.