

**LEMBAGA KETAHANAN NASIONAL
REPUBLIK INDONESIA**



**PENGUATAN PARIWISATA GUNA MENGURANGI
TINGKAT KEMISKINAN DI NUSA TENGGARA TIMUR**

OLEH

**ANTONINHO RANGEL DA SILVA, S.IP., M.Han
KOLONEL INF NRP.192002467868**

**KERTAS KARYA ILMIAH PERSEORANGAN (TASKAP)
PROGRAM PENDIDIKAN REGULER ANGKATAN LXII
LEMHANNAS RI
TAHUN 2021**

KATA PENGANTAR

Ungkapan kebahagiaan dan rasa syukur yang tak terhingga kami panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkah rahmat, petunjuk dan bimbingan-Nya sehingga penulis selaku Peserta Program Pendidikan Reguler Angkatan (PPRA) LXII Tahun 2021 telah berhasil menyelesaikan tugas dari Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia yaitu sebuah Kertas Karya Ilmiah Perorangan (Taskap) dengan judul **“Penguatan pariwisata guna mengurangi tingkat kemiskinan di Nusa Tenggara Timur”** sesuai dengan dengan waktu yang telah ditentukan oleh Lembaga. Taskap ini merupakan tugas akhir dan salah satu persyaratan bagi penulis dalam menyelesaikan studi di Program Pendidikan Reguler Angkatan (PPRA) LXII Tahun 2021 ini. Harapan penulis semoga Taskap tersebut bermanfaat bagi Lemhannas RI, TNI dan TNI AD dimasa mendatang.

Ucapan Terima kasih yang sangat mendalam kami sampaikan kepada:

1. **Yth. Gubernur Lemhannas RI Bapak Letnan Jendral TNI (Purn) Agus Widjojo** selaku narasumber dan penasehat yang telah memberikan kesempatan kepada Penulis untuk mengikuti PPRA LXII di Lemhannas RI TA.2021 sehingga penulis mampu menyelesaikan Kertas Karya Ilmiah Perorangan (Taskap) ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dari lembaga.
2. **Yth. Tutor pembimbing Taskap Bapak Marsekal Muda TNI (Purn) Bambang Samoedro S.Sos., M.M.**, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan koreksi secara sistimatis terarah dan terencana serta konstruktif sehingga penulis dapat menyelesaikan Kertas Karya Ilmiah Perorangan (Taskap) ini sesuai waktu yang telah ditentukan.
3. **Ketua Tim Penguji dan Anggota Tim Penguji Taskap**, yang mana telah memberikan arahan dan koreksi kepada penulis untuk kesempurnaan Kertas Karya Ilmiah Perorangan (Taskap) ini.
4. Segenap Tenaga Ahli Profesional Lemhannas RI yang pernah membagi segala pengetahuannya kepada penulis.
5. Seluruh Staf Akademika Lemhannas RI atas segala bantuan yang diberikan kepada penulis.

6. Selanjutnya penulis mengucapkan terimakasih juga kepada Atasan, Senior, rekan dan sahabat-sahabat Peserta PPRA LXII Lemhannas RI TA. 2021 atas dukungan doa serta tenaganya yang telah membantu penulis dalam menyusun Kertas Karya Ilmiah Perorangan (Taskap) ini. Dan kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis, dan mohon maaf yang sebesar-besarnya namanya belum dapat penulis tuliskan satu per satu.

7. Puji Sukur pada Allah SWT serta kepada Isteri tercinta dan anak-anak tercinta dan saya sayangi, atas segala bentuk kasih sayang dan cinta sejati dalam mendampingi penulis selama mengikuti Pendidikan PPRA LXII Lemhannas RI TA. 2021

Akhir kata penulis menyadari sepenuhnya bahwa Kertas Karya Ilmiah Perorangan (Taskap) ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, mengingat segala keterbatasan yang ada pada penulis. Oleh karena itu dengan senang hati serta kerendahan hati yang paling dalam penulis mengharapkan kritik dan saran yang positif dan membangun dari semua pihak demi kesempurnaan Taskap ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan berkah, bimbingan, petunjuk dan lindungan-NYA kepada kita semua. Aamiin Aamiin Ya Robbal'alamiin.

Jakarta, Agustus 2021
Penulis
TANHANA DHARMA MANGRVA

Antoninho Rangel Da Silva, S.IP., M.Han
Kolonel Inf Nrp.1920024670868

**LEMBAGA KETAHANAN NASIONAL
REPUBLIK INDONESIA**

PERNYATAAN KEASLIAN

1. Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Antoninho Rangel Da Silva, S.IP.,M.Han
Pangkat : Kolonel Infanteri.
Jabatan : Paban II/Evjianbangstra Direvjianbangstra
Sesko TNI
Instansi : Sesko TNI
Alamat : Jl. R.A.A. Marta Negara No.11, Lkr. Sel., Kec.
Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40264

Sebagai peserta Program Pendidikan Reguler Angkatan (PPRA) ke LXII tahun 2021 menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

- a. Kertas Karya Ilmiah Perseorangan (Taskap) yang Saya tulis adalah asli.
- b. Apabila ternyata sebagian atau seluruhnya tulisan Taskap ini terbukti tidak asli atau plagiasi, maka Saya bersedia dinyatakan tidak lulus pendidikan.

2. Demikian pernyataan keaslian ini dibuat untuk dapat digunakan seperlunya.

Jakarta, Agustus 2021

Penulis Taskap

Materai 6000

Antoninho Rangel Da Silva, S.IP., M.Han

Kolonel Inf Nrp.1920024670868

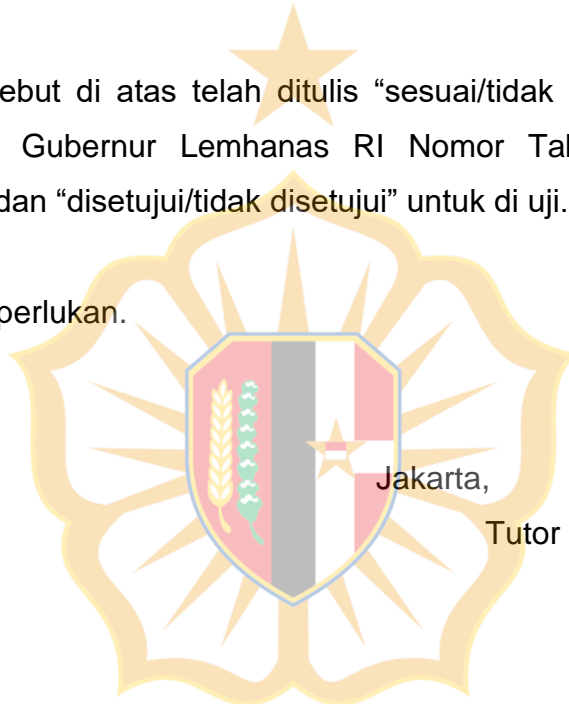
LEMBAR PERSETUJUAN TUTOR TASKAP

Yang bertanda tangan di bawah ini Tutor Taskap dari:

Nama : Antoninho Rangel Da Silva, S.IP.,M.Han
Peserta : Program Pendidikan Reguler Angkatan (PPRA) LXII
Judul Taskap : Penguatan pariwisata guna mengurangi tingkat kemiskinan di Nusa Tenggara Timur

Taskap tersebut di atas telah ditulis “sesuai/tidak sesuai” dengan Juknis Taskap Peraturan Gubernur Lemhanas RI Nomor Tahun 2021, karena itu “layak/tidak layak” dan “disetujui/tidak disetujui” untuk di uji.

Coret yang tidak diperlukan.



Jakarta, Agustus 2021
Tutor Taskap

Bambang Samoedro S.Sos., M.M.

Marsekal Muda TNI (Purn)



DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TUTOR TASKAP	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1. Latar Belakang	1
2. Rumusan Masalah	5
3. Maksud dan Tujuan	6
4. Ruang Lingkup dan Sistematika	6
5. Metode dan Pendekatan	7
6. Pengertian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
7. Umum	10
8. Peraturan Perundang-undangan	10
9. Kerangka Teoritis	12
10. Data dan Fakta	16
11. Pengaruh Perkembangan Lingkungan Strategis	23
BAB III PEMBAHASAN	
12. Umum	29
13. Kemampuan Implementasi Kebijakan dalam Mendukung Pariwisata NTT	29
14. Kemampuan Implementasi Sumber Daya Manusia NTT di sektor Pariwisata	36
15. Kemampuan Implementasi Investasi pendukung Industri Pariwisata NTT.....	43
16. Kemampuan Implementasi Komunikasi Pemasaran Industri Pariwisata NTT.....	49

17. Kontribusi Industri Pariwisata NTT dalam Upaya Mengurangi Angka Kemiskinan di NTT.....	54
--	----

BAB IV PENUTUP

18. Simpulan	62
19. Rekomendasi	63

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

1. ALUR PIKIR
2. TABEL
3. DAFTAR RIWAYAT HIDUP



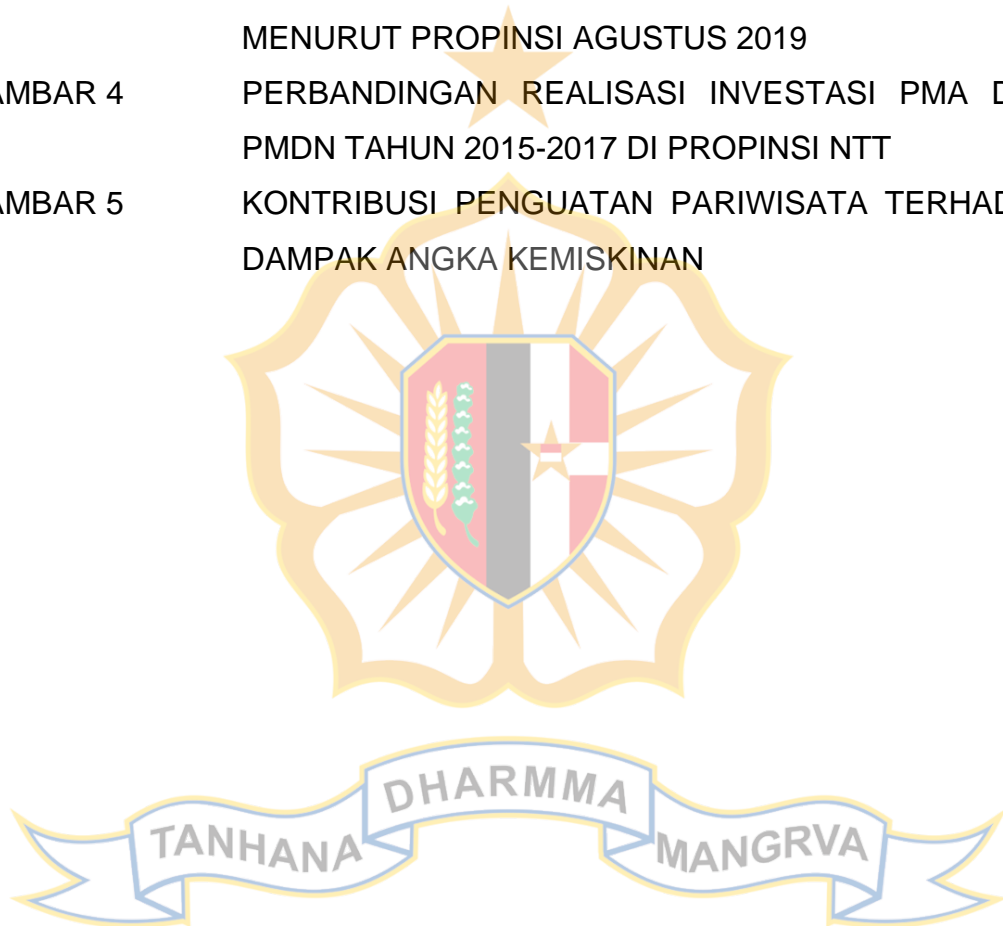
DAFTAR TABEL

TABEL I	INDEKS KETAHANAN NASIONAL PROPINSI NUSA TENGGARA TIMUR GATRA EKONOMI VARIABEL KEMISKINAN (2018-2020)
TABEL II	TINGKAT PERINGKAT PROPINSI TERMISKIN DI INDONESIA
TABEL III	JUMLAH PENDUDUK MISKIN DI NTT
TABEL IV	JUMLAH WISATAWAN MANCANEGERA DAN DOMESTIK (JIWA), 2017-2019
TABEL V	PERKEMBANGAN REALISASI INVESTASI PMDN, PMA DAN TENAGA KERJA YANG TERSERAP DI NUSA TENGGARA TIMUR TAHUN 2014-2016
TABEL VI	DATA PERUSAHAAN YANG BERINVESTASI PADA PARIWISATA NTT PADA TAHUN 2017



DAFTAR GAMBAR

- GAMBAR 1 PERSENTASE OBYEK WISATA DI PROPINSI NTT
TAHUN 2015
- GAMBAR 2 LIMA PILAR KEBIJAKAN PEMBANGUNAN
PARIWISATA
- GAMBAR 3 TINGKAT PENGANGGURAN TERBUKA (TPT)
MENURUT PROPINSI AGUSTUS 2019
- GAMBAR 4 PERBANDINGAN REALISASI INVESTASI PMA DAN
PMDN TAHUN 2015-2017 DI PROPINSI NTT
- GAMBAR 5 KONTRIBUSI PENGUATAN PARIWISATA TERHADAP
DAMPAK ANGKA KEMISKINAN



PENGUATAN PARIWISATA GUNA MENGURANGI TINGKAT KEMISKINAN DI NUSA TENGGARA TIMUR

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang.

Berdasarkan lingkungan strategis global bahwa industri pariwisata telah mengubah kehidupan jutaan manusia melalui peningkatan pertumbuhan ekonomi, membuka lapangan kerja, mengurangi tingkat kemiskinan serta mempercepat pembangunan daerah dan menciptakan rasa toleransi yang tinggi. Propinsi Nusa Tenggara Timur disingkat NTT memiliki 15 destinasi wisata yang sangat luar biasa indah dan salah satunya adalah taman Nasional **Komodo** terletak di **Pulau Komodo**, dekat pelabuhan utama Labuan Bajo, NTT. **Situs** ini pada tahun 1991 dinobatkan sebagai **Situs** Warisan **Dunia** UNESCO karena keberadaan **komodo** yang dilindungi **dunia**. Berdasarkan hasil penelitian dari Pusat Statistik/BPS bahwa dalam periode tahun 2018 sampai dengan 2020 intensitas kunjungan wisatawan dari manca negara atau internasional maupun domestik ke obyek wisata NTT **mencapai 569 297 jiwa**. Melihat potensi tersebut maka penguatan pariwisata menjadi salah satu program prioritas dalam pembangunan daerah khususnya di NTT. Penguatan pariwisata yang direncanakan dan dikelola secara profesional diharapkan dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap PAD (Pendapatan Asli Daerah). Oleh sebab itu diperlukannya suatu *blue print* atau perencanaan pengembangan pariwisata yang sesuai dengan karakteristik masyarakat di NTT dengan kata lain, pariwisata yang dapat meningkatkan pendapatan daerah sekaligus dapat membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat.

Sesuai dengan hasil penelitian dari BPS dan data dari Pusat Laboratorium Lemhannas RI menunjukkan bahwa tingkat Kemiskinan di propinsi NTT cukup tinggi sehingga kemiskinan merupakan kondisi ketidakmampuan untuk memenuhi kebutuhan dasar atau pokok seperti sandang, pangan, papan, pendidikan, dan kesehatan. Kondisi kemiskinan dapat disebabkan oleh kelangkaan alat pemenuh

kebutuhan dasar, ataupun sulitnya akses terhadap pendidikan dan pekerjaan. Maka kemiskinan merupakan masalah **global**, **regional** dan **nasional**. Kemiskinan menjadi salah satu persoalan utama dan mendasar sehingga menjadi pusat perhatian bagi pemerintah di negara manapun baik di negara berkembang maupun negara maju. Salah satu aspek dalam mendukung upaya penanggulangan kemiskinan adalah pemberdayaan **sumber daya alam** melalui sektor pariwisata secara **aktif** dan **massif** secara akurat serta tepat sasaran sehingga dapat memperbaiki taraf hidup masyarakat.

Indeks Ketahanan Nasional Propinsi NTT yaitu **Indeks Variabel Kemiskinan** dari Kebijakan pusat tentang kemiskinan dari aspek ekonomi, Tingkat kemiskinan di perkotaan, Tingkat kemiskinan di pedesaan, Tingkat kemiskinan dan Tingkat Peringkat Propinsi Termiskin di Indonesia serta jumlah penduduk Miskin di NTT antara lain sebagai berikut:

Tabel I. Indeks Ketahanan Nasional Propinsi Nusa Tenggara Timur
Gatra Ekonomi
Variabel Kemiskinan (2018-2020)

Indeks Ketahanan Nasional	2018	2019	2020
	Skor	Skor	Skor
INDEKS VARIABEL KEMISKINAN	1,77	1,92	1,92

Gatra	2018	2019	2020	Status Terakhir
	Skor	Skor	Skor	
Kebijakan pusat tentang kemiskinan dari aspek ekonomi	3,00	3,00	3,00	Indeks nilai tidak mengalami perubahan pada dua periode kalkulasi terakhir
Tingkat kemiskinan di perkotaan (%)	10,17	8,84	8,84	Indeks nilai tidak mengalami perubahan pada dua periode kalkulasi terakhir
Tingkat kemiskinan di pedesaan (%)	25,19	24,91	24,91	Indeks nilai tidak mengalami perubahan pada dua periode kalkulasi terakhir
Tingkat kemiskinan (%)	22,01	21,09	21,09	Indeks nilai tidak mengalami perubahan pada dua periode kalkulasi terakhir

Sumber: Lemhannas RI

Tabel II. Tingkat Peringkat Propinsi Termiskin di Indonesia

No	Propinsi	Persentase
1	Papua	26,64
2	Papua Barat	21,37
3	NTT	20,9
4	Maluku	17,44

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>. 10 provinsi dengan kemiskinan-tertinggi di Indonesia per maret 2020. Diakses tanggal 20 Januari 2021.

Pada Maret 2019 penduduk miskin secara persentase (%) di NTT sebesar 21,09 %, atau mengalami peningkatan sebesar 0,06 % poin dari September tahun 2018. Namun bila dibandingkan dengan keadaan bulan Maret tahun 2019, terdapat penurunan sebesar 0,26 % poin.¹ Kemiskinan di NTT Timur tentunya menjadi “PR” tersendiri bagi Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah NTT.

Tabel III. Jumlah Penduduk Miskin di NTT

Nusa Tenggara Timur	Jumlah Penduduk Miskin (Ribuan Jiwa)		
	2018	2019	2020
	1 142,17	1 146,32	1 153,76

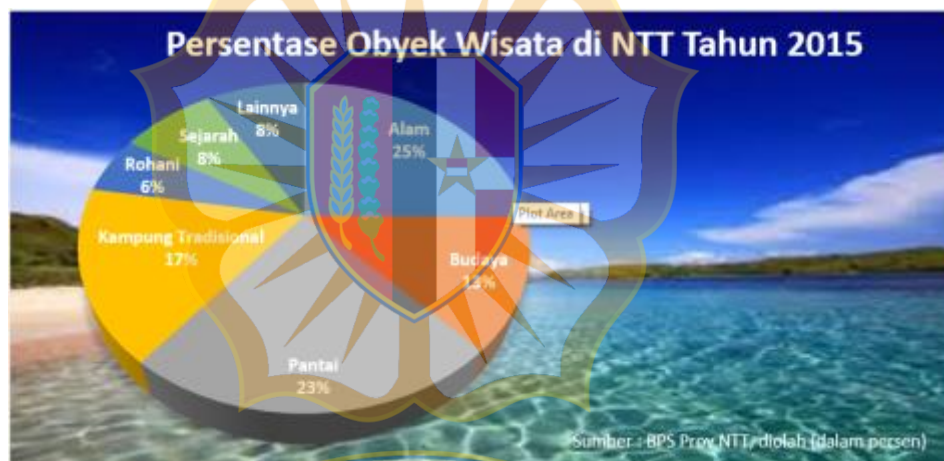
Sumber: <https://ntt.bps.go.id/>. Diakses tanggal 11 Februari 2020.

Masih tingginya tingkat kemiskinan menandakan perlu adanya **penanganan yang serius** dari pemerintah pusat dan daerah maupun *stakeholder* guna menekan tingkat kemiskinan. Bergulirnya otonomi daerah sejak tahun 2001, pemerintah daerah memiliki kewenangan dalam membuat kebijakan dan melaksanakannya program pembangunan berdasarkan kebutuhan otonom wilayahnya. Pelaksanaan otonomi juga dimaksudkan guna mengurangi tingkat kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan daerah yang menjadi tanggungjawab pemerintah daerah, sehingga dalam menanggulangi kemiskinan perlu dikaji faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kemiskinan tersebut, khususnya di Propinsi NTT. Dari hasil penelitian yang ada diketahui bahwa faktor yang

¹ Kumparan, 2019. *Kemiskinan di NTT Masih Tinggi*. Sumber <https://kumparan.com/>. Diakses tanggal 20 Januari 2021.

berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kemiskinan di Propinsi NTT salah satunya adalah pertumbuhan ekonomi yang lambat.

Dalam rangka mengurangi tingkat kemiskinan di NTT salah satu peluang yang dapat dikelola adalah **sektor pariwisata**. Di wilayah NTT Potensi wisata yang ada lebih dari 15 objek daya tarik wisata tersebar di seluruh kabupaten/kota di Provinsi Nusa Tenggara Timur.² Idealnya, besarnya potensi pariwisata di suatu wilayah, berbanding lurus dengan kesejahteraan masyarakat sekitarnya. Dengan pengelolaan pariwisata yang baik, berdampak positif sehingga dapat dirasakan oleh masyarakat NTT. Namun saat ini perlu adanya optimalisasi di beberapa sektor penunjang pariwisata serta kontribusi berbagai pihak untuk mencapai keadaan tersebut.



Gambar 1. Persentase Obyek Wisata di Provinsi NTT Tahun 2015
Sumber : BPS Provinsi NTT diolah (dalam persen)

Salah satu indikator baiknya industri pariwisata adalah jumlah kunjungan wisatawan baik mancanegara dan domestik. Kunjungan wisatawan asing (*foreign tourist*), *Domestic foreign tourist* dan *Domestic tourist* ke NTT pada tahun 2019 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Penurunan ini tidak terlepas dari beberapa variabel yang mempengaruhinya dan variabel-variabel tersebut perlu dilakukan pengelolaan secara komprehensif yaitu sistematis, terarah, terencana, terprogram dan professional sebagai upaya penguatan pariwisata di Propinsi NTT.

² Minanur Rohman. Pariwisata: Potensi Pendongkrak Perekonomian NTT. Sumber: www.ntt.bps.go.id/. Diakses tanggal 1 Maret 2021.

Tabel IV. Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik (Jiwa), 2017-2019

Nusa Tenggara Timur	Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik (Jiwa)		
	2017	2018	2019
	616 538	806 463	569 297

Sumber: <https://ntt.bps.go.id/>. Diakses tanggal 11 Febuari 2020.

Pengelolaan potensi wisata secara profesional dapat berdampak terhadap intensitas kunjungan wisatawan mancanegara maupun domestik sehingga hal tersebut sangat berpengaruh terhadap peningkatan perekonomian di NTT. Industri pariwisata NTT juga mengalami permasalahannya ketika dilanda pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 juga berdampak kembali pada tingkat kemiskinan di NTT dan industri pariwisata di NTT. Dampak pandemi Covid-19 menurunkan angka kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik. Maka dari itu perlu dilakukan upaya penguatan pariwisata guna dapat mengurangi tingkat kemiskinan di NTT. Dari sisi penguatan yang dapat dilakukan yaitu ditinjau dari aspek permasalahan yang ada antara lain : kebijakan belum efektif dalam mendukung industri pariwisata, kesiapan SDM lokal belum memadai dalam menghadapi industri pariwisata, dan investasi masih rendah serta promosi/marketing tentang pariwisata di NTT belum profesional. Dari beberapa hal tersebut diatas maka dapat dijadikan sebagai pokok kajian yang dapat dilakukan oleh pemerintah baik pusat maupun daerah dalam rangka penguatan pariwisata di NTT.

2. Rumusan Masalah.

Memahami penjelasan dalam latar belakang tersebut di atas, masalah yang ditemukan kemudian dirumuskan sebagai berikut :

“Bagaimana Penguatan Pariwisata Guna Mengurangi Tingkat Kemiskinan Di Nusa Tenggara Timur ?”. Selanjutnya rumusan masalah tersebut bersumber dari beberapa persoalan, diantaranya yang krusial adalah:

- a. Bagaimana memperbaiki kebijakan yang belum efektif dalam mendukung industri pariwisata NTT ?
- b. Bagaimana menyiapkan SDM lokal NTT yang belum maksimal dalam industri pariwisata ?
- c. Bagaimana meningkatkan minat Investasi yang belum optimal dalam mendukung pariwisata di NTT ?
- d. Bagaimana meningkatkan Komunikasi pemasaran pariwisata di NTT yang belum optimal ?

3. Maksud dan Tujuan.

a. **Maksud.** Maksud dari penulisan Kertas Karya Ilmiah Perorangan (Taskap) ini sebagai gambaran tentang bagaimana menganalisis penguatan pariwisata di Nusa Tenggara Timur serta pemecahannya.

b. **Tujuan.** Tujuan penulisan Kertas Karya Ilmiah Perorangan (Taskap) ini sebagai sumbangan pemikiran penulis kepada pemangku kepentingan untuk memecahkan permasalahan dalam penguatan pariwisata guna mengurangi tingkat kemiskinan di Nusa Tenggara Timur.

4. Ruang Lingkup dan Sistematika.

a. **Ruang Lingkup.** Adapun ruang lingkup dalam penulisan Kertas Karya Ilmiah Perorangan (Taskap) ini dibatasi pada penguatan pariwisata di Nusa Tenggara Timur ditinjau dari kebijakan dalam mendukung industri pariwisata NTT, kesiapan SDM lokal NTT, investasi pariwisata yang belum optimal dan komunikasi pemasaran industri pariwisata NTT.

b. **Sistematika.** Sistematika atau tata urutan dalam penulisan Kertas Karya Ilmiah Perorangan (Taskap) ini disusun sebagai berikut :

- 1) Bab - I : Pendahuluan, berisi tentang latar belakang permasalahan, maksud dan tujuan, ruang lingkup dan sistematika, metode dan pendekatan serta pengertian-pengertian;
- 2) Bab - II : Tinjauan Pustaka, berisi tentang umum, peraturan perundang-undangan, kerangka teoritis, data dan perkembangan lingkungan strategis serta peluang dan kendala;
- 3) Bab - III : Pembahasan, berisi tentang umum, penguatan pariwisata guna mengurangi tingkat kemiskinan di Nusa Tenggara Timur ditinjau dari kebijakan dalam mendukung industri pariwisata NTT, kesiapan SDM lokal NTT, investasi pariwisata yang belum optimal dan komunikasi pemasaran industri pariwisata NTT.
- 4) Bab - IV : Penutup, berisi simpulan tentang temuan dan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan kajian, dan rekomendasi kepada pihak-pihak terkait dalam rangka tindak lanjut dari temuan-temuan hasil analisis terhadap pariwisata guna mengurangi tingkat kemiskinan di Nusa Tenggara Timur.

5. Metode dan Pendekatan.

a. Metode. Metoda dalam penulisan Kertas Karya Ilmiah Perorangan (Taskap) ini menggunakan diskriptis-analisis yang menekankan pada pengumpulan dan analisis penyajian data dan fakta berdasarkan studi kepustakaan dari data sekunder dan/atau data primer bila memungkinkan.

b. Pendekatan. Penulisan Kertas Karya Ilmiah Perorangan (Taskap) ini menggunakan pendekatan kepustakaan dan empiris dengan mengemukakan data dan fakta yang terjadi dalam penguatan Pariwisata di Nusa Tenggara Timur.

6. Pengertian.

- a. **Kebijakan**, adalah rangkaian konsep dan asas yang menjadi pedoman dan dasar rencana dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, kepemimpinan, dan cara bertindak.
- b. **Penguatan**, adalah proses, cara, perbuatan menguatkan atau menguatkan (KBB).³ Dengan demikian maka **Penguatan** pariwisata adalah proses, cara, perbuatan menguatkan atau menguatkan industri pariwisata.
- c. **Wisata** merupakan Kegiatan atau aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.⁴
- d. **Industri pariwisata** merupakan kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.⁵
- e. **Keperiwisataan** merupakan keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.⁶
- f. **Kemiskinan** adalah ketidakmampuan untuk memenuhi standar minimum kebutuhan dasar yang meliputi kebutuhan makanan maupun non-makanan. Sedangkan penduduk miskin adalah penduduk yang berada di bawah suatu batas atau disebut sebagai garis kemiskinan.⁷

³ KBB, penguatan. Sumber: www.kbbi.web.id/kembang. Diakses tanggal 22 Maret 2021.

⁴ Undang-Undang Pariwisata Nomor 10 tahun 2009 tentang Keperiwisataan, Pasal 1

⁵ Ibid

⁶ Ibid

⁷ Cahya Dicky Pratama. 2020. *Kemiskinan: Definisi, Jenis, dan Faktor Penyebabnya*. Sumber: www.kompas.com. Diakses tanggal 22 Maret 2021.

- g. **Destinasi Wisata** adalah sebuah paket (bundle) yang terdiri dari berbagai fasilitas dan layanan pariwisata yang seperti produk jasa yang lainnya, terdiri dari sejumlah atribut multidimensi yang bersama-sama menentukan daya tariknya bagi individu tertentu dalam situasi pilihan tertentu.⁸
- h. **Atraksi Wisata** adalah daya Tarik dari suatu obyek pariwisata ataupun hasil kesenian suatu daerah tertentu yang dapat menarik wisatawan/turis asing untuk berkunjung menuju ke tempat wisata tersebut.⁹
- i. **Wisatawan** (*tourist*) yaitu pengunjung sementara yang paling sedikit tinggal 24 jam di negara yang dikunjunginya.
- j. **Wisatawan asing** (*foreign tourist*) yaitu orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang ke suatu negara lain yang bukan merupakan negara dimana wisatawan tersebut menetap.
- k. **Domestic foreign tourist** yaitu wisatawan asing yang menetap pada suatu negara untuk berwisata di wilayah negara tempat tinggalnya.
- l. **Domestic tourist** yaitu seorang warga negara yang berwisata dalam batas wilayah negaranya sendiri.



⁸ Hu & Ritchie. 1993. *Destinasi Adalah: Begini Pandangan Menurut Para Ahli*. Sumber: <https://pemasaranpariwisata.com>. Diakses tanggal 20 Agustus 2021.

⁹ James Spillane, 1987. *Pengertian Atraksi*. Sumber: <https://www.pengertianmenurutparaahli.net>. Diakses tanggal 20 Agustus 2021.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

7. **Umum.** Tingkat kemiskinan yang tinggi di suatu wilayah menjadi rentan akan ketahanan nasionalnya. Tingkat kemiskinan yang tinggi di NTT menempatkan NTT masuk 3 besar provinsi termiskin di Indonesia sehingga perlu menggali berbagai potensi yang ada di NTT guna mengurangi tingkat kemiskinan yang ada. Salah satu yang dapat ditingkatkan dari potensi di NTT adalah industri pariwisata yang ada saat ini. Secara potensi NTT memiliki nilai yang tinggi dalam meningkatkan Penghasilan Asli Daerah (PAD) guna meningkatkan kesejahteraan dan mengurangi tingkat kemiskinan di NTT. Sampai saat ini sektor industri pariwisata di NTT belum menunjukkan kondisi intensifikasi industri pariwisatanya guna mengurangi tingkat kemiskinan yang ada di NTT. Maka perlu dilakukan penguatan pada industri pariwisata yang ada di NTT. Penguatan pariwisata NTT tersebut tidak terlepas dari beberapa hal yang dijadikan sebagai landasan dalam upaya-upaya yang ada.

8. **Peraturan Perundang-undangan.**

a. **Undang-undang RI No. 3 Tahun 2002 tentang Pertahanan Negara.** Pada pasal 8 ayat (3) menjelaskan bahwa Komponen pendukung, terdiri atas warga negara, sumber daya alam, sumberdaya buatan, serta sarana dan prasarana nasional yang secara langsung atau tidak langsung dapat meningkatkan kekuatan dan kemampuan komponen utama dan komponen cadangan.¹⁰ Berdasarkan pasal tersebut pemerintah dalam hal ini Kemhan perlu memperkuat komponen cadangan melalui pengelolaan komponen pendukung. Hal ini dimana komponen cadangan yaitu masyarakat harus ditingkatkan ketahanan nasionalnya melalui indeks ketahanan ekonomi yang diwujudkan salah satunya melalui pariwisata.

b. **Undang-undang RI No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.** Pada UU kepariwisataan ini tujuan dari kepariwisataan bertujuan menghapus kemiskinan (4 huruf c) Pencapaian tujuan tersebut dilatarbelakangi bahwa

¹⁰ Undang-Undang RI nomor 3 tahun 2002 tentang Pertahanan Negara, pasal 8

keadaan alam, flora dan fauna, sebagai karunia Tuhan Yang Maha Esa, serta peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni, dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat sebagaimana terkandung dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Berdasarkan UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata dimana Kepariwisata juga merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional. Kemudian pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh dan memberikan manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional dan global.

d. **Peraturan Pemerintah (PP) No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025.** Berdasarkan PP tersebut menerangkan arah pembangunan kepariwisataan nasional meliputi pembangunan kepariwisataan nasional dilaksanakan dengan orientasi pada upaya peningkatan pertumbuhan, peningkatan kesempatan kerja, pengurangan kemiskinan, serta pelestarian lingkungan (Pasal 2 ayat (8) huruf b).

e. **Peraturan Presiden (Perpres) No. 97 Tahun 2019 tentang Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.** Berdasarkan Peraturan Presiden ini dimana dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yaitu menyelenggarakan fungsi perumusan dan penetapan kebijakan di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif. Perumusan, penetapan, dan pelaksanaan kebijakan teknis pengembangan sumber daya, kelembagaan, destinasi, infrastruktur, industri, investasi, pemasaran, produk wisata dan penyelenggaraan kegiatan, serta ekonomi digital dan produk kreatif di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif.

9. Kerangka Teoritis

a. Teori Kebijakan. Kebijakan menurut Friedrich merupakan serangkaian tindakan/kegiatan yang diusulkan oleh seseorang, kelompok atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu di mana terdapat hambatan-hambatan (kesulitan-kesulitan) dan kemungkinan-kemungkinan (kesempatan-kesempatan) di mana kebijakan tersebut diusulkan agar berguna dalam mengatasinya untuk mencapai tujuan yang dimaksud.¹¹

Menurut Noeng Muhadjir kebijakan memiliki arti sebagai upaya memecahkan problem sosial bagi kepentingan masyarakat atas asas keadilan dan kesejahteraan masyarakat. Dan dalam kebijakan setidaknya harus memenuhi empat hal penting yakni; *pertama*, tingkat hidup masyarakat meningkat, *Kedua*, terwujudnya keadilan : *By the law, social justice*, dan peluang prestasi dan kreasi individual. *Ketiga*, adanya peluang aktif partisipasi masyarakat (dalam membahas masalah, perencanaan, keputusan dan implementasi), dan *Keempat*, terjaminnya pengembangan berkelanjutan.¹² Dari konsep kebijakan tersebut maka penguatan pariwisata melalui kebijakan menjadi relevan guna memenuhi empat hal penting guna terwujudnya kesejahteraan NTT.

Kebijakan yang mendukung penguatan tersebut dapat diterapkan pada sisi regulasi dalam hal investasi, promosi dan stimulus manajerial yang efektif dalam pengelolaan pariwisata.

b. Teori Implementasi. Menurut Mulyadi, implementasi mengacu pada tindakan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dalam suatu keputusan.¹³ Tindakan ini berusaha untuk mengubah keputusan-keputusan tersebut menjadi pola-pola operasional serta berusaha mencapai perubahan-perubahan besar atau kecil sebagaimana yang telah diputuskan

¹¹ Agustino, Leo. 2012. *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta. Hal. 7

¹² Muhadjir, Noeng. 2000. *Ilmu pendidikan dan Perubahan Sosial. Teori Pendidikan Pelaku Sosial Kreatif*. Yogyakarta : Raka Sarasin. Hal. 15

¹³ Mulyadi, D. 2015. *Perilaku Organisasi dan Kepemimpinan Pelayanan*. Bandung: Alfabeta. Hal. 12

sebelumnya. Pada hakikatnya merupakan upaya pemahaman apa yang seharusnya terjadi setelah program dilaksanakan.

Adapun makna implementasi menurut Daniel A. Mazmanian dan Paul Sabatier (1979) adalah memahami apa yang senyatanya terjadi sesudah suatu program dinyatakan berlaku atau dirumuskan merupakan fokus perhatian implementasi kebijaksanaan yakni kejadian-kejadian dan kegiatan-kegiatan yang timbul sesudah disahkannya pedoman-pedoman kebijaksanaan Negara yang mencakup baik usaha-usaha untuk mengadministrasikannya maupun untuk menimbulkan akibat/dampak nyata pada masyarakat atau kejadian-kejadian.¹⁴

Dari beberapa pemahaman tersebut maka implementasi merupakan suatu proses kegiatan yang dilakukan oleh berbagai aktor sehingga pada akhirnya akan mendapatkan suatu hasil yang sesuai dengan tujuan-tujuan atau sasaran-sasaran kebijakan itu sendiri.

Menurut Merile S. Grindle Keberhasilan implementasi dipengaruhi oleh dua variabel besar, yakni isi kebijakan (*content of policy*) dan lingkungan implementasi (*context of implementation*). Variabel isi kebijakan ini mencakup:¹⁵

- 1) sejauh mana kepentingan kelompok sasaran termuat dalam isi kebijakan.
- 2) jenis manfaat yang diterima oleh target group, sebagai contoh, masyarakat di wilayah slumareas lebih suka menerima program air bersih atau perlistrikan daripada menerima program kredit sepeda motor.
- 3) Sejauh mana perubahan yang diinginkan dari sebuah kebijakan.
- 4) Apakah letak sebuah program sudah tepat. Variabel lingkungan kebijakan mencakup:

¹⁴ Abdul Wahab, Solichin. 2008. *Analisis Kebijakan dari formulasi ke implementasi kebijaksanaan negara*. Jakarta : Bumi Aksara. Hal. 65

¹⁵ Winarno, Budi. 2002. *Teori dan Proses Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Media Pressindo. Hal. 21

- a. Seberapa besar kekuasaan, kepentingan, dan strategi yang dimiliki oleh para actor yang terlibat dalam implementasi kebijakan.
- b. Karakteristik institusi dan rejim yang sedang berkuasa.
- c. Tingkat kepatuhan dan responsivitas kelompok sasaran.

c. Teori Manajemen. Dalam buku *Principles of Management* George R. Terry menyatakan bahwa *management is the accomplishing of a predeternined obojectives through the efforts of otherpeople* atau manajemen adalah pencapaian tujuan-tujuan yang telah ditetapkan melalui atau bersama-sama usaha orang lain.¹⁶

Manajemen sangat penting bagi setiap aktivitas individu atau kelompok dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Orientasi Manajemen pada proses (*process oriented*) yang berarti bahwa manajemen membutuhkan sumber daya manusia, pengetahuan, dan keterampilan agar aktivitas menjadi lebih efektif atau dapat menghasilkan tindakan dalam mencapai kesuksesan. Oleh sebab itu, tidak akan ada organisasi yang akan sukses apabila tidak menggunakan manajemen yang baik dan manajemen dibagi menjadi empat fungsi dasar, yaitu *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Pelaksanaan) dan *Controlling* (Pengawasan). Dari keempat fungsi manajemen ini disingkat dengan *POAC*.¹⁷

Sedangkan menurut Torang Manajemen merupakan ilmu mengatur proses untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya guna mencapai hasil yang sesuai.¹⁸

d. Teori Pemberdayaan. Pemberdayaan masyarakat menurut Widjaja sebagai upaya meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki masyarakat sehingga masyarakat dapat mewujudkan jati dirinya, serta mengangkat harkat dan martabatnya secara maksimal untuk bertahan dan

¹⁶ Sukarna. 2011. *Dasar-dasar Manajemen*. Bandung: Mandar Maju. Hal. 3

¹⁷ Ibid, Hal. 10

¹⁸ Torang, Syamsir. 2013. *Organisasi dan Manajemen*. Bandung: Alfabeta. Hal, 165

mengembangkan diri secara mandiri baik dibidang ekonomi, sosial, agama dan budaya.¹⁹ Menurut Eko Pemberdayaan merupakan sebuah gerakan dan proses berkelanjutan untuk membangkitkan potensi, memperkuat partisipasi, membangun peradaban dan kemandirian masyarakat.²⁰

Dari pemaknaan konsep pemberdayaan masyarakat, Winarni mengungkapkan bahwa inti dari pemberdayaan adalah meliputi tiga hal yaitu pengembangan, (*enabling*), memperkuat potensi atau daya (*empowering*), terciptanya kemandirian.²¹

Pada intinya pemberdayaan merupakan penciptaan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Logika ini didasarkan pada asumsi bahwa tidak ada masyarakat yang sama sekali tanpa memiliki daya. Setiap masyarakat pasti memiliki daya, akan tetapi kadang-kadang mereka tidak menyadari atau daya tersebut masih belum diketahui secara eksplisit. Maka dari itu daya harus digali dan kemudian dikembangkan. Jika asumsi ini berkembang maka pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya, dengan cara mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya. Di harapkan juga pemberdayaan jangan menjebak masyarakat dalam perangkap ketergantungan (*charity*), pemberdayaan sebaliknya harus mengantarkan pada proses kemandirian.²²

Pemberdayaan diatas secara konsep dapat diterapkan dalam pemberdayaan SDM lokal atau masyarakat untuk siap dan dan berperan dalam industri pariwisata di NTT.

e. Konsep Komunikasi Pemasaran. Komunikasi pemasaran (*marketing communication*) menurut Kotler adalah sarana dimana para

¹⁹ Widjaja, HAW. 2003. *Otonomi Desa Merupakan Otonomi Asli Bulat dan Utuh*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Hal. 169

²⁰ Sutoro, Eko. 2004. *Reformasi Politik dan Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: APMD Press. Hal. 11

²¹ Winarni, Tri. 1998. *Memahami Pemberdayaan Masyarakat Desa Partisipatif dalam Orientasi Pembangunan Masyarakat Desa menyongsong abad 21: menuju Pemberdayaan Pelayanan Masyarakat*. Yogyakarta. Aditya Media. Hal. 75

²² Ibid, Hal. 76.

pelaku usaha berusaha menginformasikan, membujuk dan mengingatkan kembali konsumen tentang produk yang dijual.²³

Menurut *The American Marketing Association*, mendefinisikan Komunikasi pemasaran sebagai sebuah kegiatan, sekumpulan perintah, dan serangkaian proses membentuk, mengkomunikasikan, mengirim, dan menukarkan penawaran yang bernilai kepada konsumen, klien, rekanan, dan masyarakat pada umumnya.²⁴

Dan menurut *Bussines Dictionary* dimana *Marketing communications is coordinated promotional messages delivered through one or more channels such as print, radio, television, direct mail, and personal selling* (Komunikasi pemasaran adalah suatu pesan-pesan promosi yang terkoordinasi dan dikirim melalui satu atau lebih saluran komunikasi seperti media cetak, radio, televisi, surat, dan penjualan secara personal).²⁵

Komunikasi pemasaran ini menjadi penting dalam mendukung penguatan pariwisata NTT dalam mendukung trafik kunjungan ke NTT guna meningkatkan pendapatan dan ekonomi daerah.

10. Data dan Fakta.

a. Kemampuan Impelentasi Kebijakan Pariwisata di NTT.

Pembangunan Industri pariwisata ini menjadi bahan pembahasan dalam kebijakan yang dikeluarkan pemerintah Indonesia yang tertuang pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 50 tahun 2011, hal tersebut meliputi: Penguatan Struktur Industri Pariwisata, Peningkatan Daya Saing Produk Pariwisata, Pengembangan Kemitraan Usaha Pariwisata, Penciptaan Kredibilitas Bisnis dan Pengembangan Tanggung Jawab Terhadap Lingkungan. Ke lima kebijakan yang disebutkan diatas menjelaskan bahwa pembangunan industri harus bersinergi dengan pembangunan aspek lainya. Di dalamnya juga terdapat partisipasi rakyat

²³ Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Alih Bahasa : Benyamin Molan. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1 dan 2. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta. Hal. 172

²⁴ Guru Ekonomi, 2020. *Pengertian Komunikasi Pemasaran Menurut Para Ahli*. Sumber: sarjanaekonomi.co.id/. Diakses tanggal 1 Febuari 2021.

²⁵ Ambar, 2017. *Komunikasi Pemasaran – Pengertian – Strategi – Bauran*. <https://pakarkomunikasi.com/>. Diakses tanggal 1 Febuari 2021.

dalam pembangunan industri pariwisata. Artinya adalah perlu adanya keseimbangan antara peran pemerintah maupun peran rakyat dalam pembangunan industri pariwisata.

Dinas Pariwisata NTT memiliki visi NTT bangkit menuju masyarakat sejahtera dalam bingkai Negara Kesatuan Republik Indonesia. Sedangkan misinya meningkatkan pembangunan pariwisata dalam rangka pemberdayaan ekonomi rakyat.²⁶ Adapun tujuan yang hendak dicapai:

- 1) Peningkatan kontribusi ekonomi kepariwisataan NTT.
- 2) Peningkatan daya saing kepariwisataan NTT.
- 3) Peningkatan kapasitas dan profesionalisme SDM pariwisata.
- 4) Penciptaan inovasi baru di sektor pariwisata.
- 5) Peningkatan Kualitas Destinasi Pariwisata.
- 6) Peningkatan kualitas dan kuantitas SDM Aparatur dan Pelaku.

Sedangkan sasaran strategis :

- 1) Peningkatan kontribusi kepariwisataan terhadap kualitas dan kuantitas tenaga kerja.
- 2) Peningkatan kontribusi kepariwisataan terhadap PDB Daerah.
- 3) Peningkatan investasi di sektor pariwisata.
- 4) Peningkatan devisa dan pengeluaran wisatawan di NTT.
- 5) Peningkatan profesionalisme pelaku sektor pariwisata.
- 6) Terciptanya diversifikasi destinasi dan Prodak pariwisata.
- 7) Peningkatan kuantitas wisman ke Indonesia dan perjalanan wisnus.
- 8) Peningkatan citra kepariwisataan Indonesia.
- 9) Terciptanya pemasaran (promosi) pariwisata yang efektif dan efisien.

Dalam menguatkan pariwisata di NTT tidak terlepas dari kebijakan itu sendiri. Dimana kebijakan yang diakomodasi oleh Pemerintah pusat dan Pemerintah daerah. Kebijakan pariwisata NTT²⁷ diantaranya:

²⁶ Dinas Pariwisata NTT, Sumber: <https://kkp.go.id>. Diakses tanggal 1 April 2021.

²⁷Ibid

- 1) Kebijakan daya saing destinasi, produk dan usaha Pariwisata daerah.
- 2) Pengembangan destinasi pariwisata berbasis masyarakat setempat (*community based tourism development*).
- 3) Peningkatan pangsa pasar pariwisata melalui pemasaran terpadu dalam maupun di luar negeri.
- 4) Peningkatan kualitas, pelayanan dan informasi wisata.
- 5) Pengembangan *incentive system* usaha dan investasi di bidang pariwisata.
- 6) Pengembangan infrastruktur pendukung pariwisata (terutama aksesibilitas)
- 7) Pengembangan SDM (standarisasi, akreditasi dan sertifikasi kompetensi)
- 8) Sinergi multi stakeholders dalam desain program kepariwisataan.

Berdasarkan data kebijakan pengembangan pariwisata 2018-2023, diantara:

- 1) Peningkatan kualitas dan standar pelayanan pariwisata
- 2) Peningkatan mutu produk, sarana dan prasarana di destinasi pariwisata dan kualitas pengelolaan destinasi pariwisata (bahari, budaya dan ekowisata);
- 3) Peningkatan gerakan sadar wisata dan Sapta Pesona;
- 4) Peningkatan investasi dan kemitraan pemerintah serta dunia usaha;
- 5) Pengembangan potensi dan kearifan lokal untuk pengembangan pariwisata NTT;
- 6) Pengembangan destinasi dan kawasan strategis pariwisata Daerah dengan pendekatan kewilayahan
- 7) Perluasan jumlah dan peningkatan kualitas daya tarik destinasi pariwisata NTT, terutama untuk daerah-daerah yang sudah mempunyai pasar nasional dan internasional;

- 8) Peningkatan aksesibilitas, dengan adanya dukungan infrastruktur yang menjadi penghubung antar destinasi pariwisata;
- 9) Pengembangan industri pariwisata dengan memberikan kemudahan dan iklim yang kondusif;
- 10) Penetapan koordinasi, kerjasama dan sinergi pembangunan kepariwisataan lintas sektor dan lintas daerah/Kewenangan.

Kebijakan pariwisata tersebut dari sisi Implementasi memiliki kelemahan dimana terkendala yaitu belum terjadi Sinergitas antar sektor lain dalam mendukung kebijakan tersebut. Kebijakan tersebut tidak didukung dengan kebijakan lain seperti akses dimana destinasi wisata masih terkendala dengan akses. Keterbatasan pada kementerian dan dinas pariwisata sehingga diperlukan Sinergitas sector lain dalam sinergitasnya. Sedangkan dari sisi positif Implementasi kebijakan pariwisata di NTT tersebut merespon dan berupaya mengangkat destinasi wisata yang potensial di NTT.

b. **Kemampuan Implementasi SDM lokal NTT.** Jumlah penduduk NTT berdasarkan hasil sensus pada tahun 2020 sebanyak 5.325.566 jiwa.²⁸ Penduduk miskin di NTT per Maret 2020 berjumlah sebesar 1,15 juta jiwa (20,90 persen).²⁹

Kontribusi sektor pariwisata terhadap penyerapan tenaga kerja dan pendapatan masyarakat NTT telah mencapai 20 persen. Hal ini menunjukkan bahwa potensi pariwisata di NTT berdampak positif terhadap permasalahan pengangguran dan pendapatan wilayah.

Dari data secara nasional sektor pariwisata mampu menciptakan 12,3 juta kesempatan kerja (SAKERNAS, 2016) dan sampai saat ini diperkirakan lebih dari 13 juta orang bekerja di sektor pariwisata.³⁰

Dampak positif perkembangan pariwisata berupa meningkatnya pendapatan masyarakat lokal, peluang usaha semakin luas, dan

²⁸ BPS NTT. Penduduk Hasil Sensus Penduduk (Jiwa), 2000-2020. Sumber: <https://ntt.bps.go.id>. Diakses tanggal 4 April 2021.

²⁹ Sigiranus Marutho Bere. 2020. Masuk 5 Besar Penduduk Miskin Terbanyak di Indonesia, Pemprov NTT: Itu Sangat Wajar", sumber: www.regional.kompas.com. Diakses tanggal 4 April 2021.

³⁰ LPEM FEB UI. 2019. Dampak pariwisata terhadap distribusi pendapatan dan penurunan kemiskinan di Indonesia. Sumber: www.lpem.org. Diakses tanggal 16 Mei 2021.

bertambahnya kesempatan berusaha. Dengan perkembangan pariwisata di NTT tentunya akan membutuhkan sumber daya manusia yang bekerja pada sektor pariwisata. Sektor pariwisata membutuhkan tenaga yang terampil dan sesuai dengan kebutuhan perkembangan pariwisata. Perkembangan pariwisata akan membuka mata pencaharian baru dari pengangguran dan meningkatkan pendapatan yang telah berkecimpung dengan industry pariwisata seperti penginapan atau hotel, kuliner, transportasi dan lain sebagainya.

Sementara dampak negatif perkembangan pariwisata berupa berkurangnya lahan pertanian, perubahan terhadap mata pencaharian masyarakat, perilaku masyarakat menjadi lebih konsumtif, perubahan terhadap gaya hidup masyarakat. Hal ini menjadi konsekuensi yang proporsional dan harus dilihat kemanfaatan bagi NTT sebagai bagian dari pembangunan. Pembangunan tidak selalu dilihat dari sisi positif tetapi juga berdampak negative walaupun secara persentase kecil.

Ketersediaan SDM pariwisata yang berkualitas dan profesional masih belum terpenuhi hal ini disebabkan belum memadainya sarana dan prasarana pendidikan, kurikulum pendidikan pariwisata yang tidak berdaya saing global. Penempatan SDM pariwisata di daerah yang tidak sesuai dengan kebutuhan (*the right man is not in the right place*). Maka kebutuhan SDM terutama masyarakat lokal diharapkan dapat terserap pada industri pariwisata dari sisi kuantitas dan kualitas yang memadai.

c. Kemampuan Implementasi Investasi Pariwisata NTT. Dengan rendahnya investasi di bidang pariwisata menunjukkan bahwa peran swasta dan masyarakat masih belum optimal. Hal ini dipengaruhi oleh kondisi ekonomi, situasi keamanan dan kebijakan pemerintah dalam menciptakan iklim investasi yang kondusif.

Dalam meningkatkan pariwisata di NTT masih membutuhkan investasi dengan nilai mencapai Rp. 37,18 triliun untuk mencapai target pertumbuhan ekonomi sampai 7 persen.³¹ Investasi merupakan struktur

³¹ Aloysius Lewokeda. 2020. *BI sebut pariwisata peluang emas NTT, tarik investasi Rp 37,18 triliun*. Sumber: www.antaranews.com. Diakses tanggal 4 April 2021.

ekonomi yang masih perlu diperbaiki daerah setempat, dari data yang ada hingga November 2019 baru mencapai sekitar Rp 4,6 triliun. Untuk mencapai pertumbuhan ekonomi sampai 7 persen seperti yang diharapkan pemerintah daerah butuh pertumbuhan investasi mencapai 9,33 persen atau senilai Rp 37,18 triliun.

Tabel V. Perkembangan Realisasi Investasi PMDN , PMA dan Tenaga Kerja yang Terserap di Nusa Tenggara Timur Tahun 2014 – 2016

	Tahun	Investasi PMDN (rupiah)	Investasi PMA (rupiah)	Tenaga Kerja (jiwa)
	2014	765.861.832.800	2.620.559.741.200	4.339
	2015	1.298.644.811.234	1.809.723.876.994	3.062
	2016	505.619.508.200	1.688.865.241.336	4.542

Sumber: www.nttbps.go.id. diakses tanggal 4 April 2021.

f. Kemampuan Implementasi Komunikasi pemasaran pariwisata NTT. Terhambatnya perkembangan pariwisata salah satu faktor penyebabnya adalah pola promosi dan sistem pengelolaan informasi pariwisata yang belum baik sehingga terkadang objek wisata beserta industri-industri jasa pendukungnya menjadi tidak dikenal apalagi mampu menarik minat para wisatawan untuk berwisata.

Indonesia untuk pertama kalinya pada tahun 1980an mengikuti *World Tourism Market (WTM)* menandai dimulainya era promosi produk pariwisata Indonesia secara internasional, seiring dengan lahirnya 7 kebijakan strategi pokok pariwisata dalam Pelita V yakni; Promosi pariwisata yang konsisten, Penambahan aksesibilitas, Mempertinggi kualitas pelayanan dan produk pariwisata, Pengembangan DTW, Promosi daya tarik alam, satwa dan wisata bahari, Mempertinggi kualitas SDM serta Melaksanakan kampanye sadar wisata melalui Sapta Pesona.

Pariwisata Indonesia pada tahun 2000 mencatat rekor tertinggi rata-rata lama tinggal wisatawan mancanegara yakni sebesar 12,26 hari dengan jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 5,064,217 (Kemenbudpar). Tetapi pada tahun 2002 pariwisata Indonesia kembali mengalami masa suram akibat kegiatan terorisme dan peristiwa bom Bali pada tanggal 12 Oktober 2002. Peristiwa tersebut menyebabkan penurunan wisatawan secara drastis

di Bali dari 156.923 menjadi 86.901 dan mengurangi secara kumulatif jumlah kunjungan wisman ke Indonesia sebesar 0,21% (data BPS). Kemudian pada tahun 2005 meskipun Bali dikejutkan kembali dengan ledakan bom untuk kedua kalinya namun pada saat itu dampak yang diakibatkan relatif lebih kecil, mengingat pada saat itu telah muncul sebuah kesadaran di masyarakat dunia terhadap permasalahan dan peristiwa yang berkaitan dengan terorisme.³²

Dalam memajukan bidang pariwisata yang ada di Propinsi NTT dengan salah satu upaya adalah memperkenalkan tempat-tempat pariwisata baru, berbagai tarian daerah yang hampir hilang keberadaannya hingga flora dan fauna yang menjadi khas di Propinsi NTT. Kondisi-kondisi tersebut menjadi persoalan dalam dunia pariwisata di Propinsi NTT karena kenyataannya masih banyak potensi pariwisata yang belum dikenal luas oleh masyarakat luas, dan salah satu jalan untuk mengatasi permasalahan ini adalah dengan peningkatan promosi pariwisata dan diharapkan akan memberi dampak kepada masyarakat luar sehingga dapat menjangkau tempat-tempat tersebut dengan ketersediaan informasi yang mudah didapat.

Promosi wisata sampai sejauh ini dilakukan melalui promosi lewat katalog pariwisata, brosur pariwisata, event-event skala Nasional maupun Internasional, website wisata resmi milik pemerintah serta informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth/WOM*) baik secara konvensional maupun yang disebarakan lewat media internet (*internet word of mouth/e-WOM*) diantaranya melalui media sosial seperti *Facebook* maupun *Instagram*. Media katalog pariwisata sendiri yang sudah ada diantaranya majalah *Travel Guide To East Nusa Tenggara* (milik Disparekraf NTT), *The East Travel Magazine* (milik ASITA). Promosi melalui media-media katalog wisata tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan.

Langkah strategis dalam komunikasi pemasaran pariwisata NTT seperti *e-business* telah menjadi strategi baru dalam pemasaran pariwisata. E-business mampu memberikan banyak kemudahan, baik dalam koneksi

³² Kasih Cakaputra Komsary. 2016. *Dinamika Kepariwisatawan Indonesia*. Sumber: <https://tourism.binus.ac.id>. Diakses tanggal 4 April 2021.

businnes to businnes (B to B) maupun *businnes to customer* (B to C). Strategi yang lebih efektif dengan jangkauan yang jauh lebih luas tanpa batas.

Dari sisi kelemahan promosi pariwisata NTT masih belum menasional dan internasional walaupun telah dilakukan berbagai upaya dan media. Kelemahan promosi ini berdampak dari sisi informatif belum merambah pada wisatawan potensial dan belum diketahui secara masif destinasi wisata di NTT. Sedangkan dari sisi positif promosi ini telah melakukan penyesuaian dengan perkembangan teknologi seperti penggunaan media social dan media lainnya.

11. Pengaruh Perkembangan Lingkungan Strategis.

a. Dinamika perkembangan industri pariwisata global.

1) **Dampak ekonomi global.** Akibat Pandemi global Covid-19 berdampak ekonomi dunia sehingga berdampak pada kemampuan dalam melakukan perjalanan wisata diseluruh dunia. Pertemuan Forum G20 beranggotakan 20 negara perekonomian terbesar di dunia, termasuk Indonesia digelar bertujuan untuk memfasilitasi kerja sama dalam melindungi bisnis pariwisata, lapangan pekerjaan, dan mendukung wisatawan melalui tantangan yang belum pernah terjadi sebelumnya.

2) **Penerapan *lockdown*.** Pandemi global Covid-19 juga membuat beberapa menerapkan *lockdown* sehingga berdampak penutupan akses masuk ke suatu negara sehingga perjalanan wisata juga mengalami penutupan. Pandemi Pariwisata di NTT tidak terlepas dari pengaruh dinamika global. Saat ini ditengah pandemi Covid-19 membuat badai pada industri wisata global. Hal ini juga berdampak pada pariwisata di NTT dengan menurunnya kunjungan wisatawan. Sektor pariwisata saat ini menghadapi tantangan berat imbas dari Covid-19.

Organisasi Pariwisata Dunia atau *United Nation World Tourism Organisation (UN-WTO)* menyebut tahun 2020 sebagai tahun

terburuk dalam sejarah pariwisata. Secara global jumlah kedatangan wisatawan internasional anjlok 74 persen atau 1 miliar orang lebih kecil dibandingkan dengan tahun sebelumnya seiring pembatasan perjalanan akibat Covid-19.³³

b. Dinamika perkembangan industri pariwisata regional.

1) Keindahan di Negara-negara di ASEAN dengan faktor alam , budaya, geografi bahkan politik untuk dipromosikan sebagai destinasi wisata secara keseluruhan.

2) Dinamika perkembangan industri pariwisata tidak terlepas dari beberapa kerjasama pada bidang pariwisata dikawasan, seperti:

a) Asean Tourism Association (ASEANTA)

Sebagai pelaksana Deklarasi ASEAN yang ditanda tangani pada 8 Agustus 1967 di Bangkok dan untuk mewujudkan kerjasama regional antar bangsa di kawasan Asia Tenggara, maka di dalam sidang-sidang para Menteri Luar Negeri ASEAN, sejak tahun 1967, bidang pariwisata telah menjadi salah satu pokok pembahasan, karena disadari bahwa melalui pengembangan pariwisata diharapkan kerja sama ASEAN akan lebih memasyarakat. Pembentukan ASEANTA dalam rangka meningkatkan kerja sama dalam mempromosikan pariwisata antar Negara-negara ASEAN.

b) Asian Association of Conservation and Visitors Bureans (AACVB)

Asian Association of Conservation and Visitors Bureans (AACVB) adalah suatu asosiasi kepariwisataan yang bergerak di bidang pengembangan dan pembinaan usaha konservasi di kawasan Asia. AACVB dibentuk pada 1983 di Manila dan berkantor Pusat di Macao. Keanggotaan AACVB meliputi

³³ Fany Rachma. 2021. Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal. Sumber: <http://beritamagelang.id>. Diakses tanggal 2 April 2021.

antara lain: Organisasi Hotel, *Airlines*, *Professional Congress Organizer (PCO)*, *Specialist Travel Agents* dan *Transportation Companies*.

c) ASEAN Permanent Committee on Tourism (ASEAN PCT)

Pembentukan ASEAN PCT pada tahun 1969, ASEAN PCT merupakan salah satu bagian dari Perhimpunan Bangsa-Bangsa Asia Tenggara yang bergerak di bidang kepariwisataan. Kesekretariatan organisasi ini bergilir mengikuti negara dari ketua organisasi ini. Tujuan ASEAN PCT adalah meningkatkan kerjasama yang aktif dan saling membantu kepentingan bersama dalam bidang perjalanan dan pariwisata.

d) ASEAN Hotel and Restaurant Association (AHRA)

AHRA adalah perhimpunan hotel dan restoran di kawasan ASEAN. AHRA berkantor pusatnya di Singapura. Usaha dan tujuan AHRA adalah menerbitkan *ASEAN Hotel and Restaurant Directory*, menyelenggarakan pendidikan dan konferensi tahunan untuk merumuskan dan mencari solusi atas masalah-masalah kepariwisataan ASEAN.

c. Dinamika perkembangan industri pariwisata nasional.

- 1) Akibat dampak pandemi Covid-19 berdampak terhadap kehidupan ekonomi di Indonesia termasuk pariwisata. Pemberlakuan kebijakan pembatasan mobilitas sehingga berdampak pada sirkulasi kunjungan wisata mancanegara dan lokal. Berdasarkan data BPS, jumlah kunjungan wisatawan wisatawan asing (*foreign tourist*), dan *Domestic foreign tourist* pada tahun 2020 hanya 4,022 juta kunjungan atau turun 75,03 persen dibandingkan dengan tahun 2019 yang bisa

mencapai target 16,1 juta kunjungan.³⁴ Perencanaan akan pengembangan lima kawasan strategis pariwisata nasional (KSPN) super-prioritas yang dikembangkan oleh pemerintah secara masif sebagai destinasi pariwisata andalan baru di luar Bali. Satu di antaranya terkait pusaka budaya (*cultural heritage*), yakni Borobudur. Sedangkan dua lainnya yaitu Labuhan Bajo (Nusa Tenggara Timur) dan Danau Toba (Sumatera Utara) yang ditetapkan sebagai warisan alam (*natural heritage*).³⁵ Hempasan pandemi Covid-19 terhadap sektor pariwisata yang terdampak langsung, yakni kamar hotel, penginapan yang kosong, jumlah penumpang pesawat, serta moda transportasi lain banyak yang turun drastis.

2) Dampak ekonomi nasional juga berpengaruh terhadap dunia wisata. Kebijakan pemerintah atas mobilitas masyarakat akibat dampak Covid-19 mempengaruhi pada perekonomian yang akhirnya berdampak pada dunia wisata nasional termasuk kunjungan wisata yang ada di NTT.

d. **Peluang dan Kendala.**

1) **Peluang.** Peluang yang dapat dimanfaatkan dalam penguatan pariwisata NTT, yaitu :

a) Nusa Tenggara Timur (NTT), memiliki banyak potensi pariwisata yang menggiurkan dan kini semakin mendunia. Provinsi ini memiliki banyak potensi pariwisata, baik yang sudah dikenal luas atau belum. NTT terkenal tidak terlepas dari salah satu ikon utama yaitu hewan komodo yang berada di Taman Nasional Komodo. Potensi industry pariwisata bahari di NTT sangat menjanjikan, baik untuk *diving, surfing, snorkeling, fishing*, dan lainnya karena lautnya yang luas. Laut NTT memiliki laut yang jernih, berlimpahnya terumbu karang, dan

³⁴ Ibid

³⁵ Ibid

keanekaragaman biota laut yang unik. Salah satunya adalah dunia bawah laut yang ada di Alor yang merupakan salah satu taman laut terindah di dunia. Selain dari sisi keindahan alam potensi budaya, wisata rohani, sejarah dan kampung tradisional juga dapat menjadi peluang dari destinasi wisata di NTT.

b) Kerjasama yang terjalin selama ini antara negara yang tergabung dalam ASEAN dapat dimanfaatkan untuk melakukan kerjasama terutama di bidang pariwisata sekaligus juga untuk mempromosikan dan memasarkan pariwisata NTT secara massif dan komprehensif sehingga dapat menarik wisatawan asing (*foreign tourist*), *Domestic foreign tourist* dan *Domestic tourist* untuk berkunjung ke destinasi wisata di NTT.

c) Bonus demografi dengan banyaknya usia produktif di NTT, bila disiapkan dan diarahkan dengan baik dapat menghasilkan kualitas SDM yang baik dalam mendukung dan memajukan pariwisata di NTT.

2) **Kendala.** Kendala yang dihadapi dalam penguatan pariwisata NTT, yaitu:

a) Wabah pandemi Covid-19 berdampak global pada industri pariwisata di seluruh dunia karena turunnya permintaan dari wisatawan domestik maupun mancanegara. Penurunan drastic permintaan ini disebabkan oleh pemberlakuan berbagai pembatasan perjalanan oleh banyak negara yang berusaha membendung penyebaran dan penularan virus yang bisa berakibat fatal itu. Sehingga Indonesia ikut menanggung imbas dari merosotnya industri pariwisata akibat pandemi Covid-19 tersebut. NTT sebagai salah satu tujuan destinasi wisata ikut mengalami kendala

karena pengurangan perjalanan wisata ke NTT disebabkan oleh kebijakan tiap negara dalam menerapkan pembatasan sosial skala besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Skala Mikro (PPKM).

b) Dampak ekonomi yang ditimbulkan oleh Covid-19 juga mempengaruhi daya kemampuan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata ke NTT. Penurunan kunjungan wisata akibat ekonomi berdampak pada pelaku industri wisata di NTT dalam melakukan pengembangan dan mempertahankannya.

c) Belum optimalnya sinergitas antar pihak terkait seperti pemerintah pusat, daerah dan pihak swasta dalam membangun industri pariwisata di NTT. Sinergitas ini berbicara melihat potensi wisata yang dianggap relevan dengan peningkatan pariwisata di NTT.

d) Keterbatasan sumber daya manusia yang dapat memenuhi industri pariwisata di NTT. Hal ini berbicara dukungan lembaga pendidikan dalam mendukung keterampilan dan kemampuan pada industri pariwisata.

e) Investasi yang masih rendah menjadi kendala tersendiri. Mengingat anggaran yang besar dalam membangun industri pariwisata maka dukungan investasi pariwisata menjadi solusi yang ada jika dihadapkan dengan potensi wisata yang banyak dan keterbatasan anggaran pemerintah.

BAB III PEMBAHASAN

12. Umum. Industri pariwisata NTT dapat meningkatkan perekonomian wilayah guna meningkatkan indeks ketahanan nasional. Sektor pariwisata menjadi potensi yang relevan dalam upaya mendongkrak perekonomian NTT dengan pengelolaan yang baik. Peningkatan industri pariwisata NTT juga meningkat terhadap PDB daerah dengan harapan berpengaruh terhadap menurunnya angka kemiskinan di NTT. Disisi lain dengan penguatan industri pariwisata di NTT berkontribusi terhadap ketahanan ekonomi nasional. Pembahasan akan dilihat dari beberapa aspek seperti kebijakan, SDM, anggaran dan pemasaran.

13. Kemampuan Implementasi Kebijakan dalam Mendukung Pariwisata NTT.

a. Arah kebijakan dan strategi. Arah kebijakan dan strategi yang dimaksud yaitu kebijakan dari Kemenparekraf/Baparekraf menggambarkan spirit dan upaya yang dilakukan untuk mengubah kondisi saat ini menjadi kondisi yang diinginkan. Tujuan akhir Kemenparekraf/Baparekraf adalah meningkatnya kontribusi sektor pariwisata terhadap ketahanan ekonomi nasional.

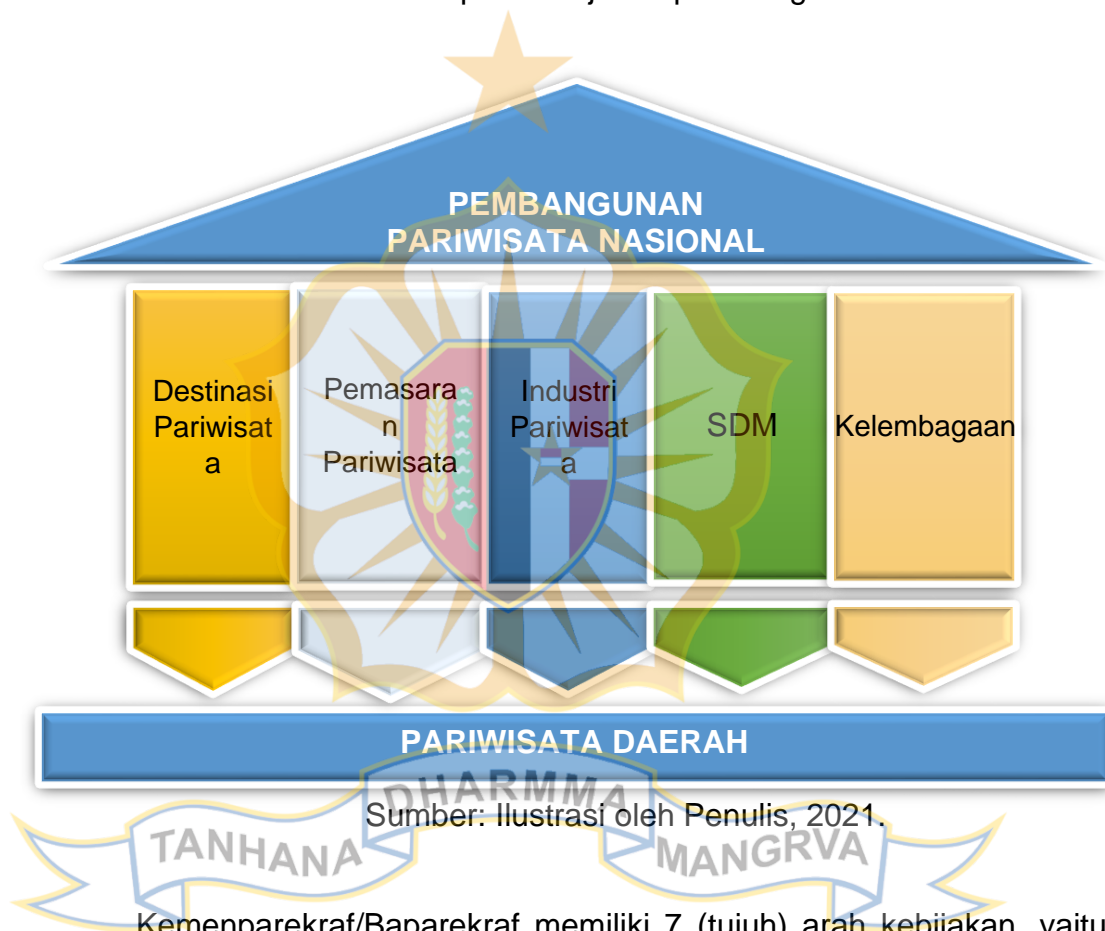
Pencapaian tujuan akhir tersebut hanya dapat terwujud melalui pariwisata yang berkualitas (*quality tourism experience*), **pariwisata yang berbasis ekonomi kreatif** yang diharapkan dapat menjadi penggerak ekonomi nasional.

Dalam hal kepariwisataan nasional ada Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Baparekraf) melaksanakan tugas pemerintahan di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif untuk membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Baparekraf tersebut dalam hal kebijakan berfungsi: *pertama*, perumusan dan penetapan kebijakan di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif; *kedua*, perumusan, penetapan, dan pelaksanaan kebijakan teknis pengembangan sumber daya, kelembagaan, destinasi, infrastruktur, industri, investasi, pemasaran, produk wisata dan

penyelenggaraan kegiatan, serta ekonomi digital dan produk kreatif di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif.³⁶

Hal ini dapat terwujud melalui pembangunan 5 pilar strategis pariwisata, yaitu Pilar Destinasi Pariwisata, Pilar Pemasaran Pariwisata, Pilar Industri Pariwisata, Pilar SDM dan Kelembagaan Pariwisata. Dari lima pilar ini menjadi upaya peningkatan pariwisata di daerah.

Gambar 2. Lima pilar kebijakan pembangunan Pariwisata



Kemenparekraf/Baparekraf memiliki 7 (tujuh) arah kebijakan, yaitu: **Pertama, Pengembangan destinasi pariwisata, dengan strategi: yaitu, Meningkatkan kesiapan destinasi pariwisata berdasarkan prioritas secara komprehensif, terintegrasi dan berkelanjutan, dan Diversifikasi produk pariwisata yang bernilai tambah tinggi.**

Kedua, Pemasaran pariwisata berbasis kemitraan strategis (*strategic partnership*), dengan strategi: pertama, Pemasaran Pariwisata berorientasi

³⁶. Peraturan Presiden (Perpres) No. 97 tahun 2019 tentang Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Pasal 3 huruf a dan b

hasil dengan fokus pasar potensial. Kedua, Meningkatkan citra pariwisata Indonesia berdaya saing, dan Pemanfaatan teknologi dalam mendukung pemasaran pariwisata.

Ketiga, Pengembangan industri pariwisata terintegrasi, dengan strategi: pertama, Mengembangkan industri pariwisata. Kedua, Meningkatkan tata kelola pariwisata. Ketiga, Mendorong peningkatan investasi, pendanaan, dan akses pembiayaan secara merata di industri pariwisata.

Keempat, Pengelolaan SDM dan kelembagaan pariwisata dalam mewujudkan SDM yang unggul dan berdaya saing, dengan strategi: *pertama*, optimasi kelembagaan maupun kurikulum pendidikan dan pelatihan vokasi pariwisata. *Kedua*, meningkatkan sertifikasi kompetensi SDM pariwisata. *Ketiga*, melakukan penguatan komunitas dan kelembagaan pariwisata.

Kelima, Mendorong riset, inovasi, adopsi teknologi, serta kebijakan pariwisata yang berkualitas, dengan strategi: pertama, Mendorong riset dan inovasi terkait pengembangan destinasi pariwisata yang berorientasi pada peningkatan nilai tambah dan daya saing. Kedua, Adopsi teknologi informasi dan komunikasi terkini secara efektif dan efisien. Ketiga, Mengelola kebijakan pariwisata berbasis kajian sesuai kebutuhan pembangunan pariwisata.

Keselarasan kebijakan Kemenparekraf/Baparekraf dengan kebijakan pemerintah NTT dimana meningkatnya kontribusi sektor pariwisata terhadap ketahanan ekonomi nasional dipenuhi dengan sasaran strategis dimana: pertama, Meningkatnya kontribusi kepariwisataan terhadap PDB Daerah. Kedua, Meningkatnya investasi di sektor pariwisata. Ketiga, Meningkatnya devisa dan pengeluaran wisatawan di NTT.

Kebijakan Kemenparekraf/Baparekraf atas pilar destinasi wisata dimana kebijakannya pengembangan destinasi pariwisata, dengan strategi: yaitu, Meningkatkan kesiapan destinasi pariwisata berdasarkan prioritas secara komprehensif, terintegrasi dan berkelanjutan dan diversifikasi produk pariwisata yang bernilai tambah tinggi. Hal ini selaras dengan kebijakan Pemda NTT melalui Kebijakan daya saing destinasi, produk dan usaha

Pariwisata daerah. Kemudian kebijakan pengembangan destinasi pariwisata berbasis masyarakat setempat (*community based tourism development*).

Berdasarkan kebijakan dari Kemenparekraf/Baparekraf bahwa Pemasaran pariwisata berbasis kemitraan strategis (*strategic partnership*), dilaksanakan melalui strategi: Pertama, Pemasaran pariwisata berorientasi hasil dengan fokus pasar potensial. Kedua, Meningkatkan citra pariwisata Indonesia berdaya saing, dan Pemanfaatan teknologi dalam mendukung pemasaran pariwisata. Pada kebijakan Pemda NTT kebijakan pemasaran pariwisata sebagai upaya peningkatan pangsa pasar pariwisata melalui pemasaran terpadu dalam maupun di luar negeri.

Kebijakan Pengembangan industri pariwisata terintegrasi, dengan strategi: pertama, Mengembangkan industri pariwisata. Kedua, Meningkatkan tata kelola pariwisata. Ketiga, Mendorong peningkatan investasi, pendanaan, dan akses pembiayaan secara merata di industri pariwisata. Hal ini didukung dari kebijakan Pemda NTT dimana pengembangan industri pariwisata didukung dengan kebijakan. Pengembangan *incentive system* usaha dan investasi di bidang pariwisata. Serta pengembangan infrastruktur pendukung pariwisata (terutama aksesibilitas) ke lokasi wisata.

Dari sisi tenaga kerja dimana dalam hal ini SDM dimana pengelolaan SDM dalam mewujudkan SDM yang unggul dan berdaya saing, dengan strategi: pertama, Optimalisasi kelembagaan maupun kurikulum pendidikan dan pelatihan vokasi pariwisata. Kedua, Meningkatkan sertifikasi kompetensi SDM pariwisata. Ketiga, Penguatan komunitas dan kelembagaan pariwisata. Dimana kebijakan Kemenparekraf/Baparekraf memiliki keselarasan dengan tujuan yang hendak dicapai oleh pemerintah NTT dalam hal SDM, yaitu; pertama, Peningkatan kapasitas dan profesionalisme SDM pariwisata. Kedua, Peningkatan kualitas dan kuantitas SDM Aparatur dan Pelaku. Dengan strategi peningkatan profesionalisme pelaku sektor pariwisata. Kebijakan yang dilakukan oleh Pemda NTT yaitu Pengembangan SDM (standarisasi, akreditasi dan sertifikasi kompetensi).

Kebijakan Kemenparekraf/Baparekraf atas kelembagaan pariwisata dengan strategi: Melakukan penguatan komunitas dan kelembagaan

pariwisata. Pada kebijakan Pemda NTT dipahami sebagai Sinergi multi stakeholders dalam desain program kepariwisataan.

b. Analisis Kebijakan dalam mendukung Industri Pariwisata NTT.

Dalam melihat kebijakan nasional dan Pemda dalam penguatan industri pariwisata NTT dapat dilihat dari konsep kebijakan. Menurut Noeng Muhadjir dimana kebijakan sebagai upaya memecahkan problem sosial bagi kepentingan masyarakat atas asas keadilan dan kesejahteraan masyarakat. Dan dalam kebijakan terdapat empat hal penting yakni; *pertama*, tingkat hidup masyarakat meningkat, *Kedua*, terjadi keadilan : *By the law, social justice*, dan peluang prestasi dan kreasi individual. Ketiga, diberikan peluang aktif partisipasi masyarakat (dalam membahas masalah, perencanaan, keputusan dan implementasi), dan *Keempat*, terjaminnya pengembangan berkelanjutan.³⁷ Dari konsep kebijakan tersebut maka penguatan pariwisata melalui kebijakan menjadi relevan guna memenuhi empat hal penting guna terwujudnya kesejahteraan NTT.

Berdasarkan kebijakan yang ada dapat diorientasikan pada ;

1) Tingkat hidup masyarakat meningkat. Hal ini didasarkan dari adanya serapan tenaga kerja terhadap warga sekitar yang terkategori pengangguran. Dari pengangguran yang tidak memiliki penghasilan dengan adanya industri pariwisata dapat bekerja pada industri pariwisata sehingga memiliki penghasilan sehingga meningkatkan tingkat hidup masyarakat.

2) Terjadi keadilan ekonomi: *By the law, social justice*, dan peluang prestasi dan kreasi individual. Kebijakan pada industri pariwisata baik dari pemerintah pusat dan daerah setidaknya membuka peluang keadilan ekonomi dimana mencoba mengurangi kemiskinan dari perputaran ekonomi yang ditunjang oleh pariwisata. Dari sisi sosial dampak pariwisata meningkatkan status sosial yang selama ini miskin untuk lebih baik secara ekonomi. Kebijakan tersebut

³⁷ Muhadjir, Noeng. 2000. *Ilmu pendidikan dan Perubahan Sosial. Teori Pendidikan Pelaku Sosial Kreatif*. Yogyakarta : Raka Sarasin. Hal. 15

juga membuka peluang bagi masyarakat untuk berprestasi dan mewujudkan kreasi individual didunia pariwisata.

3) Diberikan peluang aktif partisipasi masyarakat (dalam membahas masalah, perencanaan, keputusan dan implementasi). Perwujudan dari konten kebijakan tersebut tertuang didalam kebijakan Kemenparekraf/Baparekraf dan Pemda NTT dapat dilihat pada penguatan komunitas. Komunitas disini dipahami sebagai masyarakat yang peduli, pelaku dan pekerja pada industri pariwisata NTT.

4) Terjaminnya pengembangan berkelanjutan. Kendala dalam suatu kebijakan adalah konsistensi dalam kontinyuitas. Artinya baik pemerintah pusat, pemerintah daerah, komunitas dan masyarakat harus dapat menjaga dan menjamin terjadinya kontinyuitas kebijakan yang mengembangkan industri pariwisata di NTT. Hal ini penting dalam meningkatkan perekonomian NTT yang ditunjang dari pariwisata dan menekan angka kemiskinan.

Yang tidak kalah penting dukungan kebijakan pada dunia pariwisata di NTT mengenai aksesibilitas. Kebijakan aksesibilitas ini tentunya terletak pada pemangku kewenangan dalam mewujudkannya. Aksesibilitas pariwisata itu sendiri adalah kemudahan untuk melakukan perjalanan ke suatu daerah yang belum dikenal, untuk mengetahui keindahan suatu objek ataupun transportasi apa yang dapat digunakan untuk sampai ke daerah tersebut dikemas dan dikelola melalui produk aksesibilitas. Dengan melihat aksesibilitas sebagai salah satu aspek penting dalam mendukung pengembangan pariwisata, karena menyangkut pengembangan antar sektoral. Hal pertama dimana tanpa dihubungkan dengan jaringan transportasi tidak mungkin sesuatu objek mendapat kunjungan wisatawan. Dalam pembangunan tersebut diperlukan koordinasi yang mantap antara instansi terkait bersama dengan instansi pariwisata diberbagai tingkat. Hal ini tidak terlepas dengan koordinasi di tingkat perencanaan yang dilanjutkan

dengan koordinasi di tingkat pelaksanaan sebagai modal utama suksesnya pembangunan pariwisata. Dengan Tujuan adalah Objek wisata dan harus didukung dengan aksesibilitas, artinya objek wisata harus mudah dicapai dan dengan sendirinya juga mudah ditemukan. Hal tersebut didukung dengan akses kondisi jalan menuju ke objek wisata, dan jalan akses itu harus berhubungan dengan prasarana umum. Kondisi jalan umum dan jalan akses menentukan aksesibilitas suatu objek wisata. Aksesibilitas ini merupakan syarat yang penting sekali untuk objek wisata. Selanjutnya sebagai tempat akhir perjalanan, dimana tempat objek wisata harus ada terminal, setidaknya tempat parkir. Ketersediaan jalan akses maupun tempat parkir harus sesuai dengan kebutuhan yaitu sesuai dengan jumlah wisatawan yang diharapkan kedatangannya dan jenis serta jumlah kendaraan yang diperkirakan akan digunakan oleh para wisatawan. Dalam mewujudkan akses-akses tersebut tentunya didukung dengan kebijakan-kebijakan instansi lainnya seperti kebijakan kementerian/dinas perhubungan, Kementerian/Dinas PUPR dan kebijakan kelembagaan lainnya.

Dengan terdampaknya pandemi global membuat kesulitan dalam menjaga kehidupan pariwisata guna tetap berlangsungnya ekonomi dari pariwisata yang di jalankan. Hal ini juga berbicara kebijakan penguatan pariwisata dihadapkan dengan kebijakan pembatasan sosial masyarakat. Maka menjaga kuatnya industry pariwisata di tengah pandemic juga menjadi tantangan tersendiri dikarenakan industry pariwisata termasuk sektor yang terdampak paling parah.

c. Upaya yang dilaksanakan. Dalam penguatan industri pariwisata di NTT pada aspek kebijakan perlu dilakukan upaya sebagai berikut:

- 1) Menekankan kebijakan pariwisata NTT dari sisi formulasi dan implementasi dimana dapat mewujudkan efektivitas dalam pencapaian tujuan dan efisiensi dalam implementasinya. Karena selama ini sisi lemah dari kebijakan adalah implementasi. Kebijakan pada pariwisata baik pemerintah pusat dan daerah guna mewujudkan ketahanan ekonomi diwilayah NTT.

2) Perlu diformulasikan kebijakan membangun sinergitas pada *stakeholder* pariwisata yang ada di NTT. Hal ini penting dalam hal kebersamaan sebagai “*team work*” yang bekerjasama dalam mewujudkan penguatan pariwisata NTT. Sebagai contoh jika suatu wilayah wisata dimana akses menuju ke lokasi tidak memadai maka menyulitkan untuk para wisatawan untuk datang. Maka dinas PUPR dapat mewujudkan akses menuju lokasi wisata untuk memadai sehingga wisatawan dapat berkunjung. Ini artinya perlu kerjasama antar instansi dalam mewujudkan penguatan pariwisata.

3) Adanya kebijakan yang memangkas birokrasi dan kontraproduktif terhadap pengembangan pariwisata NTT. Hal tersebut dapat diwujudkan dengan kebijakan investasi pariwisata, kebijakan sarana pariwisata dan kebijakan kemudahan promosi pariwisata. Investasi di Indonesia termasuk pada dunia wisata cenderung mengeluhkan mengenai birokrasi yang berbelit-belit dan cenderung banyak pungli sehingga untuk membatalkan berinvestasi disebabkan birokrasi dan banyak praktek-praktek kontraproduktif yang menyebabkan kegagalan berinvestasi.

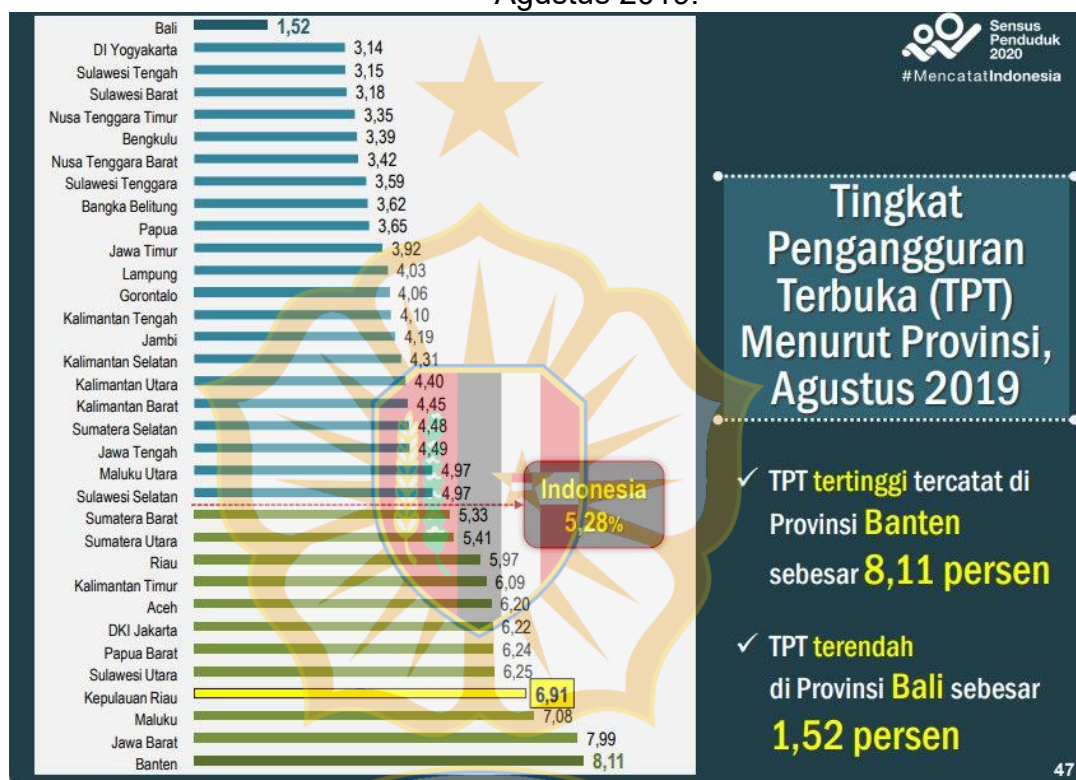
14. Kemampuan Implementasi Sumber Daya Manusia NTT di sektor Pariwisata.

a. **Kesiapan SDM NTT pada sektor pariwisata.** Berdasarkan data dimana jumlah penduduk NTT berdasarkan hasil sensus pada tahun 2020 sebanyak 5.325.566 jiwa.³⁸ Dari sektor pariwisata terhadap penyerapan tenaga kerja dan pendapatan masyarakat NTT telah mencapai 20 persen. Hal ini menunjukkan bahwa potensi pariwisata di NTT berdampak positif terhadap permasalahan pengangguran dan pendapatan wilayah. Sebenarnya angka ini sudah baik tetapi belum maksimal. Dimana penyerapan dan pendapatan masyarakat belum signifikan dalam

³⁸ BPS NTT. Penduduk Hasil Sensus Penduduk (Jiwa), 2000-2020. Sumber: <https://ntt.bps.go.id>. Diakses tanggal 4 April 2021.

menurunkan angka kemiskinan sehingga masih membuat NTT sebagai propinsi ketiga termiskin di Indonesia. Maka dengan penguatan pariwisata dilihat dari sisi kesiapan masyarakat untuk terserap sebagai tenaga kerja pada indsutri pariwisata harus mampu menunjukkan keterampilan dan keahlian yang dibutuhkan oleh dunia pariwisata.

Gambar 3. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Menurut Provinsi Agustus 2019.



Sumber: <https://ntt.bps.go.id>. Diakses tanggal 28 April 2021

Pengangguran sendiri pada umumnya disebabkan dengan minimnya lapangan pekerjaan atau kualitas individu yang rendah. Pemahaman dari pengangguran sebagai sebuah istilah di mana seseorang sedang tidak bekerja sama sekali, sedang mencari pekerjaan, bekerja kurang dari dua hari selama seminggu, atau seseorang yang sedang berusaha mendapatkan pekerjaan yang layak dan diinginkan. Pengangguran seringkali menjadi masalah tersendiri di berbagai negara, tak terkecuali Indonesia. Adanya pengangguran telah menyebabkan produktivitas dan pendapatan

masyarakat akan berkurang sehingga akan menyebabkan timbulnya kemiskinan dan masalah-masalah sosial yang lainnya.

Setidaknya ada beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya pengangguran termasuk di NTT, diantaranya:

1) Tidak seimbang lapangan pekerjaan dan tenaga kerja.

Di NTT dan Indonesia umumnya ketidakseimbangan antara pekerjaan dan tenaga kerja membuat angka pengangguran meningkat. Ketatnya persaingan antara *fresh graduate* dan yang berpengalaman membuat fenomena baru bahwa ketidakseimbangan tersebut telah terjadi. Dan yang lulusan magister tidak jauh berbeda dalam kesulitan dalam mencari pekerjaan. Pengangguran juga dapat disebabkan dengan ledakan penduduk dan membuat banyak lulusan *fresh graduate* menganggur untuk menunggu pekerjaan. Dan minimnya ketersediaan lapangan pekerjaan pada dunia pariwisata sehingga tidak dapat meningkatkan angka penyerapan tenaga kerja di NTT.

2) Ketidakesuaiannya kemampuan Para Pencari Kerja.

Pengangguran yang disebabkan oleh ketidaksesuaian dengan kriteria pencari kerja dengan kebutuhan dunia usaha atau perusahaan. Untuk dunia usaha pariwisata dimana pencari kerja tidak sesuai dengan bidang pariwisata. Hal ini akan hanya ada beberapa pelamar yang memiliki kesempatan untuk diterima.

3) Kurangnya Pendidikan dan Keterampilan. Permasalahan keterampilan dan pendidikan dari pencari kerja. Tingkat Pendidikan yang rendah dari pencari kerja akan sulit dalam mendapatkan pekerjaan. Pada dunia usaha wisata membutuhkan Pendidikan dan keterampilan yang mumpuni untuk sebagai pegawai.

4) Tingkat Kemiskinan. Kemiskinan juga dapat menjadi penyebab dikarenakan kurangnya kemauan untuk keluar dari zona kemiskinan tersebut. Selain itu, karena kemiskinan tidak ada kesempatan untuk mendapatkan pendidikan, atau mengasah

keterampilan sehingga tidak dapat memasuki dunia kerja dengan spesifikasi tertentu. masih sangat minim sehingga yang terjadi adalah adanya masalah pengangguran.

5) Tidak meratanya lowongan pekerjaan. Kurangnya lowongan pekerjaan yang tersedia secara merata bisa menjadi penyebab adanya angka pengangguran. Daerah yang kurang berkembang dan domisili yang jauh dari lapangan pekerjaan menjadi penghambat angkatan kerja mendapatkan pekerjaan. Dengan tidak meratanya obyek wisata di NTT sehingga penyerapan kerja tidak merata.

Berkembangnya industri pariwisata berdampak positif terutama dalam penyerapan tenaga kerja dan kesempatan berusaha dan penyerapan tenaga kerja. Sejauh ini ketersediaan SDM pariwisata yang berkualitas dan profesional masih belum tercukupi. Belum memadainya sarana dan prasarana pendidikan, kurikulum pendidikan pariwisata yang tidak berdaya saing global. Penempatan SDM pariwisata di daerah yang tidak sesuai dengan kebutuhan (*the right man is not in the right place*). Dari harapan Kemenparekraf/Baparekraf dalam hal peningkatan kualitas dan kuantitas SDM kepariwisataan dan ekonomi kreatif tahun 2020-2024, Kemenparekraf/Baparekraf menargetkan peningkatan jumlah tenaga kerja pada dunia Pariwisata dari 10 Juta Tenaga Kerja di tahun 2020 menjadi 12 Juta Tenaga Kerja pada tahun 2024, jumlah tenaga kerja Ekonomi Kreatif dari 17,25 Juta Tenaga Kerja di tahun 2020 menjadi 19,9 Juta Tenaga Kerja di tahun 2024, dan jumlah lulusan perguruan tinggi vokasi pariwisata ditargetkan meningkat dari 1500 lulusan di tahun 2020 menjadi 2200 lulusan pada tahun 2024.

b. Analisis kesiapan Sumber Daya Manusia NTT pada sektor pariwisata. Dari fakta yang ada dimana kondisi lingkungan global yang sedang mengalami pandemi Covid-19 berdampak pada pada lingkungan strategis regional dan nasional. pandemi Covid-19 sangat berdampak pada dunia pariwisata yang disebabkan pelaksanaan *lockdown* oleh beberapa

negara dan kebijakan pemerintah Indonesia dengan kebijakan *social distancing* (jaga jarak). Kebijakan beberapa negara berdampak pada ditutupnya beberapa obyek wisata atau dibatalkannya kunjungan wisata yang disebabkan oleh kebijakan pemerintah atau ketakutan wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata.

Berdasarkan Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataannya dimana pada pasal 4 huruf d dimana kepariwisataan bertujuan untuk mengatasi penangguran. Maka pariwisata di NTT harus mampu menghapus penangguran. Dari beberapa poin penyebab pengangguran disebabkan oleh ketrampilan dan keahlian. Maka kesiapan SDM NTT pada sektor pariwisata dilakukan dengan peningkatan keterampilan dan keahlian dari SDM NTT.

Dalam melihat kesiapan SDM NTT pada pariwisata NTT maka diperlukan pemberdayaan SDM. Berdasarkan teori Widjaja dimana pemberdayaan sebagai upaya meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki masyarakat sehingga masyarakat dapat mewujudkan jati dirinya, serta mengangkat harkat dan martabatnya secara maksimal untuk bertahan dan mengembangkan diri secara mandiri baik dibidang ekonomi, sosial, agama dan budaya.³⁹ Maka pemberdayaan dalam pariwisata NTT dimaksudkan sebagai mengupayakan dan meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki masyarakat untuk dapat berperan dalam pariwisata NTT. Pemberdayaan tersebut ditujukan kepada masyarakat untuk menjadi pelaku usaha pariwisata dan tenaga kerja pada pariwisata NTT.

Dari sisi kebijakan pariwisata baik pemerintah pusat dan daerah dimana selaras dengan pemberdayaan yaitu kebijakan Pengelolaan SDM dan kelembagaan pariwisata dalam mewujudkan SDM yang memiliki keunggulan dan berdaya saing, dengan strategi: pertama, Optimasi kelembagaan maupun kurikulum pendidikan dan pelatihan vokasi pariwisata. Kedua, Meningkatkan sertifikasi kompetensi SDM pariwisata. Ketiga, penguatan komunitas dan kelembagaan pariwisata. Kebijakan ini diyakini bagian dari pemberdayaan terhadap masyarakat yang dilakukan pemerintah

³⁹ Op cit, Widjaja, HAW.

dalam menghadapi perkembangan pariwisata NTT. Pemberdayaan SDM ini sendiri sebagai langkah kesiapan SDM NTT dalam menyikapi pariwisata dan termasuk sebagai upaya penguatan pariwisata NTT.

Dengan pemberdayaan masyarakat NTT terhadap pariwisata dapat mengelola dan mengembangkan Atraksi / Daya Tarik Atraksi / daya tarik merupakan segala sesuatu yang terdapat di objek wisata yang menjadi daya tarik sehingga orang mau berkunjung ke tempat tersebut. Atraksi wisata biasanya merupakan pendorong awal atau motivasi bagi seseorang untuk melakukan kunjungan. Atraksi itu dapat berupa atraksi wisata alam (*natural attractions*) dan atraksi buatan manusia (*Man made attractions*). Atraksi alam adalah daya tarik wisata yang melekat pada keindahan dan keunikan alam dari Pencipta yang mana terdiri keindahan alam (*natural amenities*), iklim, pemandangan, fauna dan flora yang aneh (*uncommon vegetation & animals*), hutan (*the sylvan elements*), dan sumber kesehatan (*health centre*) seperti sumber air panas belerang, mandi lumpur. Sedangkan atraksi buatan manusia adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik wisata yang sengaja diciptakan atau dibuat oleh manusia, misalnya : monumen, candi, *art gallery*, kesenian, festival, pesta ritual, upacara perkawinan tradisional, khitanan. Atraksi wisata yang baik juga dapat mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya, menahan mereka di tempat atraksi dalam waktu yang cukup lama dan memberi kepuasan kepada wisatawan yang datang berkunjung. Untuk mencapai hasil tersebut ada beberapa syarat dampak dari pemberdayaan yang harus dipenuhi yaitu:

- 1) Kegiatan (*act*) dan obyek (*artifact*) sebagai atraksi itu sendiri harus dalam keadaan yang baik.
- 2) Cara penyajiannya atraksi wisata harus tepat dihadapan wisatawan.
- 3) Atraksi wisata merupakan poin inti dari suatu mobilitas spasial suatu perjalanan. Maka harus memenuhi semua determinan mobilitas spasial yaitu akomodasi, transportasi dan promosi serta pemasaran;
- 4) Kondisi ditempat atraksi harus dapat menahan wisatawan cukup lama.

- 5) Membuat wisatawan terkesan waktu menyaksikan atraksi wisata harus diusahakan supaya bertahan selama mungkin.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional tahun 2010 -2025 dimana pemberdayaan masyarakat guna kesiapan SDM NTT pada industri pariwisata. Hal ini berbicara Peningkatan kemampuan SDM NTT yang dapat berkiprah pada industri pariwisata. Pengelolaan ini juga berdampak pada pengangguran yang cukup tinggi di NTT dengan penyerapan tenaga kerja.

c. Upaya yang dilaksanakan. Upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan kesiapan SDM NTT pada sektor pariwisata dapat dilakukan dengan upaya:

- 1) Optimalisasi kelembagaan baik Lembaga Pendidikan dan Lembaga pemerintahan yang ada dalam penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan vokasi pariwisata. Dengan optimalisasi Lembaga Pendidikan dan Lembaga pemerintahan dalam penyelenggaraan dan pelatihan vokasi pariwisata akan menghasilkan tenaga kerja yang memiliki kemampuan dan keahlian yang dibutuhkan pada industri pariwisata di NTT. Penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan vokasi pariwisata diharapkan menargetkan sumber daya manusia local guna meningkatkan perekonomian lokal.

- 2) Optimalisasi kurikulum pendidikan dan pelatihan vokasi pariwisata yang adaptif dengan kondisi lokal NTT. Optimalisasi tersebut didukung dengan penyusuaian kurikulum pendidikan dan pelatihan vokasi pariwisata yang disesuaikan dengan industri pariwisata mulai dari manajemen dan operasional teknis.

- 3) Merangsang masyarakat untuk ikut terlibat pada industri pariwisata di NTT. Keterlibatan masyarakat sebagai bentuk pemberdayaan wilayah dengan melibatkan masyarakat menjadi subyek pada industri pariwisata. Hal ini penting sebagai perwujudan

peningkatan taraf hidup masyarakat dengan keterlibatan pada industri pariwisata.

4) Memberikan pelatihan-pelatihan bagi masyarakat dan pelaku wisata akan pentingnya pengembangan sektor pariwisata, pembentukan kelompok sadar wisata dalam masyarakat

15. Kemampuan Implementasi Investasi pendukung Industri Pariwisata NTT.

a. **Terbatasnya jumlah investasi di bidang pariwisata.** Berdasarkan data Dinas Budaya dan Pariwisata serta Pusat Statistik Provinsi NTT bahwa, pada tahun 2018, 2019 dan 2020 wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata di NTT dirasakan masih kurang akibat dari pengelolaan industri pariwisata belum maksimal karena minimnya investasi. Ada beberapa faktor penyebab penurunan jumlah wisatawan ke objek-objek wisata di NTT di antaranya:

- 1) Sarana dan prasarana objek wisata yang tidak dikelola dengan baik.
- 2) Belum baiknya aksesibilitas menuju objek wisata yang kurang baik akibat terbatasnya anggaran untuk mengelola industri pariwisata.

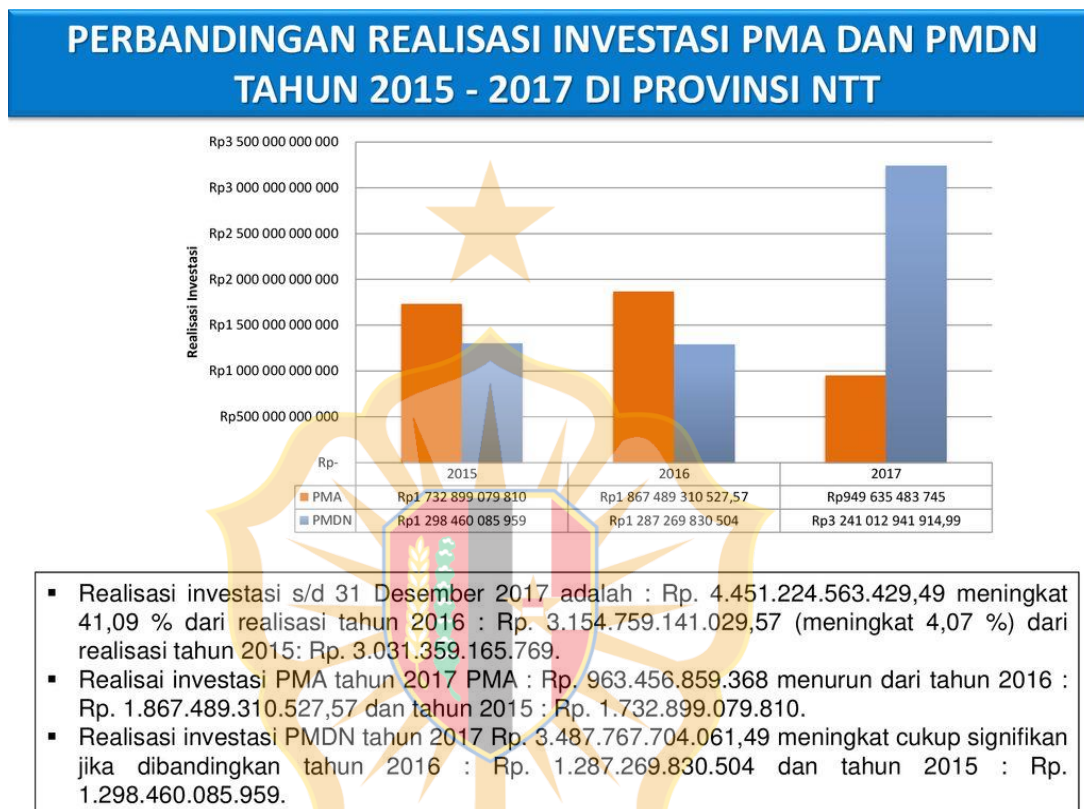
Peran swasta dan masyarakat dirasa masih belum optimal. Hal ini dipengaruhi oleh kondisi ekonomi, situasi keamanan dan kebijakan pemerintah dalam menciptakan iklim investasi yang kondusif dan massif.

Dalam meningkatkan pariwisata di NTT masih membutuhkan investasi dengan nilai mencapai Rp. 37,18 triliun untuk mencapai target pertumbuhan ekonomi hingga 7 persen.⁴⁰ Kurangnya investasi merupakan struktur ekonomi yang masih perlu diupayakan, karena tercatat hingga November 2019 baru mencapai sekitar Rp 4,6 triliun. Untuk mencapai pertumbuhan ekonomi hingga 7 persen seperti yang diharapkan pemerintah

⁴⁰ Aloysius Lewokeda. 2020. *BI sebut pariwisata peluang emas NTT, tarik investasi Rp 37,18 triliun*. Sumber: www.antaranews.com. Diakses tanggal 4 April 2021.

daerah butuh pertumbuhan investasi mencapai 9,33 persen atau senilai Rp 37,18 triliun.

Gambar 4. Perbandingan Realisasi Investasi PMA dan PMDN Tahun 2015-2017 di Provinsi NTT



Sumber: <https://slideplayer.info/slide/14362450/>. Diakses tanggal 9 Mei 2021.

Penanaman modal di wilayah NTT lebih didominasi oleh sektor jasa pariwisata terutama perhotelan dan akomodasi dengan total nilai investasi hingga triwulan I-2016 mencapai Rp1,5 triliun.⁴¹ Pada tahun tersebut dimana total investasi yang sudah ada, paling banyak di sektor pariwisata, khususnya di bidang perhotelan yang berada di Labuan Bajo Kabupaten Manggarai Barat, Ba'a Kabupaten Rote Ndao dan Kota Kupang.

Dari data yang ada dimana ada beberapa perusahaan yang menyatakan minat untuk berinvestasi pada industri pariwisata NTT pada

⁴¹ Investasi ke NTT Didominasi Sektor Jasa Pariwisata. Sumber: <https://www.wartaekonomi.co.id>. Diakses tanggal 29 april 2021.

tahun 2017 pada kegiatan *regional investment forum* di Padang-Sumatera Barat.

Tabel VI. Data perusahaan yang berinvestasi pada pariwisata NTT pada tahun 2017

NO	NAMA PERUSAHAAN	BIDANG USAHA	LOKASI
1	GJH Pte 460 Alexandra Road, PSA Building Singapore	PARIWISATA	NTT
2	WYNDAM HOTEL GROUP SOUTH EAST ASIA AND PACIFIC RIM-AUSTRALIA	PERHOTELAN	NTT
3	BWT INVESTMENT PTE LTD (LESLIE CHAN) SINGAPORE	PARIWISATA-RESORT	NTT

Sumber: <https://slideplayer.info/slide/14362450/>. Diakses tanggal 9 Mei 2021.

Hal yang paling menghambat dalam investasi pada sektor pariwisata di Indonesia dan khususnya NTT adalah perizinan. Selain soal perizinan, Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) menyimpulkan ada enam kendala lainnya bagi investor untuk menanam modal di Indonesia, khususnya di sektor pariwisata. Kendala-kendala tersebut yaitu pengadaan tanah, penyediaan infrastruktur dasar (jalan, listrik, gas, dan air), sumber daya manusia yang berkualitas, rencana tata ruang dan wilayah, insentif fiskal dan nonfiskal penanaman modal, serta pembiayaan. Sampai saat ini sektor pariwisata Indonesia masih memerlukan 120.000 kamar hotel, 15.000 restoran, 100 taman rekreasi bertaraf internasional, 100 operator selam, dan 100 marina untuk kapal plesir seperti yacht dan pesiar. Sektor pariwisata Indonesia, menurut data Kementerian Pariwisata, masih membutuhkan investasi dan pembiayaan sebesar Rp 500 triliun hingga tahun 2024.⁴²

b. Analisis Investasi mendukung industri pariwisata NTT. Dalam melihat investasi di pariwisata NTT tidak terlepas pada kebijakan sebagai pendukung. Jika kebijakan merupakan upaya memecahkan problem sosial bagi kepentingan masyarakat atas asas keadilan dan kesejahteraan

⁴² Silvita Agmasari. 2018. Kendala Investor Saat Ingin Menanam Modal di Sektor Pariwisata. Sumber: <https://travel.kompas.com>. Diakses tanggal 8 Mei 2021.

masyarakat (Noeng Muhadjir). Kebijakan dalam memenuhi empat hal penting yakni; tingkat hidup masyarakat meningkat, adanya keadilan, partisipasi masyarakat dan pengembangan berkelanjutan. Maka kebijakan akan investasi pada pariwisata di NTT mencoba memenuhi empat hal tersebut, dengan dampak yang ditimbulkan dari investasi, diantaranya:

1) Dengan investasi akan meningkatkan tingkat hidup masyarakat. Maksudnya investasi pada pariwisata seperti pembangunan hotel, Kawasan wisata dan sarana pendukung akan menyerap tenaga kerja lokal. Artinya ada dua hal peningkatan secara ekonomi pendapatan warga lokal. Yaitu: pertama, peluang penyerapan tenaga kerja dari warga yang menyandang status pengangguran. Kedua, peluang peningkatan pendapatan yang selama ini hanya terbatas sehingga dengan penambahan investasi akan membuka peluang kerja dengan pendapatan yang lebih baik.

2) Dengan investasi yang merambah wilayah-wilayah tertentu akan berdampak pada perekonomian sekitar wilayah wisata menjadi lebih baik. Dari sisi keadilan akan membuka pemerataan ekonomi dan hal ini berbicara keadilan ekonomi dari dampak investasi.

3) Dengan besarnya investasi yang berdampak pada pengembangan pendukung industri pariwisata akan melibatkan warga sekitar. Hal ini berbicara pemberdayaan masyarakat dari konteks ekonomi. Hal ini juga dapat didukung dengan kebijakan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yaitu tanggung jawab social perusahaan terhadap lingkungan. Artinya investasi secara tidak langsung melakukan pemberdayaan terhadap masyarakat sekitar.

4) Investasi harus didukung dengan kebijakan yang merangsangnya keberlangsungan investasi yang sudah ada dan mengundang investasi lainnya. Keberlanjutan artinya menjaga konsistensi dan peningkatan sehingga kebijakan investasi pada pariwisata NTT harus diterapkan dan diprogram secara terus menerus.

Selain itu investasi juga harus dapat merambah potensi-potensi wisata lainnya selain yang sudah ada di NTT. Maka kebijakan yang ada juga harus didukung dengan mengelola dan mengolah potensi wisata yang tersebar di NTT yang belum terjamah oleh pelaku wisata lain dari sisi keindahan alam, budaya, rohani dan lainnya. Investasi tersebut dapat ditujukan pada segala macam prasarana dan sarana yang digunakan oleh wisatawan selama berada di Daerah Tujuan Wisata. Dengan ketersediaan fasilitas maka akan mendorong wisatawan untuk berkunjung dan menikmati objek wisata dengan waktu yang relatif lama. Dengan fasilitas dan pelayanannya akan memudahkan orang berkunjung ke objek wisata yang diinginkan serta mobilitas di lokasi wisata. Prasarana dan sarana penting yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan dan menjadi target investasi, diantaranya:

- 1) Sarana pokok kepariwisataan (*Main Tourism Superstructure*). Hotel, Motel, Cottages, Youth Hostel, Camping Areas, travel agent and tour operator, tourist transportation (tourist bus, taxi, coach bus, rent-a-car), Caravanning Taverns dan Catering. Establishments, seperti : Coffe Shop, Bar dan Restaurant, , Cafeteria, Grill-Room, Self-Service. Juga dapat didukung dengan kantor-kantor pemerintah seperti *Tourist Information Center, government Tourist Office and Tourist Association*.
- 2) Sarana kelengkapan kepariwisataan (*Supplementing Tourism Superstructure*), yaitu : fasilitas olah raga dan rekreasi, seperti sky resort, horse riding, boating facilities, hunting safari, hunting camera and photograph.
- 3) Sarana penunjang kepariwisataan (*Supporting Tourism Superstructure*) seperti : stambath, Night club, casino, souvenir shop, entertainment dan lain-lain. Prasarana umum, seperti : jaringan jalan raya, jembatan, transportasi laut, darat dan udara, serta prasarana lain yang terdiri dari sistem penyediaan air bersih, pembangkit tenaga

listrik, fasilitas telekomunikasi, kantor pos, rumah sakit, pompa bensin, apotik.

Menurut Peraturan Pemerintah (PP) No 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional tahun 2010 -2025 dimana investasi sebagai bagian dari pembangunan destinasi pariwisata Nasional (pasal 8). Ini artinya investasi menjadi target dari pembangunan kepariwisataan nasional. Maka menarik penanaman modal dalam bentuk investasi akan berdampak pada perkembangan industri pariwisata yang ada di NTT hal ini sebagai bentuk efek domino dari kondisi yang ada. Dikarenakan banyaknya destinasi wisata di NTT yang belum dikelola dengan baik akibat keterbatasan dana pemerintah sehingga membutuhkan investasi guna mengembangkan destinasi wisata yang ada.

c. Upaya yang dilaksanakan. Ada beberapa upaya dalam meningkatkan investasi pada pariwisata di NTT, diantaranya:

- 1) Pemerintah NTT menawarkan dan memperkenalkan potensi-potensi wisata yang belum terjamah oleh pihak swasta dalam suatu kegiatan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengundang pihak-pihak yang ingin berinvestasi pada beberapa lokasi yang berpotensi wisata.
- 2) Para investor biasanya mengeluhkan beberapa faktor dalam dunia usaha yaitu birokrasi dan persyaratan yang cenderung menyulitkan. Maka untuk mengundang investor lebih banyak pemerintah NTT dapat menyederhanakan birokrasi dan persyaratan guna mengundang lebih banyak investor. Perbaikan perijinan berusaha tersebut dapat melalui *Online Single Submission (OSS)* sebagai cara memangkas masalah dan mempercepat perijinan investasi.
- 3) Adanya jaminan keamanan dalam pelaksanaan investasi yang dapat diberikan oleh pihak pemda guna menghindari kerugian dalam berinvestasi.

4) Mempercepat penyelesaian proyek infrastruktur. Pemerintah dapat mempercepat penyelesaian beberapa proyek infrastruktur. "Seperti *New Yogyakarta International Airport (NYIA)* di Yogyakarta dan akses pendukungnya, runway 3 Bandara Internasional Soekarno-Hatta, rapid exit taxiway Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai di Bali, dan pengembangan jalan di sekitar destinasi wisata," Menurutnya, percepatan penyelesaian proyek infrastruktur tersebut bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas dan mendukung peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara.

16. Kemampuan Implementasi Komunikasi Pemasaran Industri Pariwisata NTT.

a. **Faktor penghambat dalam industri pariwisata.** Perkembangan pariwisata NTT terhambat disebabkan salah satu faktor yaitu pola promosi dan sistem pengelolaan informasi pariwisata yang belum baik sehingga terkadang objek wisata beserta industri-industri jasa pendukungnya menjadi tidak dikenal apalagi mampu menarik minat para wisatawan untuk berwisata.

Di tahun 1980an Indonesia untuk pertama kali mengikuti *World Tourism Market (WTM)* menandai dimulainya era promosi produk pariwisata Indonesia secara internasional, bersamaan hal tersebut lahirnya 7 kebijakan strategi pokok pariwisata dalam Pelita V yakni; Promosi pariwisata yang konsisten, Penambahan aksesibilitas, Mempertinggi kualitas pelayanan dan produk pariwisata, Pengembangan DTW, Promosi daya tarik alam, satwa dan wisata bahari, Mempertinggi kualitas SDM serta Melaksanakan kampanye sadar wisata melalui Sapta Pesona.

Pada tahun 2000 dunia pariwisata Indonesia mencatat rekor tertinggi rata-rata lama tinggal wisatawan mancanegara yaitu sebesar 12,26 hari dengan jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 5,064,217 (data Kemenbudpar). Kemudian pada tahun 2002 dunia pariwisata Indonesia kembali mengalami masa suram akibat kegiatan terorisme dan peristiwa bom Bali pada tanggal 12 Oktober 2002. Peristiwa tersebut menyebabkan penurunan wisatawan secara drastis di Bali dari 156.923 menjadi 86.901

dan mengurangi secara kumulatif jumlah kunjungan wisman ke Indonesia sebesar 0,21% (data BPS). Walaupun pada tahun 2005 meskipun Bali dikejutkan kembali dengan ledakan bom untuk kedua kalinya namun pada saat itu dampak yang diakibatkan relatif lebih kecil, mengingat pada saat itu telah muncul sebuah kesadaran di masyarakat dunia terhadap permasalahan dan peristiwa yang berkaitan dengan terorisme.⁴³

Sebagai upaya yang memiliki nilai ketepatan dalam memajukan bidang pariwisata yang ada di Propinsi NTT dengan memperkenalkan tempat-tempat pariwisata baru, berbagai tarian daerah sampai flora dan fauna yang menjadi khas di Propinsi NTT. Hal-hal ini menjadi persoalan dalam dunia pariwisata di Propinsi NTT karena kenyataannya masih banyak potensi pariwisata yang belum dikenal luas oleh masyarakat luas, dan salah satu jalan untuk mengatasi permasalahan ini adalah dengan peningkatan promosi pariwisata dan diharapkan akan memberi dampak kepada masyarakat luar sehingga dapat menjangkau tempat-tempat tersebut dengan ketersediaan informasi yang mudah didapat.

Upaya promosi wisata yang telah diantaranya promosi lewat katalog pariwisata, brosur pariwisata, event-event skala Nasional maupun Internasional, website wisata resmi milik pemerintah serta informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth/WOM*) baik secara konvensional maupun yang disebarakan lewat media internet (*internet word of mouth/e-WOM*) diantaranya melalui media sosial seperti Facebook maupun Instagram. Media katalog pariwisata sendiri yang sudah ada diantaranya majalah *Travel Guide To East Nusa Tenggara* (milik Disparekraf NTT), *The East Travel Magazine* (milik ASITA). Dari media-media tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan.

Penggunaan komunikasi pemasaran pariwisata NTT seperti *e-business* telah menjadi strategi baru dalam pemasaran pariwisata. *E-business* mampu memberikan banyak kemudahan, baik dalam koneksi *business to business* (B to B) maupun *business to customer* (B to C). Strategi yang lebih efektif dengan jangkauan yang jauh lebih luas tanpa batas.

⁴³ Kasih Cakaputra Komsary. 2016. *Dinamika Kepariwisatawan Indonesia*. Sumber: <https://tourism.binus.ac.id>. Diakses tanggal 4 April 2021.

Perkembangan lingkungan strategis global, regional dan nasional menjadi kemudahan dalam mempromosikan pariwisata NTT. Permasalahan pandemi global seperti Covid-19 menjadi sisi buruk tidak efektifnya promosi wisata yang dilakukan. Hal ini disebabkan oleh kebijakan suatu negara dalam penanggulangan penularan Covid-19 sehingga berdampak pada industry pariwisata termasuk di NTT.

b. Analisis Implementasi Komunikasi Pemasaran Industri Pariwisata NTT. Dari defenisi komunikasi pemasaran (*marketing communication*) adalah sarana dimana para pelaku usaha berusaha menginformasikan, membujuk dan mengingatkan kembali konsumen tentang produk yang dijual (Kotler).⁴⁴ Dari teori tersebut maka target dari komunikasi pemasaran pariwisata dengan target wisatawan nasional dan internasional yang baru dan kembali berkunjungnya kembali wisatawan yang pernah datang.

Sejauh ini pelaksanaan komunikasi pemasaran pariwisata NTT sudah baik dan *up date* dengan perkembangan teknologi. Dari gambaran yang ada dimana pemasaran wisata yang telah dilakukan melalui katalog pariwisata, brosur pariwisata, event-event skala Nasional maupun Internasional, website wisata resmi milik pemerintah serta informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth/WOM*) baik secara konvensional maupun yang disebarakan lewat media internet (*internet word of mouth/e-WOM*) diantaranya melalui media sosial seperti Facebook maupun Instagram. Dari media-media yang digunakan dalam mempromosikan pariwisata NTT menunjukkan hasil yang belum signifikan.

Tetapi promosi pariwisata NTT tersebut mengalami penurunan ditambah terjadinya pandemi global Covid-19. Dengan adanya kelonggaran atas kunjungan membuat industri pariwisata bergerak kembali. Melalui media-media yang ada mencoba menginformasikan, membujuk dan mengingatkan kembali konsumen. Untuk beberapa hal kegiatan promosi tentunya memakan anggaran yang cukup besar.

⁴⁴ Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Alih Bahasa : Benyamin Molan. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1 dan 2. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta. Hal. 172

Dalam komunikasi pemasaran industri pariwisata NTT menjadi akses informasi. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi membuat manusia untuk menyalurkan segala bentuk keinginannya telah menjadikan dunia sebagai suatu tempat yang tanpa batas. Masukan informasi yang lengkap tentunya akan menyebabkan para wisatawan semakin mudah untuk menyeleksi kawasan-kawasan yang akan mereka kunjungi. Informasi itu dapat berupa promosi dan publikasi. Promosi adalah kegiatan yang intensif dalam waktu yang relatif singkat. Untuk mengadakan promosi yang tepat harus disadari bahwa yang didistribusikan ke pasar itu sering bukan produk yang sudah jadi tapi hanya komponen-komponennya saja yakni atraksinya, dan fasilitasnya. Komponen-komponen tersebut masih harus dikelola menjadi sebuah produk pariwisata yang lengkap yakni perjalanan ke dengan menggunakan sarana angkutan. Publikasi berbeda dengan promosi yang berusaha lebih menyesuaikan produk dengan permintaan pasar maka publikasi berusaha menciptakan permintaan atau mempengaruhi permintaan dengan cara mengedepankan kesesuaian produk wisata dengan permintaan. Publikasi dapat berupa leaflet, brosur perjalanan serta publikasi lewat media masa.

Pemasaran pariwisata sendiri menurut Peraturan Pemerintah (PP) No 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional tahun 2010 -2025 sebagai pembangunan kepariwisataan nasional (pasal 2) dengan tujuan mengkomunikasikan Destinasi Pariwisata Indonesia dengan menggunakan media pemasaran secara efektif, efisien dan bertanggung jawab (pasal 2 ayat (6) huruf b). Maka dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi aplikasi mandate undang-undang tersebut pemanfaatan secara optimal teknologi dengan media-medianya yang ada. Pemasaran akan optimal jika saluran-saluran komunikasi dapat dimanfaatkan secara baik.

c. Upaya yang dilaksanakan. Dalam meningkatkan komunikasi promosi dari pariwisata di NTT perlu dilakukan beberapa upaya, diantaranya:

- 1) Intensifikasi dengan kuantitas dan kualitas promosi tersebut. Hal ini berbicara tingkat masif dan esensi/materi konten pariwisata

yang memunculkan ketertarikan dari calon wisatawan. Kontekstual massif berbicara seringnya iklan destinasi wisata guna ingatan dari calon wisatawan mengetahui tempat wisata yang dimaksud. Sedangkan dari sisi kualitas perlunya iklan yang memiliki substansi menarik dan informatif sehingga mengundang ketertarikan dari calon wisatawan.

2) Meningkatkan anggaran promosi. Upaya ini didasarkan pada konsep “umpan besar untuk tangkapan besar”, maka relevansi dari anggaran yang meningkat dalam hal promosi maka diharapkan berdampak pada peningkatan kunjungan wisatawan. Biaya iklan yang mahal menjadi kendala dalam mempromosikan suatu destinasi wisata.

3) Intensifikasi mengikuti promo wisatawan di beberapa negara. Guna mendapatkan wisatawan potensial yang berkunjung perlu dilakukan promosi wisata dengan melakukan pertunjukkan di beberapa negara. Hal ini juga tentunya akan memakan biaya yang besar tetapi jika hal ini dilakukan maka berpotensi terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Kemenparekraf/ Baparekraf dan Dinas pariwisata NTT dapat mengkomodasi promosi pariwisata di kancah internasional dan nasional dalam mengundang calon wisatawan.

4) Pemerintah (pusat dan daerah) juga dapat memperkuat promosi pariwisata NTT untuk mewujudkan lama tinggal (*length of stay*) wisatawan mancanegara. Langkah itu dilakukan antara lain melalui promosi digital (*marketplace*), pengembangan paket wisata, perluasan paket promo wisata (*hot deals*) di sejumlah destinasi wisata, serta promosi di beberapa lokasi yang menjadi regional *tourism*.

5) Aplikasi mobile wisata NTT. Dengan perkembangan teknologi dan kemudahan maka promosi pariwisata NTT juga dapat

mempromosikan destinasi di NTT dapat juga dengan membuat aplikasi mobile. Aplikasi ini untuk mempermudah wisatawan dalam mendapatkan informasi dan mengeksplorasi sebuah tempat/obyek wisata yang ada di NTT. Hal ini adalah jawaban atas penguatan wisata NTT dari sisi promosi yang diharapkan oleh pemerintah, investor dan wisatawan.

17. Kontribusi Industri Pariwisata NTT dalam Upaya Mengurangi Angka Kemiskinan di NTT. Pada tataran makro peran pariwisata memiliki peran yang semakin penting bagi perekonomian Indonesia. Pada tahun 2018 wisatawan mancanegara tercatat mencapai 15,81 juta orang dengan tingkat pertumbuhan 12,58% (BPS, 2019) dan menyumbang devisa USD 16,1 miliar (Kemenpar, 2019). Pada tahun yang sama, wisatawan domestik tercatat 303,4 juta perjalanan dengan pertumbuhan 12,37% (BPS, 2019) dengan pengeluaran total Rp291 triliun dan tingkat pertumbuhan 17,9% (Kemenpar, 2019). Penguatan sektor pariwisata Indonesia dan kontribusinya pada tataran ekonomi makro harus berdampak pada penurunan tingkat kemiskinan dan perbaikan pemerataan pendapatan di lokasi obyek wisata, mengingat kedua hal tersebut tercantum dalam *Sustainable Development Goals* (SDG). Kontribusi industri pariwisata terhadap penurunan tingkat kemiskinan di Indonesia tahun 2014, 2015, dan 2016 cukup berdampak. Dengan tidak adanya kegiatan pariwisata maka tingkat kemiskinan diperkirakan akan lebih tinggi sekitar 4% dari aktualnya. Dunia pariwisata juga berkontribusi mengurangi tingkat kedalaman kemiskinan dari 2,04 menjadi 1,21, serta pengurangan tingkat keparahan kemiskinan dari 0,37 menjadi 0,29 pada tahun 2016. Ini artinya tanpa kegiatan pariwisata, rata-rata pendapatan masyarakat miskin akan semakin jauh di bawah garis kemiskinan.⁴⁵ Pada umumnya daerah-daerah yang memiliki basis ekonomi pariwisata memiliki tingkat kemiskinan yang lebih rendah 1,5% hingga 3,4% dibandingkan daerah yang tidak memiliki basis ekonomi pariwisata. Artinya NTT sebagai propinsi ke tiga termiskin di Indonesia belum menyatakan dan mengelola daerahnya sebagai basis ekonomi pariwisata. Maka

⁴⁵ Op cit. LPEM FEB UI.

dengan penguatan pariwisata di NTT sebagai basis ekonomi pariwisata berdampak pada penurunan tingkat kemiskinan.

Dampak positif kegiatan pariwisata dalam menurunkan kemiskinan, baik dalam hal tingkat kemiskinan (*poverty headcount index*), tingkat kedalaman kemiskinan (*poverty gap index*), maupun tingkat keparahan kemiskinan (*squared poverty gap index*). Selain itu kesenjangan pendapatan (gini ratio) melalui pariwisata juga memiliki peran dalam menurunkan tingkat.

Pariwisata merupakan kontributor utama dalam menunjang percepatan pembangunan. Disisi lain citra sebuah daerah dapat ditentukan oleh sektor pariwisatanya. Masyarakat luas akan menilai sebuah tempat wisata layak atau tidak untuk dikunjungi umumnya dari impresi selagi berwisata. Dari berbagai topik dalam penguatan pariwisata dengan tujuan mengurangi permasalahan daerah yaitu kemiskinan.

Berdasarkan data Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi NTT (KEKR NTT, Februari 2018) mengeluarkan data perkembangan positif dimana persentase penduduk miskin NTT mengalami trend menurun sejak tahun 2015, hal menjadi bagian dari trend secara nasional. Baik di kota maupun di desa di NTT trend penurunan presentase kemiskinan ini terjadi. Berdasarkan data pada tahun 2016, persentase kemiskinan di kota turun tipis dari 10,17 persen menjadi 10,11 persen pada 2017. Dan di pedesaan terjadi penurunan sebesar 0,6 persen dari 25,19 persen di 2016 menjadi 24,49 persen pada 2017. Namun demikian, jika dilihat dari jumlah, penduduk miskin mayoritas berada di pedesaan dengan jumlah 1,05 juta jiwa (91,4 persen) dibandingkan perkotaan yang hanya 119 ribu jiwa (8,6 persen). Tetapi penurunan tingkat kemiskinan di NTT tidak dapat mengeluarkan NTT dari lima besar propinsi termiskin di Indonesia.

Sementara dari sisi ketimpangan pengeluaran, dimana gini ratio di NTT pada tahun 2017 tercatat sebesar 0,36 atau cenderung berada pada level ketimpangan menengah. Angka ini lebih baik dibandingkan dengan nasional yang sebesar 0,39. Hal ini menunjukkan bahwa pengeluaran masyarakat di NTT cenderung lebih merata apabila dibandingkan dengan nasional. Namun demikian perlu perhatian dan upaya Pemerintah Daerah mengingat angka gini ratio ini sedikit meningkat jika dibanding tahun 2016 sebesar 0,34.

Dilihat dari garis kemiskinan, terdapat peningkatan pada bulan September 2017 sebesar 0,97 persen menjadi Rp 346.737 per kapita per bulan, dibandingkan Maret 2017 yang sebesar Rp 343.396 per kapita per bulan. Peningkatan garis kemiskinan yang diikuti oleh penurunan jumlah penduduk miskin menandakan adanya perbaikan daya beli masyarakat di NTT Pada September 2017. Sumbangan Garis Kemiskinan Makanan (GKM) terhadap GK sebesar 78,83 persen, ini menandakan sedikit menurun dibanding periode Maret 2017 yang sebesar 79,37 persen. Hal ini menunjukkan inflasi pedesaan yang juga relatif rendah. Secara nasional, Garis Kemiskinan (GK) Provinsi NTT berada di peringkat ke-28 setelah Provinsi NTB. Provinsi di Indonesia dengan garis kemiskinan tertinggi adalah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung sebesar Rp 607.927. Sedangkan Provinsi Sulawesi Selatan memiliki Garis Kemiskinan terendah sebesar Rp 294.358 yang mengindikasikan rendahnya tingkat harga di Provinsi tersebut.

Pada sisi indikator indeks kedalaman kemiskinan (P1) dan indeks keparahan kemiskinan (P2) tercatat terjadi kenaikan. Pada September 2017, P1 tercatat sebesar 4,16 atau turun dibandingkan Maret 2017 yang sebesar 4,34. Sementara itu, angka P2 relatif stagnan pada kisaran angka 1,17. Hal ini menandakan bahwa pengeluaran penduduk miskin semakin menjauhi Garis Kemiskinan dan ketimpangan pengeluaran penduduk miskin tetap.⁴⁶

Dari berbagai sumber dalam mengukur kemiskinan dapat dilihat dari beberapa aspek, diantaranya :

- a. Pengangguran. Untuk NTT jumlah pengangguran menurut data Februari 2020 sebesar 73,7 ribu orang, berkurang 4,8 ribu orang dibanding pengangguran pada Februari 2019 sebesar 78,5 ribu orang.⁴⁷
- b. Pendapatan. Pendapatan penduduk NTT masih relative kecil.

⁴⁶ Perekonomian. Sumber: <http://nttprov.go.id>. Diakses tanggal 28 April 2021.

⁴⁷ Yeni Rachmawati, 2020. Simak Jumlah Pengangguran di NTT, Ini Penjelasan Kepala BPS NTT. Sumber: <https://kupang.tribunnews.com>. Diakses tanggal 7 Mei 2021.

c. NTT merupakan Provinsi ketiga di Indonesia yang masih ada dalam kategori Provinsi miskin, yaitu tercatat dengan presentase 22,58%.¹ Kemiskinan yang terjadi di NTT tidak saja berada di satu titik wilayah NTT, tetapi mencakup beberapa wilayah atau Kabupaten yang tergolong daerah penduduk miskin. Salah satu Kabupaten miskin di NTT adalah Kabupaten Kupang yang terletak di bagian Timur Kota Kupang. Angka kemiskinan di Kabupaten Kupang dapat dikatakan cukup tinggi, yang mana mencapai 20,06% dengan indeks keparahan kemiskinan 3,28% dan 0,78%.² Masih banyak masyarakat Kabupaten Kupang yang ketinggalan dalam pendidikan dan rendahnya Sumber Daya Manusia (SDM), dikarenakan tingkat kemiskinan yang cukup tinggi. Hampir di setiap sudut Kabupaten Kupang dapat ditemukan penduduk miskin. Sebagai contohnya, dapat dilihat dalam kehidupan di Desa Tuapukan.

Berdasarkan indikator-indikator tersebut maka salah satu upaya dalam menurunkan angka kemiskinan dengan penguatan pariwisata di NTT. Penguatan pariwisata tidak terlepas pada kebijakan, SDM, Investasi dan komunikasi pemasaran (promosi). Dengan meningkatnya industri pariwisata di NTT akan berdampak pada pengurangan angka kemiskinan, yang ditunjukkan dengan:

- 1) Peyerapan tenaga kerja. Penyerapan tenaga kerja untuk mengurangi angka pengangguran.
- 2) Peningkatan pendapatan. Adanya peningkatan pendapatan penduduk dapat ditunjang dari sector pariwisata.
- 3) Terjadinya perputaran ekonomi. Adanya laju pertumbuhan ekonomi dampak dari peningkatan ekonomi akibat sumbangan dari menguatnya pariwisata.

Berdasarkan gambaran yang ada bahwa relevansi antara pariwisata dan penurunan angka kemiskinan dengan upaya penguatan pariwisata senada dengan Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata. Sehingga pembangunan investasi kepariwisataan di NTT diperlukan Model Bangun Guna Serah (*Build Operate and Transfer/BOT*). Adanya penyerahan kewenangan dari pusat kepada daerah untuk mengurus rumah tangganya sendiri, memberikan tanggung jawab kepada daerah untuk melakukan pembangunan daerah termasuk

industri pariwisata, yang mana dapat dilaksanakan berdasarkan asas manfaat, kekeluargaan, keadilan, pemerataan, keseimbangan, kemandirian, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan, demokratis, kesetaraan dan kesatuan.

Dari gambaran diatas maka ilustrasi penguatan pariwisata terhadap tingkat kemiskinan dapat mendorong dan mewujudkan pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional, dan global.

Gambar 5. Kontribusi penguatan pariwisata terhadap dampak angka kemiskinan



Sumber: Diolah penulis, 2021.

Kontribusi dari peningkatan industri pariwisata di NTT industri pariwisata akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi dengan tujuan pada perekonomian wilayah. Maka guna mendukung peningkatan kontribusi pariwisata terhadap tingkat kemiskinan dapat dilihat dari :

- a. Kebijakan. Kebijakan Kemenparekraf/Baparekraf dapat merealisasikan keterampilan SDM untuk menghadapi dan menjalankan industri pariwisata, kebijakan dalam merangsang investasi pada sektor pariwisata.
- b. Pemberdayaan SDM. Pemberdayaan SDM ini ditujukan pada pelaku dan tenaga kerja pada dunia pariwisata.
- c. Investasi. Investasi ini dimaksudkan pada pembukaan destinasi wisata dan pendukungnya. Artinya investasi pada pariwisata di NTT akan meningkatkan kunjungan para wisatawan. Peningkatan ini tentunya penyerapan tenaga kerja dan mengurangi angka pengangguran guna mengurangi akan kemiskinan.
- d. Komunikasi pemasaran (promosi). Komunikasi ini sebagai daya Tarik guna meningkatkan angka kunjungan atau wisatawan yang ada di NTT. Komunikasi pemasaran yang baik dan masif menjadi peluang peningkatan wisata ke NTT sehingga dapat menurunkan angka kemiskinan.

Dan jika dikaitkan dengan pada masa pandemi Covid-19 langkah yang dapat diambil pemerintah adalah menyusun standar prosedur manajemen krisis kepariwisataan dan membentuk forum manajemen krisis kepariwisataan di sejumlah daerah. Hal ini dilakukan khususnya untuk mengantisipasi dan membuat solusi bersama apabila terjadi bencana di sejumlah daerah sehingga pemulihan bisa lebih cepat disamping antisipasi yang lebih baik.

Kemudian untuk menunjang kontribusi pariwisata terhadap penurunan tingkat kemiskinan dan mengurangi ketimpangan pendapatan di masyarakat NTT sebagai berikut:

- a. Bersifat *labor intensive* dan menggunakan sumber daya manusia lokal.

- b. Dimiliki dan dikelola secara kolektif dengan modal yang mengandalkan kekuatan sumber daya manusia dan modal sosial (*social capital*).
- c. Usaha pariwisata berskala besar, menengah, ataupun kecil, harus sebanyakbanyaknya menggunakan input/factor produksi yang tersedia dan diproduksi secara lokal.

Agar kegiatan pariwisata lebih efektif sebagai instrumen penurunan kemiskinan dan mengatasi ketimpangan pendapatan, pemerintah perlu menempuh kebijakan berikut:

- a. Optimalisasi potensi wisatawan nusantara, disamping upaya yang gencar dalam menarik wisatawan mancanegara salah satunya melalui program yaitu optimalisasi potensi wisata di kabupaten, kecamatan dan pedesaan maka akan tercipta obyek-obyek wisata baru dengan demikian maka masyarakat lokal akan banyak menjalin kerja sama dengan pihak-pihak terkait untuk memperbaiki sarana dan prasarana yang ada sehingga diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus mengurangi angka kemiskinan di NTT.
- b. Perlu adanya beberapa program lainnya yang akan ditekankan dalam Musrenbang tentang masalah kesehatan, pendidikan, infrastruktur dan perbaikan Indeks Pembangunan Manusia (IPM).
- c. Mengarahkan kegiatan pariwisata ke daerah pedesaan seperti pengembangan model pariwisata berbasis masyarakat (*community-based tourism*) dengan atraksi desa wisata yang berbasis sumber daya dan budaya lokal.
- d. Meningkatkan pembangunan pariwisata berbasis komunitas yaitu pemberdayaan masyarakat lokal dalam konteks pengembangan pariwisata yang diarahkan sebagai upaya penguatan dan peningkatan kapasitas, peran, dan inisiatif masyarakat sebagai salah satu stakeholders dalam pengembangan pariwisata.

e. Pembiayaan pembangunan infrastruktur pariwisata melalui model BOT di NTT, merupakan perjanjian yang bersifat kompleks karena dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu tahap pembangunan (*build*), pengoperasian (*operate*), dan penyerahan (*transfer*), sehingga pemerintah provinsi NTT dan investor harus bekerja sama secara sinergis, seksama dan teliti dalam mengimplementasikan kesepakatannya dalam suatu kontrak, guna memberikan kepastian hukum terhadap hak-hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian. Selain itu, mengingat biaya yang dibutuhkan dalam pembangunan infrastruktur pariwisata di Provinsi NTT sangat besar, maka pemprov NTT harus memiliki suatu kepastian bahwa investor adalah pihak yang benar-benar memiliki kemampuan finansial, sehingga tidak menghambat pembangunan infrastruktur tersebut.



BAB IV PENUTUP

Pariwisata di Nusa Tenggara Timur merupakan salah satu sektor yang sangat penting dalam pemberian kontribusi positif terhadap perekonomian nasional. Selain itu juga industri pariwisata memberikan kontribusi terhadap perekonomian daerah di provinsi NTT termasuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Kontribusi sektor pariwisata dalam perekonomian Nusa Tenggara Timur juga akan mengalami peningkatan apabila di Kelola dengan baik dan profesional sehingga hal ini dapat dijadikan pasar yang potensial di masa mendatang. Pariwisata di NTT saat ini masih terus mengembangkan dan meningkatkan *Brand Image* sebagai tujuan destinasi wisata terfavorit di Indonesia. Inovasi pariwisata di NTT yang bersinergis, intergral dan berkelanjutan merupakan suatu cara berbisnis yang efektif untuk memenuhi kebutuhan konsumen di wilayah NTT yang semakin hari semakin kompleks, terutama di bidang pariwisata. Konsep *Sustainable Innovation* saat ini perlu diterapkan dan di optimalkan kepada setiap insan penunjang pariwisata dan salah satunya yaitu biro jasa perjalanan wisata yang modern.

18. Simpulan. Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Kemampuan Implementasi kebijakan dalam mendukung industri pariwisata NTT. Dari sisi kebijakan dalam penguatan pariwisata NTT telah menunjukkan dapat dikatakan telah berada pada konseptual yang ideal dan normatif. Tetapi kebijakan-kebijakan tersebut akan menemukan kendala dalam hal implementasi dimana adanya kendala Dampak global wabah pandemi Covid-19 telah memberikan kendala terhadap dunia pariwisata sehingga mengurangi perjalanan wisata ke NTT yang disebabkan kebijakan pembatasan mobilitas masyarakat. Dunia pariwisata mengalami pukulan yang keras atas kondisi pembatasan mobilitas masyarakat apalagi melakukan kunjungan. Hal ini tentunya guna melindungi masyarakat suatu negara dan wilayah atas ancaman kesehatan.

b. Kemampuan Implementasi penyiapan SDM lokal NTT dalam industri pariwisata. Keterbatasan sumber daya manusia dalam mendukung industri pariwisata di NTT. Hal ini berbicara dukungan lembaga pendidikan dalam mendukung keterampilan dan kemampuan masyarakat pada industri pariwisata. Keterbatasan SDM yang memiliki keterampilan dan kemampuan menjadi kendala dalam menunjang peningkatan kualitas pariwisata di NTT. Maka kesiapan SDM pada industri pariwisata suatu keharusan sebagai menghindari masuknya tenaga kerja dari luar wilayah tersebut.

c. Kemampuan Implementasi Investasi pendukung Industri Pariwisata NTT. Permasalahan investasi pada bidang pariwisata adalah sisi lain kesulitan dalam penguatan pariwisata di NTT. Investasi yang kecil pada pembangunan pariwisata akan berdampak pada pengembangan industri pariwisata yang ada di NTT. Investasi sendiri ditengah pandemi Covid-19 akan mengalami kelangkaan keinginan dari investor untuk menginvestasikan dananya pada industry wisata di NTT. Hal ini juga disebabkan oleh kebijakan mobilitas masyarakat.

d. Kemampuan Implementasi Komunikasi pemasaran pariwisata NTT. Sebagai upaya dari penguatan pariwisata di NTT tidak terlepas dari komunikasi pemasaran atau promosi. Promosi yang sudah ada dirasa belum optimal dari sisi kuantitas dan kualitas. Promosi adalah informasi bagi calon wisatawan dalam melakukan kunjungan ke NTT. Promosi pariwisata di tengah pandemi global Covid-19 akan menemukan kesulitan dan dirasakan tidak efektif yang disebabkan oleh kebijakan pembatasan mobilitas masyarakat dan penerapan kebijakan *lockdown* dari beberapa negara.

19. Rekomendasi.

a. Dalam kemampuan implementasi kebijakan guna untuk penguatan pariwisata NTT, ada dua poin yang dapat dilakukan:

- 1) Perlu **adanya sinergitas kebijakan antar lembaga guna mendukung penguatan pariwisata di NTT**. Hal ini penting sebagai

bentuk “*team work*” dalam meningkatkan kunjungan wisata di NTT. Disisi lain perlu adanya kebijakan yang memudahkan untuk berinvestasi pada industri pariwisata dengan memangkas birokrasi yang berbelit-belit dan kebijakan yang kontraproduktif terhadap iklim investasi sehingga dapat menarik wisatawan asing (*foreign tourist*), *Domestic foreign tourist* dan *Domestic tourist* secara massif dan komprehensif untuk berkunjung ke destinasi wisata yang berada di NTT.

2) **Koordinasi dan Kerjasama Antar Stakeholder.**

Pengembangan di sektor industri pariwisata di NTT perlu adanya koordinasi secara terus menerus, integral dan komprehensif sehingga dapat menyatukan paduan sasaran-sasaran dan kegiatan dari unit-unit yang terpisah untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Dengan demikian maka dapat diperoleh manfaat dari pelaksanaan koordinasi secara terkonsep, terpadu, sistematis dan terencana antara lain yaitu :

- a) Menghindari adanya kesalah pahaman dan salah pendapat atau dari salah satu unit organisasi.
- b) Menghindari perasaan saling lepas tanggung jawab antar organisasi dalam mengelola industri pariwisata.
- c) Menghindari pertentangan antar pejabat atau antar unit organisasi yang ada dalam mengelola industri pariwisata di NTT.
- d) Menghindari perebutan sarana dan prasarana serta fasilitas yang dimiliki oleh unit organisasi.
- e) Menghindari terjadinya saling tunggu antar unit organisasi dalam mengelola industri pariwisata di NTT.
- f) Menghindari kekembaran atau tumbah tindih program dan pengerjaan terhadap suatu kegiatan organisasi, sekaligus kekosongan pengerjaan.
- g) Terjadinya kesatuan langkah, tindakan, sikap untuk saling membantu secara integral, komprehensif dan terpadu antar pejabat atau unit organisasi yang ada di NTT.

Untuk mendukung rekomendasi-rekomendasi tersebut dapat dilakukan oleh :

- 1) Pada tingkat pusat, yaitu Kemenparekraf/Baparekraf sebagai subjek dapat menginisiasi dengan kementerian/lembaga terkait ini merumuskan dan mengimplementasikan sinergi, koordinasi dan kerjasama antar stakeholder dalam meningkatkan pariwisata NTT.
- 2) Pada tingkat daerah, kepala daerah atau gubernur NTT dalam melakukan Sinergitas, koordinasi dan kerjasama antar dinas dan lembaga yang ada di NTT dalam mendukung peningkatan pariwisata NTT.

b. Kesiapan Kondisi SDM dari NTT tidak terlepas dari keterampilan dan kemampuan masyarakat. Dalam rangka menunjang pengembangan industri pariwisata di NTT maka perlu dilakukan optimalisasi kelembagaan baik Lembaga Pendidikan dan Lembaga pemerintahan yang ada melalui penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan vokasi pariwisata. Dari sisi kemiskinan disebabkan oleh angka pengangguran yang tinggi sehingga upaya penyelesaian terhadap tingkat pengangguran harus diserap melalui peningkatan ekonomi dari aspek pariwisata. Penyerapan SDM yang unggul dalam bidang pariwisata akan menambah income bagi penduduk lokal sehingga menurunkan angka kemiskinan. Hal tersebut dapat didukung oleh kebijakan oleh Kemenparekraf/Baparekraf dan Kemendikbud membuat kebijakan dalam hal pendidikan dan latihan kepariwisataan untuk SDM lokal NTT. Implementasi kebijakan tersebut dapat dilakukan di wilayah terdapat destinasi wisata khususnya dan seluruh NTT umumnya.

c. Masih kecilnya investasi pariwisata di NTT akan berdampak pada kualitas pariwisata di NTT. Investasi pada umumnya selalu melihat potensi wisata yang dianalisis dari beberapa sektor sehingga menjadi kehati-hatian dari investor. Oleh sebab itu permasalahan yang muncul pada saat proses kegiatan investasi di bidang pariwisata lebih disebabkan oleh perizinan yang rumit dengan regulasi yang kurang mendasar sehingga menjadi pertimbangan tersendiri oleh investor untuk menanamkan modalnya

di industri pariwisata di NTT. Dalam hal investasi pada dunia pariwisata di NTT dimana Kemenparekraf/Baparekraf, Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) dan Pemda NTT dapat melakukan kebijakan stimulus dalam mengundang investasi di dunia Pariwisata di NTT. Hal ini dapat dilakukan dengan pameran destinasi wisata dan potensi penanaman modal pada industry pariwisata NTT.

d. Komunikasi pemasaran (promosi) sebagai nilai penting dalam penguatan pariwisata. Komunikasi yang dirasa belum memenuhi kuantitas dan kualitas sehingga belum dapat memberikan informatif kepada wisatawan untuk berkunjung ke NTT. Pelaksanaan promosi saat ditengah pandemi global Covid-19 akan bertabrakan dengan kebijakan lain seperti pembatasan mobilitas masyarakat. Sehingga pelaksanaan promosi di tengah pandemi Covid-19 dirasa tidak efektif. Menjadi tugas berat ketika pandemi Covid-19 berlalu dalam melakukan promosi destinasi wisata di NTT. Kemenparekraf/Baparekraf dan Pemda NTT dapat membuat kebijakan kunjungan wisata yang berstandar protokol kesehatan guna menghindari keberlangsungan vakumnya industri pariwisata di NTT. Hal ini dapat dikomunikasi dengan berbagai pihak atas kemungkinan kebijakan tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Agustino, Leo. 2012. *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Abdul Wahab, Solichin. 2008. Analisis Kebijakan dari formulasi ke implementasi kebijaksanaan negara. Jakarta : Bumi Aksara.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Alih Bahasa : Benyamin Molan. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1 dan 2. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Muhadjir, Noeng. 2000. *Ilmu pendidikan dan Perubahan Sosial. Teori Pendidikan Pelaku Sosial Kreatif*. Yogyakarta : Raka Sarasin.
- Mulyadi, D. 2015. *Perilaku Organisasi dan Kepemimpinan Pelayanan*. Bandung: Alfabeta.
- Sukarna. 2011. *Dasar-dasar Manajemen*. Bandung: Mandar Maju.
- Sutoro, Eko. 2004. *Reformasi Politik dan Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: APMD Press.
- Torang, Syamsir. 2013. *Organisasi dan Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Widjaja, HAW. 2003. *Otonomi Desa Merupakan Otonomi Asli Bulat dan Utuh*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Winarni, Tri. 1998. *Memahami Pemberdayaan Masyarakat Desa Partisipatif dalam Orientasi Pembangunan Masyarakat Desa menyongsong abad 21: menuju Pemberdayaan Pelayanan Masyarakat*. Yogyakarta. Aditya Media.
- Winarno, Budi. 2002. *Teori dan Proses Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Peraturan Perundang-undangan

- Undang-Undang RI nomor 3 tahun 2002 tentang Pertahanan Negara
- Undang-Undang Pariwisata Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata
- Peraturan Presiden (Perpres) No. 97 tahun 2019 tentang Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Sumber lain

- Ambar, 2017. Komunikasi Pemasaran – Pengertian – Strategi – Bauran. <https://pakarkomunikasi.com/>. Diakses tanggal 1 Februari 2021.
- Aloysius Lewokeda. 2020. BI sebut pariwisata peluang emas NTT, tarik investasi Rp 37,18 triliun. Sumber: www.antaraneews.com. Diakses tanggal 4 April 2021
- BPS NTT. Penduduk Hasil Sensus Penduduk (Jiwa), 2000-2020. Sumber: <https://ntt.bps.go.id>. Diakses tanggal 4 April 2021.
- Cahaya Dicky Pratama. 2020. Kemiskinan: Definisi, Jenis, dan Faktor Penyebabnya. Sumber: <https://www.kompas.com>. Diakses tanggal 22 Maret 2021.
- Dinas Pariwisata NTT, Sumber: <https://kkp.go.id>. Diakses tanggal 1 April 2021.
- Fany Rachma. 2021. Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal. Sumber: <http://beritamagelang.id>. Diakses tanggal 2 April 2021.
- Guru Ekonomi, 2020. Pengertian Komunikasi Pemasaran Menurut Para Ahli. <https://sarjanaekonomi.co.id/>. Diakses tanggal 1 Februari 2021.
- Hu & Ritchie. 1993. Destinasi Adalah: Beginilah Pandangan Menurut Para Ahli. Sumber: <https://pemasaranpariwisata.com>. Diakses tanggal 20 Agustus 2021.
- <https://databoks.katadata.co.id>. 10 provinsi dengan kemiskinan-tertinggi di Indonesia per maret 2020. Diakses tanggal 20 Januari 2021.
- <https://ntt.bps.go.id/>. Diakses tanggal 11 Februari 2020.
- <https://slideplayer.info/slide/14362450/>. Diakses tanggal 9 Mei 2021.
- Investasi ke NTT Didominasi Sektor Jasa Pariwisata. Sumber: <https://www.wartaekonomi.co.id>. Diakses tanggal 29 april 2021.
- James Spillane, 1987. Pengertian Atraksi. Sumber: <https://www.pengertianmenurutparaahli.net>. Diakses tanggal 20 Agustus 2021.
- Kasih Cakaputra Komsary. 2016. Dinamika Kepariwisatwan Indonesia. Sumber: <https://tourism.binus.ac.id>. Diakses tanggal 4 April 2021.
- Kumparan, 2019. Kemiskinan di NTT Masih Tinggi. Sumber <https://kumparan.com/>. Diakses tanggal 20 Januari 2021.
- KBBI, penguatan.Sumber: <http://kbbi.web.id/kembang>.Diakses tanggal 22 Maret 2021.

Lemhannas RI

Minanur Rohman. Pariwisata: Potensi Pendongkrak Perekonomian NTT. Sumber <https://ntt.bps.go.id/>. Diakses tanggal 1 Maret 2021.

Silvita Agmasari. 2018. Kendala Investor Saat Ingin Menanam Modal di Sektor Pariwisata. Sumber: <https://travel.kompas.com>. Diakses tanggal 8 Mei 2021.

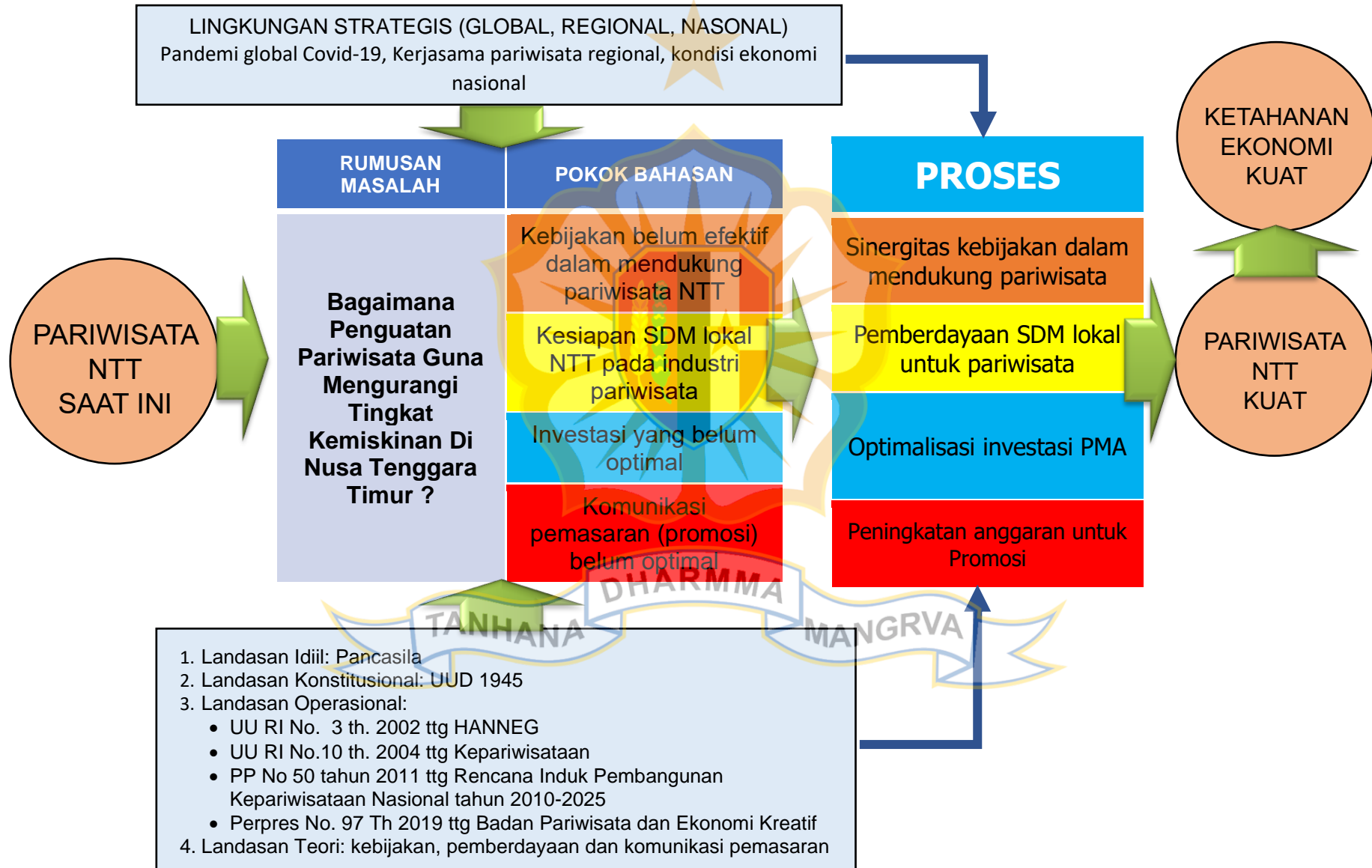
Sigiranus Marutho Bere. 2020. Masuk 5 Besar Penduduk Miskin Terbanyak di Indonesia, Pemprov NTT: Itu Sangat Wajar", sumber: <https://regional.kompas.com>. Diakses tanggal 4 April 2021.

Yeni Rachmawati, 2020. *Simak Jumlah Pengangguran di NTT*, Ini Penjelasan Kepala BPS NTT. Sumber: <https://kupang.tribunnews.com>. Diakses tanggal 7 Mei 2021.



ALUR PIKIR

PENGUATAN PARIWISATA GUNA MENGURANGI TINGKAT KEMISKINAN DI NUSA TENGGARA TIMUR



RIWAYAT HIDUP



Antoninho Rangel Da Silva, lahir di Viqueque pada 17 Agustus 1968 Timor-Timur. Menyelesaikan pendidikan SD lulus tahun 1986, SMP lulus tahun 1989, SMA lulus tahun 1992, Sarjana (S-1) lulus tahun 2015, dan pada tahun 2020 melanjutkan program Magister (S-2) di Universitas Pertahanan.

Peneliti saat ini bekerja/menjabat sebagai Paban IV/Log Ditum Sesko TNI, mengawali pekerjaan/karir di TNI tahun 1992 sampai saat ini.

Peneliti masih aktif sebagai Perwira TNI. Mengawali karir pada tahun 1992. Jabatan-jabatan yang pernah diemban Danton III/B Yonif 408/Sbh, Danton II/B Yonif 410/Alg, Pasi Lidik Yonif 410/Alg, Danki B Yonif 410/Alg, Danklas Susjurpa Pusdikif, Kasubdepniksarpur Depnik Pusdikif, Kasubdeptik Reg Deptik Pusdikif, Pamen Pusenif (Dik Seskoad), Pabandya Pam Siintel Dam VI/MIw, Kasi Intel Rem 101/Ant, Pabandya Rilsik Paban IV/Watpers Spers TNI, Asops Satintel Bais TNI, Pamen Mabasad (Dik Sesko TNI), Staf Ahli Bidang Ekonomi Dam IX/Udy, Dosen Sesko TNI dan Paban IV/Log Ditum Sesko TNI.

Berbagai pendidikan militer yang pernah diikuti yaitu: Akmil, Selapa Inf, Seskoad dan Sesko TNI.

Pengalaman penugasan operasi yaitu Ops Seroja Tim-Tim tahun 1994, 1996 dan 1999 dan Ops Aceh pada tahun 2004. Penugasan luar negeri yaitu Italy tahun 2008, Swiss tahun 2008 dan Brasil tahun 2009 (Latma) dan China 2017 (Penugasan).

Menikah dengan Maya Sarinengsih dan dikaruniai 3 orang anak: Febrian Alexander Putera Rangel, Sonny Ramadhan Putera Rangel dan Muhammad Arzhenio Putera Rangel.

