

# RENCANA PENGEMBANGAN PARIWISATA PROPINSI JAWA BARAT

Oleh : Ivantia Mokoginta \*) dan E. Maryani \*\*)

## ABSTRACT

*The Strategic planning of West Java which is the task of the Planning Board, should be urgently made. This planning would function as the blue print of the development activities of the local tourism office. In the implementation all the components like the private sectors, the society, the university and other institution should base on that strategic planning, so that all the tourism activities well-coordinated.*

*The Government should be prepared to loose its control and to be transparent. On the other hand the society and the industry should be well prepared and more responsible to be involved directly in formulating and implementing the tourism development strategy. These are the devinite conditions for the succes of West Java Tourism.*

Krisis moneter yang terjadi pada pertengahan tahun 1997, telah menyadarkan kita untuk menggali sektor-sektor yang dapat mendongkrak perolehan devisa. Salah satu sektor itu adalah pariwisata. Selain itu krisis rasa persatuan dan kesatuan serta cinta terhadap tanah air, dapat pula dibina dan dikembangkan melalui pariwisata domestik. Kesadaran akan pentingnya sektor pariwisata, tertuang dalam GBHN 1998 di mana pengembangan pariwisata dijadikan sektor andalan dan unggulan dalam menghasilkan devisa, mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan pendapatan daerah, memberdayakan perekonomian masyarakat, memperluas lapangan kerja dan kesempatan berusaha. Sejalan dengan itu, BAPPENAS juga telah menyusun visi pengembangan pariwisata nasional yang tertuang dalam dokumen “Pokok-pokok Reformasi Pariwisata BAPPENAS” ([www.bappenas.go.id](http://www.bappenas.go.id)). Visi tersebut menyatakan, bahwa :

1. Pariwisata menjadi andalan pembangunan nasional dalam bidang ekonomi dan bidang-bidang lainnya demi kelangsungan hidup bangsa dan negara Indonesia.
2. Indonesia menjadi kawasan pariwisata dunia yang mengutamakan pengembangan pariwisata nusantara dan sekaligus sebagai tujuan wisatawan mancanegara.

Dalam dokumen itu diuraikan pula berbagai program yang dapat dilakukan untuk mencapai visi tersebut. Sayangnya, visi dalam dokumen BAPPENAS itu, kurang menggema dan tidak diberi makna secara proporsional dalam kerangka acuan pengembangan pariwisata daerah Jawa Barat. Hal ini tercermin dalam Pola Dasar Pembangunan Daerah Jawa Barat 2001-2010 dan Rencana Pembangunan Tahunan Daerah Jawa Barat 2001-2002, Khususnya tentang sektor pariwisata yang telah disampaikan oleh Bapak Gubernur dalam Harian Pikiran Rakyat beberapa waktu yang lalu. Kerangka acuan ini memang disusun secara komprehensif untuk berbagai bidang seperti ekonomi, sosial budaya, politik, keamanan, dan agama, tapi dari kerangka inilah, rencana kerja setiap instansi pemerintah akan disusun dan dikembangkan.

Tulisan ini mencoba untuk memberikan masukan untuk mengembangkan pariwisata di Jawa Barat dan Daerah, sehingga instansi yang terkait dalam bidang kepariwisataan dapat menyusun program kerjanya secara lebih terarah dan sistematis serta mendapatkan dukungan penuh dari masyarakat dan para pelaku usaha pariwisata.

Dalam rencana pengembangan jangka panjang ( Pola Dasar Pembangunan Daerah Jawa Barat 2001-2010 ) tentang pariwisata tampaknya pengembangan bisnis pariwisata menjadi titik tolak pengembangan pariwisata di daerah. Selanjutnya, **Pengembangan Bisnis Pariwisata** ini akan dijalankan melalui dua program; yaitu **Program Pengembangan Pariwisata** dan **Program Kegiatan Penunjang**. Penyusunan semacam itu dikhawatirkan akan muncul masalah-masalah di masa mendatang. Masalah ini timbul terutama akibat adanya penekanan pembangunan pariwisata yang lebih menitikberatkan pada aspek ekonomi, yaitu bisnis pariwisata ( baca: hotel ) seperti yang kita lihat selama ini. Dalam jangka panjang, pembangunan pariwisata yang cenderung menitikberatkan pada aspek ekonomi akan memberikan dampak negatif seperti :

1. Sulitnya menciptakan *civil society* seperti yang dituangkan dalam butir-butir visi pembangunan Jawa Barat. Kita semua memahami, bahwa pariwisata pada dasarnya merupakan suatu kegiatan yang sangat bersifat *intrusive*. Pengaruh positif maupun negatif dari kegiatan para wisatawan yang berkunjung ke destinasi akan sangat mempengaruhi kehidupan dan nilai-nilai sosial budaya penduduk setempat. Pembangunan pariwisata yang cenderung berpihak pada pengembangan bisnis pariwisata dapat berakibat pada pencegahan dampak negatif kegiatan pariwisata bagi kehidupan sosial budaya penduduk setempat menjadi sekunder.
2. Sulit untuk mendorong peran serta aktif yang positif dari penduduk setempat dalam kegiatan pariwisata di daerah. Pada saat kegiatan pariwisata yang tumbuh di suatu kawasan berbenturan dengan nilai-nilai sosial budaya yang dianut oleh penduduk setempat, maka tindak kekerasan massa yang terjadi di beberapa daerah di Jawa Barat akan terus berlangsung. Kondisi ini akan menyulitkan kita semua untuk menjadikan Jawa Barat sebagai kawasan yang menarik untuk para penanam modal.
3. Sulit untuk mencapai kondisi berkelanjutan ( *sustainability* ) sebagaimana tertuang dalam butir-butir visi pembangunan Jawa Barat. Pembangunan pariwisata yang lebih menitikberatkan pada aspek ekonomi akan cenderung mendorong adanya kecenderungan *over exploitation* kawasan khususnya sumberdaya alam. Hal ini akan menyebabkan penurunan kualitas objek dan daya tarik wisata yang bercorak alami.
4. Sulit untuk menciptakan kegiatan ekonomi masyarakat. Hal ini disebabkan, karena pada dasarnya tingkat keahlian dari keterampilan masyarakat cenderung kurang memadai, sehingga dalam pengembangannya seringkali aspek keuntungan ekonomi harus dikorbankan terlebih dahulu.

Lalu, bagaimana rencana pembangunan pariwisata sebaiknya dilakukan ? Untuk menjawab pertanyaan ini, maka pemahaman tentang pariwisata harus diperluas, sehingga aspek sosial budaya dan lingkungan disamping ekonomi, akan menjadi tiang utama dalam pembangunan pariwisata di daerah Provinsi Jawa Barat. Berdasarkan prinsip ini, maka pengembangan pariwisata pada dasarnya adalah pengembangan potensi dari ketiga faktor tersebut di atas. Karena potensi setiap kawasan berbeda, maka hal pertama yang harus dilakukan adalah analisis situasional yang pada dasarnya suatu upaya untuk

menggal berbagai potensi wisata yang ada di suatu kawasan. Analisis situasional ini menyangkut tiga hal utama, yaitu :

1. *Physical Assessment*. Termasuk dalam kategori ini adalah upaya untuk mencari informasi tentang kondisi morfologi tanah, iklim, kualitas air, temperatur, flora dan fauna. Tujuan dari analisis ini adalah mencari berbagai potensi alam dan hayati yang dapat dikembangkan menjadi objek dan daya tarik wisata andalan suatu kawasan.
2. *Social –cultural Assessment*. Termasuk di dalamnya adalah nilai-nilai sosial budaya yang dianut penduduk, sumber mata pencaharian utama penduduk, berbagai jenis kesenian tradisional yang ada, situs-situs yang bernilai sejarah, *event* budaya yang digelar berkenaan dengan peristiwa tertentu, pakaian khas, arsitektur rumah adat dan adat istiadat lainnya. Tujuan dari penilaian ini adalah salah satu sumber informasi tentang objek dan daya tarik wisata budaya andalan dan jenis kegiatan pariwisata yang dapat dikembangkan, tanpa merusak nilai-nilai sosial budaya yang berlaku.
3. *Human Resources Assessment*. Penilaian ini terutama bertujuan untuk mencari informasi tentang kualitas dan kuantitas sumberdaya manusia yang ada di wilayah pengembangan. Informasi yang diperoleh dari *assessment* ini dapat dimanfaatkan sebagai dasar pengembangan berbagai program pendidikan dan pelatihan bidang pariwisata yang dibutuhkan. Adanya program ini akan membantu penduduk untuk dapat memanfaatkan berbagai peluang kerja dan berusaha di sektor pariwisata, sehingga dalam jangka panjang tingkat kesejahteraan penduduk dapat lebih baik.

Pemahaman pariwisata secara lebih luas sebagaimana dijelaskan di atas, akan memaksa kita untuk menempatkan objek dan daya tarik wisata – yang merupakan unsur-unsur *what to see* dan *what to do* bagi wisatawan – sebagai titik sentral dalam pembangunan pariwisata di suatu kawasan. Dengan demikian, penginventarian, pengembangan, dan pelestarian berbagai potensi objek dan daya tarik wisata seharusnya menjadi titik awal pembangunan pariwisata. Mengapa ? Karena unsur-unsur ini akan menjadi alasan utama bagi para wisatawan untuk mengunjungi suatu kawasan pariwisata. Untuk itu perlu dicari dan dirumuskan tema sentral dari kegiatan pariwisata Jawa Barat atau Daerah berdasarkan berbagai potensi yang ada. Tema sentral ini akan menjadi suatu nilai jual yang unik bagi kegiatan pariwisata di Jawa Barat dan Daerah. Selanjutnya, unsur *what to buy* yang merupakan pengembangan aspek ekonomi dalam pembangunan pariwisata disesuaikan dengan tema sentral yang telah dirumuskan. Dengan demikian seluruh kegiatan pariwisata di kawasan, yaitu yang berhubungan dengan *what to see*, *what to do*, dan *what to buy* akan memberikan *sense of place* tertentu bagi wisatawan yang berkunjung ke kawasan tersebut. Atmosfer alam, sosial dan budaya yang khas dan unik ini menjadi daya tarik utama.

Langkah selanjutnya setelah tema sentral ini dirumuskan, adalah merumuskan rencana pengembangan fisik kawasan, rencana pengembangan program, pengembangan sistem kelembagaan pariwisata, dan sistem pendanaan pelaksanaan program. Keseluruhan kegiatan di atas pada dasarnya bertumpu pada tema sentral objek dan daya tarik wisata yang akan dikembangkan. Rencana pengembangan fisik antara lain berhubungan dengan :

1. Zonifikasi objek dan daya tarik wisata. Penentuan ini disesuaikan dengan penyebaran objek dan daya tarik wisata yang ada di lokasi.

2. Zonifikasi pembangunan fasilitas pelayanan pariwisata. Termasuk dalam fasilitas pelayanan ini adalah pembangunan sarana akomodasi, restoran, sarana informasi dan berbagai sarana penunjang pariwisata lainnya.
3. Rencana pengembangan jalur transportasi sebagai aksesibilitas antar objek wisata, antara objek dengan fasilitas pelayanan pariwisata, antar kawasan wisata, dan antara daerah asal dengan daerah tujuan wisata.

Selanjutnya, rencana pengembangan program, yang antara lain, berhubungan dengan :

1. Program pengembangan rencana strategis pemasaran kawasan pariwisata. Termasuk dalam program ini adalah pertumbuhan *positioning* kawasan secara jelas dan terarah sehingga kawasan pariwisata mampu mengundang wisatawan dalam jumlah yang *signifikan*. Pencarian karakteristik sasaran pasar yang jelas dan terarah akan memudahkan para pembuat keputusan untuk merumuskan strategi pemasaran yang akan dijalankan.
2. Program pengembangan sumberdaya manusia untuk memenuhi kebutuhan kegiatan pariwisata di daerah. Program ini dirancang untuk meningkatkan kemampuan penduduk setempat sehingga mampu memanfaatkan berbagai peluang kerja dan usaha yang akan muncul sebagai akibat kegiatan pariwisata di daerah.
3. Program kegiatan yang berhubungan dengan pembinaan hubungan masyarakat. Program ini dijalankan sebagai upaya meningkatkan peran aktif positif masyarakat dan swasta bersama-sama dengan pemerintah dalam kegiatan perencanaan dan pengembangan kegiatan pariwisata di daerah.
4. Program pengembangan ekonomi berbasis kerakyatan. Dalam hal ini, program yang dituangkan dalam dokumen Pokok-pokok Reformasi Pariwisata, seperti pengembangan *ecotourism*; pengembangan sentra-sentra kerajinan, seni dan budaya melalui pembinaan desa-desa; dan pengembangan pola Plasma dan Inti Rakyat (PIR) khususnya untuk akomodasi berbentuk *homestay* patut ditindaklanjuti.
5. Program pembinaan dan pemeliharaan objek dan daya tarik wisata. Program ini dilakukan untuk menambah dan melestarikan berbagai objek dan daya tarik wisata yang dapat dijadikan andalan. Hal ini perlu dilakukan mengingat, bahwa objek daya tarik wisata andalan akan sangat berpengaruh pada perumusan *positioning*. Dalam pelaksanaannya, tidak menutup kemungkinan kerjasama penelitian dengan perguruan tinggi dan masyarakat setempat.
6. Program perencanaan pelestarian lingkungan. Program ini terutama diarahkan sebagai upaya untuk memenuhi tuntutan *sustainability* sebagaimana digariskan dalam visi pembangunan pariwisata di Jawa Barat.
7. Perumusan berbagai peraturan daerah dan program insentif investasi bidang pariwisata. Tujuan perumusan tersebut adalah memastikan agar kegiatan pariwisata yang berkembang bercorak *sustainable*, mendorong terciptanya kegiatan ekonomi kerakyatan di daerah, dan menjadikan Jawa Barat sebagai kegiatan, dan menjadikan Jawa Barat sebagai daerah yang menarik bagi para investor.

Keseluruhan program yang dilaksanakan harus disertai dengan indikator kegiatan dan hasil, sehingga efektifitas program bagi pembangunan pariwisata di daerah akan dapat secara terus menerus dipantau.

Langkah berikutnya yang tidak kalah pentingnya adalah menentukan suatu sistem keorganisasian pariwisata yang bertanggung jawab atas pengembangan pariwisata di daerah. Lembaga tersebut dapat berupa :

1. Badan perencanaan pariwisata sebagai lembaga makro yang jumlah anggotanya terbatas, hanya terdiri dari unsur-unsur pemerintah, masyarakat, dan swasta. Badan ini merupakan *stakeholders* yang berkompeten dan profesional di daerah. Fungsinya ini adalah menyerap berbagai aspirasi para *stakeholders* yang lebih tinggi ( pusat ), membuat rencana strategis pengembangan pariwisata ( termasuk di dalamnya rencana strategis pemasaran dan pengembangan *event* pariwisata ), dan mensosialisasikan rencana-rencana tersebut diantara para *stakeholders* untuk menjalankan rencana-rencana tersebut akan lebih mudah untuk diperoleh, sehingga tingkat keberhasilan pelaksanaan rencana strategis menjadi lebih besar.
2. Badan promosi pariwisata. Lembaga ini bertanggung jawab untuk mempromosikan objek dan daya tarik wisata yang ada. Kegiatan yang dapat dilakukan oleh lembaga promosi ini antara lain, adalah pemasaran dan penjualan obyek wisata secara, penelitian pasar, pengelolaan *website* pariwisata, *public relations*, pemasangan iklan di berbagai media dan *event* regional, nasional dan internasional, menyelenggarakan, MICE, penerbitan media cetak promosi seperti brosur, pembuatan *travel planning*, dan sebagainya.

Persoalannya sekarang, bagaimana koordinasi kerja antara kedua lembaga pariwisata tersebut ? Barangkali dalam hal ini kita bisa mempelajari lebih jauh hubungan kerja lembaga pariwisata yang ada di negara bagaikan Hawaii, Amerika Serikat dengan *Hawaii Tourism Authority* ( HTA ) sebagai lembaga makro, dan *Hawaii Visitor and Convention Bureau* ( HVCB ) sebagai badan promosi pariwisata nonprofit resmi negara bagian tersebut. Di negara bagian tersebut, koordinasi kerja antara kedua lembaga tersebut dilakukan melalui suatu instansi pemerintah yang bernama *Department Of Business, Economic Development, and Tourism* ( DBEDT ). Khususnya divisi pariwisata yang disebut sebagai *State Of Tourism Organization* ( STO ). Di Indonesia koordinasi antar kedua lembaga ini dapat dilakukan melalui institusi pemerintah yang sudah ada yaitu BAPPEDA khususnya divisi pariwisata dan Diparda ( atau mungkin salah satu ). Hubungan kerja antara lembaga makro dengan institusi tersebut adalah hubungan kerja koordinasi. Kedua institusi ini memiliki berbagai potensi yang dibutuhkan oleh lembaga makro dalam membuat rencana strategis pengembangan pariwisata. Informasi ini misalnya adalah rencana tata ruang, land ( *physical* ) *asseessment* suatu kawasan, dan sebagainya.

Badan promosi daerah merupakan suatu institusi yang dikelola oleh swasta yang bekerja melalui sistem kontrak dengan institusi kepariwisataan pemerintah. Badan promosi ini memiliki anggota yang terdiri atas para pelaku usaha yang memanfaatkan jasa badan promosi ini untuk kegiatan promosi usahanya. Selain itu, para anggota mempunyai kewajiban untuk memilih para staff dan pimpinan dari badan promosi ini, sehingga pada dasarnya para staff dan dan pimpinan ini bertanggung jawab pada pemerintah dan para anggota. Tidak menutup kemungkinan, bahwa negara asal wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia. Dengan demikian, dibutuhkan tenaga yang benar-benar profesional di bidang promosi dan *public relations* untuk duduk sebagai staff dan pimpinan badan promosi ini.

Persoalan berikutnya adalah darimana sumber pendanaan untuk kegiatan institusi kepariwisataan tersebut diperoleh ?. Ada dua sumber kemungkinan dana dapat diperoleh. Sumber dana pertama adalah dari anggaran pemerintah daerah untuk pengembangan pariwisata. Anggaran ini pada dasarnya merupakan sejumlah presentase tertentu dari PAD sektor pariwisata. Oleh sebab itu, diperlukan suatu inventarisasi berbagai kegiatan ekonomi pariwisata di suatu kawasan yang berpotensi untuk menjadi PAD sektor pariwisata. Sumber kedua, khususnya untuk badan promosi adalah pembayaran yang diterima dari para anggota yang memanfaatkan jasa promosi badan tersebut. Selanjutnya, karena badan ini bekerja dengan sistem kontrak, para staff dan pimpinan badan ini harus memberikan pertanggungjawaban operasional dan keuangan baik kepada pemerintah maupun para anggotanya. Dengan demikian, mekanisme kontrol dilakukan baik dari sisi Internal ( anggota ), maupun eksternal ( pemerintah ).

Akhirnya masukan tentang butir-butir pengembangan pariwisata dalam Pola Dasar dan Rencana Pembangunan Tahunan Daerah mencakup empat butir utama yaitu :

I. Perencanaan fisik yang berhubungan dengan pemanfaatan tata ruang.

1. Zonifikasi Objek dan daya tarik wisata berdasarkan penyebarannya
2. Zonifikasi sarana pariwisata beserta sarana penunjangnya.
3. Pengembangan jaringan transportasi dan aksesibilitas :
  - i. Antar objek dan daya tarik wisata di satu kawasan
  - ii. Antara objek dengan sarana pariwisata di suatu kawasan
  - iii. Antar daerah kawasan
  - iv. Antara daerah asal ( *generating area* ) dengan daerah tujuan wisata ( *destination area* ).

II. Pengembangan program pembangunan kepariwisataan

1. Program pengembangan rencana strategis pemasaran kawasan pariwisata
2. Program pengembangan sumberdaya manusia
3. Program kegiatan yang berhubungan dengan pembinaan hubungan masyarakat.
4. Program pengembangan ekonomi berbasis kerakyatan.
5. Program pembinaan dan pengembangan objek dan daya tarik wisata.
6. Program perencanaan dan pelestarian lingkungan.
7. Perumusan berbagai peraturan daerah dan insentif investasi sektor pariwisata.

III. Pembentukan sistem kelembagaan pariwisata di daerah.

1. Pembentukan badan perencanaan pariwisata.
2. Pembentukan badan promosi pariwisata.

IV. Pencarian sumber pendanaan kegiatan program

1. Pengidentifikasian sumber-sumber PAD sektor Pariwisata.
2. Peangalokasian dana untuk membiayai program kepariwisataan.

Berdasarkan kerangka acuan tersebut, maka rencana strategis pengembangan pariwisata yang merupakan tanggung jawab badan perencana dapat segera dirumuskan. Selanjutnya rencana pengembangan ini akan berfungsi sebagai *blue print* dari pengembangan dan kegiatan kepariwisataan di daerah. Dalam pelaksanaannya, peran swasta, masyarakat, perguruan tinggi, dan organisasi-organisasi lainnya harus selalu mengacu pada rencana strategis ini. Dengan demikian berbagai kegiatan kepariwisataan yang dilaksanakan akan lebih terkoordinasi.

Satu hal yang harus digarisbawahi adalah harus adanya kesiapan pemerintah di daerah, di satu sisi untuk lebih transparan dan mau 'mengendurkan' kendali yang selama ini dipegang, dan di sisi lain kesiapan masyarakat dan para pelaku usaha untuk terlibat

secara langsung dalam proses perumusan dan pelaksanaan strategi pengembangan pariwisata secara lebih bertanggung jawab. Semua itu menjadi prasyarat mutlak bagi keberhasilan pengembangan pariwisata sebagaimana dicita-citakan bersama.

Semoga masukkan kecil ini bermanfaat bagi strategi pengembangan pariwisata di Provinsi Jawa Barat, kelemahan-kelemahannya tentu masih ada dan perlu pemikiran bersama guna lebih mendekati 'kesempurnaan'.

\*). Penulis adalah dosen tetap Fakultas Ekonomi Universitas Parahyangan – Bandung, Jurusan Ekonomi Pembangunan dan pemerhati masalah pariwisata.

\*\*). Penulis adalah dosen tetap Jurusan Geografi Universitas Pendidikan Indonesia – Bandung, Doktor Universitas Gajah Mada – Yogyakarta, dan pemerhati masalah pariwisata.