

BAB 14

PERAN PEMERINTAH DALAM BISNIS PARIWISATA

Agung Novianto Margarena, S.E., M.M.
BAPPEDA Kota Salatiga

Fungsi Kolaborasi

Sistem kolaborasi sangat diperlukan guna mengoptimalkan *outcomes*. *Collaborative Governance* menjadi strategi baru didalam tata kelola pemerintahan yang menjadikan banyak pemangku kebijakan berkolaborasi untuk bersepakat Bersama dalam rangka mencapai tujuan bersama. Kolaborasi juga terjadi pada antar institusi non-pemerintahan guna membahas kesepakatan guna mencapai tujuan bersama. *Collaborative Governance* secara ringkas bisa dikatakan sebagai kolaborasi dari sektor pemerintah, swasta, dan masyarakat (Ansell & Gash, 2008). Peran aktor kolaborasi terhadap pengembangan pariwisata didominasi oleh aktor pemerintah. Sementara, aktor swasta dan masyarakat belum optimal. Atas dasar permasalahan itu maka pemerintah sangat mendorong kolaborasi di sektor pariwisata dengan mengoptimalkan pengembangan desa wisata yang melibatkan lebih banyak elemen didalamnya (Hermansyah et al., 2020).

Pugra et al. (2021) menyampaikan pengembangan desa wisata lebih cenderung cocok memakai kolaborasi pentahelix yang melibatkan pemerintah, akademisi, pebisnis, media massa, dan komunitas. Secara ringkas peran pemerintah dalam hal ini berupa pendanaan dan

fasilitasi kepada masyarakat. Kemudian akademisi berperan dalam riset untuk pengembangan potensi. Media massa berperan promosi dan publikasi untuk menarik wisatawan. Pebisnis berperan menciptakan lapangan pekerjaan dari hasil pengembangan wilayah, sedangkan komunitas berkontribusi sebagai pelaksana guna mendukung kerja aktor lainnya dilapangan.

Secara lebih spesifik banyak riset menegaskan bahwa pemerintah merupakan agen yang dipandang bertanggungjawab terhadap implementasi kebijakan. Pemerintah diharapkan terlibat dalam model pentahelix pengembangan pariwisata di desa wisata demi kemajuan masyarakat lokal. Pemerintah berkontribusi untuk menyediakan akses dan infrastruktur yang menunjang pariwisata, memfasilitasi bidang industri, perdagangan, pertanian, dan melakukan pembinaan kepada masyarakat pedesaan. Pemerintah bertindak sebagai aktor utama implementasi kebijakan publik untuk mendorong pembangunan desa wisata.

Secara detail akademisi mengimplementasikan peran pentahelix dalam riset terapan yang dilakukan pada calon desa wisata. Inovasi menjadi *keyword* dalam peran akademis. Peran ini sesuai fungsi kampus dalam menjalankan Tri Dharma Perguruan Tinggi secara *rill* melalui penelitian dan pengabdian ke desa untuk dikembangkan potensinya menjadi desa wisata.

Pelaku bisnis perlu menangkap peluang pengembangan desa wisata untuk mengembangkan produk bisnis semisal menciptakan kuliner atau produk khas yang bisa mendukung promosi desa wisata dan juga memberdayakan Sumber Daya Manusia (SDM) setempat guna

menyerap tenaga kerja lokal guna menumbuhkan perekonomian desa itu sendiri.

Media massa dalam hal ini memiliki peran publisitas yang signifikan. Konsep publikasi yang dimaksud yakni *blow up* media untuk mempromosikan potensi desa wisata agar diketahui masyarakat luas. Keterkenalan desa wisata akan selaras dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang pada gilirannya akan meningkatkan perekonomian.

Aktor lain yang berperan yakni komunitas yang merupakan representasi warga lokal yang mempunyai kesadaran membangun desanya melalui potensi yang dimiliki. Komunitas berfungsi dalam sisi perencanaan, implementasi, pelaksanaan, hingga pengawasan pembangunan pariwisata.

Dukungan Regulasi Pemerintah

Regulasi memiliki peranan penting di dalam mendukung pengembangan bisnis pariwisata (Wulandari & Afriyanni, 2021). Dukungan regulasi sangat berperan di dalam menciptakan pengembangan ekonomi secara *bottom-up* melalui persepsi nilai benefit ekonomi dari pelaku bisnis (Margarena & Setiawan, 2022).

Disadur dari website resmi Badan Pemeriksa Keuangan (www.bpk.go.id, 2009) terkait Undang-Undang (UU) Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan menyampaikan bahwa pembangunan industri pariwisata nasional meliputi :

1. Penguatan struktur industri pariwisata;
2. Peningkatan daya saing produk pariwisata;
3. Pengembangan kemitraan usaha pariwisata;

4. Penciptaan kredibilitas bisnis;
5. Pengembangan tanggung jawab terhadap lingkungan.

Secara lebih spesifik pembangunan kepariwisataan diterjemahkan kedalam tiga hal yakni industri, destinasi, pemasaran, dan kelembagaan kepariwisataan yang berdasarkan pada Peraturan Pemerintah (PP) No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025 (www.bpk.go.id, 2011).

Usaha pariwisata yang diakomodir undang-undang ini meliputi beberapa kategori yaitu:

1. Daya tarik wisata;
2. Kawasan pariwisata;
3. Jasa transportasi wisata;
4. Jasa perjalanan wisata;
5. Jasa makanan minuman;
6. Penyediaan akomodasi;
7. Penyelenggaraan kegiatan hiburan rekreasi;
8. Penyelenggaraan pertemuan perjalanan insentif konferensi dan pemasaran;
9. Jasa informasi pariwisata;
10. Jasa konsultan pariwisata;
11. Jasa pramuwisata;
12. Wisata tirta;
13. Spa.

Desa wisata termasuk kedalam beberapa cakupan ketogori tersebut tergantung pada domain tematiknya. Selanjutnya untuk menunjang pengembangan pariwisata utamanya optimalisasi desa wisata diperlukan beberapa cakupan pembangunan kepariwisataan nasional yang juga diatur didalam PP tersebut yang meliputi: yakni Destinasi Pariwisata, Pemasaran Pariwisata, Industri Pariwisata, dan Kelembagaan Pariwisata.

Pemerintah didalam menetapkan sasaran pembangunan pariwisata perlu mempertimbangkan beberapa hal yang dapat mengacu pada indikator berikut guna mengetahui sukses tidaknya pembangunan kepariwisataan yang meliputi:

1. Jumlah kunjungan wisata mancanegara;
2. Jumlah pergerakan wisatawan nusantara;
3. Jumlah penerimaan devisa dari wisatawan mancanegara;
4. Jumlah pengeluaran wisatawan nusantara;
5. Produk Domestik Bruto (PDB) di bidang kepariwisataan.

Pembangunan industri kepariwisataan khususnya dalam hal ini desa wisata, perlu memperhatikan arah pembangunan kepariwisataan nasional dengan menjamin keberadaan beberapa hal berikut seperti:

1. Pembangunan Destinasi Pariwisata Nasional (DPN);
2. Pemasaran Pariwisata Nasional;
3. Industri Pariwisata Nasional;
4. Kelembagaan Kepariwisata Nasional.

Perwilayahan pembangunan DPN meliputi DPN itu sendiri dan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN). Pembangunan Daya Tarik Wisata bisa dibangun dengan optimalisasi Sumber Daya Alam (SDA) setempat dengan menciptakan Daya Tarik Wisata Alam. Namun demikian solusi alternatif terhadap desa dengan minimnya SDA dapat menciptakan desa wisata berkonsep budaya, dan hasil buatan manusia.

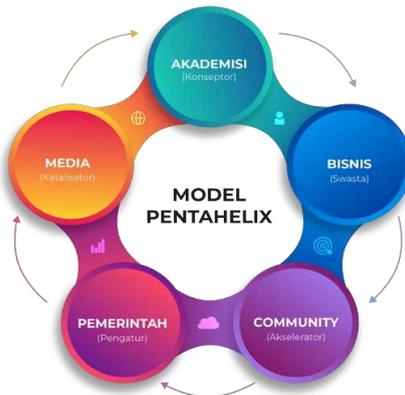
Dalam menggencarkan tumbuhnya desa wisata diperlukan Pembangunan Pemasaran Pariwisata berkelanjutan yang meliputi pengembangan pasar wisatawan, citra pariwisata, kemitraan pemasaran pariwisata, dan promosi pariwisata. Selanjutnya

pemantapan pemosisian citra pariwisata nasional harus didasarkan pada kekuatan karakter geografis kepulauan, nilai spiritualitas dan kearifan lokal, keanekaragaman hayati alam dan budaya, kepulauan yang kaya akan rempah-rempah, serta ikon lain yang dikenal luas secara nasional maupun internasional. Hal tersebut dimaksudkan untuk memperkuat *cultural branding* pariwisata Indonesia.

Implementasi Peran Pemerintah

Implementasi dukungan dan arah kebijakan pengembangan bisnis pariwisata bisa dilihat dari salah satu sub bagian pariwisata yakni Desa Wisata seperti disampaikan diawal. Apabila menelisik lebih jauh, Indonesia memiliki potensi pengembangan pariwisata yang sangat menjanjikan apabila mendapatkan dukungan aksesibilitas, telekomunikasi, lingkungan, dan layanan dari pemerintah setempat (Nashirudin et al., 2021).

Gambar 14.1.
Model Pentahelix



Anujprana (2023) melalui Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyampaikan pengembangan wisata terintegrasi terkolaboratif terdiri dari 5 unsur pentahelix secara berkelanjutan, yakni Akademisi

Bisnis, Komunitas, Pemerintah, dan Media yang telah dijelaskan sebelumnya. Konsep ini secara implementatif harus saling berkaitan erat agar pembangunan dan pengembangan desa wisata dapat terintegrasi lebih optimal.

Selanjutnya Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga menyampaikan secara lebih sistematis arah kebijakan pengembangan desa wisata dapat dirumuskan kedalam strategi rumusan 3C yakni *Commitment*, *Competence*, dan *Change Agent*. Pertama, *Commitment* yang bisa dilihat dari seberapa komitmen Kepala Daerah terhadap pembangunan dan pengembangan desa wisata melalui konsep *top bottom*. Bagaimana kebijakan-kebijakan yang dilakukan berpihak terhadap desa wisata.



Kedua, setelah komitmen perlu adanya *competence* yakni iklim kompetisi yang sehat guna mendukung standarisasi desa wisata yang semakin kompetitif dan berkelas internasional untuk dikembangkan. Hanya dengan model ini pemerintah mengetahui desa wisata mana yang siap dikembangkan.

Ketiga adalah *change agent* yakni kemampuan desa wisata unggulan menjadi agen perubahan dengan menjadi trainer bagi desa wisata lain yang masih tahap pembangunan dan pengembangan. Integrasi secara agregat inilah yang akan membuat kesinambungan dan keselarasan pembangunan desa wisata secara nasional.

Dukungan dan arah kebijakan pengembangan desa wisata meliputi secara *rill* yang selama ini dilakukan pemerintah meliputi 6 elemen yakni pengembangan destinasi, SDM dan pemberdayaan masyarakat, pengembangan industri dan investasi, pengembangan promosi, *product development and event*, serta pengembangan ekonomi kreatif.

Elemen pertama, mengarah pada pengembangan destinasi yang meliputi *attraction, accessibility, amenity*, dan *ancillary* dengan konsep *carrying capacity*, pariwisata berkelanjutan, serta tata kelola melalui beberapa hal berikut ini:

1. Koordinasi pengembangan desa wisata;
2. Sosialisasi manajemen dan penguatan kapasitas pengelolaan *homestay*;
3. Dukungan sarana prasarana hunian pariwisata;
4. Penyusunan *roadmap* 17 desa wisata;
5. Penerapan pengelolaan sampah plastik destinasi wisata;
6. Sertifikasi desa wisata berkelanjutan;
7. Fasilitasi pengembangan desa wisata terpadu.

Elemen kedua, berfokus pada pengembangan SDM dan pemberdayaan masyarakat Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Parekraf) yang meliputi pendampingan SDM Parekraf, Pengembangan SDM Parekraf Mandiri, dan Sertifikasi Kompetensi melalui:

1. Pelatihan *online* digitalisasi desa wisata;

2. Pendampingan SDM Desa Wisata;
3. Pendampingan SDM Ekraf sub-sektor Film, Animasi, dan Videografi;
4. Wirausaha Mandiri (Widuri);
5. Pelatihan dan sertifikasi *Hospitality* SDM.

Elemen ketiga, menitikberatkan pada pengembangan industri dan investasi yang meliputi kapasitas kapabilitas dan daya saing industri parekraf, akses pembiayaan pelaku usaha parekraf, investasi sektor parekraf, dan standar usaha parekraf melalui beberapa langkah berikut diantaranya yakni:

1. Sertifikasi CSHE (*Cleanliness, Health, Safety, Environment Sustainability*) di Sarana Hunian Pariwisata;
2. Bimbingan Teknis Penerapan Standar Usaha Pariwisata
3. *Coaching Clinic* pelayanan perijinan berusaha sektor pariwisata melalui *Online Single Submission* (OSS);
4. Literasi keuangan desa wisata;
5. Fasilitasi akses pembiayaan di desa wisata.

Elemen keempat, mengarahkan pada pengembangan promosi yang meliputi komunikasi pemasaran, pariwisata mancanegara, pariwisata nusantara, pemasaran ekonomi kreatif melalui:

1. Promosi *own media, paid media* (konten promosi pariwisata);
2. Publikasi media *online* dan media cetak;
3. Pameran wisata destinasi prioritas untuk wilayah Indonesia.

Elemen kelima, berfokus pada *product development* dan *event* yang meliputi pemilihan produk, pemulihan citra, pemilihan pasar wisatawan nusantara, pengembangan produk, penjualan pasar, dan

digitalisasi produk dan pemasaran melalui beberapa hal berikut ini yakni:

1. Pengembangan jalur wisata tematik *gastronomic route of ancient kingdom*;
2. Sosialisasi CSHE MICE (*Meeting, Incentive, Conference, and Exhibition*)
3. Dukungan *event* nasional dan daerah.

Elemen keenam, menitikberatkan pada pengembangan Ekonomi Kreatif yang meliputi *start up* lokal, kualitas keamanan produk UMKM di Indonesia, penciptaan karya kreatif, digitalisasi dan revitalisasi sektor ekraf, dan fasilitasi komersialisasi (HKI) yakni melalui:

1. Pengembangan ekosistem ekonomi digital;
2. Pelaksanaan bedah gerai kuliner dalam rangka pelaku ekraf subsektor kuliner, kriya, desain interior, arsitektur, desain komunikasi visual, desain produk dan *fashion*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ansell, C., & Gash, A. (2008). Collaborative governance in theory and practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4), 543–571. <https://doi.org/10.1093/jopart/mum032>
- Anujprana, A. H. (2023). Program Pembiayaan Dalam Mendukung Desa Wisata. *Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*.
- Hermansyah, Abd.Hari, & Amirudin. (2020). Model Kolaborasi Dalam pengembanganparawisata di Kabupatensinjai. *Al Qisthi Jurnal Sosial Dan Politik*, 10, 1–13.
- Margarena, A. N., & Setiawan, A. I. (2022). The Effect of Perceived Value of Economic Benefits Towards SMEs Halal Certification Intention Moderated By Government Policy Regulation. *International Journal of Education and Social Science Research*, 05(02), 308–320. <https://doi.org/10.37500/ijessr.2022.5219>
- Nashirudin, M., Haris, H., Auliya, Z., & Margarena, A. (2021). Measuring Indonesia's Halal Tourism Development Using GMTI (A Case Study in West Sumatra). *Proceedings of the 1st International Conference on Social Science, Humanities, Education and Society Development, ICONS 2020*, 1, 580. <https://doi.org/10.4108/eai.30-11-2020.2303691>
- Pugra, I. W., Oka, I. M. D., & Suparta, I. K. (2021). Kolaborasi Pentahelix Untuk Pengembangan Desa Timpag Menuju Desa Wisata Berbasis Green Tourism. *Bhakti Persada*, 7(2), 111–120. <https://doi.org/10.31940/bp.v7i2.111-120>
- Wulandari, S. N., & Afriyanni, A. (2021). Tourism Development Policy and Their Impact on the Regional Economy in the Riau Islands Province. *Jurnal Bina Praja*, 13(2), 293–305. <https://doi.org/10.21787/jbp.13.2021.293-305>
- www.bpk.go.id. (2009). Undang-undang (UU) No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38598/uu-no-10-tahun-2009>
- www.bpk.go.id. (2011). Peraturan Pemerintah (PP) No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Nasional Tahun 2010-2025. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/5183/pp-no-50-tahun-2011>

Biodata Penulis**Agung Novianto Margarena, S.E., M.M.**

Penulis tertarik terhadap ilmu Bisnis Pariwisata sejak menulis artikel yang berjudul *Measuring Indonesia's Halal Tourism Development Using GMTI (A Case Study in West Sumatra)* yang terbit pada tahun 2021. Pendidikan penulis dimulai pada pendidikan strata 1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah tahun 2013 sampai dengan 2017 melalui Beasiswa Bidikmisi. Pendidikan strata 2 penulis di Universitas Sebelas Maret pada Pasca Sarjana Manajemen pada tahun 2019 sampai dengan 2022 melalui Beasiswa LPDP. Pengalaman praktisi, penulis pernah bekerja di beberapa perusahaan swasta selama kurang lebih 4 tahun dan sejak 2021 penulis bekerja sebagai Analis Perekonomian di Badan Perencanaan, Penelitian, dan Pengembangan Daerah (BAPPEDA) Kota Salatiga. Disamping itu saat ini penulis aktif publikasi karya ilmiah dengan kepakaran dibidang Bisnis dan *Marketing*. Selain aktif pada penelitian, penulis juga aktif sebagai *Founder* dalam gerakan literasi digital pada kanal Optimisme Media yang diharapkan memberikan kontribusi bagi masyarakat luas.

Email Penulis: margarenaagung@gmail.com

PENGANTAR BISNIS PARIWISATA: PERHOTELAN, FOOD AND BEVERAGE SERVICE, DAN PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA

1. DEFINISI DAN KONSEP DASAR BISNIS PARIWISATA

Della Maghfira Napu, S.Par., MM.Par.

2. ETIKA DALAM BISNIS PARIWISATA

Era Agustina Yamini, S.E., M.Sc.

3. STANDARISASI PENYELENGGARAAN PARIWISATA RAMAH MUSLIM

Wildan Nurhidayat, S.Pd., MM.Par.

4. STRUKTUR INDUSTRI PARIWISATA

Frankie Jan Salean, S.E., M.P.

5. INDUSTRI PERHOTELAN

Winda Gafrilia Prianka, MM.Par.

6. INDUSTRI PELAYANAN FOOD AND BEVERAGE

Muhammad Syakib Asqalani Rifai, MM.Par.

7. PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA

Delfta Tunjung Baswarani, M.Par.

8. PEMASARAN DAN PROMOSI PARIWISATA

Untung Novianto, S.Par., M.M.

9. KEAMANAN DAN KESELAMATAN PARIWISATA

Siti Fadlina, S.T., MPPar

10. KEPUASAN PELANGGAN DALAM BISNIS PARIWISATA

Pandu Sapto Desmantyo, MM.Par.

11. PERUBAHAN IKLIM DAN DAMPAKNYA TERHADAP BISNIS PARIWISATA

Dr. I Made Darsana, S.E., M.M.

12. KONSERVASI DAN PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN DALAM BISNIS PARIWISATA

Ahmad Rimba Dirgantara, S.I.Kom., MPPar

13. KONSERVASI DAN PEMBANGUNAN INOVASI DALAM BISNIS PARIWISATA

Dr. Firman Sinaga, SST.Par., M.Si.Par., CHT.

14. PERAN PEMERINTAH DALAM BISNIS PARIWISATA

Agung Novianto Margarena, S.E., M.M.

Editor:

Dr. Miko Andi Wardana, S.T., M.Si.

Untuk akses Buku Digital,
Scan QR CODE



INFES MEDIA

CV. Intelektual Manifes Media
Jalan Raya Puri Gading
Kabupaten Badung, Bali



ISBN 978-623-09-3470-4



9

786230

934704