

Akselerasi Pengembangan Pariwisata Indonesia yang Berkelanjutan

Memet Achmad Sayuti*

Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung, Indonesia
Email: memetachmad@stp-bandung.ac.id

Abstract

The growth of world tourism industry was indicated by increasing 4,7% in 2014 compared to 2013, reach over 1.138 billion tourist. Tourism fundamentally generate economic activity in destination all around the world. Sustainability still become main issue in tourism development, pushed to balance between mass tourism and alternative tourism. This happens also in Indonesia, when "ocean axis" offered by President of Indonesian Republic has open the unbalance west and east Indonesia in development, including tourism which targeting 20 million tourist in 2019. We have to improve accesibility and facility to support tourist movement all over Indonesia. To protect Bali, we have to set Bali not only as an entry point but as exit point, make the journey more meaningful. Closed by happy ending in Bali. Five models is offered to spread out tourist surrounding Indonesia. Those models are possible to develop because it's suitable with national policy to accelerate tourism growing in Indonesia in a sustainable way. Cross province activity can give more benefit by creating alternative tourism and the tourists will get more choice to visit. Utilization of four technical unit assistant under Ministry of Tourism will bring more benefit to accelerate the program.

Keywords: Alternative tourism, Ocean axis, Sustainable, Cross province.

Abstrak

Pertumbuhan industri pariwisata dunia ditunjukkan dengan peningkatan 4,7% pada tahun 2014 dibandingkan tahun 2013, mencapai lebih dari 1,138 miliar wisatawan. Pariwisata secara fundamental menghasilkan kegiatan ekonomi di tujuan di seluruh dunia. Keberlanjutan masih menjadi isu utama dalam pengembangan pariwisata, didorong untuk menyeimbangkan antara pariwisata massal dan pariwisata alternatif. Ini terjadi juga di Indonesia, ketika "poros laut" yang ditawarkan oleh Presiden Republik Indonesia telah membuka ketidakseimbangan Indonesia barat dan timur dalam pengembangan, termasuk pariwisata yang menargetkan 20 juta wisatawan pada tahun 2019. Kita harus meningkatkan aksesibilitas dan fasilitas untuk mendukung pergerakan wisata semua atas Indonesia. Untuk melindungi Bali, kita harus menetapkan Bali tidak hanya sebagai titik masuk tetapi sebagai titik keluar, membuat perjalanan lebih bermakna. Ditutup oleh happy ending di Bali. Lima model ditawarkan untuk menyebar turis di sekitar Indonesia. Model-model itu dimungkinkan untuk dikembangkan karena sesuai dengan kebijakan nasional untuk mempercepat pertumbuhan pariwisata di Indonesia secara berkelanjutan. Aktivitas lintas provinsi dapat memberikan manfaat lebih dengan menciptakan pariwisata alternatif dan para wisatawan akan mendapatkan lebih banyak pilihan untuk dikunjungi. Pemanfaatan empat asisten unit teknis di bawah Kementerian Pariwisata akan membawa lebih banyak manfaat untuk mempercepat program.

Kata kunci: Wisata alternatif, Sumbu laut, Berkelanjutan, Lintas provinsi.

A. PENDAHULUAN

Pesatnya pertumbuhan industri pariwisata dunia saat ini tergambar dari data *UNWTO World Tourism Barometer*, dimana pergerakan wisatawan internasional tahun 2014 mencapai 1.138 milyar orang, meningkat 4,7 % dibandingkan tahun 2013. Menurut Sekjen *UNWTO, Taleb Rivai* dalam *press release* (PR No.: 15006, 27 Jan 15), mengatakan : "*Over the past years, tourism has proven to be a*

* Corresponding author

Received: January 01, 2018; Revised: March 08, 2018; Accepted: June 06, 2018

surprisingly strong and resilient economic activity and a fundamental contributor to the economic recovery by generating billions of dollars in exports and creating millions of jobs. This has been true for destinations all around the world,... ". Peran penting pariwisata dalam memajukan perekonomian sebuah negara secara mengejutkan terbukti mampu berkontribusi dalam peningkatan nilai ekspor dan menyediakan jutaan lapangan pekerjaan. Sehingga tidak mengherankan bila Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata memiliki enam target yang ingin dicapai, yaitu: Pertama yaitu untuk meningkatkan kontribusi terhadap PDB dari 9% menjadi 15%, kedua, dengan target meningkatkan penerimaan devisa dari 10 miliar USD 20 miliar USD. Ketiga untuk meningkatkan kontribusi terhadap tenaga kerja dari 11 juta sehingga menjadi 13 juta tenaga kerja dapat terserap ke bidang pariwisata ini, keempat, meningkatkan indeks perjalanan dan pariwisata daya saing di dunia (WEF) dari peringkat ke-70 menjadi ke peringkat ke- 30. Kelima adalah untuk meningkatkan kedatangan wisatawan internasional dari 9,4 juta wisman menjadi 20 juta wisatawan mancanegara memasuki Indonesia. Akhirnya keenam, meningkatkan wisatawan domestik dalam negeri dari 250 juta orang menjadi 275 juta orang tersedia di www.tribunnews.com *Internasional*) Asia (14/01/16).

Untuk mewujudkan keenam target tersebut, dibutuhkan strategi dan perencanaan yang tepat mengingat secara geografis Indonesia sangat luas, terdiri dari 34 Provinsi, 511 Kabupaten/Kota. Masing-masing Provinsi tengah giat mengembangkan kepariwisataan guna memacu pertumbuhan ekonomi di daerahnya. Selain itu kekayaan ragam budaya dan keindahan alam yang melimpah seakan tidak ada habisnya, menuntut pengelolaan yang arif baik dari pemerintah, swasta, maupun masyarakat, agar pengembangannya dapat berkelanjutan (*sustainable*). Dapat dibayangkan bila masing-masing Kabupaten/Kota membuat *event*, maka tidak cukup hari dalam satu tahun kalender untuk menampungnya. Untuk menggambarkan betapa luas dan besarnya Indonesia, Kepala BIG, Priyadi Kardono pada paparannya yang berjudul " *hzfonnasi Geospasial untuk Pembangunan Kemaritiman* ", mengatakan bahwa Indonesia yang merupakan negara maritim, dengan luas wilayah perairan 6.315.222 km² dengan panjang garis pantai 99.093 km² serta jumlah pulau 13.466 pulau yang bernama dan berkoordinat. Tersedia di www.bakosurtanal.go.id (16/01/16). Sctidaknya dibutuhkan 36 tahun lebih untuk bisa mengunjungi pulau-pulau tersebut setiap hari. Keindahan panorama bawah laut berkelas dunia tersebar luas di Indonesia, salah satunya adalah Taka Bonerate, atol terbesar ketiga di dunia setelah karang atol Kwajifcin di Kepulauan Marshall dan Suvadiva di Kepulauan Maladewa. Sebagian besar taman laut berada di kawasan timur Indonesia. Indonesia juga dikenal sebagai negeri *ring of fire*, karena dikelilingi oleh rangkaian gunung berapi, sebagian berada dibawah laut. Lebih jauh lagi Indonesia merupakan paru-paru dunia karena keberadaan hutan tropisnya.

Selain itu kekayaan ragam budaya di Indonesia juga ditunjukkan dengan banyaknya jumlah suku dan bahasa. Jumlah suku (etnis) di Indonesia menurut Kepala BPS, Rusman Heriawan, dalam rapat dengar pendapat (RDP) dengan Komisi XI DPR RI, Rabu (3/2), menyampaikan bahwa dari hasil sensus penduduk terakhir, diketahui bahwa Indonesia terdiri dari 1.128 suku bangsa, tersedia di www.jpnn.com/berita.detail-57455 (16/01/16). Terkait dengan jumlah bahasa menurut Budiwiyanto, *Ethnologue* (2015) mencatat sebanyak 7.102 bahasa dituturkan di seluruh dunia. Sementara itu, di Indonesia tercatat 707 bahasa yang dituturkan sekitar 221 juta penduduk. Itu berarti bahwa kurang lebih sepuluh persen dari jumlah bahasa di dunia ada di Indonesia. Di sisi lain, hal itu menjadi suatu kebanggaan karena itu menunjukkan kekayaan bahasa sekaligus keberagaman budaya yang kita miliki. Akan tetapi, di sisi lain hal itu menjadi tantangan, atau bahkan beban, bagi kita untuk menjaga keberadaannya. Tersedia di badanbahasa.kemdikbud.go.id/ (16/01/16). Lebih jauh Budiwiyanto menjelaskan bahwa keberagaman bahasa adalah pilar keberagaman budaya. Oleh karena itu, kepunahan yang terjadi pada suatu bahasa berarti juga hilangnya kekayaan budaya.

Tradisi, memori, serta cara berpikir dan berekspresi, yang merupakan warisan yang tak ternilai untuk mencapai masa depan yang lebih baik, pun akan hilang. Sejumlah ahli linguistik ekologi, dengan menggunakan analisis wacana kritis, mendapati bahwa antara budaya, bahasa, dan keanekaragaman hayati mempunyai korelasi. Analisis itu menyingkap bahwa praktik kebahasaan memperlihatkan sikap eksploitatif terhadap lingkungan alam. Oleh karena itu, mereka mengklaim bahwa punahnya lingkungan alam sebagian disebabkan oleh bahasa.

Namun, yang lebih menyedihkan adalah ketika penutur suatu bahasa kehilangan bahasanya. Bahasa sering dianggap sebagai simbol identitas kesukuan atau identitas kebangsaan. Jadi, ketika seseorang kehilangan bahasanya, itu berarti ia telah kehilangan identitas etnis atau identitas kebangsaannya.

Demikian pula dengan warisan budaya baik yang *tangible* maupun *intangible* sangat banyak dimiliki negeri ini, telah lama menjadi perhatian dunia karena keberagaman dan keunikannya membentuk *unity in diversity* yang lebih dikenal sebagai Bhineka Tunggal Ika. Gambaran dari sebagian kecil kekayaan yang dimiliki bangsa Indonesia tersebut seharusnya merupakan modal besar dalam membangun kepariwisataan Indonesia. Yang menjadi pertanyaan besar adalah bagaimana langkah akselerasi yang harus dilakukan agar target yang ditetapkan dapat direalisasikan sampai tahun 2019?

B. METODE PENELITIAN

Penelitian *desk research* ini dilaksanakan antara bulan November 2014 sampai Januari 2015 dengan metode *rapid research* atau riset cepat, merupakan salah satu metode penelitian yang digunakan untuk memperpendek waktu agar memperoleh hasil awal lebih cepat, sebagai informasi awal sebuah kajian (Affandi, 2015: 3). Dengan tujuan untuk memberikan analisis cepat dan tajam dari tren dan suatu perkembangan dan untuk menyelidiki relevansinya dengan dunia praktis. Menggunakan pendekatan *desk analysis* dengan memanfaatkan data sekunder yang relevan dan tersedia.

C. HASIL DAN ANALISIS

Posisi Indonesia dalam peta persaingan pariwisata dunia maupun regional, sebenarnya cukup baik dan mampu bersaing serta memiliki banyak keunggulan bila ditinjau dari 14 pilar yang menjadi indikator dalam penilaian yang dilakukan oleh *World Economic Forum (WEF)* melalui *The Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI)* yang pada tahun 2015 menempatkan Indonesia di posisi 50 secara global dari 141 negara. Secara regional, Indonesia berada pada posisi ke 11 dibawah Singapura, Hongkong, Malaysia, Thailand. Urutan indeks daya saing selengkapnya secara regional pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1: *The Travel & Tourism Competitiveness Index 2015: Asia-Pacific*

| Enabling Environment Pillars, values | | | | | | | |
|--------------------------------------|--------------------------|-------------|---------------------|------|-----------------------------------|------|--------------|
| Country/economic Safety | Business and Environment | | Health and Security | | Human Resources and Labour Market | | CT Readiness |
| | Regional rank | Global rank | | | | | |
| Australia | 1 | 7 | 5.04 | 6.24 | 6.14 | 4.72 | 5.73 |
| Japan | 2 | 9 | 5.12 | 6.05 | 6.43 | 5.20 | 6.00 |
| Hong Kong SAR | 4 | 13 | 6.08 | 6.31 | 6.41 | 5.30 | 6.22 |

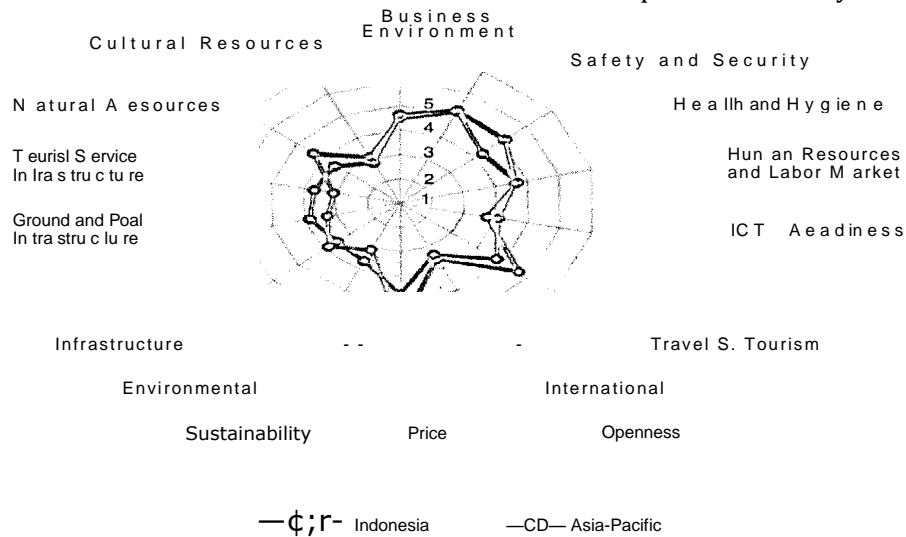
| | | | | | | | |
|--|----|-----|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| New Zealand | 5 | 16 | 5.69 | 6.41 | 5.72 | 5.34 | 5.57 |
| China | 6 | 17 | 4.25 | 5.47 | 5.29 | 5.20 | 4.15 |
| Korea, Rep. | 8 | 29 | 4.44 | 5.45 | 6.36 | 4.81 | 5.97 |
| Taiwan, China | 9 | 32 | 5.27 | 6.03 | 6.13 | 5.10 | 5.41 |
| Mongolia | 18 | 99 | 4.39 | 5.40 | 6.02 | 4.63 | 3.42 |
| Eastern Asia and Oceania average | | | 5.03 | 5.92 | 6.06 | 5.04 | 5.31 |
| Eastern Asia and Oceania standard deviation | | | 0.65 | 0.42 | 0.39 | 0.28 | 0.99 |
| SOUTH-EAST AND SOUTHERN ASIA | | | | | | | |
| Singapore | 3 | 11 | 6.13 | 6.40 | 5.44 | 5.49 | 5.98 |
| Malaysia | 7 | 25 | 5.60 | 5.79 | 5.18 | 4.98 | 4.52 |
| Thailand | 10 | 35 | 4.78 | 3.75 | 4.87 | 4.98 | 4.34 |
| Indonesia | 11 | 41 | 4.78 | 3.75 | 4.87 | 4.98 | 4.34 |
| India | 12 | 52 | 4.02 | 3.82 | 4.32 | 4.03 | 2.83 |
| Sri Lanka | 13 | 63 | 4.59 | 5.58 | 5.24 | 4.33 | 3.49 |
| Philippines | 14 | 74 | 4.54 | 3.84 | 4.79 | 4.59 | 3.71 |
| Vietnam | 15 | 75 | 4.45 | 5.31 | 4.99 | 4.68 | 3.37 |
| Bhutan | 16 | 87 | 4.56 | 6.02 | 4.57 | 4.26 | 3.51 |
| Lao PDR | 17 | 96 | 4.58 | 5.51 | 4.25 | 4.50 | 3.09 |
| Nepal | 19 | 102 | 3.98 | 4.52 | 4.90 | 4.22 | 2.36 |
| Cambodia | 20 | 105 | 3.56 | 4.96 | 3.92 | 4.48 | 3.19 |
| Pakistan | 21 | 125 | 4.19 | 3.04 | 4.39 | 3.07 | 2.54 |
| Bangladesh | 22 | 127 | 4.06 | 4.43 | 4.29 | 3.85 | 2.70 |
| Myanmar | 23 | 134 | 3.20 | 4.04 | 4.41 | 3.85 | 1.60 |
| South-East and Southern Asia average | | | 4.45 | 4.81 | 4.66 | 4.40 | 3.40 |
| South-East and Southern Asia standard deviation | | | 0.72 | 0.98 | 0.44 | 0.58 | 1.04 |
| Asia-Pacific average | | | 4.65 | 5.20 | 5.14 | 4.62 | 4.06 |
| Best performer (global) | | | 6.13 | 6.70 | 6.97 | 5.64 | 6.37 |

Sumber: TTCI-WEF (2015: 16)

Peningkatan dari peringkat 70 menjadi peringkat 50 merupakan lompatan keberhasilan yang dapat memicu upaya meningkatkan arus kedatangan wisatawan, diimbangi dengan peningkatan kualitas produk dan layanan pariwisata secara merata di seluruh Indonesia. Dengan dimulainya era MEA tahun 2016 ini, seharusnya merupakan suatu peluang bukan ancaman bagi pariwisata Indonesia, karena akan ada peningkatan pergerakan manusia di lingkungan ASEAN yang baik secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi peta pariwisata Indonesia.

Posisi Indonesia sendiri dibandingkan Asia Pasifik bila digambarkan dalam grafik berdasarkan 14 pilar yang menjadi indikator indeks daya saing adalah sebagaimana grafik 1 dibawah ini.

Gambar 1. Posisi Indonesia di Asia Pasifik dalam 14 pilar Indikator daya saing



Sumber: TTCI-wEF, 2015: 180

Bila dilihat dari indeks secara gabungan dari pilar indikator, Indonesia hanya unggul karena harga yang kompetitif yaitu ranking tiga dunia dalam *price competitiveness*, yang meliputi harga tiket, *airport tax*, harga hotel, keseimbangan daya beli, dan level harga bahan bakar. Artinya faktor harga-harga yang murah yang menjadi penopang keunggulan pariwisata Indonesia. Pilar *T&T Policy and Enabling Conditions* yang berada pada peringkat ke sembilan, bermakna bahwa pemerintah telah mengeluarkan kebijakan pariwisata jauh lebih baik yang memudahkan masyarakat dan wisatawan untuk melakukan perjalanan.

Lalu bagaimana dengan ketiga belas pilar lainnya? Konservasi dan kesinambungan lingkungan (*environmental sustainability*) peringkat ke 134, *health* dan *hygiene* peringkat 109, infrastruktur pelayanan pariwisata peringkat 101. Pilar natural dan cultural hanya berada di peringkat 17, padahal alam dan budaya merupakan andalan utama pariwisata Indonesia, namun demikian peringkat Indonesia tetap diatas Thailand 21, Malaysia 24, dan Singapura 69. Keunggulan yang dimiliki patut dijaga, dan kekurangan yang ada harus dibenahi melalui kerjasama lintas sektor, karena pada prinsipnya pariwisata hanya memanfaatkan, sementara kewenangan ada pada sektor lain seperti kesehatan, keamanan, perhubungan, dll. Pada tabel 2 selengkapnya indeks ke 14 pilar indikator pariwisata Indonesia berikut ini.

Tabel 2. The Travel & Tourism Competitiveness Index Indonesia

| INDONESIA | | |
|--|------------------|-------|
| The Travel & Tourism | Competitiveness | Index |
| | Rank(out of 141) | |
| Travel & Tourism Competitiveness Index | 50 | 4.04 |
| Enabling Environment | 80. | 4.46 |
| Business Environment | 63 | 4.48 |
| Safety and Security | 83 | 5.16 |
| Health and Hygiene | 109 | 4.24 |
| Human Resources and Labour Market | 53 | 4.70 |
| ICT Readiness | 85 | 3.73 |

| | | |
|--|----------|---------|
| T&T .Policy and Enabling.Conditions | 9 '..... | .. 4:59 |
| Prioritization of Travel & Tourism | 15 | 5.61 |
| International Openness | 55 | 3.55 |
| Price. Competitiveness: • . | 3 . | 6:11. |
| Environmental Sustainability | 134 | 3.11 |
| Infrastructure | 75, | 3.38 |
| Air Transport Infrastructure | 39 | 3.81 |
| Ground and Port Infrastructure | 77. | 3.27 |
| Tourist Service Infrastructure | 101 | 3.07 |
| Natural and Cultural Resources | 17 | 3.74 |
| Natural Resources | 19 | 4.36 |
| Cultural Resources and Business Travel | 25. | 3.12 |

Sumber: *The Travel & Tourism Competitiveness Report (2015 180)*

Dari tabel di atas, kita dapat melihat masih banyak pekerjaan yang harus dilakukan guna mewujudkan keunggulan daya saing dan daya banding (*competitive & comparative advantages*) pariwisata Indonesia dengan tetap menjaga keseimbangan manfaat baik bagi masyarakat, pengusaha, pemerintah, wisatawan, dan juga tentu saja untuk kesinambungan lingkungan).

Sejak awal pariwisata Indonesia identik dengan Bali yang dikenal sebagai Pulau Dewata, atau *Paradise Island*, sehingga apapun mengenai mengenai pariwisata Indonesia tidak pernah lepas dari Bali. Bali seakan menjadi barometer dan lokomotif sekaligus *window display* kemajuan pariwisata Indonesia. Kondisi ini baik karena Bali menjadi acuan dalam pengembangan pariwisata di daerah lain, utamanya pada era 1970 s/d 1990 saat distribusi wisatawan mancanegara dapat dikatakan menyebar dengan merata ke seluruh Indonesia, salah satunya melalui Bali sebagai pintu gerbang sehingga kemas paket perjalanan wisatawan mancanegara terangkai menjadi *serial tour* karena didukung kebijakan bebas visa yang memiliki durasi cukup panjang, memungkinkan wisatawan menikmati banyak pilihan destinasi. Saat ini mungkin kita tidak pernah lagi mendengar paket rur Sumatra *overland*, Java-Bali *Overland*, atau trans Sulawesi *Overland* yang berdurasi 10 sampai 14 hari tour, serta banyak lagi paket perjalanan berdurasi panjang lainnya, seperti "*off the beaten track tour*" (*trekking tour*). Sejak tahun 2000 perubahan ini mulai terasa, wisatawan mancanegara lebih banyak terkonsentrasi di Bali dan sentra pariwisata lainnya di kawasan barat Indonesia. Destinasi andalan di kawasan timur Indonesia seperti Toraja dan Mamasa sangat merasakan akibatnya, rata-rata tingkat hunian kamar hotel hanya berkisar 10 % selama beberapa tahun, bahkan banyak yang menutup operasinya. Untunglah saat ini telah kembali normal walaupun lebih banyak wisatawan nusantara yang menjadi tamu hotel dibandingkan wisatawan mancanegara.

Ditinjau dari ketersediaan sarana transportasi, sebenarnya saat ini jauh lebih baik dan lebih banyak pilihan, dulu hanya Garuda, Merpati, Mandala, dan Bouraq yang tersedia, jumlah wisatawan pun tidak banyak tapi mampu menyebar ke pelosok Nusantara. Sekarang dengan begitu banyak armada penerbangan, dan harga tiket domestik yang kompetitif, tapi justru kebijakan visa yang membatasi ruang gerak wisatawan. Bila dulu melalui Keppres No.15 Tahun 1983 tentang Kebijaksanaan Pengembangan Kepariwisata juga telah ditempuh untuk memberikan bebas visa bagi wisatawan yang berkunjung ke Indonesia, namun kunjungan

wisatawan tidak terlalu naik signifikan yakni dari 638.901 orang (1983) menjadi sekitar 683.000 (1984), namun masa berlaku visa adalah tiga bulan dan gratis, sehingga ruang gerak wisatawan mancanegara lebih luas. Dalam rezim kebijakan visa sejak tahun 2000, wisatawan memiliki keterbatasan ruang, misalnya dengan waktu satu minggu praktis wisatawan tertahan di Bali tiga sampai empat hari dan sisanya ke Lombok atau ke Jogja. tidak mungkin atau kecil peluang untuk melanjutkan ke kawasan timur Indonesia hanya dengan sisa waktu tiga hari, karena hanya habis di perjalanan saja. Alhamdulillah saat ini sudah ada kemajuan dari batas satu minggu, menjadi satu bulan, namun ada tarifnya, terakhir diperbaharui dengan Perpres No. 69 Tahun 2015.

Gangguan keamanan berupa ancaman teroris memang pernah terjadi, dan ini tidak saja menimpa Indonesia, negara-negara tujuan utama wisatawan pun tidak luput dari gangguan keamanan seperti yang terjadi di Spanyol, Perancis, bahkan Amerika sekalipun. Disinilah pecan serta masyarakat sangat terasa dan dibutuhkan, perlu dibangkitkan sikap cerdas dan waspada sebagaimana diprogramkan oleh pemerintah melalui program "bela negara". Mulai dari lingkungan terkecil sampai ke lingkungan yang lebih luas, karena keamanan dibutuhkan bukan saja oleh wisatawan tapi justru oleh masyarakat, karena jumlah aparat keamanan juga tidak sebanding dengan jumlah penduduk Indonesia yang lebih dari 250 juta orang.

Ketimpangan distribusi wisatawan mancanegara antara kawasan barat Indonesia dan kawasan timur Indonesia terbantu dengan banyaknya kunjungan kapal pesiar (*cruiseship*) yang menyinggahi pelabuhan-pelabuhan besar di kawasan timur Indonesia, walau hanya *halfday tour* atau *oneday tour* artinya pengeluaran wisatawan hanya sebatas *transport, guide, meals, entrance fee*, dan souvenir. Jarak terjauh tour yang dilakukan penumpang kapal pesiar adalah 173 km dari pelabuhan Parepare ke Toraja, praktis hams menentnuh 346 km (PP) selama kurang lebih 8 jam perjalanan dan kembali bermalam di kapal pesiar (*onboard*). Sebuah pengalaman menarik terjadi saat seminar *cruiseship* di Bali tahun 2012, dimana seorang pelaku industri pariwisata bertanya kenapa *cruiseship* besar kurang ke kawasan timur Indonesia, ternyata jawabannya sederhana, operator *cruiseship* tidak mendapat informasi mendasar menyangkut misalnya kedalaman alur pclabuhan (*water draft*), fasilitas yang tersedia di pelabuhan seperti toilet, dll, sehingga operator kapal pesiar tidak berani mengarahkan kapal pesiar ukuran besar ke kawasan timur Indonesia. Artinya kesiapan dan ketersediaan data dan informasi patut mendapat perhatian.

Sebuah terobosan berani dilakukan operator kapal pesiar MV ORION 2 yang berbasis di Australia mulai tahun 2012 sampai sekarang, dengan tema "*Wallacea Program*" melakukan perjalanan mulai dari Sabah, Sangatta, Pulau Derawan, Tanjung Puting, Polcwali, Parepare, Makassar. Program ini untuk Polewali, Parepare, dan Makassar bekejasama dengan operator lokal PT Indosella yang berbasis di Toraja, untuk pertama kalinya mampu. merobah paradigma tamu kapal pesiar menginap di atas kapal, menjadi menginap semalam di Toraja dengan peserta sebanyak 60 pax. Secara sederhana dapat dikalkulasi berarti ada tambahan pengeluaran wisatawan di darat meliputi akomodasi, makan malam, makan pagi, tambahan kunjungan ke beberapa daya tarik wisata sebelum akhirnya kembali ke kapal pesiar untuk melanjutkan perjalanan (pelabuhan juga mendapat pemasukan ekstra dari tambahan biaya tambat karena kapal hams bermalam di pelabuhan). Terobosan ini mungkin kecil bila dilihat secara nasional, namun bila dapat dilipat gandakan ke destinasi lain, akan terasa manfaatnya. Model ini sejalan dengan strategi poros laut yang diangkat Presiden R.I untuk mempercepat dan menyebar pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Selanjutnya, langkah percepatan pengembangan yang perlu dilakukan adalah melalui intervensi pemerintah pusat dengan memanfaatkan kewenangan yang diberikan oleh Undang-Undang (UU), maupun Peraturan pemerintah (PP), guna membuka sekat otonomi yang terkadang tidak sinkron dengan kebijakan pemerintah pusat. Kriteria pengembangan kegiatan yang dimaksud adalah: (1). bersifat lintas provinsi, (2). berskala internasional, (3). unik dan menarik, (4). berkesinambungan (*sustainable*), dan (5). Memiliki nilai jual tinggi. Dari kriteria tersebut tersirat bahwa segmentasi pasar yang dituju adalah pariwisata alternatif (*alternative tourism*) bukan pariwisata massal (*mass tourism*). Segmen pariwisata alternatif memang tidak sebesar pariwisata massal, namun dari segi pasar wisatawan penyuka wisata alternatif ternyata tidak mengenal musim dan tidal; didominasi oleh satu pasar saja, justru memiliki segmen yang lebih luas. Menurut Weaver (1991: 415) ada 10 perbedaan signifikan antara pariwisata massal dan pariwisata alternatif sebagaimana dijelaskan pada tabel 3 berikut ini

Tabel 3. Sepuluh Perbedaan Signifikan antara Pariwisata Masal dan Pariwisata Alternatif

| Variables | Conventional Mass Tourism | Alternative Tourism |
|------------------------|---|---|
| Accommodations | | |
| <i>patial Pattern</i> | <i>Coastal, High Density</i> | <i>Dispersed, Low Density</i> |
| <i>Scale Ownership</i> | <i>Larger-scale, Integrated</i> | <i>Smaller-scale, Hornestyle</i> |
| <i>Ownership</i> | <i>Foreign, Multi-national</i> | <i>Local, Family, Small business</i> |
| Market | | |
| <i>Volume</i> | <i>Higher</i> | <i>Lower</i> |
| <i>Origin</i> | <i>One dominant market</i> | <i>No dominant market</i> |
| <i>Segment</i> | <i>Psychocentric-Midcentric</i> | <i>Allocentric-Midretric</i> |
| <i>Variables</i> | <i>Conventional Mass. Tourism</i> | <i>Alternative Tourism -</i> |
| <i>Activities</i> | <i>Water/beach/nightlife</i> | <i>Nature/culture</i> |
| <i>Seasonality</i> | <i>Winter high season</i> | <i>No dominant season</i> |
| <i>Economy</i> | | |
| <i>Status</i> | <i>Dominant Sector</i> | <i>Supplementary Sector</i> |
| <i>Impact</i> | <i>High Import Sector Repatriated profits</i> | <i>Low Import Sector Retained profits</i> |

Sumber: Weaver (1991: 415)

Menurut Vagonis (2002 : 29), jika pariwisata menjadi basis pengembangan ekonomi suatu negara, dengan diversifikasi produk pariwisata melalui bentuk pariwisata alternatif, maka itu merupakan strategi yang sangat tepat. Banyak peneliti dan organisasi memiliki pertimbangan yang sama, bahwa pariwisata alternatif mampu mendukung dan memperkuat komunitas lokal dalam konservasi lingkungan yang berkelanjutan secara sosial dalam koridor pariwisata yang tidak bersifat masif, lingkungan pariwisata yang berkelanjutan, dan terintegrasi lebih baik pada struktur sosial budaya setempat. Saat pariwisata alternatif (tidak masif) ditawarkan, persentase nilai tambah dari produk lokal akan meningkat: kepemilikan modal lokal, konsumsi produk lokal yang meningkat akan membuka lapangan pekerjaan. Area unik produk wisata spesifik akan terbentuk, dengan teknik pemasaran yang baik akan menjadi *product branding* yang strategis. Dikatakan sebagai lingkungan pariwisata yang berkelanjutan, pariwisata alternatif merupakan tindakan bijak untuk memanfaatkan sumberdaya setempat, dengan juga mempertimbangkan sumber perekonomian setempat. Sehingga warisan alam dan budaya komunitas lokal dapat dilindungi untuk saat ini dan diwariskan kepada generasi selanjutnya. Terintegrasi lebih baik

pada struktur sosial budaya, karena pariwisata alternatif pada banyak kasus teradaptasi lebih baik pada sumber daya lokal secara sosial, seperti pengetahuan setempat, keahlian lokal, seni, yang berbasis produksi tradisional. Selain membicarakan nilai tambah, langkah ini turut menjaga tradisi setempat (lokal) yang dianut dan/ atau menghidupkannya kembali. Melalui kerjasama yang harmonis pengembangan potensi yang lebih baik akan menjaganya bukan hanya untuk sesaat namun untuk masa depan.

Landasan hukum yang memayungi pengembangan pariwisata alternatif ini tertuang dalam:

1. Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan
2. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Nasional Tahun 2010 - 2025
3. Peraturan Presiden No.64 tahun 2014 tentang Koordinasi Strategis Lintas Sektor Penyelenggaraan Pariwisata.

Dengan memanfaatkan perangkat hukum yang ada, Kementerian pariwisata dapat melakukan akselerasi melalui Pasal 28, ayat b. UU No. 10 tahun 2009 yaitu mengoordinasikan pembangunan kepariwisataan lintas sektor dan lintas provinsi. Ini dapat dilakukan melalui link-up tema atraksi, seri kegiatan pariwisata lintas provinsi, *crash* program di lokasi terpencil (*remote area*), maupun pengembangan rute perjalanan bersejarah, serta merubah kompetisi menjadi komplementari sebagai salah satu daya tankbarn. Keberadaan empat Unit Pelaksana Teknis (UPT) Kementerian Pariwisata yang berlokasi di Bandung, Bali, Medan, dan Makassar selain sebagai pusat pendidikan pariwisata, juga dapat dijadikan motor penggerak, karena sudah teruji dan terbukti mampu menjadi pionir dalam perintisan dan pengembangan pariwisata. Bagi para mahasiswa di keempat UPT tersebut menjadi arena untuk berperan serta mendedikasikan ilmu yang diperoleh, sekaligus mempromosikan institusi tempat menimba ilmu.

Link-up tema atraksi, memanfaatkan kesamaan bentuk atraksi misalnya gendang nusantara yang memiliki beragam bentuk dan nada, mulai dari Aceh hingga Papua dikernas dalam bentuk orkestra diselenggarakan secara bergantian ditiap provinsi setiap bulan, akan dibutuhkan waktu 34 bulan untuk menuntaskan satu seri pertunjukkan. Wisatawan memiliki keleluasaan waktu untuk memilih tempat menonton. Bila *frame* ini diterapkan pada bentuk wisata olah raga seperti misalnya bersepeda, berapa banyak sepeda dibutuhkan dan berapa banyak bisa masyarakat sewakan. Berapa banyak daya tarik wisata yang bisa diperkenalkan selama acara berlangsung, berapa banyak pihak yang akan terlibat.

Seri kegiatan pariwisata lintas provinsi, sebagai negara tropis, Indonesia memiliki banyak sungai yang tersebar ditiap provinsi yang diminati untuk petualangan arung jeram (*rafting*), namun sayangnya kegiatan ini umumnya diselenggarakan secara parsial tidak terpadu (*integrated*) sehingga banyak wisatawan dan komunitas *rafting* internasional tidak sempat mengikutinya. Dari sisi data, di *International Rafting Federation (IRF)* data sungai meliputi panjang, kecepatan arus, musim terbaik, dan *grade* kelas sungai di Indonesia ternyata tidak ada. Padahal secara empirik *grade* sungai kelas dunia tersedia di Indonesia, bahkan yang mematikan (berbahaya) pun ada, hanya saja tidak terdokumentasikan dengan baik. Menempatkan Bali sebagai *ending* adalah strategi yang paling baik. Seri bisa dirnulai dari Sungai Alas di Aceh, Sungai Bahorok di Sumatera Utara, Sungai Merangin di Jambi, menuju Sumatera Barat, Sumatera Selatan, Jawa Barat, Banten, Jawa Tengah, Jawa Timur, Kalimantan, Sulawesi (Sungai Rongkong dan Sungai Sa'dan), Sungai Memberamo di Papua, dan berakhir di Bali Onisialnya Sungai Ayun). Sudah barang tentu kesiapan dimasing-masing lokasi patut mendapat perhatian seperti misalnya kapan waktu terbaik untuk mengarungi sungai. Memanfaatkan sungai atau kanal dalam kota pun bukan masalah, karena dapat memanfaatkan pompa air milik PU yang berkekuatan besar untuk menciptakan arus, memasang bendung karet secara temporer sebagai jeram, semua bukan hal sulit dilakukan. Manfaatnya secara langsung masyarakat akan menjaga

kebersihan sungai, karena masyarakat harus turun berperan sebagai *river guide* atau *rescuer*, disamping tentu saja dari penyediaan makan minum, akomodasi, dll.

Crash program di lokasi *remote area*, konsentrasi pengembangan akomodasi di perkotaan tidak seimbang dengan jarak tempuh menuju lokasi atraksi wisata, apalagi sebagai negara kepulauan, Indonesia sebagian besar adalah lautan, sehingga ketergantungan pada sarana transportasi baik taut maupun udara sangat besar. Dalam situasi dan kondisi seperti ini pemikiran untuk menyediakan sarana *floating resort* atau *floating hotel* menjadi penting sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang mengincar keindahan laut baik dipermukaan maupun dikedalamannya: Banyak *resort* berbasis laut yang diincar wisatawan, hanya sayangnya ada keterbatasan dalam aksesibilitas dan sarana. Memanfaatkan rumah penduduk di pulau-pulau kecil memang menjadi salah satu solusi, namun tetap kendala aksesibilitas menjadi hambatan. Ide memanfaatkan kapal bekas (misalnya eks PT Pelni) yang sudah tua dari pada dijadikan besi tua (*scrap*), ada baiknya diperbaharui (*refurbish*) menjadi *floating resort* yang ditempatkan (ditambatkan) di *remote area* seperti kawasan timur Indonesia, berfungsi sebagai akomodasi mewah, dilengkapi fasilitas keamanan (pos polisi Airud dan TNI) dan juga fasilitas kesehatan, sehingga sekaligus mampu mengawasi kawasan perairan sekitarnya. Wisatawan dapat melakukan aktifitasnya memanfaatkan fasilitas yang tersedia termasuk mengunjungi pulau-pulau kecil sekitarnya, menyelam, memancing, dll. Kebutuhan bahan makanan dapat disuplai oleh masyarakat sekitar. Aksesibilitas menuju *floating resort* dapat memanfaatkan misalnya pesawat kelas *Beriev 200*, *Beriev* adalah pesawat amfibi sayap tinggi (*high wing*) transportasi serbaguna yang, memiliki kapasitas sampai dengan 72 penumpang. Dengan demikian tidak perlu membuat bandara baru, karena bisa *landing* dan *take off* dipermukaan taut. Di *floating resort* seperti ini, mahasiswa yang ingin mendalami atau uji kompetensi bekerja di kapal pesiar dapat dilakukan sekaligus mengisi tenaga terdidik dan terlatih untuk melayani kebutuhan wisatawan.

Pengembangan rute perjalanan bersejarah, salah satu contoh rute perjalanan bersejarah dalam skala dunia adalah "*Abraham path*" dimana wisatawan diajak untuk menyusuri rute perjalanan Nabi Ibrahim AS dalam menjalankan syiar agama, yang hams melintasi beberapa negara. Di Indonesia, Anyer - Panarukan sepanjang 1000 km merupakan salah satu rute jalan bersejarah dibuat pada zaman penjajahan Belanda (*VOC*) dimasa pemerintahan Gubernur Jenderal *Herman Willem Daendels* yang memaksa rakyat saat itu untuk kerja paksa membangunnya. Jalan menyusuri jalur pantura ini diselesaikan hanya dalam tempo satu tahun (1808), dikenal juga sebagai jalan raya pos karena menghubungkan pulau Jawa dari ujung barat sampai ujung timur sebagai sarana pertahanan dari serangan tentara Inggris- saat itu. Pada 1996, Pieter van Huystee Film & TV Belanda memproduksi film *De Groote Postweg (Jalan Raya Pos)*. Film ini diputar di beberapa gedung bioskop di Belanda, Italia dan Perancis. Pramooedya Ananta Toer mengisi narasi untuk film ini. Tersedia di: [https://id.wikipedia.org/wiki/Jalan_Raya_Pos_\(18/01/16\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Jalan_Raya_Pos_(18/01/16)). Saat itu setiap 4,5 km dibangun pos pemeriksaan, dapat dibayangkan berapa jumlah pos yang dibangun sepanjang Anyer-Panamkan. Jalur ini juga digunakan untuk pci jalanan wisata *Java Overland*. Di pulau-pulau lain rute seperti ini pasti ada, baik via darat maupun via taut, sehingga bcrpeluang untuk dikcmbangkan sebagai atraksi alternatif untuk menambah daya tarik wisata.

Merubah kompetisi menjadi komplementari, pada periode tahun 90 an Toraja dan Mamasa merupakan lokasi utama tujuan wisata di Sulawesi Selatan, yang secara kebetulan bertetangga, dan banyak memiliki kesamaan budaya dan tradisi serta berlokasi di pegunungan. Toraja merupakan Kabupaten Tana Toraja, sementara Mamasa saat itu merupakan kecamatan di Kabupaten Polmas. Betapapun sulitnya akses karena sering longsor, tidak menyulitkan minat wisatawan berkunjung. Wisatawan rela *trekking* dua atau tiga malam baik dari Mamasa maupun sebaliknya dari Toraja sejauh kurang lebih 60 km melintasi perbukitan, ladang, perkampungan.

Menginap di Gereja atau rumah penduduk yang sederhana. Pada masa keemasan ini hampir semua biro perjalanan di Sulawesi Selatan menjual paket Toraja - Mamasa, atau sebaliknya, juga dirangkai dengan paket *trans* Sulawesi. Sehingga lama tinggal wisatawan dipastikan lebih dari satu minggu. Memasuki tahun 2000 mulai senyap dan redup, terlebih saat era otonomi dimulai, Mamasa terpisah menjadi bagian dari provinsi Sulawesi Barat dan sekarang menjadi kabupaten Mamasa, sementara Toraja di Sulawesi Selatan terbagi menjadi Kabupaten Tana toraja dan Kabupaten Toraja Utara. Mamasa dan Toraja merupakan andalan masing- masing provinsi sebagai destinasi pariwisata. Berlatar sejarah seperti di atas, diperlukan intervensi pemerintah pusat agar kedua destinasi ini dapat kembali bersinergi menjadi barometer pariwisata Sulawesi. Dengan pemikiran bahwa Mamasa dan Toraja pernah terhubung sebagai destinasi kembar, secara geografis berada di dataran tinggi (*highland*), dan memiliki kekerabatan sosial dan budaya, selayaknya dijadikan model pengembangan pariwisata alternatif mengangkat tema *highland adventure* atau *highland games* sebagai pelengkap yang dimiliki oleh Bali yang memanfaatkan pantainya untuk *Asian Beach Gaines*. Tema permainan, olahraga, dan aktifitas khas pegunungan seperti *trekking*, *cross counay*, *hiking*, *biking*, *mounlainering*, dll, sangat cocok dalam Kegiatan *highland games* yang tidak mengganggu lingkungan dan tidak merusak budaya dan tradisi setempat, justru sating melengkapi dan memperkaya daya tank yang ada.

Diyakini bahwa dengan mengkreasikan pariwisata alternatif kejayaan pariwisata kembali dapat diraih. Terakhir, salah satu komponen penting dalam mencapai keberhasilan pengembangan pariwisata adalah media informasi. Pelibatan kalangan media sejak tahap awal hingga akhir penyelenggaraan merupakan hal yang mutlak, karena media informasi menjadi jembatan bagi wisatawan dan calon wisatawan untuk lebih memahami produk wisata yang sesuai dengan kebutuhannya. Keterlibatan media informasi baik cetak maupun elektronik tidak sekedar meliput, namun lebih jauh dapat ditempatkan sebagai wisatawan atau peserta kegiatan agar bisa lebih menjiwai dan mendalami pengalamannya, sehingga informasi menjadi fokus dan objektif sesuai selera segmen pasar yang dicover oleh media yang bersangkutan.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Intervensi yang dilakukan oleh pemerintah pusat menjadi penting, karena bertujuan untuk mengurai benang kusut di daerah yang lebih sibuk berpolitik mengurus kepentingan sesaat, sehingga terjadi ketidaksinkronan dengan kebijakan pariwisata secara nasional. Kebiasaan pemerintah dan pengusaha pariwisata di daerah yang mengambil jalan pintas dengan meniru yang terjadi di daerah lain tanpa mempertimbangkan manfaat jangka panjang dan implikasi yang hams ditanggung oleh masyarakat hanya menambah deretan penelantaran basil pembangunan. Pemanfaatan dan pemberdayaan UPT di lingkungan Kementerian Pariwisata untuk mempercepat akselerasi pengembangan dan pembangunan kepariwisataan merupakan nilai tambah bagi negara dan masyarakat, karena sebenarnya kita memiliki sumber daya manusia yang handal dibidang pariwisata, hanya tinggal dioptimalkan peran sertanya. Kekayaan budaya dan alam yang dimiliki Indonesia begitu melimpah perlu dikelola dengan bijak agar bermanfaat bagi kepentingan bangsa Indonesia, dan dapat diwariskan kepada generasi yang akan datang.

Saran

Memasuki era masyarakat ekonomi *ASEAN (MEA)* 2016, Indonesia hams mengembangkan pariwisata alternatif secara kreatif karena secara geografis diuntungkan dengan luas wilayah dan keaneka ragaman kekayaan alam dan budaya. Budaya gotong royong bukan hanya hidup di tingkat

masyarakat Indonesia, akan tetapi harus menjadi pedoman dikalangan penentu kebijakan, sehingga istilah kurang koordinasi atau ego sektoral dapat dihapuskan, yang pada akhirnya masyarakat dapat dengan mudah memahami dan mengikutinya. Pengembangan pariwisata alternatif patut menjadi prioritas, karena terbukti menjadi pilihan di banyak negara dan dipandang lebih bertanggung jawab (*responsible*), dan berkelanjutan (*sustainable*) dibandingkan dengan pariwisata massal (*mass tourism*).

Ucapan Terimakasih Ucapan terima kasih diucapkan penulis kepada tim promotor, Dr. Reiza Dienaputra, M.Hum, N.R. Purnomowulan, MA. 'Ph.D, Dr. M. Liga Suryadana, M.Si, yang telah membantu dalam penyusunan jurnal ini guna melengkapi disertasi yang sedang disusun.

DAFTAR REFERENSI

- Buku dan Jurnal Weaver, David. B., 1991, "Alternative To Mass Tourism In Dominica". Annual of Tourism Research, Vol. 18. pp. 414-432, 1991
- UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition
- World Economic Forum "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015"
- Dokumen Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 - 2025 Peraturan Presiden No.64 tahun 2014 tentang Koordinasi Strategis Lintas Sektor Penyelenggaraan Pariwisata Internet
- Afandi.A., 2015. "Identifikasi Pengembangan Pariwisata Kota Blitar", Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call for Papers Unisbank (Sendi_U) www.unisbank.ac.id/ (17/01/16).
- Budiwiyanto, Indonesia tercatat 707 Bahasa yang dituturkan sekitar 221 juta jiwa badanbahasa.kemendikbud.go.id/ (16/01/16).
- Heriawan, Rusman, BPS Indonesia Miliki 1.128 Suku Bangsa www.jpnn.com/berita.detail-57455 (16/01/16).
- Kardono, Priyadi, "In formasi Geospasial untuk Pembangunan Kemaritiman", www.bakosurtanal.go.id (16/01/16).
- Taleb Rivai dalam press release (PR No.: 15006, 27 Jan 15).
- Vagionis, N., "Alternative Tourism in Bulgaria: diversification and sustainability". www.oecd.org/cfe/tourism/40239624.pdf (18/01/16).
- Wikipedia, "Jalan Raya Pos": https://id.wikipedia.org/wiki/Jalan_Raya_Pos (18/01/16).