



UNIVERSITAS INDONESIA

**ANALISA STRATEGI PROGRAM VISIT LOMBOK –
SUMBAWA 2012 (STUDI KASUS PADA DINAS
KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA PROVINSI NTB)**

TESIS

**MUHAMMAD BADAR
NPM : 1006791700**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM MAGISTER PERENCANAAN DAN KEBIJAKAN PUBLIK
KEKHUSUSAN EKONOMI PERENCANAAN KOTA DAN DAERAH
SALEMBA
DESEMBER, 2011**



UNIVERSITAS INDONESIA

**ANALISA STRATEGI PROGRAM VISIT LOMBOK –
SUMBAWA 2012 (STUDI KASUS PADA DINAS
KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA PROVINSI NTB)**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Magister Ekonomi**

**MUHAMMAD BADAR
NPM : 1006791700**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM MAGISTER PERENCANAAN DAN KEBIJAKAN PUBLIK
KEKHUSUSAN EKONOMI PERENCANAAN KOTA DAN DAERAH
SALEMBA
DESEMBER, 2011**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini dengan sebenarnya menyatakan bahwa tesis ini saya susun tanpa tindakan plagiarisme sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Indonesia.

Jika di kemudian hari saya melakukan tindakan plagiarisme, saya akan bertanggung jawab sepenuhnya dan menerima sanksi yang dijatuhkan oleh Universitas Indonesia kepada saya.

Salemba, 20 Desember 2011



Muhammad Badar

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Muhammad Badar

NPM : 1006791700

Tanda Tangan :



Tanggal : 13 Desember 2011

HALAMAN PENGESAHAN

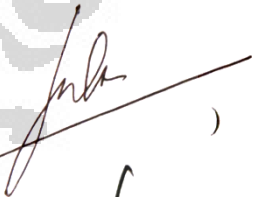
Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Muhammad Badar
NPM : 1006791700
Program Studi : Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik FE-UI
Judul Tesis : Analisa Strategi Program Visit Lombok – Sumbawa
2012 (Studi Kasus pada Dinas Kebudayaan dan
Pariwisata Provinsi NTB)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi pada Program Studi Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : DR Andi Fahmi Lubis,S.E,M.E ()

Ketua Penguji : Prof. Sulastrri Surono,Ph.D ()

Anggota Penguji : Untung Afandi,S.E,M.M ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 13 Desember 2011

Universitas Indonesia

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya, saya masih diberi kesehatan dan akal yang sempurna. Shalawat juga saya lantunkan pada junjunganku Muhammad SAW sebagai penguat imanku dikala kesulitan sehingga dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini. Tugas penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Ekonomi di Magister Perencanaan Kebijakan Publik Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia (MPKP FE-UI). Saya menyadari tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Arindra A Zainal,PH.D selaku Ketua Program Pendidikan Magister Perencanaan Kebijakan Publik FE-UI
2. Bapak Dr. Andi Fahmi Lubis selaku dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu dan pikiran untuk membantu saya dalam penyusunan tesis ini, respeku selalu terhadap kebaikanmu;
3. Ibu Prof. Sulastri Surono selaku Ketua Tim Penguji yang dengan bijak menguji saya;
4. Bapak Untung Afandi,S.E,M.M yang dengan ikhlas mendorong dan memberi masukan selama pengujian;
5. Semua Pegawai Akademik MPKP-FE-UI baik staff maupun pimpinannya yang telah banyak membantu proses perkuliahan saya;
6. Pihak Pusbindiklatren Bappenas yang telah banyak membantu dalam memberikan beasiswa yang saya perlukan;
7. Mertua dan keluarga besarku yang telah memberikan bantuan dukungan baik moril maupun material;

8. Teruntuk istriku tercinta Titi Ratna dan kedua buah hatiku Lulu - Aje terbanglah tinggi menggapai bintang impianmu;
9. Sahabatku semua di kelas MPKP XXIII Bappenas yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan thesis ini, I love u all guys.
10. Semua pejabat dan staf pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB terkhusus Pak Gushie, Mbak Wiwik, Pak Suhardi dan Puang Halid yang telah membantu dengan tulus dan ikhlas dalam pembuatan tesis ini.

Kritik dan saran sangat saya harapkan dari pembaca sekalian, akhir kata saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu terutama ilmu ekonomi.

Salemba, 13 Desember 2011



Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Badar
NPM : 1006791700
Program Studi : Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik
Departemen : Ilmu Ekonomi
Fakultas : Ekonomi
Jenis karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty- Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“ Analisa Strategi Program Visit Lombok - Sumbawa 2012
(Studi kasus pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi NTB) ”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 13 Desember 2011

Yang menyatakan



(Muhammad Badar)

Universitas Indonesia

ABSTRAK

Nama : Muhammad Badar
Program Studi : Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik
Judul : “ Analisa Strategi Program Visit Lombok - Sumbawa 2012
(Studi Kasus pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
Provinsi NTB) ”

Tesis ini membahas tentang strategi program dan kebijakan yang telah dilakukan dalam sektor pariwisata oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata di Provinsi NTB selama kurun waktu 2008 s/d 2010 dengan target program berupa pencapaian satu juta wisatawan pada tahun 2012. Penelitian ini adalah penelitian analisa program yang dilakukan baik secara kualitatif maupun kuantitatif dengan menggunakan analisa **SWOT** (*Strenght, weakness, opportunity dan threatness*). Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa: 1. Kurang kuatnya landasan hukum membuat program Visit Lombok Sumbawa ini lemah dalam bidang koordinasi dan anggaran. Masih lemahnya koordinasi antar sektor pemerintahan dan swasta membuat sinergi program kegiatan belum optimal. 2. Indikator kegiatan masih sangat kurang. 3. Perlu adanya peningkatan kapasitas sumber daya manusia pariwisata baik untuk pelaku usaha maupun birokrat pelaksana kegiatan level Provinsi dan Kabupaten/Kota. 4. Antisipasi isu keamanan dan krisis ekonomi agar industri pariwisata dapat terus bertumbuh. 5. Penelitian dan pengembangan sektor pariwisata melibatkan stakeholder terkait maupun pihak akademisi untuk pengembangan sektor pariwisata selanjutnya. Saran untuk penyempurnaan program evaluasi ini dari sisi hukum maupun *aspek legal formal* adanya pembuatan RIPPARDA maupun PERDA/Pergub yang mengatur atau sebagai acuan dalam pelaksanaan program kegiatan pariwisata, kerjasama dan koordinasi baik lintas sektor maupun antar sektor swasta dan pemerintahan, Perbaikan terhadap target maupun indikator pelaksanaan program melibatkan berbagai *stake holder* seperti pelaku usaha pariwisata dan akademisi sehingga target program dapat lebih terarah dan terukur kinerjanya, Peningkatan kualitas dan kompetensi birokrat dan pelaku industri pariwisata.

Kata kunci:

evaluasi pariwisata, analisa program pariwisata, strategi program kepariwisataan,

ABSTRACT

Nama : Muhammad Badar
Program Studi : Master Planning and Public Policy
Judul : "Analysis of Strategies of Visit Lombok-Sumbawa 2012 Program (Case Study at the Department Culture and Tourism of the NTB province)"

This thesis discusses the policy and program strategies that have been done in the tourism sector by the Department of Culture and Tourism in the NTB province during the period of 2008 s / d in 2010 with a program target of achieving one million tourists in 2012. This study is an analysis of research programs conducted both qualitatively and quantitatively using a SWOT analysis (Strength, weakness, opportunity and threatness). Results of the study concluded that: 1.The lack of strong legal foundation make the Visit Lombok-Sumbawa Program is weak in the areas of coordination and budgeting. The weak coordination between the government and the private sector on creating a synergy program activity is not optimal. 2. The lack of indicator activity. 3. Need must increase capacity of human resources for both tourism businesses and bureaucrats in province level activities and district/city. 4. Need must increase anticipation of the security issues and the economic crisis,so the tourism industry can continue to grow. 5. Research and development of the tourism sector involving tourism actors and academia to further the development of the tourism sector. Suggestions for improvement of this evaluation program of the rule and the formal legal aspects of the manufacture and PERDA\RIPPARDA\Pergub a set or as a reference in the implementation of tourism activities, cooperation and coordination both across sectors and between private and government sectors, improvement against targets and performance indicators program involving various stake holders such as tourism entrepreneurs and academics so that the target program can be more targeted and measurable performance, increase quality and competence of bureaucrats and tourism industry.

Key words:

evaluation of tourism, tourism program analysis, program strategies of tourism

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
1. PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang	1
1. 2 Rumusan Pertanyaan Penelitian	7
1. 3 Ruang lingkup/Batasan Penelitian.....	7
1. 4 Tujuan Penelitian.....	8
1. 5 Manfaat Penelitian.....	8
1. 6 Pendekatan dan Hipotesa.....	9
1. 7 Sistematika Penulisan.....	9
2. TINJAUAN LITERATUR.....	10
2. 1 Pariwisata	10
2. 2 Pengertian Industri Pariwisata.....	13
2. 3 Permintaan dan Penawaran dalam Industri Pariwisata.....	14
2.3. 1 Unsur Penawaran Dalam Industri Pariwisata	16
2.3. 2 Pertumbuhan Ekonomi dari Sektor pariwisata	18
2. 4 Perencanaan	23
2.4. 1 Pengertian	23
2.4. 2 Model Perencanaan.....	24
2.4. 3 Penyusunan dan Pengembangan Rencana Program	25
2.4. 4 Pelaksanaan Program.....	26

2.4.5 Evaluasi Program.....	26
2.5 Perencanaan Pariwisata	26
2.6 Koordinasi	28
2.6.1 Koordinasi sektor pariwisata	29
2.7 Strategi	31
2.7.1 Pengertian Strategi.....	31
2.7.2 Perencanaan Strategik.....	31
2.7.3 Perencanaan Strategik dalam Pembangunan	32
2.8 Analisa SWOT	33
2.9 Hasil Penelitian Terdahulu	38
2.10 Kerangka Konsep Penelitian	40
3. METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Sumber Data	41
3.3 Teknik Pengumpulan Data	42
3.3.1 Wawancara	42
3.3.2 Dokumentasi.....	42
3.3.3 Survey	43
3.4 Teknik Sampling	43
3.5 Instrumen Penelitian.....	44
3.6 Teknik Analisis Data	45
3.6.1 Analisa Kualitatif.....	45
3.6.1.1 Analisis Deskriptif.....	45
3.6.2 Analisa Kuantitatif.....	45
3.6.2.1 Analisis SWOT.....	45
3.7 Hipotesa Penelitian.....	49
4. ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum	50
4.1.1 Kedudukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi NTB.....	50
4.1.2 Tugas Pokok dan Fungsi.....	50
4.2 Struktur Organisasi.....	51
4.3 Rencana Strategis	52

4.4 VISI dan MISI	53
4.5 Analisa SWOT	55
4.5.1 Perumusan faktor Internal dan faktor Eksternal	55
4.5.2 Penyusunan Kuesioner SWOT	60
4.6 Hasil Perhitungan Analisis SWOT	61
4.7 Evaluasi Strategi Jangka Pendek	61
4.7.1 Analisis IFAS – EFAS jangka pendek.....	65
4.7.2 Perumusan Strategi Jangka Pendek	72
4.8 Strategi SWOT Jangka Panjang	77
4.8.1 Identifikasi Lingkungan Internal	78
4.8.2 Identifikasi Lingkungan Eksternal.....	79
4.8.3 Penilaian bobot IFAS/EFAS jangka panjang	80
4.8.4 Perumusan Strategi Jangka Panjang	88
4.9 Perbedaan Faktor Internal dan Eksternal Jangka Pendek dibandingkan Jangka Panjang	93
4.10 Pelaksanaan Program Visit Lombok Sumbawa 2012.....	95
4.10.1 Analisa Sumber daya manusia.....	98
4.10.2 Analisa Sumberdaya Anggaran program.....	100
4.11 Indikator Program Visit Lombok Sumbawa.....	102
5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	111
5.1 Kesimpulan	111
5.2 Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	114

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	PDRB Provinsi NTB Atas Dasar Harga (ADH) Konstan 2000 Menurut Lapangan Usaha 2006-2008 Termasuk Subsektor Pertambangan Non Migas (dalam Jutaan Rupiah).....	2
Tabel 1. 2	Jumlah Tamu DN dan LN yang Menginap di NTB.....	6
Tabel 3. 1	Indikator Faktor Internal dan Eksternal Analisa SWOT.....	47
Tabel 3. 2	Matriks Interaksi IFAS dan EFAS.....	49
Tabel 4. 1	Perumusan Identifikasi Faktor Internal I.....	56
Tabel 4. 2	Perumusan Identifikasi Faktor Internal II.....	57
Tabel 4. 3	Perumusan Identifikasi Faktor Eksternal I.....	58
Tabel 4. 4	Perumusan Identifikasi Faktor Eksternal II.....	59
Tabel 4. 5	Perumusan Identifikasi Faktor Eksternal III.....	60
Tabel 4. 6	Penilaian bobot IFAS Strenght saat sekarang.....	65
Tabel 4. 7	Penilaian bobot IFAS saat sekarang.....	66
Tabel 4. 8	Penilaian bobot EFAS saat sekarang.....	70
Tabel 4. 9	Penilaian bobot EFAS saat sekarang.....	71
Tabel 4. 13	Penilaian bobot IFAS Strenght jangka panjang.....	81
Tabel 4. 14	Penilaian bobot IFAS Weakness jangka panjang.....	83
Tabel 4. 15	Penilaian Bobot EFAS jangka panjang.....	85
Tabel 4. 16	Penilaian Bobot EFAS jangka panjang.....	87
Tabel 4. 19	Ketenagaan pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Prov.NTB.....	99
Tabel 4. 20	Realisasi keuangan dibandingkan target 2008 s/d 2010 (1).....	100
Tabel 4. 21	Realisasi keuangan dibandingkan target 2008 s/d 2010 (2).....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Distribusi Persentase PDRB ADH Berlaku Menurut Lapangan Usaha Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2009	3
Gambar 1. 2	% Pertumbuhan Rata-Rata Lama Menginap (RLM) Hotel Bintang 2008 s/d 2010 (Hari).....	6
Gambar 2. 1	Sistem Kepariwisata	15
Gambar 2. 2	Nilai tambah Pariwisata terhadap PDB	20
Gambar 2. 3	Elemen Perencanaan Strategis.....	32
Gambar 2. 4	Lingkungan di Luar Institusi yang Mempengaruhi Strategi dan Kebijakan	35
Gambar 2. 5	Faktor lingkungan dan mekanisme terbentuknya Strategi Institusi berdasarkan Analisa SWOT	35
Gambar 4. 1	Data statistik perbandingan anggaran pariwisata	67
Gambar 4. 2	Data statistik perbandingan anggaran pariwisata dengan APBD total pada 9 provinsi Kab/Kota 2008 s/d 2010	68
Gambar 4. 3	Data statistik indikator program jumlah Pokdarwis	104
Gambar 4. 4	Data statistik jumlah kunjungan wisatawan di Prov. NTB.....	105
Gambar 4. 5	Data statistik peningkatan jumlah kunjungan wisatawan.....	106
Gambar 4. 6	Data statistik rata-rata lama menginap wisatawan di NTB	107
Gambar 4. 7	Data statistik prosentase tingkat hunian hotel di NTB	108
Gambar 4. 8	Data statistik jumlah pengeluaran wisatawan perhari	109
Gambar 4. 8	Data pengeluaran perwisatawan yang menginap di NTB	110

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	Kuesioner Analisa SWOT	118
LAMPIRAN 2	Panduan Wawancara Mendalam	122
LAMPIRAN 3	Rata – Rata Lama Menginap (Rlm) Wisatawan Di Provinsi NTB.....	124
LAMPIRAN 4	Tabel I Indikator Kinerja Program Visit Lombok- Sumbawa 2012	125
LAMPIRAN 5	Tabel II Indikator Kinerja Program Visit Lombok- Sumbawa 2012	126
LAMPIRAN 6	Penilaian Internal Responden Terhadap Kuesioner SWOT Jangka Pendek VLS 2012	127
LAMPIRAN 7	Penilaian Internal Responden Terhadap Kuesioner SWOT Jangka Panjang VLS 2012	131
LAMPIRAN 8	Matriks SWOT Penilaian Responden Jangka Pendek.....	135
LAMPIRAN 9	Matriks SWOT Penilaian Responden Jangka Panjang.....	137
LAMPIRAN 10	Tabel Anggaran Dan Realisasi Program Disbudpar NTB....	139
LAMPIRAN 11	Struktur Hierarki Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi NTB.....	141
LAMPIRAN 12	Anggaran Pariwisata Dibandingkan APBD Provinsi Di Indonesia.....	142
LAMPIRAN 13	Anggaran Pariwisata Kab/Kota Di 9 Provinsi Daerah Pariwisata Di Indonesia	145

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi sebuah wilayah membutuhkan dukungan dari berbagai sektor, sebagai negara yang sedang berkembang maka Pemerintah Pusat berupaya mendorong masing-masing provinsi, untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang terus dikembangkan karena merupakan penghasil devisa negara yang diproyeksikan sebagai sektor basis selain sektor migas dan pertanian. Pemberlakuan UU Nomor 22 Tahun 1999 yang direvisi menjadi UU Nomor 32/2004 tentang Pemerintahan Daerah dan UU Nomor 25 Tahun 1999 dan di revisi menjadi UU Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah menyebabkan pergeseran pola manajemen pemerintahan dari sentralistik eksploitatif ke desentralistik partisipatif. Dalam hal ini pemerintah daerah dituntut untuk tanggap mengelola wilayahnya agar mampu mencapai pertumbuhan ekonomi dan pemerataan pendapatan. Sektor pariwisata di Indonesia memberikan dampak yang cukup besar bagi pertumbuhan ekonomi ditengah perekonomian dunia yang dilanda oleh resesi dan krisis berkelanjutan. Dari data Nesparnas Kemenbudpar,(2009) disebutkan bahwa sektor pariwisata pada tahun 2009 memberi dampak pertumbuhan ekonomi Indonesia berupa produksi barang dan jasa sebesar 505,02 trilyun, terhadap PDB sebesar 233,89 trilyun, tenaga kerja sebesar 6,98 juta orang atau sharenya 6,68 % dan dampak terhadap pajak tidak langsung sebesar 8,36 trilyun.

Sejalan dengan program Pemerintah Pusat dengan Master Plan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia 2011 – 2025, dimana NTB, NTT dan Bali termasuk dalam Koridor 5 yang terdiri dari 3 koneksi yaitu : Denpasar, Mataram dan Kupang, dimana Koridor Ekonomi Bali-Nusa Tenggara merupakan Pintu Gerbang Pariwisata dan Pendukung Pangan Nasional. Koridor diestimasikan dapat meningkatkan PDRB sebesar 4.3 X dari \$18 milyar di 2011

ke \$76 milyar di 2030 dengan estimasi laju pertumbuhan koridor sebesar 7.6% dibandingkan estimasi baseline 5.6% (Kementerian Koordinator Perekonomian – Bappenas,2011)

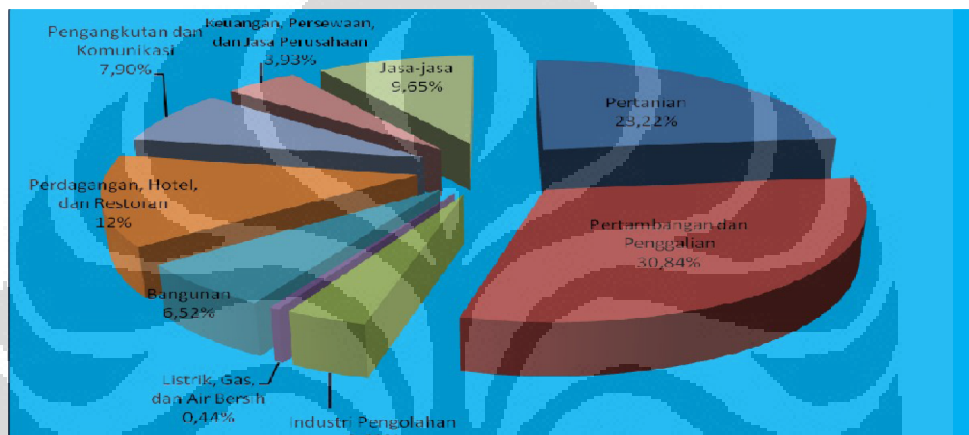
Pariwisata merupakan sebuah industri yang mempunyai multiplier efek melibatkan berbagai macam bidang dan kepentingan seperti perusahaan Travel Agent, Hotel, Restaurant, Toko Souvenir (*Arts Shop*), *Tour Guide* yang profesional, Transportasi Udara , laut dan darat. Selain sektor – sektor lain yang lebih dulu dikembangkan di Provinsi NTB seperti sektor Pertanian dan Pertambangan maka sektor Pariwisata adalah salah satu sektor unggulan yang berdampak besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan pendapatan perkapita. Walaupun pariwisata sudah cukup berkembang di NTB akan tetapi masih banyak masalah yang terjadi antara lain seringkali terjadi perang antar kampung di Lombok dan masih apriorinya masyarakat terhadap dampak pariwisata maupun kurangnya infrastruktur pariwisata adalah beberapa hal yang perlu dibenahi.

Tabel 1. 1 PDRB Provinsi NTB Atas Dasar Harga (ADH) Konstan 2000 Menurut Lapangan Usaha 2006-2008 Termasuk Subsektor Pertambangan Non Migas (dalam Jutaan Rupiah)

No	Lapangan Usaha	2006	Share (%)	2007	Share (%)	2008*	Share (%)
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Pertanian	3,989,941.73	25.57	4,105,587.02	25.08	4,352,345.58	25.91
2	Pertambangan dan Penggalian	4,079,896.87	26.15	4,192,472.16	25.61	3,814,922.11	22.71
3	Industri Pengolahan	700,028.87	4.49	769,734.66	4.70	836,930.30	4.98
4	Listrik. Gas dan Air Bersih	50,204.05	0.32	55,696.84	0.34	60,799.47	0.36
5	Bangunan	1,067,254.08	6.84	1,148,264.34	7.01	1,248,862.44	7.43
6	Perdagangan. Hotel dan Restoran	2,209,496.10	14.16	2,386,011.12	14.58	2,504,697.56	14.91
7	Pengangkutan dan Komunikasi	1,190,983.74	7.63	1,276,177.09	7.80	1,319,561.21	7.85
8	Keuangan. Persewaan dan Jasa Perusahaan	745,435.73	4.78	812,571.40	4.96	892,563.06	5.31
9	Jasa - jasa	1,570,533.71	10.07	1,622,705.82	9.91	1,769,148.09	10.53
	P D R B	15,603,774.8		16,369,220.4		16,799,829.8	

(Sumber data diolah dari BPS Provinsi NTB,2010) Catatan: *)Angka sementara

PDRB Provinsi NTB pertahunnya menurut perhitungan harga konstan tidak begitu menunjukkan perubahan yang signifikan dari *share* kontribusi, dimana sektor pertanian dan pertambangan masih menduduki posisi teratas tiga besar sedangkan sektor perdagangan, hotel dan restoran tetap tidak beranjak posisinya pada nomor tiga dengan *share* tidak berubah stagnan pada kisaran 14%. Hal ini menunjukkan bahwa sektor perdagangan, hotel dan restoran belum berkontribusi besar meningkatkan PDRB dan masih terbuka peluang untuk dikembangkan.



Gambar 1. 1 Distribusi Persentase PDRB ADH Berlaku Menurut Lapangan Usaha Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2009
(Sumber data diolah dari BPS Provinsi NTB,2010)

Empat sektor utama penopang perekonomian NTB adalah sektor pertanian, sektor perdagangan, hotel dan restoran, sektor pertambangan dan penggalian, serta sektor jasa-jasa. Sementara sektor lainnya hanya memberikan kontribusi kurang dari 20 persen. Secara rinci nilai tambah dan kontribusi masing-masing sektor dapat dilihat pada Gambar 1.1. Dominasi nilai tambah pertambangan non migas (konsentrat) dalam perekonomian Provinsi NTB dicerminkan dari besarnya kontribusi sektor pertambangan dan penggalian dalam PDRB Provinsi NTB. Karena nilai tambah yang dihasilkan oleh sub sektor pertambangan non migas (konsentrat) tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi perekonomian Provinsi NTB secara riil. Laju peningkatan PDRB NTB persektor secara umum mengalami kenaikan secara tahunan dan kumulatif. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Akan tetapi kenaikan Pertumbuhan ekonomi NTB ini bila dilihat dari grafik PDRB 2009 menunjukkan *share*

kontribusi pertambangan yang cukup tinggi khususnya tambang PT Newmont Nusa Tenggara yang secara keseluruhan sebesar 30,84 %, sedangkan berturut – turut Pertanian sebesar 23,22 % dan sektor perdagangan, hotel dan restoran sebesar 12 %. Walaupun share kontribusi yang diberikan sektor pariwisata dan perdagangan masih belum begitu besar, akan tetapi hal ini menjadi penopang sektor riil karena sektor tambang mempunyai masa keemasan sedangkan sektor pariwisata akan terus berkembang dan menjadi sektor yang paling banyak menyerap tenaga kerja maupun efek multiplier pada sektor riil. Karena sektor pertanian mempunyai fluktuasi yang cukup tinggi dalam hal panen dan semakin berkurangnya lahan pertanian maka sektor pariwisata adalah pilihan yang sangat masuk akal dalam mendongkrak kemajuan daerah karena memberi efek ganda (multiplier efek) bagi perkembangan ekonomi daerah dengan terbukanya kesempatan kerja, tumbuhnya sentra industri kerajinan, serta devisa (pendapatan asli daerah/PAD). Terbukti industri kerajinan berkembang pesat, seperti kerajinan kotak antik dan kerajinan emas mutiara di kota Mataram. Demikian juga industri kerajinan lainnya seperti di Desa Pringgasele di Lombok Timur dan Desa Sukarara di Lombok Tengah yang kini dikenal sebagai produsen tenun songket. Di beberapa desa lainnya juga berkembang industri kerajinan yang mampu menembus ekspor ke Eropa hingga Timur Tengah seperti Desa Banyumulek, di Lombok Barat dengan kerajinan gerabah. Desa Sesela, Desa Labuapi, dan Desa Penujak Lombok Tengah kini jadi sentra industri kerajinan ukir kayu, patung, dan gerabah. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zhang,(2010) pada studinya menemukan bahwa partisipasi dan preferensi masyarakat secara spontan dipengaruhi oleh manfaat ekonomi yang dirasakan dan sikap terhadap aktivitas pariwisata, dan preferensi tentang partisipasi diinduksi oleh kelestarian lingkungan. Pada warga yang memiliki pengetahuan tentang pariwisata, preferensi mereka tentang partisipasi spontan dipengaruhi oleh sikap terhadap pekerjaan pariwisata, kelestarian lingkungan, dan evaluasi keterlibatan masyarakat saat ini dalam perencanaan pariwisata. Pada warga yang lebih tinggi tingkat keterlibatannya pada sektor pariwisata memiliki pendapatan rumah tangga lebih baik dari penduduk yang tidak terlibat dengan pariwisata. Hal

ini menunjukkan dampak multiplier yang besar terhadap masyarakat dari industri pariwisata.

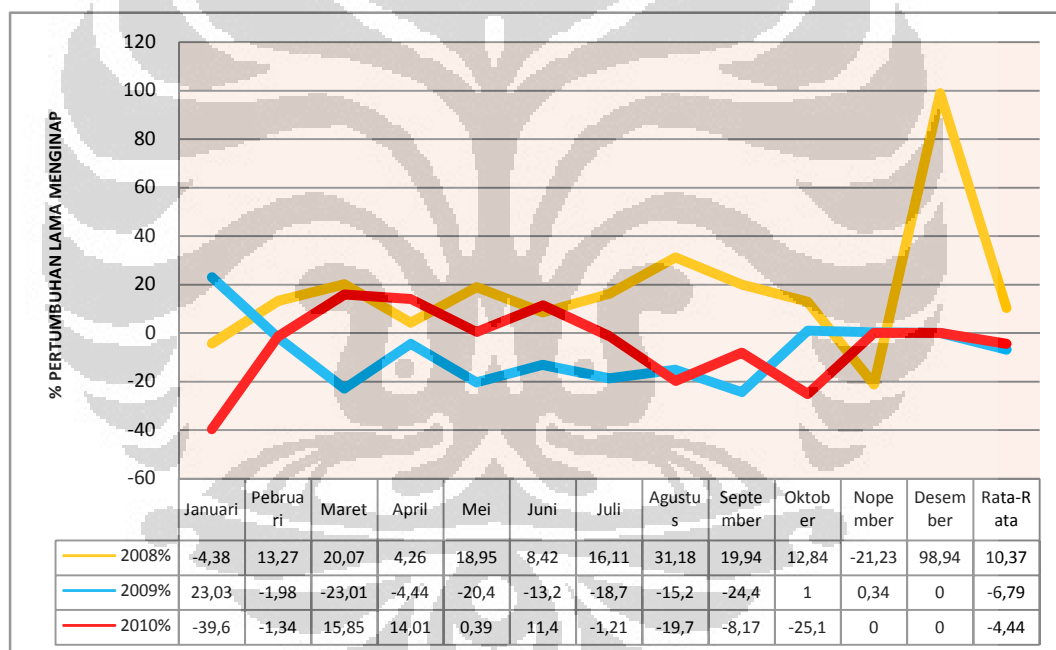
Terkait dengan Konferensi Tingkat Tinggi ke- 18, ASEAN menyepakati penerapan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) tepat waktu pada tahun 2015 dimana setiap negara diharapkan mengimplementasikan cetak biru MEA sesuai dengan tahapan yang direkomendasikan. Untuk menunjang konektivitas telah dibentuk *Asean Coordinating Committee dan Asean Connectivity National Coordinators* yang bertugas mengimplementasikan rencana induk Asean yang salah satunya adalah merekomendasikan maskapai penerbangan memperbanyak frekuensi dan rute penerbangan regional, agar konektivitas *people to people* kian lancar. (Kompas, 9 Mei 2011). Dari gambaran tersebut menunjukkan kesempatan terutama daerah Wisata seperti Provinsi NTB, untuk mulai melakukan langkah-langkah antisipasi dan aksi dari hasil konferensi tersebut agar bermanfaat bagi daerah.

Pemerintah Propinsi NTB telah menempatkan pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan utama penggerak perekonomian masyarakat melalui program Visit Lombok Sumbawa 2012 dengan target kunjungan 1 juta wisatawan. Dengan asumsi pertumbuhan rata-rata 10-15% per tahun, maka target kunjungan 1 juta wisatawan yang datang ke NTB ditargetkan akan tercapai pada tahun 2012. Provinsi NTB memiliki 15 kawasan pengembangan pariwisata 9 wilayah di Pulau Lombok dan 6 wilayah di Pulau Sumbawa, dimana yang menjadi ikon utama pada 3 Gili yaitu Gili Air, Gili Meno dan Gili Terawangan. Sementara untuk wisatawan dalam negeri, Lombok dan Sumbawa akan diarahkan sebagai destinasi wisata MICE (*Meeting, Incentive, Convention and Exhibition*).

Tabel 1. 2 Jumlah Tamu DN dan LN yang Menginap di NTB

Tahun	Kelas Hotel					Total	% Growth
	Bintang 1	Bintang 2	Bintang 3	Bintang 4	Bintang 5		
1	2	3	4	5	6	7	8
2005	18,330	14,908	31,218	80,251	19,650	164,357	na
2006	16,837	11,337	25,234	82,205	15,148	150,761	-9.0
2007	17,715	12,766	24,454	94,513	16,495	165,953	9.2
2008	19,302	16,538	29,550	101,826	19,410	186,626	11.1
2009	29,134	15,594	32,797	114,297	20,542	212,364	12.1

(Sumber data diolah dari BPS Provinsi NTB,2010)



Gambar 1. 2 % Pertumbuhan Rata-Rata Lama Menginap (RLM) Hotel Bintang 2008 s/d 2010 (Hari)

(Sumber data diolah dari BPS Provinsi NTB,2010)

Dari data Rata-rata Lama Menginap (RLM) tamu hotel bintang di NTB, pada tahun 2009 terjadi penurunan dibanding tahun sebelumnya sebesar **-6,79 %**, dan semakin menurun pada tahun 2010 sebesar **-4,44** hal ini menunjukkan ada sesuatu hal yang menyebabkan wisatawan kurang suka berlama-lama tinggal di

NTB. Dari data diatas dapat dilihat bahwa pertumbuhan kedatangan Wisatawan di Provinsi Nusa Tenggara Barat cukup stabil dimana dari kedatangan wisatawan perhari di Provinsi NTB memberikan kontribusi yang signifikan dalam industri pariwisata di Provinsi NTB. Akan tetapi kalau dilihat dari rata-rata lama menginap (RLM) terjadi penurunan yang cukup signifikan hal ini menunjukkan bahwa destinasi pariwisata di NTB belum mampu menarik minat wisatawan lebih lama betah tinggal berwisata.

Dari paparan permasalahan diatas penulis ingin mengevaluasi dan menganalisa apakah strategi program pengembangan sektor pariwisata Provinsi NTB sudah sesuai dan menjadi solusi dari permasalahan yang ada. Apakah program dan strategi yang dibuat dapat mendukung peningkatan *share* pada PDRB dilihat dari strategi yang dilakukan. Faktor – faktor apa saja yang dapat mempercepat akselerasi pengembangan kawasan pariwisata di Provinsi NTB.

1.2 Rumusan Pertanyaan Penelitian

Dengan melihat kondisi yang ada dan untuk meningkatkan pertumbuhan Sektor Pariwisata di Provinsi Nusa Tenggara Barat maka:

1. Faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada program Visit Lombok – Sumbawa 2012
2. Strategi dan Program apa yang paling tepat dalam meningkatkan pertumbuhan dan kontribusi Sektor pariwisata di Provinsi NTB
3. Kendala apa saja yang menjadi penghambat pembangunan sektor pariwisata di NTB.

1.3 Ruang lingkup/Batasan Penelitian

Untuk lebih fokus membahas masalah yang diteliti maka penelitian ini dibatasi pada:

1. Hanya membahas faktor internal dan eksternal yang merupakan elemen SWOT yang paling dominan dalam strategi.
2. Mengingat dalam metodologi penelitian ini hanya memakai SWOT dalam penilaiannya maka didalam pembobotan faktor internal dan eksternal data

yang dihasilkan sangat tergantung kepada penilaian responden, akibatnya belum tentu semua responden memberikan penilaian yang sangat objektif terhadap permasalahan yang ada, sehingga subjektifitas penilaian sulit dikontrol.

3. Visi dan Misi yang tertera pada pembahasan merupakan hasil Renstra yang telah dibakukan sebelumnya oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi NTB.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian thesis ini ini bertujuan :

1. Mengidentifikasi dan mengklasifikasikan faktor-faktor Internal yang menjadi kekuatan/ancaman, maupun faktor-faktor Eksternal yang menjadi peluang/ancaman Program Visit Lombok Sumbawa untuk jangka pendek dan jangka panjang.
2. Mencari kombinasi strategi terbaik jangka pendek dan jangka panjang Program Visit Lombok – Sumbawa 2012 di Provinsi NTB

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini berguna untuk :

1. Memberikan masukan pengambil kebijakan dan pihak-pihak yang terkait berupa pemikiran dan temuan empirik mengenai program dan Strategi yang dibuat.
2. Mengoptimalkan Program Pengembangan Pariwisata dalam rangka visit Lombok Sumbawa 2012 berupa peningkatan lama menginap, percepatan pertumbuhan sektor dan pencapaian target kunjungan satu juta wisatawan 2012 di NTB.
3. Meningkatkan Share PDRB dan peningkatan penyerapan Tenaga Kerja Sektor pariwisata di Provinsi NTB.

1.6 Pendekatan dan Hipotesa

Pendekatan yang dilakukan menggunakan Analisa Deskriptif Kualitatif dan Analisa Kuantitatif dengan analisa SWOT. Sedangkan data yang digunakan berasal dari data primer berupa kuesioner yang diambil berdasarkan sampel yang sudah ditetapkan, data Sekunder berupa data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Pusat, Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi NTB, Dinas Pariwisata dan kebudayaan Provinsi NTB, Bappeda dan Pemerintah Provinsi NTB.

1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab, yang terdiri dari :

- Bab 1 merupakan bab pendahuluan yang membahas mengenai latar belakang penulisan, perumusan pertanyaan penelitian, ruang lingkup/batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, pendekatan dan hipotesa serta sistematika penulisan;
- Bab 2 merupakan bab tinjauan pustaka yang membahas mengenai landasan teori dan pustaka yang berhubungan dengan penelitian ini;
- Bab 3 merupakan bab metodologi penelitian membahas tentang model dan metode yang dilakukan terdiri dari deskripsi model, operasionalisasi variabel, analisa pendekatan yang dilakukan dan sumber data;
- Bab 4 merupakan bab analisa hasil estimasi yang berupa analisis deskriptif dan analisis kuantitatif SWOT serta penjelasan serta kajian yang berkaitan dengan hasil estimasi maupun kesesuaian pada berbagai studi yang telah ada;
- Bab 5 merupakan bab kesimpulan dan saran yang meliputi ikhtisar hasil estimasi serta saran dan rekomendasi kebijakan.

BAB 2

TINJAUAN LITERATUR

2.1 Pariwisata

Pariwisata saat sekarang dipandang sebagai suatu aktivitas manusia dimana terkait erat dengan pengorganisasian, hubungan kelembagaan dan individu, hubungan layanan dan rangkaian elemen yang saling mempengaruhi dan membentuk suatu sistem yang disebut sistem pariwisata. Di negara maju dan berkembang, pariwisata adalah salah satu sektor yang paling cepat pertumbuhannya sebagai sumber utama lapangan pekerjaan dan investasi. Sebagai sebuah industri yang sangat luas cakupannya. Pariwisata merupakan salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi dalam penyediaan lapangan pekerjaan, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya.

Hingga saat ini cukup banyak definisi yang diberikan beberapa pakar tentang wisata. Menurut Tribe,(2011) Wisata adalah mengunjungi setidaknya satu malam untuk rekreasi dan liburan, bisnis dan tujuan wisata profesional atau lainnya. Mengunjungi dalam hal ini berarti gerakan sementara untuk tujuan keluar dari rutinitas rumah dan tempat kerja. Sedangkan Wisatawan berdasarkan rekomendasi International Union of Office Travel Organization (IUOTO) dan World Tourism Organization (WTO). Wisatawan adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan ke sebuah atau beberapa negara di luar tempat tinggal biasanya atau keluar dari lingkungan tempat tinggalnya untuk periode kurang dari 12 (dua belas) bulan dan memiliki tujuan untuk melakukan berbagai aktivitas wisata. Terminologi ini mencakup penumpang kapal pesiar (*cruise ship passenger*) yang datang dari negara lain dan kembali dengan catatan bermalam (United Nation of World Tourism Organization,2009).

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata didukung fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan

Pemerintah Daerah (UU Pariwisata No. 10 tahun 2009), sedangkan wisata itu sendiri adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu oleh seseorang atau sekelompok orang, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya/rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Kepariwisataaan tidak menggejala sebagai bentuk tunggal. Istilah ini umum sifatnya yang menggambarkan beberapa bentuk perjalanan dan penginapan sesuai dengan motivasi yang mendasari kepergian tersebut.

Pendit,(2006) membagi pariwisata ke dalam beberapa jenis agar database pariwisata bisa dipakai untuk menentukan segmentasi, targetting maupun positioning berupa:

1. Wisata Budaya (*Culture Tourism*)

Merupakan perjalanan wisata ke tempat lain atau ke luar negeri yang dilakukan dengan maksud untuk mengetahui dan mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka.

2. Wisata Kesehatan (*Healthy Tourism*)

Hal ini dimaksudkan dengan perjalanan seorang wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari demi kepentingan beristirahat dalam arti jasmani dan rohani. Objek wisatanya antara lain mata air panas, tempat dengan iklim udara menyehatkan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas- fasilitas kesehatan lainnya.

3. Wisata Olahraga (*Sport Tourism*)

Perjalanan wisata yang bertujuan untuk berolahraga atau sengaja mengambil bagian dalam pesta olahraga di suatu tempat atau negara. Misalnya Asian Games, Olympiade, Thomas Cup, termasuk juga di dalamnya untuk kepentingan berburu, memancing, atau berenang.

4. Wisata Komersial (*Comercial Tourism*)

Dalam jenis ini termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran – pameran dan pekan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.

5. *Wisata Industri (Industry Tourism)*
Perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu daerah atau kompleks perindustrian dimana terdapat pabrik-pabrik atau bengkel-bengkel besar dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian, misalnya rombongan pelajar yang mengunjungi industri tekstil.
6. *Wisata Politik (Politics Tourism)*
Perjalanan yang dilakukan untuk mengunjungi atau mengambil bagian aktif dalam peristiwa kegiatan politik. Misalnya perayaan 17 Agustus di Jakarta, penobatan Ratu Inggris, kongres atau konvensi politik yang disertai dengan darmawisata.
7. *Wisata Konvensi (Convention Tourism)*
Perjalanan wisata yang dilakukan dengan tujuan untuk mengikuti konvensi atau konferensi. Misalnya, APEC, KTT Non Blok, dan lainlain.
8. *Wisata Sosial (Social Tourism)*
Pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberi kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah untuk mengadakan perjalanan. Misalnya, bagi kaum buruh, petani atau anak-anak panti asuhan.
9. *Wisata Pertanian (Agricultural Tourism)*
Pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan, dan sebagainya untuk tujuan studi/riset.
10. *Wisata Maritim atau Bahari (Marine Tourism)*
Wisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan olahraga di air, lebih di danau, bengawan, pantai, teluk, atau laut. Seperti memancing, berlayar, balapan mendayung, kompetisi berselancar.
11. *Wisata Cagar Alam (Nature Reserve Tourism)*
Jenis wisata yang mengkhususkan pada kunjungan ke daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan, dengan tujuan untuk menikmati keindahan alam, menghirup udara segar, melihat berbagai binatang atau tumbuhan, misalnya ke Kebun Raya Bogor.

12. Wisata Buru (*Hunting Tourism*)

Jenis ini banyak dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang diperbolehkan oleh pemerintah setempat dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.

13. Wisata Agama (*Pilgrim Tourism*)

Wisata ini banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok masyarakat. Wisata pilgrim banyak dilakukan ke tempat-tempat suci, makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, atau ke gunung yang dianggap keramat. Misalnya, Istana Vatikan Roma, Mekkah, Candi Borobudur, Pura Besakih, atau makam Wali.

14. Wisata Bulan Madu (*Honey Moon Tourism*)

Perjalanan Wisata bagi pengantin baru dengan fasilitas khusus dan tersendiri, biasanya ketempat-tempat yang romantis dan fasilitas akomodasi penuh.

15. Wisata Petualangan (*Adventure Tourism*)

Perjalanan yang berbasiskan petualangan dan menantang adrenalin baik dilakukan dialam terbuka maupun dilakukan ditempat tertentu.

Promosi dan pemasaran pariwisata harus dilakukan secara cermat dan efektif, untuk itu diperlukan target indikator yang jelas terukur dengan mempertimbangkan kemampuan dan efektivitas program. Pembangunan kepariwisataan dalam hal ini berupaya untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi perubahan zaman dimana didalam UU No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa pembangunan kepariwisataan meliputi Industri Pariwisata, Destinasi, Pemasaran dan Kelembagaan kepariwisataan.

2.2 Pengertian Industri Pariwisata

Mendefinisikan industri pariwisata adalah sesuatu yang cukup sulit. Karena pariwisata bukan industri yang dikelompokkan menjadi satu pos dalam Klasifikasi Standar Industri. Fitur mendefinisikan pariwisata bukan produk, tetapi pembeli yaitu para 'wisatawan'. Kebanyakan definisi berkonsentrasi pada layanan bahwa sejumlah industri yang berbeda,

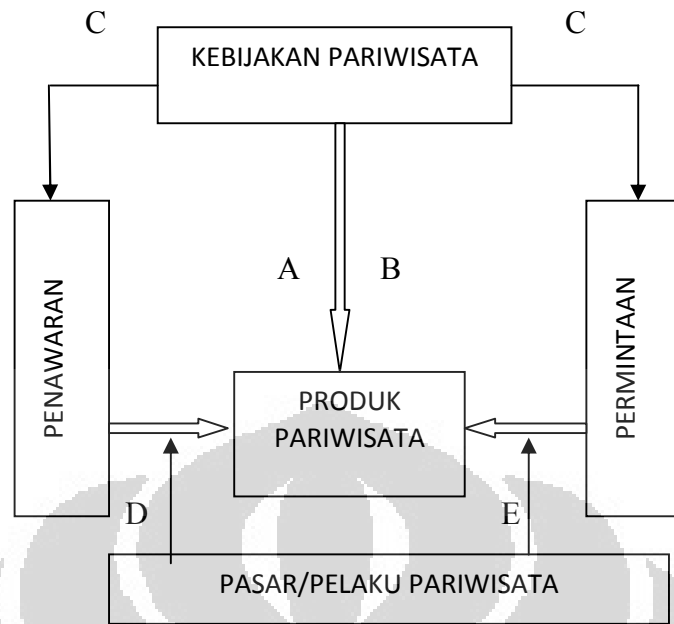
seperti industri perjalanan, hotel, catering, ritel dan hiburan yang diberikan kepada wisatawan. Yang disepakati secara internasional definisi pariwisata mengatakan bahwa Pariwisata meliputi kegiatan orang yang bepergian ke tempat-tempat tinggal dan luar lingkungan biasa mereka selama tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk rekreasi, bisnis dan berbagai kegiatan lain.

Menurut UU No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan ada beberapa definisi utama tentang kepariwisataan yaitu :

1. Wisata adalah kegiatan 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.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.
4. Kepariwisata adalah 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

2.3 Permintaan dan Penawaran dalam Industri Pariwisata

Karena karakteristik industri pariwisata berbeda dengan industri lain maka hal ini juga berpengaruh pada permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*) dalam industri pariwisata dimana setiap unsur terkait erat dalam suatu sistem yakni, a) Permintaan atau kebutuhan; b) Penawaran atau pemenuhan kebutuhan berwisata; c) Pasar dan kelembagaan yang berperan memfasilitasi keduanya; d) Pelaku atau aktor yang menggerakkan ketiga elemen, dimana semuanya terangkum dalam skema berikut:



Keterangan : A) mendorong; B) mengendalikan; C) mempengaruhi;
D) mengembangkan dan memasarkan; E) membeli

Gambar 2. 1 Sistem Kepariwisataan

Sumber : Steck,et,al dalam damanik dan weber,2006

Permintaan (*demand*) dalam industri pariwisata ada 2 kelompok yaitu :

1. *Potential demand*, yaitu sejumlah orang yang memenuhi syarat minimal melakukan perjalanan wisata, karena mempunyai banyak uang, keadaan fisik kuat, hanya belum mempunyai waktu luang untuk berpergian.
2. *Actual demand*, yaitu sejumlah orang yang sedang melakukan perjalanan wisata kesuatu daerah tertentu.

Penawaran (*Supply*) dalam industri pariwisata adalah :

Apa yang dimaksud dengan sisi penawaran (*supply side*) itu penawaran adalah kuantitas barang ekonomi yang tersedia dipasar dengan maksud untuk dijual dengan harga tertentu. Dalam hal ini industri pariwisata dimaksudkan dari sisi *supply* berupa pasokan berbagai barang dan jasa yang membentuk pengeluaran pariwisata. Analisis pasokan pariwisata yaitu pertama, memperlihatkan bagaimana kondisi diciptakan yang memungkinkan produsen untuk menyediakan barang dan jasa kepada pengunjung, dan, kedua, dalam menggambarkan proses, biaya produksi dan kinerja ekonomi dari pemasok dalam hal kepariwisataan.

Dalam industri pariwisata, penawaran meliputi semua produk yang dihasilkan oleh kelompok perusahaan termasuk dalam kelompok industri pariwisata yang akan ditawarkan kepada wisatawan, baik kepada mereka yang datang secara langsung, atau melalui perantara seperti *Travel Agent*, Biro Perjalanan Wisata, atau *Tour Operator* lainnya (Wahab dalam Yoeti,2006). Sisi penawaran industri pariwisata mempunyai karakteristik: *Basically A Service Supply product* yang ditawarkan tidak bisa dipindahkan, karenanya wisatawan itu sendiri yang harus datang ketempat dimana produk yang ditawarkan tersedia atau diproduksi.

2.3.1 Unsur Penawaran Dalam Industri Pariwisata

Penawaran dalam perjalanan wisata sebenarnya dilakukan oleh masing-masing perusahaan kelompok industri pariwisata yang kemudian dikemas oleh Biro perjalanan wisata dalam bentuk paket wisata (*package tour*) seperti transportasi: *Airline, Cruise Ship, Train, Bus, Taxi, Rent a car, etc.* Akomodasi: *Hotels, Motel, Apartement, Caravan, Camping Site, etc.* Restoran: *Chinese food, Padang food, Fried Chicken, Mc Donald, etc.* Obyek Wisata: *Natural Resources, or Cultural Resources.* Atraksi wisata: *Ramayana Dance, Kecak Dance, Barong Dance, Debus Show, Tari Piring Dance, dan ;lain-lain.* Hiburan: *Music, Orchestra, Theatre, or Film.* Industri pariwisata adalah kumpulan dari macam-macam perusahaan yang secara bersama menghasilkan barang-barang dan jasa yang dibutuhkan wisatawan pada khususnya dan *travelers* pada umumnya, selama dalam perjalanannya. Industri pariwisata merupakan rangkuman dari pada berbagai macam bidang usaha yang secara bersama-sama menghasilkan produk-produk maupun jasa yang nantinya baik secara langsung ataupun tidak langsung akan dibutuhkan dan dikonsumsi oleh wisatawan.

Ada beberapa hal yan harus diperhatikan oleh pemerintah untuk mengembangkan sektor pariwisata Pendit,(2006) menyebutkan 10 unsur untuk industri pariwisata yaitu :

1. Politik pemerintah berupa kestabilan politik, ekonomi dan keamanan dalam negeri, salah satu produk hukum yang mendukung perkembangan pariwisata

Indonesia. Untuk membangun industri pariwisata yang baik maka pemerintah harus berupaya menciptakan regulasi dan *incentive* baik fiskal maupun moneter yang menunjang pertumbuhan sektor pariwisata. Adanya birokrasi yang rumit dan UU yang menghambat dapat menurunkan pertumbuhan sektor pariwisata.

2. Perasaan ingin tahu, Sudah menjadi kodrat manusia untuk mengenal alam lingkungan sekitarnya selama hidup didunia. Agar orang luar tahu tentang Indonesia BPPI (Badan Promosi Pariwisata Indonesia) bertugas mempromosikan tentang Indonesia dengan negara luar.
3. Sifat ramah tamah
4. Jarak dan waktu (Aksesibilitas), berhubungan dengan waktu datang dan pemeriksaan awal beserta dokumen penyerta. Selain itu jarak antara pelabuhan darat, laut, udara ke sarana akomodasi maupun tempat wisata berpengaruh terhadap animo wisatawan berkunjung.
5. Atraksi (*attraction*), di industri pariwisata segala sesuatu yang menarik dan bernilai jual disebut *attraction* (objek wisata) berupa kekayaan alam, budaya, pameran ataupun konvensi.
6. Akomodasi, merupakan kenyamanan dan pelayanan yang didapatkan pengunjung yang merupakan dambaan dari setiap wisatawan.
7. Transportasi, berupa sarana infrastruktur yang mendukung pengembangan sektor pariwisata.
8. Harga – harga berhubungan orang-orang yang mengadakan kunjungan pariwisata bukan semata-mata dari golongan kaya maka faktor harga merupakan pertimbangan yang utama.
9. Publisitas dan promosi, diperlukan untuk memberikan informasi kepada pengunjung potensial tentang pariwisata di sebuah negara.
10. Kesempatan berbelanja, para wisatawan di sebuah negara biasanya ingin membeli souvenir sebagai buah tangan yang akan dibawa mereka kenegaranya.

2.3. 2 Pertumbuhan Ekonomi dari Sektor pariwisata

Pertumbuhan ekonomi merupakan sebuah indikator makro yang menunjukkan peningkatan tingkat kesejahteraan (*welfare*) sebuah negara. Sektor pariwisata adalah salah satu sektor yang sangat berkembang dewasa ini dan menghasilkan devisa yang sangat besar setelah industri migas. Dalam teori ekonomi menunjukkan pengaruh investasi terhadap pendapatan dan penciptaan lapangan kerja. Pada industri pariwisata perubahan pendapatan dan tenaga kerja dipengaruhi besaran pengeluaran dan banyaknya kunjungan wisatawan terutama dari mancanegara. Pariwisata, yang dalam perekonomian Indonesia terukur dalam indikator ekonomi terutama pada kegiatan hotel, restoran, rekreasi dan hiburan. Berdasarkan statistik indikator ekonomi menunjukkan porsi PDB Pariwisata terhadap PDB Nasional, pertumbuhan ekonomi pariwisata terhadap pertumbuhan PDB Nasional, dan kontribusi PDB Pariwisata terhadap PDB Nasional. Porsi kegiatan pariwisata Indonesia dalam ukuran ekonomi makro, semakin menunjukkan pula, betapa pariwisata di Indonesia perlu dibangun dan dikembangkan secara sistemik. Dalam posisi penghasilan devisa nasional, pariwisata tahun 2008 menempati tingkat ketiga setelah minyak dan gas bumi, kelapa sawit; tahun 2007 posisi kelima setelah minyak dan gas bumi, minyak kelapa sawit, karet olahan dan pakaian jadi. Tahun 2006 posisinya berada di tingkat keenam. Trend tersebut, yang tampak bergerak dalam pola yang sama hampir dua dasawarsa ini, memperlihatkan porsi pariwisata, selain daya tahan terhadap ekonomi yang bisa diandalkan, sekaligus mencerminkan potensi yang masih perlu dioptimalisasi.

Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) Nasional tahun 2010 - 2014 Dimana dalam RPJM Pembangunan kepariwisataan mempunyai peranan penting dalam mendorong kegiatan ekonomi, meningkatkan citra Indonesia, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan memberikan perluasan kesempatan kerja. Peran tersebut, antara lain, ditunjukkan oleh kontribusi kepariwisataan dalam penerimaan devisa negara yang dihasilkan oleh kunjungan wisatawan mancanegara (*wisman*), nilai tambah PDB, dan penyerapan tenaga kerja. Pembangunan kepariwisataan pada periode tahun 2004-2009 (RPJM I), telah

menunjukkan hasil sebagai berikut. Jumlah kunjungan wisman meningkat dari 5,0 juta pada tahun 2005 menjadi 6,4 juta pada tahun 2008, atau meningkat sebesar 28,0 persen. Penerimaan devisa dari hasil kunjungan wisatawan mancanegara meningkat dari USD 4,52 miliar pada tahun 2005 menjadi USD 7,37 miliar pada tahun 2008, atau meningkat sebesar 63,05 persen. Jumlah pergerakan wisatawan nusantara (wisnus) meningkat dari 198,4 juta perjalanan pada tahun 2005 menjadi 225,0 juta perjalanan pada tahun 2008 atau meningkat sebesar 13,41 persen, serta pengeluaran wisnus meningkat dari Rp74,72 triliun pada tahun 2005 menjadi Rp123,17 triliun pada tahun 2008 atau meningkat sebesar 64,84 persen.

Tabel 2. 1 Kunjungan Wisatawan di Indonesia 2004 – 2008

Tahun	Wisman		Wisnus	
	Jumlah (Juta orang)	Devisa (USD miliar)	Pergerakan (Juta orang)	Pengeluaran (Rp. triliun)
2004	5.3	4.79	202.8	71.70
2005	5.0	4.52	198.4	74.72
2006	4.9	4.44	204.6	88.21
2007	5.5	5.34	222.4	102.01
2008	6.4	7.37	225.0	123.17

Sumber : Lampiran PP No. 5/2010 ttg RPJMN 2010-2014 bab III

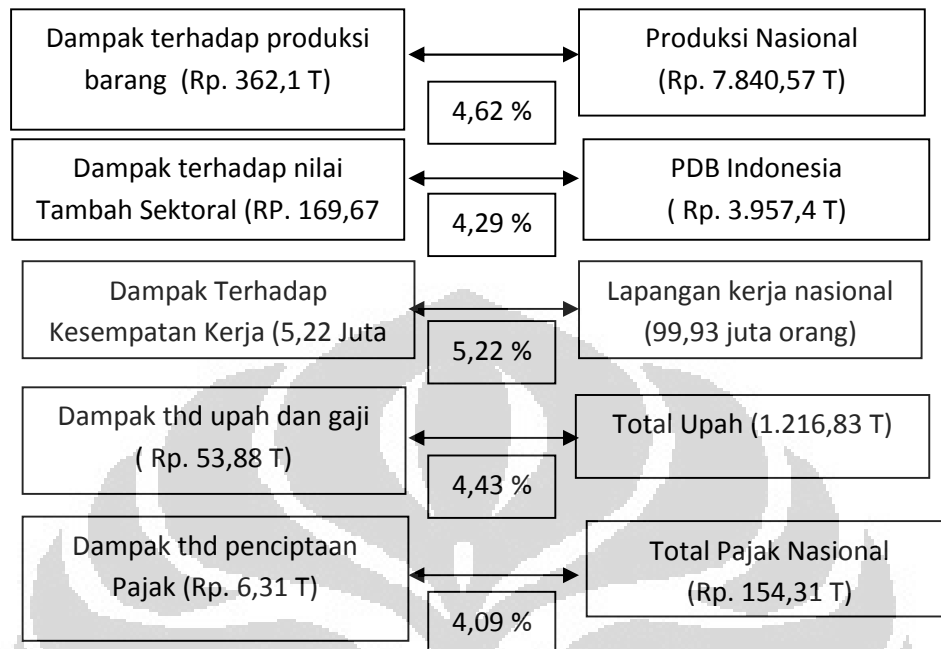
Secara internasional, berdasarkan *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2009 (World Economic Forum)*, daya saing pariwisata Indonesia tercatat pada peringkat ke-81 dari 133 negara. Posisi tersebut masih di bawah Malaysia (32), Singapura (10), dan Thailand (39). Apabila dibandingkan dengan tahun 2008, dimana peringkat Indonesia adalah yang ke-80, peringkat daya saing pariwisata Indonesia mengalami penurunan.

Tabel 2. 2 Daya saing pariwisata Indonesia 2008 – 2009

Tahun	Negara							
	Indonesia	Kamboja	Malaysia	Filipina	Singapura	Thailand	Vietnam	China
2008	80	112	32	81	16	42	96	62
2009	81	108	32	86	10	39	89	47

Sumber : Lampiran PP No. 5/2010 ttg RPJMN 2010-2014 bab III

Seberapa jauh porsi kegiatan pariwisata membawa dampak di tengah kegiatan ekonomi keseluruhan pada Tahun 2007 terukur sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Nilai tambah Pariwisata terhadap PDB

Sumber : BPS Pusat,2008

Tabel 2. 3 Kinerja Pariwisata berdasarkan indikator ekonomi th. 2001- 2008

No	URAIAN	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007**	2008**
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
1	ADHB (triliun Rp)								
	PDB NASIONAL	1.646.32	1.821.83	2.013.67	2.295.83	2.774.28	3.339.22	3.949.32	4.954.03
	PDB PARIWISATA	49.10	75.25	81.34	88.61	101.69	118.67	134.89	153.25
	Hotel	9.94	10.46	11.33	12.89	14.15	16.07	17.32	18.82
	Restoran	33.75	58.63	63.19	68.32	78.81	92.42	106.25	121.24
	Rekreasi & Hiburan	5.41	6.17	6.82	7.61	8.74	10.17	11.32	13.19
2	ADHK (triliun Rp)								
	PDB NASIONAL	1.440.41	1.505.22	1.577.17	1.656.32	1.730.82	1.847.13	1.963.09	2.082.10
	PDB PARIWISATA	46.77	49.24	51.68	55.15	58.48	61.92	66.09	70.27
	Hotel	9.64	10.11	10.74	11.39	12.31	12.95	13.65	14.20
	Restoran	32.09	33.65	35.12	37.26	39.45	41.72	44.68	47.62
	Rekreasi & Hiburan	5.04	5.48	5.82	6.30	6.71	7.25	7.77	8.45
3	PERTUMBUHAN EKONOMI (%)								
	PDB NASIONAL	3.64	4.50	4.78	5.03	5.69	5.50	6.28	6.06
	PDB PARIWISATA	5.63	5.28	4.95	6.72	6.03	5.88	6.74	6.31
	Hotel	7.39	4.83	6.24	7.93	6.23	5.18	5.37	4.07
	Restoran	5.20	4.87	4.38	6.08	5.88	5.75	7.08	6.58
	Rekreasi & Hiburan	5.12	8.76	6.13	8.34	6.52	7.95	7.26	8.70
4	KONTRIBUSI PDB PARIWISATA TERHADAP PDB NASIONAL (%)								
	PDB PARIWISATA	3.33	5.41	5.85	6.38	7.32	8.54	9.71	11.03
	Hotel	0.71	0.75	0.82	0.91	1.02	1.16	1.25	1.35
	Restoran	2.43	4.22	4.55	4.92	5.67	6.65	7.65	8.72
	Rekreasi & Hiburan	0.39	0.44	0.49	0.55	0.63	0.73	0.81	0.95

Sumber : BPS Pusat,2008

Sesuai dengan cakupan tersebut, maka upaya pengembangan pariwisata secara garis besar mencakup aspek pengembangan sumber daya manusia, sumber daya alam, promosi, dukungan infrastruktur dan kelembagaan.

1. Sumberdaya Manusia (SDM)

Sumberdaya manusia mulai dari pengelola sampai kepada masyarakat berperan penting dalam keberhasilan pengembangan pariwisata. Kemampuan pengelola pariwisata dalam menetapkan target sasaran dan menyediakan, mengemas, menyajikan paket-paket wisata serta promosi yang terus menerus sesuai dengan potensi yang dimiliki sangat menentukan keberhasilan dalam mendatangkan wisatawan. Dalam hal ini keberadaan/peran pemandu wisata dinilai sangat penting. Kemampuan pemandu wisata yang memiliki pengetahuan ilmu dan keterampilan menjual produk wisata sangat menentukan. Pengetahuan pemandu wisata seringkali tidak hanya terbatas kepada produk dari obyek wisata yang dijual tetapi juga pengetahuan umum terutama hal-hal yang lebih mendalam berkaitan dengan produk wisata tersebut. Ketersediaan dan upaya penyiapan tenaga pemandu pariwisata saat ini dinilai masih terbatas. Kegiatan promosi merupakan kunci dalam mendorong kegiatan pariwisata. Informasi dan pesan promosi dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti melalui leaflet, booklet, pameran, cinderamata, mass media (dalam bentuk iklan atau media audiovisual), serta penyediaan informasi pada tempat public (hotel, restoran, bandara dan lainnya). Dalam kaitan ini kerjasama antara obyek pariwisata dengan Biro Perjalanan, Perhotelan, dan Jasa Angkutan sangat berperan. Salah satu metoda promosi yang dinilai efektif dalam mempromosikan obyek pariwisata adalah metoda "*tasting*", yaitu memberi kesempatan kepada calon konsumen/wisatawan untuk datang dan menentukan pilihan tempat yang akan dikunjungi sehingga wisatawan merasa betah. Kesan yang dialami promosi ini akan menciptakan promosi tahap kedua dan terjadinya multiplier efek dengan sendirinya.

2. Sumberdaya Alam dan Lingkungan

Pengembangan pariwisata sangat mengandalkan kondisi sumberdaya alam dan lingkungan. Sumberdaya alam dan lingkungan tersebut mencakup sumberdaya obyek wisata yang dijual serta lingkungan sekitar termasuk masyarakat. Untuk itu upaya mempertahankan kelestarian dan keasrian

sumberdaya alam dan lingkungan yang dijual sangat menentukan keberlanjutan usaha pariwisata. Kondisi lingkungan masyarakat sekitar sangat menentukan minat wisatawan untuk berkunjung. Sebaik apapun obyek wisata yang ditawarkan namun apabila berada ditengah masyarakat tidak menerima kehadirannya akan menyulitkan dalam pemasaran obyek wisata. Antara usaha pariwisata dengan pelestarian sumberdaya alam dan lingkungan terdapat hubungan timbal balik yang saling menguntungkan. Usaha pariwisata berkelanjutan membutuhkan terbinanya sumberdaya alam dan lingkungan yang lestari, sebaliknya dari usaha bisnis yang dihasilkannya dapat diciptakan sumberdaya alam dan lingkungan yang lestari.

Usaha pariwisata bersifat jangka panjang dan hampir tidak mungkin sebagai usaha jangka pendek, untuk itu segala usaha perlu dilakukan dalam perspektif jangka panjang. Sekali konsumen/wisatawan mendapatkan kesan buruk kondisi sumberdaya wisata dan lingkungan, dapat berdampak jangka panjang untuk mengembalikannya. Dapat dikemukakan bahwa industri pariwisata merupakan usaha bisnis yang membutuhkan keharmonisan semua aspek dan dukungan semua pihak.

3. Dukungan Sarana dan Prasarana

Kehadiran konsumen/wisatawan juga ditentukan oleh kemudahan-kemudahan yang diciptakan, mulai dari pelayanan yang baik, kemudahan akomodasi dan transportasi sampai kepada kesadaran masyarakat sekitarnya. Upaya menghilangkan hal-hal yang bersifat formal, kaku dan menciptakan suasana santai serta kesan bersih dan aman merupakan aspek penting yang perlu diciptakan.

4. Kelembagaan

Pengembangan pariwisata memerlukan dukungan semua pihak pemerintah, swasta terutama pengusaha pariwisata, lembaga yang terkait seperti perjalanan wisata, perhotelan dan lainnya, perguruan tinggi serta masyarakat. Pemerintah bertindak sebagai fasilitator dan regulator dalam mendukung berkembangnya pariwisata dalam bentuk kemudahan perijinan dan lainnya. Intervensi pemerintah terbatas kepada pengaturan agar tidak terjadi iklim usaha yang saling mematikan. Untuk itu kerjasama baik antara pengusaha obyek pariwisata, maupun antara obyek pariwisata dengan lembaga pendukung

(perjalanan wisata, perhotelan dan lainnya) sangat penting. Terobosan kegiatan bersama dalam rangka lebih mengembangkan usaha pariwisata sangat diperlukan.

2.4 Perencanaan

2.4.1 Pengertian

Menurut Drucker,(2007) perencanaan adalah suatu proses kerja yang terus menerus yang meliputi pengambilan keputusan yang bersifat pokok dan penting yang akan dilaksanakan secara sistematik, melakukan perkiraan-perkiraan dengan mempergunakan segala pengetahuan yang ada tentang masa depan, mengorganisir secara sistematik segala upaya yang dipandang perlu untuk melaksanakan segala keputusan yang telah ditetapkan, serta mengukur keberhasilan dari pelaksanaan keputusan tersebut dengan membandingkan hasil yang dicapai terhadap target yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan umpan balik yang diterima maupun yang telah disusun secara teratur dan baik.

Ciri-ciri dan unsur rencana Penyusunan perencanaan yang baik harus memperhatikan ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Bagian dari sistem administrasi
Menempatkan perencanaan yang disusun sebagai bagian dari sistem administrasi secara keseluruhan.
- b. Dilaksanakan secara terus menerus dan berkesinambungan
Perencanaan dibuat untuk dilaksanakan, apabila hasilnya telah dinilai dilanjutkan lagi dengan perencanaan, demikian seterusnya sehingga terbentuk suatu spiral yang tidak mengenal titik akhir.
- c. Berorientasi pada masa depan
Artinya hasil pelaksanaan perencanaan tersebut akan mendatangkan berbagai kebaikan tidak hanya pada saat ini, tetapi juga pada masa yang akan datang.
- d. Mampu menyelesaikan masalah
Penyelesaian masalah dilakukan secara bertahap, yang harus tercermin pada pentahapan perencanaan yang akan datang.

e. Mempunyai tujuan

Perencanaan harus mempunyai tujuan yang dicantumkan secara jelas. Tujuan biasanya dibedakan menjadi dua yakni tujuan umum yang berisikan uraian secara garis besar dan tujuan khusus yang berisikan uraian lebih spesifik.

f. Bersifat mampu kelola

Artinya bersifat wajar, logis objektif, jelas runtun fleksibel serta telah disesuaikan dengan sumber daya.

2.4.2 Model Perencanaan

Prinsip-prinsip dalam perencanaan sangat tergantung pada asumsi dan tujuan dari perencanaan, asumsi dan tujuan dari perencanaan tidak ada yang seragam melainkan tergantung pada model perencanaan. Adapun beberapa model-model perencanaan antara lain :

a. Model Rasional Komprehensif

Prinsip utama dalam model ini bahwa perencanaan merupakan suatu proses yang teratur dan logis sejak dari diagnosis masalah sampai pada pelaksanaan kegiatan atau penerapan program. Model ini sangat menekankan pada aspek teknis metodologis yang didasarkan atas fakta-fakta, teori-teori dan nilai-nilai tertentu yang relevan. Pada model ini, masalah yang ditemukan harus didiagnosis, ditentukan pemecahannya melalui perancangan program yang komprehensif, kemudian diuji efektivitasnya sehingga diperoleh cara pemecahan masalah dan pencapaian tujuan yang baik.

b. Model Inkremental (penambahan)

Prinsip utama model ini mensyaratkan bahwa perubahan – perubahan yang diharapkan dari perencanaan tidak bersifat radikal, melainkan perubahan-perubahan kecil atau penambahan - penambahan pada aspek program yang sudah ada. Model ini menyarankan bahwa perencanaan tidak perlu menentukan tujuan-tujuan dan kemudian menentukan kebijakan untuk mencapainya, yang diperlukan menentukan pilihan terhadap kebijakan yang berbeda secara marginal saja.

c. Model Pengamatan Terpadu

Model pengamatan terpadu atau penyelidikan campuran (*mixed scanning model*) yang merupakan jalan tengah dari model rasional komprehensif dan model inkremental, yang memadukan unsur-unsur yang terdapat pada kedua pendekatan tersebut. Keputusan yang fundamental dilakukan dengan menjajagi alternatif-alternatif utama dihubungkan dengan tujuan, tetapi tidak seperti pendekatan rasional hal-hal yang detail dan spesifik diabaikan sehingga pandangan yang menyeluruh dapat diperoleh. Adapun keputusan yang bersifat tambahan atau inkremental dibuat di dalam konteks yang ditentukan oleh keputusan fundamental.

d. Model Transaksi

Pada model ini menekankan perencanaan melibatkan proses interaksi dan komunikasi perencana dan para penerima pelayanan. Oleh karena itu, model ini menyarankan bahwa perencanaan harus dapat menutup jurang komunikasi antara perencana dan penerima pelayanan yang membutuhkan rencana program.

2.4.3 Penyusunan dan Pengembangan Rencana Program

Rencana biasanya dikembangkan dalam suatu pola yang sistematis dan pragmatis di mana bentuk-bentuk kegiatan dijadwalkan dengan jelas. Program dapat dirumuskan sebagai suatu perangkat kegiatan yang saling tergantung dan diarahkan pada pencapaian satu atau beberapa tujuan khusus (*objectives*). Penyusunan program dalam proses perencanaan mencakup keputusan tentang apa yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut. Ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dalam proses perumusan program :

1. Identifikasi program alternatif
2. Penentuan hasil program
3. Penentuan biaya
4. Kriteria pemilihan program

2.4.4 Pelaksanaan Program

Tahap implementasi program intinya menunjuk pada perubahan proses perencanaan pada tingkat abstraksi yang lebih rendah. Penerapan kebijakan atau pemberian pelayanan merupakan tujuan, sedangkan operasi atau kegiatan-kegiatan untuk mencapainya adalah alat pencapaian tujuan. Ada dua prosedur dalam melaksanakan program yaitu :

1. Merinci prosedur operasional untuk melaksanakan program.
2. Merinci prosedur agar kegiatan-kegiatan sesuai dengan rencana.

2.4.5 Evaluasi Program

Dalam tahap evaluasi program, analisis kembali kepada peramalan proses perencanaan untuk menentukan apakah tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai. Evaluasi menjadikan perencanaan sebagai suatu proses yang berkesinambungan. Evaluasi dapat dilaksanakan kalau rencana sudah dilaksanakan. Namun demikian perencanaan yang baik harus sudah dapat menggambarkan proses evaluasi yang akan dilaksanakan. Ada beberapa pertanyaan pokok yang biasanya diajukan pada tahap evaluasi :

1. Apakah rencana sudah dilaksanakan ?
2. Apakah tujuan sudah tercapai ?
3. Apakah kebijakan atau program sudah berjalan secara efektif ?
4. Apakah kebijakan atau program sudah berjalan secara efisien ?

2.5 Perencanaan Pariwisata

Perencanaan kepariwisataan mencakup berbagai subsistem dan sub komponen pariwisata. Rencana Induk Pengembangan Pariwisata (RIPPARDA) misalnya merupakan bagian dari rencana makro pengembangan pariwisata di suatu daerah. Sebagai desain makro pengembangan, penyusunan RIPPARDA sangat terkait dengan berbagai produk-produk perencanaan di sektor-sektor lainnya, termasuk perundang-undangan daerah. Rencana ini disusun melalui suatu kajian yang menyeluruh terhadap sumber daya pariwisata dan non pariwisata

riil/aktual dan potensi yang dimiliki oleh daerah. Pada umumnya tujuan penyusunan RIPPARDA adalah untuk menggambarkan seluruh objek dan daya tarik wisata daerah dan kemudian memfokuskan arah pengembangan pariwisata secara terpadu dengan pengembangan bidang/sector lainnya dalam kerangka pembangunan daerah. Oleh sebab itu rencana induk tersebut akan menghasilkan parameter yang jelas, bahwa sumber daya pariwisata yang tersedia tetap terpelihara dan dapat berkembang untuk kebutuhan di masa depan.

Selain itu batas-batas daya dukung (*carrying capacity*) wajib diidentifikasi, sehingga ekspansi kawasan wisata dapat dikurangi atau dipacu dengan konsekuensi kerusakan lingkungan, penurunan nilai ekonomi, dan risiko-risiko sosial yang paling kecil. Rencana induk pengembangan pariwisata juga disusun sesuai dengan rencana pengembangan pariwisata nasional. Hal ini untuk menghindari terjadinya tumpang - tindih antara produk perencanaan di tingkat nasional dengan daerah yang akhirnya dapat mengurangi efektivitas rencana yang dihasilkan. Pertimbangan itu juga didasarkan pada relevansi unsur-unsur yang harus dijadikan sebagai basis perencanaan. penyusunan rencana pengembangan pariwisata meliputi:

- a. Kebijakan umum pembangunan daerah
- b. Akses jaringan transportasi daerah dengan berbagai fasilitas yang tersedia
- c. Tipe dan lokasi atraksi wisata
- d. Kawasan pembangunan ODTW, termasuk resort wisata
- e. Jumlah, jenis, dan lokasi akomodasi serta fasilitas penunjang lainnya
- f. Analisis dampak dan daya-dukung lingkungan, sosial-budaya dan ekonomi
- g. Program-program pelatihan dan pendidikan di daerah
- h. Strategi pemasaran dan program promosi
- i. Struktur organisasi, perundang-undangan, dan kebijakan investasi
- j. Teknik implementasi pembangunan, termasuk tahapan perencanaan dan pengembangan proyek serta zonasi wilayah.

2.6 Koordinasi

Kegiatan koordinasi adalah salah satu fungsi manajemen yang dilaksanakan untuk mencapai tujuan maupun sasaran organisasi secara efisien. Menurut Koontz & wehrich,(1990):

“ Koordinasi adalah pencapaian keselarasan dari usaha individu atau kelompok kearah tercapainya tujuan yang telah ditentukan”.

Konsep koordinasi adalah unifikasi, integrasi, sinkronisasi upaya anggota kelompok sehingga memberikan kesatuan tindakan dalam mengejar tujuan bersama. Koordinasi merupakan kekuatan yang tersembunyi mengikat semua fungsi lain dari manajemen baik disektor swasta ataupun pemerintahan. Secara definisi Koordinasi adalah susunan yang teratur dari upaya kelompok untuk memberikan kesatuan tindakan dalam mengejar tujuan bersama. Kesatuan gerak dan visi harus terus dilakukan untuk mencapai koordinasi melalui fungsi dasar perencanaan, pengorganisasian, mengarahkan dan mengendalikan. Itulah sebabnya, koordinasi bukan merupakan fungsi terpisah dari suatu manajemen organisasi karena mencapai keselarasan antara usaha-usaha antar organisasi dan stake holder yang berkaitan terhadap pencapaian tujuan bersama adalah kunci keberhasilan. Koordinasi adalah inti dari manajemen dan implisit dan melekat pada semua fungsi manajemen.

Seorang manajer pada perusahaan swasta atau pejabat publik pada pemerintahan dapat dibandingkan dengan sebuah konduktor orkestra karena keduanya harus membuat ritme dan kesatuan dalam kegiatan anggota kelompok organisasi. Koordinasi merupakan elemen integral atau bahan dari semua fungsi manajerial seperti: Koordinasi melalui Perencanaan dimana perencanaan memfasilitasi koordinasi dengan mengintegrasikan berbagai rencana melalui diskusi bersama, pertukaran ide. misalnya Koordinasi antara anggaran keuangan dan anggaran pembelian. Koordinasi melalui mengorganisir kelompok. koordinasi sebagai esensi dari pengorganisasian.

Pemaparan tahapan itu tentunya tidak akan terlaksana apabila organisasi perangkat daerah (OPD) yang baik secara langsung menjadi leading sektor atau tidak, luput melakukan koordinasi dan sinergitas. Koordinasi adalah suatu

susunan yang teratur dari upaya untuk memberikan kesatuan tindakan dalam pemenuhan tujuan umum sedangkan kerjasama menunjukkan upaya kolektif dari orang-orang yang pada suatu sektor secara sukarela untuk mencapai tujuan tertentu. Ini adalah kesediaan individu atau organisasi untuk saling membantu dalam mencapai tujuan bersama. Koordinasi merupakan upaya untuk mengintegrasikan secara efektif energi dari kelompok-kelompok yang berbeda sedangkan kerjasama adalah semacam bentuk untuk mencapai tujuan.

2. 6.1 Koordinasi sektor pariwisata

Dengan berbagai pemangku kepentingan yang berbeda di bidang pariwisata, adalah penting untuk memiliki koordinasi stakeholder yang kuat di tujuan. Koordinasi dan komunikasi membutuhkan kepemimpinan. Memiliki kepemimpinan yang kuat dan berkomitmen dalam tujuan sangat penting. Peran Kepala Daerah dalam hal ini Gubernur dan Bupati/Walikota sangatlah penting dimana mereka dapat melakukan berbagai hal dalam pencapaian tujuan pariwisata berupa :

- a. Mendorong komitmen stakeholder dan partisipasi dalam pariwisata
- b. Menyediakan pendekatan strategis difokuskan untuk pariwisata
- c. Mempromosikan visi pariwisata untuk tujuan bersama

Tujuan dari pengkoordinasian kegiatan adalah dukungan oleh Organisasi Pariwisata Daerah dan/atau Organisasi Pariwisata Lokal serta memiliki dukungan dari Lokal dan Nasional, Pemerintah dan masyarakat. Mengembangkan jaringan dan kemitraan dengan para pemangku kepentingan, Menarik investasi melalui kemitraan publik / swasta, Mengidentifikasi peran dan tanggung jawab pemangku kepentingan, Mengkoordinasikan stakeholder dan sumber daya difokuskan pada :

- Mengembangkan struktur tujuan manajemen yang efektif
- Mengembangkan struktur pemerintahan yang jelas dan operasional
- Mengidentifikasi peluang strategis untuk pengembangan tujuan dan pemasaran.

Tindakan terkoordinasi antara organisasi publik dan swasta memungkinkan untuk perencanaan pariwisata lebih sukses, manajemen,

pemasaran, pelatihan pengembangan produk, dan pendidikan. Kemitraan publik / pribadi memungkinkan komunikasi antara semua pemangku kepentingan dan membantu dalam mengidentifikasi strategi dan mekanisme untuk mencapai pembangunan pariwisata berkelanjutan. Kemitraan ini harus dikembangkan untuk saling menguntungkan untuk menjadi efektif.

Perbedaan antara Koordinasi dan kerjasama (*Cooperation*) yaitu koordinasi lebih kepada susunan yang teratur dari upaya kelompok dalam mengejar tujuan bersama. Ini berarti saling membantu sukarela. Lingkup koordinasi luas dibandingkan kerjasama yang meliputi juga karena hal itu selaras upaya kelompok. Hal ini disebut sebagai bagian dari koordinasi. Proses fungsi koordinasi dilakukan oleh manajemen puncak. Fungsi kerjasama dipersiapkan oleh orang-orang di tingkat manapun. Persyaratan koordinasi diperlukan oleh staf dan departemen/dinas terkait terlepas dari pekerjaan mereka. Kerjasama tidak akan tercapai karena tergantung pada kemauan orang yang bekerja bersama-sama.

Dukungan sepenuh hati dari berbagai orang yang bekerja di berbagai tingkatan SKPD dan badan dalam mencapai tujuan bersama sangat diperlukan. Kerjasama tanpa koordinasi sia-sia, karena dapat menyebabkan kegagalan *goal*/tujuan yang ingin dicapai demi kemajuan bersama. Oleh karena itu, keberadaan kerjasama mungkin terbukti menjadi kondisi efektif atau diperlukan untuk koordinasi. Tapi itu tidak berarti bahwa koordinasi berasal secara otomatis dari upaya sukarela dari kelompok anggota. Ini harus dicapai melalui upaya sadar dan sengaja dari seluruh stake holder.

Menurut UU Pariwisata No. 10 tahun 2009 fungsi dari Koordinasi Pariwisata adalah :

1. Dalam rangka meningkatkan penyelenggaraan kepariwisataan pemerintah melakukan koordinasi strategis lintas sektor pada tataran kebijakan, program dan kegiatan kepariwisataan.
2. Koordinasi lintas sektor tersebut seperti pada ayat 1 meliputi :
 - a. Bidang Pelayanan kepabeanan, keimigrasian dan karantina.
 - b. Bidang Keamanan dan ketertiban.
 - c. Bidang Prasarana umum mencakup jalan, air bersih, listrik, komunikasi dan kesehatan lingkungan.

- d. Bidang Transportasi darat, laut, udara dan
- e. Bidang promosi pariwisata dan kerja sama luar negeri.

2.7 Strategi

2.7.1 Pengertian Strategi

Strategi menurut Einsiedel dalam Soesilo,(2002) berasal dari kata latin “strategia” juga dari bahasa perancis “strategos” artinya seni memperlak atau memperkerjakan tindakan – tindakan atau strategem menuju suatu arah tujuan. Dalam Pemikiran Strategik berupa pemikiran seni menghambat lawan yang melakukan hal yang sama dengan kita dan dasar dari pemikiran strategik adalah teori permainan (*Game Theory*). Selain itu strategi juga adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi juga membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar . Strategi juga berpengaruh untuk jangka panjang dimana biasanya untuk lima tahunan karena berorientasi kemasa depan. Manajemen strategis juga merupakan suatu set keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi rencana yang dirancang untuk meraih tujuan perusahaan/organisasi (Pearce and Robinson,2008).

2.7.2 Perencanaan Strategik

Perencanaan strategis dalam pendekatan perencanaan masyarakat luas berbeda dengan pendekatan strategik organisasi. Perencanaan masyarakat luas adalah fokus dari Perencanaan Publik. Perencanaan strategik dapat dilakukan dalam lingkup masyarakat luas maupun lingkup perencanaan institusi birokrasi. Yang membedakannya dengan perencanaan biasa (Kaufman dalam Soesilo,2002) adalah:

1. Perencanaan perusahaan lebih berorientasi pada tindakan hasil dan penerapan.
2. Perencanaan strategik menyokong partisipasi yang lebih luas dan lebih bervariasi dalam proses perencanaan.

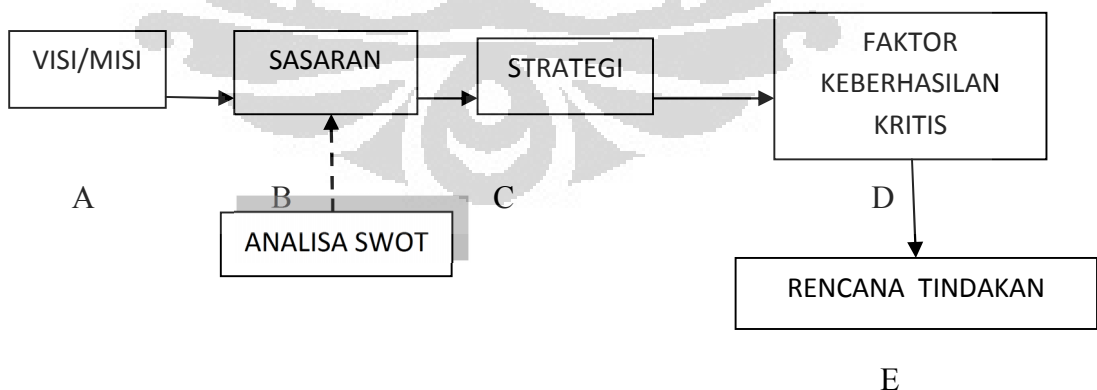
3. Lebih menekankan pada pemahaman masyarakat dalam konteks eksternal, menentukan kesempatan dan ancaman bagi masyarakat lewat analisis lingkungan.
4. Merangkul tingkah laku kompetitif yang ada di masyarakat.
5. Menekankan pengkajian kekuatan dan kelemahan masyarakat dalam konteks kesempatan dan ancaman.

2.7.3 Perencanaan Strategik dalam Pembangunan

Tujuh langkah dasar dalam perencanaan strategis dalam tingkatan masyarakat yaitu :

1. Memilih stakeholder utama diantara banyak stake holder sektor publik yang saling bertentangan.
2. Analisis lingkungan
3. Memilih isu-isu kunci
4. Menetapkan misi atau tujuan luas
5. Membuat analisis eksternal (diluar stakeholder utama) dan internal (dalam stakeholder utama).
6. Mengembangkan rencana implementasi dalam menjalankan tindakan strategis

Prosesnya dapat dilihat pada diagram dibawah ini :



Gambar 2.3 Elemen Perencanaan Strategis

Sumber : Soesilo I N,(2002)

2.8 Analisa SWOT

Analisa SWOT adalah suatu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor – faktor yang menjadi kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*) yang mungkin terjadi dalam mencapai suatu tujuan dari kegiatan proyek/kegiatan usaha atau Institusi/lembaga dalam skala yang lebih luas. Untuk keperluan tersebut diperlukan kajian dari aspek lingkungan baik yang berasal dari lingkungan internal maupun eksternal yang mempengaruhi pola strategi institusi dalam mencapai tujuannya.

Menurut Soesilo,(2002) Keuntungan memakai analisa SWOT yaitu :

1. Tak hanya dapat membuat ekstrapolasi masa depan . tapi justru dapat dipakai untuk membuat strategi masa depan.
2. Bersifat multiguna dan sederhana
3. Cocok dengan tehnik lain (*Delphi, Brain Storming, Time Series, Regression, Analytical Hierarchy Proces (AHP)* dan *BSC (Balanced Score Card)*)
4. Dapat dipakai membangun untuk konsensus berdasarkan kebutuhan dan keinginan.

Selain dari keuntungan memakai metode SWOT, ada beberapa kelemahan dari metode ini sehingga lebih powerfull bila dikombinasikan dengan metode lain seperti BSC (Balanced Score Card) atau AHP (Analytical Hierarchy Program). Kelemahannya antara lain:

1. Cenderung melihat permasalahan dari satu sudut pandang, yaitu stake holder utama dalam penelitian sehingga keadaan makro eksternal terabaikan. Dalam hal ini yang menjadi fokus adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB.
2. Data yang dihasilkan sangat tergantung dari hasil penilaian responden, dampaknya adalah belum tentu semua responden mempunyai wawasan dan visi yang objektif terhadap permasalahan yang dihadapi, sehingga subjektifitas penilaian responden sulit dikontrol.
3. Dalam pemilihan responden terkadang belum menjadi jaminan responden yang terpilih benar-benar mewakili institusi/ kelompoknya sekalipun telah

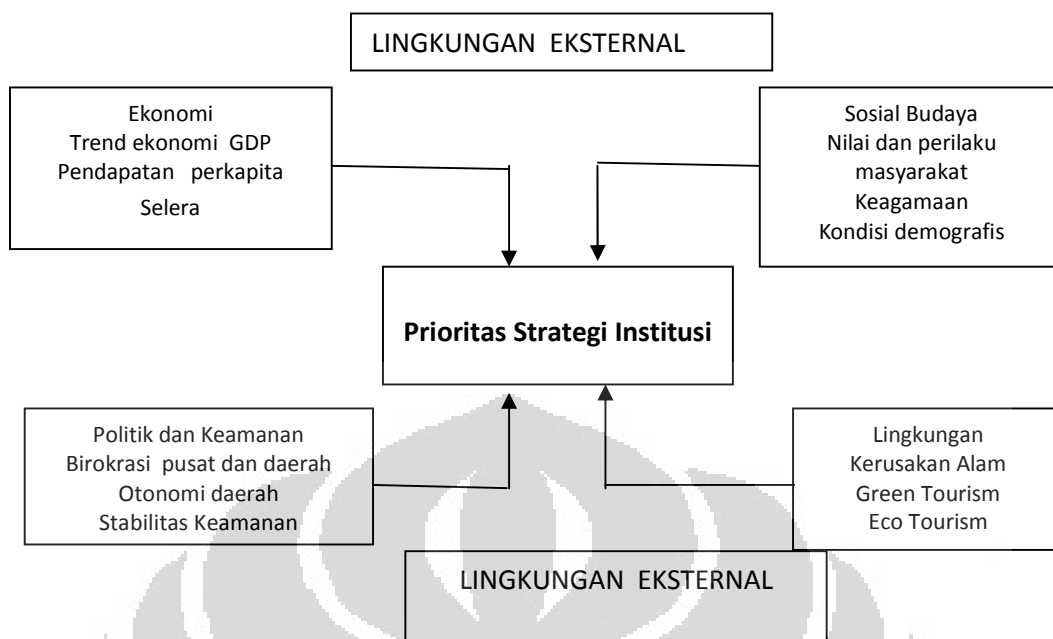
diupayakan pada orang yang berkompeten dan mewakili permasalahan yang ingin diteliti.

Analisis SWOT merupakan bagian perencanaan dimana suatu institusi memerlukan penilaian mengenai kondisi saat ini dan gambaran kedepan untuk mencapai tujuan institusi. Dengan analisa SWOT didapat karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor netral, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan analisa lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan. Dari hasil analisa tersebut potensi suatu institusi maju dan berkembang dapat diidentifikasi dengan melihat bagaimana institusi memanfaatkan pengaruh dari luar sebagai kekuatan tambahan serta pengaruh lokal dari dalam dapat lebih dimaksimalkan.

Menurut Johnson dalam Ibrahim & Huda,(2008) untuk menyusun strategi analisa SWOT ada 4 langkah utama dalam penyusunannya yaitu :

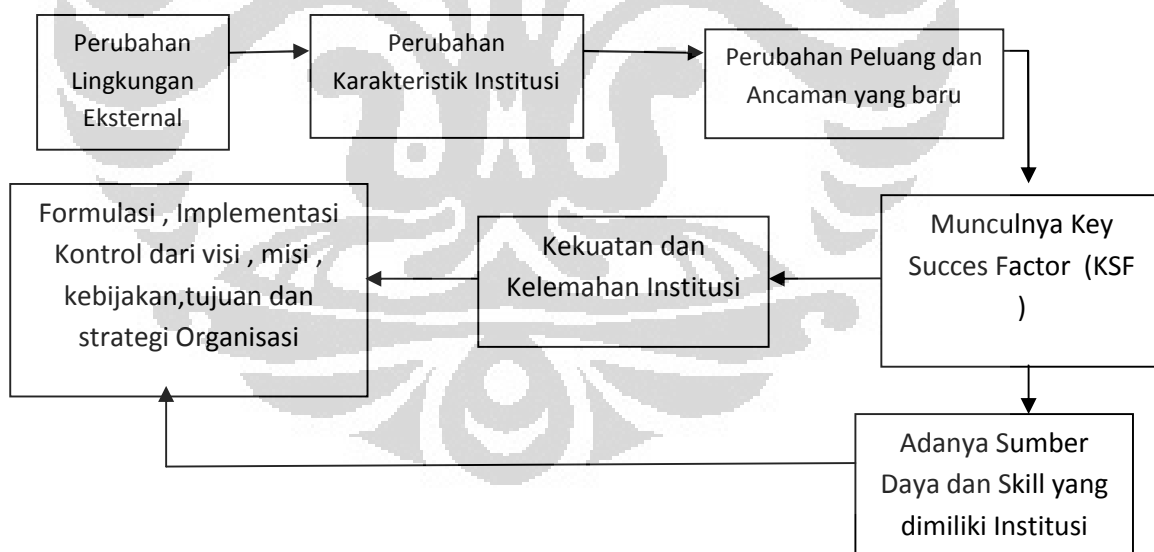
1. Mengidentifikasi *existing strategy* yang telah ada dalam institusi sebelumnya, strategi ini bukan strategi yang disusun berdasarkan kebutuhan institusi menghadapi gejala perubahan lingkungan eksternal yang ada melainkan merupakan strategi turunan yang telah lama dipegang institusi.
2. Mengidentifikasi perubahan lingkungan yang dihadapi institusi dan masih mungkin terjadi di masa mendatang.
3. Membuat *cross tabulation* antara strategi yang ada saat ini dengan perubahan lingkungan yang ada.
4. Menentukan kategorisasi kekuatan dan kelemahan berdasarkan penilaian apakah strategi saat ini masih sesuai dengan perubahan lingkungan dimasa mendatang, jika masih sesuai strategi tersebut menjadi kekuatan/peluang dan jika sudah tidak sesuai merupakan kelemahan.

Walaupun terdapat berbagai metode penentuan faktor SWOT, secara umum ada keseragaman bahwa faktor lingkungan eksternal mendapatkan prioritas lebih besar dalam penentuan strategi karena umumnya hal ini diluar kendali institusi (eksogen), sementara faktor lingkungan internal merupakan faktor yang lebih bisa dikendalikan.



Gambar 2. 4 Lingkungan di Luar Institusi yang Mempengaruhi Strategi dan Kebijakan

Sumber: Ibrahim dan Huda,(2008)



Gambar 2. 5 Faktor lingkungan dan mekanisme terbentuknya Strategi Institusi berdasarkan Analisa SWOT

Sumber : Ibrahim dan Huda,(2008)

Dari Gambar 2.2 dan 2.3 dapat disimpulkan bahwa dari perubahan lingkungan yang ada di luar institusi maka akan terbentuk faktor-faktor yang menjadi kekuatan kelemahan peluang dan ancaman.

1. Kekuatan dan Kelemahan. Kekuatan adalah faktor internal yang ada didalam institusi yang bisa digunakan untuk menggerakkan institusi ke depan. Suatu kekuatan/*strength* (*distinctive competence*) hanya akan menjadi *competitive advantage* bagi suatu institusi apabila kekuatan tersebut terkait dengan lingkungan sekitarnya, misalnya apakah kekuatan itu dibutuhkan atau bisa mempengaruhi lingkungan di sekitarnya. Jika pada institusi lain juga terdapat kekuatan yang dan institusi tersebut memiliki *core competence* yang sama, maka kekuatan harus diukur dari bagaimana kekuatan relatif suatu institusi dibandingkan dengan institusi yang lain. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak semua kekuatan yang dimiliki institusi harus dipaksa untuk dikembangkan karena adakalanya kekuatan itu tidak terlalu penting jika dilihat dari lingkungan yang lebih luas. Hal-hal yang menjadi opposite dari kekuatan adalah kelemahan. Sehingga sama dengan kekuatan, tidak semua kelemahan dari institusi harus dipaksa untuk diperbaiki terutama untuk hal-hal yang tidak berpengaruh pada lingkungan sekitar.
2. Peluang dan Ancaman. Peluang adalah faktor yang di dapatkan dengan membandingkan analisa internal yang dilakukan di suatu institusi (*strength* dan *weakness*) dengan analisa internal dari kompetitor lain. Sebagaimana kekuatan peluang juga harus diranking berdasarkan *success probability*, sehingga tidak semua peluang harus dicapai dalam target dan strategi institusi.
3. Peluang dapat dikategorikan dalam tiga tingkatan :
 - Rendah, jika memiliki daya tarik dan manfaat yang kecil dan peluang pencapaiannya juga kecil
 - Menengah: jika memiliki daya tarik dan manfaat yang besar namun peluang pencapaian kecil atau sebaliknya.
 - Baik, jika memiliki daya tarik dan manfaat yang tinggi serta peluang tercapainya besar.
4. Ancaman adalah segala sesuatu yang terjadi akibat trend perkembangan (persaingan) dan tidak bisa dihindari. Ancaman juga bisa dilihat dari tingkat keparahan pengaruhnya (*seriousness*) dan kemungkinan terjadinya, sehingga dapat dikategorikan :

- Ancaman utama (*major threats*), adalah ancaman yang kemungkinan terjadinya tinggi dan dampaknya besar. Untuk ancaman utama ini, diperlukan beberapa contingency planning yang harus dilakukan institusi untuk mengantisipasi.
- Ancaman tidak utama (*minor threats*), adalah ancaman yang dampaknya kecil dan kemungkinan terjadinya kecil
- Ancaman moderate, berupa kombinasi tingkat keparahan yang tinggi namun kemungkinan terjadinya rendah dan sebaliknya.

Setelah mendapatkan identifikasi dari informasi yang ada di lingkungan sekitar, analisa SWOT tersebut dapat digambarkan dalam matrik sebagai berikut:

Tabel 2. 4 Matrix SWOT

SWOT Analysis		Analisis Internal	
		Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weaknesses)
Analisis Ksternal	Peluang (Opportunity)	<i>S-O-Strategies:</i> Bagaimana membangun metodologi yang baru yang sesuai dengan kekuatan institusi.	<i>W-O-Strategies:</i> Bagaimana menghilangkan kelemahan untuk men dapatkan peluang peluang baru
	Ancaman (Threats)	<i>S-T-Strategies:</i> Bagaimana menggunakan kekuatan internal yang ada untuk bertahan dari ancaman.	<i>W-T-Strategies:</i> Bagaimana membuat strategi untuk menghindari kelemahan yang mungkin menjadi sasaran ancaman dari luar.

Sumber : Rangkuti F,(2011)

Dari hasil analisa SWOT ini kemudian akan digunakan untuk mendapatkan gambaran yang lebih besar untuk kemudian bisa digunakan sebagai visi misi institusi serta strategi yang ingin dicapai. Visi merupakan capaian jangka panjang yang diinginkan dan diimpikan oleh seluruh stakeholders dalam suatu proses pembangunan.

Tujuan penetapan visi antara lain adalah :

1. Mencerminkan apa yang akan dicapai
2. Memberikan arah dan fokus strategi yang jelas
3. Menjadi perekat dan menyatukan berbagai gagasan strategik

4. Memiliki orientasi terhadap masa depan.

Meskipun sifatnya adalah impian, visi harus memenuhi kriteria di antaranya adalah :

- a. Dapat dibayangkan oleh seluruh anggota organisasi
- b. Mengandung nilai yang diinginkan oleh anggota organisasi
- c. Memungkinkan untuk dicapai
- d. Terfokus pada efisiensi, efektivitas dan ekonomis
- e. Berwawasan jangka panjang tetapi tidak mengabaikan perkembangan zaman
- f. Dapat dikomunikasikan dan dimengerti oleh seluruh anggota organisasi.

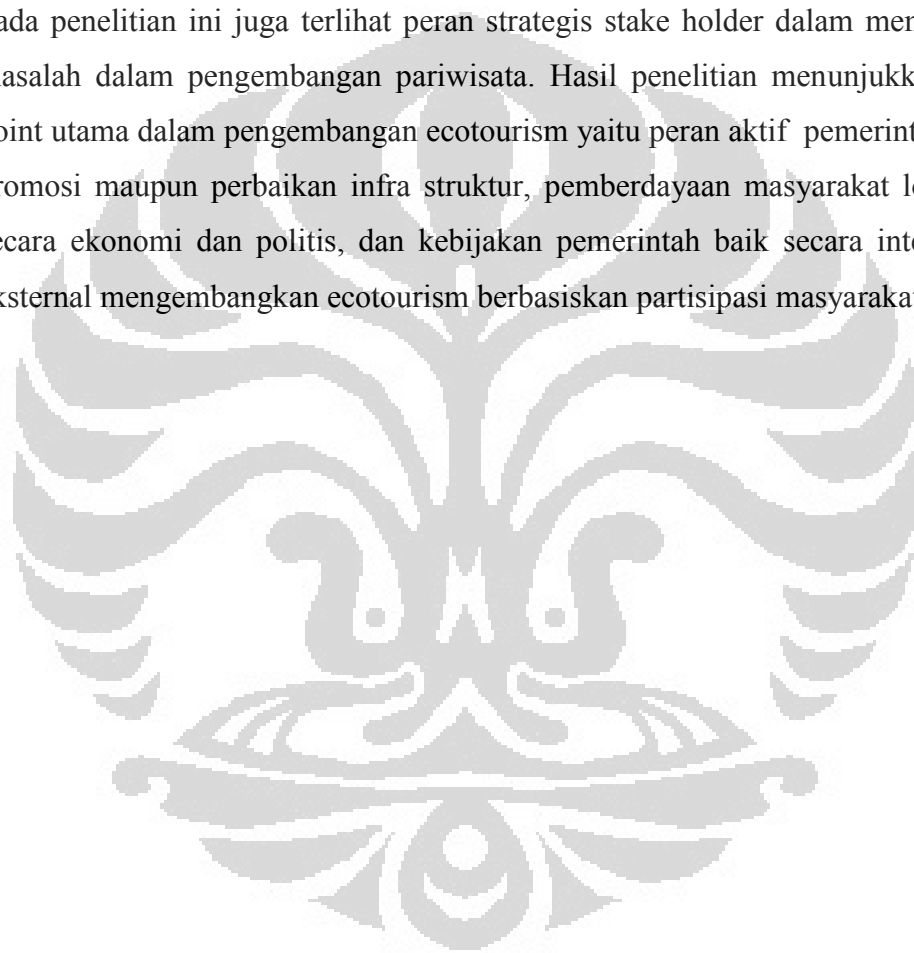
Dari visi akan dituangkan cara yang digunakan institusi dalam mencapai visi. Secara konseptual cara tersebut akan tertuang dalam misi dan secara aplikatif akan terlihat dalam strategi.

2.9 Hasil Penelitian Terdahulu

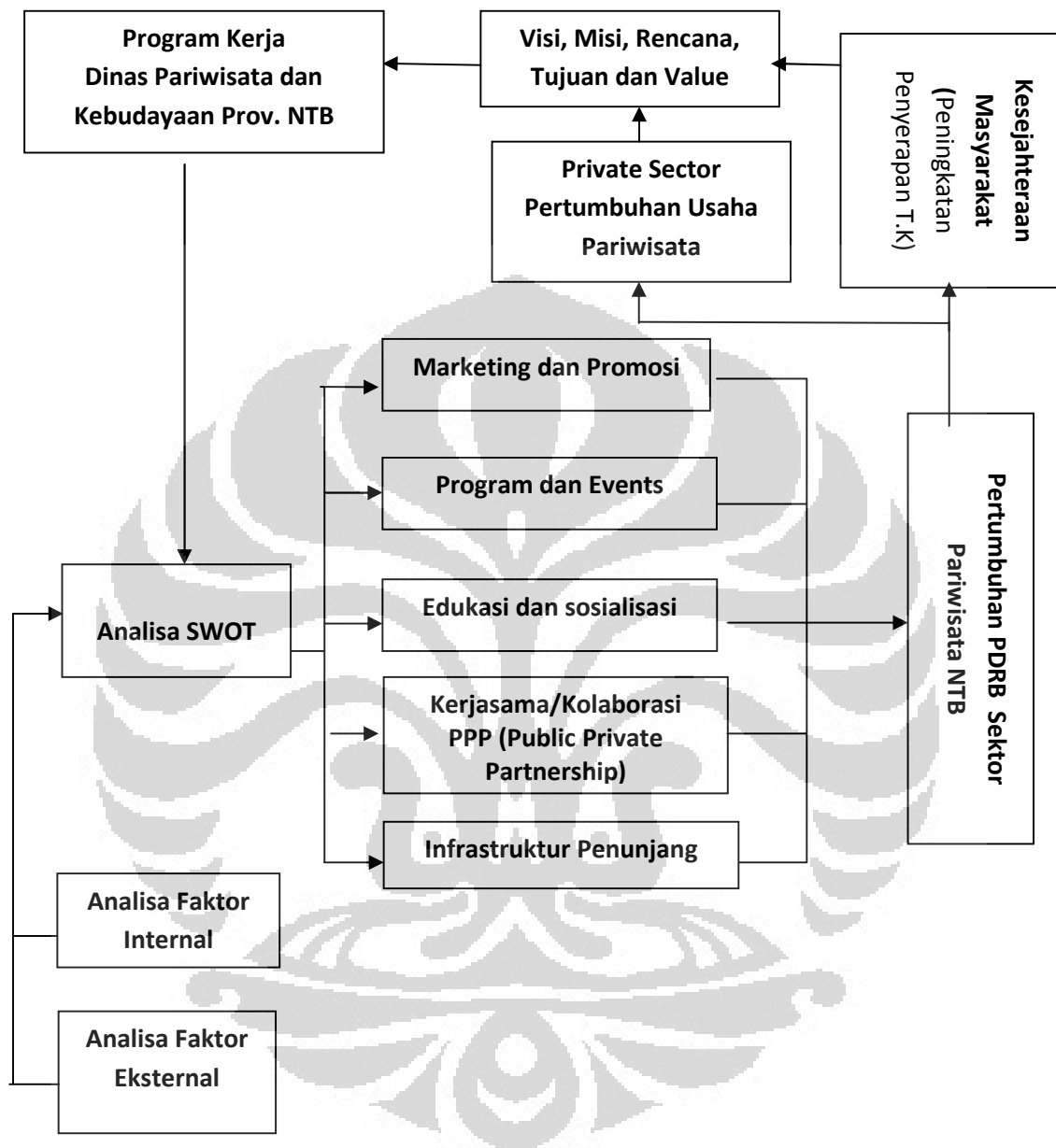
Penelitian yang dilakukan oleh Harahsheh,(2002) meneliti tentang komponen dan sifat pariwisata kesehatan (*health tourism*) di Yordania, dengan mengidentifikasi ekonomi dan demografis karakteristik wisata kesehatan untuk resort dan spa Yordania, dimana masalah yang dihadapi para wisatawan selama mereka tinggal di negara itu, mengukur kepuasan wisatawan tentang layanan yang diberikan kepada mereka dan mengidentifikasi kemungkinan mengembangkan jenis wisata melalui penyajian saran dan rekomendasi dengan pengelolaan badan-badan wisata di negeri ini. Hasil penelitian menunjukkan kepuasan wisatawan, meskipun ada beberapa fakta bahwa mereka tidak puas dengan infrastruktur Yordania termasuk transportasi publik, kebersihan, harga, aksesibilitas (jalan), layanan spa, hiburan dan fasilitas rekreasi. Pariwisata Kesehatan di Yordania masih dalam tahap pengenalan dari siklus hidup produk, dimana infrastruktur dan superstruktur tidak lengkap, kurangnya pengembangan strategi pemasaran, data base sektor, maupun perhatian yang diberikan oleh Badan Wisata Yordania terhadap nilai dan dampak pariwisata kesehatan. Penelitian ini menunjukkan strategi penting saat sekarang dan rencana mengembangkan situs layanan pariwisata kesehatan dan upgrade infra/superstruktur, direncanakannya kampanye

pemasaran objektif, meningkatkan tingkat kesadaran kesehatan terhadap sumber daya alam dan mengintegrasikan terapi kesehatan dengan perlakuan medis atau klinis melalui penciptaan asosiasi untuk spa yang bisa disebut "*Jordan Tourism Board*" bahwa kedua jenis kegiatan ini dapat dipasarkan dalam satu paket.

Phautavong,(2009) telah meneliti tentang ecotourism desa Kiet Ngong di Laos, hasil studi menunjukkan bahwa pariwisata berdampak pada masyarakat lokal dan lingkungannya baik secara ekonomi dan sosial yang bersifat positif. Pada penelitian ini juga terlihat peran strategis stake holder dalam memecahkan masalah dalam pengembangan pariwisata. Hasil penelitian menunjukkan ada 3 point utama dalam pengembangan ecotourism yaitu peran aktif pemerintah dalam promosi maupun perbaikan infra struktur, pemberdayaan masyarakat lokal baik secara ekonomi dan politis, dan kebijakan pemerintah baik secara internal dan eksternal mengembangkan ecotourism berbasiskan partisipasi masyarakat lokal.



2.10 Kerangka Konsep Penelitian



BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis desain penelitian ini berupa penelitian Deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan analisa mengenai strategi program pelaksanaan pariwisata di Provinsi NTB. Pendekatan waktu dalam pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah studi potong lintang (*cross-sectional study*) artinya dilakukan satu kali pengamatan dalam kurun waktu tertentu yaitu pada bulan Juli 2011.

Penelitian ini dilaksanakan di Provinsi NTB dimana pengambilan data dilakukan pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat sebagai pihak pembuat Program Strategi dan Pengembangan Pariwisata serta pelaksana kebijakan pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat. Selain itu pengambilan data pendukung juga dilakukan pada Bagian Ekonomi Pemprov NTB, Bappeda Provinsi NTB, BPS Provinsi NTB, BPPD (Badan Perencana Pariwisata Daerah) dan informasi tambahan lainnya dari Pemerintah Kabupaten/Kota di Provinsi NTB.

3.2 Sumber Data

Data maupun informasi dalam penelitian ini dikumpulkan dari hasil data primer wawancara dengan kuesioner dan data sekunder. Informasi tersebut akan digali dari beragam sumber data, dan jenis sumber data yang akan dimanfaatkan dalam penelitian ini meliputi Informan Sumber data, terdiri dari :

1. Pejabat pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat meliputi Kepala Dinas, Subag. Program dan Pelaporan, Kepala Bidang Pemasaran, Kepala Bidang Kebudayaan, Kepala Seksi Lingkungan Kebudayaan dan Kepercayaan, Kepala Seksi Promosi, Kepala Seksi Kerjasama serta staf yang berhubungan dengan program.
2. Pejabat terkait pada Pemprov NTB dan Pemda Kab/Kota terutama terkait dengan Program Visit Lombok - Sumbawa 2012.

3. Pejabat yang berwenang pada BPS Provinsi NTB
4. Pejabat pada Dinas Terkait pada Kabupaten/Kota di NTB.
5. Stakeholder lain yang terlibat seperti Anggota DPRD, Pelaku Usaha Pariwisata di NTB dan Komunitas masyarakat yang terlibat langsung dengan Program Pariwisata di Provinsi NTB.
6. Arsip atau dokumen pendukung yang didapat dari sumber yang valid untuk memperjelas data utama.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Dimana dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan. Tujuan melakukan wawancara adalah memungkinkan kita untuk masuk dalam perspektif orang lain. Adalah tanggung jawab pewawancara menyediakan kerangka kerja, yang orang dapat menanggapi dengan rasa nyaman, tepat dan jujur terhadap pertanyaan terbuka (Patton, 2009:184)

Wawancara dalam penelitian ini menggunakan jenis wawancara mendalam dengan pertanyaan terbuka dan wawancara dengan responden terpilih (*Purposive Sampling*) berdasarkan kemampuan dan keterlibatannya dengan masalah yang diteliti baik secara internal maupun eksternal untuk mendapatkan masukan pada indikator strategi SWOT yang akan diteliti. Wawancara dilakukan pada masing – masing Kantor tempat pengambilan data terkait, pada saat jam kerja berlangsung.

3.3.2 Dokumentasi

Penggunaan dokumen resmi dalam penelitian sebagai sumber data telah lama digunakan sebagai alat untuk menguji, menafsirkan bahkan untuk meramalkan tentang suatu keadaan. Pengumpulan data dokumentasi dimaksudkan untuk melengkapi data yang tidak diperoleh dari kegiatan wawancara. Dokumen-

dokumen tersebut antara lain RPJMD dan RPJP Provinsi NTB, Rencana Strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi NTB, Laporan Keuangan dan Program Kerja Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi NTB tahun 2008 - 2010, Statistik Kebudayaan dan Pariwisata NTB Dalam Angka Tahun 2008 s/d 2010, dan Laporan Akuntabilitas Kinerja Pemerintah (LAKIP) Tahun 2008 – 2010.

3.3.3 Survey

Survey merupakan satu tahapan untuk mencari informasi dari responden. Dalam Penelitian ini sampel diambil dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengambilan data pokok dimana pada umumnya yang merupakan unit analisa dalam penelitian survei adalah responden kunci. Survey dilakukan pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dan Responden yang berhubungan dengan sektor pariwisata di Provinsi NTB. Kuesioner di buat sedemikian rupa dengan berbagai alternatif jawaban dan responden memberikan tanda pada satu jawaban saja. Item skala penilaian disusun berdasarkan skala Likert. Kuesioner tertutup adalah kuesioner yang telah disediakan jawabannya, sehingga responden tinggal memilih jawabannya pada kolom yang telah disediakan dengan memberi tanda silang (X) atau centang (√) (Arikunto,2006). Alasan penggunaan kuesioner tertutup , yaitu :

- a. Kuesioner ini memberikan kemudahan pada responden dalam memberikan jawaban;
- b. Lebih praktis sistematis dan sesuai alat analisa yang digunakan;
- c. Jawaban lebih relevan dan mengarah terhadap permasalahan yang diteliti.

Penyampaian kuesioner kepada responden dilakukan secara langsung dan sebelumnya diberi pengarahan mengenai tata cara pengisian kuesioner. Setelah kuesioner diisi oleh responden, kemudian dikembalikan kepada peneliti.

3.4 Teknik Sampling

Tehnik pengambilan sampling dilakukan dengan menggunakan sampel bertujuan (*Purposive Sampling*), dimana menurut Arikunto,(2006) dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan berdasarkan strata , random atau daerah, tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Dalam penelitian ini sampling yang

diambil adalah dari Pejabat Lingkup Dinas Pariwisata NTB ditambah dengan stake holder yang terkait baik secara internal maupun eksternal di lingkup Provinsi NTB.

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen yang dipakai sebagai alat untuk mengumpulkan data, pada penelitian ini adalah berupa daftar pertanyaan/ kuesioner jenis tertutup yang harus diisi oleh responden dengan cara mengisi dan memberi tanda tertentu pada alternatif jawaban yang dipilih. Kuesioner dimaksudkan untuk menjangkau data yang berkaitan dengan program dan strategi yang telah dilaksanakan sehingga dapat dianalisa apa saja secara internal faktor kekuatan (*Strength*) dan kelemahannya (*Weakness*). Secara Eksternal juga dapat diketahui Peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threatness*) yang dihadapi dalam rangka mengevaluasi strategi yang telah dilakukan.

Pada kuesioner ini, responden mengisi 3 kolom butir pertanyaan kuesioner faktor internal dan eksternal berupa keadaan saat ini dan harapan dimasa yang akan datang dalam kisaran angka 1 hingga angka 6 dan kuesioner urgensi penanganan dalam kisaran angka 1 hingga angka 4 skala yang digunakan adalah skala Likert. Responden mengisi setiap butir pernyataan kuesioner kolom 1 dan 2 dalam kisaran sangat baik diberi skor 6 hingga sangat kurang diberi skor 1. Pada kolom 3 berupa urgensi penanganan. Responden mengisi setiap butir pernyataan berupa Sangat Urgen diberi skor 4 hingga Tidak Urgen diberi skor 1 Secara rinci, pemberian skor sebagai berikut :

Penilaian Responden:

Angka 1 = Sangat Kurang

Angka 2 = Kurang

Angka 3 = Cukup

Angka 4 = Agak Baik

Angka 5 = Baik

Angka 6 = Sangat Baik

Urgensi Penanganan:

Angka 1 = Tidak Urgen

2 = Agak Urgen

3 = Urgen

4 = Sangat Urgen

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan untuk memudahkan pembaca dalam memahami dan menginterpretasikan maksud penelitian. Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah analisis data. Penelitian ini menggunakan analisis yang bersifat kualitatif dan kuantitatif.

3.6.1 Analisa Kualitatif

3.6.1.1 Analisis Deskriptif

Tujuan analisis deskriptif adalah untuk membiarkan pembaca mengetahui apa yang terjadi pada program yang dilakukan dan menjelaskan secara garis besar mengenai obyek penelitian dengan menggunakan distribusi frekuensi persentase serta nilai rata-rata variabel. Dimana datanya, meliputi catatan wawancara, catatan observasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, data resmi yang berupa dokumen atau arsip, memorandum dalam proses pengumpulan data dan juga semua pandangan yang diperoleh dari manapun serta dicatat. Menurut Moleong,(2011:298) karakteristik metodologi penelitian kualitatif disebutkan bahwa analisisnya bersifat induktif. Pendekatan induktif dimaksudkan untuk membantu pemahaman dalam data yang rumit melalui pengembangan tema – tema yang diikhtisarkan dari data kasar. Sifat analisis induktif sangat menekankan pentingnya apa yang sebenarnya terjadi dan ditemukan di lapangan yang pada dasarnya bersifat khusus berdasarkan karakteristik konteksnya dalam kondisi alamiahnya.

3.6.2 Analisa Kuantitatif

3.6.2.1 Analisis SWOT

Penggunaan Analisa SWOT adalah sangat relevan dalam penelitian ini dimana alat analisa ini dapat melihat pergeseran masalah masa kini (jangka pendek) dengan masa yang akan datang (jangka panjang), biasanya dilakukan analisa masa kini/masa lalu dengan analisa dimasa yang akan datang, sehingga

dapat diperoleh gambaran pergeseran dari dua IFAS dan dua EFAS. Konsekwensinya adalah strateginya bisa jadi berbeda antara masa lalu/masa sekarang dengan masa yang akan datang yang mencerminkan nilai harapan (Soesilo,2002).

Untuk mendapatkan informasi dari berbagai nara sumber melalui analisis SWOT digunakan metode survey dengan responden ahli (*expert*) yaitu pihak-pihak yang terlibat dan berkepentingan (*stakeholders*) yang bisa memberikan penilaian aspek internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja suatu institusi atau lembaga. Untuk itu, langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut:

1. Melakukan Interview/wawancara pada Responden kunci seperti Pejabat Birokrat Pemprov, Pejabat di lingkup Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Prov. NTB, Tokoh Masyarakat dan Stakeholder yang kompeten. Pada pemilihannya melibatkan seluruh stakeholders sehingga faktor-faktor internal dan eksternal yang dibutuhkan untuk memetakan dan mendefinisikan masalah dapat terbentuk dan telah mewakili seluruh kepentingan stakeholders. Karena sifatnya yang bersumber dari informasi kualitatif pemilihan responden yang expert dan kredible sangat mempengaruhi hasil akhir dari analisa SWOT sehingga harus dilakukan dengan hati-hati dan objektif.
2. Pembuatan kuesioner SWOT berdasarkan interview/wawancara responden kunci pada 2 kategori tabel yaitu:
 - a. Penilaian faktor internal dan eksternal. Di sini responden memberikan preferensi opini terhadap faktor-faktor internal dan eksternal dari institusi pada saat ini dan perkiraan di masa mendatang.
 - b. Penilaian urgensi. Di sini responden diminta untuk menilai tingkat urgensi faktor tersebut untuk ditangani. Penilaian ini berhubungan dengan skala prioritas dalam menyelesaikan persoalan-persoalan pengembangan sektor Pariwisata yang tercermin melalui faktor-faktor yang dinilai.

Penilaian internal, eksternal dan Penilaian urgensi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. 1 Indikator Faktor Internal dan Eksternal Analisa SWOT

No	Indikator Penelitian Eksternal / internal	Kondisi Sampai Saat ini						Harapan pada masa yang akan datang						Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4
1	Faktor 1																
2	Faktor 2																
3	Faktor 3																
4	Faktor 4																
5	Dst																

Penilaian Responden:

Angka 1 = Sangat Kurang

Angka 2 = Kurang

Angka 3 = Cukup

Angka 4 = Agak Baik

Angka 5 = Baik

Angka 6 = Sangat Baik

Urgensi Penanganan:

Angka 1 = Tidak Urgen

2 = Agak Urgen

3 = Urgen

4 = Sangat Urgen

1. Dari tabel di atas dapat dijelaskan beberapa analisa sebagai berikut.
 - a. Bidang merupakan kategori yang memiliki beberapa faktor, contoh : Bidang Pemasaran dan Promosi merupakan "bidang" penilaian yang memiliki dimensi internal dan eksternal bila tidak ada dapat diabaikan.
 - b. Faktor, merupakan bagian dari bidang yang merupakan penjabaran spesifik dari masing-masing bidang. Dari contoh di atas (1) Penjualan barang/jasa dimana dinilai dari anggaran vs target (2) Distribusi produk melalui jasa Travels Tour dan Maskapai merupakan "faktor". Faktor inilah yang kemudian terkategori sebagai kekuatan atau kelemahan (dari analisa internal) dan peluang atau ancaman (dari analisa eksternal).
2. Setelah kuesioner terisi dan terkumpul semua, penilaian faktor dilakukan dengan meranking bobot penilaian pada "penilaian responden" yang memiliki nilai maksimal 6 dan minimal 1. Faktor-faktor yang memiliki nilai di atas median (atau rata-rata dilihat dari persebaran distribusi probabilitasnya)

disebut dengan "kekuatan" pada analisa internal dan "peluang" pada analisa eskternal. Sebaliknya faktor-faktor yang memiliki nilai penilaian di bawah median disebut dengan "kelemahan" pada analisa internal dan "ancaman" pada analisa ekternal.

Cara pengisian pembobotan IFAS dan EFAS sebagai berikut :

- Untuk faktor Strength (kekuatan) dan Opportunity (peluang) karena bobotnya diatas rata-rata kolom maka langsung menjadi bobot sebenarnya baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang.
 - Untuk faktor Weakness (kelemahan) dan Threatness (ancaman) yang bobotnya < dari kolom rata – rata, maka bobot yang diperoleh dari selisih rata-rata kolom dan faktor baris masih harus dijadikan sebagai angka pengurang dari angka tertinggi (6) baik jangka pendek dan jangka panjang.
3. Nilai penyesuaian bersifat mutlak.
 4. Penentuan bobot dari masing-masing elemen SWOT untuk setiap faktornya diambil dari masing-masing elemen SWOT untuk setiap faktornya dengan mengambil bobot masing-masing faktor = 100% baik internal maupun ekternal. Bobot total dari setiap elemen SWOT menggambarkan nilai total penyesuaian rata-rata terhadap nilai total faktor masing-masing. Pembobotan dipakai sebagai bahan penilaian prioritas adalah bobot tertimbang yang diperoleh dari perkalian bobot X rating. Sedangkan rating diperoleh dari nilai rata – rata faktor urgensi penanganan/skala prioritas kepentingan program sesuai dengan abjad dalam kuesioner responden dimana nilai a = 1, b= 2,c = 3, d = 4. Tujuan penyesuaian bobot adalah untuk menyesuaikan perbedaan bobot faktor baik secara internal dan ekternal. Prioritas dan keterkaitan antar strategi didapat dari hasil pembobotan IFAS dan EFAS hasil kuesioner SWOT untuk masing-masing indikator faktor (Soesilo,2002).
 5. Membentuk suatu kuadran faktor strategi pengembangan sektor pariwisata, yang menjelaskan posisi dari kombinasi faktor internal dan ekternal, dengan kombinasi : kekuatan-peluang (S-O), kekuatan-ancaman (S-T), kelemahan-peluang (W-O) dan kelemahan-ancaman (W-T).

Tabel 3.2 Matriks Interaksi IFAS dan EFAS

IFAS EFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
OPPORTUNITY (O)	SO = Ciptakan strategi untuk menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	WO = Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (I)	ST = Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	WT = Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti F,(2011)

3.7 Hipotesa Penelitian

Hipotesa program pelaksanaan pariwisata di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi NTB belum optimal disebabkan karena kelemahan faktor internal yang lebih besar dibandingkan dari tekanan/pengaruh eksternalnya.

BAB 4

ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Kedudukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi NTB

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 41 tahun 2007 Pasal 7 Kedudukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat, adalah sebagai berikut :

1. Dinas daerah merupakan unsur pelaksana otonomi daerah
2. Dinas daerah mempunyai tugas melaksanakan urusan pemerintahan daerah berdasarkan asas otonomi dan tugas pembantuan.
3. Dinas daerah dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat 2 menyelenggarakan fungsi :
 - a. Perumusan kebijakan teknis sesuai dengan lingkup tugasnya.
 - b. Pemberian dukungan atas penyelenggaraan pemerintahan daerah sesuai dengan lingkup tugasnya.
 - c. Pembinaan dan pelaksanaan tugas sesuai dengan lingkup tugasnya.
 - d. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Gubernur sesuai dengan tugas dan fungsinya.
4. Dinas Daerah di pimpin oleh Kepala Dinas
5. Kepala Dinas berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Gubernur melalui Sekretaris Daerah.
6. Pada Dinas Daerah dapat dibentuk Unit Pelaksana teknis Dinas Operasional dan/atau kegiatan teknis penunjang yang mempunyai wilayah kerja.

4.1.2 Tugas Pokok dan Fungsi

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2007 tentang Organisasi Perangkat Daerah, Peraturan Daerah Nomor 7 Tahun 2008 tentang Organisasi dan tata Kerja Dinas-dinas Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat,

maka tugas dan fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Nusa Tenggara Barat adalah sebagai berikut :

a. Tugas

Tugas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat adalah membantu Gubernur dalam menyelenggarakan sebagian tugas umum pemerintahan dan pembangunan di bidang pariwisata, seni dan budaya serta tugas perbantuan dan tugas dekonsentrasi.

b. Fungsi

Fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Nusa Tenggara Barat :

1. Penyusunan kebijakan teknis di bidang nilai budaya dan kesenian, sejarah dan purbakala, pengembangan produk wisata dan pemasaran
2. Pemberian perizinan dan pelaksanaan pelayanan umum lintas kabupaten / kota di bidang kebudayaan dan pariwisata
3. Pembinaan teknis di bidang kebudayaan dan pariwisata
4. Pembinaan UPTD lingkup Dinas
5. Pelaksanaan pengelolaan ketatausahaan

4.2 Struktur Organisasi

Untuk melaksanakan tugas pokok dan fungsi diatas struktur Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Propinsi Nusa Tenggara Barat terdiri dari unsur-unsur :

1. Kepala Dinas
2. Sekretariat

Sekretariat yang terdiri dari :

- 1) Sub Bagian Umum dan Kepegawaian
 - 2) Sub Bagian Program dan Pelaporan
 - 3) Sub Bagian Keuangan
3. Bidang Kebudayaan terdiri dari :
- 1) Seksi Purbakala dan Sejarah.
 - 2) Seksi Kesenian dan Perfilman.
 - 3) Seksi Lingkungan Kebudayaan dan Kepercayaan

4. Bidang Pengembangan Sumber Daya dan Produk Pariwisata terdiri dari :
 - 1) Seksi Pengembangan Sumber Daya Pariwisata
 - 2) Seksi Bimbingan dan Penyuluhan
 - 3) Seksi Bina Usaha Jasa dan Usaha Sarana
5. Bidang Pemasaran yang terdiri dari
 - 1) Seksi Promosi
 - 2) Seksi Kerja sama
 - 3) Seksi Standar Mutu dan Perizinan
6. Kelompok Jabatan Fungsional
7. Unit Pelaksana Tehnis Daerah(UPTD) yang terdiri dari :
 - 1) Taman Budaya Provinsi NTB
 - 2) Museum Negeri NTB

4.3 Rencana Strategis

Dasar Hukum dokumen Renstra Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi NTB pada tahun 2009 – 2013 mengacu pada :

1. Undang-Undang No. 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah.
2. Undang-Undang Nomor 25 tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional.
3. Undang-Undang Nomor 17 tahun 2007 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional tahun 2005-2025.
4. Undang-Undang no 33 tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah.
5. Peraturan Pemerintah Nomor 105 tahun 2000, tentang Pengelolaan dan Pertanggungjawaban Keuangan daerah.
6. Peraturan Pemerintah Nomor 3 Tahun 2007 Tentang LPPD-LKPJ Kepala Daerah.
7. Instruksi Presiden Nomor 7 Tahun 1999 Tentang Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah.
8. Peraturan Presiden RI nomor 7 Tahun 2005 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) Nasional tahun 2004 – 2009.

9. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2010 tentang Kepariwisataaan.
10. Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 1989 tentang Pembangunan Kawasan Pariwisata di Daerah Nusa Tenggara Barat.
11. Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2006 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi Nusa Tenggara Barat.
12. Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tentang Organisasi Perangkat Daerah.
13. Peraturan Mendagri Nomor 13 Tahun 2008 Tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah.
14. Permendagri Nomor 32 Tahun 2008 Tentang Pedoman Penyusunan APBD 2009.
15. Peraturan Daerah Nomor 7 Tahun 2008 Tentang Organisasi dan Dinas-dinas daerah Provinsi.
16. Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2009 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Nusa Tenggara Barat Tahun 2009-2013.
17. Surat Keputusan Gubernur Nusa Tenggara Barat Nomor 21 tahun 2009 tentang Tugas, Pokok dan Fungsi Badan dan Dinas-dinas Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Renstra yang dibuat adalah sebagai dasar acuan penyusunan kebijakan, program/kegiatan dan tolak ukur kinerja kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai visi maupun misi dari organisasi yang dijabarkan dalam dokumen dasar penyusunan rencana kerja tahunan (RKT) dan Rencana Kegiatan dan Anggaran (RKA) dimana kedua Rencana ini menjadi dasar penyusunan Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) yang memuat program kerja yang mencakup Visit Lombok Sumbawa 2012 yang dievaluasi dalam tesis ini dengan didasarkan pula pada RPJMD Provinsi NTB 2009 – 2013.

4.4 VISI dan MISI

1. VISI

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan lingkungan dinamis yang selalu berubah cepat, menuntut instansi Pemerintah harus terus melakukan penyesuaian kearah perbaikan. Penyesuaian tersebut harus disusun

dalam suatu tahapan kebijakan yang konsisten dan berkelanjutan, sehingga dapat meningkatkan akuntabilitas kinerja yang berorientasi pada pencapaian hasil / manfaat yang optimal.

Visi adalah cara pandang ke depan ke arah mana instansi pemerintah harus dibawa agar dapat eksis dalam situasi yang selalu berubah, antisipatif terhadap perkembangan ke depan dan selalu inovatif dalam rangka meningkatkan peran optimal dalam pelayanan publik. Visi juga dapat diartikan sebagai suatu gambaran tantangan tentang keadaan di masa depan yang diinginkan oleh Instansi Pemerintah, Memperhatikan hal-hal tersebut di atas, maka Visi yang dikembangkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat adalah *“TERWUJUDNYA NUSA TENGGARA BARAT SEBAGAI DAERAH TUJUAN WISATA UTAMA DAN BERDAYA SAING INTERNASIONAL TAHUN 2012”* Keadaan ini adalah sebuah spirit untuk membawa kemajuan pembangunan kebudayaan dan pariwisata Nusa Tenggara Barat ke masa depan.

2. MISI

Untuk mewujudkan Visi yang telah ditetapkan, maka ditetapkan beberapa misi sebagai arahan dalam implementasi Program dan Kegiatan. Misi merupakan pernyataan yang menetapkan tujuan Instansi Pemerintah dan sasaran yang ingin dicapai dalam kurun waktu tertentu melalui penerapan strategi yang telah dipilih. Proses perumusan Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Nusa Tenggara Barat telah memperhatikan masukan pihak-pihak yang berkepentingan (stakeholders) dan memberikan peluang untuk perubahan/penyesuaian dengan tuntutan dinamika perkembangan lingkungan strategis.

Dengan penetapan Visi tersebut maka sebagai implementasinya ditentukan Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat tahun 2009-2013 sebagai berikut :

- a. Meningkatkan efektifitas promosi budaya dan pariwisata.
- b. Membangun masyarakat sadar budaya dan sadar wisata.
- c. Mewujudkan SDM profesional yang berdaya saing di bidang budaya dan pariwisata.
- d. Melakukan revitalisasi pengembangan kebudayaan dan kepariwisataan.

- e. Meningkatkan koordinasi program pengembangan kebudayaan dan pariwisata.
- f. Meningkatkan daya tarik dan Obyek dan daya tarik wisata.
- g. Meningkatkan komitmen dan keberpihakan Pemerintah dalam mendorong pembangunan kebudayaan dan pariwisata.

4.5 Analisa SWOT

Evaluasi strategi program yang dilakukan didalam suatu organisasi atau perusahaan harus berdasarkan analisa Indikator lingkungan internal dan eksternal berupa identifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi secara internal dan identifikasi peluang maupun ancaman yang akan terjadi secara eksternal. Penggunaan analisis SWOT dilakukan sebagai sebuah alat analisa yang baik dan powerful untuk mengevaluasi strategi program yang telah dilakukan dan perbaikan strategi program kedepannya berdasarkan kombinasi faktor internal dan eksternal. Tahapan analisis SWOT dilakukan sebagai berikut :

4.5.1 Perumusan faktor Internal dan faktor Eksternal

Tahapan ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal “ Program visit Lombok – Sumbawa 2012” yang bertujuan untuk mencari solusi strategi terbaik yang dilakukan dalam meningkatkan kualitas program tersebut. Dalam hal ini yang menjadi target responden internal kunci adalah Kepala Dinas beserta jajaran Kepala Bidang dilingkungan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi NTB. Sedangkan target responden eksternal kunci adalah Pelaku pariwisata dan wakil masyarakat diwakili oleh Ketua PHRI/Ketua BPPMD, Ketua ASITA, Perusahaan Travel Tour, Pengelola Hotel dan Anggota DPRD Provinsi NTB diwakili oleh Komisi II yang membidangi masalah pariwisata, Gubernur/Wakil dan Kepala Bappeda.

Identifikasi faktor – faktor lain tambahan yang berkaitan dengan indikator program Visit Lombok Sumbawa 2012 dilakukan dengan menelaah dan mempelajari literatur yang berasal dari perpustakaan, dokumen Renstra ,RPJMN dan RPJMD 2014, Peraturan Perundang-undangan , Paper Ilmiah, maupun hasil

Laporan Pertemuan ilmiah yang telah dilakukan. Hasil perumusan Indikator Internal dan Eksternal beserta definisinya diuraikan pada tabel berikut :

Tabel 4. 1 Perumusan Identifikasi Faktor Internal I

No	Faktor Program	Definisi	Sumber Literatur
1.	Optimalisasi Promosi via media massa dalam/LN dan Internet	Dikenal dan meningkatnya Citra Pariwisata NTB di pasar tingkat Nasional dan Internasional	Lampiran RPJMD Provinsi NTB 2009-2013
2.	Anggaran dan Realisasi	Besaran dana yang direncanakan dan besarnya dana yang sudah terealisasi	Lakip Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Prov. NTB 2010
3.	Incentive Fiskal dari Pemerintah Pusat dan daerah	Besaran/banyaknya program incentive yang diberikan Pemerintah Pusat maupun daerah dalam peningkatan Program Pariwisata	RPJMN 2010
4.	Potensi Budaya dan Adat daerah	Potensi adat/budaya yang sudah ada dan terpelihara dimasyarakat	Lakip Dinas 2010
5.	Tersedianya Produk UU Pengembangan Kawasan Pariwisata	UU khusus dalam rangka pengembangan Kepariwisataaan	RPJMD NTB 2009-2013, Lakip Dinas
6.	Jadwal Event Pariwisata	Banyaknya event pariwisata dilakukan	Renstra 2010
7.	Edukasi dan Sosialisasi	Pendidikan dan sosialisasi mengenai kepariwisataan di masyarakat	Lakip dan RKT Disbudpar NTB
8.	Kompetensi/Kwalitas SDM Sektor Pariwisata	Kemampuan tekhnis SDM tentang Industri pariwisata	WEF Report 2011
9.	Kompetensi/Kwalitas Birokrat	Kemampuan tekhnis SDM aparat pemerintah pada sektor kepariwisataan	Lakip dan RKT Disbudpar NTB
10.	Pembinaan seni dan budaya masyarakat	Adanya program pelestarian dan pengembangan seni budaya masyarakat	Lakip dan RKT Disbudpar NTB
11.	Pemberdayaan / partisipasi masyarakat	Adanya partisipasi aktif anggota masyarakat dalam sektor pariwisata	Lakip dan RKT Disbudpar NTB
12.	Partnership dan Kolaborasi	Adanya kerjasama antar stake holder pada program pariwisata	Lakip dan RKT Disbudpar NTB, WEF Report 2011
13.	Kerjasama Pemerintah daerah dan stake holder	Adanya kerjasama yang dilakukan oleh pemda dan pemangku kepentingan terkait pada sektor pariwisata	Lakip dan RKT Disbudpar NTB, WEF Report 2011
14.	Tupoksi yang lebih luas dari Dinas Pariwisata	Tugas pokok sektor pariwisata yang tertera pada Renstra Disbudpar dan RPJMD Prov. NTB	Lakip dan RKT Disbudpar NTB

Sumber : Hasil rumusan faktor yang telah diolah

Tabel 4. 2 Perumusan Identifikasi Faktor Internal II

No	Faktor Program	Definisi	Sumber Literatur
15.	Sumberdaya alam dan Budaya	Potensi natural yang ada didaerah Prov. NTB spt situs warisan dunia dll	WEF Report 2011
16.	Tersedianya Infrastruktur Pariwisata	Ketersediaan akomodasi mayor infrastruktur turisme berupa kamar hotel, penyewaan kendaraan (mobi,motor), mesin atmdll	WEF Report 2011
17.	Tersedianya Roadmap Pelaksanaan program	Adanya petunjuk teknis pelaksanaan dan renstra program	RKT Dinas dan RPJMD 2009-2013 Prov.NTB
18.	Benchmark database dan data pariwisata	Adanya data pembanding dari daerah lain, nasional, negara lain maupun data survey lembaga lain seperti BPS dan lembaga penelitian	Data BPS, WEF Report, Penelitian lain
19.	Pariwisata berbasis lingkungan	Pengelolaan pariwisata yang mengedepankan green ekologi	Renstra dan Lakip Disbudpar NTB
20.	Price Competitiveness (Nilai Tawar/Nilai Tambah bagi wisatawan)	Berupa nilai PPP (Purchasing power parity),airport taxes,fuel prices, taxation, daya tarik tempat wisata	WEF Report 2011

Sumber : Hasil rumusan faktor yang telah diolah

Tabel 4.3 Perumusan Identifikasi Faktor Eksternal I

No	Faktor Program	Definisi	Sumber Literatur
1.	Infrastruktur ICT /Teknologi Informasi	Nilai penetrasi dari Sistem TI berupa (Internet broadband networks,line telephone)	WEF Report 2011
2.	Citra/Preferensi Wisatawan	Penilaian wisatawan tentang kondisi sebuah wilayah	WEF Report 2011, Survey preferensi thd pengembangan pariwisata (P3UM)
3.	Ketersediaan Souvenir/Gift Shop	Tempat belanja dan berlatih bagi wisatawan	Lakip dan Renstra Disbudpar NTB
4.	Co Branding Promo dan event dengan daerah lain	Promosi bersama atau mengikuti event promo didaerah lain yang sudah ada nota kesepahaman	Renstra, Lakip dan LPJ Gubernur
5.	Pengelolaan lingkungan dan budaya lokal	Pemeliharaan lingkungan akibat industri pariwisata dan Pemeliharaan budaya lokal sbg daya tarik wisata	RKT 2010 Disbudpar NTB, WEF Report 2011
6.	Atraksi /Daya tarik utama dan pendukung	Daya tarik sumber daya alam dan budaya yang ada di wilayah tersebut	RKT Disbudpar NTB 2010, WEF Report 2011, Perencanaan Ekowisata
7.	Edukasi dan sosialisasi dimasyarakat	Pemberdayaan dan pendidikan tentang pariwisata pada masyarakat lokal	RKT Disbudpar NTB, WEF Report 2011, Perencanaan Ekowisata
8.	Isu keamanan dan terorisme	Keadaan keamanan dan kenyamanan suatu wilayah	WEF Report 2011, Survey preferensi thd pengembangan pariwisata (P3UM)
9.	Krisis /Shock Ekonomi Dunia	Situasi perekonomian dan stabilitas ekonomi	WEF Report 2011, Survey preferensi thd pengembangan pariwisata (P3UM), world bank
10.	Penelitian dan pengembangan pariwisata	Adanya penelitian dan ide kreatif untuk mengembangkan sektor pariwisata	RKT Disbudpar NTB, WEF Report 2011, Perencanaan Ekowisata

Sumber : Hasil rumusan faktor yang telah diolah

Tabel 4. 4 Perumusan Identifikasi Faktor Eksternal II

No	Faktor Program	Definisi	Sumber Literatur
11.	Pendidikan Tinggi Pariwisata	Adanya perguruan tinggi yang menghasilkan sdm pariwisata yang kompeten	RKT 2010 Disbudpar NTB, WEF Report 2011, Perencanaan Ekowisata
12.	Akulturas budaya asing dan lokal	Adanya interaksi dan akulturasi budaya pada wilayah destinasi	Lakip dan Renstra Disbudpar NTB
13.	Investasi sektor pariwisata : target vs realisasi	Banyaknya investasi dan rencana investasi pada sektor pariwisata	Lakip dan Renstra Disbudpar NTB, RPJMD 2009-2013 Prov. NTB
14.	Koordinasi antar sektor pemerintahan	Adanya koordinasi yang baik antar sektor di lingkungan Pemprov. NTB	Lakip dan Renstra Disbudpar NTB, RPJMD 2009-2013 Prov. NTB
15.	Koordinasi antar Kab/Kota di Provinsi NTB	Adanya koordinasi yang baik antar Pemerintah Kota/Kab di Prov. NTB	Lakip dan Renstra Disbudpar NTB, RPJMD 2009-2013 Prov. NTB
16.	Integrasi sektor pariwisata di NTB	Terintegrasinya seluruh stakeholder pariwisata di NTB untuk mencapai target VLS 2012	Lakip dan Renstra Disbudpar NTB, RPJMD 2009-2013 Prov. NTB
17.	Jaringan koordinasi dengan pariwisata daerah lain/luar negeri	Adanya jaringan kerjasama dengan daerah lain/luar negeri	Lakip dan Renstra Disbudpar NTB, RPJMD 2009-2013 Prov. NTB
18.	Tersedianya Low cost carrier (LCC)	Adanya maskapai penerbangan yang melayani penerbangan dengan tarif murah	Lakip dan Renstra Disbudpar NTB, RPJMD 2009-2013 Prov. NTB
19.	Affinitas/Aksesabilitas Objek wisata	Keterbukaan masyarakat atas kunjungan orang asing dan keterjangkauan daerah objek wisata	RKT Disbudpar NTB, WEF Report 2011, Perencanaan Ekowisata
20.	Tersedianya Blue Print sistem pariwisata nasional	Adanya rencana induk (Master Plan) pariwisata untuk pemetaan potensi, dan pengembangan pariwisata	RPJMN 2009-2014, Perencanaan Ekowisata, Renstra Pariwisata NTB
21.	Keanekaragaman Produk pariwisata	Adanya diversifikasi dan variasi produk pariwisata yang dijual	Lakip dan Renstra Disbudpar NTB, RPJMD 2009-2013 Prov. NTB

Sumber : Hasil rumusan faktor yang telah diolah

Tabel 4. 5 Perumusan Identifikasi Faktor Eksternal III

No	Faktor Program	Definisi	Sumber Literatur
22.	Tersedianya Akomodasi dan biro travel yang kompeten	Adanya akomodasi dan travel agent yang kompeten	Perencanaan Ekowisata, Renstra Pariwisata NTB, Lakip Disbudpar 2010
23.	Tersedianya penerbangan langsung Maskapai asing ke NTB	Adanya maskapai penerbangan yang melayani penerbangan langsung ke NTB	Lakip dan Renstra Disbudpar NTB, RPJMD 2009-2013 Prov. NTB
24.	Mutu layanan (hospitality management)	Layanan yang memuaskan dari pelaku industri pariwisata di NTB	WEF Report 2011, Survey preferensi thd pengembangan pariwisata (P3UM)
25.	Keadaan Infrastruktur (jalan, sanitasi, air bersih)	Ketersediaan infrastruktur sektor pariwisata	Lakip dan Renstra Disbudpar NTB, RPJMD 2009-2013 Prov. NTB

Sumber : Hasil rumusan faktor yang telah diolah

4. 5.2 Penyusunan Kuesioner SWOT

Berdasarkan hasil rumusan faktor internal dan eksternal yang sudah dibuat, selanjutnya dilakukan penyusunan kuesioner SWOT beserta pembobotan Indikator masalah yang ada . Penyusunan kuesioner dilakukan dengan wawancara langsung terhadap responden kunci sebagai nara sumber yaitu Kepala Dinas, Kepala Sub. Bagian Program dan Pelaporan, Kepala Bidang Kebudayaan ,Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya dan Produk ,Kepala Bidang Pemasaran dan Kelompok Jabatan Fungsional Perencana. Selain itu untuk objektifitas penelitian ditambahkan juga responden kunci dari luar yaitu Gubernur NTB, Sekretaris Daerah Pemprov NTB, Kepala Bappeda Prov. NTB, Manajer Aman Gati Hotel (Lakey, Dompu), Manajer A & T Holidays Tour Travel (Mataram), Ketua BPPMD/Ketua ASITA Provinsi NTB, Manajer Hotel Lombok Raya/Ketua PHRI Provinsi NTB dan Anggota DPRD Provinsi NTB yang membawahi Bidang Pariwisata. Setelah kuesioner selesai disusun kemudian diminta kesediaan masukan dari nara sumber untuk mengkritisi draft kuesioner yang telah dibuat berupa penambahan pertanyaan indikator, menghilangkan indikator yang tidak relevan, atau mempertajam indikator yang sudah ada.

Setelah dilakukan perbaikan maka dilakukan uji coba pengisian kuesioner kepada beberapa responden untuk melihat apakah ada kendala teknis atau pertanyaan yang tidak relevan dengan masalah dalam penelitian ini. Setelah secara teknis kuesioner tidak ada masalah secara fundamental maka kuesioner siap diberikan kepada responden penelitian.

4.6 Hasil Perhitungan Analisis SWOT

Penelitian ini dilakukan dengan memilih responden yang telah ditetapkan secara *Purposive Sampling*, atau ditetapkan secara langsung berdasarkan tingkat kepentingan dan keterlibatan responden terhadap penelitian ini. Dimana penelitian ini secara internal melibatkan 17 orang Pejabat di lingkungan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi NTB berupa Eselon II, III dan IV. Sedangkan untuk mempertinggi objektivitas penelitian dilibatkan juga pihak Eksternal yang berhubungan dengan penelitian ini sejumlah 9 orang sebagai bahan pembandingan. Sehingga total kuesioner yang diedarkan sejumlah 26 kuesioner. Setelah data hasil penelitian terkumpul jumlah kuesioner yang didapat sebanyak 20 orang, sedangkan 6 orang responden tidak mengembalikan kuesioner yang telah diberikan yaitu 3 orang dari intern Disbudpar dan 3 orang lagi dari pihak Eksternal.

Untuk mendapatkan prioritas maupun keterkaitan antar strategi, dilakukan pembobotan maupun rating terhadap semua indikator faktor dalam kuesioner yang telah disebar pada responden yang mengisi kuesioner. Hasil akhirnya berupa empat elemen model SWOT yaitu faktor *Strenght*, *Weakness*, *Opportunity* dan *Threatness*. Dari hasil seluruh kuesioner yang masuk tersebut dirata-ratakan hasilnya menjadi patok duga (*benchmark*) baik pada kondisi sekarang maupun kondisi yang akan datang.

4.7 Evaluasi Strategi Jangka Pendek

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah ditabulasi dari seluruh responden yang mengembalikan kuesioner maka dapat dilihat faktor internal maupun eksternal dari kondisi saat sekarang, apa saja faktor baik secara internal maupun

eksternal yang menjadi Kekuatan (S), Kelemahan (W), Peluang (O) maupun Ancaman (T) dari program Visit Lombok Sumbawa ini yang telah dijalankan. Untuk melihat secara lebih jelas Faktor ini dibagi menjadi 2 faktor utama yaitu :

1. Faktor Internal

Faktor internal dibagi lagi menjadi 2 bagian yaitu faktor internal yang nilai rata-ratanya diatas nilai rata-rata internal sebesar 3,775 menjadi kekuatan sedangkan nilai yang berada dibawah nilai rata – rata akan menjadi kelemahan untuk kondisi saat ini dan jangka panjang.

a. Faktor Kekuatan (Strenght)

Dari hasil tabulasi yang telah dilakukan terhadap penilaian responden untuk faktor internal yang mempunyai nilai diatas rata – rata kondisi saat sekarang dan menjadi kekuatan bagi program Visit Lombok Lombok Sumbawa 2012 yaitu faktor :

No	Indikator Penilaian Internal	Rata -rata
1	Optimalisasi Promosi via media massa dalam/LN dan Internet	3.85
4	Potensi Budaya dan adat daerah	5.4
5	Tersedianya Produk UU pengembangan kawasan Pariwisata	3.9
6	Jadwal Event Pariwisata	4.25
7	Edukasi dan Sosialisasi	4.25
10	Pembinaan Seni dan budaya masyarakat	3.85
14	Tupoksi yang lebih luas dari Dinas Pariwisata	4.3
15	Sumber daya Alam dan Budaya	5.15
17	Tersedianya Roadmap pelaksanaan program	3.9
19	Pariwisata berbasiskan Lingkungan	3.9
20	Price Competitiveness (Nilai Tawar / Nilai Tambah bagi wisatawan)	4.65

b. Faktor Kelemahan (Weakness)

Dari hasil tabulasi yang telah dilakukan terhadap penilaian responden untuk faktor internal yang mempunyai nilai diatas rata – rata kondisi saat sekarang dan menjadi kelemahan bagi program Visit Lombok Lombok Sumbawa 2012 yaitu faktor :

No	Indikator Penilaian Internal	Rata -rata
2	Anggaran dan realisasi	3.55
3	Incentive Fiskal dari Pemerintah Pusat dan Daerah	2.5
8	Kompetensi/kwalitas SDM Sektor Pariwisata	2.95
9	Kompetensi/kwalitas Birokrat	3.2
11	Pemberdayaan/Partisipasi Masyarakat	3.55
12	Partnership dan Kolaborasi	3.15
13	Kerjasama Pemerintah daerah dan Stakeholder	3.35
16	Tersedianya Infrastruktur Pariwisata	2.75
18	Benchmark database dan data pariwisata	3.1

2. Faktor Eksternal

Faktor Eksternal dibagi lagi menjadi 2 bagian yaitu faktor Eksternal yang nilai rata-ratanya diatas nilai rata-rata Eksternal sebesar 3.33 (Lampiran 6) menjadi faktor Peluang sedangkan faktor Eksternal yang mempunyai nilai rata – rata dibawah nilai rata-rata akan menjadi faktor ancaman program untuk kondisi saat ini dan jangka panjang.

a. Faktor Peluang (Opportunity)

Dari hasil tabulasi yang telah dilakukan terhadap penilaian responden untuk faktor eksternal yang mempunyai nilai diatas rata – rata kondisi saat sekarang dan menjadi Peluang bagi program Visit Lombok Lombok Sumbawa 2012 yaitu faktor :

No	Indikator Penilaian Eksternal	Rata -rata
2	Citra /Preferensi Wisatawan	4.3
3	Ketersediaan souvenir/gift shop	4.55
4	Co Brandingpromo dan Event dengan daerah lain	3.45
5	Pengelolaan Lingkungan dan Budaya lokal	4.1
6	Atraksi/Daya tarik Utama dan Pendukung	4.55
14	Jaringan koordinasi dengan pariwisata daerah lain/luar negeri	3.5
17	Tersedianya Blue Print Sistem Pariwisata Nasional	3.6
18	Keanekaragaman Produk Pariwisata	4.25
19	Tersedianya akomodasi dan biro travel yang kompeten	4.2

b. Faktor Ancaman (Threatness)

Dari hasil tabulasi yang telah dilakukan terhadap penilaian responden untuk faktor eksternal yang mempunyai nilai diatas rata – rata kondisi saat sekarang dan menjadi Peluang bagi program Visit Lombok Lombok Sumbawa 2012 yaitu faktor :

No	Indikator Penilaian Eksternal	Rata -rata
1	Infrastruktur ICT /Teknologi Informasi	2.45
7	Isu Keamanan dan Terorisme	2.85
8	Krisis / shock Ekonomi dunia	3.2
9	Penelitian dan Pengembangan Pariwisata	2.5
10	Pendidikan Tinggi Pariwisata	2.85
11	Akulturasi budaya asing dan lokal	2.95
12	Investasi Sektor Pariwisata : target vs realisasi	2.8
13	Koordinasi Antar sektor pemerintahan	3.25
15	Tersedianya Low Cost Carrier (LCC)	2.7
16	Affinitas/Aksesibilitas Objek wisata	2.95
20	Tersedianya Penerbangan Langsung Maskapai Asing Ke NTB	2.35
21	Mutu layanan (Hospitality Management)	3
22	Keadaan Infrastruktur (Jalan, Sanitasi,Air bersih)	2.9

Setelah didapat nilai faktor internal dan eksternal dari setiap faktor internal dan eksternal dilanjutkan dengan membuat pembobotan untuk matriks IFAS dan EFAS yang berisikan penyesuaian nilai dari rata-rata faktor, dimana bobot rata – rata baris dikurangi rata-rata kolom (distandarisasikan) dalam harga mutlak sehingga tidak ada nilai yang negatif.

Interaksi kombinasi strategi yang meliputi kombinasi faktor internal dan eksternal terdiri dari :

1. Strategi SO (Strenght + Opportunity)
2. Strategi ST (Strenght + Threattness)
3. Strategi WO (Weakness + Opportunity)
4. Strategi WT (Weakness + Threattness)

4. 7.1 Analisis IFAS – EFAS jangka pendek

Hasil dari perhitungan faktor tersebut diperoleh pembobotan IFAS dan EFAS yang terdapat pada dua tabel berikut. Berdasarkan penentuan Internal Factor Analysis Strategy (IFAS) dapat ditentukan kekuatan dan kelemahan masing-masing faktor yang menjadi indikator permasalahan internal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB.

Tabel 4. 6 Penilaian bobot IFAS Strength saat sekarang

No	Indikator Penilaian Internal	Faktor	Bobot (Rata-rata kolom dikurangi rata-rata baris)*	Bobot (%) (b/Xsi)*B	Rata - rata Baris urgensi	Bobot X Urgensi
a	b	c	d	e	f	g
1	Optimalisasi Promosi via media massa dalam/LN dan Internet	S	3.85	4.0303585	3.65	0.1471081
4	Potensi Budaya dan adat daerah	S	5.4	5.6529704	3.5	0.197854
5	Tersedianya Produk UU pengembangan kawasan Pariwisata	S	3.9	4.0827009	3.2	0.1306464
6	Jadwal Event Pariwisata	S	4.25	4.4490971	3.05	0.1356975
7	Edukasi dan Sosialisasi	S	4.25	4.4490971	3.15	0.1401466
10	Pembinaan Seni dan budaya masyarakat	S	3.85	4.0303585	3.15	0.1269563
14	Tupoksi yang lebih luas dari Dinas Pariwisata	S	4.3	4.5014394	2.3	0.1035331
15	Sumber daya Alam dan Budaya	S	5.15	5.3912588	3.1	0.167129
17	Tersedianya Roadmap pelaksanaan program	S	3.9	4.0827009	3.1	0.1265637
19	Pariwisata berbasis Lingkungan	S	3.9	4.0827009	3.3	0.1347291
20	Price Competitiveness (Nilai Tawar / Nilai Tambah bagi wisatawan)	S	4.65	4.8678356	3.2	0.1557707
	Total S (Xsi)		47.4	49.620518	3.1545455	1.5661345

Sumber : Hasil kuesioner yang telah diolah

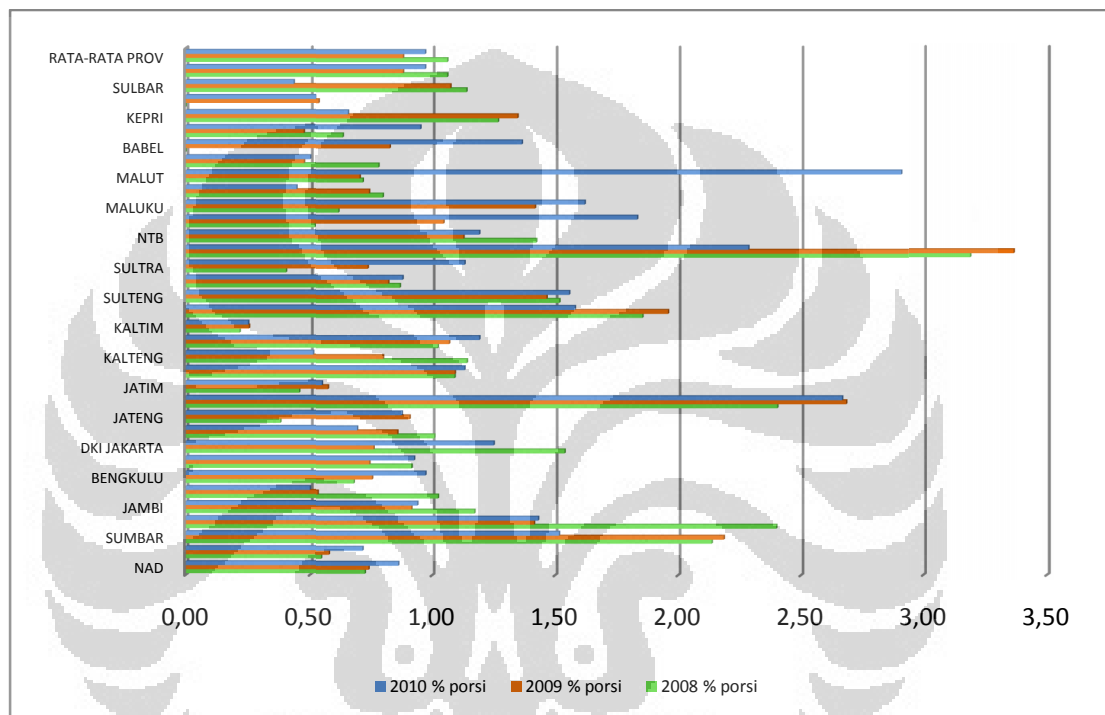
Dari perhitungan didapat bahwa faktor potensi budaya dan adat, maupun sumberdaya alam dan budaya menempati posisi teratas sebagai kekuatan pariwisata NTB dimana mendapatkan bobot diatas 5, skor tertinggi ini menunjukkan besarnya potensi yang tersedia di NTB sebagai destinasi pariwisata di Indonesia bahkan level Asia Tenggara. Faktor kekuatan lain yang mempunyai bobot yang tinggi adalah price competitiveness (nilai tambah/nilai tawar bagi wisatawan) yang sangat baik yang dapat memikat wisatawan untuk berkunjung ke NTB. Walaupun Pariwisata berbasiskan lingkungan dan Promosi Pariwisata tidak mendapatkan bobot yang sangat besar akan tetapi dalam realitas sesungguhnya dua faktor ini juga sangat berperan dalam jangka pendek sebagai pemicu (*trigger*) bagi wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata, dan hal ini sudah dibuktikan oleh berbagai penelitian yang sudah dilakukan.

Tabel 4. 7 Penilaian bobot IFAS saat sekarang

No	Indikator Penilaian Internal	Faktor	Bobot (Rata-rata kolom dikurangi rata-rata baris)*	Bobot (%) (b/Xsi)*Bs	Rata - rata Baris urgensi	Bobot X Urgensi
a	b	c	d	e	f	g
2	Anggaran dan realisasi	W	5.775	6.0455378	3.15	0.1904344
3	Incentive Fiskal dari Pemerintah Pusat dan Daerah	W	4.725	4.9463491	3	0.1483905
8	Kompetensi/kwalitas SDM Sektor Pariwisata	W	5.175	5.41743	2.85	0.1543968
9	Kompetensi/kwalitas Birokrat	W	5.425	5.6791416	3.05	0.1732138
11	Pemberdayaan/Partisipasi Masyarakat	W	5.775	6.0455378	3.4	0.2055483
12	Partnership dan Kolaborasi	W	5.375	5.6267993	2.55	0.1434834
13	Kerjasama Pemerintah daerah dan Stakeholder	W	5.575	5.8361685	3.6	0.2101021
16	Tersedianya Infrastruktur Pariwisata	W	4.975	5.2080607	3.65	0.1900942
18	Benchmark database dan data pariwisata	W	5.325	5.5744569	2.8	0.1560848
	Total W (Xwi)		48.125	50.379482	3.1166667	1.5717482
	Total Xi = Xsi + Xwi =		95.525			
	Bs = (Xsi/Xi)*100%					
	Bs = (Xwi/Xi)*100%					

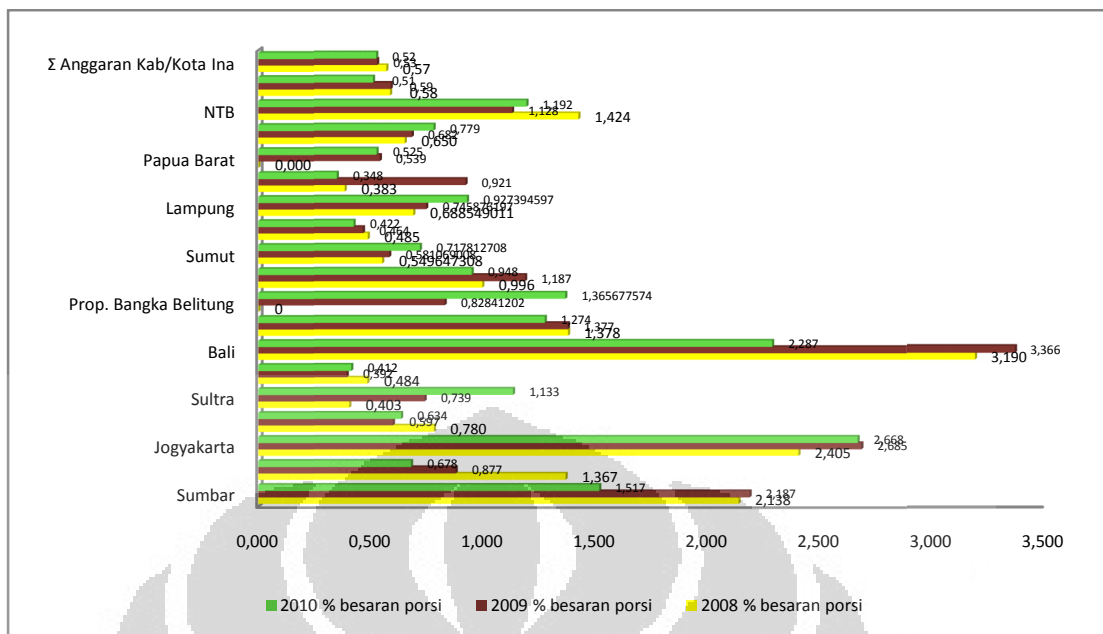
Sumber : Hasil kuesioner yang telah diolah

Faktor kelemahan tertinggi dari sisi internal jangka pendek, dengan bobot diatas 6 adalah pemberdayaan / partisipasi masyarakat dan Anggaran/realisasi yang ada belum maksimal. Hal ini cukup menghambat terhadap pelaksanaan program dimana alokasi kegiatan event maupun promosi membutuhkan dana yang cukup besar dan ini belum dapat terealisasi dengan baik karena keadaan keuangan Pemprov NTB yang terbatas.



Gambar 4. 1 Data statistik perbandingan anggaran pariwisata Provinsi di Indonesia 2008 s/d 2010

Sumber : Hasil data sekunder yang telah diolah kembali

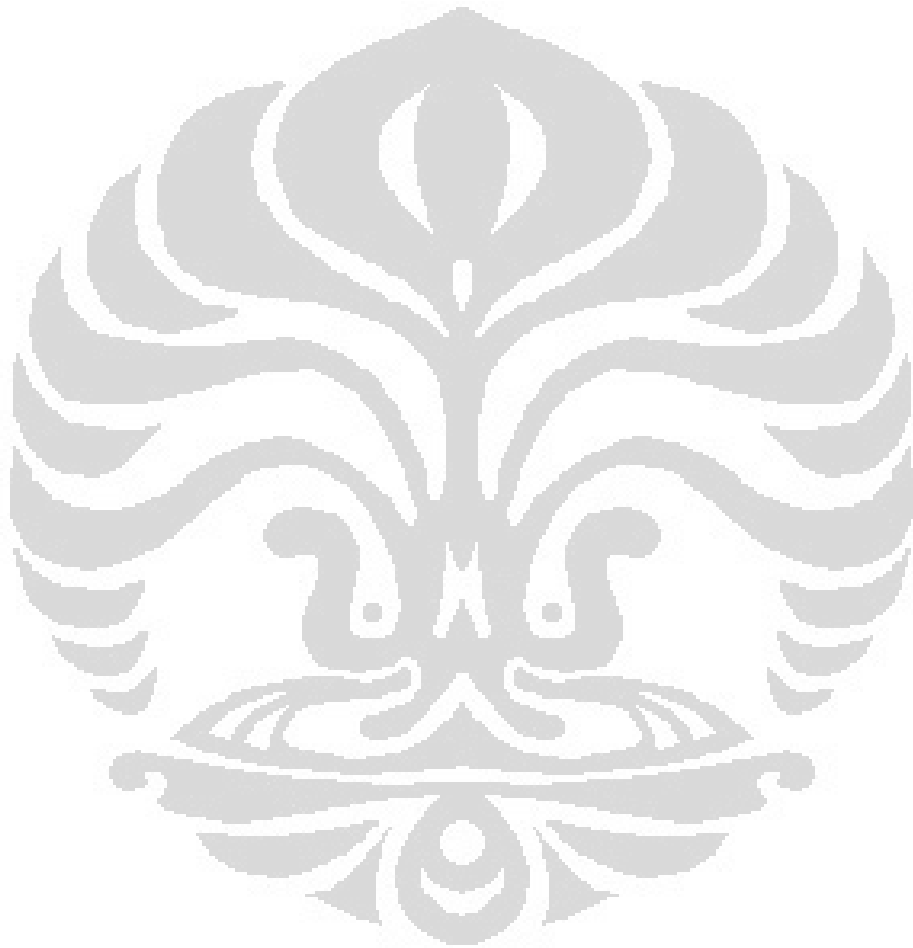


Gambar 4. 2 Data statistik perbandingan anggaran pariwisata dengan APBD total pada 9 provinsi Kab/Kota 2008 s/d 2010

Sumber : Hasil data sekunder yang telah diolah kembali

Kalau dibandingkan daerah Provinsi lain di Indonesia besaran anggaran untuk sektor pariwisata di NTB hanya lebih tinggi sedikit dibandingkan Total prosentase nasional dan lebih kecil, bila dibandingkan dengan daerah tujuan wisata yang sudah lama seperti Provinsi Sumatera Barat, Yogyakarta dan Bali (data lengkap pada Lampiran 10 dan 11). Bila dibandingkan support antara kab/kota di wilayah provinsi NTB dan daerah Provinsi lain tersebut terlihat anggaran sektor pariwisata Kab/Kota di NTB hanya Kab. Lombok Barat dan Kota Mataram yang anggarannya paling besar dalam tiga tahun terakhir dan terhitung masih lebih kecil dibandingkan daerah Kab/Kota di Provinsi yang sudah menjadi daerah tujuan wisata, terutama daerah tujuan utama lain setelah Jakarta seperti Medan, Yogyakarta dan Bali (Daryanto dan Usman,2007). dampaknya adalah support bantuan dana maupun tekhnis pada daerah kota/kabupaten masih sangat kurang sehingga akselerasi program antar wilayah menurun, dan pembangunan infrastruktur pariwisata didaerah kab/kota NTB menjadi terhambat. Selain faktor – faktor tersebut yang mempunyai bobot besar, akan tetapi yang menjadi kelemahan yang cukup mendasar bagi Disbudpar NTB adalah masalah

Benchmark dan ketersediaan data pariwisata yang sangat minim dan tidak sinkron antara Kab/Kota dan Provinsi. Dari data sekunder yang didapat dan wawancara yang telah dilakukan dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab/Kota terdapat perbedaan yang signifikan tentang jumlah kunjungan dan menginap wisatawan, selain itu ketersediaan datanya sangat minim. Hal ini merupakan pekerjaan rumah yang wajib dilaksanakan bagi kedua belah pihak agar data yang dihasilkan dapat menjadi acuan dalam menentukan rencana kedepannya.



Tabel 4. 8 Penilaian bobot EFAS saat sekarang

No	Indikator Penilaian Internal	Faktor	Bobot (Rata-rata kolom dikurangi rata-rata baris)*	Bobot (%) (b/Xsi)*Bs	Rata - rata Baris urgensi	Bobot X Urgensi
a	b	c	d	e	f	g
2	Citra /Preferensi Wisatawan	O	4.3	4.9951158	3.65	0.1823217
3	Ketersediaan souvenir/gift shop	O	4.55	5.2855295	2.8	0.1479948
4	Co Branding promo dan Event dengan daerah lain	O	3.45	4.0077092	2.45	0.0981889
5	Pengelolaan Lingkungan dan Budaya lokal	O	4.1	4.7627848	2.65	0.1262138
6	Atraksi/Daya tarik Utama dan Pendukung	O	4.55	5.2855295	2.95	0.1559231
14	Jaringan koordinasi dengan pariwisata daerah lain/luar negeri	O	3.5	4.0657919	2.45	0.0996119
17	Tersedianya Blue Print Sistem Pariwisata Nasional	O	3.6	4.1819574	2.35	0.098276
18	Keanekaragaman Produk Pariwisata	O	4.25	4.937033	2.85	0.1407054
19	Tersedianya akomodasi dan biro travel yang kompeten	O	4.2	4.8789503	3.05	0.148808
	Total O (Xse)		36.5	42.400401	2.8	1.1980437

Sumber : Hasil kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan hasil perhitungan faktor eksternal menunjukkan bahwa atraksi/daya tarik utama dan ketersediaan gift shop menempati posisi teratas sebagai peluang utama pariwisata NTB dimana mendapatkan bobot 5.2855295, skor tertinggi ini menunjukkan besarnya potensi peluang yang tersedia di NTB untuk meningkatkan pertumbuhan sektor ekonomi khususnya dibidang pariwisata baik bagi usaha kecil maupun skala yang lebih besar lagi dibidang budaya maupun industri kerajinan yang layak jual. Faktor peluang lain yang mempunyai bobot yang tinggi adalah citra/preferensi yang baik dimata para wisatawan yang dapat memikat wisatawan untuk berkunjung kembali berwisata ke NTB hal ini harus terus dijaga oleh pemerintah daerah beserta masyarakat pelaku pariwisata. Selain dari besarnya pembobotan dari hasil responden, di era globalisasi dan perilaku wisatawan yang semakin beragam faktor lain yang tak kalah pentingnya adalah diversifikasi produk wisata, bila peluang ini tidak segera diambil dan

diperbaiki pada masa mendatang akan terjadi titik jenuh, karena untuk mendapatkan kunjungan ulang wisatawan diperlukan hal baru, dan mendorong wisatawan untuk tetap kembali seperti program pengembangan desa wisata dengan mempelajari budaya/adat setempat atau yang lebih modern dengan membuat wahana baru.

Tabel 4. 9 Penilaian bobot EFAS saat sekarang

No	Indikator Penilaian Internal	Faktor	Bobot (Rata-rata kolom dikurangi rata-rata baris)*	Bobot (%) (b/Xte)*Bs	Rata - rata Baris urgensi	Bobot X Urgensi
h	i	j	k	l	m	n
1	Infrastruktur ICT /Teknologi Informasi	T	5.120454545	5.9482008	3.35	0.1992647
7	Isu Keamanan dan Terorisme	T	5.520454545	6.4128627	3.4	0.2180373
8	Krisis / shock Ekonomi dunia	T	5.870454545	6.8194419	2.95	0.2011735
9	Penelitian dan Pengembangan Pariwisata	T	5.170454545	6.0062835	2.45	0.1471539
10	Pendidikan Tinggi Pariwisata	T	5.520454545	6.4128627	2.6	0.1667344
11	Akulturasi budaya asing dan lokal	T	5.620454545	6.5290282	1.85	0.120787
12	Investasi Sektor Pariwisata : target vs realisasi	T	5.470454545	6.3547799	3.4	0.2160625
13	Koordinasi Antar sektor pemerintahan	T	5.920454545	6.8775246	3.45	0.2372746
15	Tersedianya Low Cost Carrier (LCC)	T	5.370454545	6.2386145	3.6	0.2245901
16	Affinitas/Aksesibilitas Objek wisata	T	5.620454545	6.5290282	3.3	0.2154579
20	Tersedianya Penerbangan Langsung Maskapai Asing Ke NTB	T	5.020454545	5.8320353	3.35	0.1953732
21	Mutu layanan (Hospitality Management)	T	5.670454545	6.5871109	3.35	0.2206682
22	Keadaan Infrastruktur (Jalan, Sanitasi,Air bersih)	T	5.570454545	6.4709454	3.25	0.2103057
	Total T (Xte)		49.58409091	57.599599	3.1	1.7310782
	Total Xe = Xoe + Xte =		86.08409091			
	Bo = (Xoe/Xe)*100%					
	Bt = (Xte/Xe)*100%					

Sumber : Hasil kuesioner yang telah diolah

Faktor ancaman tertinggi dari sisi eksternal dengan bobot 6.8775246 adalah lemahnya koordinasi antara Dinas Kebudayaan dan pariwisata dengan

SKPD lain maupun dengan Pemerintah Kab/Kota menyebabkan menurunnya akselerasi program visit lombok sumbawa karena Daerah kab/kota merasa tidak dilibatkan dalam kegiatan tersebut. Seperti kegiatan pada program festival Lakeey di Kabupten Dompu bulan Juli 2011 dimana Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Dompu merasa kurang dilibatkan sehubungan dengan program tersebut sedangkan program itu sendiri kegiatannya dipihak ketigakan oleh Disbudpar Provinsi pada salah satu EO (*Event Organizer*) sehingga support maksimal yang diharapkan dari daerah sangat minim dalam kegiatan. Akibatnya adalah penurunan kinerja daerah dan ketidak sinkronan program yang telah digulirkan menyebabkan hambatan besar dalam kesuksesan program. Selain itu faktor ancaman terjadinya shock masalah ekonomi dan isu keamanan merupakan isu yang cukup berpengaruh terhadap target kunjungan, karena dari beberapa referensi yang ada menunjukkan wisatawan yang ingin berwisata lebih memilih wilayah yang aman dan minim konflik sedangkan situasi yang kurang kondusif seperti peristiwa bom di Kabupaten Bima berdampak sangat buruk kalau isu tersebut terlambat diantisipasi. Ancaman lain yang menonjol pada jangka pendek adalah faktor tersedianya low cost carrier dan penerbangan langsung maskapai asing, dengan semakin murahnya tiket pesawat dan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang stabil di kisaran diatas 6 % yang ditunjang dengan konsumsi kelas menengah Indonesia 2-20 dolar AS tidak kurang dari 134 juta orang , dimana konsumsi mempunyai share 70% atas PDB (Kompas,20 Desember 2011) pasar wisatawan domestik merupakan lahan yang harus dibenahi dan dipertahankan agar mereka lebih tertarik berwisata didalam negeri dibandingkan luar negeri dengan biaya yang sama. Sedangkan kerjasama maskapai asing dengan pihak pemerintah daerah untuk melakukan penerbangan langsung, akan secara bermakna meningkatkan arus (*traffic*) kunjungan wisatawan terutama wisatawan asing regional Asia bahkan Eropah dan Amerika.

4. 7.2 Perumusan Strategi Jangka Pendek

Untuk mengevaluasi strategi yang telah dilakukan berupa prioritas dan keterkaitan antar strategi yang telah dilakukan berdasarkan pembobotan SWOT,

maka dilakukan interaksi kombinasi strategi internal dan eksternal yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Interaksi kombinasi Strategi SO (Strenght + Opportunity) yaitu strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Kombinasi yang seimbang antara kesempatan dan peluang tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- Potensi adat dan budaya, alam yang berlimpah ditunjang dengan nilai tawar (*price competitiveness*), merupakan modal yang sangat besar bagi Provinsi NTB dalam meningkatkan permintaan (*demand*) kunjungan wisatawan.
- Tersedianya data yang akurat dan roadmap pelaksanaan program pariwisata akan lebih menajamkan visi dan misi pembangunan kepariwisataaan NTB.
- Selain itu koordinasi yang intens dan program pengembangan variasi produk wisata yang berwawasan lingkungan merupakan trend positif dalam pengelolaan kawasan pariwisata kedepannya.

Untuk lebih detailnya fokus kombinasi strategi ini bisa dilihat pada kolom berikut:

Strategi SO

1. Kekuatan Promosi terus dipertahankan bila perlu ditingkatkan
2. Pengembangan potensi budaya dan adat dimasyarakat.
3. Menyatukan satu visi diantara stake holder dalam pengembangan kepariwisataaan di NTB .
4. Koordinasi dan kerjasama antar wilayah dlm provinsi maupun antar lokasi wisata lain luar provinsi untuk menyertakan destinasi wilayah NTB sebagai salah satu tujuan wisata.
5. Meningkatkan variasi produk wisata berbasiskan lingkungan dan masyarakat

2. Interaksi kombinasi Strategi WO (Weaknesst + Opportunity) yaitu strategi yang mengurangi kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada, dimana dapat diuraikan sebagai berikut:

- Peningkatan kolaborasi dan kerjasama antara pemerintah dengan swasta (PPP) dalam memajukan sektor ini, akan memacu pertumbuhan ekonomi dan peningkatan penggunaan tenaga kerja sektor ini.
- Pemberdayaan masyarakat terutama disekitar area destinasi wisata disertai dengan pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan, secara signifikan dapat menumbuhkan kemandirian dan anggapan masyarakat tentang dampak positif pariwisata.

Untuk lebih detailnya fokus kombinasi strategi ini bisa dilihat pada kolom berikut:

Strategi WO

1. Pemberdayaan masyarakat lokal untuk berpartisipasi dalam pengembangan sektor pariwisata terutama terkait program PNPM mandiri Pariwisata.
2. Meningkatkan fasilitas dan sarana akomodasi wisatawan.
3. Meningkatkan citra daerah yang sudah baik di mata wisatawan dan mensosialisasikan pada masyarakat tentang pentingnya menjaga sikap dan keamanan bagi wisatawan.
4. Pelatihan masyarakat pelaku wisata (Supir, pedagang asongan, perajin) untuk mendukung upaya menjaga ketertiban dan kenyamanan wisatawan.

3. Interaksi kombinasi Strategi ST (Strenght + Threatness) yaitu strategi yang menggunakan kekuatan dan meminimalisir ancaman yang terjadi berupa:

- Masalah sumberdaya manusia adalah aset yang paling berharga yang perlu terus diasah dan dikembangkan seperti Singapura, walaupun minim sumberdaya alam dengan kemampuan sumberdaya manusianya mereka sanggup membuat destinasi wisata mereka menjadi tempat yang dapat menarik kunjungan berulang wisatawan untuk selalu berkunjung (*repeat order*). Hal ini seharusnya merupakan pelajaran bagi kita untuk selalu memperbaiki faktor ini.

- Perbaikan mutu layanan disertai perbaikan sarana infrastruktur pariwisata akan berdampak signifikan terhadap animo wisatawan untuk kembali dan juga wisatawan akan merekomendasikan hal ini sesuai pengalaman yang dirasakan selama berwisata.

Untuk lebih detailnya fokus kombinasi strategi ini bisa dilihat pada kolom berikut:

Strategi ST
1. Peningkatan SDM pariwisata dengan pelatihan, standar kompetensi lulusan dan pengembangan penelitian tentang pariwisata
2. Sosialisasi dan pembinaan pada Pokdarwis maupun TOMA/TOGA dalam upaya akulturasi budaya lokal dan asing.
3. Memperbaiki mutu layanan pelaku pariwisata berupa standar pelayanan dan monev (hospitality management).
4. Menjaga kelestarian lingkungan destinasi wisata dan aksesibilitas dengan melibatkan lintas sektor.
5. Menjaga dan memperbaiki sarana infrastruktur pariwisata (sanitasi umum, air bersih dan kebersihan daerah wisata)

4. Interaksi kombinasi Strategi WT (Weakness + Threatness) yaitu strategi yang mengurangi kelemahan dan sekaligus mengurangi ancaman secara eksternal yang terjadi yang ada, berupa:
 - Masalah anggaran merupakan hal klasik yang sering dialami daerah untuk membangun sektor pariwisata. Untuk itu adanya peningkatan anggaran baik dalam perencanaannya maupun dalam alokasi penggunaannya ditunjang dengan adanya kemudahan berinvestasi bagi investor berupa incentive fiskal dari Pemerintah pusat maupun daerah adalah hal penting dalam meningkatkan pertumbuhan sektor pariwisata di NTB.
 - Peningkatan kualitas dan kompetensi baik pelaku industri pariwisata maupun birokrat di provinsi dan Kabupaten berupa pelatihan, bimbingan tekhnis dan sosialisasi pengelolaan pariwisata akan berdampak signifikan terhadap pertumbuhan sektor pariwisata.

- Kerjasama dan koordinasi baik lintas sektor maupun antar sektor baik pada tataran Provinsi, Provinsi – Pusat maupun Provinsi – Kabupaten/Kota akan mempermudah penyelesaian masalah dan kebijakan yang akan diambil.
- Perbaikan infrastruktur terutama yang berhubungan dengan sektor kepariwisataan (Jalan, sanitasi, air bersih) maupun mutu layanan dan akomodasi secara bertahap akan meningkatkan citra /preferensi yang baik dimata wisatawan baik lokal maupun asing.
- Antisipasi isu shock ekonomi dan isu keamanan dengan tetap menjaga keamanan dan kenyamanan wilayah berkoordinasi dengan aparat terkait agar kondisi tetap kondusif.
- Aksesibilitas dan penerbangan langsung yang murah baik secara lokal maupun internasional merupakan pekerjaan berat yang harus diprioritaskan oleh penangku kebijakan untuk mencapai target yang telah ditentukan.

Untuk lebih detailnya fokus kombinasi strategi ini bisa dilihat pada kolom berikut:

Strategi WT

1. Adanya peningkatan anggaran baik dalam perencanaannya maupun dalam alokasi penggunaannya.
2. Peningkatan kualitas dan kompetensi baik pelaku industri pariwisata maupun birokrat di provinsi dan Kabupaten.
3. Kerjasama dan koordinasi baik lintas sektor maupun antar sektor baik pada tataran Provinsi, Provinsi – Pusat maupun Provinsi – Kabupaten/Kota.
4. Perbaikan infrastruktur terutama yang berhubungan dengan sektor kepariwisataan (Jalan, sanitasi, air bersih).
5. Antisipasi isu shock ekonomi dan isu keamanan dengan tetap menjaga keamanan dan kenyamanan wilayah.
6. Aksesibilitas dan penerbangan langsung yang murah baik secara lokal maupun internasional

Selanjutnya untuk mengetahui bagaimana kekuatan dan kelemahan internal dalam kerangka program Visit Lombok Sumbawa 2012 dan disesuaikan

dengan peluang maupun ancaman yang terjadi secara eksternal (IFAS dan EFAS) maka disusunlah matriks SWOT untuk mengevaluasi strategi yang dilakukan dapat dilihat pada Lampiran 8.

Dari hasil penyusunan Matriks SWOT yang membagi strategi menjadi empat strategi pilihan lingkup Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB, diketahui bahwa strategi yang mempunyai nilai terbesar untuk jangka pendek adalah kombinasi Weakness – Threatness (WT) sebesar 3.3028. hal ini berarti strategi yang menjadi prioritas dipilih untuk jangka pendek oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemprov NTB adalah strategi yang mampu meminimalkan faktor kelemahan (Weakness) yang ada secara internal organisasi dan mengurangi maupun meminimalisir Ancaman (Threatness) yang berasal dari eksternal organisasi.

Dari hasil SWOT strategi besar yang dihasilkan dapat ditentukan strategi kecil untuk diimplementasikan berdasarkan kelemahan yang paling besar berupa peningkatan alokasi anggaran program pariwisata yang lebih spesifik pada program Pemberdayaan/partisipasi masyarakat dan kerjasama antar pemerintah daerah maupun stake holder pariwisata termasuk dalam upaya penyediaan sarana infrastruktur penunjang pariwisata. Untuk mengantisipasi ancaman yang terjadi maka Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB dapat menetapkan prioritas pada koordinasi yang lebih baik antar sektor pemerintahan terutama pada kota /kabupaten yang mempunyai wilayah destinasi pariwisata selain melihat isu – isu keamanan baik secara nasional maupun regional.

4.8 Strategi SWOT Jangka Panjang

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah ditabulasi dari seluruh responden yang mengembalikan kuesioner maka dapat dilihat faktor internal maupun Eksternal dari kondisi jangka panjang faktor apa saja baik secara internal maupun eksternal yang menjadi Kekuatan (S), Kelemahan (W), Peluang (O) maupun Ancaman (T) dari program Visit Lombok Sumbawa ini yang telah dijalankan.

4. 8.1 Identifikasi Lingkungan Internal

a. Kekuatan (Strenght)

Dari hasil tabulasi yang telah dilakukan terhadap penilaian responden untuk faktor internal yang mempunyai nilai diatas rata – rata kondisi jangka panjang dan menjadi kekuatan bagi program Visit Lombok Lombok Sumbawa 2012 yaitu faktor :

No	Indikator Penilaian Internal	Rata -rata
1	Optimalisasi Promosi via media massa dalam/LN dan Internet	5.15
2	Anggaran dan realisasi	5.05
4	Potensi Budaya dan adat daerah	5.7
5	Tersedianya Produk UU pengembangan kawasan Pariwisata	4.8
6	Jadwal Event Pariwisata	5.55
7	Edukasi dan Sosialisasi	5.35
10	Pembinaan Seni dan budaya masyarakat	5.05
11	Pemberdayaan/Partisipasi Masyarakat	5.1
14	Tupoksi yang lebih luas dari Dinas Pariwisata	5
No	Indikator Penilaian Internal	Rata -rata
15	Sumber daya Alam dan Budaya	5.05
17	Tersedianya Roadmap pelaksanaan program	5.05
20	Price Competitiveness (Nilai Tawar / Nilai Tambah bagi wisatawan)	5.15
	Rata- rata S (Xsi)	5.167

b. Kelemahan (Weakness)

Dari hasil tabulasi yang telah dilakukan terhadap penilaian responden untuk faktor internal yang mempunyai nilai diatas rata – rata kondisi jangka panjang dan menjadi kelemahan bagi program Visit Lombok Lombok Sumbawa 2012 yaitu faktor :

No	Indikator Penilaian Internal	Rata -rata
3	Incentive Fiskal dari Pemerintah Pusat dan Daerah	4.3
8	Kompetensi/kwalitas SDM Sektor Pariwisata	4.6
9	Kompetensi/kwalitas Birokrat	4.25
12	Partnership dan Kolaborasi	4.5
13	Kerjasama Pemerintah daerah dan Stakeholder	4.7
16	Tersedianya Infrastruktur Pariwisata	4.3
18	Benchmark database dan data pariwisata	4.65
19	Pariwisata berbasis Lingkungan	4.6
	Rata - rata W (Xwi)	4.488

4. 8.2 Identifikasi Lingkungan Eksternal

a. Peluang (Opportunity)

Dari hasil tabulasi yang telah dilakukan terhadap penilaian responden untuk faktor eksternal yang mempunyai nilai diatas rata – rata kondisi jangka panjang dan menjadi peluang bagi program Visit Lombok Lombok Sumbawa 2012 yaitu faktor :

No	Indikator Penilaian Eksternal	Rata -rata
1	Infrastruktur ICT /Teknologi Informasi	4.85
2	Citra /Preferensi Wisatawan	5.4
3	Ketersediaan souvenir/gift shop	5.45
4	Co Brandingpromo dan Event dengan daerah lain	4.75
6	Atraksi/Daya tarik Utama dan Pendukung	5.35
15	Tersedianya Low Cost Carrier (LCC)	5.55
17	Tersedianya Blue Print Sistem Pariwisata Nasional	5.05
18	Keanekaragaman Produk Pariwisata	5.1
19	Tersedianya akomodasi dan biro travel yang kompeten	5.25
20	Tersedianya Penerbangan Langsung Maskapai Asing Ke NTB	5.2
	Rata – rata O (Xoe)	5.195

b. Ancaman (Threatness)

Dari hasil tabulasi yang telah dilakukan terhadap penilaian responden untuk faktor eksternal yang mempunyai nilai diatas rata – rata kondisi jangka panjang dan menjadi ancaman bagi program Visit Lombok Lombok Sumbawa 2012 yaitu faktor :

No	Indikator Penilaian Eksternal	Rata -rata
5	Pengelolaan Lingkungan dan Budaya lokal	4.7
7	Isu Keamanan dan Terorisme	4.6
8	Krisis / shock Ekonomi dunia	4.75
9	Penelitian dan Pengembangan Pariwisata	4.5
10	Pendidikan Tinggi Pariwisata	4.65
11	Akulturasi budaya asing dan lokal	4.25
12	Investasi Sektor Pariwisata : target vs realisasi	4.55
13	Koordinasi Antar sektor pemerintahan	4.5
14	Jaringan koordinasi dengan pariwisata daerah lain/luar negeri	4.65
16	Affinitas/Aksesibilitas Objek wisata	4.65
21	Mutu layanan (Hospitality Management)	4.65
22	Keadaan Infrastruktur (Jalan, Sanitasi,Air bersih)	4.45
	Rata – rata T (Xte)	4.575

4. 8.3 Penilaian bobot IFAS/EFAS jangka panjang

Hasil dari perhitungan faktor tersebut diperoleh pembobotan IFAS dan EFAS yang terdapat pada dua tabel berikut. Berdasarkan penentuan Internal Factor Analysis Strategy (IFAS) dapat ditentukan kekuatan dan kelemahan masing-masing faktor yang menjadi indikator permasalahan internal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB.

Tabel 4. 10 Penilaian bobot IFAS Strenghjt jangka panjang

No	Indikator Penilaian Internal	Faktor	Bobot (Rata-rata kolom dikurangi rata-rata baris)*	Bobot (%) (e/Xsi)* Bs	Rata - rata Baris urgensi	Bobot X Urgensi
a	b	c	d	e	f	g
1	Optimalisasi Promosi via media massa dalam/LN dan Internet	S	5.15	4.8248079	3.65	0.1761055
2	Anggaran dan realisasi	S	5.05	4.7311224	3.15	0.1490304
4	Potensi Budaya dan adat daerah	S	5.7	5.3400787	3.5	0.1869028
5	Tersedianya Produk UU pengembangan kawasan Pariwisata	S	4.8	4.4969084	3.2	0.1439011
6	Jadwal Event Pariwisata	S	5.55	5.1995503	3.05	0.1585863
7	Edukasi dan Sosialisasi	S	5.35	5.0121791	3.15	0.1578836
10	Pembinaan Seni dan budaya masyarakat	S	5.05	4.7311224	3.15	0.1490304
11	Pemberdayaan/Partisipasi Masyarakat	S	5.1	4.7779651	3.4	0.1624508
14	Tupoksi yang lebih luas dari Dinas Pariwisata	S	5	4.6842796	2.3	0.1077384
15	Sumber daya Alam dan Budaya	S	5.05	4.7311224	3.1	0.1466648
17	Tersedianya Roadmap pelaksanaan program	S	5.05	4.7311224	3.1	0.1466648
20	Price Competitiveness (Nilai Tawar / Nilai Tambah bagi wisatawan)	S	5.15	4.8248079	3.2	0.1543939
	Total S (Xsi)		62	58.08507	3.1625	1.839353

Sumber : Hasil kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan hasil tabulasi perhitungan bobot internal jangka panjang menunjukkan faktor utama yang menjadi kekuatan adalah Potensi adat dan budaya daerah yang mempunyai bobot terbesar 5.3400787. Peluang yang sangat besar ini merupakan juga tantangan yang harus terus dijaga dan dilestarikan dalam

pengelolaannya. Potensi adat dan budaya selain dapat mendiversifikasi produk wisata dan menurunkan efek *low season tourism* diperlukan juga kerjasama regional, kolaborasi promosi dan pengembangan wisata budaya yang manfaatnya bukan hanya dirasakan wisatawan global/lokal juga untuk pengembangan pasar /diversifikasi produk wisata itu sendiri (Timotius dalam Timothy & Nyaupane,(2009). Jadwal dan event pariwisata di NTB merupakan suatu produk yang layak jual untuk jangka panjang dari berbagai event yang ada seperti Festival Bau Nyale, Festival Gendang Parasean, Festival Lakeey maupun Festival Kuda Bima merupakan event-event yang seharusnya dapat dijaga sustainibilitas penyelenggaraan dan pendanaan programnya, hal ini perlu digaris bawahi karena event seperti ini sering menjadi produk sesaat dan kurangnya koordinasi menambah rumitnya pengelolaan event – event tersebut.

Hal yang perlu tapi sering dilupakan adalah peta jalan (*roadmap*) pelaksanaan program kegiatan. Sehubungan dengan amanat UU No. 10 tahun 2009, dimana pembuatan RIPPARDA (Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah) adalah hal yang cukup mendesak untuk dilaksanakan, karena menyangkut konsep pembangunan kepariwisataan yang komprehensif mengenai semua aspek yang berkaitan, dimana penilaian bukan hanya sekedar nilai ekonomi dan tata ruang semata,akan tetapi juga pada implementasi dan koordinasi dilapangan nantinya.

Tabel 4. 11 Penilaian bobot IFAS Weakness jangka panjang

No	Indikator Penilaian Internal	Faktor	Bobot (Rata-rata kolom dikurangi rata-rata baris)*	Bobot (%) (n/Xsi)*Bs	Rata - rata Baris urgensi	Bobot X Urgensi
h	i	j	k	l	m	n
3	Incentive Fiskal dari Pemerintah Pusat dan Daerah	W	5.405	5.0637062	3	0.1519112
8	Kompetensi/kwalitas SDM Sektor Pariwisata	W	5.705	5.344763	2.85	0.1523257
9	Kompetensi/kwalitas Birokrat	W	5.355	5.0168634	3.05	0.1530143
12	Partnership dan Kolaborasi	W	5.605	5.2510774	2.55	0.1339025
13	Kerjasama Pemerintah daerah dan Stakeholder	W	5.805	5.4384486	3.6	0.1957841
16	Tersedianya Infrastruktur Pariwisata	W	5.405	5.0637062	3.65	0.1848253
18	Benchmark database dan data pariwisata	W	5.755	5.3916058	2.8	0.150965
19	Pariwisata berbasis Lingkungan	W	5.705	5.344763	3.3	0.1763772
	Total W (Xwi)		44.74	41.914933	3.1	1.2991053
	Total Xi = Xsi + Xwi =		106.74			
	Bs = (Xsi/Xi)*100%					

Sumber : Hasil kuesioner yang telah diolah

Sisi kelemahan secara internal program Visit Lombok Sumbawa yang utama jangka panjang adalah masih kurangnya Kerjasama Pemerintah daerah dengan stakeholder, hal ini bila tidak segera dibenahi akan mengancam program kerja maupun sustainabilitas sektor pariwisata di NTB seperti masalah pengecekan visa dan kedatangan turis di bandara Sultan Salahudin Bima yang datang dari daerah lain (Bali dan Lombok) dan dibatasi/dilarangya pihak hotel menjemput sendiri wisatawan ke bandara oleh pihak bandara akan menurunkan minat wisatawan dan pelaku usaha dalam melakukan kegiatan. Kelemahan kedua yang

terbesar adalah produk wisata terutama wisata alam adalah barang yang rentan terhadap kerusakan untuk itu pengelolaan pariwisata yang berbasis lingkungan (*Ecotourism*) merupakan program kerja jangka panjang yang perlu dipikirkan dan disosialisasikan kepada seluruh stakeholder terutama Pelaku usaha, wisatawan dan masyarakat. Evaluasi keseimbangan interaksi pariwisata dengan alam, baik sebagai positif atau negatif, akan mempengaruhi kebijakan pariwisata dan dinamika pasar. Saat ini, paradigma dominan pengembangan pariwisata adalah keberlanjutan, didukung oleh etika konservasi, berasal dari kesadaran bahwa kesejahteraan masa depan kita dan kelangsungan hidup tergantung pada lingkungan alam sekitarnya (Holden dalam Jennifer & Tim, 2009)

Masalah dukungan pemerintah daerah dan pusat dalam hal ini walaupun dalam bobot tidak sebesar faktor lain, akan tetapi tetap mempengaruhi minat wisatawan dan investor dalam kaitannya dengan pengembangan sektor pariwisata. Sebagai regulator pemerintah dalam hal ini dapat memperbaiki dari sisi penawaran berupa peningkatan kapabilitas layanan pelaku wisata dengan mengadakan pelatihan maupun sertifikasi kompetensi maupun incentive fiskal dalam investasi destinasi wisata.

Tabel 4. 12 Penilaian Bobot EFAS jangka panjang

No	Indikator Penilaian Eksternal	Ket	Bobot (Rata-rata kolom dikurangi rata-rata baris)*	Bobot (%) (e/Xsi)*Bs	Rata - rata Baris urgensi	Bobot X Urgensi
a	b	c	d	e	f	g
1	Infrastruktur ICT /Teknologi Informasi	O	4.85	4.0226202	3.35	0.1347578
2	Citra /Preferensi Wisatawan	O	5.4	4.4787936	3.65	0.163476
3	Ketersediaan souvenir/gift shop	O	5.45	4.5202639	2.8	0.1265674
4	Co Brandingpromo dan Event dengan daerah lain	O	4.75	3.9396795	2.45	0.0965221
6	Atraksi/Daya tarik Utama dan Pendukung	O	5.35	4.4373233	2.95	0.130901
15	Tersedianya Low Cost Carrier (LCC)	O	5.55	4.6032045	3.6	0.1657154
17	Tersedianya Blue Print Sistem Pariwisata Nasional	O	5.05	4.1885014	2.35	0.0984298
18	Keaneekaragaman Produk Pariwisata	O	5.1	4.2299717	2.85	0.1205542
19	Tersedianya akomodasi dan biro travel yang kompeten	O	5.25	4.3543827	3.05	0.1328087
20	Tersedianya Penerbangan Langsung Maskapai Asing Ke NTB	O	5.2	4.3129123	3.35	0.1444826
	Total O (Xoe)		51.95	43.087653	3.04	1.3142149

Dari hasil pembobotan EFAS perhitungan jangka panjang yang menjadi peluang terbesar dari Disbudpar Prov. NTB adalah tersedianya penerbangan murah (*Low cost carrier*) hal ini merupakan suatu peluang yang perlu dimanfaatkan sebaik-baiknya apalagi ditambah dengan beroperasinya pada bulan oktober 2011 Bandara Internasional Lombok (BIL) akan memungkinkan terjadinya peningkatan kunjungan signifikan wisatawan ke Provinsi NTB secara keseluruhan. Tujuan akhir dari semua kegiatan ekonomi adalah untuk memuaskan keinginan konsumen. Tidak ada bukti bahwa konsumen tidak ingin melanjutkan untuk membeli tiket penerbangan biaya rendah. Preferensi konsumen telah

menanggapi tarif udara yang rendah dengan meningkatkan jumlah perjalanan. Uni Eropa memperkirakan bahwa jumlah penerbangan dijadwalkan di Eropa meningkat dari 77 pada tahun 1992 menjadi 139 di tahun 2000. Keuntungan harga dan produktivitas maskapai penerbangan biaya rendah dari maskapai penerbangan layanan penuh menunjukkan peningkatan pangsa pasar untuk biaya rendah (Sean,2008 dalam Graham et all,2008). Selain itu ketersediaan souvenir/gift di Lombok dan Sumbawa berupa kerajinan gerabah khas Lombok, emas, mutiara, tenun ikat maupun gift souvenir lainnya menjadikan UKM dapat tumbuh dengan baik dari dampak sektor pariwisata ini.

Masalah ketersediaan akomodasi dan biro travel yang kompeten dan kaitannya dengan Citra /Preferensi Wisatawan adalah sangat erat. Faktor akomodasi dan travel merupakan ujung tombak layanan awal sebuah produk industri pariwisata, dalam rangka perkembangan usaha pariwisata yang begitu cepat memerlukan pembinaan secara berkesinambungan terhadap usaha pariwisata baik yang berkaitan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku seperti kepemilikan izin usaha pariwisata, penyampaian laporan kegiatan usaha, penyampaian laporan jumlah tamu yang menginap, jumlah wisatawan yang dilayani tiap bulan, maupun penyediaan sarana/prasarana yang memenuhi standar, seperti keadaan perusahaan, bentuk/nama perusahaan, manajemen perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan tenaga kerja yang terserap. Untuk mendapatkan hal tersebut diperlukan kerja keras dan pembinaan yang terus-menerus, sehingga output yang dihasilkan dapat sesuai dengan kompetensi yang diinginkan. Muara akhirnya adalah kepuasan konsumen dalam hal ini wisatawan dalam mengkonsumsi produk yang telah ditawarkan daerah destinasi output lain adalah citra dan preferensi yang meningkat sebagai daerah destinasi yang berkelas.

Tabel 4. 13 Penilaian Bobot EFAS jangka panjang

No	Indikator Penilaian Eksternal	Ket	Bobot (Rata-rata kolom dikurangi rata-rata baris)*	Bobot (%) (n/Xsi)*Bs	Rata - rata Baris urgensi	Bobot X Urgensi
h	i	j	k	l	m	n
5	Pengelolaan Lingkungan dan Budaya lokal	T	5.843181818	4.8463713	2.65	0.1284288
7	Isu Keamanan dan Terorisme	T	5.743181818	4.7634307	3.4	0.1619566
8	Krisis / shock Ekonomi dunia	T	5.893181818	4.8878417	2.95	0.1441913
9	Penelitian dan Pengembangan Pariwisata	T	5.643181818	4.6804901	2.45	0.114672
10	Pendidikan Tinggi Pariwisata	T	5.793181818	4.804901	2.6	0.1249274
11	Akulturas budaya asing dan lokal	T	5.393181818	4.4731385	1.85	0.0827531
12	Investasi Sektor Pariwisata : target vs realisasi	T	5.693181818	4.7219604	3.4	0.1605467
13	Koordinasi Antar sektor pemerintahan	T	5.643181818	4.6804901	3.45	0.1614769
14	Jaringan koordinasi dengan pariwisata daerah lain/luar negeri	T	5.793181818	4.804901	2.45	0.1177201
16	Affinitas/Aksesibilitas Objek wisata	T	5.793181818	4.804901	3.3	0.1585617
21	Mutu layanan (Hospitality Management)	T	5.793181818	4.804901	3.35	0.1609642
22	Keadaan Infrastruktur (Jalan, Sanitasi,Air bersih)	T	5.593181818	4.6390198	3.25	0.1507681
	Total T (Xte)		68.61818182	56.912347	2.925	1.666967
	Total Xe = Xoe + Xte =		120.5681818			
	Bs = (Xoi/Xi)*100%					

Sumber : Hasil kuesioner yang telah diolah

Ancaman utama dari sektor pariwisata di NTB pada jangka panjang berupa isu krisis/shock ekonomi dunia, isu *ecotourism* dan penelitian pengembangan pariwisata untuk itu perlu upaya komprehensif dan terpadu dari seluruh stakeholder pariwisata agar jangan sampai terpuruk seperti kasus yang

terjadi di Bali. Ancaman lain yang ada berupa jaringan koordinasi dengan pariwisata daerah lain dan pengembangan sumberdaya kepariwisataan melalui pendidikan yang bermutu dan siap pakai Tujuan dari program ini adalah mengurangi ancaman terhadap pertumbuhan kunjungan dan investasi kawasan wisata daerah dengan meningkatkan kerjasama dan pengembangan kawasan wisata secara regional yang saling menguntungkan, adil dan terbuka. Sasaran program ini adalah meningkatnya kerjasama dan investasi wisata multilateral regional, dan bilateral, serta optimalisasi pemanfaatan skema-skema perjanjian kerjasama sehingga meningkatkan posisi rebut tawar dan akses pasar wisata masing-masing daerah atau negara lain.

4. 8.4 Perumusan Strategi Jangka Panjang

Untuk mengetahui bagaimana kekuatan dan kelemahan internal dalam upaya peningkatan kunjungan satu juta wisatawan pada program visit lombok sumbawa dan disesuaikan dengan faktor eksternal maka disusunlah matriks SWOT IFAS dan EFAS yang dapat dilihat pada Lampiran 9. Dari matriks tersebut dapat dianalisa dan dievaluasi secara menyeluruh strategi alternatif lain yang dapat digunakan berupa prioritas dan keterkaitan antar strategi yang telah dilakukan berdasarkan pembobotan SWOT, maka dilakukan interaksi kombinasi strategi internal dan eksternal tersebut yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Interaksi kombinasi Strategi SO (Strength + Opportunity) yaitu strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada, berupa:
 - Perbaikan pada infrastruktur ICT hendaknya menjadi modal Promosi yang dipertahankan, untuk mengenalkan NTB pada investor dan wisatawan.
 - Tersedianya produk hukum kepariwisataan daerah ditunjang dengan peta jalan (*roadmap*) pengelolaan pariwisata yang berkesinambungan akan meningkatkan potensi pariwisata daerah dimana dampak akhirnya adalah kemudahan iklim berinvestasi, penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi daerah termasuk perbaikan taraf hidup masyarakat dengan bertumbuhnya usaha kecil dan menengah (UKM).

- Pengembangan potensi budaya dan atraksi pendukung pariwisata perlu dilakukan secara kontinyu. Bila hal ini kurang digarap menimbulkan citra negatif terhadap pengelolaan pariwisata daerah.
- Menyatukan satu visi dalam membangun kepariwisataan berdasarkan Riparda dan Blue print RPJMN/Riparnas.
- Pembinaan dan incentive bagi pelaku pariwisata terus ditingkatkan untuk memacu pertumbuhan industri pariwisata yang semakin baik.

Untuk lebih detailnya fokus kombinasi strategi ini bisa dilihat pada kolom berikut:

Strategi SO

1. Perbaikan pada infrastruktur ICT via Internet.
 2. Pengembangan potensi budaya dan atraksi pendukung pariwisata.
 3. Pembangunan kepariwisataan daerah berdasarkan Riparda dan Blue print RPJMN/Riparnas.
 4. Kemudahan berinvestasi dan incentive bagi pelaku/Investor pariwisata.
-
2. Interaksi kombinasi Strategi WO (Weaknesst + Opportunity) yaitu strategi yang mengurangi kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada, berupa:
 - Perbaikan dan investasi sarana infrastruktur pariwisata dengan memprioritaskan daerah yang high visit minim prasarana. Hal seperti ini sering luput dari pengamatan pejabat publik , bila kelemahan ini lambat diantisipasi mengakibatkan aksesibilitas destinasi yang menurun yang berdampak terhadap penurunan kunjungan wisatawan potensial.
 - Perbaikan database pariwisata dan analisis data yang sudah ada untuk perbaikan kinerja program. Terutama sekali sistem pelaporan, pengambilan data maupun pencatatannya, sehingga data yang dihasilkan benar-benar mengacu dan sebagai acuan kedepannya dalam pengembangan wilayah provinsi atau Kab/Kota.
 - Mempertahankan pengelolaan dan sumber daya alam/budaya agar tidak merusak ekosistem dan nilai – nilai budaya yang sudah ada.

- Pemberdayaan dan kolaborasi antara pemerintah dan swasta dalam pengembangan destinasi wisata yang sudah ada.

Untuk lebih detailnya fokus kombinasi strategi ini bisa dilihat pada kolom berikut:

Strategi WO

1. Perbaikan dan investasi sarana infrastruktur pariwisata .
 2. Perbaikan database dan analisis data pariwisata mengacu Nesparnas.
 3. Mempertahankan pengelolaan dan sumber daya alam/budaya
 4. Pemberdayaan dan kolaborasi antara pemerintah dan swasta berupa PPP (*Public Private Partnership*) dalam pengembangan wisata.
-
3. Interaksi kombinasi Strategi ST (Strenght + Threatness) yaitu strategi yang menggunakan kekuatan dan meminimalisir ancaman yang terjadi,berupa:
 - Peningkatan peran serta masyarakat dalam pembinaan dan pelatihan seni budaya untuk mempertinggi nilai tawar dan nilai tambah pariwisata itu sendiri berupa pengembangan sanggar budaya, event maupun pementasaan oleh pelaku budaya .
 - Promosi yang telah dilakukan agar dilanjutkan dengan melaksanakan event secara paralel dan kontinyu sehingga dampaknya terlihat pada pertumbuhan wisatawan baru dan berimbas terhadap perekonomian daerah.
 - Antisipasi isu keamanan dan krisis ekonomi pada sektor ekonomi lain agar industri pariwisata dapat terus bertahan dan tumbuh.
 - Penelitian dan pengembangan sektor pariwisata melibatkan pihak akademisi untuk pengembangan sektor pariwisata selanjutnya.
 - Perbaikan koordinasi antar sektor pemerintahan dan jaringan pariwisata lain baik luar maupun dalam negeri.
 - Mempertahankan mutu layanan pelaku pariwisata berupa standar pelayanan pelaku pariwisata (*hospitality management*) berupa standar prosedur pelayanan kepariwisataan.

- Mempertahankan price competitiveness (nilai tawar pariwisata) regulasi Pemerintah pusat dan daerah dalam perbandingan biaya akomodasi dengan daerah/negara lain dalam berbagai bidang PPP (purchasing power parity), airport charges, cost of hotels accomodation , taxi cost.

Untuk lebih detailnya fokus kombinasi strategi ini bisa dilihat pada kolom berikut:

Strategi ST
1. Peningkatan peran serta masyarakat dalam pembinaan dan pelatihan budaya.
2. Promosi yang disertai dengan pelaksanaan event secara kontinyu.
3. Antisipasi isu keamanan dan krisis ekonomi pada sektor ekonomi.
4. Penelitian dan pengembangan sektor pariwisata melibatkan pihak akademisi.
5. Perbaikan koordinasi antar sektor pemerintahan dan jaringan pariwisata lain baik luar maupun dalam negeri.
6. Mempertahankan mutu layanan pelaku pariwisata.
7. Mempertahankan price competitiveness (nilai tawar pariwisata) .

4. Interaksi kombinasi Strategi WT (Weakness + Threatness) yaitu strategi yang mengurangi kelemahan dan sekaligus mengurangi ancaman secara eksternal yang terjadi yang ada, berupa:
 - Mempertahankan kualitas birokrat yang baik dan pengembangan bimbingan teknis pengelolaan pariwisata pada pelaku dan masyarakat pariwisata. Hal ini tidak semata-mata dapat terjadi tanpa adanya dukungan dan jenjang karier yang sesuai., sehingga birokrat dapat bekerja dengan lebih profesional tanpa dibebani dengan masalah-masalah politis.
 - Peningkatan penelitian dan pengembangan sektor pariwisata bagi pelaku usaha dan masyarakat secara luas. Selain pengembangan destinasi kerjasama Pemerintah daerah dengan swasta/peneliti sangat diperlukan terutama dalam melakukan riset pemasaran, dimana pola perilaku

kunjungan wisatawan dan lokasi tujuan merupakan modal penting sebagai acuan pengembangan kepariwisataan kedepannya.

- Mengadakan Studi banding pariwisata dan kerjasama bimbingan teknis pengelolaan pariwisata.
- Standarisasi kompetensi pekerja sektor pariwisata dan peningkatan mutu output lembaga pendidikan pariwisata.

Untuk lebih detailnya fokus kombinasi strategi ini bisa dilihat pada kolom berikut:

Strategi WT
1. Mempertahankan kualitas birokrat yang baik dan pengembangan bimbingan teknis pengelolaan pariwisata.
2. Peningkatan penelitian dan pengembangan sektor pariwisata.
3. Mengadakan Studi banding pengelolaan pariwisata.
4. Standarisasi kompetensi mutu pekerja sektor pariwisata.

Dari hasil penyusunan Matriks SWOT tersebut yang membagi strategi menjadi empat strategi pilihan lingkungan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB diketahui bahwa strategi yang mempunyai nilai terbesar untuk jangka panjang adalah kombinasi **Strong – Threatness (ST)** sebesar 3.518170087. Sesuai dari hasil pembobotan yang telah dilakukan, strategi yang sebaiknya dilakukan untuk jangka panjang oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemprov NTB adalah strategi yang mampu memaksimalkan kekuatan yang ada secara internal organisasi dan mengurangi maupun meminimalisir Ancaman (Threatness) yang berasal dari eksternal organisasi.

Dari hasil SWOT strategi besar yang dihasilkan dapat ditentukan strategi kecil untuk diimplementasikan berdasarkan kekuatan yang paling besar berupa mengoptimalkan promosi yang sudah dilakukan terutama pada media massa dan jaringan internet sehingga wisatawan mudah mengakses informasi, reservasi dan akomodasi tentang Destinasi wisata di Provinsi NTB, selain itu mengupayakan jadwal event pariwisata yang sudah tersusun dapat berlangsung secara kontinue

untuk menjaga kepercayaan dan harapan wisatawan terhadap destinasi pariwisata yang dikunjungi. Untuk mengantisipasi ancaman yang terjadi maka Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB dapat menetapkan prioritas pada isu–isu keamanan dan shock ekonomi yang ada dengan berkoordinasi dengan pihak yang berwenang, sehingga koordinasi yang intens dan berjalan dengan baik akan mempermudah pelayanan terhadap pelaku wisata maupun wisatawan yang berkunjung.

4.9 Perbedaan Faktor Internal dan Eksternal Jangka Pendek dibandingkan Jangka Panjang

Dari hasil tabulasi dan pembobotan yang telah dilakukan, terdapat beberapa faktor yang berbeda pada jangka pendek dan jangka panjang baik faktor internal maupun eksternal. Pada faktor Internal setelah di bobotkan ternyata yang berbeda pada jangka pendek dibandingkan jangka panjang yaitu :

1. Faktor Anggaran dan realisasi

Dari hasil pembobotan kuesioner responden, dalam jangka pendek faktor ini merupakan sebuah kelemahan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi NTB, akan tetapi dalam jangka panjang ternyata faktor ini menjadi kekuatan internal. Hal ini diduga dari trend perencanaan anggaran yang dibuat disertai asumsi pengembangan kepariwisataan di NTB maka alokasi peningkatan anggaran program kegiatan akan meningkat pada tahun – tahun mendatang. Hal ini dapat terjadi bila pihak Disbudpar sendiri dapat berkoordinasi dan mengadvokasi Pemprov NTB tentang kebutuhan dan dampak multiplier yang ditimbulkan sektor pariwisata.

2. Faktor Pemberdayaan/Partisipasi Masyarakat

Dalam jangka pendek faktor ini menjadi kelemahan sedangkan pada jangka panjang merupakan kekuatan internal. Hal ini diduga berkaitan dengan program yang sedang dikembangkan oleh Disbudpar terutama dari sisi pengembangan ekonomi masyarakat. Kesiapan suatu kawasan destinasi wisata bukan hanya dari sisi akomodasi dan infrastruktur, akan tetapi juga melibatkan komponen masyarakat yang diharapkan menjadi tuan rumah yang

baik. Sehingga diharapkan dimasa mendatang hal ini akan meningkatkan kesadaran masyarakat akan dampak multiplier pariwisata terhadap kesejahteraan masyarakat khususnya di Provinsi NTB.

3. Faktor Pariwisata Berbasis Lingkungan

Pengembangan sektor pariwisata bukan hanya meningkatkan pertumbuhan ekonomi, hal ini juga berkaitan erat dengan dampak eksternalitas yang terjadi, dimana pembangunan infrastruktur sarana pariwisata yang masif dan tanpa disertai cetak biru pengembangan wilayah yang terkoordinasi akan mengakibatkan kerugian yang lebih besar dalam jangka panjang. Hal ini bisa dilihat dari hasil dugaan responden dimana pada jangka pendek isu penataan lingkungan menjadi kekuatan daerah akan tetapi dalam jangka panjang mereka khawatir dengan hal ini dimana faktor ini menjadi sebuah kelemahan daerah yang harus diwaspadai dan ditangani secara cermat.

Pada faktor eksternal yang membedakan dalam jangka pendek dan jangka panjang yaitu :

1. Faktor Infrastruktur ICT/Teknologi Informasi

Penggunaan teknologi informasi di era globalisasi sekarang ini menjadi suatu keharusan, kalau dikaitkan dengan pariwisata, survei online yang dilakukan pada wisatawan AS oleh Buhalis,(2003) menunjukkan bahwa, wisatawan terutama menggunakan lima jenis website baik untuk merencanakan perjalanan atau untuk pemesanan tujuan. Menurut penelitian, situs pemasok informasi sebagian besar digunakan untuk perencanaan (77%) perjalanan dan pemesanan perjalanan (77%). Tujuan website adalah peringkat kedua, yaitu 68% dari wisatawan *online* dari situs web menggunakan manajemen tujuan organisasi (*Destination Management Organization DMOs*) untuk merencanakan liburan mereka dan satu dari tiga orang menggunakan ketiga situs untuk mencari buku perjalanan-produk yang terkait. Karena pentingnya DMOs website sebagai sumber informasi, presentasi yang konsisten harus dijamin (Gretzel & Law,2010). Dari informasi tersebut terlihat tingkat kepentingan yang nyata dari wisatawan dalam penyediaan infrastruktur ICT dan pemanfaatannya, dalam jangka

pendek hal ini adalah ancaman nyata dari NTB yang aksesibilitas ICT yang masih rendah, untuk jangka panjang diperlukan program yang lebih komprehensif menangani hal ini, terutama dalam ketersediaan informasi daerah destinasi maupun penyediaan sarana ICT di lokasi destinasi.

2. Faktor Pengelolaan Lingkungan dan Budaya Lokal

Kemampuan masyarakat dalam melindungi dan mengembangkan berbagai wujud lingkungan yang baik maupun budaya yang mereka miliki agar dapat dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan merupakan salah satu modal dalam menjaga sustainibilitas pariwisata. Disini peran masyarakat lebih dikedepankan. Untuk itu dalam jangka pendek hal ini merupakan peluang yang perlu ditangkap dan dikembangkan agar jangan sampai malah menjadi bumerang dengan masuknya budaya asing yang malah menjadi ancaman bagi kearifan lokal pada jangka panjang.

3. Jaringan koordinasi dengan pariwisata daerah lain/luar negeri.

Promosi saja saat sekarang tidak memberikan efek yang signifikan dalam pengembangan kepariwisataan. Untuk itu diperlukan jaringan koordinasi yang baik dengan destinasi yang terdekat terutama didalam negeri, bahkan bila perlu dengan luar negeri. Hal ini dapat terlihat dengan kecenderungan wisatawan yang mengunjungi berbagai daerah dalam suatu negara bahkan berbagai negara. Untuk itu peran stakeholder pariwisata, terutama *travel tours* dan jaringan hotel sangat vital. Kalau dilihat dari hasil pembobotan jangka pendek ternyata hal ini merupakan peluang yang harus dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya karena dari harapan jangka panjang responden, terlihat kekhawatiran hal ini menjadi ancaman bila tidak ditindak lanjuti, karena didahului oleh daerah lain atau negara lain sehingga destinasi di NTB tidak termasuk dalam paket yang ditawarkan.

4. 10 Pelaksanaan Program Visit Lombok Sumbawa 2012

Program pengembangan pariwisata pada Provinsi Nusa Tenggara Barat secara umum sudah berjalan sejak masa orde baru, dimana pada saat itu telah diterbitkan Perda tentang pariwisata yaitu Perda No. 9 tahun 1989 tentang

Pembangunan Kawasan Pariwisata di daerah Provinsi NTB yang berlaku hingga saat sekarang ini memuat 15 titik daerah utama yang menjadi destinasi pariwisata di Provinsi NTB sayangnya sampai saat sekarang Perda tersebut belum pernah direvisi untuk diterbitkan Perda baru, disebabkan terjadinya perubahan fundamental terutama pengembangan destinasi tambahan yang lebih spesifik dan perda tata ruang maupun tata wilayah. Dalam pembuatan cetak biru pariwisata daerah, RIPARDA (Rencana Induk Pariwisata Daerah) seperti yang diamanatkan oleh UU No. 10 tahun 2009 sebagai patokan pembangunan pariwisata di Provinsi NTB sampai saat sekarang belum ada dan baru direncanakan untuk dibuat draftnya pada tahun 2011 ini. Untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Provinsi NTB seiring dengan perkembangan jaman dan perubahan waktu banyak hal yang berubah dimana perubahan tersebut telah diadopsi oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB dengan dicanangkannya Visit Lombok Sumbawa pada tanggal 7 Desember 2008 yang dilanjutkan dengan Launching VLS 2012 oleh Bapak Presiden RI di Senggigi pada tanggal 6 Juli 2009. Sampai sejauh ini “ Program Visit Lombok Sumbawa 2012 ” secara hukum hanya berlandaskan pada Perda No. 9 tahun 1989 tentang penetapan 15 kawasan destinasi di Prov. NTB tanpa disertai lingkup kerjasama/koordinasi antar kab/kota maupun mekanisme anggarannya. Sebagai tambahan diterbitkan juga Instruksi Gubernur No. 3 tahun 2010 yang lebih menekankan pada pelaksanaan Program Wisata MICE kepada Lingkup SKPD dan Kabupaten/Kota dalam promosi dan pelaksanaan wisata MICE tersebut.

Kalau dibandingkan dengan Provinsi lain yang mempunyai program berbeda tetapi dalam level yang sama Provinsi Sulawesi Selatan yang telah mencanangkan program “ Penyelenggaraan pendidikan gratis di Provinsi Sulawesi Selatan ” dengan diundangkannya pada tanggal 23 April 2009 yang mendapatkan dukungan penuh dari DPRD Provinsi Sulawesi Selatan. Perda nomor 4 tahun 2009 tersebut ditetapkan sebagai landasan yuridis , sosiologis dan filosofis dalam rangka Penyelenggaraan pendidikan gratis yang berkualitas yang dilakukan secara terpadu, terintegrasi, sinergi dan holistik oleh Pemprov bersama kabupaten/Kota serta stake holder yang berkepentingan melalui sistem pembiayaan yang jelas, tepat sasaran dan akuntabel. Pada program kegiatan sejenis seperti pada Provinsi

Lampung ditahun Kunjungan Wisata Lampung 2009 (Visit Lampung Year 2009). Program Visit Lampung Year ini telah dicanangkan oleh Gubernur Lampung pada acara Pembukaan Festival Krakatau XVII tanggal 25 Agustus 2007. Pada tahap awal perencanaan program ini, dibentuk Tim Koordinasi Persiapan Visit Lampung 2009 yang ditetapkan melalui Keputusan Gubernur Lampung Nomor : G/513/IV.01/HK/2007 tanggal 2 Oktober 2007. Adapun tugas pokok Tim Koordinasi Persiapan Visit Lampung 2009 adalah : Melakukan sosialisasi di lingkungan Pemda Provinsi Lampung, Pemda Kabupaten / Kota, swasta serta seluruh stakeholder terkait, menentukan maskot / logo Visit Lampung 2009, mempersiapkan Launching Visit Lampung 2009.

Menindak lanjuti program kerja Visit Lampung 2009, dilakukanlah kerjasama Pemerintah Provinsi Lampung Nomor : G/572/IV.01/Hk/2007 dengan stakeholder pariwisata (PT. Arie Tour and Travel) Nomor : 09/SK/XII/2007 dan Lembaga Swadaya Masyarakat (Environment Tourism Social and Development Center) Nomor : 018/ETSCD-n/XII/2007. Bentuk kerjasama tertuang dalam bentuk Nota Kesepahaman (*MoU*) tanggal 13 Desember 2007 dengan ruang lingkup meliputi kegiatan :

1. Perencanaan.
2. Pembangunan/pengembangan Sumber Daya Manusia pendukung Program Visit Lampung 2009.
3. Promosi dan penyelenggaraan Visit Lampung 2009.
4. Pembiayaan.
5. Monitoring dan Evaluasi.

Untuk mewujudkan program pembangunan sektor pariwisata yang terintegrasi dari masing-masing sektor baik tingkat Pemerintah, Provinsi, Kabupaten/Kota dan masyarakat maupun sektor swasta, dibentuklah Panitia Pelaksana Visit Lampung 2009 yang ditetapkan dengan Keputusan Gubernur Lampung Nomor : G/034/IV.01/HK/2008 tanggal 6 Pebruari 2008. Kepanitiaan ini mempunyai tugas sebagai berikut :

1. Memfasilitasi dan mendukung pihak-pihak yang telah ditetapkan untuk melaksanakan kegiatan Visit Lampung 2009.

2. Melakukan sosialisasi, koordinasi, asistensi dilingkungan Pemda Provinsi / Kabupaten / Kota serta melakukan sosialisasi dan kerjasama dengan sektor swasta dan seluruh stakeholder terkait.
3. Mempersiapkan *Grand Launching* Visit Lampung 2009.
4. Melakukan monitoring dan evaluasi pelaksanaan Visit Lampung 2009.

Tujuan kegiatan ini adalah mensinergikan potensi sumber daya pariwisata (objek dan event), kelembagaan, anggaran (Pusat, Daerah dan Swasta) sehingga menjadi satu rangkaian (sirkuit wisata) menarik dan berdaya saing bagi wisatawan nusantara dan mancanegara. Sasarannya adalah terwujudnya sinkronisasi program pembangunan pariwisata secara terintegrasi dari masing-masing struktural (Tingkat Kabupaten / Kota, Provinsi dan Pusat). Bila dibandingkan dengan Program Visit Lombok Sumbawa 2012 ada perbedaan yang cukup signifikan dimana selain Perda yang dijadikan landasan hukumnya sudah cukup lama (out of date), juga memuat kekurangan dimana hanya memetakan 15 daerah destinasi pariwisata tanpa aturan kebijakan yang melibatkan kerjasama dan koordinasi stake holder yaitu Kab/Kota terkait, pihak pelaku pariwisata (swasta) dan masyarakat termasuk didalamnya mengenai cost pembiayaannya sendiri tidak tercantum dalam perda tersebut. sehingga daya dukung, koordinasi maupun kerjasama pihak-pihak yang berkompeten tidak maksimal.

4.10.1 Analisa Sumber daya manusia

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat, didukung oleh 200 personil yang terdiri dari pegawai di Dinas Budpar sebanyak 96 personil dan 2 UPT yaitu Taman Budaya Nusa Tenggara Barat didukung oleh 50 personil dan Museum Negeri Nusa Tenggara Barat didukung oleh 54 personil dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 4. 14 Ketenagaan pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Prov.NTB

NO	JENIS PENDIDIKAN	DISBUDPAR		UPT TAMAN BUDAYA		UPT MUSEUM		TOTAL	%
		PNS	HONDA	PNS	HONDA	PNS	HONDA		
1	S2	3		1		1		5	3%
2	S1	36		14		17		67	34%
3	D3	8		2	1	2		13	7%
4	SMA	42		20		30		92	46%
5	SMP	3		6		3		12	6%
6	SD	4	1	1	3	1	1	11	6%
		96	1	44	4	54	1	200	100%

Sumber : Hasil data sekunder yang telah diolah kembali

Dari data tabel diatas terlihat bahwa sumberdaya manusia pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata lebih dominan pada pendidikan setingkat SMA mencapai hampir separuh pegawai yang ada di Dinas tersebut. Untuk pendidikan setara Sarjana mencakup sepertiga dari keseluruhan jumlah pegawai. Hal ini menunjukkan masih kurangnya sumberdaya manusia pariwisata secara internal. Walaupun dari misi yang diusung oleh organisasi salah satunya adalah mewujudkan SDM yang profesional yang berdaya saing dibidang budaya dan pariwisata bila tidak segera dibenahi, masalah ini akan berdampak terhadap profesionalitas dan kinerja organisasi.

4.10.2 Analisa Sumberdaya Anggaran program

Tabel 4. 15 Realisasi keuangan dibandingkan target 2008 s/d 2010 (1)

NO	KEGIATAN	SATUAN	% REALISASI VS TARGET			BOBOT			CAPAIAN		
			2008	2009	2010	KINERJA			KINERJA		
						2008	2009	2010	2008	2009	2010
1	Program Pelayanan Administrasi Perkantoran	kegiatan	92	97	92	26%	20%	21%	26.16%	20.45%	20.91%
2	Program Peningkatan Sarana dan Prasarana Aparatur	kegiatan	98	99	98	12%	11%	12%	12.32%	11.07%	11.52%
3	Program Peningkatan Disiplin Aparatur	paket	100	100	96	1%	4%	2%	1.10%	3.57%	1.50%
4	Program Peningkatan Kapasitas Daya Aparatur	kegiatan	90	100	100	2%	0%	0%	2.40%	0.21%	0.34%
5	Program Pengembangan Nilai Budaya	kegiatan	98	99	96	10%	14%	14%	9.58%	14.13%	14.08%
6	Program pengelolaan Kekayaan Budaya	kegiatan	94	99	96	9%	7%	10%	9.15%	6.63%	9.84%
7	Program Pengelolaan Keragaman Budaya	kegiatan	96	99	95	7%	9%	8%	6.94%	8.52%	8.41%
8	Program Pengembangan Kerjasama Pengelolaan Kekayaan Budaya	kegiatan	100	100	94	5%	3%	5%	5.06%	3.33%	4.91%

Sumber : Hasil data sekunder yang telah diolah kembali

Tabel 4. 16 Realisasi keuangan dibandingkan target 2008 s/d 2010 (2)

NO	KEGIATAN	SATUAN	% REALISASI VS TARGET			BOBOT			CAPAIAN		
						KINERJA			KINERJA		
			2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
9	Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata	kegiatan	83	97	98	20%	21%	17%	19.97%	21.25%	17.08%
10	Program Pengembangan Destinasi Pariwisata	kegiatan	84	99	95	5%	5%	3%	4.60%	4.74%	3.08%
11	Program Pengembangan Kemitraan pariwisata	kegiatan	81	100	98	3%	6%	8%	2.71%	6.10%	7.73%
12	Program peningkatan pengembangan sistem pelaporan capaian kinerja dan keuangan	kegiatan			99	0%	0%	1%			0.60%
	Total		92	98	96	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Sumber : Hasil data sekunder yang telah diolah kembali

Anggaran yang tersedia dan realisasi secara umum tidak menjadi kendala karena rata-rata capaian realisasi dengan bobot kinerja cukup baik dimana secara total mendekati keberhasilan 100 %. Dilihat dari jumlah porsi penggunaan anggaran pada Program Pelayanan Administrasi Perkantoran masih menunjukkan porsi yang sangat besar mencapai 20 % dari seluruh anggaran yang ada diikuti oleh Program pemasaran Pariwisata 17,08 %, dan Program Pengembangan nilai Budaya yang mencapai 14,08 %. Pada Program Pengembangan Destinasi Pariwisata, Program Peningkatan kapasitas daya aparatur dan Program peningkatan pengembangan sistem pelaporan capaian kinerja dan keuangan porsi dana yang dialokasikan sangat kecil malah pada Program peningkatan pengembangan sistem pelaporan capaian kinerja dan keuangan tidak dianggarkan pada tahun 2008 dan 2009, hal ini menunjukkan imbasnya pada sistem pelaporan

yang masih kurang terutama dalam database tentang pariwisata yang sangat minim.

4.11 Indikator Program Visit Lombok Sumbawa

Sebelum dapat melihat kinerja sebuah program maka kita harus menentukan indikator-indikator utama yang valid untuk dapat mengevaluasi program tersebut berhasil atau tidak. Dalam hal ini ada beberapa indikator yang sangat penting dalam menunjukkan progres kemajuan Program. Didalam RPJMD Prov. NTB dan RKT Disbudpar hanya memiliki dua indikator utama yaitu Jumlah POKDARWIS (Kelompok sadar wisata) dan Jumlah Kunjungan Wisatawan baik asing maupun lokal. Untuk lebih dalam mengevaluasi program tersebut berdasarkan masukan dari stake holder dan literatur yang penulis dapat, maka ada beberapa indikator tambahan yang dimasukkan untuk melengkapi Evaluasi Program Visit Lombok Sumbawa 2012. Selengkapnya pengertian indikator tersebut yaitu :

1. Peningkatan Kelompok sadar wisata (Pokdarwis)

Kelompok sadar wisata adalah sekelompok masyarakat yang dibina dan di latih oleh dinas kebudayaan pariwisata dalam upaya memajukan pembangunan kebudayaan dan pariwisata di NTB, dimana dalam hal ini muara akhirnya adalah hospitality (keramah tamahan) dan afinitas (respek atau simpati) pada orang asing untuk Perjalanan dan Pariwisata, yang mengukur sejauh mana suatu negara dan masyarakat terbuka untuk pengunjung pariwisata dan orang asing. hal ini jelas bahwa keterbukaan pada budaya asing dan orang asing dari penduduk lokal memiliki dampak penting terhadap daya saing pariwisata daerah. Untuk mengukur keterbukaan pariwisata (pengeluaran pariwisata dan penerimaan sebagai persentase dari PDB), yang menyediakan arti pentingnya pariwisata terhadap daerah secara keseluruhan (Rencana kerja Disbudpar 2011, RPJMD 2009 – 2013 Prov. NTB dan Laporan WEF 2011 (World Economic Forum).

2. Kunjungan Wisatawan baik asing/domestic

Banyaknya wisatawan asing dan domestic yang berkunjung ke NTB baik menginap atau tidak, yang bermaksud mengadakan kunjungan wisata dari pintu destinasi angkutan darat, laut maupun udara.(Rencana kerja Disbudpar 2011, RPJMD 2009 – 2013 Prov. NTB dan Laporan WEF 2011 (World Economic Forum).

3. Lama hari menginap wisatawan dihotel

Lamanya menginap di hotel wisatawan asing dan domestic yang berkunjung ke NTB yang bermaksud mengadakan kunjungan wisata dari pintu destinasi angkutan darat, laut maupun udara (Rencana kerja Disbudpar 2011` dan Laporan WEF 2011 (World Economic Forum).

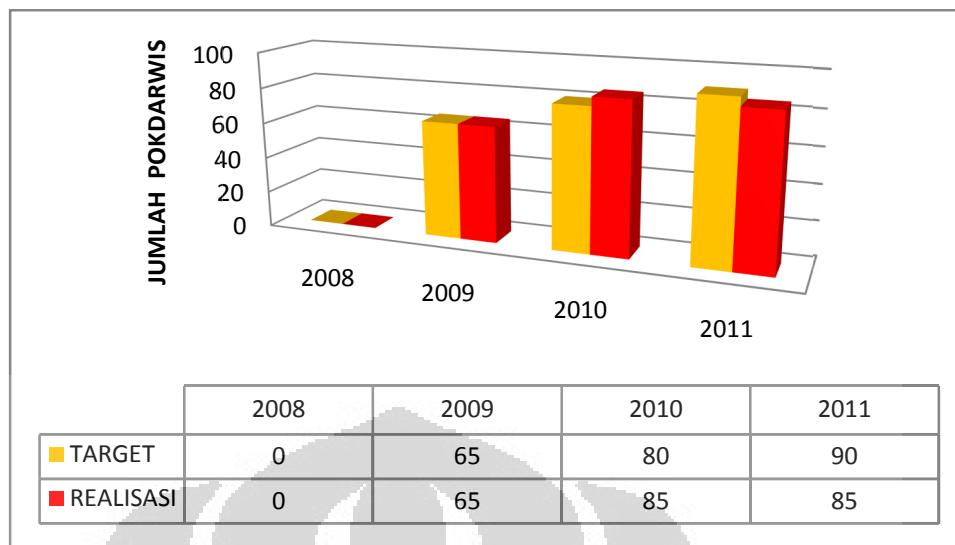
4. Tingkat Hunian

Prosentase (%) besarnya tingkat hunian hotel berbintang dan melati oleh wisatawan asing dan domestic yang berkunjung ke NTB baik menginap atau tidak yang bermaksud mengadakan kunjungan wisata dari pintu destinasi angkutan darat, laut maupun udara (Rencana kerja Disbudpar 2011` dan Laporan WEF 2011 (World Economic Forum).

5. Pengeluaran Wisatawan

Besarnya uang yang dibelanjakan wisatawan asing dan domestic yang berkunjung ke NTB baik menginap atau tidak yang bermaksud mengadakan kunjungan wisata dari pintu destinasi angkutan darat, laut maupun udara perharinya (Rencana kerja Disbudpar 2011` dan Laporan WEF 2011 (World Economic Forum).

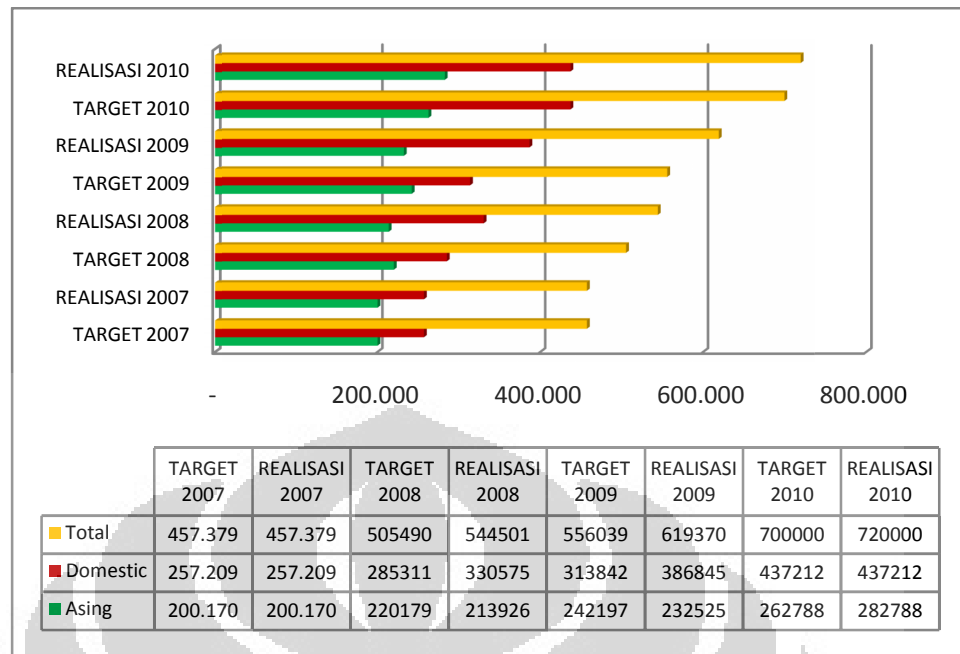
Dari pengertian diatas dapat dilihat pada grafik dibawah ini hasil kinerja program visit lombok sumbawa dari tahun 2008 s/d 2010 dimana target dibandingkan dengan pencapaian yang didapat.



Gambar 4. 3 Data statistik indikator program jumlah Pokdarwis

Sumber : Hasil data sekunder yang telah diolah kembali

Dari data diatas dapat terlihat bahwa jumlah Kelompok sadar wisata yang ditargetkan dan dibina sudah sesuai dengan anggaran yang tersedia, pada tahun 2008 target maupun realisasi belum dibuat sehingga data real yang ada belum dapat diketahui, sedangkan pada tahun 2009 antara target dan pencapaian sudah sesuai dengan harapan yaitu sebesar 100%. Pada tahun 2010 realisasi pembinaan melampaui target yang telah dibebankan walaupun secara statistik telah melampaui target, sampai sejauh ini belum ada evaluasi ataupun studi mengenai kualitas ataupun keberhasilan dari pembinaan yang sudah dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata provinsi NTB.



Gambar 4. 4 Data statistik jumlah kunjungan wisatawan di Prov. NTB

Sumber : Hasil data sekunder yang telah diolah kembali

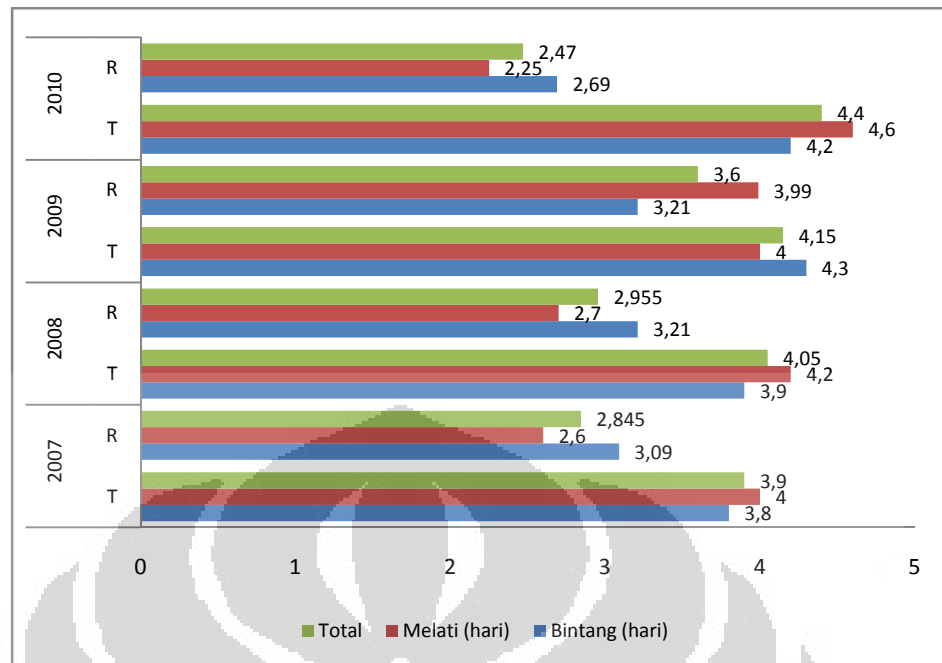
Sampai sekarang ini pertumbuhan kunjungan wisatawan mengalami kenaikan yang signifikan, terutama pada tahun 2010 yang mencapai total 720.000 orang. Berdasarkan pengambilan data terjadi perbedaan cara pandang antara BPS Provinsi NTB dan Disbudpar dimana BPS mengambil data pada tingkat hunian hotel oleh wisatawan terutama hotel berbintang sedangkan Disbudpar lebih menekankan pengambilan data dari rilis BPS, report pintu-pintu masuk wisatawan adpel pelabuhan, Perum angkasa pura (Dinas Perhubungan), laporan hotel (pelaku usaha), laporan organisasi pelaku wisata (PHRI/ASITA), laporan dari dinas pariwisata kota/kab. Kunjungan langsung wisatawan ke berbagai pulau kecil di NTB seperti tiga gili, Moyo dan Satonda belum dapat ditabulasi dan dicatat secara akurat karena keterbatasan anggaran dan tenaga yang mendata. Sampai saat sekarang Disbudpar NTB tetap berpedoman dari *visa on arrival* dan pintu masuk di NTB walaupun sejauh ini masih terjadi perbedaan data yang signifikan antar berbagai sumber data yang didapat, untuk itu perlu koordinasi dan kesepakatan dalam penetapan data yang dipakai.



Gambar 4.5 Data statistik peningkatan jumlah kunjungan wisatawan

Sumber : Hasil data sekunder yang telah diolah kembali

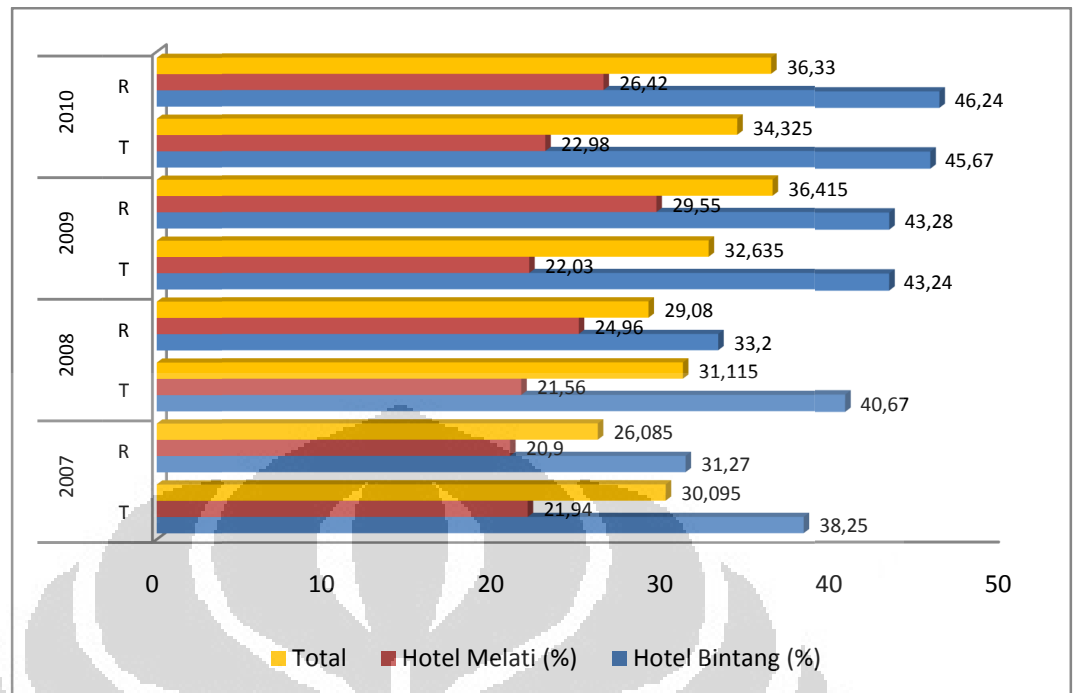
Dari data jumlah kunjungan wisatawan baik lokal maupun asing ke Provinsi NTB menunjukkan peningkatan baik lokal maupun asing, secara trend persentase pertahunnya juga mengalami peningkatan yang signifikan rata-rata pertahun diatas 10 %, untuk wisatawan asing pada tahun 2008 dan 2009 peningkatan masih dibawah 10 % setelah *Promo Visit Lombok-Sumbawa* berjalan 2 tahun terjadi lonjakan pada tahun 2010 sebesar 21,6 %. Mengacu pada target yang telah ditetapkan apakah jumlah satu juta wisatawan akan tercapai karena pada tahun 2010 jumlah wisatawan yang berkunjung secara total baru mencapai 720.000 orang berarti masih kurang 280.000 orang atau 38,9 % untuk mencapai satu juta wisatawan pertahunnya.



Gambar 4. 6 Data statistik rata-rata lama menginap wisatawan di NTB

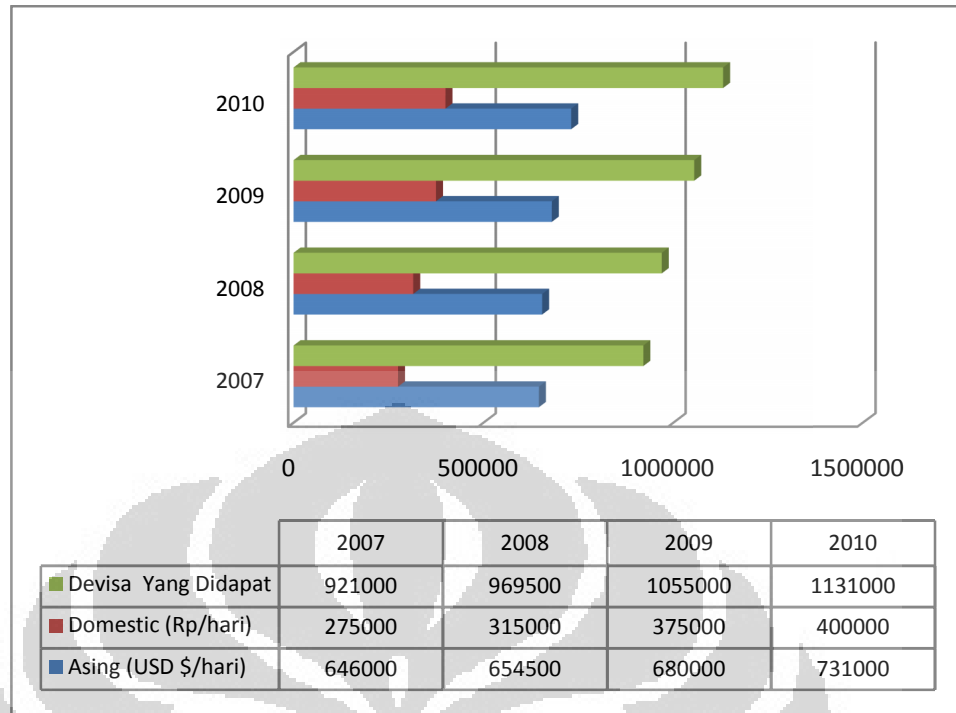
Sumber : Hasil data sekunder yang telah diolah kembali

Jumlah rata-rata lama menginap wisatawan yang menginap pada hotel melati maupun berbintang menunjukkan trend yang malah menurun, hal ini mengindikasikan ada sesuatu yang membuat wisatawan tidak tertarik untuk berlama-lama tinggal di Provinsi NTB, untuk itu dapat dilakukan penelitian lebih lanjut mengapa trend lama menginap menunjukkan penurunan yang sangat drastis dimana hal yang paling nampak adalah penurunan yang sangat signifikan pada tahun 2010 yang secara total menurun sebesar 2,47 malam dibanding target 4,4 malam begitu juga dibanding tahun-tahun sebelumnya.



Gambar 4. 7 Data statistik prosentase tingkat hunian hotel di NTB
Sumber : Hasil data sekunder yang telah diolah kembali

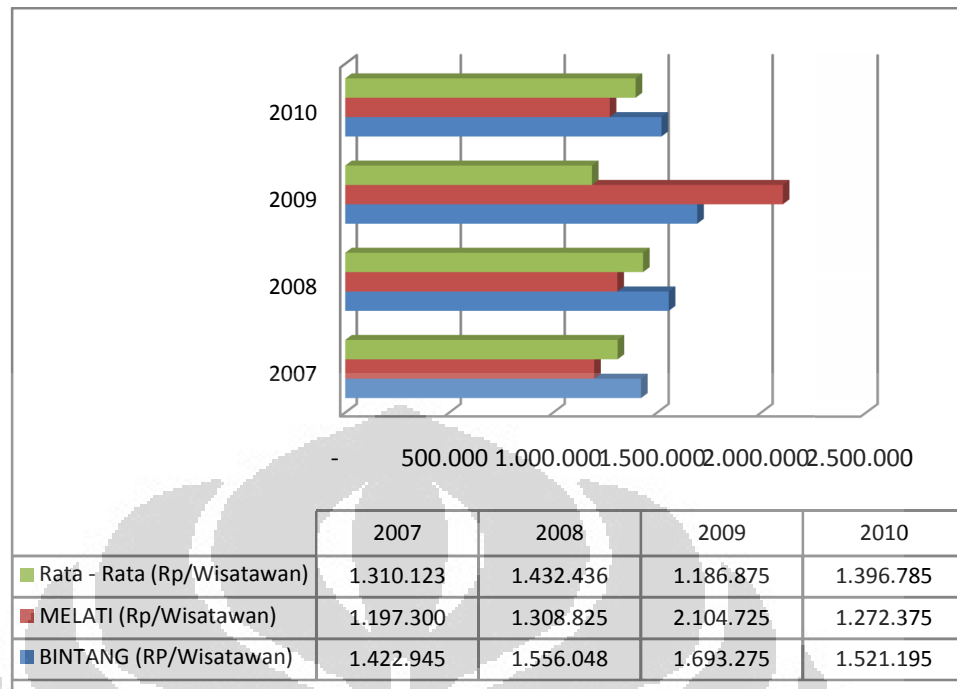
Sampai sejauh ini tingkat hunian total hotel belum menunjukkan perubahan yang signifikan berkisar masih dibawah 40 % secara rata-rata hotel baik bintang maupun non bintang, untuk hotel berbintang terjadi perubahan yang cukup baik dimana progres tingkat hunian sudah mencapai diatas 40 % terutama pada tahun 2010. Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sendiri sampai sejauh ini belum melakukan program koordinasi dan kerjasama dengan anggota PHRI ,terutama dalam rangka koordinasi tentang banyaknya wisatawan yang menginap di hotel berbintang maupun tidak, beserta besaran target tingkat hunian hotel maupun mekanisme incentive kebijakan dalam rangka menunjang Program Visit Lombok-Sumbawa, sehingga pengukuran kinerja tingkat hunian belum dapat dibuat dengan baik untuk meningkatkan kinerja pelaksanaan program kegiatan.



Gambar 4. 8 Data statistik jumlah pengeluaran wisatawan perhari

Sumber : Hasil data sekunder yang telah diolah kembali

Tingkat pengeluaran perhari wisatawan menunjukkan pertumbuhan yang progresif, mulai dari tahun 2007 perharinya sejumlah Rp. 921.000 dan terus meningkat sampai tahun 2010 menyentuh angka Rp. 1.131.000, walaupun dari segi realisasi pencapaian telah menunjukkan peningkatan yang baik akan tetapi perlu dilihat kembali apakah ada penetapan target devisa yang ingin dicapai dan apakah sudah sesuai dengan potensi maupun potensi multiplier perputaran uang yang diinginkan memang sudah benar-benar tercapai. Untuk itu perlu penelitian lebih mendalam untuk menggali target maupun realisasi yang relevan dengan keadaan dilapangan.



Gambar 4. 9 Data pengeluaran perwisatawan yang menginap di NTB

Sumber : Hasil data sekunder yang telah diolah kembali

Jumlah uang rata-rata yang dibelanjakan wisatawan perhari pada hotel melati dan berbintang tidak terlalu berbeda secara signifikan, rata-rata pertahun menunjukkan trend meningkat, pada tahun 2010 jumlah pengeluaran menurun drastis menjadi rata-rata 1,3 juta perharinya. Hal ini menunjukkan bahwa masih terbuka peluang yang sangat besar bagi pelaku pariwisata dan budaya di NTB untuk lebih meningkatkan mutu akomodasi, pelayanan, souvenir layak jual dan program pementasan budaya agar dapat lebih banyak menarik wisatawan untuk tinggal diwilayah provinsi NTB.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Untuk menjawab permasalahan didalam tesis ini, dari hasil deskripsi secara statistik dan analisis SWOT yang telah dilakukan maka dapat diambil beberapa kesimpulan berupa :

1. Masih lemahnya koordinasi antar sektor pemerintahan Provinsi – SKPD, Provinsi – Lintas Sektor, Provinsi- Kab/Kota maupun jaringan pariwisata lain baik luar maupun dalam negeri membuat sinergi program kegiatan belum optimal sesuai kenyataannya dengan visi dan misi yang dibuat.
2. Perlu adanya peningkatan anggaran pariwisata dalam alokasi perencanaan, maupun penggunaannya ditunjang dengan kemudahan berinvestasi bagi investor berupa deregulasi, debirokratisasi dan incentive fiskal dari Pemerintah pusat maupun daerah.
3. Promosi yang telah dilakukan agar mengacu data demografi kunjungan ASEAN maupun Indonesia dengan melaksanakan event secara paralel dan kontinyu, terutama segmentasi, targetting dan positioning selain mengadakan kerjasama secara lokal maupun regional.
4. Perlu adanya upaya preventif dalam mengantisipasi imbas krisis ekonomi dunia dan isu keamanan agar pasar pariwisata di Indonesia dapat tumbuh lebih baik lagi.
5. Kurang kuatnya landasan hukum membuat program Visit Lombok Sumbawa ini lemah dalam bidang koordinasi dan anggaran selain itu RIPPARDA seperti yang diamanatkan UU Kepariwisata baru akan dibuat draftnya pada akhir Nopember ini akibatnya target pencapaian tidak bisa dimaksimalkan.
6. Indikator kegiatan masih sangat kurang terutama yang berasal dari RPJMD maupun Renstra Dikbudpar yaitu hanya Jumlah Pokdarwis dan Jumlah Kunjungan, sehingga perlu penambahan atau revisi indikator agar program menjadi lebih terukur dan terarah.

7. Diperlukan adanya peningkatan kapasitas sumber daya manusia pariwisata baik untuk pelaku usaha maupun birokrat pelaksana kegiatan level Provinsi dan Kabupaten/Kota terutama dalam pengembangan sistem pelaporan dan data base pariwisata di NTB.
8. Mengalokasikan anggaran yang lebih besar pada Program pemberdayaan masyarakat dalam pembinaan dan pelatihan baik sisi ekonomi maupun seni budaya untuk mengurangi disparitas pendapatan maupun mempertinggi nilai tawar daerah wisata tersebut.
9. Antisipasi isu keamanan dan krisis ekonomi agar industri pariwisata di NTB dapat terus bertahan dan tumbuh.
10. Penelitian dan pengembangan sektor pariwisata melibatkan pihak akademisi dan peneliti untuk pengembangan sektor pariwisata NTB selanjutnya.

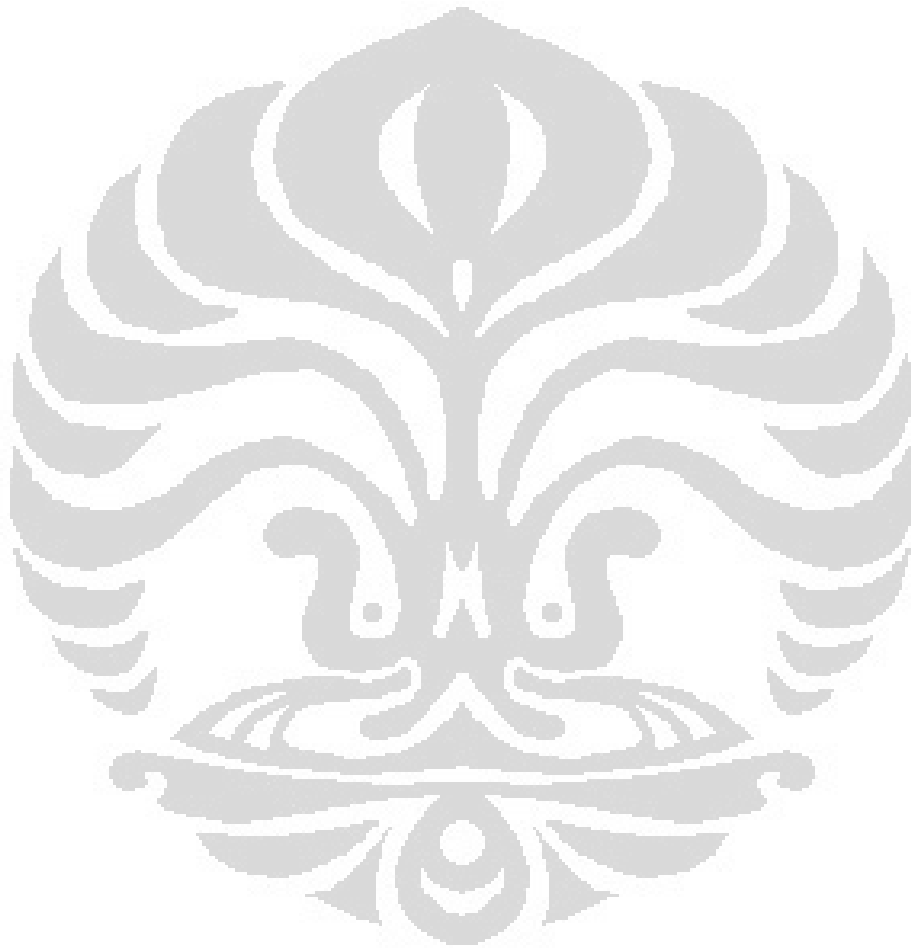
5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan penarikan kesimpulan yang telah dilakukan, ada beberapa rekomendasi saran yang dapat diberikan kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi NTB dalam mengambil kebijakan berkaitan dengan Program Visit Lombok Sumbawa 2012, yaitu:

1. Dari sisi kekuatan hukum maupun aspek legal formal perlu adanya pembuatan RIPPARDA maupun PERDA/Pergub yang mengatur atau sebagai acuan dalam pelaksanaan program kegiatan pariwisata.
2. Dari sisi anggaran pariwisata daerah diperlukan peningkatan alokasinya maupun penggunaannya ditunjang dengan kemudahan berinvestasi bagi investor berupa deregulasi, debirokratisasi dan incentive fiskal dari Pemerintah pusat maupun daerah.
3. Kerjasama dan koordinasi baik lintas sektor maupun antar sektor baik pada tataran Provinsi, Provinsi – Pusat maupun Provinsi – Kabupaten/Kota akan mempermudah penyelesaian masalah dan kebijakan yang akan diambil.
4. Perbaiki terhadap target maupun indikator pelaksanaan program seperti penentuan besaran okupansi hotel maupun jumlah kunjungan yang melibatkan berbagai stake holder seperti pelaku usaha pariwisata dan

akademisi/Peneliti sehingga target program dapat lebih terarah dan terukur kinerjanya.

5. Peningkatan kualitas dan kompetensi baik pelaku industri pariwisata maupun birokrat di provinsi dan Kabupaten berupa pelatihan, bimbingan teknis dan sosialisasi dan sertifikasi pengelolaan pariwisata akan berdampak signifikan terhadap sistem database maupun pengambilan kebijakan yang lebih efisien dan pro pasar.



DAFTAR PUSTAKA

- Alavanh, Phantavong. (2009). *The Potential of ecotourism to contribute to local sustainable development*. New Zealand: Massey University
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Keempat. Jakarta. Rineka Cipta
- Bappenas RI, (2009). RPJMN 2010 – 2014, Jakarta: Author
- Blanke J, & Chiesa T. (2011). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 World Economic Forum*. Geneve
- Biro Pusat Statistik . (2009). *Indonesia dalam angka*. Jakarta: Author
-, (2005). *Statistik 60 th Indonesia Merdeka*. Jakarta: Author
- Damanik, Janianton., & Weber Helmut L. (2006). *Perencanaan Ekowisata (Dari teori ke aplikasi)*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Pusat Studi Pariwisata (Puspar) UGM & Andi.
- Daryanto & Usman. (2007). *Preferensi wisatawan asing yang transit ke Jakarta terhadap kunjungan wisata lain di Indonesia*. Jurnal Pengembangan wiraswasta Vol. 9 No. 3 Hal.180 - 191. (Desember 2007)
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi NTB. (2009). *Calender Event 2010*. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi NTB. Mataram: Author
-, (2010). *Analisa Pasar Wisatawan Nusa Tenggara Barat Tahun 2008*. Mataram: Author
-, (2009). *Rencana Strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2009-2014*. Mataram: Author
-, (2010). *Statistik Kebudayaan dan Pariwisata Nusa Tenggara Barat Dalam Angka Tahun 2009*. Mataram: Author
-, (2009). *Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP) Tahun 2008*. Mataram: Author
-, (2010). *Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP) Tahun 2009*. Mataram: Author
-, (2011). *Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP) Tahun 2010*. Mataram: Author

- Drucker, Peter F. (2008). *The Five Most Important Questions You Will Ever Ask About Your Organization. Third Edition*. New York: Mc Graw-Hill
- Fauzan, Roni. (2000). *Analisis kebijakan pengembangan potensi unggulan di Kabupaten Sanggau*. Jakarta: FE – UI
- Graham, Anne et al. (2008). *Aviation and Tourism (Implication for leisure travel)*. 1st edition. Hampshire, England: Ashgate Publishing Limited
- Gretzel, Ulrike & Law, Rob. (2010). *Information and Communication Technologies in Tourism 2010*. New York: Springer
- Harahseh, Salem Salamah. (2002). *Curative Tourism Jordan and its Potential Development*. London: Bournemouth University
- Ibrahim, K R., & Huda, Ainul. (2008). *Studi RPJP Kabupaten Aceh Tamiang 2007 – 2027*, Jakarta: LPEM F E-UI
- Jennifer, Hill & Tim, Gale. (2009). *Ecotourism and environment sustainability (Principles & practices)*. University of the West of England: Ashgate Publishing Limited
- Johannes, OPS (2007). *Strategi penyusunan program kegiatan di lingkungan biro perencanaan Sekjen Depkumham RI (Suatu pendekatan analisa SWOT)*. Jakarta: Fisip UI.
- Johnson, Gerry & Scholes, Kevin. (1989). *Exploring corporate strategy*. New York: Prentice Hall
- Konferensi Tingkat Tinggi ke- 18 ASEAN. (2011, Mei 9). *Menyepakati penerapan Masyarakat Ekonomi ASEAN tepat waktu*. Harian Kompas, Hal.8
- Koontz, Harold & Weihrich, Heinz. (1990). *Essential of Management*. New York: Mc Graw-Hill
- Lembaran Negara RI. (2009). Undang – undang No. 10 Tahun 2009. *Tentang Kepariwisata*. Jakarta: Author
-, (1990). Undang – undang No. 9 Tahun 1990. *Tentang Pariwisata*. Jakarta: Author
- Mankiw, N Gregory. (2007). *Makro Ekonomi (Fitria Liza dan Imam Nurmawan, Penerjemah)*. Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi ke 29. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mooney, J D & Riley, Allan C. (1974). *The Principles of Organizations*. New York: Harper and Brothers

- Page, Stephen J. (2009). *Transport and Tourism (Global Perspectives)*. Third Edition. New York: Pearson Education Limited
- Patton, M Quinn. (2009). *Metode Evaluasi Kualitatif*. Edisi Kedua. Jakarta: Pustaka Pelajar
- Pearce, Robinson. (2008). *Management Strategic (Yanivi Bachtiar dan Christine)*. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga
- Pemprov NTB. (2009). *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) 2009 – 2013*. Mataram: Author
- Pemprov Sulawesi Selatan. (2009). Perda No 4 tahun 2009 *Tentang penyelenggaraan pendidikan gratis diprovinsi Sulawesi selatan*. Makasar: Author
- Pendit, Nyoman S. (2006). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Edisi Keempat. Jakarta: Pradnya Paramita
- Pindyk, Robert S., & Rubinfeld, Daniel L. (2009). *Mikro Ekonomi* (Nina Kurnia Dewi, Penerjemah). Edisi ketujuh. Jakarta: Indeks
- Rangkuti, Freddy. (2011). *SWOT Balanced Score Card*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Robi, Ningsih. (2006). *Strategi memasarkan Kota Bekasi berdasarkan daya tarik investasi*. Jakarta: FE – UI
- Salman, Lutfirida. (2010). *Analisis Perencanaan Program Komunikasi Pemasaran VLS 2012 (Studi Deskriptif Kualitatif pada Disbudpar NTB)*. Surakarta: UNS
- Spillanne, James J. (1991). *Economic and cultural strategy for tourism development of Indonesia*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas
- Susilo, Nining I. (2002). *Reformasi Birokrasi memerlukan manajemen Strategik*. Jakarta : MPKP FE-UI
- Taufan, Naniek I. (2009). *Langkah Pariwisata NTB Menerobos Pasar Dunia*. Cetakan pertama. Mataram: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB
- Timothy, Dallen J., & Nyaupane, Gyan P. (2009). *Cultural Heritage and tourism in the developing world (a regional perspectives)*. 1st Edition. New York : Routledge publishing
- Tribe, John. (2011). *The Economics of recreation, leisure and tourism*. Fourth edition. Oxford: Elsevier
- Wahab, Salah., & Pigram, John J. (2005). *Tourism, development and growth (The challenge of sustainability)*. London: Taylor & Francis E-library
- Yoeti, Oka A. (2005). *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Cetakan kedua. Jakarta: Pradnya Paramita

- Zhang, Ye. (2010). *Personal Factors that Influence Resident,s Preference About Community involvement in Tourism Planning*. Indiana: Indiana University
- Direktorat Jenderal Perimbangan Keuangan. (2011). *Kompilasi Data APBD (Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah) Tahun Anggaran 2008 s/d 2010 dari 484 pemerintah daerah seluruh Indonesia*. <http://www.djpk.depkeu.go.id/datadjpk/78>
- Latar Belakang tentang (VLY) Visit Lampung Year 2009 . (11 Oktober 2006). <http://www.visitlampung.net/tentang-nyeruit.html>
- Kementerian Budaya dan Pariwisata. (2010). *Nesparnas 2009*. http://www.budpar.go.id/filedata/5889_2067-nesparnas.pdf
- Jurnal Manajemen, Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia. (2009). Pengantar Industri Pariwisata (Definisi Kepariwisataaan dan Pariwisata, dan Pengembangan Pariwisata). (2010). <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/08/pengantar-industri-pariwisata-definisi.html>
- United Nation of World Tourism Organization. (2009). *Compendium of tourism statistics (data 2005 – 2009)*. (http://statistics.unwto.org/en/content_data-and-indicators)

LAMPIRAN 1 Kuesioner Analisa SWOT**KUESIONER ANALISA SWOT**

Bapak/Ibu yang terhormat,

Dalam rangka melengkapi data untuk penyelesaian thesis saya pada Program Pasca Sarjana Ekonomi Kekhususan Manajemen Perencanaan Kebijakan Publik Universitas Indonesia, maka saya mohon bantuan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner thesis saya dengan judul “ Analisa Strategi Program Visit Lombok – Sumbawa 2012 (Studi Kasus pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata di Provinsi NTB)”. Kerahasiaan dan identitas Bapak/Ibu akan saya jaga sebaik-baiknya agar ibu/Bapak dapat lebih objektif dalam menjawab kuesioner ini.

Latar belakang penelitian ini adalah :

Laju pertumbuhan PDRB NTB yang sebagian besar ditunjang oleh sektor Pertanian dan Pertambangan menunjukkan kondisi yang cukup baik, akan tetapi untuk masa yang akan datang berkurangnya luas lahan pertanian dan habisnya jangka waktu penambangan merupakan masalah yang harus dihadapi oleh Provinsi NTB. Untuk itu perlu dicari alternatif pengembangan sektor ekonomi yang lain untuk menunjang pertumbuhan ekonomi NTB. Pertumbuhan ekonomi daerah tidak terlepas dari perkembangan sektor-sektor ekonomi yang mendukungnya, sektor pariwisata sebagai salah satu sektor yang menjadi ikon program Provinsi yaitu Visit Lombok Sumbawa 2012 sudah berjalan, akan tetapi apakah program ini sudah berjalan dengan baik dan bagaimana strategi dan tantangannya kedepan merupakan masalah yang patut kita cari tahu untuk menyempurnakan program tersebut.

Dalam upaya menangkap aspirasi dan kendala yang terjadi serta untuk mendukung hasil yang komprehensif, maka kuesioner ini dibuat dengan melibatkan aparatur pembuat kebijakan serta stake holder yang langsung atau tidak berperan dalam program ini.

Universitas Indonesia

LANJUTAN LAMPIRAN 1

Tujuan utama hasil kuesioner adalah :

1. Mengidentifikasi dan mengklasifikasikan secara kuantitatif faktor Internal dan eksternal yang mempengaruhi program pariwisata di NTB.
2. Melihat dan merekomendasikan alternatif kebijakan yang mungkin dilakukan berdasarkan hambatan dan tantangan kedepan.

Profile Responden

Nama :

Instansi/Bidang :

Jabatan :

Alamat :

No Telpon/Email :

Tanda Tangan :

Cara Pengisian :

Berilah Centang/Cawang pada Kuesioner SWOT yang terdiri dari dua kategori yaitu Internal untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan (Strength) dan Kelemahan (Weakness) dan Eksternal, untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi Peluang (Opportunity) dan Ancaman (Threat) Program Pariwisata Visit Lombok – Sumbawa 2012 di Provinsi NTB.

1. Penilaian kondisi saat ini, responden diminta untuk menilai kinerja strategi yang telah dilakukan pada Program Visit Lombok Sumbawa dari setiap faktor yang ada.
2. Penilaian Urgensi, responden diminta menilai tingkat urgensi faktor tersebut untuk ditangani, penilaian berhubungan dengan skala prioritas didalam menyelesaikan persoalan-persoalan yang ada melalui- faktor-faktor tersebut. Acuan pengisian sebagai berikut :

Penilaian Kondisi Saat ini

Angka 1 = Sangat Kurang
 Angka 2 = Kurang
 Angka 3 = Cukup
 Angka 4 = Agak Baik
 Angka 5 = Baik
 Angka 6 = Sangat Baik

Urgensi Penanganan

Angka 1 = Tidak Urgen
 Angka 2 = Agak Urgen
 Angka 3 = Urgen
 Angka 4 = Sangat Urgen

Kuesioner Internal

No	Indikator Penilaian Internal	Kondisi Sampai Saat ini						Harapan pada masa yang akan datang						Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4
1	Optimalisasi Promosi via media massa dalam/LN dan Internet																
2	Anggaran dan realisasi																
3	Incentive Fiskal dari Pemerintah Pusat dan Daerah																
4	Potensi Budaya dan adat daerah																
5	Tersedianya Produk UU pengembangan kawasan Pariwisata																
6	Jadwal Event Pariwisata																
7	Edukasi dan Sosialisasi																
8	Kompetensi/kwalitas SDM Sektor Pariwisata																
9	Kompetensi/kwalitas Birokrat																
10	Pembinaan Seni dan budaya masyarakat																
11	Pemberdayaan/Partisipasi Masyarakat																
12	Partnership dan Kolaborasi																
13	Kerjasama Pemerintah daerah dan Stakeholder																
14	Tupoksi yang lebih luas dari Dinas Pariwisata																
15	Sumber daya Alam dan Budaya																
16	Tersedianya Infrastruktur Pariwisata																
17	Tersedianya Roadmap pelaksanaan program																
18	Benchmark database dan data pariwisata																
19	Pariwisata berbasis Lingkungan																
20	Price Competitiveness (Nilai Tawar / Nilai Tambah bagi wisatawan)																

Kuesioner Eksternal

No	Indikator Penilaian Eksternal	Kondisi Sampai Saat ini						Harapan pada masa yang akan datang						Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
1	Infrastruktur ICT /Teknologi Informasi																	
2	Citra /Preferensi Wisatawan																	
3	Ketersediaan souvenir/gift shop																	
4	Co Branding promo dan Event dengan daerah lain																	
5	Pengelolaan Lingkungan dan Budaya lokal																	
6	Atraksi/Daya tarik Utama dan Pendukung																	
7	Isu Keamanan dan Terorisme																	
8	Krisis / shock Ekonomi dunia																	
9	Penelitian dan Pengembangan Pariwisata																	
10	Pendidikan Tinggi Pariwisata																	
11	Akulturasi budaya asing dan lokal																	
12	Investasi Sektor Pariwisata : target vs realisasi																	
13	Koordinasi Antar sektor pemerintahan																	
14	Jaringan koordinasi dengan pariwisata daerah lain/luar negeri																	
15	Tersedianya Low Cost Carrier (LCC)																	
16	Affinitas/Aksesibilitas Objek wisata																	
17	Tersedianya Blue Print Sistem Pariwisata Nasional																	
18	Keanekaragaman Produk Pariwisata																	
19	Tersedianya akomodasi dan biro travel yang kompeten																	
20	Tersedianya Penerbangan Langsung Maskapai Asing Ke NTB																	
21	Mutu layanan (Hospitality Management)																	

22	Keadaan Infrastruktur (Jalan, Sanitasi,Air bersih)																			
----	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

LAMPIRAN 2 Panduan Wawancara Mendalam

Panduan Wawancara Mendalam

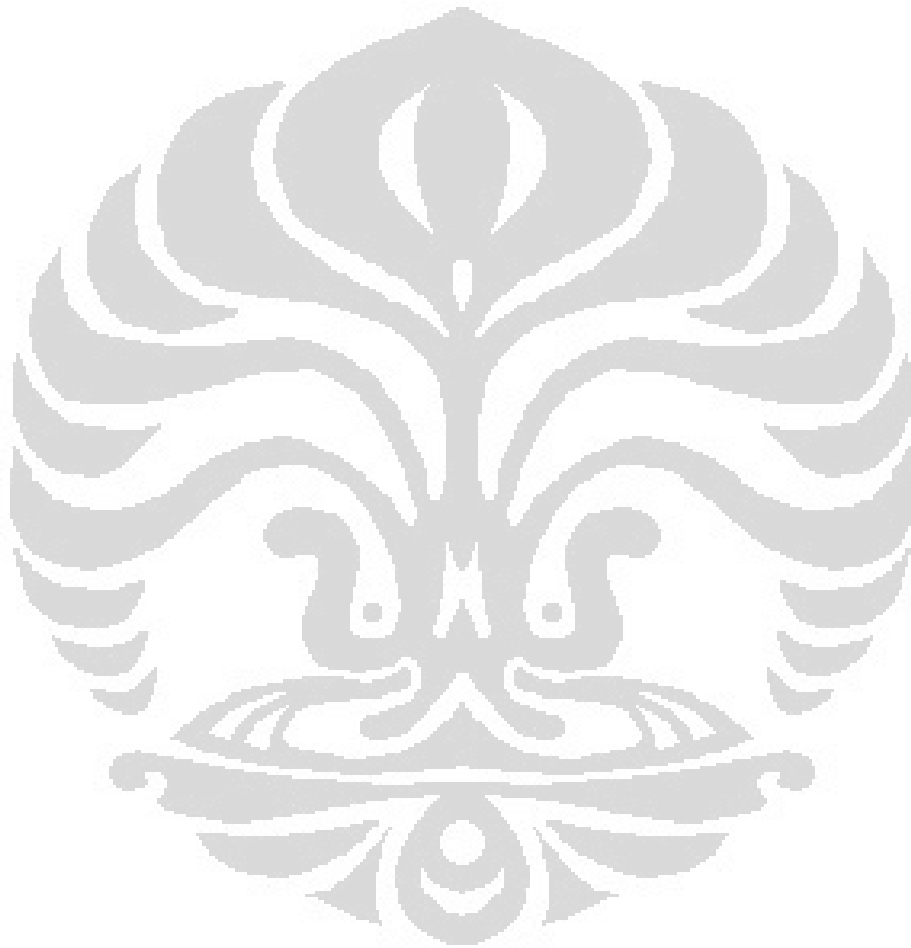
Responden		Pelaksanaan Wawancara	
Nama :			
Umur :		Hari / Tgl :	
Jenis kelamin :		Waktu :	
Pekerjaan :		Tempat :	
Alamat :		Pewawancara :	

1. Tentang Program Visit Lombok – Sumbawa
 - a. Apakah bapak/Ibu pernah mendengar tentang program ini sebelumnya?
 - b. Apakah ada sosialisasi mengenai program ini ? Kalau ya, kapan, bagaimana, siapa, dan apa yang disampaikan?
 - c. Pendapat bapak/ibu tentang program ini ?
 - d. Kenyataan di lapangan ?
 - e. Daerah wisata mana yang paling banyak dikunjungi wisatawan ? mengapa ?
 - f. Manfaatnya bagi masyarakat dan daerah ?
 - g. Kerugian bagi masyarakat dan daerah ?
 - h. Kekurangan dan kelebihan program ini ?

2. Support dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB
 - a. Bagaimana dengan sosialisasi dan promosi program ini ?
 - b. Bagaimana dengan anggaran yang digunakan ?
 - c. Bagaimana kerjasamanya dengan sektor swasta ?
 - d. Bagaimana kerjasama dan koordinasi dengan SKPD / organisasi pemerintah lainnya ?
 - e. Bagaimana kerjasama dan koordinasinya dengan masyarakat maupun LSM ? kalau terlibat , apa yang telah dilakukan

3. Support dari daerah dan masyarakat
 - a. Apakah ibu/Bapak ikut membantu dan mensosialisasikan program ini?

- b. Bagaimana dengan support anggaran program dan kesiapan Pemda dalam mensukseskan program ini?
- c. Penilaian terhadap kinerja Pemprov NTB dan Disbudpar NTB terhadap program ini?
- d. Penerimaan daerah dan masyarakat terhadap program ini? Bila tidak bermanfaat mengapa ?
- e. Usulan dan saran dalam perbaikan dan kinerja program selanjutnya



LAMPIRAN 3 Rata – Rata Lama Menginap (Rlm) Wisatawan Di Provinsi NTB

Bulan	Tahun 2007			Tahun 2008				Tahun 2009				Tahun 2010			
	DN	LN	Total	DN	LN	Total	%	DN	LN	Total	%	DN	LN	Total	%
Januari	2.62	3.52	2.86	2.42	3.94	2.74	-4.38	2.83	5.91	3.56	23.03	2.27	3.65	2.55	-39.6
Pebruari	2.49	3.29	2.68	2.68	4.43	3.09	13.27	2.6	4.53	3.03	-1.98	2.75	3.95	2.99	-1.34
Maret	2.11	3.09	2.35	2.71	3.68	2.94	20.07	2.12	3.62	2.39	-23.01	2.57	3.94	2.84	15.85
April	2.17	4.05	2.7	2.48	4.08	2.82	4.26	2.58	3.08	2.7	-4.44	2.99	3.73	3.14	14.01
Mei	2.12	3.58	2.48	2.53	4.79	3.06	18.95	2.27	3.3	2.54	-20.4	2.18	3.76	2.55	0.39
Juni	2.22	3.39	2.5	2.47	3.63	2.73	8.42	2.13	3.31	2.41	-13.2	2.23	4.55	2.72	11.4
Juli	2.33	3.02	2.5	2.87	3.25	2.98	16.11	2.15	3.47	2.51	-18.7	2.29	2.95	2.48	-1.21
Agustus	2.24	2.95	2.45	3.64	3.39	3.56	31.18	2.99	3.2	3.09	-15.2	2.5	2.67	2.58	-19.7
September	2.48	3.41	2.77	2.99	4.34	3.46	19.94	2.54	3.19	2.78	-24.4	2.21	3.58	2.57	-8.17
Oktober	2.23	3.49	2.58	2.81	3.49	2.96	12.84	2.72	3.72	2.99	1	2.16	3.23	2.39	-25.1
Nopember	3.01	5.58	3.54	2.75	3.59	2.92	-21.23	2.7	3.91	2.93	0.34	na	na	na	0
Desember	2.41	4.28	2.78	2.36	3.53	2.63	98.94	2.27	4.02	2.61	-9,97	na	na	na	0
Rata-Rata	2.37	3.64	2.68	2.73	3.84	2.99	10.37	2.49	3.77	2.8	-6.79	2.415	3.601	2.681	-4.44

LAMPIRAN 4 Tabel I Indikator Kinerja Program Visit Lombok- Sumbawa 2012

NO	INDIKATOR KINERJA	2007			2008			2009			2010		
		TARGET	REALISASI	%	TARGET	REALISASI	%	TARGET	REALISASI	%	TARGET	REALISASI	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	Jumlah POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata)	-	-	-	-	-	-	65	65	100%	80	85	106%
2	Kunjungan Wisatawan	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Asing	200,170	200,170	1	220,179	213,926	1	242,197	232,525	1	262,788	282,788	108%
	Domestic	257,209	257,209	1	285,311	330,575	1	313,842	386,845	1	437,212	437,212	100%
	Total	457,379	457,379	1	505,490	544,501	1	556,039	619,370	1	700,000	720,000	103%
3	Wisatawan yang menginap (Hotel Berbintang)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Asing	-	-	-	-	46467	-	-	56070	-	-	58966	
	Domestic	-	-	-	-	140159	-	-	156294	-	-	182388	
	Total	-	-	-	-	186626	-	-	212364	-	-	241354	
4	RLM (Rata-rata Lama Menginap)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Bintang (hari)	3.8	3.09	81.3%	3.9	3.21	82.3%	4.3	3.21	74.7%	4.2	2.69	64.0%
	Melati (hari)	4	2.6	65.0%	4.2	2.7	64.3%	4	3.99	99.8%	4.6	2.25	48.9%
	Total	3.9	2.845	72.9%	4.05	2.955	73.0%	4.15	3.6	86.7%	4.4	2.47	56.1%

LAMPIRAN 5 Tabel II Indikator Kinerja Program Visit Lombok- Sumbawa 2012

NO	INDIKATOR KINERJA	2007			2008			2009			2010		
		TARGET	REALISASI	%	TARGET	REALISASI	%	TARGET	REALISASI	%	TARGET	REALISASI	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
5	Tingkat Hunian (TPK)												
	Hotel Bintang (%)	38.25	31.27	82%	40.67	33.2	82%	43.24	43.28	100.1%	45.67	46.24	101.2%
	Hotel Melati (%)	21.94	20.9	95%	21.56	24.96	116%	22.03	29.55	134.1%	22.98	26.42	115.0%
	Total	30.095	26.085	86.7%	31.115	29.08	93.5%	32.635	36.415	111.6%	34.325	36.33	105.8%
6	Pengeluaran Wisatawan												
	Asing (USD \$/hari)	76	76	100%	77	77	100%	80	80	100%	86	86	100%
	Domestic (Rp/hari)	275000	275000	100%	315000	315000	100%	375000	375000	100%	400000	400000	100%
	(Dalam Rupiah)												
	Asing (USD \$/hari)	646,000	646,000	8,500	654,500	654,500	8,500	680,000	680,000	8,500	731,000	731,000	100%
	Domestic (Rp/hari)	275,000	275,000	1	315,000	315,000	1	375,000	375,000	1	400,000	400,000	100%
	Target Raihan Devisa	921,000	921,000	8,501	969,500	969,500	8,501	1,055,000	1,055,000	8,501	1,131,000	1,131,000	100%
	Devisa Yang Didapat	921,000	921,000	8,501	969,500	969,500	8,501	1,055,000	1,055,000	8,501	1,131,000	1,131,000	100%
	* asumsi 1 dolar = 8.500 Rupiah												

LAMPIRAN 6 Penilaian Internal Responden Terhadap Kuesioner SWOT Jangka Pendek VLS 2012

No	Bobot Penilaian Faktor Internal Responden																					Bobot (Rata-rata kolom dikurangi rata-rata baris)*	Urgensi Penanganan																				Rata-rata Baris urgens					
	Responden																				Rata-rata Baris		Ket	Responden																								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19		20				
1	2	5	2	5	5	5	2	3	5	2	2	3	4	5	5	4	4	5	4	5	3.85	S	3.85	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3.65
2	2	5	3	4	5	6	2	2	4	4	2	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3.55	W	5.775	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3.15	
3	2	3	3	2	2	2	3	1	5	1	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2.5	W	4.725	3	3	4	3	4	4	4	4	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	
4	5	6	3	6	5	6	3	5	6	6	6	5	5	6	6	6	5	6	6	6	5.4	S	5.4	4	1	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3.5	
5	4	4	2	2	5	3	3	5	3	4	3	3	3	4	4	5	5	5	6	5	3.9	S	3.9	3	3	4	4	3	3	4	3	1	4	3	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3.2		
6	3	3	3	5	5	5	4	6	6	5	3	5	3	4	3	4	5	4	5	4	4.25	S	4.25	3	1	4	3	2	4	4	4	1	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	4	4	3.05
7	4	5	4	5	4	4	3	3	5	4	3	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4.25	S	4.25	2	2	4	2	3	4	4	4	2	3	3	3	4	3	4	2	4	3	3	4	2	4	3	4	3.15
8	3	2	3	3	3	5	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2.95	W	5.175	2	2	3	4	3	4	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2.85
9	4	3	2	2	3	3	2	4	6	4	3	2	3	4	4	3	2	3	4	3	3.2	W	5.425	2	2	4	4	3	4	4	4	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3.05
10	3	4	4	2	3	4	3	2	5	4	2	3	4	6	4	5	5	6	4	4	3.85	S	3.85	2	2	3	2	3	4	4	4	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3.15	

LANJUTAN LAMPIRAN 6

No	Bobot Penilaian Faktor Internal Responden																			Bobot (Rata-rata kolom dikurangi rata-rata baris)*	Urgensi Penanganan																												
	Responden																				Rata-rata Baris	Ket	Responden																				Rata-rata Baris urgensi						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19				20	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19		20					
10	3	4	4	2	3	4	3	2	5	4	2	3	4	6	4	5	5	6	4	4	3.85	S	3.85	2	2	3	2	3	4	4	4	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3.15	
11	4	5	3	2	3	4	2	2	4	5	3	2	4	3	5	4	5	4	3	4	3.55	W	5.775	2	2	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3.4	
12	3	3	2	2	2	5	2	3	4	4	3	3	2	3	3	4	5	3	4	3	3.15	W	5.375	1	2	4	3	3	4	4	4	2	3	3	2	3	2	1	1	2	1	3	3	3	2.55				
13	5	5	2	2	2	6	2	4	5	5	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3.35	W	5.575	3	2	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3.6
14	5	5	3	3	3	5	5	4	3	4	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4.3	S	4.3	1	2	3	3	1	4	3	3	1	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2.3				
15	5	6	5	6	3	6	1	5	6	6	5	6	5	6	5	6	5	5	5	6	5.15	S	5.15	1	1	4	4	1	4	4	4	3	3	2	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3.1					
16	3	5	1	2	2	6	2	2	5	2	3	1	3	2	3	2	3	3	3	2	2.75	W	4.975	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3.65		
17	5	5	2	2	1	4	2	2	5	4	3	4	5	5	5	6	4	5	4	5	3.9	S	3.9	3	2	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3.1					
18	4	5	3	2	1	2	3	3	5	4	3	2	2	3	3	3	4	3	4	3	3.1	W	5.325	2	2	3	2	3	4	3	4	4	3	3	3	2	2	3	2	3	4	2	2	2.8					
19	4	6	4	3	2	4	4	4	4	5	5	2		4	5	5	4	4	4	5	3.9	S	3.9	2	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3.3				
20	5	6	5	3	4	4	5	4	5	6	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4.65	S	4.65	1	2	3	2	2	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4	3.2				
	Jumlah Total Kolom																			75.5		95.525	Jumlah Total Kolom																				62.8						
	Rata - rata Kolom																			3.775			Rata - rata Kolom																				3.14						

LANJUTAN LAMPIRAN 6

TABEL PENILAIAN EKSTERNAL RESPONDEN TERHADAP KUESIONER SWOT JANGKA PENDEK VLS 2012

No	Bobot Penilaian Faktor Eksternal																				Rata-rata Baris	Ket	Bobot (Rata-rata kolom dikurangi rata-rata baris)*	Urgensi Penanganan																				Rata-rata Baris urgensi							
	Responden																							Responden																											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20								
1	4	3	2	3	2	2	1	1	4	1	3	1	2	3	3	2	3	3	3	3	2.45	T	5.12045455	3	4	2	2	2	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3.35
2	5	6	4	3	4	5	3	3	4	3	3	4	4	5	5	5	4	6	5	5	4.3	O	4.3	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3.65				
3	5	6	5	4	5	5	4	4	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4.55	O	4.55	3	2	3	4	4	2	2	4	2	2	2	3	2	3	3	4	3	3	2	3	2	3	2.8					
4	5	5	4	2	3	5	3	4	5	4	2	2	3	5	4	3	2	3	3	2	3.45	O	3.45	3	1	3	2	2	2	2	4	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2.45					
5	4	6	3	2	5	5	3	3	4	3	3	2	4	5	4	6	6	4	6	4	4.1	O	4.1	3	2	3	3	1	2	2	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2.65				
6	4	6	6	3	5	5	4	2	4	5	3	3	6	4	6	5	4	5	6	5	4.55	O	4.55	3	1	2	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	2	4	2	4	2.95					
7	5	2	3	4	2	5	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2.85	T	5.52045455	3	2	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3.4					
8	4	2	4	5	2	3	3	2	3	2	3	3	4	3	5	3	3	4	3	3	3.2	T	5.87045455	3	4	2	2	4	4	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2.95					
9	3	3	2	3	3	4	2	1	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2.5	T	5.17045455	2	2	3	3	1	4	1	4	2	1	3	4	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2.45					
10	3	4	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	4	2	4	3	2	3	4	2.85	T	5.52045455	2	2	3	2	1	4	1	4	2	2	2	3	3	4	3	2	3	4	2	3	2	3	2.6					
11	2	4	3	2	3	2	3	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3	3	2	3	2.95	T	5.62045455	1	2	1	2	2	2	2	4	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	1	1	2	1.85						

LANJUTAN LAMPIRAN 6

No	Bobot Penilaian Faktor Eksternal																		Rata-rata Baris	Ket	Bobot (Rata-rata kolom dikurangi rata-rata baris)*	Urgensi Penanganan																				Rata-rata Baris urgensi			
	Responden																					Responden																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18				19	20	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		19	20	
12	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	4	2	3	3	4	3	3	2	3	2.8	T	5.47045455	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3.4		
13	4	6	3	3	3	2	2	4	2	2	3	2	4	5	3	3	3	3	4	4	3.25	T	5.92045455	3	2	3	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3.45	
14	3	6	4	2	2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3.5	O	3.5	3	2	2	1	3	3	3	3	2	1	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2.45		
15	3	3	4	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	2.7	T	5.37045455	4	2	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3.6	
16	3	6	2	3	2	2	2	1	2	4	3	2	4	5	3	4	2	2	4	3	2.95	T	5.62045455	4	2	3	2	4	4	4	4	4	2	2	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3.3
17	5	5	3	2	3	3	3	1	3	4	2	3	5	4	4	5	4	5	4	4	3.6	O	3.6	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2	3	1	2	2	3	3	3	3	3	2.35		
18	4	6	3	3	3	4	3	3	3	5	3	3	5	4	5	5	6	5	6	6	4.25	O	4.25	3	1	2	3	3	4	3	4	1	2	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	2.85	
19	4	6	4	3	4	5	4	3	4	5	3	5	5	4	5	4	4	5	4	3	4.2	O	4.2	3	1	4	3	3	4	2	4	1	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3.05	
20	2	6	2	1	2	2	2	1	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2.35	T	5.02045455	3	1	3	4	4	3	4	4	1	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3.35	
21	3	6	3	2	3	3	2	4	2	3	3	3	2	3	3	2	3	4	2	4	3	T	5.67045455	3	2	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	2	3	3	4	3	4	4	4	3	3.35
22	4	6	2	2	3	3	1	1	2	2	3	2	5	4	4	3	2	3	4	2	2.9	T	5.57045455	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	2	3	4	3	2	3	2	3	3.25	
Total																		73.25		107.965909																					65.5				
Rata-rata kolom																		3.329545																							2.9773				

LAMPIRAN 7 Penilaian Internal Responden Terhadap Kuesioner SWOT Jangka Panjang VLS 2012

No	Bobot Penilaian Faktor Internal Responden																				Rata-rata Baris	Ket	Bobot (Rata-rata kolom dikurangi rata-rata baris) *	Urgensi Penanganan																				Rata-rata Baris urgensi				
	Responden																							Responden																								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20					
1	6	6	5	5	6	6	4	5	4	6	5	5	5	4	4	6	5	6	6	4	5.15	S	5.15	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3.65
2	3	6	5	3	6	6	4	5	4	5	5	5	5	6	5	5	6	6	6	5	5.05	S	5.05	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	4	3	3	3.15			
3	5	6	6	3	5	5	4	3	4	6	6	5	4	4	3	4	4	3	3	3	4.3	W	5.405	3	3	4	3	4	4	4	4	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3		
4	6	6	4	5	6	6	4	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5.7	S	5.7	4	1	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3.5		
5	6	6	4	3	6	5	5	6	4	6	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4.8	S	4.8	3	3	4	4	3	3	4	3	1	4	3	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3.2		
6	5	6	5	6	6	6	5	6	6	6	5	6	5	5	6	4	6	6	5	6	5.55	S	5.55	3	1	4	3	2	4	4	4	1	3	3	4	2	3	3	4	2	3	4	2	3	4	4	3.05	
7	5	6	5	5	5	6	5	6	5	6	5	5	5	6	6	5	5	6	5	5	5.35	S	5.35	2	2	4	2	3	4	4	4	2	3	3	3	4	3	4	2	4	3	3	4	3	4	3.15		
8	6	6	4	3	5	6	4	5	5	6	6	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4.6	W	5.705	2	2	3	4	3	4	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2.85	
9	5	6	3	3	5	6	4	5	4	6	5	5	4	4	3	3	4	4	3	3	4.25	W	5.355	2	2	4	4	3	4	4	4	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3.05		
10	5	6	5	3	5	6	5	5	5	5	5	4	6	4	5	5	6	6	5	5	5.05	S	5.05	2	2	3	2	3	4	4	4	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3.15		

LANJUTAN LAMPIRAN 7

No	Bobot Penilaian Faktor Internal Responden																				Rata-rata Baris	Ket	Bobot (Rata-rata kolom dikurangi rata-rata baris)*	Urgensi Penanganan																				Rata - rata Baris urgensi		
	Responden																							Responden																						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20			
11	6	6	6	2	5	6	5	5	5	6	5	6	6	5	5	4	5	5	4	5	5.1	S	5.1	2	2	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3.4
12	6	6	3	2	4	6	5	5	4	6	5	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4.5	W	5.605	1	2	4	3	3	4	4	4	2	3	3	2	3	2	1	1	2	1	3	3	2.55		
13	6	6	5	5	4	6	5	5	5	6	5	4	4	3	4	5	4	5	3	4	4.7	W	5.805	3	2	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3.6	
14	6	6	5	3	3	6	5	5	4	6	4	4	5	6	5	5	6	6	5	5	5	S	5	1	2	3	3	1	4	3	3	1	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2.3		
15	6		6	2	5	6	4	6	6	6	5	5	6	6	5	6	5	5	6	5	5.05	S	5.05	1	1	4	4	1	4	4	4	3	3	2	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3.1		
16	6	6	3	5	4	6	4	3	5	6	4	5	4	3	4	4	4	3	3	4	4.3	W	5.405	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3.65		
17	3	6	4	4	3	6	4	5	5	6	5	5	5	6	6	6	5	6	6	5	5.05	S	5.05	3	2	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3.1		
18	6	6	4	3	4	6	4	5	6	6	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4.65	W	5.755	2	2	3	2	3	4	3	4	4	3	3	3	2	2	3	2	3	4	2	2	2.8		
19	6	6	3	4	4	6	5	5	5	6	6	4	3	3	4	5	5	5	4	3	4.6	W	5.705	2	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3.3		
20	6	6	6	6	5	6	3	5	5	6	5	5	5	4	6	4	5	5	5	5	5.15	S	5.15	1	2	3	2	2	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4	4	3	4	4	4	3.2		
	Jumlah Total Kolom																				97.9		106.74	Jumlah Total Kolom																				62.75		
	Rata - rata Kolom																				4.9			Rata - rata Kolom																				3.138		

LANJUTAN LAMPIRAN 7

No	Bobot Penilaian Faktor Eksternal Responden																				Rata-rata Baris	Ket	Bobot (Rata-rata kolom dikurangi rata-rata baris)*	Urgensi Penanganan																				Rata-rata Baris Urgensi					
	Responden																							Responden																									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20						
1	6	6	4	3	4	4	3	6	4	3	5	6	5	5	6	5	5	6	6	5	4.85	O	4.85	3	4	2	2	2	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3.35	
2	6	6	6	3	5	6	4	6	6	4	5	6	6	5	5	5	6	6	6	6	5.4	O	5.4	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3.65	
3	6	6	6	5	6	6	6	4	4	5	6	4	6	5	6	5	5	6	6	6	5.45	O	5.45	3	2	3	4	4	2	2	4	2	2	2	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	2	3	2.8
4	6	6	6	5	5	5	4	4	4	6	5	4	4	3	5	4	5	4	5	5	4.75	O	4.75	3	1	3	2	2	2	2	4	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2.45	
5	6	6	5	5	6	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	5	4	5	5	4.7	T	5.8432	3	2	3	3	1	2	2	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2.65
6	6	6	6	5	6	5	6	5	5	5	5	4	6	5	5	6	6	6	4	5	5.35	O	5.35	3	1	2	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	2	4	4	4	2.95		
7	6	4	5	4	6	6	4	4	4	4	5	5	3	4	5	4	4	5	5	5	4.6	T	5.7432	3	2	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3.4
8	6	6	6	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	6	5	5	4	4	4.75	T	5.8932	3	4	2	2	4	4	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2.95
9	6	6	3	4	4	6	3	3	5	4	4	6	4	4	5	5	5	5	4	4	4.5	T	5.6432	2	2	3	3	1	4	1	4	2	1	3	4	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2.45	
10	6	6	3	5	4	6	3	3	5	5	4	5	4	5	4	6	5	5	5	4	4.65	T	5.7932	2	2	3	2	1	4	1	4	2	2	2	3	3	4	3	2	3	4	2	3	4	2	3	2	2.6	
11	3	5	4	5	4	2	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	6	5	4.25	T	5.3932	1	2	1	2	2	2	2	4	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1.85	

LANJUTAN LAMPIRAN 7

TABEL PENILAIAN EKSTERNAL RESPONDEN TERHADAP KUESIONER SWOT JANGKA PANJANG VLS 2012

No	Bobot Penilaian Faktor Eksternal Responden																				Ket	Bobot (Rata-rata kolom dikurangi rata-rata baris)*	Urgensi Penanganan																				Rata - rata Baris urgens		
	Responden																						Responden																						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20			
12	6	6	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4,55	T	5.6932	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3,4	
13	6	4	4	5	4	4	4	5	3	6	5	4	5	6	4	4	4	5	3	5	4,5	T	5.6432	3	2	3	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3,45	
14	6	6	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	4,65	T	5.7932	3	2	2	1	3	3	3	3	2	1	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2,45	
15	6	6	6	3	5	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	5	5	6	5	5,55	O	5.55	4	2	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3,6		
16	6	6	5	4	5	6	6	4	6	4	5	4	5	4	5	4	3	3	5	3	4,65	T	5.7932	4	2	3	2	4	4	4	4	4	2	2	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3,3
17	6	6	5	4	4	5	3	6	4	5	5	4	5	5	6	5	5	6	6	6	5,05	O	5.05	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2	3	1	2	2	3	3	3	3	3	3	2,35	
18	6	6	5	5	4	5	4	6	4	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5,1	O	5.1	3	1	2	3	3	4	3	4	1	2	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	2,85	
19	6	6	5	4	5	6	5	3	5	6	6	6	5	6	5	5	5	6	5	5	5,25	O	5.25	3	1	4	3	3	4	2	4	1	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3,05	
20	6	6	5	3	6	5	6	6	6	5	5	4	5	6	4	5	5	6	4	6	5,2	O	5.2	3	1	3	4	4	3	4	4	1	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3,35	
21	6	6	6	4	4	4	6	5	5	5	5	6	4	3	3	4	4	5	4	4	4,65	T	5.7932	3	2	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	2	3	3	4	3	4	4	4	3	3,35
22	6	6	6	4	4	5	3	5	5	5	5	6	4	3	3	4	3	4	4	4	4,45	T	5.5932	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	2	3	4	3	2	3	2	3	3	3,25
	Jumlah Total Kolom																				107	120.57	Jumlah Total Kolom																				65.5		
	Rata - rata Kolom																				4,86		Rata - rata Kolom																				2,977		

LAMPIRAN 8 Matriks SWOT Penilaian Responden Jangka Pendek

<p>EFAS</p> <p>IFAS</p>	<p>Strenght (Kekuatan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Optimalisasi Promosi via media massa dalam/LN dan Internet 2) Potensi budaya dan adat daerah 3) Tersedianya prod. UU pengemb. Kawasan pariwisata 4) Jadwal event pariwisata 5) Edukasi dan sosialisasi 6) Pembinaan seni dan budaya masyarakat 7) Tupoksi yg lebih luas dari Dinas Pariwisata 8) Sumber daya alam dan budaya 9) Tersedianya Roadmap pelaksanaan program 10) Pariwisata berbasis lingkungan 11) Price competitiveness (nilai tawar/nilai tambah bagi wisatawan) 	<p>Weakness (Kelemahan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Anggaran dan Realisasi 2) Incentive fiskal dari pemerintah pusat dan daerah 3) Kompetensi Kwalitas SDM sektor pariwisata 4) Kompetensi/kwalitas birokrat 5) Pemberdayaan/partisipasi masyarakat 6) Partnership/kolaborasi 7) Kerjasama pemerintah daerah dan stakeholder 8) Tersedianya infrastruktur pariwisata 9) Benchmark database dan data pariwisata
<p>Opportunity (Peluang)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Citra/preferensi wisatawan 2) Ketersediaan souvenir/gift shop 3) Co branding promo dan event dengan daerah lain 4) Pengelolaan lingkungan dan budaya lokal 5) Atraksi/daya tarik utama dan pendukung 6) Jaringan koordinasi dengan pariwisata daerah lain/LN 7) Tersedianya blue print sistempariwisata nasional 8) Keanekaragaman produk pariwisata 9) Tersedianya akomodasi dan biro travel yang kompeten 	<p>Strategi SO</p> <p style="text-align: center;">2.7642</p>	<p>Strategi WO</p> <p style="text-align: center;">2.7697</p>

LANJUTAN LAMPIRAN 8

Threatness (Ancaman)	Strategi ST	Strategi WT
1) Infrastruktur / ICT teknologi 2) Isu keamanan dan terorisme 3) Krisis/shock ekonomi dunia 4) Penelitian dan pengembangan pariwisata 5) Pendidikan tinggi pariwisata 6) Akulturasi budaya asing dan lokal 7) Investasi sektor pariwisata : Target VS Realisasi 8) Koordinasi antar sektor pemerintahan 9) Tersedianya Low Cost Carrier (LCC) 10) Affinitas/aksesibilitas objek wisata 11) Tersedianya penerbangan langsung maskapai asing ke NTB 12) Mutu layanan (hospitality management) 13) Keadaan infrastruktur (jalan,sanitasi,air bersih)	3.2972	3.3028

LAMPIRAN 9 Matriks SWOT Penilaian Responden Jangka Panjang

<p>EFAS</p>	<p>Strenght (Kekuatan)</p> <p>IFAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Optimalisasi Promosi via media massa dalam/LN dan Internet 2) Anggaran dan realisasi 3) Potensi budaya dan adat daerah 4) Tersedianya prod. UU pengemb. Kawasan pariwisata 5) Jadwal event pariwisata 6) Edukasi dan sosialisasi 7) Pembinaan seni dan budaya masyarakat 8) Pemberdayaan/partisipasi masyarakat 9) Tupoksi yg lebih luas dari Dinas Pariwisata 10) Sumber daya alam dan budaya 11) Tersedianya Roadmap pelaksanaan program 12) Price competitiveness (nilai tawar/nilai tambah bagi wisatawan) 	<p>Weakness (Kelemahan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Incentive fiskal dari pemerintah pusat dan daerah 2) Kompetensi Kwalitas SDM sektor pariwisata 3) Kompetensi/kwalitas birokrat 4) Partnership/kolaborasi 5) Kerjasama pemerintah daerah dan stakeholder 6) Tersedianya infrastruktur pariwisata 7) Benchmark database dan data pariwisata 8) Pariwisata berbasiskan lingkungan
<p>Opportunity (Peluang)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Infrastruktur ICT/Teknologi Informasi 2) Citra/preferensi wisatawan 3) Ketersediaan souvenir/gift shop 4) Co branding promo dan event dengan daerah lain 5) Atraksi/daya tarik utama dan pendukung 6) Tersedianya Low cost carrier (LCC) 7) Tersedianya blue print sistem pariwisata nasional 8) Keanekaragaman produk pariwisata 9) Tersedianya akomodasi dan biro travel yang kompeten 10) Tersedianya penerbangan langsung maskapai asing ke NTB 	<p>Strategi SO</p> <p style="text-align: center;">3.153568</p>	<p>Strategi WO</p> <p style="text-align: center;">2.61332</p>

LANJUTAN LAMPIRAN 9

Threatness (Ancaman)	Strategi ST	Strategi WT
1) Pengelolaan lingkungan dan budaya lokal 2) Isu keamanan dan terorisme 3) Krisis/shock ekonomi dunia 4) Penelitian dan pengembangan pariwisata 5) Pendidikan tinggi pariwisata 6) Akulturasi budaya asing dan lokal 7) Investasi sektor pariwisata : Target VS Realisasi 8) Koordinasi antar sektor pemerintahan 9) Jaringan koordinasi dengan pariwisata daerah lain/luar negeri 10) Affinitas/aksesibilitas objek wisata 11) Mutu layanan (hospitality management) 12) Keadaan infrastruktur (jalan,sanitasi,air bersih)	3.50632	2.966072

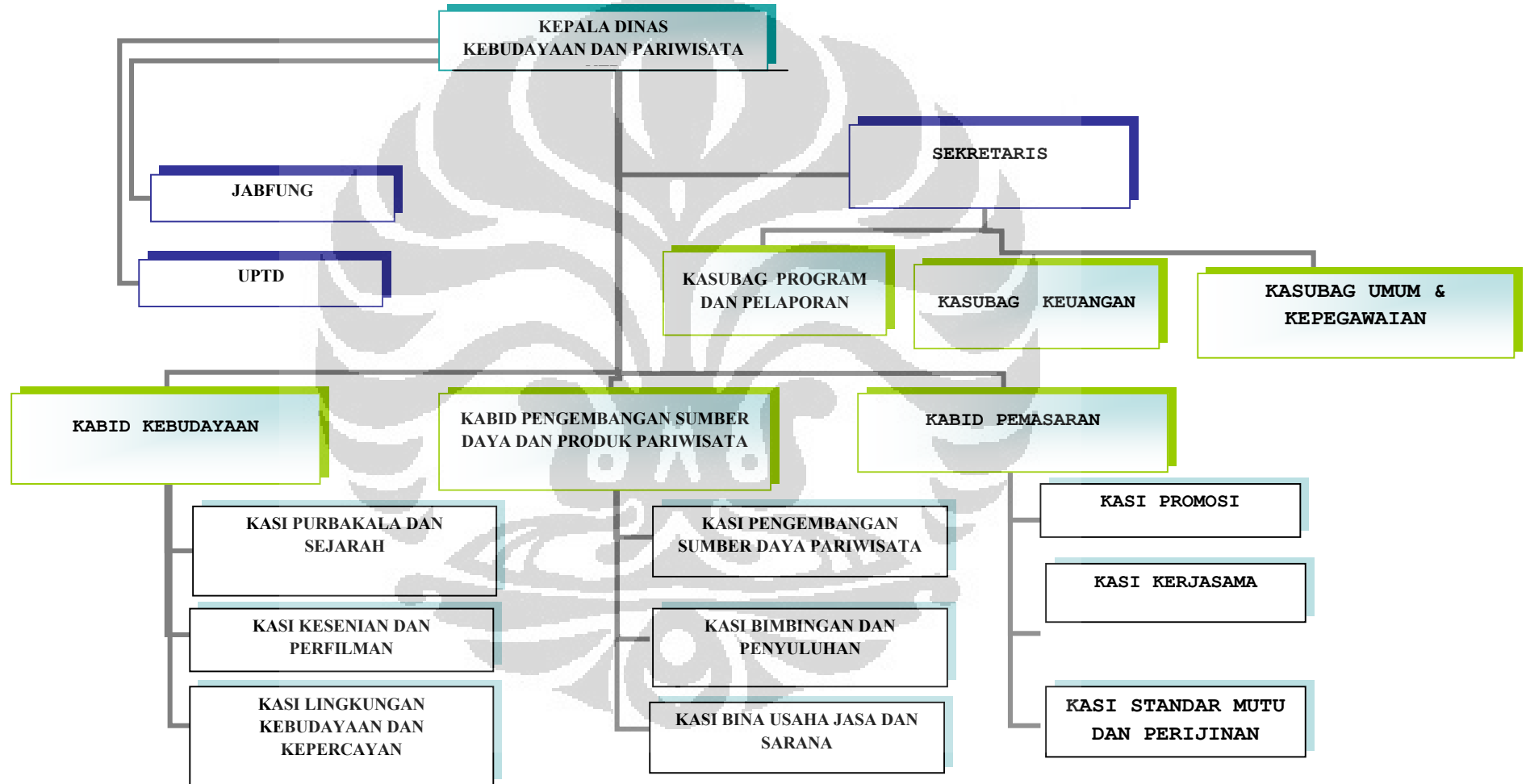
LAMPIRAN 10 Tabel Anggaran Dan Realisasi Program Disbudpar NTB

NO	KEGIATAN	SATUAN	TARGET			REALISASI			ANGGARAN			REALISASI		
			SASARAN			SASARAN						DANA		
			2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
1	2	3	4			5			6			7		
1	Program Pelayanan Administrasi Perkantoran	kegiatan	13	13	13	13	13	13	1,912,557,5	1,164,266,4	1,492,252,9	1,752,806,8	1,129,407,9	1,370,153,65
2	Program Peningkatan Sarana dan Prasarana Aparatur	kegiatan	8	8	8	8	8	8	900,681,500	630,227,600	822,011,574	883,275,865	626,444,750	805,700,400
3	Program Peningkatan Disiplin Aparatur	paket	1	1	1	1	1	1	80,150,000	203,300,500	107,065,600	79,786,500	202,902,500	102,865,000
4	Program Peningkatan Kapasitas Daya Aparatur	kegiatan	3	1	1	3	1	1	175,775,000	12,000,000	24,000,000	158,648,800	12,000,000	24,000,000
5	Program Pengembangan Nilai Budaya	kegiatan	13	2	1	13	2	1	700,399,700	804,661,385	1,004,955,6	686,631,700	800,473,600	967,717,400
6	Program pengelolaan Kekayaan Budaya	kegiatan	12	8	8	12	8	8	668,785,000	377,797,500	702,299,000	628,832,000	374,216,200	677,071,500
7	Program Pengelolaan Keragaman Budaya	kegiatan	8	6	6	8	6	6	507,500,650	485,146,400	600,274,000	488,237,500	482,124,300	572,511,000

LANJUTAN LAMPIRAN 9

NO	KEGIATAN	SATU AN	TARGET SASARAN		REALISASI SASARAN			ANGGARAN			REALISASI DANA			
			2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010			
1	2	3	4		5			6			7			
8	Program Pengembangan Kerjasama Pengelolaan Kekayaan Budaya	kegiatan	4	3	3	4	3	3	370,000,000	189,598,000	350,704,200	368,712,000	189,079,500	328,706,600
9	Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata	kegiatan	5	2	2	5	2	2	1,460,133,000	1,209,850,000	1,219,155,810	1,209,850,000	1,176,681,000	1,191,168,710
10	Program Pengembangan Destinasi Pariwisata	kegiatan	6	4	4	6	4	4	336,150,000	270,061,000	220,061,000	281,022,000	266,703,600	208,188,850
11	Program Pengembangan Kemitraan pariwisata	kegiatan	4	4	4	4	4	4	198,470,000	347,405,000	551,755,000	160,090,000	346,511,100	539,202,600
12	Program peningkatan pengembangan sistem pelaporan capaian kinerja dan keuangan	kegiatan			1			1	-	-	42,755,000	-	-	42,255,000
	Total		77	52	52	77	52	52	7,310,602,417	5,694,313,823	7,137,289,780	6,697,893,171	5,606,544,504	6,829,540,718

LAMPIRAN 11 Struktur Hierarki Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi NTB



LAMPIRAN 12 Anggaran Pariwisata Dibandingkan APBD Provinsi Di Indonesia

Kode	Nama Provinsi	2008			2009			2010		
		Total Belanja	Pariwisata dan Budaya	% besaran porsi	Total Belanja	Pariwisata dan Budaya	% besaran porsi	Total Belanja	Pariwisata dan Budaya	% besaran porsi
1	Prop. Nanggroe Aceh Darussalam	8,518,741	61,957	0.72730319	9,791,354	72,688	0.74236483	7,638,451	65,930	0.86312728
2	Prop. Sumatera Utara	3,289,161	18,079	0.54964731	3,616,558	21,015	0.58106901	3,832,568	27,511	0.71781271
3	Prop. Sumatera Barat	1,485,859	31,764	2.13778565	1,707,693	37,342	2.18670348	2,344,132	35,553	1.51667467
4	Prop. Riau	4,358,508	104,625	2.40048185	4,006,117	56,691	1.41511099	4,124,904	59,057	1.43171725
5	Prop. Jambi	1,429,178	16,762	1.1728282	1,620,587	14,853	0.9165098	1,506,752	14,174	0.94069541
6	Prop. Sumatera Selatan	2,743,383	28,110	1.02464071	2,755,717	14,755	0.53544371	3,225,412	16,094	0.49897758
7	Prop. Bengkulu	1,075,515	7,336	0.68212657	847,005	6,410	0.75680707	1,142,771	11,126	0.97355817
8	Prop. Lampung	1,738,989	15,951	0.91727214	1,700,092	12,681	0.7458762	1,839,829	17,062	0.9273946
9	Prop. DKI Jakarta	20,523,322	315,991	1.53966679	22,139,467	168,868	0.76274561	24,513,729	306,722	1.25122464
10	Prop. Jawa Barat	6,050,016	61,094	1.00982089	8,245,578	70,863	0.85941072	9,560,557	66,501	0.69557508
11	Prop. Jawa Tengah	5,394,314	20,535	0.38068161	5,368,714	48,819	0.90932261	5,665,316	49,728	0.87776482

LANJUTAN LAMPIRAN 12

Kode	Nama Provinsi	2008			2009			2010		
		Total Belanja	Pariwisata dan Budaya	% besaran porsi	Total Belanja	Pariwisata dan Budaya	% besaran porsi	Total Belanja	Pariwisata dan Budaya	% besaran porsi
12	Prop. DI Jogjakarta	1,485,950	35,731	2.4045968	1,412,049	37,908	2.68463139	1,394,446	37,204	2.66803102
13	Prop. Jawa Timur	6,090,817	27,792	0.45629016	6,314,056	36,441	0.57713841	7,826,710	43,261	0.55272992
14	Prop. Kalimantan Barat	1,301,826	14,220	1.09233881	1,528,166	16,707	1.0932433	1,675,911	18,984	1.13274372
15	Prop. Kalimantan Tengah	1,371,219	15,659	1.14200941	1,688,026	13,526	0.80130762	2,028,000	10,389	0.51225464
16	Prop. Kalimantan Selatan	1,378,949	14,120	1.02397064	1,626,300	17,405	1.07020612	2,176,862	25,965	1.19278291
17	Prop. Kalimantan Timur	6,109,317	13,250	0.21687637	5,429,283	13,812	0.25440121	5,979,388	15,031	0.25137359
18	Prop. Sulawesi Utara	884,711	16,422	1.85618077	1,120,452	21,963	1.9602002	1,093,545	17,290	1.58111151
19	Prop. Sulawesi Tengah	967,443	14,689	1.51833813	1,099,675	16,125	1.46633608	1,105,604	17,228	1.558236
20	Prop. Sulawesi Selatan	2,115,068	18,392	0.86957967	2,288,468	18,824	0.82254744	2,442,837	21,513	0.88065393
21	Prop. Sulawesi Tenggara	883,699	3,563	0.40321585	1,339,624	9,898	0.73885432	1,307,432	14,809	1.13264077
22	Prop. Bali	1,502,295	47,920	3.18977781	1,643,973	55,332	3.36575115	2,106,051	48,164	2.28691602
23	Prop. Nusa Tenggara Barat	1,093,766	15,574	1.42386052	1,246,328	14,064	1.12843132	1,356,772	16,179	1.19249621

LANJUTAN LAMPIRAN 12

Kode	Nama Provinsi	2008			2009			2010		
		Total Belanja	Pariwisata dan Budaya	% besaran porsi	Total Belanja	Pariwisata dan Budaya	% besaran porsi	Total Belanja	Pariwisata dan Budaya	% besaran porsi
24	Prop. Nusa Tenggara Timur	1,052,620	5,462	0.51893855	1,026,623	10,750	1.04713615	1,174,625	21,549	1.83454324
25	Prop. Maluku	800,488	4,963	0.61998826	931,818	13,223	1.41902981	976,842	15,838	1.62132217
26	Prop. Papua	5,448,791	43,608	0.8003205	5,142,085	38,280	0.74445298	5,071,605	22,581	0.44524833
27	Prop. Maluku Utara	636,473	4,574	0.71869694	764,867	5,403	0.70636053	827,049	24,054	2.90846548
28	Prop. Banten	2,154,355	16,864	0.78277628	2,366,615	11,255	0.47558704	2,511,267	12,569	0.50049997
29	Prop. Bangka Belitung	864,018	-	0	1,001,914	8,300	0.82841202	1,108,197	15,134	1.36567757
30	Prop. Gorontalo	527,504	3,363	0.63754953	534,505	2,538	0.4748599	568,218	5,416	0.95322927
31	Prop. Kepulauan Riau	1,382,500	17,540	1.26869544	1,636,000	22,056	1.34816406	1,830,000	12,055	0.65873027
32	Prop. Papua Barat	999,033	-	0	2,964,505	15,988	0.539301	2,726,150	14,307	0.52481708
33	Prop. Sulawesi Barat	575,932	6,568	1.14034279	603,914	6,495	1.07544388	608,616	2,642	0.4341256
	Total Indonesia	96,233,757	1,022,479	1.06249511	105,508,129	931,277	0.88265887	113,290,548	1,101,619	0.9723837
	Rata - rata	2,916,174.46	0,984	1.06249511	3,197,216	28,221	0.88265887	3,433,047	33,382	0.9723837

LAMPIRAN 13 Anggaran Pariwisata Kab/Kota Di 9 Provinsi Daerah Pariwisata Di Indonesia

No	Nama Daerah	2008			2009			2010		
		Total Belanja	Pariwisata dan Budaya	% besaran porsi	Total Belanja	Pariwisata dan Budaya	% besaran porsi	Total Belanja	Pariwisata dan Budaya	% besaran porsi
1	Prop. Sumatera Utara	3,289,161	18,078.78	0.549	3616558.4	21014.7	0.581	3,832,568	27,511	0.717
	Rata - rata Total anggaran Pariwisata Kab/Kota	18,625,028	92,531	0.497	19,584,675	95,112	0.486	19,332,991	92,976	0.481
2	Prop. Sumatera Barat	1,485,859	31,764.48	2.138	1707692.6	37342.1737	2.187	2,344,132	35,553	1.517
	Rata - rata Total anggaran Pariwisata Kab/Kota	8,332,378	116,703	1.401	9,290,161	81,817	0.881	9,512,875	64,560	0.679
3	Prop. DI Jogjakarta	1,485,950	35,731.09	2.405	1412048.99	37908.3104	2.685	1,394,446	37,204	2.668
	Rata - rata Total anggaran Pariwisata Kab/Kota	3,926,049	30,633	0.780	3,986,929	23,821	0.597	4,164,059	26,394	0.634
4	Prop. Sulawesi Tenggara	883,699	3,563.22	0.403	1339624.41	9897.8728	0.739	1,307,432	14,809	1.133
	Rata - rata Total anggaran Pariwisata Kab/Kota	4,712,319	22,812	0.484	5,574,112	21,834	0.392	5,566,568	22,923	0.412

LANJUTAN LAMPIRAN 13

No	Nama Daerah	2008			2009			2010		
		Total Belanja	Pariwisata dan Budaya	% besaran porsi	Total Belanja	Pariwisata dan Budaya	% besaran porsi	Total Belanja	Pariwisata dan Budaya	% besaran porsi
5	Prop. Bali	1,502,295	47,919.86	3.190	1643973.0	55332.042	3.366	2,106,051	48,164	2.287
	Rata - rata Total anggaran Pariwisata Kab/Kota	7,232,735	126,892	1.754	8,038,706	143,377	1.784	8,429,797	128,732	1.527
6	Prop. Papua Barat	999,033	-	0.000	2964504.6	15987.603	0.539	2,726,150	14,307	0.525
	Rata - rata Total anggaran Pariwisata Kab/Kota	5,151,046	33,501	0.650	5,589,032	38,092	0.682	5,261,721	40,968	0.779
7	Prop. Bangka Belitung	864,018	-	0	1001913.7	8299.9735	0.828412	1,108,197	15,134	1.365677
	Rata - rata Total anggaran Pariwisata Kab/Kota	2,947,379	107,012	3.631	6,235,055	113,135	1.815	6,460,044	103,877	1.608
8	Prop. Lampung	1,738,989	1,738,989	0.688549	1700092.2	12680.583	0.745876	1,839,829	17,062	0.927394
	Rata - rata Total anggaran Pariwisata Kab/Kota	6,782,773	25,965	0.383	7,361,702	67,791	0.921	7,239,613	25,158	0.348

LANJUTAN LAMPIRAN 13

No	Nama Daerah	2008			2009			2010		
		Total Belanja	Pariwisata dan Budaya	% besaran porsi	Total Belanja	Pariwisata dan Budaya	% besaran porsi	Total Belanja	Pariwisata dan Budaya	% besaran porsi
9	Prop. Nusa Tenggara Barat	1,093,766	15,573.71	1.424	1246327.51	14063.95	1.128	1,356,772	16,179	1.192
	Kab. Bima	577,087	6,831.15	1.184	663200.428	3389.7	0.511	618,755	2,191	0.354
	Kab. Dompu	407,028	1,835.09	0.451	435567.51	1755.71892	0.403	424,815	1,915	0.451
	Kab. Lombok Barat	656,910	6,224.78	0.948	477764.692	2973.89537	0.622	658,099	6,947	1.056
	Kab. Lombok Tengah	636,342	3,719.87	0.585	695689.71	4926.60286	0.708	782,686	4,456	0.569
	Kab. Lombok Timur	774,834	1,084.00	0.140	816826.928	7748.55146	0.949	915,863	2,105	0.230
	Kab. Sumbawa	580,834	4,054.08	0.698	617798.733	3780.11418	0.612	660,158	3,170	0.480
	Kota Mataram	467,988	2,112.93	0.451	521736.334	3640.63898	0.698	496,412	3,770	0.760
	Kota Bima	325,607	1,481.09	0.455	371727.231	1868.16932	0.503	370,113	1,827	0.494
	Kab. Sumbawa Barat	419,835	998.94	0.238	526562.92	725.5185	0.138	525,351	1,866	0.355
	Kab. Lombok Utara				195208.527	483.34	0.248	338,282	1,203	0.356
	Rata - rata Total anggaran Pariwisata Kab/Kota	4,846,466	28,342	0.58	5,322,083	31,292	0.59	5,790,533	29,450	0.51