



## **PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN SUMBERDAYA TERHADAP INDUSTRI PARIWISATA DI KABUPATEN RAJA AMPAT, PAPUA BARAT**

Hamsinah B. \*)

### **ABSTRAK**

**PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN SUMBERDAYA TERHADAP INDUSTRI PARIWISATA DI KABUPATEN RAJA AMPAT, PAPUA BARAT.** Perkembangan pariwisata Raja Ampat, juga ikut berkembang sejalan dengan penetapan pemberlakuan Otonomi khusus (Otsus) di Tanah Papua. Pemberlakuan UU Nomor 21 Tahun 2001 ini, memperkuat (menegaskan) legitimasi pemerintah daerah Raja Ampat untuk mengelola potensi daerah dalam rangka mencapai tujuan pembangunan. Pemberlakuan Otonomi khusus di kabupaten Raja Ampat diharapkan dapat memberikan peluang dan kesempatan seluas-luasnya bukan hanya kepada pemerintah daerah dalam pengelolaan sumberdaya untuk kepentingan pembiayaan pembangunan semata, melainkan juga diharapkan lewat program Otonomi khusus, masyarakat lokal dapat diberdayakan dan diberikan kesempatan seluas-luasnya untuk menjadi tuan di daerahnya sendiri. Berdasarkan hasil penelitian Faktor berpengaruh terhadap perkembangan pariwisata di Raja Ampat yaitu, pengaruh trend pasar wisatawan yang akhir-akhir ini mengalami pergeseran dari mass tourism ke wisata minat khusus. Keindahan bawah laut dan keindahan obyek-obyek wisata alam yang beranekaragam secara tidak langsung telah membuat para perusahaan-perusahaan jasa wisata berbondong-bondong ke Raja Ampat. Melalui berbagai program paket perjalanan para investor ini mendatangkan wisatawan ke kabupaten bahari ini. Diharapkan para investor tidak hanya memanfaatkan keindahan Raja Ampat untuk meraih keuntungan semata, melainkan bagaimana dengan kehadiran para investor, perkembangan pariwisata dapat memberikan kemanfaatan bagi masyarakat lokal di Raja Ampat. Untuk inilah peran investor dituntut mengambil peran lebih untuk memberdayakan masyarakat lokal di sekitar obyek wisata berada.

Kata kunci : pengembangan sumberdaya , Industri Pariwisata.

### **ABSTRACT**

**RESOURCE PLANNING AND DEVELOPMENT OF TOURISM INDUSTRY IN THE DISTRICT RAJA Ampat, West Papua.** Raja Ampat tourism development, also developed in line with the determination of the application of Special Autonomy (Autonomy) in the Land of Papua. Enforcement of Law No. 21 of 2001, reinforced (asserted) Raja Ampat legitimacy of local governments to manage the potential areas in order to achieve development goals. Entry Special autonomy in Raja Ampat is expected to provide opportunities and greater opportunities not only to local governments in the management of resources in the interests of development financing alone, but is also expected through the program of the Special Autonomy, local communities can be empowered and given the widest possible opportunity to become masters in their own areas. Based on the results of the study factors influence the development of tourism in Raja Ampat, namely, the influence of market trends travelers who recently experienced a shift from mass tourism to special interest tours. Underwater beauty and the beauty of objects as diverse nature indirectly has made the travel services companies flocking to Raja Ampat. Through various programs of travel packages these investors bring tourists to this maritime district. Hoped that investors can benefit not only the beauty of Raja Ampat for profit alone, but what about the presence of investors, development of tourism can provide benefits to local communities in Raja Ampat. For this is the role of investors are required to take more of a role to empower local communities around the attractions are located.

*Keywords: resource development, the Tourism Industry.*

**\*) Dosen Universitas Pamulang**



## **I. PENDAHULUAN**

Industri pariwisata sebagai kegiatan perekonomian telah menjadi andalan potensial dan prioritas pengembangan bagi sejumlah negara, khususnya bagi negara berkembang seperti Indonesia yang memiliki potensi wilayah dengan daya tarik wisata yang cukup besar. Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu penunjang perekonomian yang memiliki prospek yang cerah, tetapi hingga sekarang belum memperlihatkan peranan yang sesuai dengan harapan dalam proses pembangunan di Indonesia. Prospek pariwisata ke depan bagi Negara Indonesia sangat menjanjikan bahkan sangat memberikan peluang besar, selain memiliki daya tarik keindahan alam Indonesia juga punya daya tarik lain salah satunya yaitu atraksi budaya.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi industri pariwisata yang cukup baik, dimana Indonesia memiliki bentang alam yang indah dari sabang sampai merauke. Industri wisata Indonesia saat ini sudah banyak dikenal dan dikunjungi wisatawan mancanegara, salah satunya adalah Pulau Raja Ampat yang berada di Papua Barat yang memiliki keindahan alam sangat memukau dan sangat terkenal karena keindahan pemandangan biota lautnya. Pulau Raja Ampat Memiliki ± 1.800 pulau-pulau kecil, sekitar 75 % jenis karang di dunia ada di Raja Ampat. Saat ini terdapat 540 jenis karang keras, 1070 jenis ikan karang, 60 jenis udang karang, 699 jenis hewan lunak (jenis moluska), 159 kerangkerangan (bivalva). Jadi tidak heran jika kebanyakan pengunjung ke Pulau Raja Ampat berasal dari wisatawan mancanegara.

Destinasi wisata yang berkembang saat ini berubah menjadi suatu industri yang memberikan kontribusi besar bukan hanya pada pemerintah, tapi juga pada masyarakat setempat. Dalam membuat perencanaan pengembangan sarana dan prasarana sebuah destinasi wisata harus dijalin kerjasama yang baik dengan berbagai pihak, misalnya dalam hal prasarana seperti angkutan udara, angkutan laut dan kereta api kebanyakan dikuasai oleh pemerintah, angkutan darat seperti bus sebagian besar dikuasai oleh pihak swasta begitu pula hotel dan restoran. Dalam hal ini terlihat antara pihak pemerintah dan pihak swasta saling membutuhkan dan saling menguntungkan.

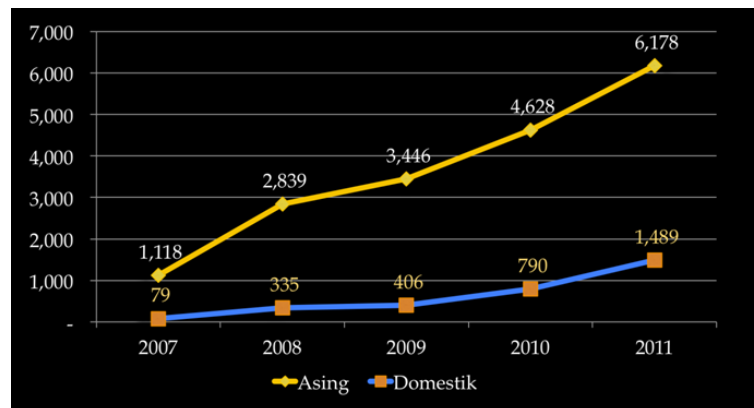
Sebuah tempat wisata tidak cukup hanya memiliki daya tarik alam yang indah. Akses menuju ke tempat wisata, promosi sebuah destinasi wisata, pembangunan sarana pendukung di tempat wisata dan manajemen pengelolaan yang baik juga menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan untuk menarik wisatawan berkunjung ke sebuah destinasi wisata. Promosi destinasi wisata atau pengenalan sebuah destinasi wisata kepada masyarakat bisa dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya melalui media sosial seperti facebook, twitter, instagram, melalui media massa, mulut ke mulut, media cetak, melalui web khusus, dll. Cara promosi yang berbeda-beda dari setiap tempat wisata merupakan salah satu strategi sebuah tempat wisata untuk mengenalkan dan memasarkan produk kepada masyarakat umum.

Pengembangan pariwisata di suatu daerah tujuan wisata harus didasarkan pada perencanaan, pengembangan dan arah pengelolaan yang jelas agar semua potensi yang dimiliki suatu daerah tujuan wisata dapat dikembangkan secara optimal untuk menarik lebih banyak wisatawan yang berkunjung. Untuk mendapat hasil yang optimal, pengembangan dalam bidang kepariwisataan tidak hanya didukung oleh satu pihak tetapi merupakan kerjasama dari berbagai pihak, baik kalangan usaha (swasta)

maupun pihak pemerintah daerah, lebih penting lagi adalah adanya keterlibatan masyarakat lokal sebagai salah satu faktor keberhasilan pengembangan pariwisata. Tanpa melibatkan masyarakat pembangunan pariwisata akan terjadi benturan dengan kebudayaan masyarakat dan tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal. Pembangunan melalui partisipasi masyarakat merupakan salah satu upaya untuk memberdayakan potensi masyarakat sekitar.

Kabupaten Raja Ampat yang terletak di provinsi Papua Barat merupakan surga bagi para penyelam dunia. Yang menyimpan berbagai kekayaan laut. Lokasi yang masuk dalam segitiga karang dunia ini (Philipina, Indonesia, dan Papua Nugini) menduduki urutan pertama sebagai tempat dengan kekayaan biota laut terbaik. Hal inilah yang menjadi salah satu daya tarik turis domestik maupun mancanegara, untuk datang dan berkunjung di kabupaten yang memiliki 1.120 pulau besar dan kecil. Jumlah wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung ke Kabupaten Raja Ampat, Papua Barat, terus mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Seiring dengan perkembangan dibidang pariwisata dan didorong dengan kunjungan turis yang semakin meningkat, Raja Ampat sangat memerlukan fasilitas akomodasi yang memadai yang mampu menjamin turis nusantara maupun internasional saat datang berkunjung ke Raja Ampat untuk memanfaatkan fasilitas Diving 8 terbaik di dunia.



Sumber : Raja Ampat Dalam Angka

**Gambar 1. : Statistik Data kunjungan Wisatawan Asing dan Domestik Tahun 2007-2011**

Menurut Markovics mengemukakan “*on micro level the concept of competitiveness means the skill of position gain and selfmaintainment in the market competition among companies, each other’s competitors and - in respect of macro economy-among national economies*” (Hutagaol & Feryanto, 2005). Perkembangan pariwisata di Raja Ampat, sebelumnya tidak terlalu dikenal seperti saat ini. Hal itu disebabkan, karena pariwisata masih dianggap sebagai sektor pendukung dalam penerimaan kas daerah (PAD). Situasi itu, kemudian berubah sejalan dengan kemajuan pengembangan pariwisata di daerah-daerah lain di Indonesia.

Perkembangan pariwisata di Raja Ampat sampai saat ini, bisa berjalan dan berkembang bukan (hanya) dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah daerah semata, akan tetapi ada faktor sejarah yang panjang yang ikut serta dalam mempengaruhi



perkembangan dan kemajuan pembangunan kabupaten Raja Ampat. Faktor yang peneliti maksudkan disini adalah kebijakan penerapan dan pemberlakuan Otonomi daerah (otonomi khusus).

Dengan mengacu terhadap kebijakan pemerintah yang mengarah pada sector pariwisata terhadap beberapa objek pariwisata, tentunya akan memberikan peluang bagi pemerintah untuk membidik pasar yang berkaitan dengan hal tersebut. Salah satu unit usaha yang mungkin layak untuk dijalankan adalah unit usaha pariwisata internasional. Unit usaha ini bukan berarti tidak memberikan dukungan terhadap pariwisata di dalam negeri, melainkan sebagai pelaku usaha dalam bidang pariwisata kita harus pandai memanfaatkan peluang dengan sebaik mungkin. Terlebih ketika nilai jual rupiah mengalami penurunan terhadap dollar, maka pelaku usaha akan cenderung memilih turis internasional sebagai pangsa pasar yang mampu memberikan keuntungan lebih.

Persaingan dalam bidang sektor pariwisata tentunya memang sudah kompetitif. Banyak sekali kita jumpai beberapa lokasi pariwisata, baik sekala besar ataupun skala kecil. Untuk dapat bersaing dalam usaha yang bersangkutan, salah satu cara yang dilakukan adalah dengan melakukan pemilihan segmen yang tepat, potensial dan belum banyak digarap oleh pihak lain, kemudian menawarkan beberapa keunggulan dan nilai lebih bagi calon pengunjung yang menjadi segmen usaha.

## **II. Landasan teori**

### **A. Perencanaan Bisnis Pariwisata**

Pada hakikatnya perencanaan merupakan penentuan suatu tujuan utama beserta cara-cara untuk menentukan tujuan tersebut. Maka dalam Pariwisata sangat dibutuhkan perencanaan untuk mengembangkan suatu obyek wisata. Karena dalam kepariwisataan perencanaan tidak lepas dari segala aspek yang berhubungan dengan pariwisata, dengan demikian perencanaan kepariwisataan mencakup seluruh jaringan yang berkaitan dengan pariwisata yaitu diantaranya adalah :

1. Kalangan pemerintah, (Vertikal maupun horizontal).
2. Para pelaku usaha pariwisata.
3. Masyarakat umum.

Pentingnya perencanaan dalam sebuah wisata dikarenakan perencanaan digunakan sebagai pedoman penyelenggara wisata, sebagai sarana untuk memprediksikan kemungkinan timbulnya hal-hal di luar dugaan sekaligus alternatif untuk memecahkannya, sebagai sarana untuk mengarahkan penyelenggaraan wisata sehingga dapat mencapai tujuannya, yaitu mewujudkan wisata secara efektif dan efisien, dan sebagai alat ukur tingkat keberhasilan wisata sebagai upaya pengawasan atau evaluasi dalam rangka memberikan umpan balik bagi penyelenggaraan wisata selanjutnya.

Dalam perencanaan pembangunan pariwisata memerlukan berbagai proses tahapan-tahapan yaitu diantaranya adalah :



1. Persiapan studi, adalah awalan bagi badan perencana di bawah pemerintahan daerah memutuskan atau melakukan studi dan menyusun acuan kerja atau organisasi.
2. Penentuan sasaran, merumuskan maksud pokok memrakarsai studi, misalnya untuk menunjang pengembangan pariwisata kota dalam rangka meraih manfaat ekonomi (yang terukur) dan lingkungan kota serta manfaat bagi penduduk kota melalui menciptakan lapangan kerja dan memperluas pelayanan bagi penduduk maupun wisatawan.
3. Semua elemen, menghimpun ragam sumberdaya pariwisata dan perkembangan daerah maupun ekonomi kepariwisataan. Untuk itu perlu dikumpulkan data perihal kebutuhan pariwisata kota (misalnya : karakteristik wisatawan, pola perjalanana, dan kecenderungannya) dan ketersediaan sumber daya kepariwisataan (misalnya : daya tarik, akomodasi, fasilitas, prasarana, struktur ekonomi pariwisata, dan lingkungan) serta penilaian kemungkinan tentang penanaman modal bagi perkembangan dimasa depan.
4. Analisis dan sintesis temuan temuan, mengacu pada proses analisis informasi yang diperoleh dari hasil penyigian sebagai dasar perumusan rencana.
5. Rumusan kebijakan dan rencana, menyusun draft rencana pengembangan berdasarkan pilihan kebijakan pariwisata.
6. Dasar pertimbangan usulan, adalah tahap perencanaan seluruhnya diajukan kepada komisi perencanaan pemerintah daerah untuk dikaji dan memperoleh masukan. Diskusi berlangsung antara penyusun rencana dan komisi perencanaan pemerintah dapat juga dilakukan konsultasi kepada pihak-pihak lain yang mempunyai perhatian.
7. Pelaksanaan dan pemantauan rencana, tahap rencana diwujudkan dalam tindakan, kegagalan baru disadari saat proses berjalan maka dari itu perlu diadakan pemantauan.

## **B. Pentingnya Perencanaan Bisnis Pariwisata**

Suatu kegiatan pembangunan yang dilakukan melalui perencanaan yang baik tentu akan menghasilkan manfaat yang besar dan dapat memperkecil segala resiko dan dampak negatif yang muncul dan tidak diinginkan. Perencanaan dalam pengembangan pariwisata sebagai suatu industri jasa dianggap sangat penting, sehingga perencanaan yang telah dirumuskan akan menghasilkan sasaran yang diinginkan, baik ditinjau secara ekonomi, sosial-budaya, lingkungan dan politis (A. Yoeti, Oka, 1997).

Sangat disadari bahwa pengembangan pariwisata sebagai suatu industri strategis memerlukan investasi yang sangat besar, seperti perbaikan aksesibilitas (jembatan, dan jalan) *dari* dan *ke* daerah tujuan wisata, pembangunan hotel dengan segala fasilitas yang dibutuhkan oleh para wisatawan, jaringan angkutan wisata (darat, laut dan udara) yang perlu diperluas, pembangkit tenaga listrik yang perlu ditingkatkan, penyediaan air bersih yang harus diciptakan, sarana dan jaringan komunikasi yang perlu diperluas, SDM para pelaku bisnis pariwisata yang perlu



ditingkatkan, promosi, pemasaran produk-produk pariwisata unggulan ke dalam dan luar negeri yang perlu ditingkatkan dan kegiatan-kegiatan pembangunan lainnya yang berkaitan dengan pengembangan suatu daerah wisata. Bagaimanapun, semua kegiatan pembangunan tersebut memerlukan dana investasi yang tidak kecil. Dalam upaya menghindari terjadinya pemborosan keuangan, maka diperlukan suatu strategi dalam bentuk perencanaan yang matang yang didukung oleh para perencana atau tenaga ahli (tenaga profesional) di bidangnya serta ketersediaan waktu dan dana yang memadai.

Lebih lanjut, pertumbuhan aktifitas industri pariwisata yang tidak terkendali sebagai akibat dari perencanaan yang tidak baik, maka akan menimbulkan permasalahan besar serta dampak sosial budaya bagi masyarakat setempat. Lokasi hotel yang tidak strategis atau bangunan hotel yang begitu tinggi tanpa menghiraukan estetika dan nilai-nilai budaya lokal, poster iklan yang merusak pemandangan dan lingkungan setempat, pembuangan sampah yang tidak pada tempatnya, pengotoran pantai sebagai akibat jumlah kunjungan wisatawan yang tidak terkendali merupakan beberapa fenomena kecil yang akan mudah ditemukan bila pembangunan industri pariwisata tidak didasarkan pada suatu pengkajian dan perencanaan yang sistematis dan strategis.

Sumarwoto, J. (1997) menegaskan bahwa "keterlibatan masyarakat lokal secara aktif memiliki peran strategis dalam merencanakan dan melaksanakan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan". Beberapa spek penting yang perlu diperhatikan dalam melakukan perencanaan pariwisata:

1. Wisatawan (*Tourists*): Perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui karakteristik wisatawan yang akan datang untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata, seperti asal negara, status perkawinan, jenis kelamin, anak muda atau orang tua, pelajar, mahasiswa, pengusaha atau pegawai biasa, kesukaannya, individu, kelompok, pasangan muda-mudi atau keluarga, pada musim apakah mereka cenderung datang, dll.
2. Transportasi (*Transportations*): Perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana kesiapan sarana dan prasarana sistem transportasi, baik dari bandara udara, pelabuhan laut atau terminal ke tempat daerah tujuan wisata (DTW). Ketersediaan transportasi lokal juga perlu diperhatikan untuk memudahkan aksesibilitas dan mobilitas para wisatawan.
3. Atraksi/Objek Wisata (*Attractions*): Perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana ketersediaan atraksi/objek wisata (attractions) yang akan dijual telah memenuhi 3 (tiga) syarat dibawah ini:
  - Apa yang akan dilihat (*something to see*)
  - Apa yang akan dilakukan (*something to do*)
  - Apa yang akan dibeli (*something to buy*)
  - Fasilitas Pelayanan (*Services Facilities*)

Jenis dan bagaimana fasilitas pendukung yang tersedia di daerah tujuan wisata (DTW) tersebut yang terdiri: akomodasi, restoran, fasilitas pelayanan umum



(perbankan, penukaran mata uang asing/*money changer*, kantor pos, fasilitas telepon/telek/faksimil, internet), dll.

#### 4. Informasi dan Promosi (*Informations*)

Perlu diperhatikan secara sistematis dan profesional mengenai penyebaran informasi dan promosi daerah tujuan wisata kepada para wisatawan manca negara dan nusantara dalam bentuk *leaflet/booklet/brosur* atau melalui promosi iklan, media cetak, media elektronik atau pembuatan website wisata yang dapat diakses langsung oleh calon wisatawan melalui fasilitas Internet. Kelima aspek tersebut saling berkaitan erat dan tidak dapat dipisahkan antara satu dengan lainnya, sehingga memerlukan perhatian secara serius oleh para perencana pariwisata.

#### 5. Infrastruktur

Walaupun hanya bersifat sebagai pendukung, infrastruktur memiliki posisi yang amat penting bagi keberlangsungan kegiatan masyarakat di suatu wilayah. Aktivitas yang ditampung dalam suatu ruang tidak akan berjalan dengan baik tanpa didukung oleh pelayanan infrastruktur yang memadai seperti jaringan jalan, air bersih, persampahan, listrik, sanitasi, dan telekomunikasi. Kegiatan perekonomian suatu wilayah yang didukung oleh pelayanan infrastruktur yang baik, dapat mendorong peningkatan intensitas dan kualitas kegiatan tersebut, yang berakibat pada peningkatan kesejahteraan penduduknya.

### **C. Pengembangan Produk Objek dan Atraksi Wisata**

Pengembangan suatu produk pada dasarnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan direncanakan secara matang untuk memperbaiki produk yang sedang berjalan atau menambah jenis produk-produk baru yang akan dihasilkan sesuai dengan perkembangan waktu. Umumnya suatu produk baru yang dihasilkan sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan konsumen (*tourist*). Jadi produk tersebut harus dapat dipasarkan dan dapat diterima oleh pasar. Agar produk baru tersebut dapat diterima oleh pasar, maka perlu dilakukan suatu penelitian pasar (*market research*) atau analisa pasar (*market analysis*). Dengan demikian, setiap produk yang dihasilkan telah dipertimbangkan secara matang dan objektif. Di samping itu, juga diperlukan modifikasi produk-produk lama untuk dapat menyesuaikan dengan kebutuhan pasar yang cenderung berubah-ubah. Dengan kata lain, mungkin saja produk yang telah lama dipasarkan telah mengalami masa kejenuhan, sehingga perlu dilakukan suatu modifikasi

Mengingat produk industri pariwisata sangat bervariasi dan beragam jenisnya sesuai dengan keinginan dan kemampuan wisatawan itu sendiri, maka dalam industri pariwisata, pengembangan produk-produk wisata perlu direncanakan dan dirancang secara profesional, menonjol, khas, kekinian dan menarik sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Dengan demikian, sentuhan kreatifitas dan inovasi serius dari para ahli atau perencana pariwisata sangat dibutuhkan, khususnya para pengelola yang terlibat langsung dalam industri pariwisata. Namun demikian, produk-produk wisata tersebut dapat dibedakan ke dalam 2 (dua) jenis: atraksi wisata dan industri wisata (Weaver D. dan Oppermann, M. 2000).



#### **D. Pengembangan Atraksi Wisata (*Tourist Attractions*)**

Atraksi wisata yang terdiri dari beragam jenis pada suatu daerah tujuan wisata adalah suatu aspek yang sangat penting dan merupakan salah satu faktor utama yang mampu menarik minat wisatawan untuk melakukan kunjungan (*Pull Factors*). Bila suatu daerah tujuan wisata dapat berkembang dan maju, maka para perencana atau pelaku industri pariwisata perlu memperhatikan peningkatan dan pengembangan berbagai jenis atraksi wisata yang menarik, berkualitas dan kekinian sesuai dengan perkembangan dan selera wisatawan. Sebaliknya, dapat dibayangkan bila suatu daerah tujuan wisata kurang memiliki keragaman atraksi wisata atau miskin dengan berbagai objek wisata yang diharapkan, sehingga dalam kurun waktu yang sangat singkat daerah wisata tersebut akan mengalami kemunduran dan ditinggalkan oleh para pengunjung, sebaliknya akan berusaha mencari daerah-daerah wisata unggulan lainnya.

Dalam rangka mendukung peningkatan dan pengembangan atraksi wisata pada suatu daerah, para perencana atau pelaku industri pariwisata perlu melakukan suatu survei dalam bentuk aktifitas inventarisasi jenis-jenis atraksi wisata yang ada (*Attraction Inventory*). Aktifitas inventarisasi tersebut diharapkan dapat menjadi suatu langkah penting dalam upaya menentukan apakah jenis atraksi wisata yang ada atau sedang dikembangkan sekarang ini memiliki potensi yang besar atau tidak dalam rangka menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Weaver, D. dan Oppermann, M. juga menyatakan hal yang sama bahwa

*"the compilation of an attraction inventory is a fundamental step towards ensuring that a destination realizes the full potential of its resources base in both respects (2000)"*.

#### **E. Kejadian yang Bersifat Alami (*Natural Events*)**

Sebaliknya objek wisata atau kejadian yang bersifat alami (*Natural Events*) berbeda dengan objek wisata alam (*Natural Sites*). Jenis atraksi yang bersifat kejadian (*event*) ini hanya terjadi pada lokasi-lokasi atau daerah-daerah tertentu dan bersifat khusus dan alamiah yang merupakan bagian dari fenomena alam. Jenis produk wisata ini memiliki daya tarik tersendiri bagi para wisatawan. Pada saat akan terjadinya letusan gunung berapi yang terjadi di Jogjakarta baru-baru ini telah banyak mengundang para wisatawan untuk melihat langsung proses terjadinya letusan tersebut, yang dimulai dari keluarnya asap dan larva panas. Atraksi ini merupakan bagian dari fenomena alam yang sangat jarang terjadi dan tidak dapat diprediksi oleh semua orang. Meskipun demikian, kejadian atau fenomena alam tersebut tidak semua dimiliki oleh setiap negara, namun bisa saja terdapat pada negara-negara tertentu dengan lokasi tertentu. Berikut beberapa contoh lainnya yang berkaitan dengan kejadian alam atau fenomena alam yang mungkin terjadi dunia: migrasi burung (*Bird Migration*), musim yang berubah-ubah setiap harinya di Kota Melbourne (Australia), letusan gunung berapi (*Volcanic eruptions*), gerhana bulan/matahari (*Solar eclipses*) dan bintang jatuh (*comets*), dll





#### **F. Pengembangan Industri Wisata (*Tourist Industry*)**

Industri pariwisata merupakan suatu industri yang bergerak dalam menyediakan atau memenuhi barang-barang atau produk wisata dan pelayanan/jasa yang dibutuhkan oleh para wisatawan pada saat mereka akan melakukan suatu kunjungan pada suatu daerah tujuan wisata (DTW). Barang-barang atau produk wisata dan pelayanan/jasa tersebut perlu disediakan oleh para penyedia jasa (*service providers*), sehingga para wisatawan akan merasa tertarik dan betah untuk berkunjung. Barang-barang atau produk wisata dan pelayanan/jasa tersebut terdiri:

#### **G. Pengembangan Biro Perjalanan Wisata (*Travel Agencies*)**

Seiring dengan perkembangan sektor kepariwisataan secara global, maka para pembuat kebijakan di bidang pariwisata, perencana pariwisata dan para pelaku usaha wisata perlu memperhatikan beberapa aspek penting dalam upaya mendukung dan memajukan sektor pariwisata pada suatu daerah. Keberadaan Biro atau Agen Perjalanan Wisata (*Travel Bureau* dan *Travel Agent*), sebagai contoh, merupakan salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan dalam pengembangan sektor pariwisata, karena menyangkut dengan promosi wisata, kebutuhan pelayanan dan kenyamanan wisata yang dibutuhkan oleh para wisatawan sebagai pelanggan serta aspek-aspek lainnya yang tidak kalah penting keberadaannya, seperti penyediaan sarana transportasi, akses, akomodasi, makanan dan minuman, pelaksana tour (*tour operator*) dan produk-produk industri wisata lainnya (*sovenir, pramuwisata dan barang-barang bebas bea dan cukai/free duty goods*) seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.

Dengan semakin majunya bidang Informasi, Teknologi dan Komunikasi (ITC), tingginya kebutuhan masyarakat dunia untuk melakukan perjalanan wisata, maka fungsi dan peran biro atau agen perjalanan wisata akan semakin kompleks. Dengan demikian, peningkatan SDM karyawan (bidang pemasaran, kualitas pelayanan pelanggan dan teknologi informasi), jaringan kerjasama dan promosi sangat diperlukan dalam upaya menghadapi persaingan global dalam memberikan pelayanan terbaik bagi para pelanggan (wisatawan).

#### **H. Sistem Transportasi**

Sistem dan jaringan transportasi yang baik dan lancar menjadi penentu keberhasilan peningkatan arus kunjungan wisatawan ke daerah-daerah wisata. Namun demikian, jenis, sistem dan fasilitas transportasi tersebut perlu terus diperluas dan dikembangkan yang mencakup sistem transportasi udara, darat, laut (sungai) dan kereta api. Isu keamanan dalam transportasi juga hal yang perlu mendapatkan perhatian serius.

#### **F. Akomodasi**

Penginapan yang berbentuk hotel atau apartmen perlu dibangun secara representatif sesuai dengan keinginan dan selera wisatawan dan didukung dengan



segala fasilitas pendukung. Jenis penginapan lainnya dapat berbentuk penginapan berjalan (*Caravan Parks*) dan taman penginapan (*Campgrounds*), *Vacation farms*, dll. Kenyamanan, akses dan keamanan menjadi isi yang perlu mendapatkan perhatian serius.

#### **G. Tempat Penjualan Makanan dan Minuman**

Tempat penjualan makanan dan minuman merupakan tempat yang sangat penting bagi wisatawan untuk memenuhi kebutuhan makanan sehari-hari mereka pada saat berkunjung. Tempat penjualan tersebut selain perlu menyediakan makanan khas lokal juga perlu menyediakan makanan khas luar negeri untuk menjaga keseimbangan. Kebersihan lingkungan dan produk makanan/minuman perlu dijaga serta pelayanan yang didukung dengan keramahan juga perlu ditingkatkan dalam rangka menciptakan suasana tenang dan betah.

#### **H. Tour operators**

Keberadaan operator tur (*tour operator*) sangat penting dan berperan dalam rangka menyediakan paket-paket wisata lainnya. Paket-paket wisata tersebut yang terdiri dari pelayanan akomodasi, restoran, objek wisata, transportasi, dll perlu dikemas secara menarik dan profesional untuk menarik minat wisatawan manca negara dan nusantara.

#### **I. Pelayanan atau Barang Dagangan (*Merchandises*)**

Para wisatawan yang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisatawan cenderung mengkonsumsi barang-barang lokal sebagai souvenir yang akan dibawa pulang ke tempat asalnya. Dengan demikian, keberadaan barang-barang yang merupakan produk lokal yang berbentuk ukiran kayu, kerajinan tangan khas daerah setempat perlu dikembangkan dan dikemas dengan baik dan memiliki nilai tambah (*added value*). Barang-barang yang tidak dikenai bea cukai (*duty-free goods*) juga merupakan barang-barang yang sangat disukai oleh para wisatawan.

#### **J. Pemandu Wisata**

Pemandu wisata atau *tour guides* juga merupakan komponen penting lainnya yang perlu diperhatikan, sekaligus diberdayakan dalam pengembangan sektor pariwisata karena menyangkut dengan aspek pelayanan, informasi dan sikap keramahan yang diberikan kepada seorang wisatawan. Pemandu wisata memiliki peran dan fungsi yang sangat strategis dalam memberikankan kepada wisatawan, ibarat seorang penerima tamu di pintu gerbang rumah. Sebelum tamu menginjak halaman rumah tersebut. Kesan pertama, baik atau buruk tentang suatu kawasan pariwisata terletak pada kepribadian para pramuwisata atau *guide*. Meskipun Demikian, menjadi seorang pramuwisata bukanlah sebuah pekerjaan yang mudah yang semata-mata hanya mengandal kemampuan berbahasa asing saja. Namun sebaliknya, untuk menjadi pramuwisata yang profesional di bidangnya, diperlukan beberapa kriteria utama lainnya yang harus dimiliki oleh seorang pramuwisata, seperti



aspek kepribadian, kemampuan berkomunikasi (*communication skill*) dalam bahasa asing, wawasan kepariwisataan, ilmu pengetahuan, pelayanan dan skill atau teknik memandu.

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian tentang pelaksanaan rencana strategi bidang pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Raja Ampat ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif dimana penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif yaitu memberikan gambaran ataupun penjelasan yang tepat mengenai permasalahan yang dihadapi, dimana bertujuan membuat deskripsi atas suatu fenomena sosial/alam secara sistematis, faktual dan akurat (Darwiyanta. 2006). Ini akan memberikan gambaran kenyataan dari kejadian yang diteliti atau dilakukan terhadap variabel mandiri atau tunggal, yaitu tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Selain itu juga terbatas pada usaha mengungkap suatu masalah atau keadaan atau peristiwa sebagaimana adanya, sehingga bersifat sekedar untuk mengungkap fakta dan memberikan gambaran secara objektif tentang keadaan sebenarnya dari objek yang diteliti (Nawawi Hadari, 2007 dalam Metode Penelitian Sosial). Sedangkan dasar penelitiannya adalah studi kasus.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Kantor Kementerian Pariwisata, Deputi Pengembangan Pemasaran Pariwisata Nusantara

#### **C. Unit Analisis Data**

Unit analisis data dalam penelitian ini adalah program pengembangan sumberdaya manusia dan sumberdaya alam terhadap Pariwisata Nusantara, dengan tujuan wisata karena program dibuat oleh organisasi atau lembaga itu sendiri yang biasanya dijadikan indikator untuk mengukur Rencana Strategi jangka pendek.

#### **D. Fokus Penelitian**

Untuk lebih mengetahui arah dari penelitian ini, maka akan diberikan gambaran penguraian Variabel penelitian yang disertai dengan sub variabel dan indikatornya serta faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaannya.

1. Pelaksanaan Rencana Strategi adalah suatu kegiatan tindak lanjut (sesudah seluruh program atau kebijaksanaan ditetapkan) yang terdiri dari pengambilan keputusan, langkah-langkah strategis atau operasional yang ditempuh guna mewujudkan suatu program atau kebijaksanaan menjadi kenyataan guna mencapai sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya.
2. Pengembangan daerah tujuan wisata adalah pengembangan kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata,



aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

#### **E. Jenis dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi atas dua, yaitu:

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan informan dan melalui observasi atau pengamatan langsung terhadap objek penelitian.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh berdasarkan acuan atau literatur yang berhubungan dengan masalah penelitian dari berbagai sumber antara lain laporan - laporan, arsip, dokumen, majalah, surat kabar, dan media elektronik serta dari berbagai kepustakaan yang relevan.

### **IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Perkembangan Pariwisata Raja Ampat**

Sejarah perkembangan pariwisata di Raja Ampat, sampai saat mengalami perkembangan yang pesat, dikarenakan berbagai faktor yang mempengaruhinya. Faktor potensi alam dan kondisi geografis yang menunjang kabupaten ini, sebagai salah satu daerah tujuan wisata, sudah tidak bisa dipungkiri, menjadi faktor utamanya. Akan tetapi, keberhasilan itu, bisa terjadi, tidak terlepas dari berbagai dukungan dan peran serta pihak-pihak lain, seperti pihak swasta – dalam hal ini kehadiran Mr. Max Ammer dan kehadiran organisasi LSM lingkungan yang dengan giat melakukan penelitian dan kegiatan konservasi lingkungan di Raja Ampat. Perkembangan itu, kemudian menjadi penting ketika, pemberlakuan Undang-Undang Otonomi Khusus (Otsus) diberlakukan di Raja Ampat pada tahun 2003, sejalan dengan ditetapkan sebagai kabupaten definitif.

Kehadiran Max Ammer Perkembangan pariwisata Raja Ampat dimulai dikenal publik sejak Tahun 1996. Namun, sejatinya kehadiran Max Ammer, dimulai pada tahun 1993. Motif awalnya kunjungannya ke Raja Ampat, pada saat itu, untuk melihat bangkai pesawat dan kapal karam peninggalan perang dunia ke II. Penelusurannya ini sangat berkesan, sehingga pada tahun 1998, Max Ammer mengajak (mendatangkan) Gerry Allen (salah seorang ahli perikanan atau Ichthyologist dari Australia) untuk mendata keanekaragaman dan potensi kelautan Raja Ampat. Betapa terkejutnya Gerry Allen melihat sumber daya bawah laut yang begitu beragam dalam jumlah yang sangat besar. Maka melalui Gerry Allen, kemudian mengontak Conservation International (CI) untuk mengadakan survei kekayaan bawah laut di perairan Raja Ampat pada tahun 2001 dan 2002. Hasil survei ini membuktikan bahwa perairan Raja Ampat merupakan kawasan terumbu karang dengan kekayaan biota laut terbesar di dunia. Kawasan ini memiliki setidaknya 1.300 spesies ikan, 600 jenis terumbu karang, serta 700 jenis kerang, belum lagi berbagai jenis kura-kura, ganggang, dan ubur-ubur



Awal berkembangnya Raja Ampat menjadi sangat mendunia, diawali ketika pada tahun 2002, beberapa lembaga-lembaga perlindungan lingkungan hidup melakukan penelitiannya, dan menemukan potensi keindahan dan keanekaragaman hayati diidentifikasi tertinggi di dunia. Berbekal penelitian tersebut, kemudian menjadi pintu masuk bagi berbagai lembaga-lembaga LSM lingkungan untuk melakukan penelitian di Raja Ampat. Dengan demikian, berbicara perkembangan Raja Ampat, tidak bisa dipisahkan dari peran lembaga-lembaga konservasi alam internasional. Sebut saja organisasi pecinta alam seperti CII, TNC dan beberapa organisasi lainnya. Organisasi (LSM) internasional ini hadir di Raja Ampat, diawali dengan mendapatkan informasi-informasi (publikasi) yang dilakukan oleh Max Ammer dan Gerry Allen. Kemudian lewat berbagai macam program konservasi yang dilakukan oleh LSM ini, semakin banyak pemerhati lingkungan datang ke kepulauan Raja Ampat untuk melakukan penelitian-penelitian keanekaragaman biota lautnya.

#### **B. Pengembangan Pariwisata Raja Ampat sesudah implementasi Otonomi khusus**

Pemberlakuan Otonomi khusus di Kabupaten Raja Ampat, diawali ketika kabupaten ini secara resmi ditetapkan sebagai kabupaten otonom baru. Pengembangan pariwisata dalam konteks pemberlakuan Otsus, memang tidak secara khusus di singgung dalam isi Undang-undang Otsus. Itu disebabkan, mengingat implementasi Otsus lebih menitik beratkan pada tiga pilar pembangunan yaitu, bidang pendidikan, kesehatan dan peningkatan sarana dan prasarana publik lainnya. Dalam bagian ini, pembahasan akan lebih difokuskan pada beberapa hal. Antara lain, pertama, dampak dari kebijakan otsus dalam pengembangan pariwisata Raja Ampat; Masih dalam bagian yang sama, juga akan disinggung, kedua, implikasi dari beberapa dampak politik yang terjadi di beberapa daerah tujuan wisata (kasus Bali), ketiga, pengaruh perubahan trend pasar wisatawan. Ini akan disinggung dalam topik pembahasan kekuatan dibalik pengembangan pariwisata di Raja Ampat.

#### **C. Otonomi khusus dalam kerangka Pengembangan Pariwisata di Raja Ampat**

Proses demokrasi yang terjadi di era akhir tahun 90 an, dari era sentralistik ke desentralistik, secara tidak langsung berpengaruh terhadap proses pembangunan di Indonesia. Salah satu implikasinya, yaitu lahirnya Undang-undang Otonomi Daerah (Otda). Implikasi pemberlakuan Otonomi daerah di Indonesia adalah dengan maraknya proses pemekaran kabupaten-kabupaten induk menjadi beberapa daerah otonom baru. Raja Ampat sebagai salah satu daerah otonom di era Otonomi Khusus (Otsus), harus dengan serius mempersiapkan daerah beserta masyarakatnya, untuk menjalankan amanah (kewajiban) yang diberikan negara. Konsekuensi dari pemberlakuan otonomi khusus adalah daerah diberikan kewenangan untuk mengatur dan mengurus daerahnya. Pemberian kewenangan daerah - oleh pemerintah pusat -, untuk menjalankan organisasi pemerintahan secara tidak langsung akan berdampak - positif dan negatif - terhadap proses

pembangunan daerah itu sendiri. Oleh sebab itu, dalam bagian ini, peneliti tidak secara umum membahas kebijakan otsus, akan tetapi (lebih) difokuskan dalam konteks akibat pemekaran daerah dan dampak kekuasaan (kewenangan) yang diberikan dalam koridor pengembangan pariwisata di Raja Ampat.

Dampak positif pemberlakuan Otsus dalam kaitannya dengan pengembangan sektor pariwisata di Raja Ampat. Secara umum, ada beberapa perubahan positif yang ditimbulkan akibat dari pemberlakuan Otsus, teristimewa menyangkut keberadaan Raja Ampat sebagai suatu daerah otonom baru. Pemekaran daerah yang secara positif berperan sebagai “pintu masuk” dalam keberhasilan pengembangan pariwisata di Raja Ampat. Sebelum Raja Ampat berkembang menjadi salah satu daerah tujuan pariwisata di kawasan timur Indonesia. Dalam perkembangannya ketika masih berada di kabupaten induk (Sorong), potensi pariwisata tidak terlalu mendapat tempat dalam pengelolaannya. Hal ini yang menyebabkan Raja Ampat pada saat itu tidak terlalu dikenal publik, sehingga konsekuensi lanjutan yang diterima oleh masyarakatnya berada dalam keterasingan di pulau-pulau yang indah tanpa dijangkau oleh aktivitas (akses) pembangunan.

Fakta hadirnya otonomi daerah sebagai pintu aksesnya pemekaran daerah, menjadi berkat tersendiri bagi masyarakat di ujung barat provinsi Papua Barat ini. Alhasil, lewat proses pemekaran kabupaten, maka segala macam akses pembangunan mulai dirasakan oleh masyarakat setempat. Misalnya, masyarakat dapat dengan mudah mengelola dan memanfaatkan potensi daerahnya untuk dikembangkan sebagai sumber pendapatan bagi pemenuhan kebutuhan hidup (livelihood) mereka. Dengan kata lain, lewat pengembangan kampung (desa) wisata dan beberapa kebijakan pemerintah daerah, masyarakat penggiat sektor pariwisata dapat mewakili daerah (kampungnya) untuk mempromosikan lewat kegiatan pameran dan studi banding pariwisata di luar Raja Ampat. Ataupun sebaliknya, kampung-kampung yang (dulunya) terpencil yang dibingkai keindahan panorama alam ini, sekarang menjadi tujuan utama wisatawan yang ingin menikmati keindahan alam tersebut. Sesuatu hal yang mungkin tidak pernah mereka rasakan dan bayangkan sebelumnya, ketika itu kampung-kampung mereka (masih) berada di wilayah kabupaten induk. Hal-hal ini (dampak otsus) yang kemudian menurut peneliti menjadi salah satu faktor kunci dibalik, kesuksesan Raja Ampat bisa mentas (keluar) dan berhasil sebagai salah satu daerah pemekaran yang mengalami perkembangan pembangunan di wilayah provinsi ke 33 di NKRI ini (Sayori, 2009 dan Darmawan)

#### **D. Strategi Pengembangan Pariwisata oleh Pemerintah Daerah Raja Ampat pasca implementasi otonomi khusus (otsus)**

Untuk mendukung pariwisata sebagai sektor unggulan di Raja Ampat, maka diperlukan berbagai kebijakan strategis dalam rangka pengembangan pariwisata itu sendiri. Berbagai kebijakan program dilakukan untuk mendukung hal tersebut. Memang disadari bahwa penetapan pariwisata sebagai sektor unggulan di



kabupaten Raja Ampat, baru dilakukan pada periode kedua pemerintahan Bapak Marcus Wanma dan Bapak Indah Arfan. Namun, ada berbagai macam strategis yang dibuat dalam rangka mendukung pengembangan pariwisata sebagai sektor andalan selain sektor kebaharian. Sebagai contoh misalnya, dengan ditetapkannya beberapa kampung di Raja Ampat sebagai desa wisata. Ataupun kebijakan bupati dengan membangun Bandar udara di kota Waisai sebagai upaya mewujudkan tujuan tersebut. kebijakan strategis yang dilakukan oleh pemerintah kabupaten Raja Ampat, dalam upayanya, menjadikan pariwisata sebagai sektor unggulan, dalam kerangka mensejahterakan masyarakat Raja Ampat, serta mendukung proses pembangunan, dalam kaitannya dengan implementasi pasca pemberlakuan otonomi khusus.

#### **E. Kebijakan Sarana dan Prasarana Penunjang**

Secara umum, penyediaan sarana dan prasarana publik oleh pemerintah daerah Raja Ampat, bisa dikatakan sudah sangat memadai. Itu terlihat dari berbagai sarana publik yang dibangun dalam rangka mendukung proses pembangunan di kabupaten baru ini. Dalam penelitiannya Darmawan (2010), juga menunjukkan bahwa pemerintah Raja Ampat bisa dikatakan berhasil dibandingkan dengan beberapa kabupaten pemekaran lainnya di provinsi Papua dan Papua Barat. Ini menunjukkan bahwa komitmen yang kuat oleh pemerintah daerah, dalam mensejahterakan masyarakatnya serta mensukseskan pembangunan di kabupaten bahari ini.

Dalam kaitannya dengan proses pengembangan pariwisata, khususnya di era otonomi khusus, sebelumnya telah disinggung bahwa, esensi dari Otsus tidak terlalu banyak bersinggungan dengan bidang pariwisata. Namun, kalau mau dicermati lewat berbagai program pembangunan khususnya pembangunan sarana dan prasarana publik, bermuara kepada pembangunan-pembangunan sarana dan prasarana penunjang pariwisata. Misalnya sarana dan prasarana perhubungan (jembatan, alat transportasi dan sebagainya). Pemenuhan kebutuhan akan aksesibilitas transportasi menjadi penting dan sangat mendesak untuk dijadikan sebagai prioritas dalam penyediaannya.

Hal ini dimaksudkan, agar wisatawan tidak terlalu membuang waktunya dengan harus transit lagi di kota Sorong. Ketika waktu wisatawan harus disita oleh lamanya perjalanan dan menyinggahi beberapa tempat di luar Raja Ampat, secara tidak langsung akan mengurangi minat berkunjung ke Raja Ampat. Atau dengan kata lain, ketika seorang wisatawan berlama-lama di suatu kota / daerah maka disanalah mereka melakukan transaksi ekonomi (belanja konsumsi, tinggal di hotel dan sebagainya). Dan ketika itu terjadi, maka harapan dari pengembangan pariwisata untuk meningkatkan pendapatan ekonomi daerah akan berkurang, karena wisatawan tersebut mengeluarkan uangnya bukan di Raja Ampat melainkan di kota Sorong atau kota-kota lainnya.

Aktivitas pariwisata membutuhkan kepastian dan berbagai kemudahan ketika harus berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata. Salah satu hal yang menjadi

perhatian mereka adalah faktor aksesibilitas transportasi. Banyak wisatawan mengeluh mengenai pelayanan dalam bidang transportasi ketika berkunjung ke Raja Ampat. Itu terlihat ketika, peneliti menjumpai beberapa wisatawan lokal yang berkunjung ke kampung Sawinggrai. Mereka mengatakan bahwa, untuk sampai ke Raja Ampat, membutuhkan extra uang tambahan, karena banyak pengeluaran yang harus mereka keluarkan untuk menyewa alat transportasi laut untuk menjangkau atau mengunjungi obyek-obyek wisata yang ingin mereka kunjungi di luar paket wisata yang mereka ikuti ketika mereka datang dari Jakarta. Informasi yang dikeluhkan wisatawan lokal tersebut, seharusnya dijadikan sebagai informasi dasar, dalam rangka membuat suatu kebijakan dalam hal penyediaan sarana dan prasarana wisata, sehingga pemerintah Raja Ampat beserta semua stakeholder harus menunjukkan bahwa untuk sampai berkunjung ke Raja Ampat tidak harus memerlukan biaya yang banyak. Ataupun kalau dibutuhkan biaya yang mahal untuk sampai ke Raja Ampat, harus disertai juga dengan dukungan ketersediaan sarana dan pelayanan yang maksimal dan baik. Sehingga menumbuhkan kesan yang baik bagi para wisatawan.

#### **F. Kebijakan Pemerintah dalam Hal Promosi Pariwisata**

Dalam rangka mempromosikan obyek-obyek wisata yang mendukung, maka di perlukan kebijakan program promosi dan pemasaran pariwisata tepat dan akurat untuk memperkenalkan potensi pariwisata Raja Ampat. Kebijakan ini, diperlukan dalam rangka mempublikasikan (mempromosikan) potensi daerah, khususnya potensi pariwisata ke berbagai institusi (pemerintah, swasta, LSM) baik nasional bahkan internasional, untuk menghadirkan mereka ke Raja Ampat. Sudah bukan menjadi rahasia umum lagi bahwa perkembangan pariwisata di suatu daerah dapat berkembang dengan baik apabila didukung oleh kebijakan pemerintah. Sebagai bentuk dukungan pemerintah daerah dalam mengiatkan pengembangan pariwisata di Raja Ampat adalah dengan mempromosikan dan memasarkan sektor pariwisata melalui berbagai macam event, diantaranya, mengikuti pameran wisata dan budaya di dalam negeri dan luar negeri, menyelenggarakan lomba foto bawah laut; program promosi pariwisata dan kebudayaan di media – lewat iklan, film dokumenter, dan sebagainya.

Dengan demikian, diharapkan melalui berbagai program promosi dan pemasaran yang digencarkan oleh pemerintah daerah, dapat meningkatkan iklim usaha sektor pariwisata dalam rangka meningkatkan pendapatan daerah.

#### **G. Model Investasi Usaha Pariwisata yang Berkembang di Raja Ampat**

##### **1. Investasi oleh investor Asing dan Investor Lokal di luar Raja Ampat**

. Dari beberapa informasi data yang dihimpun ada berbagai jenis dan bentuk aktivitas investasi usaha yang dilakukan para investor ini. Data dibawah ini menunjukkan beberapa usaha wisata yang dilakukan di Raja Ampat. Usaha-usaha itu antara lain : **Pertama**, hotel dan penginapan berjumlah sembilan buah. **Kedua**, Cottage ada dua buah (Acropora Cottage and Restaurant dan Cottage





King Dolphin) kedua Cottage ini berada di Waisai dan operasional serta kepemilikannya di dikelola oleh pihak pemerintah daerah dan pihak ketiga (swasta). **Ketiga**, Resort (Dive Operator). Di Raja Ampat terdapat enam resort, antara lain : Resort yang dikelola oleh PT. Papua Diving (terdapat dua resort yaitu : Kri Eco Resort dan Sorindo Bay Resort yang berada di Pulau Manswar Distrik Miosmansar) yang kepemilikannya oleh Maximillian J. Ammer (Max Ammer) warga Negara Belanda. Usahanya dikategorikan sebagai Penanaman Modal Asing (PMA); PT. Missol Eco Resort berlokasi di Pulau Batbitem Missol. Kepemilikannya merupakan penanaman modal asing (PMA) pemiliknya adalah Mr. Andrew Miner; PT. Sea Horsea Paradise (Papua Paradise Eco Resort) berlokasi di Birie Pulau Batanta. Pemiliknya adalah Mr. Robert Horvath, dan usahanya merupakan PMA ; Pariwisata Develodge Resort, berlokasi di kampung Kurkapa Pulau Manswar Distrik Miosmansar. Pemiliknya adalah Retno, warga Negara Indonesia yang menetap di Bali. Waiwo Dive Resort berlokasi di Waiwo distrik Waigeo Selatan. Pemiliknya adalah B. Rahawarin (WNI) dan Raja Dive Island pemiliknya adalah Maya Hadorn warga Negara Jerman. Dari berbagai investor usaha yang disebutkan diatas hanya beberapa perusahaan operator wisata (tour operator), yaitu PT Papua Diving (dua Resort ) PT Pariwisata Develop (satu Resort) yang berada di Pulau Manswar Distrik Miosmansar, yang secara geografis beroperasi di kampung-kampung yang telah ditetapkan oleh pemerintah daerah sebagai kampung / desa wisata. Di Kampung Sawinggrai tidak terdapat hotel dan restaurant, ataupun resort. Biasanya para wisatawan yang datang ke kampung Sawinggrai, setelah berkunjung mereka kemudian kembali ke resort atau kembali ke liveboat tempat dimana mereka (wisatawan) mengikuti paket wisatanya yang telah ditawarkan oleh jasa operator wisata (tour operator).

**Keempat**, Liveaboat. Selain hotel / penginapan dan pengelolaan resort, ada jenis usaha pariwisata lain yang sebenarnya sudah sejak lama mendatangkan serta menawarkan jasa usaha wisata ke para wisatawan untuk hadir di perairan kepulauan Raja Ampat. Usaha itu adalah dengan mendatangkan wisatawan dengan menggunakan Liveaboat. Untuk jenis usaha ini para investor mendatangkan para wisatawan sampai ke Raja Ampat, dikoordinir dan dilayani dengan menggunakan kapal-kapal berukuran kecil. Dalam menggunakan jasa ini, wisatawan tinggal menikmati perjalanan wisata dengan menggunakan kapal, layaknya fasilitas hotel. Data berikut ini, menampilkan beberapa perusahaan liveaboat yang melakukan usahanya di Raja Ampat. Dari data yang diperoleh jumlah operator liveaboat dari tahun 2009 berjumlah 32 jenis kapal meningkat di tahun 2011 menjadi 38 jenis kapal (liveaboat). Sehingga sampai sampai tahun 2011 terdapat 38 jenis kapal wisata yang dikelola oleh 32 perusahaan operator wisata (tour operator) (20 Perusahaan asing dan 12 perusahaan domestik/lokal), perusahaannya itu antara lain: Perusahaan yang dikelola oleh pihak asing dengan bentuk badan hukum Penanaman Modal Asing (PMA), sebanyak 20 Perusahaan yang kesemuanya berdomisili di luar Raja Ampat serta Perusahaan operator pariwisata yang dikelola oleh warga Negara Indonesia, sebanyak 12 perusahaan .

Dari data-data tersebut di atas menunjukkan bahwa masih dijumpai hampir semua kepemilikan liveaboat berdomisili di luar Raja Ampat. Dari sisi kepemilikan perusahaan juga masih didominasi atau dikuasai oleh investor asing.

## 2. Investasi oleh Masyarakat Lokal Raja Ampat

Dari beberapa data yang dihimpun dari dinas kebudayaan dan pariwisata, jumlah usaha homestay yang dikembangkan oleh masyarakat lokal di Raja Ampat dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Peningkatan itu terlihat dari banyaknya jumlah homestay yang dibangun bersumber dari dana pemerintah daerah, serta dana bantuan pihak ketiga (LSM) maupun dari dana pribadi masyarakat lokal sendiri.

## 3. Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Neraca Keuangan Daerah

Dari berbagai informasi tadi, menunjukkan bahwa lewat kehadiran para investor secara tidak langsung membuat perekonomian daerah di Kabupaten Raja Ampat mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Berikut ini dapat ditunjukkan bagaimana sektor pariwisata Raja Ampat dalam kontribusinya menyumbang terhadap pendapatan asli daerah (PAD). Data total pendapatan bidang pariwisata yang diperoleh dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Raja Ampat, menunjukkan bahwa dari tahun 2007 sampai dengan bulan Juni 2011, total sumbangan atau kontribusi terhadap PAD kabupaten dari sektor pariwisata berjumlah Rp. 1.321.372.171, Total anggaran tersebut bersumber dari : pertama, Pemasukan dari Pin Wisata : Rp. 1.114.499.500, kedua, Setoran dari Cottage : Rp. 153.972.421, ketiga, Setoran dari wisma : Rp. 7.900.250, keempat, Setoran dari penyewaan speedboat : Dari data ini, menunjukkan bahwa dari tahun ke tahun ada mengalami kenaikan dana dari sektor pariwisata terhadap PAD Raja Ampat. Angka kenaikan sektor penerimaan keuangan dari pariwisata, sebenarnya, belum menunjukkan kondisi riil dari kontribusi masyarakat dalam pengembangan pariwisata. Angka-angka di atas masih menunjukkan peranan.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Perkembangan pariwisata Raja Ampat mengalami kemajuan yang cukup pesat dan menakjubkan. Perkembangan itu selain dipengaruhi oleh ketersediaan sumberdaya alam berupa keindahan alam dan keanekaragaman hayati baik di pesisir pantai, laut dan (bahkan) di daratan, yang ikut melengkapi (menghiasi) keindahan panorama kepulauan Raja Ampat. Terlepas dari faktor ketersediaan potensi wisata alam, keunikan budaya adat istiadat wisata budaya juga ikut mempengaruhi perkembangan pariwisata di kabupaten bahari ini.

Selain ketersediaan sumber daya alam dan keanekaragaman adat istiadat, perkembangan pariwisata di Raja Ampat (juga) dipengaruhi oleh beberapa faktor kebijakan pemerintah arus pusat dan daerah yang secara pro aktif turut serta (andil) dalam memajukan perkembangan pariwisata di Raja Ampat. Salah satunya



adalah kebijakan terbentuknya kabupaten Raja Ampat sebagai kabupaten otonomi baru. Hadirnya daerah otonom baru menjadi pintu masuk bagi perkembangan pariwisata Raja Ampat. Salah satu kebijakan yang dibuat kabupaten baru ini adalah penetapan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan daerah. Salah satu kebijakan pemerintah di aras lokal yang ikut serta dalam mendukung perkembangan pariwisata yaitu, menetapkan beberapa kampung di wilayah kepulauan ini sebagai kampung wisata.

Raja Ampat dinilai cukup besar dan menjanjikan dari sisi investasi. Para pengusaha nampak melihat peluang ini untuk kemudian menanamkan investasi di wilayah Raja Ampat. Para investor tersebut sudah memperhitungkan kondisi dan target pasar pariwisata di Raja Ampat. Pada umumnya mereka memperhitungkan social cost dan keterkaitan lokal yang kuat agar bisnis mereka bisa terus berjalan dan menguntungkan. Namun lebih dari itu, diharapkan para pengusaha bisa membangun bisnis pariwisata di Raja Ampat secara berkelanjutan. Sehingga dapat memberikan manfaat bagi pihak lain seperti kontribusi nyata pada SDM Lokal. Kepentingan usaha yang prorakyat sehingga asset budaya dan hubungan baik dengan masyarakat lebih terjaga. Namun yang tetap harus diperhatikan para pengusaha adalah tidak mengeksploitasi seluruh potensi secara ekstrem demi kepentingan bisnis semata. Tetap harus memperhatikan aspek kestabilan lingkungan, aspek sosial kemasyarakatan, dan mengikuti "Code of conduct" yang ditetapkan. Pemanfaatan potensi wisata harus sesuai dengan porsi yang sudah di canangkan sebelumnya dan tidak melanggar hal-hak lingkungan, hak-hak masyarakat dan hak-hak adat.

## **B. Saran**

1. Pemerintah setempat harus lebih meningkatkan potensi alam dan potensi manusia yang ada di Raja Ampat untuk lebih menggali produktifitas dalam mengembangkan bisnis pariwisata di Raja Ampat.
2. Lebih membuka peluang bagi Sumberdaya Manusia dalam peningkatan taraf hidup untuk mencapai kesejahteraan masyarakat di Raja Ampat
3. Meningkatkan edukasi bagi generasi muda dalam promosi pariwisata yang ada di Raja Ampat ke Manca Negara
4. Pengembangan pariwisata di Raja Ampat tidak akan berjalan tanpa adanya daya dukung sarana dan prasarana publik, dalam hal ini sektor perhubungan, maka bupati kabupaten Raja Ampat membangun berbagai sarana dan prasarana penunjang dalam rangka menunjang pembangunan pariwisata di kabupaten ini. Itu semua dilakukan, mengingat kondisi geografis dan topografis Raja Ampat yang berbentuk kepulauan, (dan) hanya dimungkinkan dilalui oleh transportasi laut. Kondisi transportasi laut di Raja Ampat juga sangat terbatas. Itupun tergantung kondisi cuaca yang ekstrim dan tidak menentu yang selalu menghantui perjalanan di kepulauan ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, prabu. Mangkunegara 2002. *Manajemen sumberdaya manusia perusahaan*. Edisi dari teori ke praktik, Bandung. Alfabeta
- Dahuri, R., J. Rais, S.P. Ginting, dan M.J. Sitepu. 1996. "Pengelolaan Sumberdaya Wilayah Pesisir dan Lautan Secara Terpadu". PT. Pradnya Paramita, Jakarta.
- Darmawan. 2010. "Pengelolaan Kawasan Pesisir dan Kelautan secara Terpadu dan Berkelanjutan".
- Markovics, 2008, "*on micro level the concept of competitiveness means the skill of position gain and selfmaintainment in the market competition among companies, each other's competitors and - in respect of macro economy- among national economies*"
- Rudyanto, A. 2004. "Kerangka Kerjasama dalam Pengelolaan Sumberdaya".
- Weaver, D. dan Oppermann, M. 2000. "*the compilation of an attraction inventory is a fundamental step towards ensuring that a destination realizes the full potential of its resources base in both respects (2000)*"