



## **LAPORAN ANTARA**

**NASKAH AKADEMIK RAPERDA TENTANG  
RENCANA INDUK PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN DAERAH**

**KERJASAMA  
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN PURWOKERTO**

**DENGAN**

**DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH (DPRD)  
KABUPATEN BATANG**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN  
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
PURWOKERTO**

**2016**

## KATA PENGANTAR

Potensi kepariwisataan Kabupaten Batang yang tinggi saat ini belum diimbangi dengan pengembangan dan pemanfaatan secara optimal. Hal ini disebabkan oleh masih belum maksimalnya kajian-kajian teknis yang lebih detail dan akurat tentang potensi dan daya tarik wisata termasuk perencanaan pengembangannya ke depan. Penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Batang merupakan panduan dalam pembangunan destinasi, pembangunan industri pariwisata, pembangunan pemasaran pariwisata, pembangunan kelembagaan pariwisata, serta rencana monitoring dan evaluasi dalam pembangunan kepariwisataan. Kebutuhan akan adanya panduan yang jelas pada akhirnya akan menunjang keberhasilan usaha pembangunan disektor pariwisata yang tentunya akan membawa kesejahteraan bagi masyarakat Kabupaten Batang. Laporan Antara Naskah Akademik ini disusun dalam rangka memberikan gambaran pengaturan Pembangunan Kepariwisata Daerah Kabupaten Batang, melalui peraturan daerah dan bertujuan agar peraturan daerah yang dihasilkan nanti sesuai dengan sistem hukum nasional dan kehidupan masyarakat serta perundang-undangan yang dihasilkan tidak menimbulkan masalah di kemudian hari.

Batang, Oktober 2016

Tim Penyusun

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	iv
BAB I. PENDAHULUAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 LATAR BELAKANG.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 MAKSUD DAN TUJUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 MANFAAT .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5 LUARAN (OUTPUT) KEGIATAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.6 METODE KEGIATAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.7 SISTEMATIKA PENULISAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB II. KAJIAN TEORITIS DAN PRAKTIK EMPIRIS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 KAJIAN TEORITIS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 KAJIAN TERHADAP LANDASAN NORMATIF KEPARIWISATAAN KABUPATEN BATANG .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 KAJIAN TERHADAP KONSEP KEPARIWISATAAN KABUPATEN BATANG .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4 PRAKTIK EMPIRIS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.1 Isu-Isu Strategis Pembangunan Kepariwisata Batang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.2 Peningkatan Kualitas dan Diversifikasi Atraksi Wisata.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.3 Optimalisasi Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Wisata.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.4 Pelibatan masyarakat belum optimal di sektor pariwisata.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.5 Peningkatan Peluang Investasi di Sektor Jasa .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.6 Aktualisasi Konsep Sadar Wisata di Destinasi Pariwisata Belum Optimal ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.7 Komponen Pemasaran Pariwisata .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.8 Komponen Industri Pariwisata .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR PUSTAKA.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

- Tabel 1. Analisis SWOT Pembangunan Kepariwisataaan Batang..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2. Isu Strategis Kepariwisataaan Batang ..... **Error! Bookmark not defined.**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Sektor kepariwisataan merupakan salah satu sektor yang sangat penting sebagai sumber ekonomi negara dan masyarakat, pengembangan sosial budaya dan mempromosikan citra bangsa di luar negeri. Di era otonomi daerah saat ini pembangunan sektor pariwisata menjadi lebih penting bagi pengembangan suatu daerah, karena setiap daerah dituntut untuk dapat menggali sumber-sumber pendapatan daerah yang dapat memberi kontribusi bagi Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan peningkatan ekonomi lokal. Pariwisata adalah jenis industri yang berdampak terhadap banyak sektor (*multiplier effects*) yang dapat menciptakan kemakmuran dan peningkatan kesejahteraan rakyat melalui perkembangan akomodasi, komunikasi, transportasi, industri kecil dan jasa lainnya serta menciptakan kesempatan kerja yang relatif besar serta mengurangi tingkat kemiskinan. Selain itu pengembangan pariwisata sangat membantu perkembangan daerah-daerah yang miskin dalam sumber daya alam.

Kabupaten Batang sebagian besar dari wilayahnya adalah daerah perbukitan bergelombang rendah sampai bergelombang kuat, sehingga pengembangan wilayah Batang salah satunya dapat didorong melalui pengembangan sektor pariwisata. Secara umum potensi dan peluang pengembangan wisata di Batang sangat potensial guna mendorong PAD selain sektor lainnya. Potensi kepariwisataan Kabupaten Batang yang tinggi saat ini belum diimbangi dengan pengembangan dan pemanfaatan yang optimal. Hal ini disebabkan oleh masih belum maksimalnya kajian-kajian teknis yang lebih detail dan akurat tentang potensi dan daya tarik wisata termasuk perencanaan pengembangannya ke depan. Untuk itu dibutuhkan dukungan melalui suatu perencanaan pengembangan dalam bentuk *blue print* pengembangan pariwisata.

Prospek sangat strategis sektor pariwisata tersebut tentu menjadi peluang yang sangat berarti bagi pemerintah Batang, sebagai sebuah kabupaten yang memiliki kekayaan alam dan budaya yang potensial dan beragam. Terkait dengan konteks tersebut, maka pengembangan sektor pariwisata harus digarap secara serius, terarah agar pengembangan dan pemanfaatan aset-aset pariwisata dapat memberikan kontribusi signifikan dalam mewujudkan peran pariwisata sebagai andalan

pembangunan masa mendatang. Sejalan dengan perkembangan industri pariwisata yang semakin kompetitif dan tren pasar dunia yang semakin dinamis, maka pembangunan kepariwisataan Kabupaten Batang harus lebih didorong pengembangannya secara lebih kuat dan diarahkan secara tepat untuk meningkatkan keunggulan banding dan keunggulan saing kepariwisataan Provinsi Jawa Tengah dalam peta kepariwisataan regional, nasional maupun internasional.

Penyusunan rencana induk pembangunan Kepariwisata Kabupaten Batang adalah panduan dalam pembangunan destinasi, pembangunan industri pariwisata, pembangunan pemasaran pariwisata, pembangunan kelembagaan pariwisata, serta rencana monitoring dan evaluasi dalam pembangunan kepariwisataan. Kebutuhan akan adanya panduan yang jelas pada akhirnya akan menunjang keberhasilan usaha pembangunan disektor pariwisata yang tentunya akan membawa kesejahteraan bagi masyarakat Kabupaten Batang.

## **1.2 IDENTIFIKASI MASALAH**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan, yaitu:

1. Bagaimanakah arah kebijakan dan strategi pembangunan pariwisata Kabupaten Batang
2. Bagaimanakah memaksimalkan potensi kepariwisataan yang ada di kabupaten Batang
3. Bagaimanakah format pembangunan kepariwisataan jika dilihat dari keterpaduan lintas sektor pembangunan destinasi pariwisata kabupaten Batang

## **1.3 MAKSUD DAN TUJUAN**

Merujuk pada pasal 1 Undang-undang No. 12 tahun 2011 tentang Pembentukan Perundang-undangan dinyatakan "*Naskah akademik adalah naskah hasil penelitian atau pengkajian hukum dan hasil penelitian lainnya terhadap suatu masalah tertentu yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah mengenai pengaturan masalah tersebut dalam suatu Rancangan Undang-undang, Rancangan Peraturan Daerah Provinsi, atau Rancangan Undang-undang, Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten/Kota sebagai solusi terhadap permasalahan dan kebutuhan hukum masyarakat.*"

Bertitik tolak dari perumusan tersebut maka dapat diartikan bahwa naskah akademik merupakan suatu hasil penelitian ataupun pengkajian yang menjadi dasar ilmiah dari pengaturan suatu norma hukum dalam rangka kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Adapun tujuan dan kegunaan naskah akademik secara umum adalah untuk memberikan “dasar ataupun landasan” yang bersifat ilmiah atas pengaturan suatu norma hukum di masyarakat.

Selain bersifat umum maka tujuan dan kegunaan naskah akademik memiliki kekhususan, yaitu berhubungan dengan materi atau muatan yang akan diatur dalam suatu peraturan perundang-undangan. Kajian dalam naskah akademik ini merupakan kajian terhadap penyusunan naskah akademik Rancangan Peraturan Daerah Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Batang.

Sejalan dengan permasalahan yang telah diidentifikasi, tujuan dari penyusunan naskah akademik Rancangan Peraturan Daerah Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Batang adalah:

1. Menyediakan dokumen yang memuat visi, misi, strategi dan rencana pembangunan kepariwisataan Batang yang berkelanjutan serta strategi implementasinya
2. Merupakan acuan dan pedoman pembangunan pariwisata dalam format keterpaduan lintas sektor berjangka waktu bagi pengembangan dan peningkatan kualitas destinasi pariwisata kabupaten Batang

#### 1.4 MANFAAT

Sementara itu, kegunaan dari penyusunan naskah akademik Rancangan Peraturan Daerah Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Batang adalah:

1. Sebagai bahan kajian dan dasar penyusunan Peraturan Daerah Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Batang;
2. Sebagai wujud ekspresi dan peran aktif dari Pemerintah Daerah Kabupaten Batang dalam meningkatkan pelayanan kepada masyarakat di bidang pariwisata; dan
3. Sebagai pedoman operasional bagi pembangunan program pariwisata Kabupaten Batang

## 1.5 LUARAN (OUTPUT) KEGIATAN

Kegiatan ini akan menghasilkan luaran berupa:

1. Naskah akademik yang memuat tinjauan konseptual tentang rencana induk pembangunan kepariwisataan sebagai bahan pertimbangan yang obyektif dalam merumuskan Rancangan Peraturan Daerah Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Batang
2. Rancangan Peraturan Daerah Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Batang.

## 1.6 METODE KEGIATAN

Penyusunan Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Batang ini dilakukan dengan mengacu pada UU No. 12 tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan serta praktik penyusunan Naskah Akademik yang selama ini dilakukan di Indonesia, baik di Badan Legislasi Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR-RI) dan BPHN Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Metode penelitian untuk penyusunan Naskah Akademik ini dilakukan dengan studi literatur yang terkait dengan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Batang dan eksplorasi bahan hukum yang akan diakomodasikan dalam produk hukum.

Tipe penelitiannya adalah penelitian hukum (*legal research*), guna memperkuat analisis dilakukan juga pengumpulan bahan-bahan melalui penelaahan dokumen, pengamatan (*observasi*), dikusi (*Focus Group Discussion*), wawancara, mendengar pendapat narasumber atau pakar dan lain-lain. Pengertian penelitian hukum (*legal research*) dalam hal ini adalah studi yang dilakukan dengan asas-asas hukum, teori hukum termasuk pendapat ahli. Beberapa peraturan perundang-undangan dimaksud antara lain:

1. Pasal 18 ayat (6) Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
2. Undang-undang Nomor 12 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-Daerah Kabupaten Dalam Lingkungan Propinsi Jawa Tengah (Lembaran Negara Tahun 1950 Nomor 19, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2930);
3. Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4437) sebagaimana telah diubah kedua

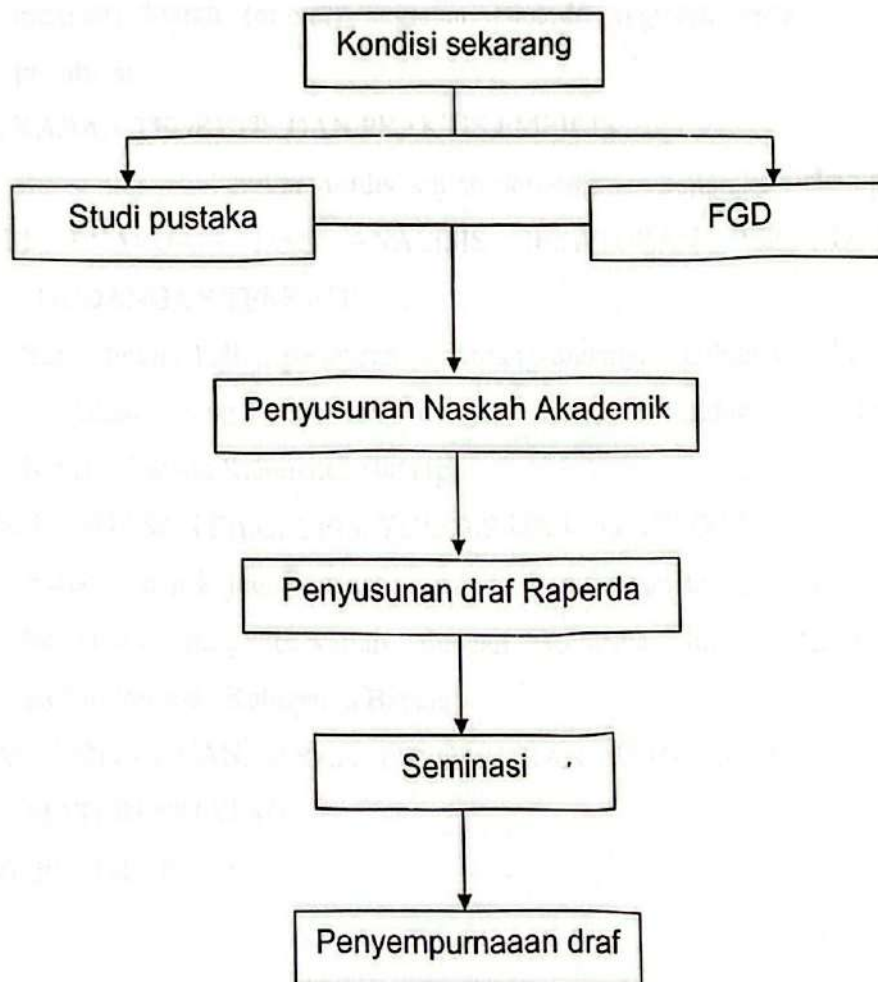


- kalinya dengan Undang-undang Nomor 12 tahun 2008 tentang Perubahan Kedua atas Undang-undang Nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 59, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4844);
4. Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4966);
  5. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5234);
  6. Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4562);
  7. Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan antara Pemerintah, Pemerintahan Daerah Propinsi dan Pemerintahan Daerah Kabupaten/Kota (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4737);
  8. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2007 tentang Pengesahan, Pengundangan dan Penyebarluasan Peraturan Perundang-undangan;

Dengan penelitian hukum (*legal research*) maka akan diperoleh preskripsi hukum yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dengan tingkat akurasi kebenaran yang maksimal yang pada gilirannya memberikan nilai dalam rangka pembentukan peraturan daerah. Selain itu, naskah akademik ini disusun dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*). Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan semua regulasi yang bersangkutan dengan peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di daerah. Pendekatan kasus dilakukan dengan menelaah berbagai kasus pembangunan kepariwisataan yang terjadi di Indonesia. Pendekatan perundang-undangan tersebut ditopang dengan studi kasus (*case study*), yakni suatu studi terhadap kasus tertentu menyangkut Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Batang.

Metode kegiatan dilakukan melalui kajian dokumentasi terhadap berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku, baik dalam skala nasional maupun lokal guna memperoleh gambaran tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Batang. Studi ini kemudian dilengkapi dengan kajian teoretis yang dipadukan dengan pendekatan analisis kebijakan untuk menyusun kerangka pembangunan kepariwisataan. Selain pengumpulan data sekunder melalui dokumen-dokumen dan kebijakan yang masih berlaku, juga dilakukan *focus group discussion* (FGD) dengan mengundang para pihak yang terkait.

Gambar 1. Alur Kegiatan



FGD diselenggarakan untuk mendengar aspirasi dari berbagai *stakeholders*, sehingga dapat diperoleh informasi obyektif. Data dan informasi yang diperoleh dari seluruh teknik pengumpulan data selanjutnya diolah dan dianalisis melalui metoda *delphi* dengan melibatkan para pakar di bidang terkait, yakni bidang kebijakan, ekonomi, dan hukum untuk kepentingan penyusunan materi legal drafting rancangan perda. Secara

sederhana, rangkaian kegiatan dalam penyusunan Naskah Akademik dan Rancangan Peraturan Daerah tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Batang.

## **1.7 SISTEMATIKA PENULISAN**

Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Batang ini terdiri dari 5 (lima) bab, yang memuat materi sebagai berikut:

### **BAB I. PENDAHULUAN**

Berisi mengenai latar belakang kajian, permasalahan, maksud dan tujuan, manfaat, luaran (*output*) kegiatan, metode kegiatan serta sistematika penulisan.

### **BAB II. KAJIAN TEORETIS DAN PRAKTIS EMPIRIS**

Berisi mengenai kajian yuridis, kajian ekonomi dan kajian kebijakan publik.

### **BAB III. EVALUASI DAN ANALISIS PERATURAN PERUNDANG - UNDANGAN TERKAIT**

Berisi tentang kajian peraturan perundang-undangan terkait dan kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Batang.

### **BAB IV. LANDASAN FILOSOFIS, YURIDIS DAN SOSIOLOGIS**

Berisi tentang kajian peraturan perundang-undangan terkait dan kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Batang.

### **BAB V. JANGKAUAN, ARAH PENGATURAN, DAN RUANG LINGKUP MATERI MUATAN**

### **BAB VI. PENUTUP**

## BAB II

### KAJIAN TEORITIS DAN PRAKTIK EMPIRIS

#### 2.1 KAJIAN TEORITIS

Pembangunan pariwisata disuatu daerah tujuan wisata sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian suatu daerah atau Negara. Pengembangan pariwisata akan selalu memperhitungkan keuntungan dan manfaat bagi rakyat banyak. Terminologi pengembangan kepariwisataan yaitu: *"pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata baik secara lokal, regional atau ruang lingkup nasional pada suatu Negara sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah atau Negara tersebut. Definisi lain, pengembangan kepariwisataan pada suatu daerah tujuan wisata selalu akan diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi rakyat banyak."*

Pembangunan pariwisata memiliki alasan sebagaimana dikemukakan oleh Menurut Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya karya James J. Spillane. Buku ini membahas mengenai sejarah pariwisata pada awalnya sampai akhirnya berkembang dan diartikan secara umum sebagai perjalanan wisata. Perkembangan industri pariwisata memunculkan banyak pengaruh, terutama pengaruh ekonomi dalam hal penyediaan lapangan pekerjaan. Relevansi buku dengan naskah akademik ini adalah dari bidang kajiannya mengenai dunia pariwisata serta objek wisata yang disertai prediksi terhadap perubahan ekonomi dan sosial yang terjadi sehingga dapat disimpulkan pembangunan kepariwisataan sebagai sebuah industri yang berujung pada peningkatan pendapatan asli daerah serta kesejahteraan masyarakat. Pengembangan pariwisata itu lebih banyak bersifat non ekonomis. Wisatawan yang datang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata salah satu motivasinya adalah untuk menyaksikan dan melihat keindahan alam dan/atau cagar budaya.

Pariwisata perlu dikembangkan dengan alasan bahwa pembangunan pariwisata pada suatu daerah tertentu tergantung pada pengambil kebijakan melalui penelitian atau pengkajian terhadap semua aspek yang berkaitan dengan pariwisata tersebut. Mulai dari potensi yang dimiliki daerah tersebut, kebiasaan hidup masyarakat disekitarnya, kepercayaan yang dianut, sampai dengan tingkah laku atau kebiasaan wisatawan yang direncanakan akan ditarik untuk berkunjung ke daerah tersebut.

Menurut Suzanna Ratih Sari, peran pembangunan kepariwisataan dalam pembangunan adalah sebagai salah satu sektor yang diandalkan pemerintah pusat/daerah untuk mendapatkan penghasilan nonmigas serta menciptakan dan memperluas lapangan usaha, meningkatkan pendapatan masyarakat, mendorong pelestarian lingkungan hidup, mendorong pelestarian dan pengembangan budaya bangsa bangsa dan mendorong perkembangan daerah. Dampak multiguna dari pariwisata, tumbuhnya industri wisata tidak hanya memunculkan peranan yang baik dalam kelangsungan hidup masyarakat, tetapi sekaligus memunculkan dampak yang kurang baik, khususnya dalam hal pelestarian alam dan pencemaran lingkungan.

Pembangunan kepariwisataan dari aspek sosiologis, yaitu memberikan kejelasan bahwa pariwisata bukan saja menyangkut permasalahan ekonomi saja namun saling berkaitan erat dengan aspek yang ditimbulkan, termasuk aspek sosial, budaya, lingkungan, politik, dan keamanan. Bahkan pariwisata sudah menjadi sebuah *prime mover* dalam perubahan sosial-budaya diberbagai daerah. Sektor penyelenggaraan kepariwisataan dapat berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi transportasi dan komunikasi, meningkatnya kemakmuran, berubahnya gaya hidup, serta meningkatnya waktu libur atau waktu luang. Banyaknya potensi kekayaan alam yang ada di Indonesia adalah modal potensial untuk menarik wisatawan.

Pengembangan pariwisata suatu obyek pariwisata harus memenuhi tiga kriteria agar obyek tersebut diminati pengunjung, yaitu:

- a. *Something to see*, adalah obyek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa di lihat atau di jadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Obyek tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang mampu untuk menyedot minat dari wisatawan untuk berkunjung di obyek tersebut.
- b. *Something to do*, adalah agar wisatawan yang melakukan pariwisata di sana bisa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan senang, bahagia, relaks berupa fasilitas rekreasi baik itu arena bermain ataupun tempat makan, terutama makanan khas dari tempat tersebut sehingga mampu membuat wisatawan lebih betah untuk tinggal di sana.
- c. *Something to buy*, adalah fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau ikon dari daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh.

Ketiga hal di atas menyebabkan pembangunan kepariwisataan perlu di kembang dan ditingkatkan agar perencanaan dapat terarah dan terpadu terutama terkait dengan pendidikan sumberdaya manusia dan perencanaan pengembangan fisik/infrastruktur. Hal tersebut hendaknya saling terkait sehingga pengembangan tersebut menjadi realistis dan proporsional.

Selain kedua faktor tersebut maka agar suatu pembangunan kepariwisataan adalah kelengkapan dari sarana dan prasarana obyek wisata tersebut. Karena sarana dan prasarana juga sangat diperlukan untuk mendukung dari pengembangan kepariwisataan. Menurut Yoeti (1985; 181):

*“Prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang sehingga dapat memberikan pelayanan untuk memuaskan kebutuhan wisatawan yang beraneka ragam”.*

Prasarana tersebut antara lain:

- a. Perhubungan: jalan raya, rel kereta api, pelabuhan udara dan laut, terminal.
- b. Instalasi pembangkit listrik dan instalasi air bersih.
- c. Sistem telekomunikasi, baik itu telepon, telegraph, radio, televisi, kantor pos
- d. Pelayanan kesehatan baik itu puskesmas maupun rumah sakit.
- e. Pelayanan keamanan baik itu pos satpam penjaga obyek wisata maupun pos-pos polisi untuk menjaga keamanan di sekitar obyek wisata.
- f. Pelayanan wistawan baik itu berupa pusat informasi ataupun kantor pemandu wisata.
- g. Pom bensin (SPBU)

Sarana kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung maupun tidak langsung dan hidup serta kehidupannya tergantung pada kedatangan wisatawan. Sarana kepariwisataan tersebut adalah:

- a. Perusahaan akomodasi: hotel, losmen, bungalow.
- b. Perusahaan transportasi: pengangkutan udara, laut atau kereta api dan bus-bus yang melayani khusus pariwisata.
- c. Rumah makan, restoran, depot makan atau warung-warung yang berada di sekitar obyek wisata dan memang mencari mata pencaharian berdasarkan pengunjung dari obyek wisata tersebut.

- d. Toko-toko penjual cinderamata khas dari obyek wisata tersebut yang mendapat penghasilan hanya dari penjualan barang-barang cinderamata khas obyek tersebut.

Kegiatan pembangunan kepariwisataan yang akan dilakukan maka sarana dan prasarana tersebut harus dilaksanakan sebaik mungkin, bila suatu obyek wisata dapat membuat wisatawan untuk berkunjung dan dapat tinggal lebih lama untuk melakukan wisata disana maka akan menyedot banyak pengunjung yang kelak akan berguna juga untuk peningkatan ekonomi baik untuk komunitas di sekitar obyek wisata tersebut maupun pemerintah daerah. Hal itu jelas menggambarkan bahwa pembangunan kepariwisataan bisa melibatkan emosi seseorang, dimana emosi tersebut bersifat spontanitas dan bersifat sementara dengan kata lain ekspresi dari tiap individu berlainan cara dan bentuk penampilannya. Hal demikian juga berkaitan dengan apa yang dimaksud sebagai perwujudan manusia tentang perwujudan hidup serta sosial budaya dan sejarah. Manfaat pariwisata didalam pembangunan mencakup beberapa segi, yaitu:

- a. Segi ekonomi, bahwa perkembangan pariwisata merangsang tumbuhnya usaha-usaha ekonomi tertentu yang saling menunjang, dalam istilah teknisnya hal tersebut dinyatakan dapat memperluas dasar-dasar perekonomian suatu Negara.
- b. Segi seni budaya, salah satu dorongan kebutuhan manusia untuk mengunjungi suatu daerah adalah untuk memenuhi rasa keingintahuan, mengagumi atau menyelami seni budaya di daerah yang dikunjungi.
- c. Pemeliharaan dan pemanfaatan lingkungan hidup, Pengembangan pariwisata yang tidak teratur dan terarah dapat merusak lingkungan hidup, sebaliknya bila dibina secara baik justru menjadi pendorong pemeliharaan lingkungan alam yang terlantar. Wisatawan yang mempunyai tujuan untuk rekreasi menginginkan daerah yang menimbulkan suasana baru dari kebisingan kehidupan sehari-hari.
- d. Memperluas nilai-nilai pergaulan hidup dan pengetahuan, Hubungan-hubungan yang terjalin antara wisatawan dengan masyarakat yang dikunjungi sedikit banyak akan menimpa nilai-nilai baru dalam arti memperluas cakrawala pandangan pribadi terhadap nilai-nilai kehidupan, manusia akan menghargai nilai-nilai yang dimilikinya.
- e. Memperluas kesempatan kerja, Industri pariwisata merupakan industri yang menyerap kebutuhan tenaga kerja, sebagai industri yang sifatnya melayani maka

disamping membutuhkan unsur cepat, aman, murah, mudah dan nikmat juga ramah. Apabila rangkaian tenaga itu dilengkapi dengan tenaga kerja pada industri penunjang pariwisata seperti perusahaan kerajinan, dekorasi hotel, toko suvenir, dan sebagainya maka jumlah tenaga kerja yang diserap makin banyak lagi.

- f. Menunjang perbaikan kesehatan dan prasarana kerja, Manusia selalu menginginkan terlepas dari kejenuhan, kesibukan hidup sehari-hari atau rasa bosan dengan mendambakan suasana baru, lingkungan baru walaupun hanya untuk sementara waktu. (Direktorat Jendral Pariwisata, Pengantar Pariwisata Indonesia, Jakarta, 1976; 29)

Pendekatan pembangunan kepariwisataan adalah pendekatan ekonomi, sebagai pisau analisis permasalahan yang merupakan bagian dari sejarah, sosial, ekonomi, yang memiliki peranan dalam meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat. Kehidupan sosial ekonomi merupakan kehidupan sosial yang dipengaruhi adanya faktor-faktor ekonomi dan harus dicukupi supaya orang dapat hidup dan melangsungkan kehidupan.

Karyono mengungkapkan fenomena ekonomi dalam pembangunan kepariwisataan merupakan alat untuk mencapai tujuan-tujuan ekonomi. Secara makro dijelaskan perkembangan pembangunan kepariwisataan dapat memberikan dampak positif yaitu meningkatkan pendapatan asli daerah dan pendapatan masyarakat sekitar daerah tujuan wisata serta meningkatkan permintaan hasil daerah. Perkembangan pembangunan kepariwisataan diartikan sebagai proses menuju arah yang lebih baik, sedangkan definisi kata berkembang mempunyai arti yang lebih besar dan lebih maju apabila dibandingkan dengan kondisi saat ini.

Perkembangan pembangunan kepariwisataan dapat dikategorikan sebagai perubahan yang direncanakan (perubahan berencana). Menurut Ankie M.M Hoogvelt istilah perkembangan mencakup pertumbuhan tertentu dalam gambaran pembaharuan. Jadi perkembangan berkaitan dengan istilah pertumbuhan (*growth*) dan perubahan (*change*). Istilah perkembangan menerangkan perubahan dalam arti pertumbuhan. Perkembangan seringkali membawa perubahan-perubahan demikian pula perubahan mengakibatkan terjadinya perkembangan. Kadang kala yang terjadi adalah berkembang dan berubah.

Terlepas dari tantangan dan hambatan yang dimiliki dalam pengembangan kepariwisataan, potensi yang dimiliki sebagai penunjang pembangunan



kepariwisataan sangat tinggi. Kekayaan alam dengan keanekaragaman jenis atraksi wisata alam kelas dunia masih kita miliki. Atraksi wisata alam berbasis kekayaan alam tersebut meliputi daya tarik ekowisata, bahari, pulau-pulau kecil serta danau dan gunung tersebar di seluruh wilayah dan siap untuk dikembangkan. Kekayaan budaya yang tinggi dan beranekaragam juga menjadi potensi yang sangat tinggi untuk dilestarikan melalui pembangunan kepariwisataan. Pada dasarnya minat utama wisatawan datang ke suatu destinasi pariwisata lebih disebabkan karena daya tarik wisata budaya dengan kekayaan seperti adat istiadat, peninggalan sejarah dan purbakala, kesenian, monumen, peristiwa budaya, upacara-upacara dan lainnya. Kemajemukan bangsa Indonesia dengan agama yang beragam menjadi potensi yang sangat besar dalam peningkatan kepariwisataan. Hampir tidak ada negara atau daerah di dunia yang memiliki penduduk yang heterogen dalam kepercayaan mereka. Sementara Indonesia sangat berbeda dan dari satu daerah ke daerah lainnya pengembangan pariwisata religius merupakan potensi yang sangat besar untuk dikembangkan di masa datang.

Mengacu pada penjelasan di atas dapat dikemukakan analisis Strength, Weakness, Opportunity dan Threats (SWOT) pembangunan kepariwisataan di Kabupaten Batang seperti yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Analisis SWOT Pembangunan Kepariwisata Batang

KEKUATAN	KELEMAHAN
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keberagaman potensi: telaga, pegunungan, desa, industri kreatif, sejarah dan budaya, seni tradisi dan wisata buatan serta petualangan yang berdaya saing</li> <li>2. <i>Existing</i> dan <i>Potensial market</i> terus mengalami peningkatan</li> <li>3. Potensi sumberdaya mineral (energi) yang dapat dikemas sebagai wisata pendidikan</li> <li>4. Kondisi sarana penunjang wisata seperti kelengkapan sarana hotel, <i>homestay</i>, <i>money changer</i> dan lainnya sudah tersedia</li> <li>5. Pengembangan jejaring pemasaran wisata</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurang kuatnya <i>image</i> Batang sebagai destinasi di lingkungan regional, nasional maupun internasional.</li> <li>2. Masih rendahnya lama tinggal wisatawan/<i>Length of stay</i> (LoS) dan Pembelanjaan Wisatawan di Batang</li> <li>3. Terbatasnya kondisi sarana aksesibilitas dari dan ke objek di kawasan Batang</li> <li>4. Minimnya kualitas fasilitas umum pendukung pariwisata seperti kamar kecil, MCK, <i>pedestrian</i> dan lainnya</li> <li>5. Koordinasi antar pemangku kepentingan belum maksimal</li> <li>6. Jejaring dengan pelaku industri baik di luar daerah/luar negeri masih terbatas.</li> </ol>

PELUANG	ANCAMAN
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Komitmen Pemda Batang untuk membangun kepariwisataan sangat besar</li> <li>2. Adanya investor lokal yang bergerak dalam pengembangan sector jasa pariwisata</li> <li>3. Ketersediaan sumberdaya wisata pendidikan yang berpeluang dikembangkan dgn segmen khusus.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kerawanan terhadap bencana alam</li> <li>2. Akitivitas penduduk sekitar.</li> </ol>

Yang perlu untuk disadari oleh pemangku kebijakan bahwa pengembangan industri pariwisata dalam hal ini pembangunan kepariwisataan menimbulkan paradoks dalam pengembangan industri pariwisata. Sifat paling mendasar dari investasi pada industri pariwisata adalah "*High Investment, Not Quick Yield*" artinya investasi di bidang pariwisata membutuhkan investasi yang besar dengan tingkat pengembalian yang lama (jangka panjang). Kondisi ini sungguh tidak menarik bagi kebanyakan *stakeholders* kepariwisataan yang masih memiliki budaya "*Instant and Shortcut*" dimana lebih menyukai melakukan investasi yang dapat segera memberikan keuntungan. Sehingga para investor tidak tertarik menanamkan modalnya dalam mengembangkan usaha pariwisata. Memperhatikan konteks ini diperlukan integrasi usaha pariwisata (*tourism business integration*) yang merupakan sinergi pelaku kepariwisataan secara horizontal maupun vertikal dan memberikan keuntungan atau manfaat bagi masing-masing pihak. Oleh karenanya diperlukan bentuk-bentuk insentif yang mampu merangsang timbulnya investasi di bidang kepariwisataan dengan menggunakan manajemen partisipatoris dengan melibatkan seluruh *stakeholders* baik masyarakat, dunia usaha, lembaga keuangan, pemerintah daerah (Provinsi, Kabupaten maupun Kota), serta pemerintah pusat.

## 2.2 KAJIAN TERHADAP LANDASAN NORMATIF KEPARIWISATAAN KABUPATEN BATANG

Sejalan dengan paradigma yang dijalankan sudah barang tentu pembangunan pariwisata Batang harus berorientasi pada paradigma pariwisata berbasis komunitas. Paradigma tersebut sesuai dengan realitas perkembangan pariwisata Kabupaten Batang saat ini. Oleh sebab itu paradigma yang dipilih tadi dan perkembangan objektif pariwisata internasional, nasional dan lokal pada saat ini menjadi basis penentuan visi

dan misi pengembangan pariwisata. Pemahaman atas visi dan misi dalam proses perumusan rencana pengembangan pariwisata menjadi amat penting. Konteks visi pembangunan nasional dapat dibaca bahwa pariwisata diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bentuk PAD, perluasan kesempatan kerja serta percepatan pembangunan daerah yang secara bersama-sama akan memacu peningkatan kemampuan ekonomi masyarakat. Visi yang dikembangkan paralel dengan visi pembangunan Kabupaten Batang.

Perwujudan keadaan masyarakat yang maju dan tercukupi kebutuhan lahiriah dan batiniah yang ditandai dengan meningkatnya kualitas hidup dan kehidupan masyarakat. Visi ini dijabarkan lebih lanjut ke dalam misi yang akan menjadi tanggung jawab seluruh lapisan masyarakat Kabupaten Batang yang terdiri dari aparat Pemerintah Daerah, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, organisasi politik, organisasi sosial kemasyarakatan, lembaga swadaya masyarakat, organisasi profesi, lembaga pendidikan, dunia usaha, dan tokoh masyarakatnya sendiri untuk mewujudkan cita-cita masa depan. Dengan merujuk visi pembangunan nasional dan lokal ini maka dapat diidentifikasi bahwa pembangunan pariwisata Kabupaten Batang haruslah maju secara ekonomi (*economically viable*), sesuai dengan aspirasi masyarakat (*socially acceptable*) dan berkelanjutan secara ekologis (*environmentally sustainable*). Secara lebih rinci visi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a) Meningkatkan pendapatan masyarakat dan daerah;
- b) Meningkatkan kualitas sumberdaya manusia;
- c) Melindungi usaha menengah ke bawah;
- d) Menjalin kemitraan antara daerah, masyarakat dan pengusaha swasta;
- e) Mendorong peranan dan kontribusi pelaku ekonomi menengah ke bawah untuk menambah pendapatan daerah melalui peningkatan produktivitas, peningkatan akses pada peluang kerja dan berusaha serta pada pasar yang dapat menciptakan efek ganda yang luas;
- f) Meningkatkan kemandirian dan keadilan; dan
- g) Menjamin keserasian hubungan antara manusia dengan Tuhan, antara manusia dengan lingkungannya, dan antara manusia dengan sesamanya.

Berdasarkan landasan normatif tersebut, butir-butir visi kepariwisataan Kabupaten Batang dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Sumberdaya Manusia

Pengembangan pariwisata Batang harus dimaknai sebagai bagian dari pengembangan dan penyediaan sumber daya manusia yang kreatif, inovatif, dan profesional, mempunyai jiwa kewirausahaan, berorientasi pada ekonomi rakyat, berdedikasi, dan menyadari misinya untuk mewujudkan peningkatan pendapatan daerah;

b. Industri Pariwisata

Industri pariwisata Batang yang dikembangkan harus berorientasi pada pertumbuhan secara proporsional dan menjadi sumber pendapatan daerah, menciptakan peluang kerja sehingga industri pariwisata diarahkan untuk mewujudkan *employment friendly tourism*, antara lain dengan mengoptimalkan pemanfaatan tenaga kerja lokal;

c. Sumberdaya Lokal

Guna memperkuat karakter lokal serta menegaskan identitas sekaligus mengurangi ketergantungan, pembangunan infrastruktur kepariwisataan, model dan gaya arsitektur bangunan, *event-event* kepariwisataan seperti: seni pertunjukan dan atraksi-atraksi budaya di Kabupaten Batang haruslah dititikberatkan pada pemanfaatan sumber lokal, khususnya sumber-sumber yang dimiliki rakyat. Prioritas pada pemanfaatan sumberdaya ini akan menjadikan pariwisata Kabupaten Batang memiliki keunikan, keaslian dan otentisitas yang tinggi sebagai kekuatan dan daya tarik yang bernilai-jual tinggi. Terkait dengan itu pula, pengembangan produk dengan atraksi yang beraneka ragam dan pasar *special interest tourism* perlu menjadi perhatian.

d. Pembangunan Spasial

Untuk mewujudkan pengembangan lintas- wilayah, pelaksanaan pembangunan kepariwisataan di Kabupaten Batang perlu dilakukan secara terpadu melalui pendekatan spasial sesuai dengan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW), baik di level provinsi ataupun kabupaten sehingga keterkaitan antar-sektor dan antar-wilayah secara fungsional dapat lebih terjamin dan pemanfaatan serta *asset* wisata potensial dapat lebih berhasil.

e. Pengembangan Produk

Pengembangan produk wisata perlu didasarkan pada keseimbangan strategi antara tuntutan pasar (*market-led*) dengan realitas produk (*product-led*). Produk yang dikembangkan hendaknya laik jual atau sesuai dengan tuntutan pasar, baik dalam

arti mutu (otentisitas, orisinalitas, dan keunikan), maupun keragaman (diversitas). Di samping itu mengembangkan produk tadi hendaknya mampu mempertahankan keaslian dan daya dukung lingkungan, social, ekonomi dan budaya.

f. Kerjasama Antar Daerah

Pengembangan kerjasama antar daerah di dalam promosi, pembangunan prasarana dan sarana pariwisata guna memperlancar wisatawan menjadi penting untuk mengadaptasi sifat produk pariwisata yaitu tidak mengenal batas wilayah (*borderless*).

## 2.3 KAJIAN TERHADAP KONSEP KEPARIWISATAAN KABUPATEN BATANG

Saat ini perkembangan kepariwisataan sangat dinamis. Perubahan yang berlangsung bukan semata karena terjadinya pergeseran bentuk dari pariwisata lama ke pariwisata baru, tetapi juga dipengaruhi berbagai perubahan politik dan ekonomi global. Berbagai kesepakatan telah mendorong perubahan kepariwisataan dunia. Demikian pula kesepakatan-kesepakatan regional telah terjadi dalam berbagai bidang termasuk bidang jasa disektor pariwisata. Indonesia yang terikat oleh kesepakatan bangsa-bangsa ASEAN dalam bidang pariwisata. Potensi keanekaragaman budaya dan alam yang sangat tinggi harus disadari untuk merubah pengembangan pariwisata pada skala massal atau skala luas seperti pengembangan *tourism corporate*. Pengembangan berskala kecil dalam pariwisata baru, menciptakan produk yang beraneka ragam sangat sesuai dengan potensi yang dimiliki Indonesia. Kebijakan pengembangan pariwisata berskala kecil ini memang ada kelemahan dan tantangannya. Apabila pola pengembangan fasilitas, utilitas dan menghadirkan perusahaan corporate dari luar akan menyebabkan kerusakan yang lebih besar. Tetapi bila pengembangan berskala kecil dan memperhatikan konservasi lingkungan maka hasilnya akan menakjubkan.

Guna dapat mewadahi seluruh potensi yang ada utamanya keanekaragaman atraksi wisata, restrukturisasi wilayah pengembangan pariwisata diperlukan. Restrukturisasi per wilayah pengembangan pariwisata ini berbasis pada keunggulan komparatif dan kompetitifnya. Pengembangan yang bertemakan tidak sesuai dengan potensinya akan memboroskan sumberdaya. Sementara itu, restrukturisasi produk wisata tidak boleh diikuti dengan strukturisasi pemasaran. Segmentasi pasar dipergunakan sebagai landasan dalam strategi pemasaran. Pemasaran pariwisata tidak

seharusnya terikat oleh kewilayahan dan berbasis pada batas administrasi. Meskipun, barangkali hal ini tidak mudah, karena menguatnya paradigma tentang otonomi daerah. Adanya pengembangan produk pariwisata yang memperhatikan ekosistem dan sosiosistem setempat dan didorong oleh pemasaran bersama-sama akan dapat menciptakan keberlanjutan pembangunan bidang pariwisata. Disamping itu kerusakan lingkungan dan pemborosan sumber daya alam akan dapat dihindari.

Sayangnya hingga saat ini pembangunan pariwisata di daerah umumnya masih berjalan sendiri-sendiri. Berbagai pihak yang memiliki potensi dan atraksi wisata, dikembangkan tanpa kerangka yang jelas. Oleh karenanya pembangunan pariwisata pada level provinsi/ kabupaten/kota, dilaksanakan dengan kerangka kebijakan yang ditetapkan bersama. Beberapa pihak dari sektor terkait dan dari industri pariwisata harus siap untuk memanfaatkan kesepakatan yang telah dibuat bersama.

Wilayah provinsi atau kabupaten/kota diperlukan adanya kebijakan pembangunan atas dasar perencanaan. Dalam kaitannya dengan pembangunan sektor kepariwisataan dikenal adanya Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata (RIPPKA) mulai dari tingkat Nasional dan Provinsi yang menjadi bahan referensi dan digunakan untuk landasan pengembangan, pada perencanaan pariwisata level di bawahnya (seperti RIPPKA Kabupaten/Kota). Perencanaan menjadi pedoman dalam perencanaan kawasan. Pengembangan kawasan pariwisata ini harus sesuai dengan tata ruang. Tata ruang wilayah tidak boleh dilanggar dalam menetapkan kawasan pengembangan pariwisata. Pembagian kawasan pariwisata sebagai wilayah pengembangan disesuaikan dengan lingkungannya. Lebih mantap lagi bila RIPPKA diperkuat landasannya dengan Peraturan Daerah (Perda). Sehingga nantinya dapat dengan mudah dilaksanakan, selain lembaga legislatif yang mengesahkan tata ruang dapat mengkaji kesesuaiannya. Apabila mekanisme ini dapat dilaksanakan diharapkan pembangunan pariwisata berkelanjutan dapat dicapai.

Objek dan daya tarik wisata (ODTW) merupakan atraksi utama dalam suatu kawasan pariwisata. Apabila ada satu ODTW yang berskala nasional atau global tentang keunikan, kelangkaan dan daya tariknya, maka ODTW ini dapat dikembangkan bersama-sama dengan ODTW lain dalam suatu kawasan. Sebaliknya bila ODTW individual tidak menonjol dan tidak memiliki keunggulan kompetitif maka secara bersama-sama ODTW ini dikembangkan dengan mempertahankan keberlanjutan. Pembangunan pariwisata berkelanjutan bila dipenuhi kriteria:

### 1. Keberlanjutan dengan Kriteria Kelestarian Lingkungan dan Sesuai Daya

Dukung Pengembangan ODTW secara individual atau secara bersama-sama dibuat perencanaan yang mempertimbangkan keberlanjutan pemanfaatan lingkungan dengan kriteria dayadukung. Ada beberapa pendekatan daya dukung yang dapat dipergunakan agar tidak terjadi kerusakan. Terdapat tiga macam daya dukung yang dapat diperhitungkan. Pertama daya dukung fisik, kedua daya dukung realitas dan daya dukung efektif atau daya dukung yang direkomendasi (Mowforth and Munt, 1998).

### 2. Keberlanjutan Sosial

*Social sustainability refers to the ability of community, whether local or national, to absorb inputs such as extra people, for short or long periods of time and to continue functioning either without the creation of social disharmony as a result of these inputs or by adapting its function and relationships so that the disharmony created can be alleviated or mitigated (Mowforth and Munt, 1998: 106).*

Pada beberapa daerah terlihat adanya ketidakberlanjutan pariwisata dari aspek sosial ini. Sebab masyarakat justru terbawa oleh nilai-nilai sosial wisatawan. Sistem sosial setempat yang secara tradisional mampu menciptakan *image* tertentu harus dipertahankan. *Image* dapat tercipta dari cara penerimaan tamu dan kehidupan sehari-hari dalam keluarga dan masyarakat. Pada saat perubahan sosial di destinasi pariwisata ini terjadi nampak kemudian secara nyata, maka daerah ini secara berangsur akan kehilangan wisatawan. Wisatawan yang tidak mau datang ke tempat ini adalah wisatawan yang berpengalaman (*mature tourist*), yaitu wisatawan minat khusus atau *eco traveller*.

### 3. Keberlanjutan Budaya

Budaya masyarakat yang menjadi daya tarik sangat kuat bagi wisatawan perlu dipertahankan. Seni budaya yang tercipta di masyarakat dalam kurun waktu yang panjang seringkali secara pelan dapat mengalami perubahan. Perubahan ini merupakan dampak negatif yang terjadi dalam waktu panjang. Perubahan budaya oleh pengembangan pariwisata, menurut Kadt, 1979; Plog, 1972 dan Smith, 1989 dalam Mowforth dan Munt (1998) ini disebut sebagai *cultural ill-effect of tourism*.

### 4. Keberlanjutan dalam Ekonomi

Keberlanjutan ekonomi dalam pariwisata sering dipergunakan sebagai kriteria untuk meningkatkan pendapatan masyarakat lokal dan pemerintah. Pada dasarnya pengertian ini tidak seluruhnya benar. Ada satu aspek yang lebih penting adalah bahwa nilai ekonomi yang diperoleh dari pengembangan pariwisata dapat menutup seluruh nilai untuk melakukan penanganan dampak negatif lingkungan, sosial dan budaya. Evaluasi ini memang agak sulit diperhitungkan tetapi beberapa pendekatan dapat dilakukan.

Pijakan pengembangan pariwisata berkelanjutan diturunkan dari Agenda 21 yang menempatkan manusia sebagai tema sentral terutama dalam rangka peningkatan kualitas manusia melalui kegiatan pariwisata berkelanjutan, bermuatan trilogi "*Good Governance, Sustainable Development, dan Human Right*".

Pariwisata yang dituju adalah pariwisata berorientasi pada keseimbangan pengembangan wilayah dan bertumpu pada masyarakat dan memberdayakan. Pendekatan wilayah dimaksudkan untuk mengembangkan ketepaduan antar sektor yang secara fungsional dapat bersinergi untuk mengembangkan kegiatan pariwisata maupun pengembangan daerah, sedangkan orientasi masyarakat dikembangkan secara *inclusive* melibatkan semua komponen pelaku kegiatan pariwisata. Untuk dapat menciptakan pembangunan pariwisata berkelanjutan diperlukan penerapan konsep keberlanjutan, yang terdiri atas:

- Terjamin kualitas lingkungan dan pemanfaatan sumber daya alam yang lestari (*Environment Sustainable*);
- Pelibatan masyarakat lokal yang lebih besar (*Social Sustainability*);
- Terjamin adanya kelestarian budaya masyarakat (*Cultur Sustainability*);
- Secara ekonomis tidak hanya menguntungkan para pihak yang terlibat, tetapi secara nyata dialokasikan dana untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas lingkungan kawasan dan masyarakat sekitarnya (*Economic Sustainability*).

Pembangunan pariwisata berkelanjutan di Kabupaten Batang dapat dilaksanakan dengan perubahan strategi untuk:

#### (1) Bentuk pariwisata

Pada saat ini telah terjadi perubahan pariwisata dari pariwisata massal ke pariwisata yang menjual produk-produk yang berkualitas, berskala kecil, beranekaragam dan dapat memperkaya pengetahuan dan pengalaman hidup wisatawan.



## (2) Prinsip pembangunan

Prinsip pembangunan pariwisata perlu dirubah dari pertimbangan keberlanjutan aspek ekonomi semata kekeberlanjutan sosial, budaya, ekonomi dan lingkungan.

## (3) Perencanaan pembangunan

Perencanaan pembangunan pariwisata lebih diarahkan kepada perencanaan pembangunan yang *community based participation*. Perencanaan ini memang yang paling baik, sebab dengan proses *bottom-up* akan menyebabkan kemudahan dalam pelaksanaan pembangunan.

## (4) Kemitraan antar *Stakeholders*

Berbagai unsur dan pihak dapat dilibatkan dalam proses perencanaan dan pembangunan. Hal ini sejalan dengan konsep bahwa pembangunan kepariwisataan menjadi tanggung jawab bersama sehingga diperlukan kontribusi pemikiran dan cara pandang yang sepeham terkait dengan kepariwisataan. Tiga aktor utama yang diharapkan bekerja untuk pariwisata adalah masyarakat (*local*), pengusaha (*private*) dan pemerintah (*state*).

## 2.4 PRAKTIK EMPIRIS

Secara umum meminjam istilah Poo (1993:40) bahwa wisatawan dibedakan dalam empat jenis yaitu: (a) wisatawan terorganisir secara rombongan, yaitu jenis wisatawan yang seluruh aktivitasnya dikoordinir oleh biro perjalanan, (b) wisatawan perseorangan yaitu jenis wisatawan yang mengambil keputusan perjalanannya secara lebih mandiri, (c) wisatawan pengembara (*avonturir*) yakni wisatawan yang meluluhkan dirinya dengan lingkungan setempat, dan (d) wisatawan peneliti yaitu wisatawan yang datang berkunjung dengan kepentingan utama untuk melakukan penelitian.

Saat ini perlu disadari adanya perubahan psikografis dari wisatawan. Perubahan dalam bentuk selera, minat, ekspektasi dan pola konsumsi. Pengembangan daya tarik wisata perlu memperhatikan pergeseran pasar wisata, khususnya dari aspek psikografis dan preferensi wisatawan atas suatu produk wisata. Saat ini perubahan yang dapat diamati adanya perubahan bentuk perjalanan wisata dari yang *organized mass tourism* menuju bentuk *organized individual and small group tourism* (Opaschowski, 1996). Wisatawan mulai memilih pengayaan pengalaman berkualitas dan aktualisasi diri melalui kontak social yang dalam di daerah tujuan wisata. Mereka

beralih dari wisata standar berskala massal ke produk-produk unik yang beragam dan bermutu tinggi (*high value production of unique commodities*) yang sarat dengan *authenticity*, *originality*, dan *uniqueness* (Betty and Colin, 1992). Pasar wisata sekarang mendasarkan pada jenis wisatawan *allocentric* dibandingkan dengan *psycocentric* (Plog, 2001, dalam Damanik, 2007). Lebih lanjut dijelaskan, mereka yang memiliki kepribadian *alocentris* suka bepergian dengan frekuensi yang tinggi dan memiliki pandangan bahwa berwisata adalah sebagai bentuk penjelajahan pada dunia baru. Biasanya mereka melakukan kegiatan wisata dalam jangka waktu lama (2-5 minggu) dan bersedia mengeluarkan uang/*cost* yang relatif besar. Pilihan akomodasi sederhana serta menyukai pilihan kuliner lokal, juga bersedia membeli buah tangan khas setempat. Jenis wisatawan ini *mobile* atau dinamis. Sangat menghindari pertunjukan budaya yang seragam dan memilih lokasi yang tidak terlalu dipenuhi wisatawan lainnya untuk mendapatkan suasana baru. Akibatnya, mereka ini tidak segan untuk bepergian sendiri (*independent travel*) mencari objek yang lebih orisinal dan mencoba dekat dengan kehidupan masyarakat setempat.

Richards (2007) menyebutkan perubahan minat dan pola perjalanan wisatawan saat ini bukan semata menekankan pada pemenuhan kebutuhan fisik semata, namun sudah meningkat pada tahap di atasnya yakni pemenuhan untuk memahami budaya lokal. Wisatawan dalam hal ini berusaha untuk memahami kehidupan destinasi dimana mereka berada. Kebutuhan tersebut seperti mengunjungi museum, merasakan masakan dan minuman lokal, melakukan kegiatan bersama komunitas dibidang seni, budaya dan sebagainya. Intinya, wisatawan bukan saja hendak menjadi konsumen namun sekaligus menjadi produsen dan hal ini mendorong pada pengembangan wisata yang mengarah pada kreativitas. Hasilnya, wisatawan bukan saja mendapatkan foto-foto hasil mereka berwisata, namun mereka juga mendapatkan pengkayaan batin, pengalaman, dan pemahaman (*knowledge*) yang akan memperkaya (*enrichment*) wisatawan itu sendiri sehingga lebih berkualitas. Kecenderungan perubahan perilaku wisatawan ini sangat penting untuk dipahami sebab perilaku mereka akan memengaruhi proses pengambilan keputusan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Bagi wisatawan sendiri, perilaku ini akan berkait dengan upaya pemenuhan kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*). Bagi sektor publik, adanya perilaku “baru” wisatawan ini akan berpengaruh pada upaya pengelolaan dampak dan peningkatan manfaat bagi komunitas serta bagi pelaku bisnis sendiri, adanya pergeseran perilaku pasar ini tentu

akan disikapi dengan upaya strategi pemasaran dan upaya lainnya dalam rangka mempertahankan usaha yang dijalankan (Hermantoro, 2011: 52).

Fakta adanya pergeseran psikografis wisatawan tampak dari semakin besarnya wisata individual atau dalam kelompok kecil yang terorganisir (Damanik, 2007). Fokus perjalanan yang dirancang untuk mencari pengalaman wisata yang unik akibat dari motivasi yang sangat kental dengan hal-hal yang pribadi, seperti ekspresi diri, aktualisasi diri, pengayaan pengalaman, kontak lebih mendalam (Prebesen, et al.; 2003; Kreilkamp, 2004 dalam Damanik, 2007). Lanjut kaitannya wisatawan *aloesentris* ini bahwa mereka tidak menyukai bentuk perjalanan dalam skala besar, tinggal di hotel mewah. Mereka senang disebut "*traveler*", (Prebesen, et al.; 2003 dalam Damanik 2007) yaitu orang yang ingin mencari pengalaman baru dari dan belajar tentang lingkungan ditempat wisata dan mengeksplorasi perbedaan yang ada di objek wisata guna mendapat pengalaman berwisata yang utuh.

Tampaknya pola pergeseran preferensi pasar wisata yang menuju Kabupaten Batang dapat dipola menjadikan dua garis besar, yaitu (a) *wisata massal*, dan (b) *wisata alternatif*. Pola wisata yang pertama dimaksudkan bahwa mayoritas wisatawan yang berwisata di Batang didominasi dengan pola kunjungan yang massal (dilaksanakan secara rombongan), dengan pilihan objek wisata yang sifatnya rekreatif, seperti objek wisata alam dan wisata buatan. Secara umum tingkat kunjungan untuk objek wisata yang relatif lama cenderung mengalami fluktuatif, kadang naik kadang turun minat wisatawan untuk datang, sementara untuk objek baru yang biasanya mendapatkan perhatian dan animo pengunjung karena mereka ingin mendapatkan pengalaman dengan objek yang baru. Selain itu, tampaknya dari jenis wisata massal yang berkembang di Kabupaten Batang secara demografi masih banyak didominasi wisatawan dari domestik. Para wisatawan umumnya berasal dari lokal sekitar Batang dan regional yang berasal dari luar wilayah Batang, seperti Wonosobo, Purwokerto, Magelang, Pekalongan dan daerah sekitarnya. Kadangkala saja kunjungan rombongan pelajar dari luar Jawa Tengah yang bertujuan umumnya melaksanakan *study tour*.

Kemudian pola wisata lainnya adalah wisata alternatif. Pilihan kegiatan ini banyak dilaksanakan oleh kelompok wisatawan yang termasuk dalam istilahnya *Free Individual Tourist* (FIT). Kebanyakan wisatawan ini mengelola perjalanan secara mandiri termasuk dalam menentukan jenis sarana akomodasi, tempat makan minum dan pilihan-pilihan usaha jasa wisata pendukung wisata yang mereka lakukan.

#### 2.4.1 Isu-Isu Strategis Pembangunan Kepariwisataaan Batang

Pembangunan kepariwisataan mengemban misi yang sepintas lalu nampak bersifat kontradiktif. Di satu sisi sektor pariwisata dipandang sebagai sektor andalan yang akan menjadi penghasil devisa utama, di sisi lain sektor ini juga diharapkan untuk dapat berfungsi sebagai wacana pemerataan melalui perluasan kesempatan kerja dan kesempatan berusaha. Kedua misi tadi akan menentukan sosok wisatawan yang akan menjadi prioritas utama, dan implikasinya pada strategi promosi, pengembangan produk dan atraksi, pembangunan akomodasi dan prasarana, kebijakan pemanfaatan sumber, impor dan sebagainya. Kebijakan pembangunan pariwisata yang berorientasi pada peningkatan perolehan devisa cenderung menempatkan wisatawan nusantara pada posisi sekunder serta memberi prioritas yang tinggi pada wisata mancanegara yang bersifat *mass tourism*. Sifat-sifat *mass-tourism* seperti:

- (i) Program perjalanannya distandardisasikan, dikemas secara tegar, dan tidak lentur;
- (ii) Program perjalanannya disusun berdasarkan replikasi massal dari unit-unit yang sama yang mengandalkan skala ekonomi sebagai pendorong utamanya;
- (iii) Program perjalanannya dipasarkan secara massal pada populasi yang tidak terdiferensiasi; dan
- (iv) Program perjalanannya dikonsumsi secara massal (*en masse*) dan kurang memperhatikan norma, budaya, masyarakat dan lingkungan setempat di daerah tujuan wisata<sup>1</sup> memang mempunyai potensi yang lebih besar untuk menghasilkan devisa.

Namun karena *mass-tourism* ini cenderung memanfaatkan teknologi canggih yang padat modal serta menggantungkan berbagai masukannya pada komoditi yang diimpor, maka peluang kerja yang ditimbulkan cenderung terbatas, karena sosok pariwisata yang demikian terutama menyerap tenaga kerja profesional yang berpendidikan dan berketrampilan tinggi (*highly skilled labour*). Obsesi untuk meningkatkan perolehan devisa dan manfaat ekonomi menyebabkan *mass-tourism* tadi berwawasan jangka pendek (*myopic*), karena mekanisme pembentukan harga di pasar (*market pricing mechanism*) dan proses ekonomi cenderung kurang memperhatikan pengorbanan sosial (*social cost*) yang ditimbulkan pariwisata,

---

<sup>1</sup> J. Bukart & R. Medlick, *Tourism: Past, Present and Future*, London: Heinemann, 1974, p. 43

seperti sempitnya akses pada peluang kerja. Apabila industri kepariwisataan ingin berhasil dalam mengemban misinya sebagai wacana pemerataan pendapatan melalui perluasan kesempatan kerja dan kesempatan berusaha, maka pembangunan kepariwisataan harus memberi perhatian pada *alternative tourism* (pariwisata alternatif). Secara umum pariwisata alternatif ini dapat didefinisikan sebagai<sup>2</sup>:

*"Berbagai bentuk pariwisata yang sesuai dengan nilai-nilai alami, sosial dan komunitas dan yang memungkinkan baik wisatawan maupun masyarakat setempat menikmati interaksi yang positif dan bermanfaat dan bertukar pengalaman."*

Oleh sebab sifatnya yang demikian, maka berbagai variant dari pariwisata alternatif ini seperti pariwisata minat khusus (*special interest tourism*) dan pariwisata yang berbasis komunitas (*community-based tourism*) dan sebagainya, lebih memberi kemungkinan bagi perwujudan misi pariwisata sebagai wacana pemerataan pendapatan dan perluasan kesempatan kerja dan kesempatan berusaha. Sifat-sifat spesifik yang menjadi esensi pariwisata yang berbasis komunitas, seperti<sup>3</sup> :

- (i) Berskala kecil sehingga bersahabat dengan lingkungan, secara ekologis aman, dan tidak menimbulkan banyak dampak negatif seperti yang dihasilkan oleh jenis pariwisata konvensional yang berskala massif;
- (ii) Memiliki peluang lebih mampu mengembangkan obyek-obyek dan atraksi-atraksi wisata berskala kecil dan oleh karena itu dapat dikelola oleh komunitas-komunitas dan pengusaha-pengusaha lokal serta menimbulkan dampak sosial-kultural yang minimal, dan dengan demikian mempunyai peluang yang lebih besar untuk diterima masyarakat;
- (iii) Memberi peluang yang lebih besar bagi partisipasi komunitas lokal untuk melibatkan diri di dalam proses pengambilan keputusan dan di dalam menikmati keuntungan yang dihasilkan oleh industri pariwisata dan karenanya lebih memberdayakan masyarakat; dan

---

<sup>2</sup> V.L. Smith & W.K.Eadington (eds), *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*, 1992

<sup>3</sup> Nasikun, "Globalisasi dan Pembangunan Pariwisata Berbasis Komunitas", Makalah disampaikan pada *Lokakarya Penataan Pariwisata dalam Menyongsong Indonesia Baru* yang diselenggarakan oleh DEPARI, Harian Suara Pembaharuan, dan PUSPAR-UGM, di Puncak pada tanggal 31 Agustus – 3 September, 1999

(iv) Mendorong *cultural sustainability* dan membangkitkan penghormatan para wisatawan pada kebudayaan lokal.

Persoalannya adalah, haruskah ada *trade-off* antara *mass-tourism* dan *alternative tourism*, atautkah keduanya dapat berkoeksistensi dan bersifat komplementer? Persoalan kedua, mungkinkah kita melakukan pembangunan pariwisata berbasis komunitas di dalam situasi krisis nasional yang sedang kita alami saat ini, ketika keuntungan ekonomi dari pembangunan pariwisata yang selama ini menjadi prioritas Orde Baru akan menjadi jaminan dan batu ujian bagi keabsahan dan legitimasi pemerintah baru?<sup>4</sup> Mungkinkah di dalam era globalisasi yang mengarah pada dunia-tanpa-batas (*borderless world*) dan pembangunan satu dunia (*one world development*) ini kita lebih memprioritaskan pembangunan pariwisata yang berorientasi pada pemerataan pendapatan melalui perluasan kesempatan kerja dan kesempatan berusaha dengan mengembangkan pariwisata alternatif atau pariwisata berbasis komunitas.

Kiranya hal ini tergantung pada kesediaan masyarakat melakukan *deferred gratification* (kemampuan untuk menunda kenikmatan) yang menghadapkan pemerintah pada preferensi investasi antar waktu. Di dalam perspektif jangka pendek, pilihan itu menuntut kesediaan pemerintah yang sulit dilakukan untuk mengkompromikan menurunnya penurunan devisa dari sektor pariwisata untuk memperoleh efek distributif yang lebih besar,<sup>5</sup> namun di dalam jangka panjang perubahan segmentasi psikografi akan mengarahkan pembangunan pariwisata kearah perwujudan pariwisata alternatif tadi. Beberapa isu strategis yang mengemuka terkait dengan upaya pembangunan kepariwisataan di Batang, secara ringkas dapat disimak pada tabel berikut :

Tabel 2. Isu Strategis Kepariwisata Batang

Destinasi Pariwisata	Kelembagaan & SDM Pariwisata
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Pengembangan dan Peningkatan Akses ke Objek Wisata</li> <li>❖ Peningkatan Kualitas Atraksi Wisata</li> <li>❖ Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Wisata</li> <li>❖ Peningkatan Peluang Investasi di</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Perlunya peningkatan kuantitas dan kualitas Sumber Daya Manusia bidang pariwisata di Batang</li> <li>❖ Koordinasi lintas sektor dan daerah yang berkelanjutan dan saling menguntungkan</li> </ul>

<sup>4</sup> *ibid.*, p. 1-2

<sup>5</sup> *ibid.*, p. 2

sektor Pariwisata ❖ Aktualisasi Sadar Wisata di destinasi	
<b>Industri Pariwisata</b>	<b>Pemasaran Pariwisata</b>
❖ <i>Service excellence</i> penunjang sektor pariwisata perlu ditumbuhkan dalam diri pelaku wisata. ❖ Kemitraan pemerintah dan swasta serta pelibatan komunitas secara proposional	❖ Integrasi dalam melakukan pemasaran destinasi Kabupaten Batang baik di level Dalam Negeri dan Luar Negeri ❖ Peningkatan fungsi dan aktifasi dalam kegiatan di promosi ❖ Pengembangan segmen pasar minat khusus / tematik ❖ Pengembangan media promosi berbasis Teknologi Informasi yang selalu termutakhirkan.

#### 2.4.2 Peningkatan Kualitas dan Diversifikasi Atraksi Wisata

Keragaman atraksi yang ditawarkan sebuah destinasi adalah faktor utama bagi wisatawan untuk melakukan kegiatan wisatanya. Kualitas produk wisata menentukan masa depan destinasi itu sendiri. Semestinya manajemen dan pengelola objek-objek yang sudah dikenal terus ditingkatkan. Selain itu, eksistensi desa-desa wisata di Kabupaten Batang sebagai produk “baru”, namun di sisi lain perlu ditelaah lebih lanjut bagaimana kualitas dan daya saing masing-masing desa-desa wisata tersebut? Jangan sampai terjebak pada homogenitas sehingga kehilangan otentisitasnya. Sehingga dalam merencanakan atraksi wisata penting untuk disesuaikan dengan karakter ekosistemnya. Variasi bentang alam dan budaya di wilayah Batang ini sarat untuk dijadikan sebagai produk wisata dengan orientasi ramah lingkungan, skala kecil dan melibatkan masyarakat (*Community Based Tourism*).

Diversifikasi atraksi wisata yang lain yaitu dengan memanfaatkan kota menjadi salah satu destinasi seperti yang ada di Kecamatan Batang. Sebagai fenomena kepariwisataan, kota dipandang sebagai suatu proses kompleks yang terkait dengan budaya, gaya hidup, dan sekumpulan permintaan yang berbeda terhadap liburan dan perjalanan. Orang-orang datang ke suatu kota untuk berbagai tujuan: bisnis, kegiatan hiburan dan rekreasi, mengunjungi keluarga dan kerabat, atau urusan pribadi lainnya. Berkembangnya pusat-pusat pelayanan seperti di Kecamatan Batang menjadi pusat pelayanan bisnis dan *Meeting, Incentives, Conference* dan *Exhibition* (MICE) mengakibatkan Batang harus dapat berkembang

sebagai kota wisata yang dapat mengakomodasi para wisatawan sekaligus berbisnis dan tentunya wisatawan pada umumnya. Kota wisata 24/7 (*twentyfour hours, seven days*) merupakan konsep kota wisata yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan terus menerus yang menawarkan beranekaragam atraksi. Mulai dari *night life, shopping, kuliner, bazaar, kampung wisata* dan lainnya.

Salah satu daya tarik dari wisata perkotaan adalah area untuk kumpul dan sekedar *nongkrong*. Aktifitas yang digemari oleh sebagian besar anak muda ini merupakan salah satu daya tarik tersendiri dalam berwisata. Kawasan Alun alun merupakan kawasan yang sering menjadi tempat nongkrong anak muda, baik masyarakat Batang itu sendiri hingga wisatawan yang datang ke Batang. Kawasan ini merupakan salah satu kawasan yang selain sebagai tempat nongkrong namun juga sebagai kawasan untuk diadakannya even-even budaya dan kesenian, misalnya konser musik, kirab budaya dan even hobi (*offroad, rafting, motorcross, gantole, bungy jumping* dan lainnya). Pengembangan wisata perkotaan di Batang yang masih belum terfokus, masih membutuhkan keseriusan dari para stakeholder. Kehidupan kota yang penuh dengan hiburan dan atraksi yang menarik bagi wisatawan dapat menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan kepariwisataan di Batang, sekaligus untuk meningkatkan angka Length of Stay, average of spending dan Number of Tourist.

#### **2.4.3 Optimalisasi Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Wisata**

Secara umum belum semua lokasi wisata didukung dengan pelayanan dan fasilitas yang optimal. Ada saja kekurangan disana sini, baik itu yang sifatnya teknis ataupun karena minimnya SDM yang bertugas. Kondisi-kondisi itu tentu penting diketahui pengelola/dinas terkait serta segera dicarikan solusinya. Tindakan antisipasi atas kelemahan ini perlu dijalankan untuk menghindarkan berkurangnya minat apresiasi bahkan pudarnya pengalaman yang memuaskan bagi wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata. Sebagai produk jasa, pariwisata perlu didukung dengan SDM yang kompeten untuk menghasilkan pelayanan yang disesuaikan dengan mutu dan standar yang sudah ditetapkan, meskipun masih belum dapat tercapai. Sehingga kualitas produk yang tercermin dari totalitas pengalaman wisatawan dalam mengunjungi obyek dan daya tarik wisata maupun dalam mendapatkan pelayanan pariwisata secara umum belum memberikan kinerja baik.



#### **2.4.4 Pelibatan masyarakat belum optimal di sektor pariwisata**

Keberadaan kantong-kantong pariwisata di Batang masih belum merata. Kondisi ini menyebabkan persentase keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pariwisata juga berbeda-beda. Hal tersebut tergantung dari jenis potensi, pengalaman, pengetahuan, dan keahlian yang dimiliki oleh masyarakat. Posisi masyarakat sebagai subjek pengembangan pariwisata masih belum terwujud secara optimal, hal ini dapat dilihat dari sejumlah fakta, antara lain: (1) Operator pariwisata di kawasan tertentu bukan dari penduduk setempat, (2) Penduduk telah menyewakan tanah kepada operator untuk dijadikan daya tarik pariwisata (3) Masyarakat tidak dipekerjakan sebagai karyawan di perusahaan operator pariwisata tersebut (4) Masyarakat menjadi penonton dan tidak berperan dalam kegiatan pariwisata bahkan tidak dapat ikut mengawasi dampak-dampak yang ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata.

Sepantasnya pemerintah, daerah, kecamatan dan desa menetapkan regulasi yang berpihak pada kepentingan warga. Masyarakat harus terlibat aktif dalam pengembangan pariwisata. Lebih jauh, pariwisata juga diharapkan dapat memberikan peluang dan akses kepada masyarakat lokal untuk mengembangkan usaha pendukung pariwisata seperti toko kerajinan, *souvenir shop*, warung makan, dan lainnya agar masyarakat mendapatkan manfaat ekonomi dari wisatawan untuk meningkatkan taraf hidup.

#### **2.4.5 Peningkatan Peluang Investasi di Sektor Jasa**

Kabupaten Batang khususnya dan Provinsi Jawa Tengah pada umumnya masih berpeluang untuk menjadi lahan bisnis investasi di sektor pariwisata. Sayangnya, investasi kepariwisataan di tanah air ini sebagian besar masih terkonsentrasi di Bali, Jakarta, Yogyakarta dan Batam dengan dominasi jenis usaha perhotelan, restoran, dan transportasi. Untuk itu, peluang ini masih bisa untuk diraih dengan membuka “keran” investasi jasa kepariwisataan di wilayah Batang. Termasuk dalam kemudahan birokrasi dan regulasi di sektor penanaman modal. Beberapa hotel bintang, resor wisata terkonsep, restoran dan usaha jasa pendukung lainnya segera akan berdiri di kawasan Batang, dan tentunya kondisi ini membuktikan bahwa Batang cukup kompetitif dalam menarik investasi di sektor jasa ataupun lainnya.

#### 2.4.6 Aktualisasi Konsep Sadar Wisata di Destinasi Pariwisata Belum Optimal

“Roh” dari pariwisata adalah sadar wisata yang diimplementasikan dalam penerapan “sapta pesona”. Kementerian Pariwisata telah memperkenalkan konsep Sadar Wisata yang didefinisikan sebagai “suatu konsep yang menggambarkan partisipasi dan dukungan masyarakat dalam mendorong terwujudnya iklim yang kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya kegiatan kepariwisataan di suatu tempat/wilayah”. Definisi ini memosisikan masyarakat sebagai tuan rumah (*host*). Disamping sebagai tuan rumah, masyarakat juga berperan sebagai wisatawan (*guest*). Di sini peran masyarakat diharapkan dapat mengenali potensi kepariwisataan, sekaligus menggerakkan mata rantai kepariwisataan di suatu tempat/wilayah. Sekali lagi, masyarakat adalah bagian penting dalam kegiatan pembangunan kepariwisataan.

Sayangnya masih ada pula masyarakat yang belum *aware* mendukung iklim pariwisata. Sadar wisata masih belum mengakar, dipahami, dan disikapi secara tepat dan konkret oleh masyarakat. Hal itu tampak pada sikap dan perilaku masyarakat yang agresif dalam menawarkan produk dan jasa, lingkungan daerah tempat wisata yang kotor, kurang tertata, dan kurang memberikan atmosfer yang nyaman bagi wisatawan. Pada sisi lain, dukungan insentif dan kemudahan baik dari instansi pemerintah maupun swasta bagi masyarakat yang akan berwisata masih terbatas. Akibatnya semua animo masyarakat yang hendak melakukan perjalanan wisata untuk mengenali potensi kepariwisataan di Batang yang berarti juga menggerakkan mata rantai perekonomian kepariwisataan di Batang pun rendah.

#### 2.4.7 Komponen Pemasaran Pariwisata

Kabupaten Batang bagian yang tidak terpisahkan dari Provinsi Jawa Tengah. Oleh sebab itu sudah semestinya dengan konsep *borderless* diterapkan dalam promosi sehingga dalam melakukan ekspansi pasar perlu didukung dengan kerjasama antar wilayah dan antar pihak khususnya pelaku swasta dan pemerintah. Selama ini belum terdapat kesamaan cara pemasaran. Kebijakan pemasaran cenderung bersifat spasial. Semestinya antar *stakeholder* pariwisata harus ada keterpaduan dalam orientasi pemasaran, sehingga perlu ada satu acuan baru dalam aplikasi pemasaran pariwisata, yaitu dengan menciptakan integrasi perencanaan, penyusunan, pendistribusian dan evaluasi kegiatan pemasaran antara pemerintah dan swasta. Pemasaran yang dijalankan secara terintegrasi diyakini memberikan

hasil lebih optimal bagi kemajuan kepariwisataan Batang khususnya dan Provinsi Jawa Tengah pada umumnya.

Kabupaten Batang perlu mempertimbangkan bergabung dalam JAVA PROMO. Sebagai wadah promosi bersama antar 15 kabupaten dan kota se Jawa Tengah dan DIY merupakan wahana yang strategis untuk saling mengisi dan bermitra dalam melakukan promosi destinasi. Wilayah Jawa Tengah dan DIY yang memiliki keragaman objek wisata serta faktor geografis dan aksesibilitas yang relatif memadai memang tepat disatukan dalam satu kesatuan badan promosi. Java Promo yang seringkali melaksanakan promosi, baik di dalam negeri ataupun luar negeri dengan melibatkan kalangan BAPPEDA, Dinas Pariwisata dan pihak-pihak lainnya yang dinilai mampu memberikan arah pengembangan kebijakan kepariwisataan. Untuk sekretariat bersama Java Promo berada di bawah koordinasi Badan Perencanaan Pembangunan (BAPPEDA) Kabupaten Sleman.

#### **2.4.8 Komponen Industri Pariwisata**

##### **a. *Service Excellence* Penunjang Sektor Pariwisata**

Sektor kepariwisataan merupakan sebuah sistem yang satu sama lain akan saling mendukung, sehingga diperlukan satu pemahaman bersama yang berdampak pada pencitraan kurang baik jikalau model pelayanan yang diberikan kepada konsumen kurang maksimal. Kondisi ini harus menjadi perhatian serius mengingat masih terdapat penilaian tentang pelayanan prima yang diberikan bagi pengelola objek dan aneka usaha pariwisata lainnya dinilai masih kurang memuaskan. Belum sesuainya standar atau minimnya kompetensi SDM pada sejumlah penyedia jasa pariwisata menjadi kendala utama, sebagai ilustrasi kendala kemampuan berbahasa asing, minimnya ketrampilan terkait dengan *hospitality*, dan aspek-aspek pelayanan prima yang perlu dimiliki oleh staf/karyawan yang terlibat sebagai unsur penunjang sektor jasa kepariwisataan.

##### **b. Kemitraan Pemerintah dan Swasta yang Belum Optimal**

Jumlah penduduk Kabupaten Batang yang semakin besar, arus globalisasi, dan liberalisasi yang menguat menjadikan perubahan situasi dan kondisi ekonomi, sosial, dan politik juga semakin cepat dan dinamis. Permasalahan-permasalahan yang dihadapi Pemerintah pun semakin kompleks, sehingga diperlukan kecepatan, ketepatan, dan keefektifan pengelolaan bangsa dan

negara agar tidak tertinggal dari bangsa lain. Sampai saat ini, Pemerintah masih mendominasi peran sebagai regulator tunggal dalam pembangunan kepariwisataan di Kabupaten Batang. Pemikiran tentang kegiatan kepariwisataan belum mengarah pada kerja sama dengan badan-badan kepariwisataan nasional, non-pemerintah, dan pihak-pihak swasta lainnya.

**c. Komponen Kelembagaan dan Sumber Daya Manusia (SDM)**

**1) Kurangnya SDM profesional di bidang Pariwisata**

Salah satu modal utama pengembangan pariwisata adalah kualitas sumber daya manusia. Hal ini akan menentukan nilai dan kualitas layanan kepada wisatawan. Sejalan dengan perkembangan kegiatan pariwisata sebagai hasil dari upaya pengembangan secara menyeluruh dalam bidang yang bersangkutan akan memunculkan kebutuhan SDM yang lebih besar lagi. Maraknya berbagai sekolah dan lembaga pendidikan pariwisata di Provinsi Jawa Tengah belum cukup untuk memenuhi tuntutan kebutuhan kualifikasi sumber daya manusia bidang pariwisata yang dibutuhkan, antara lain dilihat dari struktur tenaga kerja yang tersedia masih didominasi oleh tenaga kerja yang berpendidikan sedang dan kualitas fisik SDM Pariwisata Jawa Tengah pada umumnya masih dalam kondisi rata-rata. Untuk itu diperlukan penyesuaian terhadap kurikulum dari berbagai institusi pendidikan kepariwisataan yang ada di Jawa Tengah untuk lebih diarahkan kepada tuntutan dan kebutuhan pasar tenaga bidang pariwisata

**2) Koordinasi/Sinergi Lintas Sektor dan Daerah yang Belum Efektif**

Pariwisata merupakan kegiatan yang memiliki saling hubungan dan keterkaitan yang tinggi dengan bidang atau sektor lain baik secara lintas sektoral maupun lintas regional (kewilayahan). Hubungan dalam konteks lintas sektor, antara lain terkait dengan sektor terkait lainnya. Hubungan tersebut mencakup aspek pemanfaatan sumber daya, dukungan sarana prasarana dan infrastruktur, dukungan SDM, dukungan kebijakan kemudahan perizinan, investasi, serta bentuk-bentuk regulasi lainnya. Sebagai sektor yang memiliki keterkaitan sangat tinggi, maka pengembangan pariwisata memerlukan koordinasi dan integrasi kebijakan yang sangat intensif untuk mendukung pencapaian visi dan misi pembangunan pariwisata sebagai sektor andalan pembangunan nasional,

baik dalam rangka mendorong percepatan peningkatan kunjungan wisatawan untuk meningkatkan penerimaan devisa maupun kontribusi ekonomi bagi daerah dalam mendorong usaha-usaha pemberdayaan masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aan Surachlan Dimiyati. 1989. *Pengetahuan Dasar Perhotelan*. CV. Deviri Ganan, Jakarta.
- Ashworth and Goodal, 1990. (eds) 1990, *Marketing Tourism place*, London: Routledge.
- Bagyono. 2005. *Pengetahuan Dasar Pariwisata & Perhotelan*, Alfabeta, Bandung.
- Chandra Aditiawan, 2007. Promosi Wisata Daerah [http://www.kalisari.org/ potensi/ promosi-wisata-daerah](http://www.kalisari.org/potensi/promosi-wisata-daerah).
- Endar Sugiarto, 1996. *Pengantar Akomodasi dan Restoran* Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Fandeli, dan Sisdyani, E.A. 1995. Analisis Kinerja Hotel-Hotel Pemenang Tri Hita Karana Awards and Accreditations di Bali Pada Tahun 2004. *Buletin Studi Ekonomi*, Volume 12 Nomor 1.
- Fridgen, J. 1991. *Dimensions of Tourism*. East Lansing, MI: Educational.
- Hasan Taswin. 1996. Mengoptimalkan Sektor Kepariwisata sebagai salah satu Sumber Devisa. *Jurnal Ilmu dan Wisata*, edisi oktober, Jakarta: Pusat Penelitian Pariwisata Indonesia.
- John L. Clarke. 1981. *Educational Development: A Select Bibliography*. London: Kogan Page, New York.
- Lawson, 1976. *The Business of Tourism*, Pitman Publishing. London: Longman Group.
- Spilane, James J. 1994. *Pariwisata Indonesia*. Yogyakarta: Kanisius.
- Wahab, Salah 1998, *Manajemen Kepariwisata*, Jakarta.
- Yoeti, Oka A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata* Bandung Angkasa.
- Yoeti, Oka A. 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Paramita Jakarta.
- Yoeti, Oka A. 2000. *Ilmu Pariwisata : Sejarah, Perkembangan dan Prospek*, PT Perca, Jakarta.
- Yoeti, Oka A. 2006. *Ekonomi Pariwisata: Informasi, Introduksi dan Aplikasinya*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.



BUPATI BATANG  
PROVINSI JAWA TENGAH

RANCANGAN  
PERATURAN DAERAH KABUPATEN BATANG  
**NOMOR   TAHUN 2016**

TENTANG

RENCANA INDUK PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN DAERAH  
KABUPATEN BATANG TAHUN 2017 - 2030

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

BUPATI BATANG

- Menimbang : a. bahwa rencana induk pembangunan kepariwisataan merupakan pedoman pembangunan kepariwisataan yang diperlukan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat sebagaimana terkandung dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- b. bahwa rencana induk pembangunan kepariwisataan diperlukan sebagai dasar pembangunan kepariwisataan dalam rangka mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional, dan global;
- c. bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 8 ayat (1) dan Pasal 9 ayat (2) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009

tentang Kepariwisata, diperlukan pengaturan tentang rencana induk pembangunan kepariwisataan;

- d. bahwaberdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b dan huruf c, maka perlu membentuk Peraturan Daerah tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kabupaten Batang;

- Mengingat :
1. Pasal 18 ayat (6) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
  2. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-Daerah Kabupaten Dalam Lingkungan Propinsi Jawa Tengah;
  3. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4437) sebagaimana telah diubah beberapa kali, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 59, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4844), dan diubah dengan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2014 Perubahan Atas Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintah Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 246);
  4. Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 68, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4725);
  5. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang



Kepariwisataan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4966);

6. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5234);
7. Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional Tahun 2010-2025 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4562);
8. Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan antara Pemerintah, Pemerintahan Daerah Propinsi dan Pemerintahan Daerah Kabupaten / Kota (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4737);
9. Peraturan Daerah Kabupaten Batang Nomor 2 Tahun 2012 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Batang Tahun 2012 – 2017, sebagaimana telah diubah dengan Perda Kab. Batang Nomor 11 Tahun 2014 tentang Perubahan Peraturan Daerah Kabupaten Batang Nomor 2 Tahun 2012 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Batang Tahun 2012 – 2017 (lembaran daerah Kabupaten Batang tahun 2014 Nomor 11).
10. Peraturan Daerah Kabupaten Batang Nomor 07 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Batang Tahun 2011 – 2031 (lembaran daerah Kabupaten Batang tahun 2011 Nomor 07).

Dengan Persetujuan Bersama

DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH KABUPATEN BATANG

dan

BUPATI BATANG

Menetapkan : **PERATURAN DAERAH TENTANG RENCANA INDUK  
PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN DAERAH  
KABUPATEN BATANG TAHUN 2014-2030.**

## **BAB I**

### **KETENTUAN UMUM**

#### Pasal 1

Dalam Peraturan Daerah ini yang dimaksud dengan:

- a. Daerah adalah Kabupaten Batang.
- b. Pemerintah Daerah adalah Pemerintah Kabupaten Batang.
- c. Bupati adalah Bupati Batang.
- d. Dewan Perwakilan Rakyat Daerah yang selanjutnya disingkat DPRD adalah Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Batang.
- e. Dinas adalah Dinas yang tugas dan tanggungjawabnya pada bidang pariwisata di Kabupaten Batang.
- f. 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.

- g. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata.
- h. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.
- i. Kepariwisataan 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.
- j. Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Daerah Kabupaten Batangyang selanjutnya disebut RIPPARDA adalah pedoman utama bagi perencanaan, pengelolaan dan pengendalian pembangunan kepariwisataan daerah untuk periode 13 (tiga belas) tahun terhitung sejak tahun 2017 sampai dengan tahun 2030.
- k. Daerah tujuan wisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.
- l. Kawasan Pariwisata adalah kawasan strategis pariwisata yang berada dalam geografis satu atau lebih wilayah administrasi desa/kelurahan yang di dalamnya terdapat potensi daya tarik wisata, aksesibilitas yang tinggi, ketersediaan fasilitas umum dan fasilitas pariwisata serta aktivitas sosial budaya masyarakat yang saling mendukung dalam perwujudan kepariwisataan.
- m. Kawasan Daya Tarik Wisata Khusus, yang selanjutnya disebut KDTWK, adalah kawasan strategis pariwisata yang berada dalam geografis satu atau lebih wilayah administrasi desa/kelurahan yang di dalamnya terdapat potensi daya tarik wisata, berbasis minat yang khusus, aksesibilitas yang

tinggi, ketersediaan fasilitas umum dan fasilitas pariwisata secara terbatas serta aktivitas sosial budaya masyarakat yang saling mendukung dalam perwujudan kepariwisataan, namun pengembangannya sangat dibatasi untuk lebih diarahkan kepada upaya pelestarian budaya dan lingkungan hidup.

- n. Daya Tarik Wisata yang selanjutnya disebut DTW, adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
- o. Aksesibilitas pariwisata adalah semua jenis sarana dan prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dari wilayah asal wisatawan ke destinasi pariwisata maupun pergerakan di dalam wilayah destinasi pariwisata dalam kaitan dengan motivasi kunjungan wisata.
- p. Prasarana umum adalah kelengkapan dasar fisik suatu lingkungan yang pengadaannya memungkinkan suatu lingkungan dapat beroperasi dan berfungsi sebagaimana mestinya.
- q. Fasilitas umum adalah sarana pelayanan dasar fisik suatu lingkungan yang diperuntukkan bagi masyarakat umum dalam melakukan aktifitas kehidupan keseharian.
- r. Fasilitas pariwisata adalah semua jenis sarana yang secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke destinasi pariwisata.
- s. Pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan kesadaran, kapasitas, akses dan peran masyarakat, baik secara individu maupun kelompok, dalam memajukan kualitas hidup, kemandirian dan kesejahteraan melalui kegiatan kepariwisataan.

- t. Insentif investasi adalah kemudahan yang diberikan oleh Pemerintah Kabupaten kepada investor berupa keringanan baik itu pajak, fasilitas pendukung, maupun pengurusan investasi.
- u. Pemasaran pariwisata adalah serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan produk wisata dan mengelola relasi dengan wisatawan untuk mengembangkan kepariwisataan dan seluruh pemangku kepentingan.
- v. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.
- w. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggara pariwisata.
- x. Kelembagaan kepariwisataan adalah kesatuan unsur beserta jaringannya yang dikembangkan secara terorganisasi, meliputi pemerintah, pemerintah daerah, swasta dan masyarakat, sumber daya manusia, regulasi dan mekanisme operasional, yang secara berkesinambungan guna menghasilkan perubahan kearah pencapaian tujuan di bidang kepariwisataan.
- y. Organisasi kepariwisataan adalah institusi baik di pemerintah Kabupaten maupun swasta yang berhubungan dengan penyelenggaraan kegiatan kepariwisataan.
- z. Sumber daya manusia pariwisata yang selanjutnya disebut SDM pariwisata adalah tenaga kerja yang pekerjaannya terkait secara langsung dan tidak langsung dengan kegiatan kepariwisataan.
- aa. Standarisasi kepariwisataan adalah proses merumuskan, menetapkan, menerapkan dan merevisi standar, yang dilaksanakan secara tertib dan bekerjasama dengan semua pihak guna menjamin kualitas dan kredibilitas usaha di bidang kepariwisataan.

- bb. Sertifikasi adalah proses pemberian sertifikat kepada usaha dan pekerja pariwisata untuk mendukung peningkatan mutu produk pariwisata, pelayanan dan pengelolaan kepariwisataan.

## **BAB II**

### **MAKSUD DAN TUJUAN**

#### Pasal 2

- (1) Maksud pembentukan rencana induk pembangunan kepariwisataan daerah tahun 2015-2030, dalam rangka mengidentifikasi, menertibkan, memberi kemanfaatan setiap potensi sumber daya yang ada;
- (2) Tujuan pembentukan rencana induk pembangunan kepariwisataan daerah tahun 2015-2030 sebagaimana dimaksud pada ayat(1), yaitu sebagai berikut :
  - a. Mewujudkan ketertiban dan kepastian hukum dalam penyelenggaraan kepariwisataan;
  - b. Memudahkan perencanaan pembangunan kepariwisataan;
  - c. Pengawasan aset-aset yang menjadi milik Pemerintah Daerah;
  - d. Mewujudkan peran masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan;
  - e. Mewujudkan peran penyelenggara pariwisata secara optimal dalam pemberian layanan kepada masyarakat;
  - f. Mewujudkan sistem pembangunan kepariwisataan yang berdaya guna dan berhasil untuk mendukung pelestarian budaya dan terselenggaranya sistem kepariwisataan yang terpadu.

## **BAB III**

### **PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN DAERAH**

#### **Bagian Kesatu**

## Umum

### Pasal 3

- (1) Pembangunan Kepariwisata Daerah meliputi :
  - a. pembangunan destinasi pariwisata daerah;
  - b. pembangunan pemasaran pariwisata daerah;
  - c. pembangunan industri pariwisata daerah; dan
  - d. pembangunan kelembagaan kepariwisataan daerah.
- (2) Pembangunan Kepariwisata Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan berdasarkan RIPPARDA.
- (3) RIPPARDA sebagaimana dimaksud pada ayat (2) memuat:
  - a. visi;
  - b. misi;
  - c. tujuan;
  - d. sasaran;
  - e. arah pembangunan kepariwisataan daerah;
  - f. arah kebijakan dan strategi pembangunan destinasi pariwisata daerah;
  - g. arah kebijakan dan strategi pemasaran pariwisata daerah;
  - h. arah kebijakan dan strategi industri pariwisata daerah; dan
  - e. arah kebijakan dan strategi kelembagaan kepariwisataan daerah.

### Pasal 4

- (1) Pelaksanaan RIPPARDA sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (2) diselenggarakan secara terpadu oleh Pemerintah Kabupaten sesuai kewenangannya, dunia usaha, dan masyarakat.
- (2) Pelaksanaan RIPPARDA sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan dalam 3 (tiga) tahap yaitu:
  - a. jangka pendek, Tahun 2017-2020;
  - b. jangka menengah, Tahun 2021-2025; dan
  - c. jangka panjang, Tahun 2026-2030.

#### Pasal 5

RIPPARDA sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (2) dilakukan evaluasi paling lama 5 (lima) tahun.

#### **Bagian Kedua**

#### **Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran**

#### Pasal 6

Visi pembangunan kepariwisataan daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (3) huruf a, yaitu **BATANG SEBAGAI DESTINASI BERDAYA SAING DALAM UPAYA MENINGKATKAN KONTRIBUSI SEKTOR KEPARIWISATAAN DAN INDUSTRI KREATIF UNTUK KESEJAHTERAAN SECARA BERKELANJUTAN.**

#### Pasal 7

Misi pembangunan kepariwisataan daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (3) huruf b, meliputi:

- a. Spesifikasi wilayah yang potensial dan strategis untuk pembangunan pariwisata;
- b. mewujudkan integrasi pembangunan kepariwisataan dengan pembangunan wilayah yang kreatif dan berlandaskan norma agama;
- c. mewujudkan lingkungan Daerah yang bersih, hijau, dan tertata rapi melalui penerapan pembangunan kepariwisataan berwawasan lingkungan;
- d. mewujudkan destinasi pariwisata Kabupaten yang mampu memenuhi kebutuhan rekreasi dan pengembangan potensi masyarakat Daerah;
- e. mewujudkan struktur industri pariwisata yang mampu berkontribusi dalam menggerakkan perekonomian lokal dan menciptakan lingkungan Kabupaten yang bersih dan hijau;



- f. mengembangkan pemasaran pariwisata yang terpadu dan bertanggung jawab dalam upaya menjadikan potensi kreatif masyarakat sebagai identitas pariwisata Daerah;;
- g. Spesifikasi kelembagaan, SDM dan jaringan (networking) atau para pihak yang terlibat dalam pembangunan pariwisata, termasuk pembangunan pariwisata di tingkat internasional;
- h. Spesifikasi kondisi perekonomian, utamanya berkaitan dengan pendapatan dan belanja serta investasi pariwisata.

#### Pasal 8

Tujuan pembangunan kepariwisataan daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (3) huruf c meliputi :

1. Meningkatkan kualitas destinasi pariwisata di Batang agar mampu meningkatkan arus kunjungan wisatawan sehingga berdampak pada peningkatan PAD, PDRB, dan pendapatan rakyat dengan tetap berbasis budaya dan lingkungan.
2. Mewujudkan industri pariwisata yang mampu menggerakkan perekonomian daerah melalui peningkatan investasi, mendorong terjalinnya kerjasama antarsaha, memperluas lapangan kerja, dengan tetap mengacu pada pendekatan pembangunan berkelanjutan.
3. Mensinergikan tata kelola lembaga kepariwisataan agar mampu secara maksimal membangun industri, destinasi, dan pemasaran pariwisata secara profesional, efektif, dan efisien.
4. Mengoptimalkan peran media dan asosiasi pariwisata untuk lebih cermat, efektif dan efisien dalam menjalankan tugas pemasaran untuk meningkatkan citra destinasi sekaligus mampu menarik kunjungan ke Kabupaten Batang.

#### Pasal 9

- (1) Sasaran pembangunan kepariwisataan daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (3) huruf d, meliputi:

- a. peningkatan jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara;
  - b. peningkatan lama tinggal dan jumlah pengeluaran wisatawan;
  - c. peningkatan peranserta masyarakat dalam kepariwisataan; dan
  - d. peningkatan produk domestik regional bruto dan pendapatan per kapita masyarakat serta pengurangan kemiskinan.
- (2) Indikator sasaran pembangunan kepariwisataan daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tercantum dalam Lampiran I yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Daerah ini.

### **Bagian Ketiga**

#### **Arah Pembangunan Kepariwisata Daerah**

##### **Pasal 10**

Arah pembangunan kepariwisataan daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (3) huruf e, meliputi:

- a. pembangunan kepariwisataan daerah yang berkualitas, berbasis masyarakat dan berkelanjutan;
- b. pembangunan kepariwisataan daerah yang terpadu secara lintas sektor, daerah, dan pelaku;
- c. pembangunan kepariwisataan daerah yang mengutamakan keunggulan potensi kawasan pariwisata, KDTWK dan DTW dengan prioritas pengembangan yang sesuai dengan tema pengembangan kawasan;
- d. pengembangan DTW berbasis pada potensi daya tarik budaya, alam, dan buatan yang berlandaskan kearifan lokal; dan
- e. pembangunan kepariwisataan daerah yang berorientasi pada pemerataan pertumbuhan ekonomi, peningkatan kesempatan kerja, pengurangan kemiskinan, serta pelestarian budaya dan lingkungan.

## Pasal 11

Arah pembangunan kepariwisataan daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 menjadi dasar arah kebijakan, strategi dan indikasi program dari setiap komponen pembangunan kepariwisataan daerah.

## BAB IV

### ARAH KEBIJAKAN DAN STRATEGI PEMBANGUNAN DESTINASI PARIWISATA DAERAH

#### Bagian Kesatu

##### Umum

## Pasal 12

Pembangunan destinasi pariwisata daerah sebagaimana dimaksud Pasal 3 ayat (1) huruf a, meliputi:

- a. perwilayahan destinasi pariwisata;
- b. pembangunan DTW;
- c. pembangunan aksesibilitas pariwisata;
- d. pembangunan prasarana umum, fasilitas umum dan fasilitas pariwisata;
- e. pemberdayaan masyarakat melalui kepariwisataan; dan
- f. pengembangan investasi di bidang pariwisata.

#### Bagian Kedua

##### Perwilayahan Destinasi Pariwisata

## Pasal 13

(1) Perwilayahan destinasi pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 huruf a, meliputi:

- a. kawasan pariwisata; dan
- b. KDTWK.

- (2) Perwilayahan kawasan pariwisata dan KDTWK sebagaimana dimaksud pada ayat(1) ditetapkan dalam Rencana Tata Ruang Wilayah .

#### Pasal 14

- (1) Pembangunan kawasan pariwisata dan KDTWK sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 dilaksanakan secara bertahap dengan kriteria prioritas:
- a. memiliki komponen destinasi yang siap untuk dikembangkan;
  - b. memiliki posisi dan peran efektif sebagai penarik investasi yang strategis;
  - c. memiliki posisi strategis sebagai simpul penggerak sistemik pembangunan kepariwisataan di wilayah sekitar baik lokal, regional maupun nasional;
  - d. memiliki potensi produk wisata masa depan;
  - e. memiliki kontribusi yang nyata dan/atau prospek yang positif dalam menarik kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara; dan
  - f. memiliki keunggulan daya saing regional, nasional maupun internasional.
- (2) Kawasan pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 huruf a, ditetapkan dengan kriteria:
- a. kawasan geografis yang mencakup satu atau lebih satuan wilayah administrasi desa/kelurahan;
  - b. memiliki potensi daya tarik wisata;
  - c. memiliki potensi aksesibilitas yang memadai;
  - d. memiliki ketersediaan fasilitas umum dan fasilitas pariwisata; dan
  - e. memiliki aktivitas sosial budaya masyarakat yang saling mendukung dalam perwujudan kepariwisataan.
- (3) KDTWK sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 huruf b, ditetapkan dengan kriteria:

- a. cakupan geografis yang berada dalam satu atau lebih satuan wilayah administrasi desa/kelurahan;
- b. memiliki potensi daya tarik wisata;
- c. memiliki potensi aksesibilitas yang memadai;
- d. memiliki ketersediaan fasilitas umum dan fasilitas pariwisata;
- e. memiliki aktivitas sosial budaya masyarakat yang saling mendukung dalam perwujudan kepariwisataan;
- f. pengembangannya sangat dibatasi untuk lebih diarahkan kepada upaya pelestarian budaya dan lingkungan hidup.

#### Pasal 15

- (1) Perwilayahan kawasan pariwisata dan KDTWK sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 terdiri dari zona kawasan pengembangan pariwisata pariwisata
- (2) Sebaran perwilayahan dan peta kawasan pariwisata dan KDTWK sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Daerah ini.

#### Pasal 16

Arah kebijakan pembangunan kawasan pariwisata dan KDTWK meliputi:

- a. perencanaan pembangunan kawasan pariwisata dan KDTWK; dan
- b. pengendalian implementasi pembangunan Kawasan Pariwisata dan KDTWK.

#### Pasal 17

Strategi perencanaan pembangunan kawasan pariwisata dan KDTWK sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 huruf a, meliputi:

- a. menyusun rencana induk pembangunan kawasan pariwisata dan KDTWK; dan

- b. menyusun rencana detail pembangunan Kawasan Pariwisata dan KDTWK.

#### Pasal 18

Strategi pengendalian implementasi pembangunan kawasan pariwisata dan KDTWK sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 huruf b, yaitu melakukan koordinasi antara Pemerintah, pelaku usaha dan masyarakat.

### **Bagian Ketiga**

### **Pembangunan DTW**

#### Pasal 19

- (1) Pembangunan DTW sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 huruf b, meliputi :
- a. DTW alam;
  - b. DTW budaya; dan
  - c. DTW hasil buatan manusia.
- (2) Pembangunan DTW sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dilaksanakan berdasarkan prinsip menjunjung tinggi nilai agama dan budaya, serta keseimbangan antara upaya pengembangan manajemen DTW untuk menciptakan daya tarik wisata yang berkualitas, berdaya saing dan upaya konservasi untuk menjaga kelestarian lingkungan serta keberlanjutan sumberdaya.

#### Pasal 20

DTW sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1) ditetapkan dengan kriteria :

- a. mencakup dan/atau berupa kawasan/hamparan, wilayah desa/kelurahan, bangun-bangunan dan lingkungan sekitarnya, jalur wisata yang lokasinya tersebar di wilayah kabupaten baik yang berada di dalam maupun di luar kawasan pariwisata dan/atau KDTWK;

- b. memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan memiliki hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

#### Pasal 21

Arah kebijakan pembangunan DTW sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 meliputi :

- a. perintisan dan pembangunan DTW untuk mendorong pertumbuhan destinasi pariwisata;
- b. pengembangan DTW untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk dalam menarik minat dan loyalitas wisatawan serta memperluas segmen pasar;
- c. pemantapan DTW; dan
- d. pelaksanaan revitalisasi DTW untuk keberlanjutan destinasi pariwisata.

#### Pasal 22

- (1) Strategi perintisan dan pembangunan DTW sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 huruf a, meliputi:
  - a. mengembangkan DTW baru yang potensial di destinasi pariwisata yang belum berkembang; dan
  - b. memperkuat upaya pengelolaan potensi kepariwisataan dan lingkungan dalam mendukung upaya perintisannya.
- (2) Strategi pengembangan DTW sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 huruf b, meliputi:
  - a. mengembangkan inovasi manajemen produk dan kapasitas DTW untuk mendorong akselerasi perkembangan destinasi pariwisata daerah; dan
  - b. memperkuat upaya konservasi potensi kepariwisataan dan lingkungan dalam mendukung intensifikasi DTW.
- (3) Strategi pemantapan DTW sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 huruf c, meliputi:

- a. mengembangkan diversifikasi atau keragaman nilai DTW dalam berbagai tema terkait; dan
  - b. memperkuat upaya penataan ruang wilayah dan konservasi potensi kepariwisataan dan lingkungan dalam mendukung diversifikasi DTW.
- (4) Strategi revitalisasi DTW sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 huruf d, meliputi:
- a. melakukan revitalisasi struktur, elemen dan aktivitas yang menjadi penggerak kegiatan kepariwisataan pada DTW; dan
  - b. memperkuat upaya penataan ruang wilayah dan konservasi potensi kepariwisataan dan lingkungan dalam mendukung revitalisasi DTW dan kawasan di sekitarnya.

#### **Bagian Keempat**

#### **Pembangunan Aksesibilitas Pariwisata**

##### **Pasal 23**

- (1) Pembangunan aksesibilitas pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 huruf c, meliputi:
- a. penyediaan dan pengembangan sarana dan prasarana transportasi menuju destinasi pariwisata, kawasan pariwisata dan KWDTKW yang disesuaikan dengan kondisi wilayah;
  - b. pengembangan sistem informasi aksesibilitas pariwisata; dan
  - c. optimalisasi sistem transportasi dengan penyediaan standar pelayanan yang dapat diterima oleh wisatawan.
- (2) Pembangunan aksesibilitas pariwisata sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bertujuan untuk mendukung pengembangan kepariwisataan dan pergerakan wisatawan menuju destinasi pariwisata dan pergerakan wisatawan dalam kawasan pariwisata dan KDTWK.

##### **Pasal 24**



Arah kebijakan penyediaan dan pengembangan sarana dan prasarana transportasi menuju destinasi pariwisata, kawasan pariwisata dan KDTWK yang disesuaikan dengan kondisi wilayah Kabupaten sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23 ayat(1) huruf a, meliputi:

- a. pembangunan, peningkatan dan pemeliharaan sarana dan prasarana transportasi menuju, antar dan dalam kawasan pariwisata dan KDTWK; dan
- b. pengembangan dan peningkatan kenyamanan serta keamanan pergerakan wisatawan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di kawasan pariwisata dan KDTWK.

#### Pasal 25

Strategi penyediaan dan pengembangan sarana dan prasarana transportasi menuju destinasi pariwisata, kawasan pariwisata dan KDTWK sebagaimana dimaksud dalam Pasal 24 meliputi:

- a. meningkatkan ketersediaan, kapasitas dan keragaman sarana transportasi yang aman dan nyaman sebagai sarana pergerakan wisatawan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di kawasan pariwisata dan KDTWK sesuai kebutuhan dan perkembangan pasar; dan
- b. meningkatkan keterjangkauan, ketersediaan, kapasitas dan kualitas prasarana transportasi pada lokasi strategis di kawasan pariwisata dan KDTWK sesuai kebutuhan dan perkembangan pasar.

#### Pasal 26

Arah kebijakan pengembangan sistem informasi aksesibilitas pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23 ayat (1) huruf b, meliputi:

- a. peningkatan kemudahan mendapatkan informasi aksesibilitas kepariwisataan; dan
- b. pemanfaatan media cetak dan elektronik dalam pengembangan informasi aksesibilitas kepariwisataan.

#### Pasal 27

Strategi peningkatan kemudahan mendapatkan informasi aksesibilitas kepariwisataan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 26 huruf a, meliputi:

- a. mengembangkan dan/atau meningkatkan ketersediaan informasi pelayanan transportasi berbagai jenis moda dari pintu gerbang wisata ke kawasan pariwisata dan KDTWK;
- b. mengembangkan dan/atau meningkatkan kemudahan reservasi berbagai jenis moda transportasi; dan
- c. meningkatkan kemudahan akses terhadap informasi berbagai jenis moda transportasi dalam rangka perencanaan perjalanan wisata.

#### Pasal 28

Strategi pemanfaatan media cetak dan elektronik dalam pengembangan informasi aksesibilitas kepariwisataan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 26 huruf b, meliputi:

- a. mengembangkan ketersediaan informasi yang aktual melalui media cetak dan elektronik; dan
- b. meningkatkan kuantitas dan kualitas ketersediaan sarana dan prasarana media informasi kepariwisataan.

#### Pasal 29

Arah kebijakan optimalisasi sistem transportasi dengan menyediakan standar pelayanan yang dapat diterima oleh wisatawan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23 ayat (1) huruf c, meliputi:

- a. peningkatan regulasi sistem pelayanan transportasi kepariwisataan daerah; dan
- b. peningkatan kemampuan sumber daya manusia pengelola transportasi yang mendukung pembangunan kepariwisataan.

#### Pasal 30

Strategi peningkatan regulasi sistem pelayanan transportasi kepariwisataan daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 29 huruf a, meliputi:

- a. menataalur dan trayek transportasi yang mendukung kepariwisataan melalui penyusunan dan penyempurnaan regulasi sistem transportasi kepariwisataan daerah; dan
- b. menerapkan dan menegakan regulasi sistem transportasi kepariwisataan daerah.

#### Pasal 31

Strategi untuk peningkatan kemampuan sumber daya manusia pengelola transportasi yang mendukung pembangunan kepariwisataan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 29 huruf b, meliputi:

- a. membentuk kelompok/organisasi pengelola transportasi pendukung kepariwisataan daerah; dan
- b. meningkatkan kemampuan ketrampilan pengelola kepariwisataan melalui kursus dan magang.

#### **Bagian Kelima**

#### **Pembangunan Prasarana Umum, Fasilitas Umum, dan Fasilitas Pariwisata**

#### Pasal 32

Arah kebijakan pembangunan prasarana umum, fasilitas umum dan fasilitas pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 huruf d, meliputi:

- a. pembangunan prasarana umum, fasilitas umum dan fasilitas pariwisata dalam mendukung perintisan pengembangan kawasan pariwisata dan KDTWK;
- b. peningkatan prasarana umum, kualitas fasilitas umum dan fasilitas pariwisata yang mendorong pertumbuhan, meningkatkan kualitas dan daya saing Kawasan pariwisata dan KDTWK; dan

- c. pengendalian prasarana umum, pembangunan fasilitas umum dan fasilitas pariwisata bagi destinasi-destinasi yang sudah melampaui ambang batas daya dukung.

### Pasal 33

Strategi pembangunan prasarana umum, fasilitas umum dan fasilitas pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 29 meliputi:

- a. mendorong pemberian insentif untuk pengembangan prasarana umum, fasilitas umum, dan fasilitas pariwisata dalam mendukung perintisan pengembangandestinasi pariwisata, kawasan pariwisata dan KDTWK;
- b. meningkatkan fasilitasi Pemerintah untuk pengembangan prasarana umum, fasilitas umum, dan fasilitas pariwisata atas inisiatif swasta; dan
- c. merintis dan mengembangkan prasarana umum, fasilitas umum, dan fasilitas pariwisata untuk mendukung kesiapan dan meningkatkan daya saing destinasi pariwisata, kawasan pariwisata dan KDTWK.

**Bagian Keenam**  
**Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kepariwisata**

**Pasal 34**

Arah kebijakan pemberdayaan masyarakat melalui kepariwisataan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 huruf e, meliputi:

- a. pengembangan potensi, kapasitas dan partisipasi masyarakat melalui pembangunan kepariwisataan;
- b. optimalisasi pengarusutamaan gender melalui pembangunan kepariwisataan;
- c. peningkatan potensi dan kapasitas sumber daya lokal melalui pengembangan usaha ekonomi produktif dibidang pariwisata; dan
- d. peningkatan kesadaran dan peran masyarakat serta pemangku kepentingan terkait, dalam mewujudkan sapta pesona untuk menciptakan iklim kondusif kepariwisataan setempat.

**Pasal 35**

- (1) Strategi pengembangan potensi, kapasitas dan partisipasi masyarakat melalui pembangunan kepariwisataan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 34 huruf a, meliputi:
  - a. memetakan potensi dan kebutuhan penguatan kapasitas masyarakat lokal dalam pengembangan kepariwisataan;
  - b. memberdayakan potensi dan kapasitas masyarakat lokal dalam pengembangan kepariwisataan; dan
  - c. menguatkan kelembagaan masyarakat dan Pemerintah Kabupaten guna mendorong kapasitas dan peran masyarakat dalam pengembangan kepariwisataan.
- (2) Strategi optimalisasi pengarusutamaan gender melalui pembangunan kepariwisataan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 34 huruf b, meliputi:
  - a. meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang pengarusutamaan gender dalam pengembangan pariwisata; dan

- b. meningkatkan peran masyarakat dalam perspektif kesetaraan gender dalam pengembangan kepariwisataan daerah.
- (3) Strategi peningkatan potensi dan kapasitas sumber daya lokal melalui pengembangan usaha ekonomi produktif dibidang pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 34 huruf c, meliputi:
- a. meningkatkan pengembangan potensi sumber daya lokal sebagai DTW berbasis kelokalan dalam kerangka pemberdayaan masyarakat melalui pariwisata; dan
  - b. mengembangkan potensi sumber daya lokal melalui desa wisata.
- (4) Strategi peningkatan kesadaran dan peran masyarakat serta pemangku kepentingan terkait, dalam mewujudkan sapta pesona untuk menciptakan iklim kondusif kepariwisataan setempat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 34 huruf d, meliputi:
- a. meningkatkan pemahaman, dan kesadaran masyarakat tentang sadar wisata dalam mendukung pengembangan Kepariwisata di daerah;
  - b. meningkatkan peran serta masyarakat dalam mewujudkan sadar wisata bagi penciptaan iklim kondusif Kepariwisata setempat;
  - c. meningkatkan peran dan kapasitas masyarakat dan polisi pariwisata dalam menciptakan iklim kondusif kepariwisataan; dan
  - d. meningkatkan kualitas jejaring media dalam mendukung upaya pemberdayaan masyarakat di bidang pariwisata.

**Bagian ketujuh**  
**Pengembangan investasi**

Pasal 36

Arah kebijakan pengembangan investasi dibidang pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 huruf f, meliputi:

- a. peningkatan pemberian insentif investasi dan kemudahan investasi dibidang pariwisata pada kawasan pariwisata dan KDTWK yang belum berkembang; dan
- b. peningkatan promosi investasi dibidang pariwisata.

#### Pasal 37

- (1) Strategi peningkatan pemberian insentif investasi dan kemudahan investasi dibidang pariwisata pada kawasan pariwisata dan KDTWK yang belum berkembang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 36 huruf a, meliputi:
  - a. melaksanakan debirokratisasi investasi dibidang pariwisata; dan
  - b. melaksanakan deregulasi peraturan yang menghambat perizinan.
- (2) Strategi peningkatan promosi investasi dibidang pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 36 huruf b, meliputi:
  - a. menyediakan informasi peluang investasi di destinasi pariwisata;
  - b. meningkatkan promosi investasi di bidang pariwisata di dalam negeri dan di luar negeri; dan
  - c. meningkatkan sinergi promosi investasi di bidang pariwisata.

### BAB V

#### ARAH KEBIJAKAN DAN STRATEGI

#### PEMBANGUNAN PEMASARAN PARIWISATA DAERAH

##### Bagian Kesatu

##### Umum

#### Pasal 38

Pembangunan pemasaran pariwisata daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (1) huruf b, meliputi:

- a. pengembangan pasar wisatawan;
- b. pengembang citra pariwisata;
- c. pengembangan kemitraan pariwisata; dan

d. Pengembangan promosi pariwisata.

**Bagian Kedua**  
**Pengembangan Pasar Wisatawan**



#### Pasal 39

Arah kebijakan pengembangan pasar wisatawan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 38 huruf a, diwujudkan dalam bentuk pemantapan segmen pasar wisatawan massal dan pengembangan segmen ceruk pasar untuk mengoptimalkan pengembangan destinasi pariwisata dan dinamika pasar global.

#### Pasal 40

Strategi untuk pemantapan segmen pasar wisatawan massal dan pengembangan segmen ceruk pasar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 39 meliputi:

- a. mengembangkan program pemasaran dan promosi untuk meningkatkan pertumbuhan segmen ceruk pasar;
- b. mengembangkan promosi berbasis tema tertentu;
- c. meningkatkan akselerasi pergerakan wisatawan diseluruh destinasi pariwisata; dan
- d. meningkatkan wisata konvensi, insentif dan pameran yang diselenggarakan oleh sektor lain.

### **Bagian ketiga**

#### **Pengembangan citra pariwisata**

#### Pasal 41

Arahan kebijakan pengembangan citra pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 38 huruf b meliputi:

- a. peningkatan dan pemantapan citra pariwisata daerah secara berkelanjutan; dan
- b. peningkatan citra pariwisata daerah sebagai destinasi yang aman, nyaman dan berdaya saing.

## Pasal 42

- (1) Strategi peningkatan dan pemantapan citra pariwisata daerah secara berkelanjutan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 41 huruf a, meliputi:
  - a. meningkatkan pencitraan destinasi pariwisata;
  - b. meningkatkan keamanan destinasi; dan
  - c. meningkatkan sapta pesona pariwisata.
  
- (2) Strategi peningkatan citra pariwisata daerah sebagai destinasi yang aman, nyaman dan berdaya saing sebagaimana dimaksud dalam Pasal 42 huruf b, diwujudkan dengan meningkatkan kehadiran media dan dalam rangka meningkatkan citra positif pariwisata daerah.

## **Bagian keempat**

### **Pengembangan Kemitraan Pemasaran Pariwisata**

## Pasal 43

Arah kebijakan pengembangan kemitraan pemasaran pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 38 huruf c, diwujudkan dalam bentuk pengembangan kemitraan pemasaran yang terpadu sinergis berkesinambungan dan berkelanjutan.

## Pasal 44

Strategi untuk pengembangan kemitraan pemasaran terpadu sinergis dan berkesinambungan dan berkelanjutan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 43 meliputi:

- a. meningkatkan keterpaduan sinergis promosi antar pemangku kepentingan pariwisata;
- b. menjalin kerjasama dengan pengelola usaha jasa pariwisata yang ada di beberapa negara yang belum menjadi pasar utama

- pariwisata Batang, dengan mempertimbangkan kondisi perekonomian negara tersebut; dan
- c. meningkatkan pemasaran yang bertanggungjawab terhadap masyarakat, sumberdaya lingkungan dan wisatawan.

### **Bagian Kelima**

#### **Pengembangan Promosi**

##### Pasal 45

Arah kebijakan pengembangan promosi pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 44 huruf a, diwujudkan dalam bentuk pengembangan kegiatan promosi pariwisata.

##### Pasal 46

Strategi pengembangan kegiatan promosi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 44 meliputi :

- a. menyediakan paket produk pariwisata dengan harga yang bersaing;
- b. melaksanakan promosi dan pengembangan melalui tema tertentu;
- c. melaksanakan promosi bersama antar pemangku kepentingan pariwisata;
- d. meningkatkan partisipasi dalam *event* pariwisata di wilayah lain;
- e. melakukan kerjasama dengan perusahaan penerbangan untuk menjual paket wisata dengan potongan harga tiket penerbangan bagi wisatawan mancanegara dan nusantara pada musim sepi wisatawan (*low season*);
- f. mengoptimaliasasikan pemanfaatan media komunikasi (cetak/elektronik); dan
- g. menyediakan informasi pariwisata di berbagai tempat strategis.

## **BAB VI**

### **ARAH KEBIJAKAN DAN STRATEGI**

#### **PEMBANGUNAN INDUSTRI PARIWISATA DAERAH**

## **Bagian Kesatu**

### **Umum**

#### **Pasal 47**

Pembangunan industri pariwisata daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (1) huruf c, meliputi :

- a. penguatkan struktur industri pariwisata;
- b. peningkatan daya saing produk pariwisata;
- c. pengembangan kemitraan usaha pariwisata;
- d. peningkatan kredibilitas bisnis; dan
- e. pengembangan tanggung jawab terhadap lingkungan.

## **Bagian Kedua**

### **Penguatan Struktur Industri Pariwisata**

#### **Pasal 48**

Arah kebijakan penguatan struktur industri pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 47 huruf a, diwujudkan dalam bentuk penguatan fungsi, hierarki dan hubungan antar mata rantai pembentuk industri pariwisata untuk meningkatkan daya saing industri pariwisata.

#### **Pasal 49**

Strategi penguatan fungsi, hierarki dan hubungan antar mata rantai pembentuk industri pariwisata untuk meningkatkan daya saing industri pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 48 meliputi:

- a. meningkatkan sinergitas dan keadilan distributif antar mata rantai pembentuk industri pariwisata;
- b. meningkatkan dan menguatkan fungsi, hierarki dan hubungan antar usaha pariwisata sejenis untuk meningkatkan daya saing; dan
- c. meningkatkan dan menguatkan mata rantai penciptaan nilai tambah antara pelaku usaha pariwisata dan sektor terkait.

### **Bagian Ketiga**

#### **Peningkatan Daya Saing Produk Pariwisata**

##### **Pasal 50**

Peningkatan daya saing produk pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 48 huruf b, meliputi:

- a. peningkatan daya saing DTW;
- b. peningkatan daya saing fasilitas pariwisata; dan
- c. peningkatan daya saing aksesibilitas.

##### **Pasal 51**

Arah kebijakan peningkatan daya saing DTW sebagaimana dimaksud dalam Pasal 50 huruf a, diwujudkan dalam bentuk pengembangan kualitas dan keragaman usaha DTW.

##### **Pasal 52**

Strategi untuk pengembangan kualitas dan keragaman usaha DTW sebagaimana dimaksud dalam Pasal 51 meliputi:

- a. mengembangkan manajemen atraksi;
- b. memperbaiki kualitas interpretasi;
- c. menguatkan kualitas produk wisata; dan
- d. meningkatkan pengemasan produk wisata.

##### **Pasal 53**

Arah kebijakan peningkatan daya saing fasilitas pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 50 huruf b, diwujudkan dalam bentuk peningkatan kapasitas dan kualitas fungsi serta layanan fasilitas pariwisata yang memenuhi standar internasional dan mengangkat unsur keunikan serta kekhasan lokal.

##### **Pasal 54**

Strategi untuk peningkatan kapasitas dan kualitas fungsi serta layanan fasilitas pariwisata yang memenuhi standar internasional dan

mengangkat unsur unsur keunikan serta kekhasan lokal, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 53 meliputi:

- a. mengembangkan dan meningkatkan standarisasi dan sertifikasi usaha pariwisata;
- b. mengembangkan dan melengkapi skema fasilitas untuk mendorong pertumbuhan usaha pariwisata skala usaha mikro kecil dan menengah; dan
- c. mengembangkan dan meningkatkan insentif untuk mendorong penggunaan produk daerah/kekhasan lokal, terutama produk pertanian dan produk industri kecil dan kerajinan.

#### Pasal 55

Arah kebijakan peningkatan daya saing aksesibilitas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 50 huruf c, diwujudkan dalam bentuk peningkatan kapasitas dan kualitas layanan jasa transportasi yang mendukung kemudahan perjalanan wisatawan ke destinasi pariwisata.

#### Pasal 56

Strategi untuk peningkatan kapasitas dan kualitas layanan jasa transportasi yang mendukung kemudahan perjalanan wisatawan ke destinasi pariwisata, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 55 meliputi:

- a. meningkatkan infrastruktur pariwisata;
- b. menyediakan informasi jasa transportasi ke destinasi pariwisata; dan
- c. meningkatkan etika bisnis dalam pelayanan usaha transportasi pariwisata.

### **Bagian Keempat**

### **Pengembangan Kemitraan Usaha Pariwisata**

#### Pasal 57

Arah kebijakan pengembangan kemitraan usaha pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 47 huruf c, diwujudkan dalam bentuk pengembangan skema kerjasama antara Pemerintah Kabupaten, dunia usaha dan masyarakat.

#### Pasal 58

Strategi pengembangan skema kerjasama sebagaimana dimaksud dalam Pasal 57 meliputi :

- a. meningkatkan dan menguatkan perencanaan program kerjasama antara Pemerintah Kabupaten, dunia usaha dan masyarakat;
- b. meningkatkan dan menguatkan implementasi program kerjasama antara Pemerintah Kabupaten, dunia usaha dan masyarakat; dan
- c. meningkatkan dan menguatkan monitoring dan evaluasi program kerjasama antara Pemerintah Kabupaten, dunia usaha dan masyarakat.

### **Bagian Kelima**

#### **Peningkatan Kredibilitas Bisnis**

#### Pasal 59

Arah kebijakan peningkatan kredibilitas bisnis sebagaimana dimaksud dalam Pasal 47 huruf d, diwujudkan dalam bentuk pengembangan manajemen dan pelayanan usaha pariwisata yang kredibel dan berkualitas.

#### Pasal 60

Strategi untuk pengembangan manajemen dan pelayanan usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 59 meliputi:

- a. menerapkan standarisasi dan sertifikasi usaha pariwisata yang mengacu pada prinsip dan standar yang berlaku secara nasional dan internasional dengan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya lokal;

- b. menerapkan sistem yang aman dan terpercaya dalam transaksi bisnis secara elektronik; dan
- c. mendukung penjaminan usaha melalui berbagai skema regulasi dan fasilitasi.

### **Bagian Keenam**

#### **Pengembangan Tanggung Jawab terhadap Lingkungan**

##### **Pasal 61**

Arah kebijakan pengembangan tanggung jawab terhadap lingkungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 47 huruf e, diwujudkan dalam bentuk pengembangan manajemen usaha pariwisata yang mengacu prinsip pembangunan pariwisata berkelanjutan, kode etik pariwisata dan ekonomi hijau.

##### **Pasal 62**

Strategi pengembangan manajemen usaha pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 61 meliputi:

- a. mendorong tumbuhnya ekonomi hijau di sepanjang mata rantai usaha pariwisata; dan
- b. mengembangkan manajemen usaha pariwisata yang peduli terhadap pelestarian lingkungan dan budaya.

### **BAB VII**

#### **ARAH KEBIJAKAN DAN STRATEGI PEMBANGUNAN KELEMBAGAAN KEPARIWISATAAN DAERAH**

##### **Bagian Kesatu**

##### **Umum**

##### **Pasal 63**



Pembangunan kelembagaan kepariwisataan daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat(1) huruf d, meliputi:

- a. penguatan organisasi kepariwisataan;
- b. pembangunan SDM pariwisata; dan
- c. penyelenggaraan penelitian dan pengembangan.

## **Bagian Kedua**

### **Penguatan Organisasi Kepariwisata**

#### Pasal 64

Arah kebijakan penguatan organisasi kepariwisataan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 63 huruf a, meliputi:

- a. reformasi birokrasi kelembagaan dan penguatan mekanisme kinerja organisasi untuk mendukung misi kepariwisataan sebagai portofolio pembangunan daerah;
- b. peningkatan dan pemantapan peran organisasi kepariwisataan dalam mendukung pariwisata sebagai pilar strategis pembangunan daerah dan nasional;
- c. peningkatan dan pengembangan organisasi kepariwisataan yang menangani bidang pemasaran pariwisata;
- d. peningkatan dan pengembangan organisasi kepariwisataan yang menangani bidang industri pariwisata; dan
- e. peningkatan dan pengembangan organisasi kepariwisataan yang menangani bidang destinasi pariwisata.

#### Pasal 65

(1) Strategi reformasi birokrasi kelembagaan dan penguatan mekanisme kinerja organisasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 64 huruf a, meliputi:

- a. meningkatkan dan menguatkan kemampuan perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program pembangunan kepariwisataan; dan

- b. meningkatkan dan menguatkan mekanisme sinkronisasi dan harmonisasi baik secara internal dinas yang membidangi maupun lintas sektor.
- (2) Strategi peningkatan dan pemantapan peran organisasi kepariwisataan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 64 huruf b, meliputi :
- a. meningkatkan dan menguatkan fungsi strategis kepariwisataan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menghasilkan pendapatan asli daerah;
  - b. meningkatkan dan mengembangkan usaha pariwisata terkait;
  - c. meningkatkan pemberdayaan masyarakat; dan
  - d. meningkatkan pelestarian lingkungan.
- (3) Strategi pengembangan dan penguatan organisasi kepariwisataan yang menangani bidang pemasaran pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 64 huruf c, meliputi :
- a. meningkatkan dan menguatkan struktur dan fungsi organisasi bidang pemasaran di pemerintah; dan
  - b. meningkatkan dan mengembangkan fasilitas operasionalisasi Badan Promosi Pariwisata Daerah Batang secara sinergis dan berkelanjutan.
- (4) Strategi pengembangan dan penguatan organisasi kepariwisataan yang menangani bidang industri pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 64 huruf d meliputi :
- a. mengembangkan dan menguatkan organisasi Gabungan Industri Pariwisata Indonesia Batang; dan
  - b. mengembangkan koordinasi, integrasi dan sinergi dalam pembangunan kepariwisataan daerah.
- (5) Strategi pengembangan dan penguatan organisasi kepariwisataan yang menangani bidang destinasi pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 64 huruf e, meliputi:

- a. menguatkan struktur dan fungsi organisasi dalam pengembangan destinasi di pemerintah untuk mencapai kepariwisataan berkelanjutan; dan
- b. mengembangkan koordinasi, integrasi dan sinergi dalam pembangunan kepariwisataan daerah untuk meminimalkan dampak negatif pembangunan kepariwisataan.

### **Bagian Ketiga**

#### **Pembangunan SDM Pariwisata**

##### **Pasal 66**

Pembangunan SDM Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 63 huruf b, meliputi:

- a. pembangunankualitas SDM Pariwisata di pemerintah ; dan
- b. pembangunankualitas SDM Pariwisata di dunia usaha dan masyarakat.

##### **Pasal 67**

Arah kebijakan pembangunankualitas SDM Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 66 huruf a, diwujudkan dalam bentuk peningkatan kapasitas dan kapabilitas SDM Pariwisata di pemerintah untuk meningkatkan kepariwisataan daerah yang unggul dan berdaya saing.

##### **Pasal 68**

Strategi untuk peningkatan kapasitas dan kapabilitas SDM Pariwisata di Pemerintah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 67 meliputi:

- a. mengembangkan dan meningkatkan profesionalisme pegawai di bidang kepariwisataan; dan
- b. mengembangkan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia pengelola pendidikan dan pelatihan di bidang kepariwisataan.

#### Pasal 69

Arah kebijakan pembangunan kualitas SDM Pariwisata di dunia usaha dan masyarakat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 66 huruf b, diwujudkan dalam bentuk peningkatan kualitas dan kuantitas SDM Pariwisata di lingkungan swasta dan masyarakat.

#### Pasal 70

Strategi pembangunan kualitas SDM Pariwisata di dunia usaha dan masyarakat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 69 meliputi:

- a. meningkatkan profesionalisme sumber daya manusia di bidang kepariwisataan melalui standarisasi dan sertifikasi;
- b. meningkatkan kemampuan kewirausahaan di bidang kepariwisataan; dan
- c. meningkatkan kualitas dan kuantitas lembaga pendidikan kepariwisataan yang terakreditasi.

#### **Bagian Keempat**

#### **Penyelenggaraan Penelitian dan Pengembangan**

## Pasal 71

Arah kebijakan penyelenggaraan penelitian dan pengembangan untuk mendukung pembangunan kepariwisataan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 63huruf c, meliputi:

- a. peningkatanpenelitian yang berorientasi pada pengembangan destinasi pariwisata;
- b. peningkatan penelitian yang berorientasi pada pengembangan pemasaran pariwisata;
- c. peningkatan penelitian yang berorientasi pada pengembangan industri pariwisata;dan
- d. peningkatan penelitian yang berorientasi pada pengembangan kelembagaan kepariwisataan.

## Pasal 72

(1) Strategi peningkatan penelitian yang berorientasi pada pengembangan destinasi pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 71hurufa,meliputi:

- a. meningkatkan penelitian untuk pengembangan DTW;
- b. meningkatkan penelitian untuk pengembangan aksesibilitas dan/atau transportasi kepariwisataan dalam mendukung daya saing destinasi pariwisata daerah;
- c. meningkatkan penelitian untuk pengembangan prasarana umum, fasilitas umum dan fasilitas pariwisata dalam mendukung daya saing destinasi pariwisata daerah;
- d. meningkatkan penelitian untuk memperkuat pemberdayaan masyarakat melalui kepariwisataan; dan
- e. meningkatkanpenelitian untuk pengembangan investasi di bidang kepariwisataan.

(2) Strategi peningkatan penelitian yang berorientasi pada pengembangan pemasaran pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 71huruf b, meliputi:

- a. meningkatkan penelitian pasar wisatawan dalam rangka pengembangan pasar baru dan pengembangan keragaman produk;
  - b. meningkatkan penelitian dalam rangka pengembangan dan penguatan citra pariwisata;
  - c. meningkatkan penelitian dalam rangka pengembangan kemitraan pemasaran pariwisata; dan
  - d. meningkatkan penelitian dalam rangka peningkatan kegiatan promosi pariwisata di dalam dan luar negeri.
- (3) Strategi peningkatan penelitian yang berorientasi pada pengembangan industri pariwisata sebagaimana dalam Pasal 71 huruf c, meliputi:
- a. meningkatkan penelitian dalam rangka penguatan struktur industri pariwisata;
  - b. meningkatkan penelitian dalam rangka peningkatan daya saing produk pariwisata;
  - c. meningkatkan penelitian dalam rangka pengembangan kemitraan usaha pariwisata; dan
  - d. meningkatkan penelitian dalam rangka pengembangan tanggungjawab terhadap lingkungan.
- (4) Strategi peningkatan penelitian yang berorientasi pada pengembangan kelembagaan kepariwisataan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 71 huruf d, meliputi:
- a. meningkatkan penelitian dalam rangka pengembangan organisasi kepariwisataan; dan
  - b. meningkatkan penelitian dalam rangka pengembangan sumber daya manusia kepariwisataan.

## **BAB VIII**

### **PENDANAAN, PENGAWASAN DAN PENGENDALIAN**

### Pasal 73

- (1) Pendanaan pelaksanaan dan pengendalian bersumber dari:
  - a. Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah;
  - b. Sumber lainnya yang syah dan tidak mengikat.
- (2) Pengelolaan dana kepariwisataan dilakukan berdasarkan prinsip keadilan, efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas publik.
- (3) Bupati melakukan pengawasan dan pengendalian pelaksanaan RIPPARDA.
- (4) Pengawasan dan pengendalian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) melalui:
  - a. koordinasi lintas sektor dan lintas pemangku kepentingan dalam melaksanakan RIPPARDA ;dan
  - b. pendataan dan inventarisasi potensi serta permasalahan dibidang kepariwisataan.
- (5) Pengawasan dan pengendalian sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dilakukan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

## **BAB X**

### **KETENTUAN PENUTUP**

#### Pasal 74

Hal-hal yang belum diatur dalam Peraturan Daerah ini sepanjang mengenai teknis pelaksanaannya, diatur lebih lanjut oleh Bupati.

#### Pasal 75

Peraturan Daerah ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Daerah ini dengan penempatannya dalam Lembaran Daerah Kabupaten Batang.





Ditetapkan di Batang  
pada tanggal

.....

BUPATI BATANG,

.

.....

Diundangkan di Batang  
pada tanggal .....

SEKRETARIS DAERAH KABUPATEN BATANG

TTD

.....

LEMBARAN DAERAH KABUPATEN BATANGTAHUN ....

**PENJELASAN**  
**ATAS**  
**RANCANGAN PERATURAN DAERAH KABUPATEN BATANG**  
**NOMOR   TAHUN 2016**  
  
**TENTANG**

**RENCANA INDUK PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN DAERAH**  
**KABUPATEN BATANG TAHUN 2017-2030**

**I.       UMUM**

Sesuai dengan perkembangan pariwisata global maka saat ini telah terjadi perubahan dari pariwisata lama ke pariwisata baru. Pariwisata baru memiliki beberapa ciri sebagai berikut; (a) daya tarik wisata dalam skala kecil tetapi sangat beranekaragam; (b) setiap DTW harus memiliki otentisitas yang tinggi secara lokal; dan (c) setiap obyek yang ditawarkan kepada wisatawan harus berkualitas tinggi dengan tingkat pelayanan yang memadai untuk setiap wisatawan. Kabupaten Batang dengan kondisi alamnya dapat menjadi sebagai salah satu destinasi wisata dunia yang mengalami perkembangan. Pembangunan kepariwisataan Kabupaten Batang diarahkan sesuai paradigma pembangunan pariwisata yang kontekstual dengan mempertimbangkan aspek *demand and supply* serta menganut prinsip keberlanjutan. Perkembangan fisik fasilitas pariwisata dan sarana pendukung lainnya sejalan dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan baik nusantara maupun mancanegara. Struktur perekonomian Batang juga ditopang pada sektor pariwisata karena pariwisata merupakan salah satu sektor yang diharapkan dapat mendorong aktivitas ekonomi lainnya. Dengan

dukungan industri pariwisata yang sangat besar itu, telah menyebabkan sektor yang mempunyai keterkaitan langsung dengan industri pariwisata seperti sektor perdagangan, hotel dan restoran, memberi sumbangan terhadap pembentukan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Batang. Kunjungan wisatawan ke Batang setiap tahun menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan, namun trend pariwisata dunia saat ini lebih memperhatikan aspek kelestarian lingkungan dalam menentukan pilihan destinasi wisata yang akan dikunjungi, selain aspek keamanan dan kenyamanan.

Pelaksanaan otonomi daerah khususnya di bidang kepariwisataan telah memacu daerah untuk menggali potensi daerahnya dalam rangka meningkatkan pendapatan guna membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerah. Hal ini akan mengancam keberlanjutan kepariwisataan di Batang. Disamping itu, Batang juga menghadapi berbagai tantangan penting yaitu:

- a. pertanian tradisional mendapat tekanan dari tingginya permintaan lahan dari pertumbuhan populasi dan pertumbuhan pariwisata;
- b. pencemaran lingkungan; dan
- c. ketersediaan akses yang memadai.

Sebagai salah satu penopang sektor ekonomi, pariwisata dituntut untuk mereduksi dampak negatif pembangunan kepariwisataan. Sementara itu pariwisata juga dituntut untuk tetap tumbuh dalam lingkungan yang sangat kompetitif, sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Untuk mengantisipasi hal tersebut, diperlukan pedoman sebagai acuan dalam pembangunan kepariwisataan daerah untuk menjaga kelestarian lingkungan dan pemerataan pembangunan pariwisata di Batang.

Dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, mengamanatkan Pemerintah untuk menyusun Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah. Untuk

melaksanakan amanat ketentuan peraturan perundang-undangan dimaksud, perlu disusun Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Batang.

RIPPARDA secara konkrit akan memberikan visi, arah dan rencana yang jelas bagi pengembangan kawasan-kawasan wisata baik yang sudah berkembang maupun yang potensial untuk dikembangkan. RIPPARDA sekaligus akan memberikan panduan atau arahan bagi pemangku kepentingan terkait, baik di maupun Kabupaten, swasta maupun masyarakat dalam pengembangan dan pengelolaan destinasi pariwisata secara terarah tepat sasaran dan berkelanjutan. RIPPARDA menjadi sangat penting karena:

- a. memberikan arah pengembangan yang tepat terhadap potensi kepariwisataan dari sisi produk, pasar, SDM, manajemen dan sebagainya sehingga dapat tumbuh dan berkembang secara positif dan berkelanjutan bagi pengembangan wilayah dan kesejahteraan masyarakat; dan
- b. pengatur peran setiap pemangku kepentingan terkait baik lintas sektor, lintas pelaku, maupun lintas daerah/wilayah agar dapat mendorong pengembangan pariwisata secara sinergis dan terpadu.

## **II. PASAL DEMI PASAL**

Pasal 1

Cukup jelas.

Pasal 2

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Pasal 4

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Pasal 5

Cukup jelas.

Pasal 6

Cukup jelas.

Pasal 6

Cukup jelas.

Pasal 7

Huruf a, b, c, d, e, f

Cukup jelas.

Pasal 8

Cukup jelas

Pasal 9

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Pasal 10

Huruf a

Yang dimaksud dengan “kepariwisataan yang berkualitas” adalah kepariwisataan yang memberikan kemanfaatan ekonomi yang tinggi dengan memberikan dampak negatif terhadap lingkungan dan sosial yang minimal.

Yang dimaksud dengan “kepariwisataan berbasis masyarakat” adalah pariwisata yang dilahirkan dan

dikembangkan oleh masyarakat dan diusahakan untuk masyarakat

Yang dimaksud dengan "kepariwisataan berkelanjutan" adalah kepariwisataan yang tidak hanya mementingkan generasi sekarang, akan tetap juga memperhitungkan kepentingan generasi yang akan datang.

Huruf b, c, d, e

Cukup jelas

Pasal 11

Cukup jelas

Pasal 12

Huruf a

Cukup jelas

Huruf b

Yang dimaksud dengan pembangunan destinasi pariwisata adalah upaya pembangunan secara terpadu dan sistematis seluruh komponen destinasi pariwisata dalam rangka menciptakan, meningkatkan kualitas produk dan pelayanan kepariwisataan serta kemudahan pergerakan wisatawan di destinasi pariwisata

Huruf c, d, e

Cukup Jelas

Pasal 13

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Pasal 14

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Pasal 15

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Pasal 16

Huruf a dan b

Cukup jelas

Pasal 17

Huruf a dan b

Cukup jelas

Pasal 18

Cukup jelas

Pasal 19

Ayat (1)

Yang dimaksud dengan Pembangunan DTW adalah upaya pengembangan yang dilakukan dengan meningkatkan kualitas DTW yang sudah ada dalam upaya meningkatkan minat, loyalitas segmen pasar yang sudah ada dan memperluas cakupan wilayah DTW yang sudah ada atau pengembangan ke lokasi baru.

Huruf a

Yang dimaksud dengan "DTW alam" adalah DTW yang berupa keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam.

Huruf b

Yang dimaksud dengan "DTW budaya" adalah DTW yang berupa hasil olah cipta, karsa, dan rasa manusia sebagai makhluk budaya.

Huruf c

Yang dimaksud dengan "DTW hasil buatan manusia" adalah DTW khusus yang berupa kreasi artifisial (*artificially created*) dan kegiatan manusia lainnya di luar ranah DTW alam dan DTW budaya.

Ayat (2)

Yang dimaksud dengan manajemen DTW adalah pengelolaan DTW yang profesional yang memenuhi prinsip-prinsip konservasi, kelestarian lingkungan dan keberlanjutan sumber daya serta memberikan kepuasan kepada wisatawan.

Pasal 20

Huruf a dan b

Cukup jelas

Pasal 21

Huruf a

Yang dimaksud dengan Perintisan dan pembangunan DTW adalah upaya pengembangan yang dilakukan dengan membuka dan membangun DTW baru dalam rangka mengembangkan peluang pasar yang ada di destinasi pariwisata yang belum berkembang kepariwisataannya.

Huruf b

Cukup jelas

Huruf c

Yang dimaksud dengan pemantapan DTW adalah upaya pengembangan yang dilakukan dengan menciptakan DTW baru yang memiliki jenis berbeda dalam upaya menangkap peluang pasar baru.

Huruf d

Yang dimaksud dengan revitalisasi DTW adalah upaya pengembangan yang dilakukan dengan perbaikan kondisi dan kualitas DTW yang mengalami degradasi



dalam upaya menjaga keberlanjutan dan meningkatkan kualitas serta daya saing produk untuk menarik pangsa pasar yang sudah ada maupun peluang pasar wisata baru.

Pasal 22

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Ayat (4)

Cukup jelas

Pasal 23

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Pasal 24

Huruf a dan b

Cukup jelas

Pasal 25

Huruf a dan b

Cukup Jelas

Pasal 26

Huruf a dan b

Cukup jelas

Pasal 27

Huruf a, b dan c

Cukup jelas

Pasal 28

Huruf a dan b  
Cukup jelas

Pasal 29

Huruf a dan b  
Cukup jelas

Pasal 30

Huruf a dan b  
Cukup jelas

Pasal 31

Huruf a dan b  
Cukup jelas

Pasal 32

Huruf a, b dan c  
Cukup jelas

Pasal 33

Huruf a, b dan c  
Cukup jelas

Pasal 34

Huruf a, b, c dan d  
Cukup jelas

Pasal 35

Ayat (1)  
Cukup jelas

Ayat (2)  
Cukup jelas

Ayat (3)  
Cukup jelas

Ayat (4)  
Cukup jelas

Pasal 36

Huruf a dan b  
Cukup jelas

Pasal 37

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Pasal 38

Yang dimaksud dengan pembangunan pemasaran pariwisata adalah upaya terpadu dan sistematis dalam rangka menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan produk wisata dan mengelola relasi dengan wisatawan untuk mengembangkan kepariwisataan dan seluruh pemangku kepentingan.

Pasal 39

Cukup jelas

Pasal 40

Yang dimaksud dengan segmen pasar wisatawan massal adalah jenis wisatawan yang datang secara berombongan dalam kelompok-kelompok yang biasanya memiliki lama tinggal relative singkat.

Yang dimaksud dengan segmen ceruk pasar adalah jenis wisatawan yang datang secara individu atau kelompok kecil yang berkunjung karena minat khusus dan biasanya memiliki lama tinggal relatif panjang.

Pasal 41

Huruf a dan b

Cukup jelas

Pasal 42

Ayat 1

Huruf a

Yang dimaksud dengan pencitraan destinasi pariwisata adalah usaha-usaha untuk meningkatkan citra destinasi kepada wisatawan.

Huruf b

Cukup jelas

Huruf c

Yang dimaksud dengan Sapta Pesona adalah 7 (tujuh) unsur pesona yang harus diwujudkan bagi terciptanya lingkungan yang kondusif dan ideal bagi berkembangnya kegiatan kepariwisataan disuatu tempat yang mendorong tumbuhnya minat wisatawan untuk berkunjung. Ketujuh unsur sapta pesona yang dimaksud di atas adalah: aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah tamah, dan kenangan.

Ayat 2

Cukup jelas

Pasal 43

Cukup jelas

Pasal 44

Huruf a, b dan c

Cukup jelas

Pasal 45

Cukup jelas

Pasal 46

Huruf a, b, c, d, e, f dan g

Cukup jelas

Pasal 47

Yang dimaksud dengan Pembangunan industri pariwisata adalah upaya terpadu dan sistematis dalam rangka mendorong penguatan struktur industri pariwisata, peningkatan daya saing produk pariwisata, penguatan kemitraan usaha pariwisata, penciptaan kredibilitas bisnis, dan pengembangan tanggung jawab terhadap lingkungan.

Pasal 48

Cukup jelas

Pasal 49

Cukup jelas

Pasal 50

Huruf a, b dan c

Cukup jelas

Pasal 51

Cukup jelas

Pasal 52

Huruf a

Cukup Jelas

Huruf b

Yang dimaksud dengan kualitas interpretasi adalah kualitas kemampuan manusia, segala bentuk media dan/atau alat yang berfungsi mentransformasikan nilai kemenarikan DTW kepada wisatawan.

Huruf c dan d

Cukup jelas

Pasal 53

Cukup jelas

Pasal 54

Huruf a, b dan c

Cukup jelas

Pasal 55

Cukup jelas

Pasal 56

Huruf a, b dan c

Cukup jelas

Pasal 57

Cukup jelas

Pasal 58

Huruf a, b dan c

Cukup jelas

Pasal 59

Cukup jelas

Pasal 60

Huruf a, b dan c

Cukup jelas

Pasal 61

Yang dimaksud dengan “pengembangan manajemen usaha pariwisata yang mengacu pada prinsip ekonomi hijau” adalah pengembangan manajemen dengan pendekatan dalam pembangunan ekonomi yang tidak lagi mengandalkan pembangunan ekonomi berbasis eksploitasi sumber daya alam dan lingkungan yang berlebihan.

Pasal 62

Huruf a dan b

Cukup jelas

Pasal 63

Yang dimaksud dengan Pembangunan kelembagaan kepariwisataan adalah upaya terpadu dan sistematis dalam rangka pengembangan organisasi kepariwisataan, pengembangan sumber daya manusia pariwisata untuk mendukung dan meningkatkan kualitas pengelolaan dan penyelenggaraan kegiatan kepariwisataan di destinasi pariwisata.

Pasal 64

Huruf a, b, c, d dan e

Cukup jelas

Pasal 65

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Ayat (4)

Cukup jelas

Ayat (5)

Cukup jelas

Pasal 66

Huruf a dan b

Cukup jelas

Pasal 67

Cukup jelas

Pasal 68

Huruf a dan b

Cukup jelas

Pasal 69

Cukup jelas

Pasal 70

Huruf a, b, dan c

Cukup jelas

Pasal 71

Huruf a, b, c dan d

Cukup jelas

Pasal 72

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Ayat (4)

Cukup jelas

Pasal 73

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Ayat (4)

Cukup jelas

Ayat (5)

Cukup jelas

Pasal 74

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Pasal 75

Cukup jelas

TAMBAHAN LEMBARAN DAERAH KABUPATEN BATANGNOMOR

.....