

RENCANA INDUK PEMBANGUNAN

KEPARIWISATAAN DAERAH

KABUPATEN LOMBOKTENGAH

2016

DAFTAR ISI



BAB 1	Pendahuluan	1
	1.1. Peran dan Posisi Strategis Sektor Pariwisata Dalam Pembangunan	1
	1.2. Kondisi Umum Kepariwisataaan Lombok Tengah	1
BAB 2	Konsep Pembangunan Kepariwisataaan Lombok Tengah	4
	2.1. Visi dan misi pembangunan kepariwisataan Lombok Tengah	4
	2.2. Pembagian Zonasi	5
	2.3. Rencana Pembangunan Berdasarkan Kawasan Pengembangan Pariwisata	6
	2.3.1. Pengembangan Kawasan Wilayah Utara (Aik Meneng)	6
	2.3.2. Pengembangan Kawasan Wilayah Tengah (Tunjung Tilah)	8
	2.3.3. Pengembangan Kawasan Wilayah Selatan (Empak Bau)	10
	2.4. Rencana Pengembangan Produk	12
	2.5. Rencana Investasi	15
BAB 3	Profil Wilayah, dan Potensi Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah	17
	3.1. Profil Daerah Kabupaten Lombok Tengah	17
	3.1.1. Kondisi Geografis	17
	3.1.2. Kependudukan	21
	3.1.3. Infrastruktur	22
	3.2. Profil Potensi Pariwisata Lombok Tengah	24
	3.2.1. Kawasan Lombok Tengah Bagian Utara	27
	3.2.2. Kawasan Lombok Tengah Bagian Tengah	30
	3.2.3. Kawasan Lombok Tengah Bagian Selatan	32
	3.2.4. Potensi Budaya Lombok Tengah	35
	3.3. Profil Pasar Wisata	37

	3.4.	Isu Strategis dan Permasalahan	40
	3.4.1.	Internal	40
	3.4.2.	Eksternal	43
	3.5	Analisis Pembangunan Kepariwisataaan Lombok Tengah	44
	3.5.1	Analisis SWOT Kawasan	44
	3.5.2	Analisis Pemasaran Kepariwisataaan	46
BAB 4		Strategi Pembangunan Kepariwisataaan Lombok Tengah	49
	4.1.	Strategi Pengembangan Produk	49
	4.1.1.	Penetrasi Pasar Melalui Intensifikasi Produk	50
	4.1.2.	Pengembangan Produk Baru Melalui Ekstensifikasi Produk	51
	4.1.3.	Konsolidasi Produk	52
	4.1.4.	Diversifikasi Produk	53
	4.1.5.	Konsep Pengembangan Produk Pariwisata Lombok Tengah	55
	4.1.6.	Struktur Keruangan Kawasan Pembangunan Kepariwisataaan Lombok Tengah	56
	4.2.	Strategi Pembangunan Aksesibilitas/Transportasi	57
	4.2.1.	Pembangunan Jaringan Aksesibilitas Yang Handal Antar Zona	57
	4.2.2.	Pembangunan Aksesibilitas Regional, Nasional Dan Internasional ke Lombok Tengah	58
	4.2.3.	Konsep Pembangunan Transportasi/Aksesibilitas Lombok Tengah	58
	4.2.4.	Arah Kebijakan Pembangunan Aksesibilitas/Transportasi	58
	4.3.	Strategi Pembangunan Fasilitas Umum Dan Pariwisata	59
	4.4.	Strategi Pembangunan Pemasaran	60
	4.4.1.	Arah Kebijakan 1	60
	4.4.2.	Arah Kebijakan 2	63
	4.4.3.	Arah Kebijakan 3	66
	4.4.4.	Arah Kebijakan 4	67
	4.4.5.	Arah Kebijakan 5	69
	4.5.	Strategi Pengembangan Investasi	72
	4.6.	Strategi Pembangunan Industri Pariwisata	72
	4.7.	Strategi Pemberdayaan Masyarakat	75
	4.7.1.	Peningkatan Kapasitas Masyarakat	75

	4.7.2.	Peningkatan Usaha Masyarakat	76
	4.7.3.	Peningkatan Sadar Wisata	77
	4.7.4.	Arah Kebijakan Pemberdayaan Masyarakat	77
	4.8.	Strategi Pengembangan SDM	78
	4.9.	Strategi Pemberdayaan Kelembagaan	79
BAB 5	Matriks Implementasi Program Pembangunan	Kepariwisataan Lombok Tengah	81
	5.1.	Matriks Arah Kebijakan, Strategi, Dan Indikasi Program Pengembangan Produk	82
	5.2.	Matriks Arah Kebijakan, Strategi, Dan Indikasi Program Pembangunan Aksesibilitas/Transportasi	91
	5.3.	Matriks Arah Kebijakan, Strategi, Dan Indikasi Program Pembangunan Fasilitas Umum Dan Pariwisata	99
	5.4.	Matriks Arah Kebijakan, Strategi, Dan Indikasi Program Pengembangan Pemasaran	110
	5.5.	Matriks Arah Kebijakan, Strategi, Dan Indikasi Program Pembangunan Industri Pariwisata	118
	5.6.	Matriks Arah Kebijakan, Strategi, Dan Indikasi Program Pengembangan Investasi	137
	5.7.	Matriks Arah Kebijakan, Strategi, Dan Indikasi Program Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat	142
	5.8.	Matriks Arah Kebijakan, Strategi, Dan Indikasi Program Pengembangan Pengembangan SDM	150
	5.9.	Matriks Arah Kebijakan, Strategi, Dan Indikasi Program Pengembangan Kelembagaan	157
BAB 6	Kesimpulan		161

KATA PENGANTAR



Sektor kepariwisataan merupakan sektor strategis dalam kebijakan pembangunan Kabupaten Lombok Tengah. Sebagai suatu sektor yang strategis, berbagai kebijakan dan rencana yang tertuang dalam RIPDA Tahun 2009 perlu disesuaikan/dikaji ulang dengan merespon perubahan-perubahan signifikan yang terjadi dalam konteks kepariwisataan baik pada tataran lokal, regional, nasional, maupun internasional.

Dokumen Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah RIPDA Tahun 2016 ini merupakan bagian akhir dari serangkaian tahapan kegiatan Penyusunan Rencana Induk Pariwisata Lombok Tengah. Laporan hasil kajian ini secara keseluruhan ini memuat : Pendahuluan, Profil Lombok Tengah, Konsep, Analisis, Visi dan Misi, serta Program dan Kegiatan yang dilingkupi dengan berbagai jalinan isu teraktual, terfaktual dan terkini terkait pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Lombok Tengah.

Atas terselesaikannya laporan ini, Tim Penyusun menyampaikan terima kasih kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Lombok Tengah dan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) , serta semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap serangkaian proses pelaksanaan kegiatan Revisi hingga tersusunnya RIPDA Tahun 2016.

Tak lupa pula, Tim Penyusun secara khusus menyampaikan terima kasih kepada Tim Teknis yang terdiri dari individu-individu yang memiliki kepakaran dan profesionalitas di bidangnya, yang telah berupaya bekerja secara marathon untuk menyerap, mengelaborasi, mengkaji, dan mensinergikan berbagai informasi untuk kepentingan pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Lombok Tengah.

Praya, November 2016

Tim Penyusun



BUPATI LOMBOK TENGAH
PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT

PERATURAN BUPATI LOMBOK TENGAH

NOMOR 64.a TAHUN 2016

TENTANG

RENCANA INDUK PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN DAERAH

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

BUPATI LOMBOK TENGAH ,

- Menimbang : a. bahwa keadaan alam, peninggalan sejarah dan purbakala (haritage) maupun seni dan budaya yang berada di Kabupaten Lombok Tengah , merupakan sumber daya dan modal yang potensial bagi usaha pengembangan kepariwisataan Daerah;
- b. bahwa potensi Kepariwisata Kabupaten Lombok Tengah harus dibina dan dikembangkan guna menunjang pembangunan daerah pada umumnya dan Pembangunan Kepariwisata pada khususnya yang tidak hanya mengutamakan segi-segi finansial saja, melainkan juga segi-segi agama, budaya, pendidikan, lingkungan hidup, ketentraman dan ketertiban serta kenyamanan;
- c. bahwa dalam rangka Pengembangan Potensi Kepariwisata yang tersebar di Kabupaten Lombok Tengah diperlukan langkah-langkah pengaturan yang mampu mewujudkan keterpaduan dalam kegiatan pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan;
- d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b dan huruf c, perlu menetapkan Peraturan Bupati Lombok Tengah tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah;

- Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 69 Tahun 1958, tentang Pembentukan Daerah-Daerah Tingkat II Dalam Wilayah Daerah-Daerah Tingkat I Bali, Nusa Tenggara Barat dan Nusa Tenggara Timur (Lembaran Negara Tahun 1958 Nomor 122 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 1655);
 2. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4966);
 3. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587) sebagaimana telah dua kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5679);
 4. 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);
 5. Peraturan Daerah Nomor 7 Tahun 2011 tentang Tata Ruang Wilayah Kabupaten Lombok Tengah Tahun 2011 – 2031 (Lembaran Daerah);
 6. Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah (Lembaran Daerah Kabupaten Lombok Tengah Tahun 2016 Nomor 6)
 7. Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2016 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Tahun 2016 – 2021 (Lembaran Daerah) .

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN BUPATI TENTANG RENCANA INDUK
PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN DAERAH

BAB 1
KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Bupati ini yang dimaksud dengan:

1. Daerah adalah Kabupaten Lombok Tengah
2. Pemerintah Daerah adalah Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah;
3. Bupati adalah Bupati Lombok Tengah;
4. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah;
5. 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;
6. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata;
7. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multi dimensi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha;
8. Pembangunan adalah suatu proses perubahan ke arah yang lebih baik yang di dalamnya meliputi upaya-upaya perencanaan, implementasi dan pengendalian, dalam rangka penciptaan nilai tambah sesuai yang dikehendaki;
9. Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah yang selanjutnya disebut dengan RIPPDA adalah Dokumen Perencanaan Pembangunan Kepariwisata Daerah untuk periode 15 (lima belas) tahun terhitung sejak tahun 2016 sampai dengan tahun 2031;
10. Daerah Tujuan Pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat Daya Tarik Wisata, Fasilitas Umum, Fasilitas Pariwisata, Aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan;

11. Kawasan Strategis Pariwisata Daerah yang selanjutnya disingkat KSPD adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk Pembangunan Kepariwisata Daerah yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan;
12. Daya Tarik Wisata 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;
13. 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;
14. Fasilitas Pariwisata adalah semua jenis sarana yang secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke Destinasi Pariwisata;
15. Pemasaran Pariwisata adalah serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan produk wisata dan mengelola relasi dengan wisatawan untuk mengembangkan Kepariwisata dan seluruh pemangku kepentingannya;
16. Industri Pariwisata adalah kumpulan Usaha Pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata;
17. Kelembagaan Kepariwisata 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 ke arah pencapaian tujuan di bidang Kepariwisata;
18. Organisasi Kepariwisata adalah institusi baik di lingkungan Pemerintah maupun swasta yang berhubungan dengan penyelenggaraan kegiatan Kepariwisata;

19. Sumber Daya Manusia Pariwisata yang selanjutnya disingkat SDM Pariwisata adalah tenaga kerja yang pekerjaannya terkait secara langsung dan tidak langsung dengan kegiatan Kepariwisataan;
20. Usaha Pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata;
21. Sertifikasi adalah proses pemberian sertifikat kepada usaha dan pekerja pariwisata untuk mendukung peningkatan mutu produk pariwisata, pelayanan dan pengelolaan Kepariwisataan;

BAB II

PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN DAERAH

Pasal 2

- (1) Pembangunan Kepariwisataan daerah dilaksanakan berdasarkan RIPPDA, dengan tahapan jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang.
- (2) Ruang lingkup RIPPDA meliputi:
 - a. Pembangunan Destinasi Pariwisata;
 - b. Pembangunan Pemasaran Pariwisata;
 - c. Pembangunan Industri Pariwisata; dan
 - d. Pembangunan Kelembagaan Kepariwisataan.
- (3) RIPPDA sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat:
 - a. Visi;
 - b. Misi;
 - c. Tujuan;
 - d. Sasaran;
 - e. Arah pembangunan kepariwisataan daerah; dan
 - f. Matriks arah kebijakan, strategi dan indikasi program Pembangunan Kepariwisataan Daerah.
- (4) Visi Pembangunan Kepariwisataan Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (3) huruf a. adalah "Terwujudnya Kepariwisataan Lombok Tengah Yang Berdaya Saing, Berkelanjutan, Memiliki Posisi Strategis Nasional, Mampu Meningkatkan Pembangunan Daerah dan Kesejahteraan Masyarakat"

- (5) Dalam mewujudkan visi Pembangunan Kepariwisata Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (3) huruf a. dilaksanakan melalui 4 (empat) misi Pembangunan Kepariwisata Daerah meliputi:
- a. Mengembangkan industri pariwisata yang efisien, berdaya saing, kredibel, mensinergiskan kemitraan antarusaha, bertanggung jawab terhadap lingkungan alam dan sosial budaya dan mensejahterakan Masyarakat.
 - b. Mengembangkan destinasi pariwisata yang berdaya saing, berkelanjutan, memiliki posisi strategis nasional, mampu meningkatkan pembangunan daerah, dan mensejahterakan masyarakat.
 - c. Mengembangkan pemasaran pariwisata yang unggul, efektif, dan bertanggung jawab untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.
 - d. Mengembangkan kelembagaan dan tata kelola kepariwisataan yang mampu mendorong terwujudnya pembangunan industri pariwisata, destinasi pariwisata, dan pemasaran pariwisata yang berdaya saing dan berkelanjutan.
- (6) Tujuan pembangunan kepariwisataan daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (3) huruf c adalah:
- a. meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat;
 - b. melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya;
 - c. memajukan kebudayaan;
 - d. meningkatkan citra kawasan pariwisata daerah dan apresiasi terhadapnya sehingga mampu menarik kunjungan Wisatawan mancanegara dan Wisatawan nusantara;
 - e. mengembangkan Kelembagaan Kepariwisata dan Tata Kelola Pariwisata yang mampu mensinergikan Pembangunan Destinasi Pariwisata, Pemasaran Pariwisata, dan Industri Pariwisata secara profesional, efektif dan efisien.
- (7) Sasaran pembangunan kepariwisataan daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (3) huruf d adalah peningkatan:
- a. jumlah kunjungan wisatawan mancanegara;
 - b. jumlah kunjungan wisatawan nusantara;
 - c. jumlah inovasi penciptaan berbagai jenis produk wisata;

- d. jumlah fasilitas pendukung kepariwisataan yang handal;
 - e. kualitas paket wisata yang variatif dan dikelola secara sinergis dan terintegrasi; dan
 - f. produk domestik bruto, pendapatan daerah, produk domestik regional bruto, dan pendapatan masyarakat di bidang Kepariwisata.
- (8) Arah Pembangunan Kepariwisata Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (3) huruf e meliputi Pembangunan Kepariwisata Daerah dilaksanakan dengan berdasarkan prinsip Pembangunan Kepariwisata yang berkelanjutan dan berorientasi pada upaya peningkatan pertumbuhan, peningkatan kesempatan kerja, pengurangan kemiskinan, serta pelestarian lingkungan; dengan tata kelola yang baik, secara terpadu secara lintas sektor, lintas kawasan, dan lintas pelaku serta dengan mendorong kemitraan sektor publik dan privat.

Pasal 3

Rencana Pembangunan Kepariwisata Berdasarkan Kawasan Pengembangan Pariwisata terdiri dari:

- (1) Pengembangan Kawasan Wilayah Utara (Aik Meneng).
- (2) Pengembangan Kawasan Wilayah Tengah (Tunjung Tilah)
- (3) Pengembangan Kawasan Wilayah Selatan (Empak Bau)

Pasal 4

- (1) RIPPDA sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) tercantum dalam Lampiran Peraturan Bupati ini dan merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan dari Peraturan Bupati ini.
- (2) Bagian-bagian dalam lampiran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

- 1.1. Peran dan Posisi Strategis Sektor Pariwisata Dalam Pembangunan
- 1.2. Kondisi Umum Kepariwisata Lombok Tengah

BAB 2 Konsep Pembangunan Kepariwisata Lombok Tengah

- 2.1. Visi dan misi Pembangunan Kepariwisata Lombok Tengah
- 2.2. Pembagian Zonasi
- 2.3. Rencana Pembangunan Berdasarkan Kawasan Pengembangan Pariwisata

- 2.3.1. Pengembangan Kawasan Wilayah Utara (Aik Meneng)
- 2.3.2. Pengembangan Kawasan Wilayah Tengah (Tunjung Tilah)
- 2.3.3. Pengembangan Kawasan Wilayah Selatan (Empak Bau)
- 2.4. Rencana Pengembangan Produk
- 2.5. Rencana Investasi

BAB 3 Profil Wilayah, dan Potensi Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah

- 3.1. Profil Wilayah Kabupaten Lombok Tengah
 - 3.1.1. Kondisi Geografis
 - 3.1.2. Kependudukan
 - 3.1.3. Infrastruktur
- 3.2. Profil Potensi Pariwisata Lombok Tengah
 - 3.2.1. Kawasan Lombok Tengah Bagian Utara
 - 3.2.2. Kawasan Lombok Tengah Bagian Tengah
 - 3.2.3. Kawasan Lombok Tengah Bagian Selatan
 - 3.2.4. Potensi Budaya Lombok Tengah
- 3.3. Profil Pasar Wisata
- 3.4. Isu Strategis dan Permasalahan
 - 3.4.1. Internal
 - 3.4.2. Eksternal
- 3.5. Analisis Pembangunan Kepariwisata Lombok Tengah
 - 3.5.1. Analisis SWOT Kawasan
 - 3.5.2. Analisis Pemasaran Kepariwisata

BAB 4 Strategi Pembangunan Kepariwisata Lombok Tengah

- 4.1. **Strategi Pengembangan Produk**
 - 4.1.1. Penetrasi Pasar Melalui Intensifikasi Produk
 - 4.1.2. Pengembangan Produk Baru Melalui Ekstensifikasi Produk
 - 4.1.3. Konsolidasi Produk
 - 4.1.4. Diversifikasi Produk
 - 4.1.5. Konsep Pengembangan Produk Pariwisata Lombok Tengah
 - 4.1.6. Struktur Keruangan Kawasan Pembangunan Kepariwisata Lombok Tengah
- 4.2. Strategi Pembangunan Aksesibilitas / Transfortasi
 - 4.2.1. Pembangunan Jaringan Aksesibilitas Yang Handal Antar Zona
 - 4.2.2. Pembangunan Aksesibilitas Regional, Nasional dan Internasional ke Lombok Tengah
 - 4.2.3. Konsep Pembangunan Transportasi/Aksesibilitas Lombok Tengah
 - 4.2.4. Arah Kebijakan Pembangunan Aksesibilitas/Transfortasi
- 4.3. Strategi Pembangunan Fasilitas Umum Dan Pariwisata

- 4.4. Strategi Pembangunan Pemasaran
 - 4.4.1. Arah Kebijakan 1
 - 4.4.2. Arah Kebijakan 2
 - 4.4.3. Arah Kebijakan 3
 - 4.4.4. Arah Kebijakan 4
 - 4.4.5. Arah Kebijakan 5
- 4.5. Strategi Pengembangan Investasi
- 4.6. Strategi Pembangunan Industri Pariwisata
- 4.7. Strategi Pemberdayaan Masyarakat
 - 4.7.1. Peningkatan Kapasitas Masyarakat
 - 4.7.2. Peningkatan Usaha Masyarakat
 - 4.7.3. Peningkatan Sadar Wisata
 - 4.7.4. Arah Kebijakan Pemberdayaan Masyarakat
- 4.8. Strategi Pengembangan SDM
- 4.9. Strategi Pemberdayaan Kelembagaan

BAB 5 Matriks Implementasi Program Pembangunan Kepariwisataan Lombok Tengah

- 5.1. Matriks Arah Kebijakan, Strategi, Dan Indikasi Program Pengembangan Produk
- 5.2. Matriks Arah Kebijakan, Strategi, dan Indikasi Program Pembangunan Aksesibilitas/Transportasi
- 5.3. Matriks Arah Kebijakan, Strategi, dan Indikasi Program Pembangunan Fasilitas Umum Dan Pariwisata
- 5.4. Matriks Arah Kebijakan, Strategi, dan Indikasi Program Pengembangan Pemasaran
- 5.5. Matriks Arah Kebijakan, Strategi, dan Indikasi Program Pembangunan Industri Pariwisata
- 5.6. Matriks Arah Kebijakan, Strategi, dan Indikasi Program Pengembangan Investasi
- 5.7. Matriks Arah Kebijakan, Strategi, dan Indikasi Program Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat
- 5.8. Matriks Arah Kebijakan, Strategi, dan Indikasi Program Pengembangan Pengembangan SDM
- 5.9. Matriks Arah Kebijakan, Strategi, dan Indikasi Program Pengembangan Kelembagaan

BAB 6 Kesimpulan

BAB III

PENGAWASAN DAN PENGENDALIAN

Pasal 5

- (1) Pemerintah Daerah melakukan pengawasan dan pengendalian pelaksanaan RIPPDA.
- (2) Pengawasan dan pengendalian dilakukan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

BAB IV
KETENTUAN PENUTUP
Pasal 6

Peraturan Bupati ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Bupati ini dengan penempatannya dalam Berita Daerah Kabupaten Lombok Tengah.

Ditetapkan di Praya
Pada tanggal Oktober 2016
BUPATI LOMBOK TENGAH,

H. MOH. SUHAILI FT

Diundangkan di Praya
Pada tanggal Oktober 2016
**SEKRETARIS DAERAH,
KABUPATEN LOMBOK TENGAH**

H. NURSIAH
BERITA DAERAH KABUPATEN LOMBOK TENGAH TAHUN 2016 NOMOR

BAB. 1

PENDAHULUAN

1.1. PERAN DAN POSISI STRATEGIS SEKTOR PARIWISATA DALAM PEMBANGUNAN

- ▮ Pariwisata sebagai sebuah sektor telah mengambil peran penting dalam pembangunan perekonomian. Kemajuan dan kesejahteraan yang makin tinggi telah menjadikan pariwisata sebagai bagian pokok dari kebutuhan atau gaya hidup manusia, dan menggerakkan jutaan manusia untuk mengenal alam dan budaya ke belahan atau kawasan-kawasan dunia lainnya. Pergerakan jutaan manusia selanjutnya menggerakkan mata rantai ekonomi yang saling kait mengkait menjadi industri jasa yang memberikan kontribusi penting bagi perekonomian, serta peningkatan kesejahteraan ekonomi di tingkat masyarakat lokal.
- ▮ Dalam lingkup global, pariwisata sebagai industri yang berkembang pesat telah mencatat angka lebih kurang 715 juta perjalanan internasional yang menghasilkan lebih dari US\$ 475 triliun dari pengeluaran wisatawan.
- ▮ Prospek yang sangat strategis sektor pariwisata tersebut tentu menjadi peluang yang sangat berarti bagi Kabupaten Lombok Tengah, sebagai sebuah Kabupaten yang memiliki kekayaan alam dan budaya yang sangat besar dan beragam. Dalam konteks tersebut diatas, maka pembangunan sektor pariwisata harus digarap secara serius, terarah, dan profesional agar pembangunan dan pemanfaatan aset-aset pariwisata dapat memberi kontribusi signifikan dalam mewujudkan peran sektor pariwisata sebagai andalan pembangunan di masa depan.

1.2. KONDISI UMUM KEPARIWISATAAN LOMBOK TENGAH

Industri pariwisata merupakan industri yang dikembangkan dan diandalkan sebagai salah satu sektor pendorong pertumbuhan ekonomi, karena sektor pariwisata berpengaruh signifikan terhadap perekonomian masyarakat. Industri Pariwisata merupakan kegiatan yang tidak mengenal batas ruang dan wilayah (*borderless*). Pengaruh globalisasi akibat perkembangan teknologi informasi yang diikuti dengan kemudahan akses membuat pergerakan manusia menjadi lebih cepat, lebih bervariasi, lebih nyaman, lebih ekonomis, dan lebih mudah. Berwisata merupakan salah satu kebutuhan manusia, rekreasi, relaksasi, mencari pengalaman, kekaguman, nostalgia, keindahan, dan beberapa alasan lain yang membuat orang untuk

melakukan perjalanan ke berbagai tempat untuk menikmati berbagai produk pariwisata dan fasilitas yang tersedia.

Beberapa negara bahkan mengandalkan industri pariwisata sebagai pendapatan utamanya (sektor yang diandalkan untuk perkembangan ekonomi). Agar mampu bersaing dengan destinasi lain, mereka **mengkemas potensi obyek dan tujuan wisatanya secara sistematis, terprogram, terencana, konsisten, *integrated*, dan holistik.** Berbagai kemudahan, fasilitas, pelayanan prima, iklim, dan regulasi dijadikan sebagai alat promosi. Komitmen yang tinggi dengan perencanaan yang berkelanjutan (*sustainable*) serta pelestarian yang benar menjadi ciri beberapa destinasi yang mampu bertahan. Mereka sadar akan konsekuensi yang akan diterimanya, apabila tidak menjaga potensi dan produk wisatanya secara komprehensif. Industri pariwisata memiliki konsumen (pasar) yang tak dapat diatur atau dipaksa agar pergi ke suatu destinasi tertentu. Kebebasan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi tertentu bersifat absolut.

Suatu Destinasi harus mengubah sikap dari eksklusif kedaerahan (*spasial*) ke sikap yang saling bekerja sama, menjalin kemitraan dan mengembangkan jejaring (*networking*) dengan program-program yang *integrated* dan saling menguntungkan (simbolis mutualisme). Namun, sesuai hukum pasar, suatu destinasi harus mengerti benar kaidah dan permasalahan pasar. **Kepercayaan**, adalah kata kunci bila bergerak di bidang jasa. Berbagai bidang jasa saling berhubungan erat dalam industri Pariwisata seperti perbankan, *money changer*, jasa transportasi, pertanian dan perkebunan (agro wisata), dan masih banyak lagi. Persaingan, perjanjian, penghindaran klaim, proteksi, inteljen bisnis dilakukan oleh para pelaku dan pengelola pariwisata. Dia harus mengenal siapa konsumennya, kompetitornya dan potensinya sehingga destinasi tersebut dapat mengerti posisi dan kemampuannya dalam mempengaruhi pasar. Analisa komprehensif terhadap keinginan konsumen diperlukan untuk mengetahui varian dan kualitas produk yang diinginkan atau laku dijual. Kualitas dan bauran (keanekaragaman) produk yang dihasilkan, merupakan output dari proses pembinaan dan pembelajaran. Pemberdayaan masyarakat dengan model atur diri sendiri dibarengi dengan kualitas dan bauran produksi signifikan serta ketergantungan penghidupan pada kelestarian destinasi, merupakan salah satu cara untuk meningkatkan ekonomi rakyat, utamanya disekitar destinasi. Kualitas, validitas, ketersediaan dan manajemen data merupakan hal terpenting dalam upaya untuk mengerti terhadap kemampuan diri sendiri dan kemampuan pesaing. Output Perencanaan yang tepat hanya akan diperoleh apabila masukan (data) tentang permasalahan dapat diperoleh dengan cepat dan tepat.

Pariwisata sering dipersiapkan sebagai wahana untuk meningkatkan pendapatan, terutama meningkatkan pendapatan pemerintah, khususnya pendapatan devisa, sehingga perkembangannya lebih bersifat ekonomi-sentris dan berorientasi pada pertumbuhan. Karena jumlah pendapatan devisa ditentukan oleh jumlah kunjungan, pengeluaran, dan lama kunjungan wisatawan ke negara destinasi, maka tolak ukur keberhasilan pembangunan pariwisata sering dinilai dengan pencapaian target :

- ▮ Jumlah kunjungan wisatawan
- ▮ Pengeluaran wisatawan (*expenditures*)
- ▮ Lama tinggal wisatawan (*length of stay*)

BAB 2

KONSEP PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN LOMBOK TENGAH

2.1. VISI DAN MISI PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN LOMBOK TENGAH

A. VISI PEMBANGUNAN PARIWISATA LOMBOK TENGAH

**“TERWUJUDNYA KEPARIWISATAAN LOMBOK TENGAH
YANG BERDAYA SAING, BERKELANJUTAN, MEMILIKI
POSISI STRATEGIS NASIONAL, MAMPU MENINGKATKAN
PEMBANGUNAN DAERAH DAN KESEJAHTERAAN
MASYARAKAT”**

B. JABARAN VISI PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN LOMBOKTENGAH

- a. Destinasi pariwisata berdaya saing internasional dimaksudkan sebagai kemampuan relatif suatu destinasi pariwisata dibandingkan dengan destinasi-destinasi pariwisata pesaingnya di tingkat internasional untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan menarik calon wisatawan untuk datang berwisata. Destinasi ditentukan oleh beberapa faktor, antara lain : atraksi atau daya tarik, dan faktor umum (sarana, prasarana, serta fasilitas pendukung lainnya).
- b. Pembangunan kepariwisataan Lombok Tengah secara berkelanjutan harus menjadi prinsip dasar yang dianut. Prinsip pembangunan destinasi pariwisata berbasis pembangunan berkelanjutan bertumpu kepada 4 (empat) aspek utama, yaitu:
 - 1) Keberlangsungan lingkungan (*Environmentally Sustainable*): pembangunan destinasi pariwisata nasional yang ramah lingkungan dan mampu menjaga, melindungi dan melestarikan kekayaan alam (konservasi dan proteksi lingkungan);
 - 2) Keberlangsungan sosial (*Socially Sustainable*): pembangunan destinasi pariwisata yang mampu menjaga dan meningkatkan kualitas dari nilai-nilai sosial kemasyarakatan setempat. Termasuk di dalamnya upaya mitigasi terhadap dampak negatif yang mempengaruhi kehidupan sosial.
 - 3) Keberlangsungan ekonomi (*Economically Sustainable*): pembangunan destinasi pariwisata nasional harus mampu menjaga kelangsungan dan pertumbuhan ekonomi dengan mengembangkan dan menyediakan peluang usaha dan lapangan kerja;

- 4) Keberlangsungan kelembagaan (*Institutionally sustainable*): pembangunan destinasi pariwisata nasional harus mampu mengembangkan kerjasama institusi, kemitraan yang kreatif, produktif, dan saling menguntungkan antara pemerintah, masyarakat dan sektor swasta.
- c. Memiliki Posisi Strategis Nasional dimaksudkan sebagai pemosisian kepariwisataan Lombok Tengah dalam konstelasi kepariwisataan Nasional yang memiliki nilai strategis. Selain itu, secara geografis, posisi Lombok Tengah juga dinilai strategis berada di antara P. Bali, P. Sumbawa, dan Kawasan Komodo.
- d. Mampu Meningkatkan Pembangunan Daerah dalam konteks Visi tersebut diartikan sebagai pembangunan destinasi berbasis potensi yang dimiliki oleh masing-masing daerah yang mampu memberikan efek berganda (*multiplier effect*) tinggi dan mampu menggerakkan mata rantai pembangunan daerah.
- e. Kesejahteraan Masyarakat mengamanatkan adanya upaya-upaya untuk mensejahterakan masyarakat melalui pemberdayaan, penguatan dan peningkatan kapasitas, peran, dan inisiatif masyarakat sebagai salah satu pemangku kepentingan agar masyarakat memperoleh nilai manfaat (baik ekonomi maupun non ekonomi).

C. MISI PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN LOMBOK TENGAH

1. Mengembangkan **INDUSTRI PARIWISATA** yang efisien, berdaya saing, kredibel, mensinergiskan kemitraan antar usaha, bertanggung jawab terhadap lingkungan alam dan sosial budaya dan mensejahterakan Masyarakat.
2. Mengembangkan **DESTINASI PARIWISATA** yang berdaya saing, berkelanjutan, memiliki posisi strategis nasional, mampu meningkatkan pembangunan daerah, dan mensejahterakan masyarakat.
3. Mengembangkan **PEMASARAN PARIWISATA** yang unggul, efektif, dan bertanggung jawab untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.
4. Mengembangkan **KELEMBAGAAN** dan tata kelola kepariwisataan yang mampu mendorong terwujudnya pembangunan industri pariwisata, destinasi pariwisata, dan pemasaran pariwisata yang berdaya saing dan berkelanjutan.

2.2. PEMBAGIAN ZONASI

ODTW yang ada di Lombok Tengah secara umum dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) kelompok wilayah yakni bagian utara, bagian tengah, dan bagian selatan yang dapat ditetapkan sebagai Kawasan Pembangunan kepariwisataan. Ketiga kawasan ini memiliki ciri, potensi, dan tema pembangunan yang berbeda.

Kawasan bagian utara berupa dataran tinggi Gunung Rinjani merupakan potensi ODTW alam pegunungan. Kawasan bagian tengah merupakan daerah dataran yang sarat dengan kekayaan budaya. Kota Praya terletak pada kawasan bagian tengah. Sementara pada kawasan bagian selatan berupa pantai dikembangkan untuk wisata pantai. Ketiga kawasan tersebut sudah dihubungkan oleh sistem jaringan infrastruktur jalan yang cukup baik.

Penetapan ketiga kawasan pembangunan pariwisata tersebut masih memungkinkan adanya unsur komplementarisitas yang ditujukan bagi pembangunan antar kawasan dan antar ODTW pada ketiga Kawasan Pembangunan Pariwisata. Di samping itu penetapan ketiga kawasan secara makro ini untuk memberikan fleksibilitas bagi perencanaan pembangunan pariwisata daerah.

2.3. RENCANA PEMBANGUNAN BERDASARKAN KAWASAN PENGEMBANGAN PARIWISATA

2.3.1. PENGEMBANGAN KAWASAN WILAYAH UTARA (AIK MENENG)

Pengembangan kawasan di wilayah utara ditinjau dari komponen obyek dan daya tarik, aksesibilitas, amenitas, fasilitas pendukung, dan kelembagaan dapat dijelaskan berikut ini.

1. Obyek dan Daya Tarik (*Attractions*)

Potensi ODTW utama pada wilayah utara adalah proses geologis berupa erupsi Gunung Rinjani yang berada pada daerah dengan ekosistem hutan tropika pegunungan. Di sebelah selatannya terdapat daerah perkebunan dan pemandian Aik Bukak serta air terjun Benang Kelambu dan Benang Stokel. Pada kondisi cuaca yang bagus, *sun rise* dapat dinikmati dari puncak Rinjani. Potensi berupa seni budaya dan kehidupan masyarakat pedesaan, hutan tropika, pegunungan, perkebunan, dan pertanian di lereng pegunungan merupakan ODTW potensial untuk dikembangkan sebagai wisata budaya dan minat khusus yang bertemakan ekowisata. Salah satu diantaranya yaitu Desa Wisata Mas-Mas, dimana obyek wisata ini menyajikan kondisi sosial budaya masyarakat setempat dan tata cara bercocok tanam secara tradisional.

2. Aksesibilitas (*Accessibility*)

Di wilayah utara telah dibangun jalan yang cukup memadai. Strategi yang harus dilaksanakan adalah memelihara kualitas dan kondisi jalan ini agar dapat tetap dipertahankan sebagai jalur wisata yang memadai, serta perpanjangan jalur jalan pada daerah tujuan wisata, sehingga dapat diakses langsung dengan menggunakan kendaraan dengan nyaman. Kendaraan untuk pariwisata terutama bus pariwisata disesuaikan dengan kondisi jalan agar kegiatan berwisata dapat terus dilaksanakan dan tidak cepat menimbulkan kerusakan jalan.

3. Amenitas (*Amenities*)

Pemukiman penduduk yang terbentuk secara berkelompok oleh masyarakat pedesaan di daerah pegunungan ini harus tetap dipertahankan. Rumah penduduk pedesaan belum dikembangkan secara optimal untuk menjadi Pondok Wisata Pedesaan dengan cara meningkatkan dan memperbaiki sanitasi kesehatan dan mengatur lingkungan pemukiman yang bersih dan indah.

4. Fasilitas Pendukung (*Ancillary Services*)

Fasilitas pendukung yang dapat digunakan oleh wisatawan, seperti : bank, telekomunikasi, kantor pos, serta puskesmas dan puskesmas pembantu sudah ada, namun masih kurang memadai baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Bank dan kantor pos hanya terdapat di ibukota kecamatan, serta jaringan telekomunikasi sudah ada namun sinyalnya masih kurang baik. Sementara Puskesmas dan puskesmas pembantu sudah tersedia di kota kecamatan dan desa, namun tenaga dokter, perawat dan tenaga medisnya yang masih kurang.

5. Kelembagaan (*Institutions*)

Lembaga yang selama ini berusaha dalam bidang pariwisata dimiliki oleh kelompok masyarakat tertentu golongan menengah ke atas. Upaya yang perlu dilaksanakan adalah untuk meningkatkan minat masyarakat golongan menengah ke bawah untuk ikut membentuk lembaga yang bergerak dan berusaha di bidang pariwisata. Pemberdayaan terhadap koperasi wisata atau pemberdayaan Koperasi Unit Desa dan Lembaga Masyarakat Desa dapat dilakukan untuk ikut berperan serta dalam pengembangan pariwisata di daerah tersebut.

Pada dasarnya institusi, manajemen dan SDM dalam pelayanan terhadap pariwisata telah terbentuk. Namun kondisi SDM pada institusi manajemen dan masyarakat yang terkait dengan pariwisata belum menunjukkan kinerja profesional. Seluruh SDM yang terlibat yang berada dalam institusi, manajemen dan pelayanan wisata perlu dikembangkan agar lebih profesional. Khusus pemandu wisata perlu ditingkatkan pengetahuan dan kemampuannya terhadap berbagai hal mengenai perilaku, sifat dan terjadinya erupsi Gunung Rinjani, hutan tropika pegunungan, sistem sosial ekonomi budaya masyarakat pedesaan, bentuk perkebunan dan budidaya pertanian daerah pegunungan. Untuk ini perlu dilakukan pelatihan yang dapat dilaksanakan oleh swasta, pemerintah dengan menjalin hubungan dengan lembaga pendidikan terkait.

Upaya promosi dan pemasaran diusahakan terhadap pangsa pasar Eropa. Untuk ini perlu dilaksanakan cara promosi dengan teknologi komunikasi dan informasi modern di samping cara-cara konvensional lainnya.

2.3.2. PENGEMBANGAN KAWASAN WILAYAH TENGAH (TUNJUNG TILAH)

Pengembangan kawasan di wilayah tengah ditinjau dari komponen obyek dan daya tarik, aksesibilitas, amenitas, fasilitas pendukung, dan kelembagaan dapat dijelaskan berikut ini.

1. Obyek dan Daya Tarik (*Attractions*)

Wilayah bagian Tengah merupakan wilayah dataran rendah dengan potensi pertanian padi dan palawija, didukung oleh hamparan lahan sawah yang luas dan sarana irigasi yang memadai. ODTW bagian tengah antara lain: Songket Sukarara, Gerabah Penujak, Beleke. ODTW berupa desa wisata berbasis kerajinan tangan seperti, kerajinan tenun telah berkembang dan menjadi tujuan utama wisatawan. Sedangkan ODTW yang lain potensinya masih banyak dan belum dikembangkan. Begitu pula dengan ODTW berbasis budaya berupa *living culture* di perkotaan dan perdesaan merupakan atraksi wisata yang sangat menarik bagi wisatawan mancanegara. Upacara adat dan tradisi masyarakat dapat dikembangkan untuk menciptakan wisata minat khusus.

Ketersediaan sarana konvensi yang memadai serta lembaga yang profesional perlu diciptakan untuk menunjang strategi pengembangan wisata konvensi.

Di samping itu juga dikembangkan wisata minat khusus, belanja, pendidikan dan penelitian. Berdirinya Kampus Institut Pemerintahan Dalam Negeri (IPDN) memiliki daya tarik tersendiri bagi mahasiswa/praja dan keluarga besar IPDN pada khususnya dan umumnya bagi semua pihak yang mendapatkan manfaat dengan berdirinya Kampus IPDN.

2. Aksesibilitas (*Accessibility*)

Di wilayah bagian tengah ini telah terbangun jalan yang sangat memadai untuk pariwisata. Untuk playanan wisata perlu dikembangkan sarana transportasi umum dan pariwisata yang nyaman dengan pelayanan yang baik. Angkutan bus pariwisata dikembangkan untuk melayani jalur ke seluruh ODTW. Di samping itu pengaturan dan pendisiplinan etika berlalu lintas bagi angkutan umum dan pengaturan jalur jalan agar kemacetan lalu lintas dapat dihindari.

Keberadaan Bandar Udara Internasional Lombok (BIL) selain utamanya sebagai pintu masuk bagi wisatawan, juga memiliki *multiplier effect* bagi berbagai komponen pendukungnya seperti berkembangnya *travel agent*, hotel, restoran, dan lain sebagainya. Selain itu berkembang pula sektor perbankan yang ditandai dengan semakin banyaknya bank-bank swasta yang membuka kantor cabangnya di Praya.

3. Amenitas (*Amenities*)

Pada saat ini kota Praya dan di sekitarnya telah terbangun beberapa sarana akomodasi (hotel). Oleh karenanya pengembangan hotel dengan berbagai klasifikasi perlu diwujudkan dalam rangka percepatan pengembangan pariwisata Lombok Tengah sebagai destinasi bertaraf Internasional.

Fasilitas pendukung yang dapat digunakan oleh wisatawan, seperti : bank, telekomunikasi, kantor pos, serta puskesmas dan puskesmas pembantu sudah ada dan cukup baik. Beberapa bank pemerintah dan swasta berada di kota Praya dan ada juga yang berada di kota kecamatan. Kantor pos terdapat di ibukota kecamatan serta jaringan telekomunikasi sudah ada dan sinyalnya sudah cukup baik. Selanjutnya rumah sakit pemerintah dan swasta cukup banyak tersedia di kota Praya, sementara puskesmas dan puskesmas pembantu sudah tersedia di kota kecamatan dan desa, namun tenaga dokter, perawat dan tenaga medisnya yang perlu ditambah.

4. Kelembagaan (*Institutions*)

Pada saat ini di kota Praya telah ada beberapa lembaga pendidikan pariwisata. Namun lembaga pendidikan ini masih terfokus pada beberapa program saja. Sehingga perlu dikembangkan ragam program sehingga keperluan tenaga untuk melayani pariwisata di aspek transportasi, industri, dan pengelolaan di ODTW dapat terpenuhi. Disamping itu peningkatan profesionalisme terhadap seluruh pelaku pariwisata dapat dilaksanakan dengan beberapa cara antara lain; pemberdayaan, pembinaan, pendidikan, dan pelatihan. Mutasi lembaga pengelola pariwisata baik swasta maupun pemerintah perlu dipilih dan dilakukan sesuai dengan pendidikan formal di bidang pariwisata.

Seluruh komponen kelembagaan yang berkait dengan kebijaksanaan dan pelaksanaan pengembangan pariwisata perlu mengembangkan koordinasi yang kondusif dengan seluruh *stakeholder*. Hal ini menyangkut seluruh aspek pengembangan mulai dari kebijaksanaan pariwisata, strategi pengembangan, pelaksanaan pengembangan, serta evaluasi dan monitoring keberhasilan pengembangan. Pemberdayaan kelembagaan masyarakat seperti perseorangan, badan swasta, koperasi Pemerintah Daerah dan Pusat dapat dilakukan untuk meningkatkan kinerja manajemennya.

Pengembangan promosi yang merupakan bagian dari pemasaran dengan memilih sasaran segmen pasar yang tepat. ODTW di Kabupaten Lombok Tengah pada umumnya mempunyai pangsa pasar dari Eropa, khususnya Belanda, Jerman, Inggris dan Prancis. Pangsa pasar wisatawan dari Asia Timur dan Amerika Utara dilakukan dengan promosi yang bertepatan dan berdaya guna. Pemasaran dengan memilih pangsa pasar pariwisata

merupakan kebijaksanaan yang perlu dikembangkan. Cara promosi tradisional perlu ditingkatkan dan dikembangkan dengan menggunakan teknologi telekomunikasi dan informasi modern. Karena pelayanan yang profesional perlu dilakukan pada setiap bagian yang berhubungan dengan wisatawan.

2.3.3. PENGEMBANGAN KAWASAN WILAYAH SELATAN (EMPAK BAU)

Pengembangan kawasan di wilayah selatan ditinjau dari komponen obyek dan daya tarik, aksesibilitas, amenitas, fasilitas pendukung, dan kelembagaan dapat dijelaskan berikut ini.

1. Obyek dan Daya Tarik (*Attractions*)

Di pantai selatan Lombok Tengah terdapat kawasan pantai dan di beberapa tempat yang dipergunakan sebagai ODTW. Sementara masih banyak tempat atau lokasi pantai yang lebih menarik tetapi belum dikembangkan. Pengembangan pantai di wilayah selatan dapat dilakukan dengan strategi konservasi. Sebagai kawasan lindung daerah pantai selatan ini memiliki ekosistem pantai yang menarik. Pengembangan dilaksanakan dengan 2 (dua) pola yaitu pola pengembangan pantai terjal (*rocky beach*) di bagian timur dan pantai dataran berpasir (*sandy beach*) di bagian barat. Keduanya mempunyai potensi daya tarik wisata alam yang tinggi dengan sifat dan perilaku pantai yang berbeda. Pengembangan dengan strategi *big both* terhadap seluruh pantai tetap dengan memperhatikan komplementaritas antar ODTW pantai. Dengan demikian pantai akan berkembang bersama dan saling komplementer dengan masing-masing ODTW memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif. Pengembangan ODTW pantai lebih ditekankan pada pengembangan pariwisata bertemakan wisata minat khusus (*special interest tourism*) dengan melihat potensi dan karakter pantai tersebut.

2. Aksesibilitas (*Accessibility*)

Perlu dilaksanakan upaya pemeliharaan bagi jalan yang telah dibangun dan telah menjangkau ke objek yang sudah ada. Sementara itu, terhadap pantai yang akan dikembangkan perlu dilakukan pembangunan jalan dengan intensitas dan keterjangkauan yang tidak merusak ekosistem pantai dan lingkungan. Bus pariwisata perlu ditambah jumlahnya untuk melayani trayek ke seluruh ODTW pantai. Pelabuhan Perikanan Nusantara (PPN) yang berlokasi di pantai selatan Lombok Tengah dari sektor pariwisata diharapkan menjadi pintu masuk wisatawan (*Tourism Gate*).

3. Amenitas (*Amenities*)

Untuk memberi fasilitas akomodasi bagi wisatawan perlu dikembangkan berbagai tipe sarana akomodasi. Bentuk dan tipe sarana akomodasi dapat berupa hotel bintang, hotel melati, dan pondok wisata yang dikembangkan sesuai dengan lingkungan setempat. Pantai yang dikembangkan dilengkapi

dengan berbagai sarana akomodasi dengan memperhitungkan tingkat jangkauan dan permintaan pasar (*market driven*) Pengembangan akomodasi ini tidak boleh menyalahi ketentuan peraturan tentang kawasan lindung sempadan pantai.

4. Fasilitas Pendukung (*Ancillary Services*)

Fasilitas pendukung yang dapat digunakan oleh wisatawan, seperti : bank, telekomunikasi, kantor pos, serta puskesmas dan puskesmas pembantu sudah ada, namun masih kurang. Bank dan kantor pos hanya terdapat di ibukota kecamatan, serta jaringan telekomunikasi sudah ada namun sinyalnya masih kurang baik terutama untuk wilayah Desa Prabu, Selong Belanak, Montong Sapah, Batu Jangkih, dan Montong Ajan. Sementara Puskesmas dan puskesmas pembantu sudah tersedia di kota kecamatan dan desa, namun tenaga dokter, perawat dan tenaga medisnya yang perlu ditambah.

5. Kelembagaan (*Institutions*)

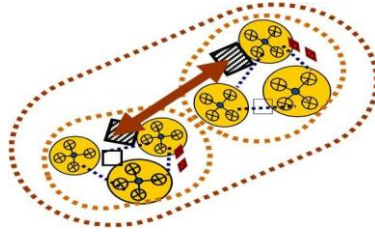
Pada hakekatnya institusi, manajemen dan SDM pelayanan pariwisata di wilayah pantai bagian barat telah terbentuk. Tetapi bagi wilayah bagian timur, institusi, manajemen dan SDM pelayanan pariwisata belum memadai. Kondisi SDM yang ada belum dapat melayani kegiatan yang terkait dengan pariwisata secara profesional. Seluruh SDM yang terlibat yang berada dalam institusi pemerintah dan swasta, manajemen dan pelayanan pariwisata perlu dikembangkan agar lebih profesional. Khusus pemandu wisata perlu ditingkatkan pengetahuan dan kemampuannya terhadap potensi wisata yang ada. Untuk ini perlu dilakukan pelatihan yang dilaksanakan oleh swasta dan pemerintah dengan melibatkan lembaga pendidikan untuk mempersiapkan tenaga pemandu yang profesional.

Promosi dalam pengembangan pemasaran diarahkan kepada wisatawan nusantara. Selanjutnya, upaya untuk mengembangkan promosi dan pemasaran wisatawan minat khusus dilakukan dengan penyempurnaan cara yang tradisional ke cara yang lebih maju dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Kegiatan terpadu dalam promosi dan pemasaran pariwisata akan dapat memberi hasil guna yang lebih baik dengan biaya yang lebih efisien.

2.4. RENCANA PENGEMBANGAN PRODUK

2.4.1. DESTINASI PARIWISATA

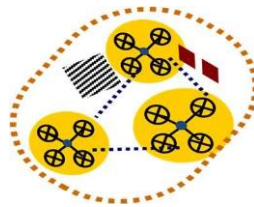
Dapat diilustrasikan bahwa pengembangan destinasi pariwisata seperti gambar di bawah ini.



Suatu kawasan pariwisata tidak akan dapat berkembang dengan baik apabila tidak didukung oleh berkembangnya destinasi-destinasi pariwisata yang dikelola secara terpadu dan sistemik.

2.4.2. KAWASAN PARIWISATA

Ilustrasi kawasan pariwisata dapat ditunjukkan dalam bentuk gambar di bawah ini.



Pengembangan kawasan pariwisata tidak terlepas dari pengembangan daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, dan masyarakat setempat. Hal ini berarti bahwa melakukan upaya memajukan daya tarik wisata, membangun fasilitas umum dan pariwisata, serta membuat akses dan memberdayakan masyarakat lokal merupakan dukungan terhadap kemajuan kawasan pariwisata.

2.4.3. DAYA TARIK WISATA

Daya tarik wisata dapat diilustrasikan seperti gambar di bawah ini.



Pengembangan daya tarik wisata sangat penting guna menggerakkan motivasi wisata. Daya tarik wisata dapat berupa wisata budaya, konvensi, minat khusus, dan lainnya yang dijelaskan lebih lanjut di bawah ini.

1) Jenis ODTW Budaya

Living Culture

- Festival Bau Nyale

- ▣ Budaya Presean
- ▣ Gendang Beleq
- Heritage

- ▣ Dusun Sade
- ▣ Beleke
- ▣ Ende

2) Jenis ODTW Konvensi

ODTW konvensi pada dasarnya adalah jenis kegiatan konvensi itu sendiri. Oleh karena itu ketentuan jenis ODTW konvensi seperti diuraikan pada butir nomor 1. Tingkat profesionalitas manajemen penyelenggaraan beserta segala fasilitas dan perangkat pendukungnya perlu dikembangkan atau ditingkatkan sedemikian rupa sehingga mampu menekan serendah-rendahnya keluhan-keluhan dan mendorong setinggi-tingginya tingkat kepuasan peserta konvensi, tanpa mengorbankan kepentingan masyarakat umum sebagai “penerima tamu”.

3) ODTW minat khusus

Pada hakekatnya objek dan daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Lombok Tengah dapat dikembangkan untuk jenis wisata minat khusus.

4) Jenis ODTW Lain

a) ODTW alam

- ▣ Pemandangan Alam Gunung Rinjani
- ▣ Goa;
- ▣ Hutan (tropika pegunungan, wisata, lindung, produksi);
- ▣ Pantai
- ▣ Air terjun
- ▣ Telaga;
- ▣ Sungai

b) ODTW buatan

Meliputi pakaian, makanan, kendaraan, peralatan khas, monumen, dan kampus perguruan tinggi.

c) ODTW Belanja

- ▣ Gerabah penujak
- ▣ Tenun Songket Sukarara
- ▣ Tempat kerajinan

2.4.4. FAKTOR PENDUKUNG

1. Kelembagaan

- A. Melakukan identifikasi bidang-bidang kerja, baik di lembaga-lembaga pemerintah maupun swasta yang saling melengkapi (komplementer) kinerja masing-masing;
- B. Berupaya menjalin kerjasama dan koordinasi dalam berbagai program atau kegiatan yang saling mendatangkan manfaat.

2. SDM

- A. Meningkatkan keterkaitan dan kesepadanan pendidikan pariwisata dengan peluang kerja di sektor pariwisata.
- B. Mempertinggi standar kompetensi SDM pelayanan pariwisata.

3. Pemasaran

Secara umum pengembangan pasar wisatawan ke Lombok Tengah yang diharapkan berkunjung, baik wisatawan nusantara maupun mancanegara sebesar 2 juta wisatawan pada tahun 2018. Secara tradisi pasar pariwisata Internasional untuk Lombok Tengah adalah wisatawan Eropa khususnya Prancis dan Jepang. Sangat kebetulan bahwa kedua segmen pasar tersebut memang merupakan pasar terbaik bagi Lombok Tengah, karena pasar Eropa merupakan pasar pariwisata budaya sedangkan pasar Asia Timur merupakan pasar wisata "*sight seeing*" dan rekreatif tetapi tidak menolak pariwisata budaya, dan bahkan pasar ini merupakan segmen pasar wisata belanja, sehingga cukup berpotensi mengembangkan tingkat belanja wisatawan.

Dengan demikian pengembangan pasar pariwisata mancanegara di Lombok Tengah diarahkan terutama pada segmen pasar Eropa khususnya Eropa Barat dan Asia Timur. Pengembangan ini tentu saja tidak menutup kemungkinan pengembangan pasar wisata internasional yang lain seperti Amerika (baik Amerika bagian utara maupun selatan) dan Australia; sedangkan pasar Asia Tenggara bukan merupakan prioritas pengembangan.

Dapat disimpulkan bahwa suatu produk pariwisata dapat dikembangkan dengan memperhatikan pengelolaan destinasi pariwisata secara terpadu dan sistemik; memajukan kawasan pariwisata termasuk daya tarik, fasilitas, akses dan masyarakat lokal; pengembangan daya tarik wisata yang berupa wisata budaya, konvensi, minat khusus, dan lainnya; dan mengoptimalkan berfungsinya faktor-faktor pendukung seperti kelembagaan, SDM, dan pemasaran.

2.5. RENCANA INVESTASI

1. Pembiayaan Pemerintah dan Pembiayaan Swasta

Rencana investasi dari pembiayaan pemerintah dapat ditelusuri melalui APBN. Diharapkan peran pembiayaan pemerintah semakin kecil dan bergeser ke swasta. Hal ini diwujudkan baik untuk pembiayaan infrastruktur maupun sarana non-fisik pariwisata, misalnya yang menyangkut sumber daya manusia. Namun pemerintah tetap berperan penting dalam memberikan arahan-arahan bagi pembiayaan swasta. Peran pembiayaan swasta sendiri berasal dari baik swasta nasional maupun asing.

Kebijakan pembiayaan swasta ini mencakup, pertama, peran sektor perbankan, yaitu terutama dalam masalah pengendalian tingkat bunga kredit dan pemberian fasilitas-fasilitas khusus untuk meningkatkan insentif bagi investor. Kedua, peran kemitraan swasta baik swasta asing maupun nasional dan lokal dalam bentuk subkontrak dan kontrak manajemen. Ketiga, kerjasama pemerintah daerah dengan investor, terutama investor asing secara langsung dalam upaya meningkatkan investasi di daerah.

2. Prosedur

Di masa yang akan datang pemerintah akan lebih berperan sebagai pemberi arah bagi pembiayaan investasi yang dilakukan pihak swasta. Pemberian arah tersebut dapat dilakukan melalui pemberian prosedur yang lebih mudah bagi izin investasi. Selain itu pemerintah juga harus memperbaiki pelayanan birokrasi yaitu dengan menciptakan iklim investasi yang lebih mudah dan memberikan insentif-insentif yang dapat merangsang investor untuk menanamkan modalnya di daerah ini. Investasi diwaktu mendatang diarahkan kepada investasi untuk pembangunan ODTW disamping untuk membangun fasilitas akomodasi, restoran, dan kerajinan rakyat.

3. Antisipasi terhadap Liberalisasi dan Globalisasi

Liberalisasi dan globalisasi tidak hanya menyangkut perdagangan saja, tetapi juga jasa termasuk jasa kepariwisataan. Liberalisasi dan globalisasi ini diharapkan akan membawa dampak semakin bebas atau mudahnya investasi masuk. Namun demikian, liberalisasi juga memungkinkan 'larnya' modal (*capital outflow*) ke luar negeri atau penanaman investasi di luar negeri, sehingga yang perlu dipersiapkan adalah bagaimana regulasi atau kebijakan yang diambil oleh pemerintah, baik pusat maupun daerah agar dapat bersaing dan menciptakan iklim yang kondusif bagi para investor untuk menanamkan modalnya di dalam negeri, baik tingkat nasional maupun daerah.

4. Arah Investasi dan Faktor Pendukung

- 1) Orientasi ke wisata budaya
- 2) Investasi di industri-industri yang menunjang sektor pariwisata, terutama industri kecil dan rumah tangga, sehingga peningkatan pendapatan dari investasi di sektor pariwisata dapat juga dinikmati oleh golongan ekonomi menengah ke bawah.
- 3) Peningkatan infrastruktur baik fisik maupun non-fisik (pelayanan) yang menunjang investasi di sektor pariwisata
- 4) Transparansi dan reduksi *birocration restrictons*
- 5) Peningkatan promosi industri pariwisata di Lombok Tengah

BAB. 3

PROFIL WILAYAH DAN POTENSI PARIWISATA KABUPATEN LOMBOK TENGAH

3.1. PROFIL WILAYAH KABUPATEN LOMBOK TENGAH

3.1.1 KONDISI GEOGRAFIS

1. Letak dan Keadaan Alam

Lombok Tengah merupakan salah-satu daerah tujuan wisata di Propinsi Nusa Tenggara Barat dengan ibu kota berada di Praya. Terletak dilokasi yang mudah terjangkau, hanya 7 Km dari Bandara Internasional Lombok (BIL).

Tidak seperti Kabupaten/kota lainnya di Nusa Tenggara Barat, pemekaran wilayah kecamatan di Kabupaten Lombok Tengah tergolong relatif lambat, karena hingga tahun 2013 jumlah kecamatan yang ada masih tercatat sebanyak 12 kecamatan dengan luas wilayah berkisar antara 50 hingga 234 km². Kecamatan Pujut merupakan salah-satu Kecamatan terluas dengan wilayah mencapai 19,33 persen dari luas wilayah Kabupaten, diikuti Kecamatan Batukliang Utara, Praya Barat dan Praya Barat Daya dengan persentase masing masing 15,06, 12,64, dan 10,34 persen, sementara lainnya memiliki persentase luas wilayah tujuh persen.

Deretan pantai-pantainya yang berpasir putih sangat eksotis dan menghadap langsung ke Samudra Hindia. Jumlah wisatawan yang berkunjung, baik wisatawan mancanegara maupun domestik terus meningkat. Beberapa lokasi untuk berselancar masih terlalu perawan untuk dilewatkan oleh para peselancar mania, selain privasi yang maksimal juga sepinya pantai selatan.

Keseharian yang masih menjaga tradisi leluhur di Dusun Sade dan Ende, dua desa cagar budaya menggambarkan bagaimana etnik Sasak menjalani kehidupan pada masa-masa awal peradabanya.

Tenun tradisional di Sukarare, kerajinan gerabah di Penujak, barang-barang antik terbuat dari ketak dan rotan di Desa Beleke, semuanya sangat mendukung perkembangan pariwisata di daerah ini. Tentu saja upacara-upacara Tradisional yang unik dan tidak sedikit yang masih menebarkan daya magis masih dipraktikan oleh etnik pewaris

pulau Lombok ini.

Melihat posisi geografis Lombok Tengah, maka jarak antara ibukota Kabupaten dengan Ibukota Kecamatan memiliki radius yang relatif dekat yang berkisar 0 hingga 20 km. Namun antara Ibukota Kecamatan yang satu dengan ibu kota kecamatan yang lain yang terjauh mencapai jarak 41 Km yakni antara Ibukota Kecamatan Pringgarata dengan Ibukota Kecamatan Janapria.

Dilihat dari topografi, bagian utara wilayah Kabupaten Lombok Tengah merupakan daerah dataran tinggi dan merupakan areal kaki Gunung Rinjani yang meliputi Kecamatan Batukliang, Batukliang Utara, Kopang, dan Pringgarata. Curah hujan pada daerah ini relatif tinggi dan dapat menjadi pendukung bagi kegiatan di sektor pertanian. Selain itu di bagian utara terdapat aset wisata terutama wisata alam pegunungan dengan pemandangan yang indah dan udara yang sejuk.

Bagian tengah meliputi Kecamatan Praya, Praya Tengah, Praya Barat, Praya Barat Daya, Praya Timur, Janapria dan sebagian Kecamatan Jonggat merupakan wilayah dataran rendah yang memiliki lahan pertanian padi dan palawija, didukung oleh hamparan lahan sawah yang luas dengan sarana irigasi yang memadai.

Sedangkan bagian selatan merupakan daerah yang berbukit-bukit dan sekaligus berbatasan dengan Samudera Indonesia. Bagian selatan ini meliputi wilayah Kecamatan Pujut, sebagian Kecamatan Praya Barat, Praya Barat Daya dan Praya Timur. Karna berbatasan dengan Samudra Indonesia, maka wilayah ini memendam potensi wisata pantai yang indah dengan gelombang yang cukup fantastik. Sebagai pendukung wisata, di wilayah bagian selatan telah dilengkapi berbagai fasilitas penunjang seperti hotel, restoran, termasuk sarana jalan yang memadai.

Secara keseluruhan Kabupaten Lombok Tengah dapat dijangkau dengan transportasi darat. Kabupaten Lombok Tengah terletak pada posisi $8^{\circ}24'$ - $8^{\circ}57'$ LS dan $116^{\circ}05'$ - $116^{\circ}24'$ B. Batas-batas wilayah Kabupaten Lombok Tengah.

Sebelah Utara	: Kab Lombok Barat dan Kab. Lombok Utara
Sebelah Selatan	: Samudera Indonesia
Sebelah Timur	: Kabupaten Lombok Timur
Sebelah Barat	: Kabupaten Lombok Barat



Berdasarkan keadaan tofografinya Kabupaten Lombok Tengah terbagi menjadi 3 (tiga) bagian yaitu bagian utara, bagian tengah dan bagian selatan. Wilayah bagian utara merupakan daerah dataran tinggi yang terbentang sepanjang kaki Gunung Rinjani.

Wilayah bagian utara memiliki potensi pertanian yang prospektif juga menyimpan aset pariwisata terutama pariwisata alam pegunungan yang dapat dikembangkan untuk menarik wisatawan nusantara atau mancanegara untuk datang menikmati keindahan alam wilayah Lombok Tengah. Mengingat hal tersebut, maka hal terpenting yang perlu diperhatikan adalah peningkatan fasilitas sarana dan prasarana terutama sarana transportasi, irigasi serta telekomunikasi agar keuntungan ekonomi dibidang pertanian maupun sektor lainnya berdampak pada percepatan proses transformasi ekonomi maupun sosial budaya di wilayah bagian Utara.

Wilayah bagian Tengah merupakan wilayah dataran rendah dengan potensi pertanian padi dan palawija, di dukung oleh hamparan sawah yang luas dan sarana imigrasi yang memadai.

Sedangkan di bagian Selatan merupakan wilayah yang berbukit-bukit cocok dikembangkan untuk pariwisata laut/pantai, pertanian dan sektor-sektor lain yang sesuai. Fasilitas penunjang pariwisata seperti hotel, kualitas jalan raya dan sarana transportasi kondisinya cukup memadai.

Secara keseluruhan Kabupaten Lombok Tengah memiliki luas 1.208,29 km² dengan peruntukan tanah sebagai mana terlihat dalam tabel dibawah ini:

No	Jenis Peruntukan	Luas (HA)	
1	Pekarangan / Bangunan	6.993	5,73
2	Sawah	52.556	43,49
3	Tegalan / Kebun	12.240	10,28
4	Ladang / Huma	12	0,01
5	Tanah Penggembalan	85	0,07
6	Tambak	281	0,23
7	Kolam Empang	1.773	1,47
8	Hutan Rakyat	2.583	2,14
9	Hutan Negara	21.158	17,50
10	Perkebunan	5.461	4,51
11	Lain-lain	17.517	14,49
Jumlah Luas Seluruhnya		120.839	100,000

1. Iklim dan Topografi

Kabupaten Lombok Tengah memiliki iklim tropis dengan musim kamarau yang kering. Musim hujan mulai sekitar bulan Oktober sampai dengan bulan April dengan curah hujan pada bulan-bulan tersebut rata-rata di atas 100 mm, dengan curah hujan tertinggi terjadi pada bulan Januari yang mencapai 493 mm. Sedangkan pada bulan Mei sampai dengan bulan September curah hujan rata-rata di bawah 100 mm bahkan dibawah 50 mm dan curah hujan terendah terjadi pada bulan Agustus yakni sebesar 0 mm. Hari hujan terbanyak pada bulan Desember yakni selama 24 hari dan hujan terkecil pada bulan Juni dan Agustus yakni selama 1 hari. Topografi Kabupaten Lombok Tengah pada bagian utara merupakan daerah pegunungan, termasuk kawasan Gunung Rinjani dengan ketinggian mencapai 3.726 meter diatas permukaan laut, sangat cocok untuk areal perkebunan seperti kopi, kayu dan lain-lain.

Bagian Tengah merupakan dataran rendah dan diperuntukan sebagai daerah persawahan dengan hasil utama padi, palawija dan tembakau. Sementara di bagian Selatan adalah daerah perbukitan dengan ketinggian antara 100 sampai dengan 355 meter diatas permukaan laut serta kawasan pantai sebagai daerah Pariwisata.

Jenis tanah yang dominan di Kabupaten Lombok Tengah adalah kompleks Mediteran Coklat 38.372 ha (31,75%), Gromosol Kelabu tua 30,771 ha (25,46%) serta Regosol Kelabu 26.416 ha (21,86 %).

Rata-rata Hari Hujan dan Curah Hujan per Kecamatan di Kabupaten Lombok Tengah:

No	Kecamatan	Jumlah Hari Hujan	Curah Hujan mm
1	Praya Barat	10	130
2	Praya Barat Daya	4	49
3	Pujut	9	126
4	Praya Timur	10	94
5	Janapria	7	130
6	Kopang	9	175
7	Praya	11	145
8	Praya Tengah	-	-
9	Jonggat	10	118
10	Pringgarata	10	144
11	Batukliang	7	103
12	Batukliang Utara	9	167

Lombok Tengah Dalam Angka 2015

3.1.2. KEPENDUDUKAN

Penduduk sebagai subyek maupun objek pembangunan merupakan variabel dependen yang utama, karenanya informasi mengenai kependudukan menjadi sesuatu yang penting untuk dicermati. Sensus penduduk tahun 1971 yang mencatat jumlah penduduk Kabupaten Lombok Tengah sebanyak 476.486 jiwa. Angka ini meningkat menjadi 567.910 jiwa pada sensus penduduk 1980. Sepuluh tahun kemudian menjadi 678.746 jiwa dan bertambah sebanyak 66.823 jiwa sehingga menjadi 745.578 jiwa pada sensus penduduk 2000.

Sensus penduduk di Tahun 2010, jumlah penduduk tercatat sebanyak 860.209 jiwa. Pada Tahun 2014 jumlah penduduk terproyeksi sebanyak : 881.686 jiwa yang terdiri dari 416.774 jiwa penduduk laki-laki dan 464.912 jiwa penduduk perempuan. Bila dibandingkan dengan luas wilayah seluas 1.208,39 km², maka tercatat kepadatan penduduk sebesar 730 jiwa/km². Dilihat kondisi Kecamatan, maka Kecamatan Praya masih merupakan kecamatan terpadat, karena untuk hidup satu km² dihuni oleh 1.738 jiwa, posisi kedua, dan ketiga ditempati oleh Kecamatan Batukliang dan kopang. Sebaliknya Kecamatan Batukliang utara merupakan Kecamatan yang paling jarang karena untuk satu km² hanya dihuni oleh 268 jiwa penduduk. Bila jumlah penduduk yang ada dibandingkan dengan banyaknya rumah tangga, maka rata-rata anggota rumah tangga selama beberapa tahun terakhir belum mengalami perubahan yang berarti karena masih tercatat sebesar 3 orang untuk tiap satu rumah tangga, maka Tahun 2009 sampai dengan Tahun 2014 angkanya menjadi 3 orang. Begitu juga untuk lingkup Kecamatan rata-rata anggota rumah

tangga masih mencapai 3 orang kecuali Kecamatan Praya yang memiliki rata-rata anggota rumah tangga sebanyak 4 orang.

3.1.3 INFRASTRUKTUR

Sarana dan prasarana mutlak diperlukan sebagai alat pencapaian keberhasilan suatu kegiatan pembangunan untuk itu dari tahun ke tahun pemerintah Kabupaten Lombok Tengah dan pihak swasta terus meningkatkannya baik dari segi mutu maupun jumlah sarana dan prasarana ini terlihat pada peningkatan sarana dan prasarana pada bidang-bidang pembangunan seperti:

a. Perhubungan

Untuk mencapai peningkatan kesejahteraan rakyat, titik berat pembangunan tidak lagi hanya terbatas kepada pencapaian pertumbuhan ekonomi yang tinggi semata, namun sudah mulai memperhatikan pembangunan kualitas manusia. Pembangunan kualitas sumber daya manusia dilaksanakan dengan menitik beratkan kepada peningkatan kemampuan dasar, salah satunya kepada peningkatan kemampuan dan keterampilan.

Sektor perhubungan merupakan sektor yang cukup strategis karena memiliki peranan penting dalam mereka integritas wilayah. Disamping itu fungsi yang tidak kalah pentingnya adalah sebagai katalisator dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan pengembangan wilayah. Fungsi sebagai katalisator bahkan menjadi lebih penting karena dampak yang dapat ditimbulkan akibat terganggunya fungsi ini dapat meluas kepada hal-hal lain yang lebih sensitif. Fakta terakhir menunjukkan bahwa fungsi sektor perhubungan dapat berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat. Naiknya harga barang-barang belakangan ini memiliki dampak cukup luas pada segala aspek kehidupan merupakan akibat yang ditimbulkan oleh melemahnya fungsi perhubungan.

Sadar akan pentingnya peran sektor perhubungan maka pemerintah telah berupaya banyak untuk secara terus menerus melakukan pembangunan dan pengembangan di sektor ini termasuk berbagai sarana pendukungnya. Salah satu faktor pendukung pengembangan pariwisata Lombok Tengah adalah telah beroperasinya Bandara Internasional Lombok (BIL) yang berlokasi di Tanak Awu, Kecamatan Pujut sebagai pengganti Bandara Selaparang yang sebelumnya berada di Kota Mataram.

Jalan dan Jembatan

Pembangunan sarana jalan dan jembatan mestinya berjalan bersamaan dengan makin meningkatnya usaha pembangunan. Namun terbatasnya anggaran yang tersedia kerap kali menjadi penghambat dalam merealisasikan hal tersebut.

Fakta lapangan menunjukkan bahwa panjang jalan dan jembatan di Kabupaten Lombok Tengah relatif tidak mengalami perubahan bahan dalam lima tahun terakhir.

Sejak Tahun 2014 panjang jalan yang ada tercatat sepanjang 941,09 km yang terdiri dari 29,63 km jalan nasional, 172,02 km jalan provinsi dan 739,44 km jalan Kabupaten. Kondisi ini memang cukup bisa dimengerti mengingat untuk membuka jalan baru terlebih pada masa sekarang memerlukan anggaran yang tidak kecil, sementara pada saat bersamaan sektor-sektor lain yang dianggap memiliki prioritas lebih tinggi juga membutuhkan dana yang tidak sedikit.

Namun demikian dari sisi kualitas jalan terutama untuk jalan yang menjadi wewenang pemerintah Kabupaten baik dari jenis permukaan, kondisi maupun kelas jalan terlihat ada perubahan kearah yang lebih baik. Jalan kabupaten yang beraspal sebelumnya sepanjang 555,30 km kini bertambah menjadi 633,78 km. Bertambahnya panjang jalan yang beraspal diikuti oleh berkurangnya panjang jalan dengan permukaan kerikil dan tanah. Selain itu penambahan jalan aspal juga menunjukkan bertambahnya panjang jalan dengan kondisi baik, dan sekaligus mengurangi panjang jalan dengan kelas yang lebih rendah.

Untuk sarana jembatan baik jumlah maupun panjang bentangannya telah mengalami peningkatan, pada tahun 2008 tercatat sebanyak 226 buah jembatan dengan panjang 1.657,65 meter. Jumlah dan panjang bentangan jembatan tersebut sampai dengan tahun 2014 masih tetap.

b. Sarana Pendidikan

Untuk mencapai peningkatan kesejahteraan rakyat, titik berat pembangunan tidak lagi hanya terbatas kepada pencapaian pertumbuhan ekonomi yang tinggi semata, namun sudah mulai memperhatikan pembangunan kualitas manusia. Pembangunan kualitas sumber daya manusia dilaksanakan dengan menitik beratkan kepada peningkatan kemampuan

dasar, salah satunya adalah peningkatan kemampuan dan keterampilan.

Atas dasar itu, dan dengan merujuk pada amanat UUD 1945 beserta amandemennya (pasal 31 ayat 2), maka pemerintah secara konsisten berupaya meningkatkan kualitas salah satunya ditempuh melalui jalur pendidikan. Program wajib belajar 9 tahun, Gerakan Nasional Orang Tua Asuh (GN-OTA) dan yang terakhir adalah penyediaan porsi anggaran pendidikan yang lebih besar dibanding tahun-tahun sebelumnya, serta berbagai program pendukung lainnya adalah merupakan bagian dari upaya pemerintah dalam mempercepat peningkatan kualitas SDM dimaksud.

3.2. PROFIL POTENSI PARIWISATA LOMBOK TENGAH

Nusa Tenggara Barat sebagai salah satu daerah tujuan wisata (termasuk Lombok Tengah) telah melakukan berbagai aktivitas terkait dengan pariwisata. Perhotelan dan akomodasi sebagai bagian yang paling melekat dengan pariwisata. Juga tidak ketinggalan, mereka ikut melakukan berbagai upaya promosi dalam memajukan dunia wisata Lombok Tengah. Kondisi ini digarapkan akan memberi pengaruh positif bagi peningkatan kunjungan wisatawan, yang pada gilirannya akan dapat merambat kepada kemajuan sektor lainnya. Namun demikian upaya perhotelan dan akomodasi yang ada belumlah cukup tanpa dukungan pihak lain yang dapat menciptakan rasa aman, juga diperlukan dukungan sasaran dan prasarana terkait yang

Berikut ini kami tampilkan potensi pariwisata di Kabupaten Lombok Tengah :

NO	JENIS	NAMA	DESA	KECAMATAN
1	Atraksi Kesenian	Cepong	Jelantik	Jonggat
2	Atraksi Kesenian	Cilokak	Panjisari, Jelantik	Praya Barat
3	Atraksi Kesenian	Cilokak	Panjisari	Praya
4	Atraksi Kesenian	Cupak Gerantang	Bagu	Pringgarata
5	Atraksi Kesenian	Gendang Beleq	-	Semua Kecamatan
6	Atraksi Kesenian	Hizip	Gundul	Pringgarata
7	Atraksi Kesenian	Jaran Kamput	Pejanggik	PrayaTengah
8	Atraksi Kesenian	Kaligrafi	Darek	Praya Barat Daya
9	Atraksi Kesenian	Kaligrafi	Darek	Praya Barat Daya
10	Atraksi Kesenian	Karawitan/Gamelan	-	Semua Kecamatan
11	Atraksi Kesenian	Musik	Praya, Janapria	Praya & Janapria
12	Atraksi Kesenian	Ngorek	Marong, Sukarara	Pratim, Jonggat
13	Atraksi Kesenian	Ngorek	Marong, Sukarara	Pratim, Jonggat
14	Atraksi Kesenian	Oncer	Gundul, Bagu	Pringgarata
15	Atraksi Kesenian	Pepaosan	Jelantik	Jonggat

16	Atraksi Kesenian	Peresean	-	Semua Kecamatan
17	Atraksi Kesenian	Presean	-	Semua Kecamatan
18	Atraksi Kesenian	Rebana Kasidah	Gerunung, Perapen	Praya
19	Atraksi Kesenian	Rudat	Barejulat	Jonggat
20	Atraksi Kesenian	Sastra	-	Pujut, Jonggat, Praya
21	Atraksi Kesenian	Seni Tari	Leneng	Praya
22	Atraksi Kesenian	Tembang	Setanggor	Praya Barat Daya
23	Atraksi Kesenian	Theater Amaq Aber	Marong	Praya Timur
24	Atraksi Kesenian	Theater Matahari	Kopang	Kopang
25	Atraksi Kesenian	Wayang Kulit	Jelantik, Selebung	Jonngat, Janapria
26	Atraksi Kesenian	Zikir Zaman	Bunjeruk	Jonggat
27	Geologi	Batu Rijan	Mangkung	Praya Barat
28	Geologi	Gunung Karang	Mertak	Pujut
29	Industri Kerajinan	Anyaman Bambu	Loang Make	Janapria
30	Industri Kerajinan	Anyaman Ketaq	Beleka	Praya Timur
31	Industri Kerajinan	Anyaman pandan	Labulia	Jonggat
32	Industri Kerajinan	Gerabah penujak	Penujak	Praya Barat
33	Industri Kerajinan	Kerajinan perak	Ungga	Praya Barat Daya
34	Industri Kerajinan	Tenun t Tadisional Sukarara	Sukarara	Jonggat
35	Industri Kerajinan	Ukiran kayu	Pendem	Janapria
36	Industri Kerajinan	Ukiran tulang	Pendem	Janapria
37	Minat Khusus	Agro wisata	Sekedek	Batukliang
38	Minat Khusus	Pacuan kuda	Praya	Praya
39	Kuliner	Ares	-	Semua Kecamatan
40	Kuliner	Ayam Dang	-	Semua Kecamatan
41	Kuliner	Banget	-	Semua Kecamatan
42	Kuliner	Bebalung	-	Semua Kecamatan
43	Kuliner	Bebetok	-	Semua Kecamatan
44	Kuliner	Cengeh	-	Semua Kecamatan
45	Kuliner	Cerorot	-	Semua Kecamatan
46	Kuliner	Ebatan/Beberok	-	Semua Kecamatan
47	Kuliner	Jaje Tujak	-	Semua Kecamatan
48	Kuliner	Opak-opak	-	Semua Kecamatan
49	Kuliner	Ore	-	Semua Kecamatan
50	Kuliner	Pelecing Kangkung	-	Semua Kecamatan
51	Kuliner	Renggi	-	Semua Kecamatan
52	Kuliner	Sate Pusut	-	Semua Kecamatan
53	Kuliner	Tombek	-	Semua Kecamatan
54	Permainan Rakyat	Cungkit	-	Semua Kecamatan
55	Permainan Rakyat	Egran	-	Semua Kecamatan
56	Permainan Rakyat	Gansing	-	Semua Kecamatan
57	Permainan Rakyat	Layang-layang	-	Semua Kecamatan
58	Permainan Rakyat	Main karet	-	Semua Kecamatan
59	Permainan Rakyat	Pencak	-	Semua Kecamatan
60	Permainan Rakyat	Selodor	-	Semua Kecamatan

61	Wisata Alam	Air Terjun Benang kelambu	Aik Berik	Batu keliang utara
62	Wisata Alam	Air Terjun Benang Setokel	Aik Berik	Batu Kliang Utara
63	Wisata Alam	Buah	Peseng	Kopang
64	Wisata Alam	Alam Pedesaan	Desa Mas-mas	Batukliang Utara
65	Wisata Alam	Bukit Jabon	Mangkung	Praya Barat
66	Wisata Alam	Goa Bangkang	Tumpak	Pujut
67	Wisata Alam	Goa Buwun	Sengkol	Pujut
68	Wisata Alam	Goa Langko	Langko	Janapria
69	Wisata Alam	Bendungan Tandung Andung	Lendang Are	Kopang
70	Wisata Alam	Goa Pengembur	Pengembur	Pujut
71	Wisata Alam	Gunung Bumbang	Mertak	Pujut
72	Wisata Alam	Gunung mareje	Motong Sapah	Praya Barat Daya
73	Wisata Alam	Nyeredep	Karang Sidemen	Kopang
74	Wisata Alam	Pemandian Aik Bukak	Aik Bukak	Batukliang Utara
75	Wisata Alam	Sekedeq	Aik Bual	Kopang
76	Wisata Alam	Danau Biru	Karang Sidemen	Batukliang Utara
77	Wisata Alam	Trekk G. Renjani	Aik Berik	Batukliang Utara
78	Wisata bahari	Aan	Sengkol	Pujut
79	Wisata bahari	Areguling	Tumpak	Praya Barat
80	Wisata bahari	Bumbang	Mertak	Pujut
81	Wisata bahari	Gerupuk	Sengkol	Pujut
82	Wisata bahari	Kute	Kute	Pujut
83	Wisata bahari	Mawi	Selong belanak	Praya Barat
84	Wisata bahari	Mawun	Tumpak	Pujut
85	Wisata bahari	Pantai Awang	Mertak	Pujut
86	Wisata bahari	Pengantap timur	Montong Ajan	Praya Barat Daya
87	Wisata bahari	Rowok	Mekar Sari	Praya Barat
88	Wisata bahari	Seger	Kute	Pujut
89	Wisata bahari	Selong belanak	Selong Belanak	Praya Barat
90	Wisata bahari	Serangan	Selong Belanak	Praya Barat
91	Wisata bahari	Serenting	Kute	Pujut
92	Wisata bahari	Tampah	Mekarsari	Praya Barat
93	Wisata bahari	Tomang-tomang	Selong Belanak	Praya Barat
94	Wisata bahari	Torok Aik Berik	Montong Ajan	Praya Barat Daya
95	Wisata Budaya/Ad at	Bau Nyale	Kute	Pujut
96	Wisata Budaya/Ad at	Bencingah	Penjanggik	Praya Tengah
97	Wisata Budaya/Ad at	Besunat	-	Semua Kecamatan

98	Wisata Budaya/Adat	Dusun Tradisional Ende	Sengkol	Pujut
99	Wisata Budaya/Adat	Dusun Tradisional Sade	Rembitan	Pujut
100	Wisata	Kemalik Lebe Sane	Beleke	Praya Timur
101	Budaya/Adat			
102	Wisata Budaya/Adat	Nede/Minta Hujan	Beleke	Praya Timur
103	Wisata Budaya/Adat	Nyokogkolan	-	Semua Kecamatan
104	Wisata Budaya/Adat	Perang Timbung	Pejanggik	Praya Tengah
105	Wisata Sejarah	Makam Balok Getul	Teruwai	Pujut
106	Wisata Sejarah	Makam Batu Dendeng	Pengembur	Pujut
107	Wisata Sejarah	Makam Bile Tawah	Janapria	Janapria
108	Wisata Sejarah	Makam Embung Puntik	Sengkerang	Praya timur
109	Wisata Sejarah	Makam Istana Kopang	Kopang	Kopang
110	Wisata Sejarah	Makam Ketak	Sengkerang	Kopang
111	Wisata Sejarah	Makam Lemak Sure	Bodak	Praya
112	Wisata Sejarah	Makam Nyatoq	Rembitan	Pujut
113	Wisata Sejarah	Makam Raja Benoa	Mantang	Batu Kliang
114	Wisata Sejarah	Makam Raja Langko	Kopang	Kopang
115	Wisata Sejarah	Makam Rangge Topan	Batu nyale	Praya Tengah
116	Wisata Sejarah	Makam Serewe	Penjanggik	Praya Tengah
117	Wisata Sejarah	Masjid Kuno Gunung Pujut	Sengkol	Pujut
118	Wisata Sejarah	Masjid Kuno Rembitan	Rambitan	Pujut
119	Wisata Sejarah	Masjid Kuno Sumbek	Muncan	Kopang
120	Wisata Sejarah	Situs Batu Rijang	Mangkung	Praya Barat
121	Wisata Tirta	Bendungan Batujai	Batujai	Praya Barat
122	Wisata Tirta	Bendungan pengga	Pelambik	Praya Barat Daya

3.2.1 KAWASAN LOMBOK TENGAH BAGIAN UTARA

1. Kawasan Gunung Rinjani



Nama “Rinjani” berasal dari bahasa jawa kuno yang berarti “Yang Agung”. Menurut dongeng suku sasak, gunung ini merupakan kediaman putri Anjani, putri dari dewa tertinggi pulau Lombok. Sejak tahun 1990,

kawasan gunung seluas ± 41.330 ha ini dinyatakan sebagai taman nasional oleh Menteri Kehutanan. Gunung Rinjani (3.726 m dpl) yang merupakan gunung tertinggi ketiga di Indonesia mempunyai iklim tropis dengan rata-rata curah hujan sekitar 2.066 mm per tahun.

Gunung Rinjani memiliki Danau Segare Anak di puncaknya yang dikunjungi oleh masyarakat sekitarnya setiap tahun secara massal untuk melaksanakan upacara adat. Danau Segare Anak seluas ± 156 ha dikelilingi oleh tebing-tebing yang merupakan dinding kaldera berwarna-warni, sangat menarik para pengunjung. Begitu pula dengan air danau yang berwarna-warni pada ketinggian 2.008 m dpl, serta pemandangan alam yang sangat menakjubkan.

Selain itu, dari puncak Gunung Rinjani, para wisatawan dapat menikmati pemandangan menakjubkan ke arah danau dan keseluruhan kawasan pegunungan. Bila cuaca dalam keadaan cerah, wisatawan dapat melihat keseluruhan pulau Lombok dan pulau Sumbawa.

2. Pemandian Aik Bukak



Objek wisata tertua di Kabupaten Lombok Tengah dibangun sekitar tahun 1970, berupa kolam pemandian yang dikelilingi hutan hijau dengan suasana alam yang segar. airnya jernih dengan beragam tempat untuk mandi. Aik Bukak

menawarkan nuansa berlibur yang berbeda bagi keluarga.

Tempat ini dilengkapi dengan berbagai fasilitas untuk rekreasi dan mandi, restoran, tempat pertemuan, penginapan dan juga toko-toko souvenir. Berlokasi di Desa Aik Bukak Kecamatan Batukliang Utara, sekitar 20 km utara Kota Praya. Tempat ini sering dikunjungi wisatawan pada hari minggu dan saat liburan.

3. Objek Wisata Desa Wisata Mas-mas

Desa wisata Mas-mas terletak di bagian utara atau sekitar 15 menit perjalanan dari ODTW Aik Bukak. Objek wisata ini menawarkan daya tarik wisata berupa keindahan bentang alam Gunung Rinjani, bentang persawahan yang luas dengan sistem drainase yang masih tradisional. Disamping itu pula, kehidupan penduduk lereng selatan Rinjani ini masih kental dengan tradisi yang diwariskan dari turun – temurun yaitu berupa sistem pelapisan sosial masyarakat.

Pada masa perkembangannya Objek wisata Desa Mas-mas pernah dibina langsung oleh Pemerintah Jerman melalui Program GTZ pada tahun 2008 dalam rangka optimalisasi pembangunan sarana dan prasarana, termasuk melakukan promosi di negara Jerman.

Kunjungan wisatawan ke ODTW Desa wisata Mas-mas dilakukan melalui paket-paket tour yang dikemas oleh para *Travel Agent*.

4. Air Terjun Benang Stokel

Berlokasi di Desa Aik Berik Kecamatan Batukliang Utara, sekitar 22 KM dari Kota Praya. Airnya yang jernih dan dingin jatuh dari ketinggian 20 meter melalui celah bebatuan yang ditutupi ketinggian 20 meter melalui celah bebatuan yang ditutupi berbagai jenis tumbuhan membentuk dinding hijau hingga ke jeram, dimana terdapat kolam kecil tempat pemandian.



Air berjatuhan saling mendahului beriak tampak kegirangan, bersemburan ke bawah dan menimbulkan suara bak air yang sedang mendidih. Penduduk setempat menyakini bahwa air

tersebut bisa menyembuhkan penyakit. Fasilitas yang tersedia seperti warung makan, warung kopi, penginapan pada rumah penduduk, dan pos pengamanan pariwisata. Objek ini ramai dikunjungi setiap liburan dan hari minggu.

5. Air Terjun Benang Kelambu



Air terjun bagaikan kelambu yang menggantung di atas udara, tertiuip angin seger membentuk panggung panorama yang sungguh mempersona. Lokasinya hanya 1 Km dari Air Terjun Benang Setokel, bisa ditempuh dengan kendaraan kemudian pengunjung berjalan di jalan setapak di tengah hutan yang dihuni oleh kera berekor panjang

untuk menuju lokasi. Airnya dingin dan alami yang mengalir dari celah-celah bebatuan dari ketinggian 35 meter. Wisatawan sangat menyukai objek ini sebagai tempat pemandian sembari menikmati indahnya panorama alam saat liburan.

6. Perkebunan kopi persil



Perkebunan kopi yang terbentang luas dilereng barat daya Gunung Rinjani sekitar 1020 meter dpl. Dibangun sejak tahun 1930 dan merupakan salah-satu warisan Belanda. Sekarang menjadi milik Pemerintah Daerah setempat yang dikelola oleh perusahaan swasta dengan lahan seluas 270 hektar.

Tempat ini dilengkapi dengan fasilitas liburan berupa kolam pemancingan, taman, penginapan, gedung pertemuan dan warung. Areal agro wisata ini dikelilingi dengan pemandangan alam yang menawan dan suasana yang sejuk, memberikan kenyamanan bagi pengunjung untuk berlibur. Berlokasi di Desa Lantan Kecamatan Batukliang Utara sekitar 25 Km utara Kota Praya.

3.2.2 KAWASAN LOMBOK TENGAH BAGIAN TENGAH

1. Songket Sukarara



Songket merupakan kain tenun tradisional sasak yang terkenal di Nusa Tenggara Barat bahkan sampai keluar daerah dan Mancanegara. Souvenir bisa didapati di daerah objek wisata Lombok Tengah atau di Desa Sukarara Kecamatan Jonggat yang merupakan desa tempat penenun membuat kain songket ini, berlokasi sekitar 3 Km barat kota Praya. Pengunjung tertarik menyaksikan cara pembuat kain songket yang dibuat oleh wanita dengan berpakaian tradisional khas sasak bisa berkunjung menyaksikannya secara langsung ke Desa Sukarara.

2. Gerabah Penujak



Di desa ini pengunjung bisa menyaksikan penduduk setempat membentuk dan menghaluskan tanah liat menjadi bentuk yang mengagumkan yaitu gerabah. Keahlian ini diperoleh sejak dahulu ketika runtuhnya kerajaan Hindu Majapahit abad ke 16 dengan metode tradisional putar dan *coiling*.

Gerabah penujak merupakan komoditi ekspor. Peminat yang menginginkan gerabah bisa diperoleh di *artshops* atau langsung ke Desa Penujak Kecamatan Praya Barat.

3. Beleka



Jauh sebelum Lombok menjadi salah satu destinasi wisata dunia, Desa Beleke yang terletak hanya 15 Km ke arah timur Kota Praya sudah dikenal sebagai pusat kerajinan tangan. Selama sudah hampir tiga dekade desa ini menjadi salah-satu desa yang menjual kerajinan Lombok untuk dipasarkan di Pulau Bali. Kerajinan tangan yang dihasilkan adalah rotan, ketak, kerajinan kayu dan juga keris.

Selain pengerajin anyaman, penduduk setempat juga mahir membuat ukiran kayu dan patung. Pengunjung bisa mendapatkan souvenir-souvenir ini di beberapa objek wisata atau di Desa Beleke.

4. Bendungan Batujai



Tidak jauh dari kota Praya, sekitar 5 Km menuju selatan terdapat saran irigasi terluas yaitu Bendungan Batujai. Berlokasi di Desa Batujai Kecamatan Praya Barat. Bendungan ini merupakan sarana perairan pertanian

disamping sarana lainnya. Pengunjung bisa berkunjung untuk memancing dan menikmati keindahan suasana alam desa setempat. Fasilitas yang tersedia berupa kolam pemancingan dan warung. Tempat ini ramai dikunjungi pengunjung setiap Idul Fitri, Idul Adha, Tahun Baru, dan hari-hari libur lainnya.

3.2.3 KAWASAN LOMBOK TENGAH BAGIAN SELATAN

1. Pantai Tanjung Aan dan Kuta Aan



Pantai Kuta dengan pemandangan yang indah dan alami terletak di Desa Kuta Kecamatan Pujut sekitar 27 Km dari kota Praya ke selatan. Air lautnya bening dihuni berbagai jenis ikan dan terumbu karang. Pengunjung bisa melihat kesemuanya itu dengan kaca mata selam saat menyelam. Berjemur di padang pantai berpasir putih akan memberikan kebahagiaan abadi. Sehingga pantai ini merupakan surganya para penyelam, perenang dan berjemur. Fasilitas tersedia berupa hotel berbintang, *cottage*, bungalow, restoran, pemandu surfing, warung, dan pos pengamanan pariwisata, dll.

Pantai Kuta menawarkan berbagai macam atraksi pantai seperti *Surfing*, *Diving* dan memancing. Sepanjang pantai terbentang pemandangan pantai yang indah dengan nyiur kelapa yang melambai, bukit yang terjal, pegunungan yang menjorok ke laut adalah ciri khas dari pantai Kuta.



Pantai Tanjung Aan berjarak kurang lebih 5 Km ke arah timur pantai Kuta, dengan hamparan pasir putih seperti butiran merica dan lembut bagaikan tepung. Pantai ini dikelilingi dengan bukit dan disepanjang pantai berderet ribuan pohon kelapa, dimana pantai ini kebanyakan bagai wisatawan yang mengunjunginya dan menyebut pantai Hawaii ke dua di Indonesia.

3.3 Pantai Selong Belanak

Di kawasan pantai ini merupakan tempat bermukimnya para nelayan dengan aneka warna warni perahu yang tertambat. Berlokasi di Desa Selong Belanak Kecamatan Praya Barat hanya 34 Km dari kota Praya. Keunikan pantai ini pasirnya berwarna putih yang mengkilap



kala diterpa panasnya sinar matahari sehingga menjadikan pengunjung akan betah liburan.

Apabila pengunjung ingin memanggang ikan laut di sekitar lokasi ini hanya menunggu para nelayan pulang melaut, khususnya di pagi hari. Tidak jauh dari pantai ini terdapat pantai Mawi dengan ombak besar yang sangat cocok untuk berselancar. Pantai Mawi juga sangat bagus untuk berenang dan di sekitar pantai terdapat bungalow, restoran, serta pos pengamanan pariwisata.

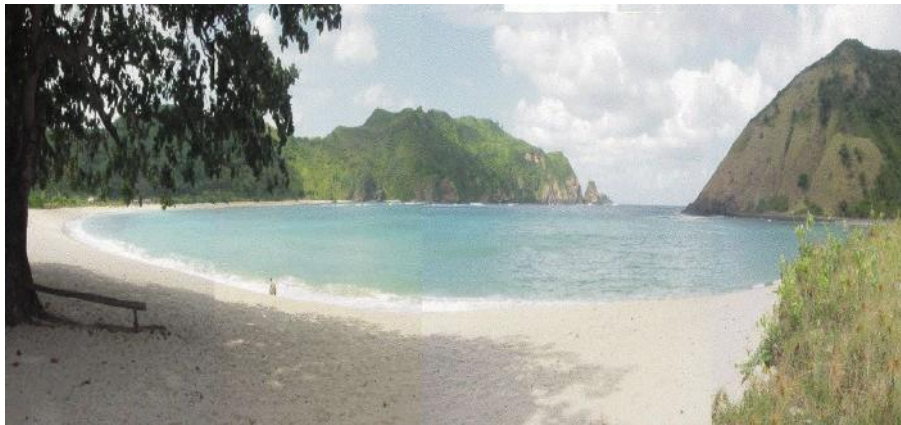
3.4 Teluk Gerupuk



Disebut Teluk Gerupuk karena berlokasi di Desa Gerupuk, hanya 9 Km dari Kuta ke Timur. Penduduk setempat mempunyai mata pencaharian sebagai nelayan, budi daya rumput laut, dan membesarkan hasil tangkapan menggunakan bagan apung dan keramba, terkadang menyewakan perahu

saat pengunjung ingin menikmati dunia *surfing*. Gerupuk sangat terkenal sebagai tempat selancar bahkan terbaik, karena ombaknya selalu besar sepanjang musim. Tempat ini dilengkapi dengan fasilitas penginapan, bungalow, restoran, warung dan pos pengamanan pariwisata.

3.5 Pantai Mawun



Pantai dengan sesuana alam yang menakjubkan dengan teluk membentuk bulan bulat penuh dan hamparan pasir berwarna putih menjorok ke arah laut, terletak di Desa Tumpak Kecamatan Pujut sekitar 39 Km selatan Kota Praya. Air lautnya bening sehingga pengunjung bisa menikmati renang, *snorkling*, dan menyelam dengan sempurna.

4 Sade dan Ende:



Desa Ende dan Sade berjarak 19 Km ke arah selatan Praya. Meskipun kedua desa sering melayani kunjungan wisatawan, perkampungan tradisional suku Sasak ini tetap mempertahankan pandangan hidup mereka yang telah menyatu. Di tempat ini kita dapat menjumpai/menemukan bangunan khas "Alang" (lumbung tradisional) dengan desain arsitektur

tradisional yang khas dengan bentuk atapnya yang tinggi. Di Sade juga terdapat sebuah Masjid Kuno

5 Budaya Dusun Sade



Sade merupakan salah-satu dusun tradisional yang masih asli. Rumah-rumah penduduk dibangun dari konstruksi bambu dengan atap dari daun alang-alang. penghuninya berpencaharian sebagai petani. Jumlah mereka relatif tidak bertambah karena keluarga yang baru menikah kalau tidak mewarisi rumah orang tuanya akan membangun rumah di tempat lain. Disamping arsitektur rumah, sistem sosial dan kehidupan keseharian mereka masih sangat kental dengan tradisi masyarakat Sasak tempo dulu.

6 Rambitan

Desa Rambitan berjarak 19 Km ke arah selatan Praya. Meskipun kedua desa ini sering melayani kunjungan wisatawan, perkampungan



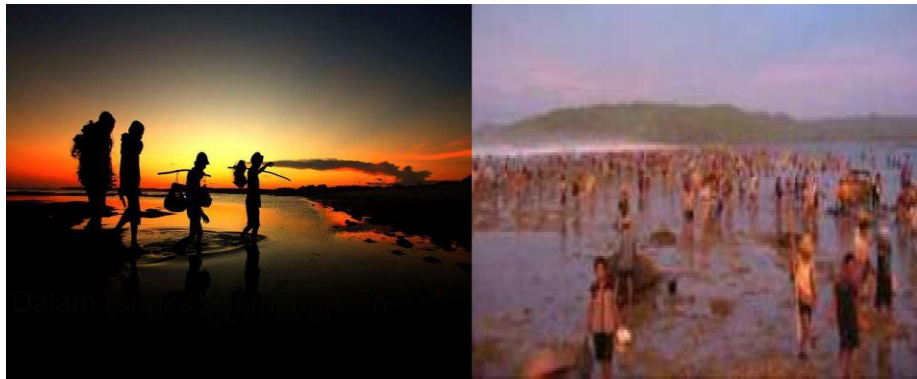
tradisional suku Sasak ini tetap mempertahankan pandangan hidup mereka yang telah menyatu. Di tempat ini kita dapat menjumpai/menemukan bangunan khas “Alang” (lumbung tradisional) dengan desain arsitektur tradisional yang khas dengan bentuk atapnya yang tinggi. Di

Rambitan juga terdapat sebuah masjid kuno.

3.2.4. POTENSI BUDAYA LOMBOK TENGAH

1. Festival Bau Nyale

Setiap akhir Februari atau awal Maret masyarakat Sasak menyambut munculnya Nyale. Ribuan orang akan tumpah ruah disepanjang pantai selatan pulau Lombok untuk menangkap sejenis cacing laut yang disebut Nyale. Nyale dipandang sangat khusus karena hanya muncul sekali dalam setahun di pantai selatan pulau Lombok. Acara ini telah menjadi Core Event Pariwisata Nusa Tenggara Barat.



Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah selalu mengadakan berbagai atraksi seni dan budaya. Festival ini diisi dengan berbagai pertunjukan seni budaya selama 3 (tiga) hari. Bau nyale sendiri bagi masyarakat sasak memiliki akar legenda yang selalu diceritakan turun-temurun. Alkisah, pada jaman dahulu di wilayah selatan Pulau Lombok terdapat sebuah kerajaan bernama Tojang Beru. Putri mahkota kerajaan ini bernama Mandalika.

Begitu cantiknya sang putri sehingga banyak pangeran dari kerajaan-kerajaan tetangga dengan melamar. Khawatir jika memilih salah-satu dari para pangeran tersebut akan menimbulkan peperangan, maka sang putri lebih memilih mengorbankan diri dengan terjun ke pantai selatan pada tanggal 20 bulan ke 10 penanggalan sasak. Tanggal itulah yang kini selalu menjadi patokan untuk menunggu kemunculan Nyale.

2. Budaya Peresean



Peresean adalah atraksi seni budaya yang sangat digemari masyarakat Lombok. Di arena yang dilikari penonton dua orang pria (pepadu) saling memukul dengan tongkat rotan masing-masing berperisai anyaman bambu yang ditutupi kulit sapi atau kerbau. Seorang pekambar (wasit) memimpin jalannya pertandingan sekaligus memutuskan pemenang.

3. Gendang Beleq

Alat musik gendang yang berukuran besar ini kini makin populer. Bentuknya yang bulat besar dengan suara yang menggema mengisyaratkan semangat yang berapi-api. Konon jenis musik ini

digunakan jaman dahulu kala untuk mengantar prajurit yang hendak berangkat bertempur. Namun sekarang fungsinya untuk dimainkan dalam suasana yang lebih damai seperti untuk mengiringi rombongan pengantin atau menyambut tamu-tamu kehormatan.



3.3. PROFIL PASAR WISATA

1. Perkembangan Jumlah Wisatawan

Jumlah wisatawan yang datang ke Kabupaten Lombok Tengah mengalami peningkatan seiring dengan perkembangan fasilitas akomodasi yang mengalami peningkatan sebanyak 10-15% per tahunnya. Mayoritas wisatawan yang datang melalui Bandara Internasional Lombok (BIL) di Praya. Hal ini disebabkan karena telah beroperasinya BIL sebagai bandara udara bersekala internasional. Disamping itu, kedekatan Geografis antara Bali dan Pulau Lombok memiliki andil terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, sehingga Kabupaten Lombok Tengah mendapat peluang dengan adanya penambahan paket-paket *overland* penggabungan antara wisata Bali dan Lombok.

Tabel perkembangan jumlah wisman ,wisnus dan rata-rata lama menginap Kabupaten Lombok Tengah.

No	Tahun	Wisatawan		Jumlah	Rata-rata lama Menginap (hari)
		M mancanegara	Wisnus		
1	2008	30.326	11.969	42.295	2.27
2	2009	33.007	17.021	50028	2.42
3	2010	37.140	13.126	50266	2.43
4	2011	45.509	17.289	62798	2.58
5	2012	58.364	23.535	81899	2.71
6	2013	77.278	25.150	102428	3.55
7	2014	54.954	49.766	104720	3.93
8	2015	46.908	53.820	100728	3.08

Sumber : Statistik Kepariwisata, Disbudpar Kabupaten Lombok Tengah Tahun 2016

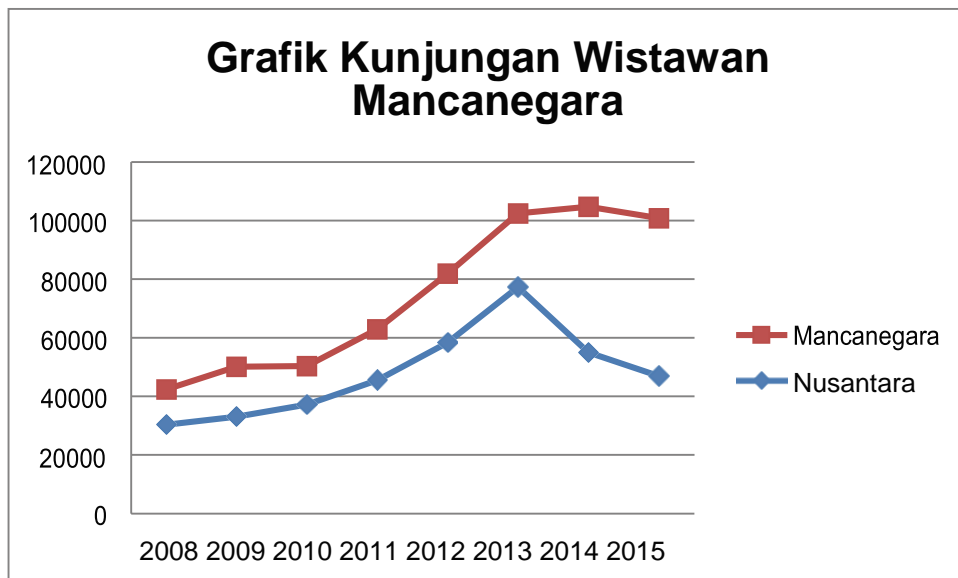
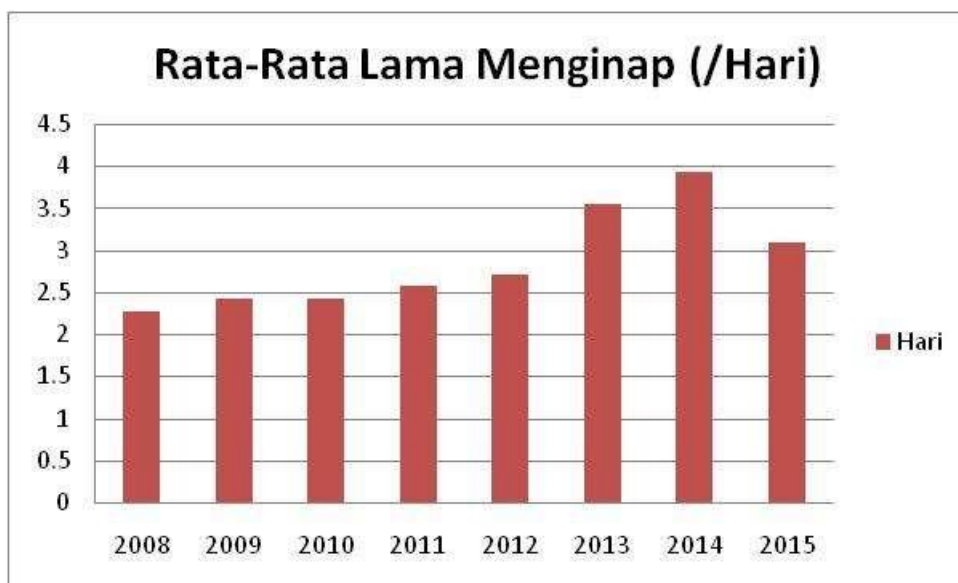


Diagram Grafik jumlah Kunjungan Wisatawan. Mancanegara dan Wisatawan Domestik tahun 2008 – 2015



Sumber : analisa

Dari diagram di atas dapat dilihat bahwa tingkat pertumbuhan wisatawan ke Kabupaten Lombok Tengah dari tahun ke tahun mengalami peningkatan cukup signifikan. Dalam kurun waktu 2010 -2013 terjadi rata-rata peningkatan sebesar **23%**. Rata-rata Penigkatan untuk pasar wisatawan mancanegara dalam kurun waktu 2010-2015 sebesar **9%**, sedangkan Rata-rata Peningkatan untuk pasar wisatawan domestik kurun waktu yang sama sebesar **58%**. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan untuk pasar wisatawan ke Lombok Tengah merupakan dampak semakin stabilnya keamanan di tingkal lokal dan penyediaan berbagai fasilitas penunjang wisata, serta komitmen Pemerintah Daerah dalam percepatan pembangunan kepariwisataan Daerah. Oleh karenanya dapat dikatakan bahwa kondisi tersebut memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap lama tinggal wisatawan pada umumnya.

2. Pridiksi Kunjungan Wisatawan

TAHUN	WISMAN	WISNUS
2017	118,826	46,904
2018	136,650	53,940
2019	157,148	62,031
2020	180,720	71,335

Sumber Data diolah

Dari diagram dan tabel di atas dapat terlihat bahwa perkembangan pariwisata untuk kunjungan wisatawan memiliki prospek yang baik untuk jangka waktu 4 tahun ke atas. Pertumbuhan akan terus meningkat dan akan cenderung menjadi salah-satu destinasi utama untuk pasar wisatawan mancanegara. Banyaknya ragam ODTW Lombok Tengah yang berbasis alam dan budaya, menjadi salah satu kekuatan pariwisata Lombok Tengah. Ketersediaan fasilitas infrastruktur pariwisata yang harus ditingkatkan agar semakin baik, sehingga diharapkan untuk masa yang akan datang mampu menjadikan ODTW Lombok Tengah bertaraf internasional dan mampu mencapai sebagai destinasi unggulan khususnya untuk pasar wisatawan mancanegara di Indonesia.

Untuk dapat menjadi salah-satu destinasi unggulan bagi pasar wisatawan mancanegara, Lombok Tengah perlu melakukan *'benchmark'* dengan daerah–daerah terbaik yang selama ini menjadi favorit bagi pasar wisatawan mancanegara, khususnya Bali, tidak menjadikan sebagai pesaing tetapi menjadikan mitra karena posisi geografis Bali dan Pulau Lombok yang berdekatan dan Bali merupakan pintu masuk utama pasar wisatawan mancanegara di Indonesia. Beberapa negara di kawasan ASEAN terbukti telah berhasil menggarap pasar wisatawan mancanegara dengan sangat baik. Seperti Singapura, Malaysia, Thailand dan Vietnam.

Ketercapaian dari angka–angka prediksi di atas akan sangat tergantung pada visi yang kuat dan komitmen pemerintah untuk mengembangkan industri pariwisata, yang didukung oleh konsep dan modal strategi pengembangan industri pariwisata, tingkat partisipasi aktif dari masyarakat untuk mendukung dan ikut terlibat dalam kemajuan industri pariwisata serta tingkat ketertarikan dan keterlibatan pihak swasta (investor) dalam mendukung kemajuan industri pariwisata.

3. Karakteristik Pasar Wisatawan

Dari hasil observasi dengan mencermati data–data sekunder yang ada yang diperoleh dari tingkat propinsi maupun nasional, maka diperoleh beberapa informasi karakter wisatawan (wisnus dan wisman) di Lombok Tengah sebagai berikut:

Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara
A. Asal Wisatawan: Australia, Prancis, Jerman, Asia Pasifik, Amerika Serikat	A. Asal Wisatawan: Nusa Tenggara Timur, Jawa, Sulawesi, Sumatra, dan Yogyakarta.
B. Lama Tinggal: 2 – 4 Hari	B. Lama Tinggal: 1 – 2 Hari
C. Waktu kedatangan: Juli – Desember (peak Season)	C. Waktu kedatangan Mei (peak season)
D. Pola pergerakan melalui: Jakarta (Bandara Soekarno Hata) – Praya (Bandara BIL), Bali (Bandara Ngurah Rai)	D. Pola Pergerakan: Praya (Bandara BIL), Bali (Bandara Ngurah Rai, Jakarta (Bandara Soekarno Hata), Surabaya (Bandara Juanda) melalui jalur darat dan laut
E. Mayoritas <i>Free and Independent Travellers</i>	E. Sebagian besar mengatur perjalanannya sendiri

3.4. ISU STRATEGIS DAN PERMASALAHAN

3.4.1. INTERNAL

PERMASALAHAN	IMPLIKASI
KEPARIWISATAAN KAB. LOMBOK TENGAH	
1. AKSESIBILITAS a. Ketergantungan terhadap HUB Bali b. Rendahnya kualitas penerangan jalan c. Terbatasnya sarana <i>sign and posting</i>	a. Pengembangan sistem transportasi intermoda serta peningkatan kualitas moda dan jalur aksesibilitas b. Peningkatan kualitas penerangan jalan c. Penambahan <i>sign and positing</i> menuju kawasan wisata
2. LEMAHNYA INOVASI PENGEMBANGAN PRODUK WISATA a. Stagnasi pengembangan produk wisata b. Masih rendahnya kualitas pengalaman berwisata c. Masih rendahnya citra sebagian destinasi pariwisata d. Pendeknya daur hidup produk-produk wisata di Lombok Tengah e. Pendeknya LOS wisatawan	a. Pengembangan paket-paket wisata baru yang lebih atraktif b. Revitalisasi beberapa obyek wisata unggulan di daerah c. Pengembangan program-program peningkatan kualitas pelayanan (<i>Service Quality</i>) di segenap lini usaha pelayanan bidang pariwisata (hotel, restoran, agen perjalanan, dsb.) d. Penciptaan atraksi alternatif yang mampu meningkatkan lama tinggal wisatawan.
3. STAGNASI PRODUK KEPARIWISATAAN DI KABUPATEN LOMBOK TENGAH	a. Lemahnya kreativitas manajemen atraksi b. Lambannya pengembangan produk-produk wisata baru.
4. KETERBATASAN ANGGARAN PEMERINTAH UNTUK MENDUKUNG PENGEMBANGAN PARIWISATA	a. Keterbatasan pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Lombok Tengah baik itu dari segi infrastruktur, fasilitas maupun sumber daya manusia.
5. MENURUNNYA DAYA DUKUNG DAN KUALITAS LINGKUNGAN OBJEK/KAWASAN WISATA	a. Pengembangan SADAR WISATA di kalangan masyarakat secara luas

<ul style="list-style-type: none"> a. Beberapa faktor penyebab : Lemahnya manajemen produk, konflik kepentingan sektoral, dan sebagainya b. Menurunnya kualitas pengalaman berwisata c. Degradasi lingkungan sekitar obyek/kawasan wisata d. Terancamnya keberlanjutan objek/kawasan wisata. 	<ul style="list-style-type: none"> b. Pengembangan program-program <i>ecotourism</i> dan sosialisasinya c. Penetapan Taman Nasional sebagai kawasan strategis d. Penyusunan produk hukum tentang pengaturan alih fungsi dan tata guna lahan untuk pemanfaatan daya tarik wisata.
<p>6. RENDAHNYA KUALITAS SARANA DAN PRASARANA PENUNJANG PARIWISATA</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Rendahnya kualitas sarana, prasarana dan fasilitas penunjang pariwisata: hotel-hotel di daerah, <i>signboard</i>, penerangan dan komunikasi pada sebagian besar destinasi di indonesia b. Rendahnya kualitas fasilitas umum pendukung pariwisata (toilet. Pendestrian, dan sebagainya) c. Rendahnya minat kunjungan ulang. 	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Signboard</i> di lokasi-lokasi strategis (Bandara, Terminal, dan Kota) b. Pengembangan investasi di daerah khususnya untuk jasa Hotel c. Penyediaan fasilitas umum yang memadai: toilet, area perjalanan kaki di lokasi-lokasi wisata
<p>7. PERBATASAN INVESTASI PARIWIATA</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Investasi pariwisata masih belum optimal b. Keterbatasan daerah dalam mempromosikan potensi pariwisatanya kepada investor/pemilik modal. c. Masih rendahnya minat sektor swasta dalam pengembangan pariwisata skala besar, sarana dan fasilitas pariwisata. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Perlunya penyusunan <i>investment plan profile</i> b. Perlunya kebijakan yang mendukung kemudahan prosedur investasi (pelayanan satu atap, <i>one stop services</i>, sistem paket, dsb) c. Pelunya pemberian <i>Tax incentive, Tax Holiday</i>
SOSIAL BUDAYA	
<p>1. Kondisi kesenjangan sosial antar masyarakat</p>	<p>Konflik atau perselisihan antar warga kampung.</p>
<p>2. Tingkat pendidikan yang rendah di sebagian besar masyarakat petani</p>	<p>Timbul permasalahan-permasalahan sosial seperti kecemburuan sosial, tingkat kesehatan penduduk yang rendah, dan jumlah pengangguran yang tinggi.</p>
<p>3. Rendahnya kualitas SDM Pariwisata</p>	<p>Sulitnya mencari SDM pariwisata lokal sebagai salah-satu komponen dalam pembangunan kepariwisataan berbasis <i>Community development</i>.</p>
<p>4. BELUM OPTIMALNYA DAMPAK PENGEMBANGAN PARIWISATA BAGI MASYARAKAT LOKAL</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Rendahnya pemahaman masyarakat terhadap bidang pariwisata (sadar wisata) dan nilai manfaatnya 	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Community Development /Empowerment</i> b. Progam SADAR WISATA & SAPTA PESONA

<ul style="list-style-type: none"> b. Rendahnya keahlian masyarakat dalam memanfaatkan peluang usaha pariwisata c. Skala pengembangan obyek/kawasan wisata yang kurang memiliki nilai manfaat yang signifikan bagi kesejahteraan masyarakat setempat d. Rendahnya upaya fasilitasi terhadap bidang pengembangan usaha pariwisata sebagai dari sektor <i>enconomy creative</i> 	<ul style="list-style-type: none"> c. Peningkatan mutu produk lokal dan penyerapannya oleh pasar d. <i>SOFT LOANS</i> pada UKM e. KEMITRAAN: hotel dengan petani, Pertanian Inti Rakyat (PIR), dsb. f.
LINGKUNGAN	
<p>1. Alih fungsi lahan pertanian menjadi pemukiman dan industri</p>	<p>Menyempitnya lahan pertanian sebagai sumber penghasilan utama di Kab. Lombok Tengah mengingat 72% penduduk bekerja sebagai petani.</p>
<p>2. Alih fungsi hutan menjadi lahan pertanian</p>	<p>Sektor pertanian menggunakan lahan dengan daya hasil lebih rendah atau marginal : lahan miring, dan lahan tidak beirigasi.</p>
<p>3. Pemekaran Wilayah</p>	<p>Perkembangan aktifitas penduduk dan perkotaan, dan perubahan penekanan kebijakan telah merubah struktur dan pola penggunaan ruang wilayah ke arah yang telah ditetapkan</p>
<p>4. Degradasi kualitas lingkungan hidup dan sumberdaya alam</p>	<p>Terbentuk lahan-lahan kritis di dalam kawasan hutan dan semakin berkurangnya populasi flora dan fauna.</p>
KELEMBAGAAN	
<p>1. TERBATASNYA SDM DAN KELEMBANGAAN BIDANG PARIWISATA</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Belum optimalnya dukungan SDM yang kompeten di sebagian besar sektor dan kelembagaan pariwisata b. Belum adanya standar kompetensi khusus dalm pendidikan bidang pariwisata c. Masih lemahnya dukungan sarana dan prasarana lembaga pendidikan pariwisata d. Belum adanya patok duga (<i>Benchmark</i>) yang dapat menjadi standar acuan bagi peningkatan kemampuan bekerja 	<ul style="list-style-type: none"> a. Standard kompetensi dan kualifikasi SDM bidang pariwisata. b. Pengembangan <i>Key Performance Indicator</i> dalam berbagai kelembagaan pariwisata. c. Peningkatan kualits lembaga pendidikan pariwisata d. Berbagai program pengembangan <i>soft skill</i>: pelatihan, diklat, TOT, dsb. lembaga/institusi pariwisata
<p>2. LEMAHNYA KOORDINASI DAN KERJASAMA PUSAT DAN DAERAH</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Belum optimalnya koordinasi pengembangan kegiatan kepariwisataan antara pemerintah pusat dengan daerah, baik pada sektor pemerintah maupun 	<ul style="list-style-type: none"> a. KEMITRAAN (<i>Partnership</i>): antar lembaga pemerintah, pemerintah dengan swasta, fasilitasi berbagai bentuk kelembagaan/asosiasi pelaku industri b. Pembentukan dan

<p>swasta</p> <p>b. Belum adanya lembaga khusus–khusus yang bertanggungjawab bagi penyelenggaraan dan koordinasi antar pusat dengan daerah</p> <p>c. Perlunya sinkronisasi terkait dengan peran pemerintah pusat terhadap daerah sesuai dengan kemampuan masing–masing daerah</p>	<p>pengembangan lembaga promosi dan pengembangan pariwisata baik di tingkat nasional maupun daerah</p> <p>c. Dukungan dan fasilitasi oleh pemerintah pusat terhadap program-program promosi dan pengembangan produk pariwisata di daerah</p> <p>d. Peningkatan partisipasi daerah melalui kepesertaan dalam <i>event</i> pariwisata di luar negeri</p>
<p>3. Peranan kelembagaan dan sistem koordinasi antara lembaga yang masih lemah.</p>	<p>a. Jalur sistem birokrasi yang makin panjang dan rumit</p> <p>b. Terjadinya tumpang tindih kewenangan.</p>

3.4.2. EKSTERNAL

PERMASALAHAN	IMPLIKASI
AKSELERASI PEMBANGUNAN PARIWISATA KAWASAN KUTE DAN SEKITARNYA MELALUI PENETAPAN KAWASAN EKONOMI KHUSUS (KEK).	Adanya kesinambungan program pembangunan kepariwisataan antar Pemerintah Pusat, Propinsi dan Kabupaten.
STAGNASI PENGEMBANGAN PARIWISATA BALI DAN STRATEGI BALI <i>BEYOND</i>	Meningkatkan kunjungan wisata (limpahan wisatawan dari Bali)
PERKEMBANGAN TREND PASAR MINAT KHUSUS/<i>GREEN TOURISM</i>	Banyaknya kunjungan pada kawasan wisata yang bertema eco/alam
<i>GLOBAL WARMING</i>	Munculnya ancaman/kerawanan bencana serta ketidakpastian cuaca di seluruh dunia
<i>GLOBALISASI DAN LIBERALISASI</i>	Ekspansi tenaga kerja asing dan terbukanya investasi secara luas, tuntutan standar internasional dalam pelayanan pariwisata
<i>MILLENNIUM DEVELOPMENT GOALS</i>	Tuntutan adanya Pemberdayaan Masyarakat dan Penanggulangan kemiskinan di sekitar kawasan wisata

3.5. ANALISIS PENGEMBANGAN PARIWISATA LOMBOK TENGAH

3.5.1. ANALISIS SWOT KAWASAN

A. ANALISIS SWOT KAWASAN UTARA

S (STRENGTHS)	W (WEAKNESSES)
<ul style="list-style-type: none"> a. Keaslian adat budaya masih sangat terjaga. b. Memiliki kondisi alam yang sangat indah dan alami. c. Akses jalan Mataram-Benang Stokel yang sudah memadai (<i>hot mix</i>). d. Adanya jaringan listrik dan telepon seluler. e. Adanya kemauan warga untuk berkembang. f. Terbentuknya Pokdarwis. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Potensi daya tarik wisata belum dikelola secara optimal. b. Minimnya fasilitas penginapan. c. Belum optimalnya pengelolaan obyek. d. Minimnya <i>sign and posting</i>. e. Minimnya promosi. f. Masyarakat belum sepenuhnya sadar akan pariwisata.

O (OPPORTUNITIES)	T (THREATS)
<ul style="list-style-type: none"> a. Kawasan Rinjani masuk dalam destinasi pariwisata nasional b. Kawasan Rinjani masuk dalam kawasan prioritas pengembangan Provinsi NTB. c. Dicanangkannya kawasan TNGR menjadi Geopark Rinjani. d. Pengembangan Bandara Internasional Lombok (BIL). 	<ul style="list-style-type: none"> a. Perusakan hutan. b. Alih fungsi lahan. c. Penurunan debit air.

STRATEGI

S - O	W - O
<ul style="list-style-type: none"> a. Pengembangan/revitalisasi/produk wisata tirta, pegunungan, dan desa untuk merangsang pertumbuhan pasar. b. Pengembangan dan penguatan produk minat khusus. c. Optimalisasi pengembangan kawasan di sekitar <i>Geopark Rinjani</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Peningkatan kualitas manajemen atraksi maupun manajemen kunjungan. b. Pengembangan energi alternatif. c. Peningkatan akses antar kawasan dan antar daya tarik wisata.
S - T	W - T
<ul style="list-style-type: none"> a. Pengembangan dan penerapan regulasi yang mengatur daya dukung pemanfaatan daya tarik wisata. b. Pengembangan dan penerapan regulasi pemanfaatan atau pengaturan bangunan di lingkungan sekitar. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengembangan dan manajemen atraksi yang tanggap atau ramah lingkungan (<i>environmental friendly</i>). b. Peningkatan kesadaran masyarakat dalam mendukung terwujudnya iklim pariwisata yang kondusif. c. Gerakan penghijauan.

B. ANALISIS SWOT KAWASAN TENGAH

S (STRENGTHS)	W (WEAKNESSES)
---------------	----------------

<ul style="list-style-type: none"> a. Keaslian adat budaya masih sangat terjaga. b. Memiliki kedekatan posisi c. dengan BIL Adanya workshop d. kerajinan tenun. e. Adanya kemauan warga untuk berkembang. f. Kemampuan pengerajian yang cukup tinggi. Terbentuknya Pokdarwis. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Potensi daya tarik wisata belum dikelola secara optimal. b. Minimnya fasilitas c. penginapan. Rendahnya d. pengelolaan obyek. e. Minimnya <i>sign and</i> f. <i>posting</i>. Minimnya promosi. g. Masyarakat belum sepenuhnya sadar pariwisata. Keterbatasan SDM pariwisata.
O (OPPORTUNITIES)	T (THREATS)
<ul style="list-style-type: none"> a. Kawasan Praya masuk dalam destinasi 	<ul style="list-style-type: none"> a. Tingginya keinginan transmigran.

<ul style="list-style-type: none"> pariwisata nasional. b. Kawasan Praya masuk dalam kawasan prioritas pengembangan Provinsi NTB. c. Pengembangan BIL. d. Adanya wacana pemindahan Ibukota Provinsi NTB dari Mataram ke Praya. 	<ul style="list-style-type: none"> b. Masuknya produk tenun tiruan. c. Mahalnya bahan baku kerajinan.
--	---

Strategi

S – O	W – O
<ul style="list-style-type: none"> a. Pengembangan/revitalisasi/produk wisata tirta, pegunungan, dan desa untuk merangsang pertumbuhan pasar. b. Pengembangan/revitalisasi produk budaya atraksi untuk menarik minat kunjungan wisatawan. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Peningkatan kualitas manajemen atraksi maupun manajemen kunjungan. b. Peningkatan akses antar kawasan dan antar daya tarik wisata.
S – T	W – T
<ul style="list-style-type: none"> a. Peningkatan kapasitas masyarakat. b. Pembuatan sistem kemitraan (<i>partnership</i>) bagi pengrajin. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Pelatihan, pendampingan dan peningkatan kesadaran masyarakat dalam mendukung terwujudnya iklim pariwisata yang kondusif.

C. ANALISIS SWOT KAWASAN SELATAN

S (STRENGTHS)	W (WEAKNESSES)
<ul style="list-style-type: none"> a. Keaslian adat budaya masih sangat terjaga b. Memiliki kondisi alam yang sangat indah c. Pantai dengan butiran pasir yang sangat jarang ditemui di tempat lain. d. Memiliki beberapa titik <i>surfing</i> e. Memadainya jalan lintas (hotmix) Mataram - Tj. Aan. f. Adanya jaringan listrik dan telepon. g. Terbentuknya Pokdarwis. h. Adanya kemauan warga untuk berkembang. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Potensi daya tarik wisata belum dikelola secara optimal b. Terbatasnya fasilitas moda transportasi umum c. Kurang memadainya fasilitas penginapan. d. Rendahnya pengelolaan obyek e. Minimnya <i>sign & posting</i>. f. Masyarakat belum sepenuhnya sadar pariwisata. g. Keterbatasan SDM pariwisata.
O (OPPORTUNITIES)	T (THREATS)
<ul style="list-style-type: none"> a. Pengembangan Kawasan Kute Aan b. Pengembangan BIL c. Tingginya keinginan investor asing d. Dijadikannya kawasan ini sebagai kawasan pariwisata Mandalika Resor e. Dijadikannya kawasan ini sebagai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) f. Pembangunan Pelabuhan Ikan dan sekolah perikanan di wilayah Gerupuk. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Alih fungsi guna lahan. b. Alih Kepemilikan Lahan. c. Perusakan lingkungan pantai dan gunung.

Strategi

S – O	W – O
<ul style="list-style-type: none"> a. Pengembangan/revitalisasi/produk wisata pantai dan desa untuk merangsang pertumbuhan pasar. b. Pengembangan kebijakan untuk kemudahan berinvestasi. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Peningkatan kualitas manajemen atraksi maupun kunjungan manajemen yang tanggap atau ramah lingkungan (<i>environmental friendly</i>). b. Peningkatan akses antar kawasan dan antar daya tarik wisata.
S – T	W – T
<ul style="list-style-type: none"> a. Pengembangan dan regulasi yang mengatur daya dukung pemanfaatan daya tarik wisata b. Pengembangan dan penerapan regulasi yang mengatur alih fungsi dan tata guna lahan serta daya dukung pemanfaatan daya tarik wisata. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Pelatihan, pendampingan dan penguatan kapasitas dan kemampuan masyarakat b. Peningkatan kesadaran masyarakat dalam mendukung terwujudnya iklim pariwisata yang kondusif

3.5.2. ANALISIS PEMASARAN PARIWISATA

A. ANALISIS SWOT PEMASARAN MANCANEGARA

S (STRENGTHS)	W (WEAKNESSES)
<ul style="list-style-type: none"> a. Kekayaan, jumlah dan ragam obyek dan daya tarik wisata (ODTW) Kabupaten Lombok Tengah. b. Dijadikannya Pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan di Kabupaten Lombok Tengah. c. Tingginya minat pemilik modal untuk melakukan investasi di sektor pariwisata. d. Ditetapkannya NTB sebagai salah satu DTW Syaria'ah secara nasional dimana Lombok Tengah memiliki potensi yang sangat signifikan untuk dikembangkan. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Manajemen atraksi yang masih lemah terhadap daya tarik wisata unggulan. b. Keterbatasan jejaring akses darat untuk destinasi unggulan. c. Ketergantungan pasar dari destinasi unggulan atau nasional (Bali dan Jakarta) d. Sikap masyarakat yang belum sepenuhnya sadar wisata. e. Konsep dan model manajemen pengembangan DTW yang masih sederhana.

O (OPPORTUNITIES)	T (THREATS)
<ul style="list-style-type: none"> a. Perkembangan pertumbuhan pasar global b. <i>Trend</i> pasar minat khusus c. <i>Trend</i> "back to nature" d. Sebagai destinasi alternatif setelah Bali karena jarak yang berdekatan. e. Terletak di dalam segi tiga emas wisata Bali – Pulau Komodo – Tana Toraja. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Perilaku sebagian pelaku pariwisata lokal yang cenderung tidak profesional dan proporsional. b. Agresifitas pemasaran dari daerah- daerah yang merupakan pesaing utama dari Lombok Tengah. c. Provokasi dan inkonsistensi dari pelaku- pelaku pariwisata di luar Kabupaten Lombok Tengah.

STRATEGI

S – O	W – O
<p>a. Dengan kekayaan jumlah dan ragam daerah tujuan wisata di Lombok Tengah, serta potensi pariwisata yang kuat dan secara geografis berada di segitiga pariwisata Bali, NTT dan Sulsel; Lombok Tengah siap menjadi destinasi alternatif utama wisman selain Bali, Pulau Komodo dan Tana Toraja dengan menggarap <i>trend ecotourism</i> dan <i>marine tourism</i>.</p>	<p>a. Merumuskan dan menciptakan <i>brand tourism image & identity</i> bagi pariwisata Kabupaten Lombok Tengah ke pasar nusantara dan internasional dengan konsep dan model yang lebih maju untuk merebut pasar wisnus dan wisman yang lebih luas dan berupaya menjadi destinasi alternatif favorit selain Bali.</p>
S – T	W – T
<p>a. Mempromosikan kepada target pasar nasional dan internasional tentang potensi pariwisata dengan menggunakan media komunikasi yang terpadu</p> <p>b. Melakukan aktifitas <i>marketing intelligent</i> untuk mengetahui potensi daya saing dan strategi para pesaing utama.</p>	<p>a. Dengan menciptakan <i>tourism image & identity</i> yang tetap diharapkan dapat memperkenalkan potensi wisatanya sehingga mampu memperkuat daya saingnya di tengah kompetensi pariwisata yang makin kuat.</p>

B. ANALISIS SWOT PEMASARAN NUSANTARA

S (STRENGTHS)	W (WEAKNESSES)
<p>a. Kekayaan jumlah dan ragam obyek dan daya tarik wisata yang terdapat di Kabupaten Lombok Tengah merupakan destinasi utama wisatawan berkunjung ke Lombok</p> <p>b. Terbukanya akses pemasaran secara internasional melalui BIL.</p>	<p>a. Masih kekurangan aktivitas-aktivitas promosi dalam memperkenalkan daya tarik wisata di Lombok Tengah ke tingkat Nasional.</p> <p>b. Masih adanya perilaku sebagian pelaku usaha pariwisata yang sering tidak profesional dan proporsional.</p>
O (OPPORTUNITIES)	T (THREATS)
<p>a. Dicanangkannya Pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan di Kabupaten Lombok Tengah.</p> <p>b. Optimalisasi pelibatan sektor swasta untuk pengembangan pariwisata</p> <p>c. Makin besarnya minat penduduk Indonesia, untuk melakukan perjalanan wisata.</p>	<p>a. Tingkat kompetisi antar Propinsi dan Kabupaten yang semakin kompetitif dalam memperebutkan pasar wisatawan nusantara.</p> <p>b. Minimnya partisipasi dan perhatian pemerintah daerah untuk terus meningkatkan kapasitas dan kapabilitas pelaku usaha pariwisata.</p>

STRATEGI

S – O	W – O
-------	-------

<p>a. Dengan kekayaan jumlah dan ragam daerah tujuan wisata di Kabupaten Lombok Tengah, serta potensi pariwisata yang kuat dan kedekatan geografis dengan Bali, NTT dan Sulsel bisa menjadikan ketiga kawasan tersebut sebagai mitra kerja dalam mempromosikan obyek wisata yang ada di Lombok Tengah.</p> <p>b. Dengan terus dikembangkannya BIL, pariwisata Lombok Tengah dapat secara leluasa melakukan kerjasama kemitraan dengan berbagai DTW lain seperti Bali, Pulau Komodo, dan Tana Toraja secara nasional.</p>	<p>a. Menggiatkan aktivitas-aktivitas promosi yang kreatif, dengan melibatkan pihak swasta, baik ditingkat lokal maupun regional dan nasional, serta melakukan pemerataan pengembangan DTW pada beberapa obyek wisata yang masih jauh dari pemenuhan fasilitas umum dan pariwisata.</p>
--	---

S – T	W – T
<ul style="list-style-type: none"> a. Mengembangkan konsep dan model pengelolaan daya tarik wisata yang “<i>uniqueness</i>” (khas) dan sulit ditiru oleh pesaing. b. Pengembangan konsep wisata desa kerajinan di lihat dari potensi kerajinan yang ada di Lombok Tengah. c. Pengembangan beberapa pondok pesantren, masjid dan makam keramat (<i>the island of thousands mosques</i>) sebagai embrio tujuan wisata syari’ah. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Penguatan tema-tema DTW, perbaikan infrastuktur pariwisata dan pemilihan stategi promosi yang kreatif dan tepat sasaran, serta model pengelolaan manajemen yang profesional sehingga dapat mendorong kunjungan wisatawan nusantara.

BAB 4

STRATEGI PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN LOMBOK TENGAH

Strategi Pembangunan Kepariwisata Lombok Tengah secara keseluruhan akan mencakup jbaran arah kebijakan dan indikasi program pengembangan pada aspek-aspek:

1. Produk
2. Aksesibilitas
3. Fasilitas dan infrastruktur
4. Pemasaran
5. Investasi
6. Industri
7. Pemberdayaan Masyarakat
8. SDM
9. Kelembagaan

Arah kebijakan dan indikasi program pengembangan selengkapnya dapat dijabarkan sebagai berikut:

4.1. STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK

Dalam konteks pengembangan produk terdapat 4 (empat) ARAH KEBIJAKAN utama yang perlu dilaksanakan dengan mendasarkan pada pengembangan pasar yang sudah ada maupun pengembangan pasar potensial/ pasar wisatawan baru. Ke-empat ARAH KEBIJAKAN tersebut meliputi:

	Produk lama/ eksisting	Produk baru
Pasar lama/ eksisting	Penetrasi Pasar melalui Intensifikasi Produk (<i>kualitas manajemen atraksi, sarana prasarana penunjang, kualitas lingkungan objek, kombinasi produk</i>)	Pengembangan pasar melalui Ekstensifikasi Produk (<i>pengembangan produk yang berkembang di lokasi baru, diferensiasi produk</i>)
Pasar baru	Pengembangan pasar melalui konsolidasi produk (<i>optimalisasi produk eksisting dengan daya tarik baru untuk target segmen baru</i>)	Diversifikasi Produk (<i>pengembangan produk baru dengan tema-tema khusus/minat khusus</i>)

4.1.1. PENETRASI PASAR MELALUI INTENSIFIKASI PRODUK

(Pengembangan produk baru untuk sasaran pasar wisatawan yang ada)

PENETRASI PASAR bermakna: *upaya meningkatkan pemanfaatan dari produk wisata yang ada (product existing) oleh potensi pasar wisatawan yang ada dan berkembang (market existing), baik potensi pasar wisatawan nusantara maupun mancanegara.*

Strategi yang dilakukan adalah intensifikasi produk, yaitu peningkatan kualitas produk wisata yang sudah ada (*product existing*) dengan upaya-upaya tertentu, mencakup:

- 1) Peningkatan kualitas manajemen atraksi dan pengelolaan dan pengemasan atraksi wisata yang dikembangkan didalamnya;
- 2) Peningkatan kualitas sarana dan prasarana penunjang kegiatan wisata yang berlangsung didalamnya, seperti: fasilitas akomodasi, fasilitas rumah makan /restoran, fasilitas parkir;
- 3) Peningkatan kualitas lingkungan fisik objek wisata, yaitu penanganan seting lokasi sehingga tetap terjaga bersih, sehat dan asri, melalui pemeliharaan penghijauan, penanganan sampah dan sanitas yang baik dan termonitor.
- 4) Kombinasi Produk, yaitu pengemasan produk yang lebih menarik dengan menciptakan kombinasi-kombinasi baru melalui penambahan unsur-unsur khas dalam produk yang terdiri dari komponen-komponen lama;

IMPLIKASI PEMBANGUNAN:

Implikasi pembangunan yang perlu ditindaklanjuti untuk menjabarkan ARAH KEBIJAKAN di atas antara lain adalah:

- A. Intensifikasi produk wisata alam pegunungan di kawasan Rinjani (trekking Rinjani) dan Lereng Rinjani Selatan, termasuk didalamnya Air Terjun Benang Stokel, Air Terjun Benang Kelambu, Pemandian Aik Bukak, Perkebunan Kopi Persil, dan Desa wisata Mas-mas dengan penambahan apresiasi lebih mendalam bagi wisatawan untuk menikmati keunikan lingkungan tersebut (pengembangan fasilitas pusat kunjungan/*visitor center*, fasilitas interpretasi/*audiovisual/sign and posting*, jalur *trekking*, pengembangan aktifitas *outbound*).
- B. Intensifikasi produk wisata pantai di kawasan pantai yang meliputi Pantai Tanjung Aan dan Kuta Aan, Pantai Selong Belanak, Teluk Gerupuk, Pantai Mawun dengan penambahan fasilitas dan sarana prasarana pendukung yang memungkinkan apresiasi lebih mendalam bagi wisatawan untuk menikmati keunikan lingkungan tersebut (pengembangan fasilitas resort,

pusat kunjungan/*visitor center*, fasilitas interpretasi/audiovisual/*sign and posting*, pengembangan area wisata kuliner, pengembangan lansekap dan taman, kombinasi *event dinner*/pertunjukan seni).

- C. Intensifikasi produk wisata budaya pedesaan di Sukarara, Rambitan, Penujak, Beleke, Dusun Sade dan Ende dengan penambahan fasilitas dan sarana prasarana pendukung yang memungkinkan apresiasi lebih mendalam bagi wisatawan untuk menikmati keunikan lingkungan tersebut (pengembangan fasilitas pusat kunjungan/*visitor center*, fasilitas interpretasi/audiovisual/*sign posting*, penataan *street furniture*, *landsekap* dan taman, penataan area parkir dan jualan kaki lima).
- D. Intensifikasi produk wisata belanja di kawasan Songket Sukarara, Gerabah Penujak dengan penambahan fasilitas dan sarana prasarana pendukung yang memungkinkan apresiasi lebih mendalam bagi wisatawan untuk menikmati keunikan lingkungan tersebut (pengembangan fasilitas pusat kunjungan/*visitor center*, fasilitas interpretasi/audiovisual/*sign and posting*, penataan *street furniture*, *landsekap* dan taman, penataan area parkir dan jualan kaki lima).

4.1.2 PENGEMBANGAN PRODUK BARU MELALUI EKSTENSIFIKASI PRODUK

(Pengembangan produk baru untuk sasaran pasar wisatawan yang ada)

Pengembangan Produk bermakna: upaya pengembangan dan penawaran produk baru (*new product*) terhadap potensi pasar yang ada (*eksisting market*) dalam rangka meningkatkan nilai pemanfaatan dan tingkat pengeluaran wisatawan dalam melakukan kunjungan wisata di suatu tempat/lokasi daerah tujuan wisata.

Upaya ini lebih dimaksudkan untuk tetap menjangkau pasar wisatawan yang ada dengan (1) memberikan pilihan atau variasi lebih banyak dari objek dan daya tarik wisata baru yang dikembangkan di Lombok Tengah. Konsep pengembangan ini dapat juga berupa ekstensifikasi produk atau (2) upaya mengembangkan dan memperluas potensi objek dan daya tarik wisata yang ada pada lokasi lain yang potensial.

Dalam konteks ARAH KEBIJAKAN ini, beberapa langkah yang dapat dilakukan meliputi:

- 1) Pengembangan produk baru dengan komponen lama di lokasi baru dengan sejumlah unsur-unsur atraksi tambahan yang mampu memperkuat daya tarik objek tersebut bagi kunjungan wisatawan (pengembangan produk lama di kawasan baru);

2) Deferensiasi produk (*product differentiation*),

Pengembangan produk baru yang memiliki nilai kualitas atraksi yang unik dan berbeda dengan produk wisata yang ada dalam konteks regional, sehingga memiliki keunggulan dalam menarik pasar wisatawan. Pengembangan produk baru ini dapat dilakukan pada potensi objek dan daya tarik wisata yang potensial namun belum dikembangkan dikelola dan dipasarkan secara optimal di lokasi baru;

3) Peningkatan promosi dan pemasaran produk-produk baru;

Skenario ini dapat dilakukan secara paralel dengan strategi penetrasi pasar untuk tahapan pengembangan dalam jangka pendek, sehingga dalam jangka menengah dan panjang sudah akan dapat dirasakan manfaat pengembangannya.

Ekstensifikasi produk diarahkan pada pengembangan produk-produk wisata yang cukup berhasil dan memiliki cakupan pasar yang signifikan pada area-area baru yang belum berkembang dengan diferensiasi produk yang bersifat komplementer dengan produk eksisting yang sudah berkembang.

IMPLIKASI PENGEMBANGAN

Implikasi pengembangan yang perlu ditindaklanjuti untuk menjabarkan strategi di atas antara lain adalah:

- 1) Ekstensifikasi produk wisata alam pegunungan dengan pengembangan produk wisata yang alam hutan di kawasan hutan Rinjani Bagian Selatan.
- 2) Ekstensifikasi produk wisata alam pantai di kawasan hutan Mawi, Mawun, dan Selong Belanak
- 3) Ekstensifikasi produk wisata budaya peninggalan sejarah di kawasan Rambitan
- 4) Ekstensifikasi produk wisata budaya pedesaan di kawasan desa Ende.

4.3 KONSOLIDASI PRODUK

Pengembangan produk dengan memperluas sasaran pasar baru (*market development*)

Skenario Konsolidasi produk dalam rangka pengembangan pasar dalam hal ini dimaksudkan sebagai upaya untuk menemukan pasar wisatawan baru (*new market*) untuk jenis produk wisata yang ada (*existing product*). Dalam hal ini upaya menarik pasar baru terutama dari negara-negara maju yang baru perlu dilakukan sehingga pariwisata Lombok Tengah tidak hanya tergantung pada pasar tradisional yang ada. Pengembangan pasar dengan sasaran negara-negara di kawasan regional Asia Timur dan Pasifik (Singapura, Malaysia, Thailand, Jepang, dan Korea).

Dalam kerangka ARAH KEBIJAKAN pengembangan pasar, ada beberapa langkah yang perlu dilakukan:

- 1) Konsolidasi dan optimalisasi pemanfaatan produk di lokasi-lokasi yang telah dan berkembang dengan pengembangan daya tarik baru untuk menangkap peluang pasar baru;
- 2) Ekspansi pasar dengan mencari peluang-peluang pasar baru melalui berbagai keikutsertaan dalam event-event pasar wisata.

IMPLIKASI PENGEMBANGAN

Implikasi pengembangan yang perlu ditindaklanjuti untuk menjabarkan strategi di atas antara lain adalah:

- 1) Optimalisasi produk wisata alam pegunungan di Kawasan Lereng Rinjani selatan dengan daya tarik baru (Gardu Pandang dan wisata agro)
- 2) Optimalisasi produk wisata budaya peninggalan sejarah (Masjid Kuno Rambitan) dengan pengembangan daya tarik baru atraksi sinar dan suara (*sons't et lumiere*), museum *outdoor* dan *indoor*.
- 3) Optimalisasi produk wisata alam pantai di kawasan Pantai Mawi, Mawun & Selong Belanak dengan pengembangan daya tarik baru
- 4) Optimalisasi produk wisata pedesaan dengan pengembangan fasilitas-fasilitas *workshop* pembelajaran budaya, kekhasan lokal dan aktifitas produksi kerajinan

4.1.4. DIVERSIFIKASI PRODUK

Diversifikasi produk untuk sasaran pasar yang lebih luas

ARAH KEBIJAKAN Diversifikasi Produk dimaksudkan sebagai upaya untuk menciptakan produk yang beraneka ragam untuk segmen pasar yang berbeda-beda atau menciptakan produk baru untuk pasar baru. Upaya pengembangan produk baru dalam konteks diversifikasi ini dapat dilakukan dengan menciptakan produk-produk tematik yang spesifik seperti bentuk-bentuk produk wisata minat khusus antara lain wisata agro, wisata arkeologis, wisata arsitektural, wisata arkeologis, wisata arsitektural, wisata arkeologis dan sebagainya.

Hal ini didasarkan atas munculnya kecenderungan baru dari sisi pasar, terutama dari aspek psikografik wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata, yang cenderung bergeser dari sekedar melakukan kegiatan rekreasi biasa berkembang pada motivasi untuk pengembangan diri, aktualisasi dan keinginan mengikuti atau perjalanan yang berkualitas (*quality travel*) dengan keterlibatan aktif dalam berbagai aktivitas wisata yang terkait dengan unsur alam dan budaya.

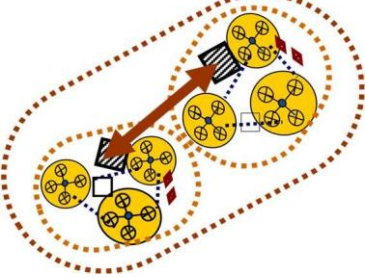
Dalam sekenario Diversifikasi Produk ini, beberapa strategi yang dapat dilakukan adalah:

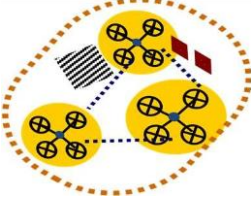

- 1) Pengembangan wisata dengan tema-tema khusus untuk pasar yang sangat khusus dengan basis potensi yang dimiliki;
- 2) Pemasaran pada segmen pasar yang terfokus;

IMPLIKASI PENGEMBANGAN

Implikasi pengembangan yang perlu ditindaklanjuti untuk menjabarkan strategi di atas antara lain adalah:

- 1) Pengembangan wisata minat khusus spiritual di Kawasan Masjid Kuno Rambitan (meditasi, studi spiritual)
- 2) Pengembangan kegiatan wisata minat khusus ekowisata pegunungan (photografi, *bird watching*) di Kawasan Lereng Gunung Rinjani
- 3) Pengembangan kegiatan wisata minat khusus kesehatan dan *lifestyle* di kawasan Kuta
- 4) Pengembangan kegiatan wisata minat khusus budaya pedesaan.

No.	Konsep	ILUSTRASI	Kawasan Pengembangan
I.	<p>DESTINASI PARIWISATA A (sekala kawasan) = Kawasan geografis yang berada dalam satu wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan</p> <p>(U U NO.10/2009)</p>		<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Kawasan Rinjani dan sekitarnya. <input type="checkbox"/> Kawasan Praya dan sekitarnya. <input type="checkbox"/> Kawasan Kuta-Aan dan sekitarnya.

<p>II.</p>	<p>SUB. KAWASAN PARIWISATA</p> <p>Area pengembangan pariwisata yang berada dalam satu wilayah geografis tertentu yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan</p>		<ul style="list-style-type: none"> □ Sub kawasan Benang Stokel □ Sub kawasan Aik Bukak □ Sub kawasan Beleke □ Sub kawasan Sukarare □ Sub kawasan Sade-Ende □ Sub kawasan Selong Belanak □ Sub kawasan Aan-Gerupuk
<p>III.</p>	<p>DAYA TARIK WISATA</p> <p>Komponen destinasi pariwisata yang berupa sumber daya</p>		<ul style="list-style-type: none"> □ TN Gunung Rinjani □ Pantai Kuta

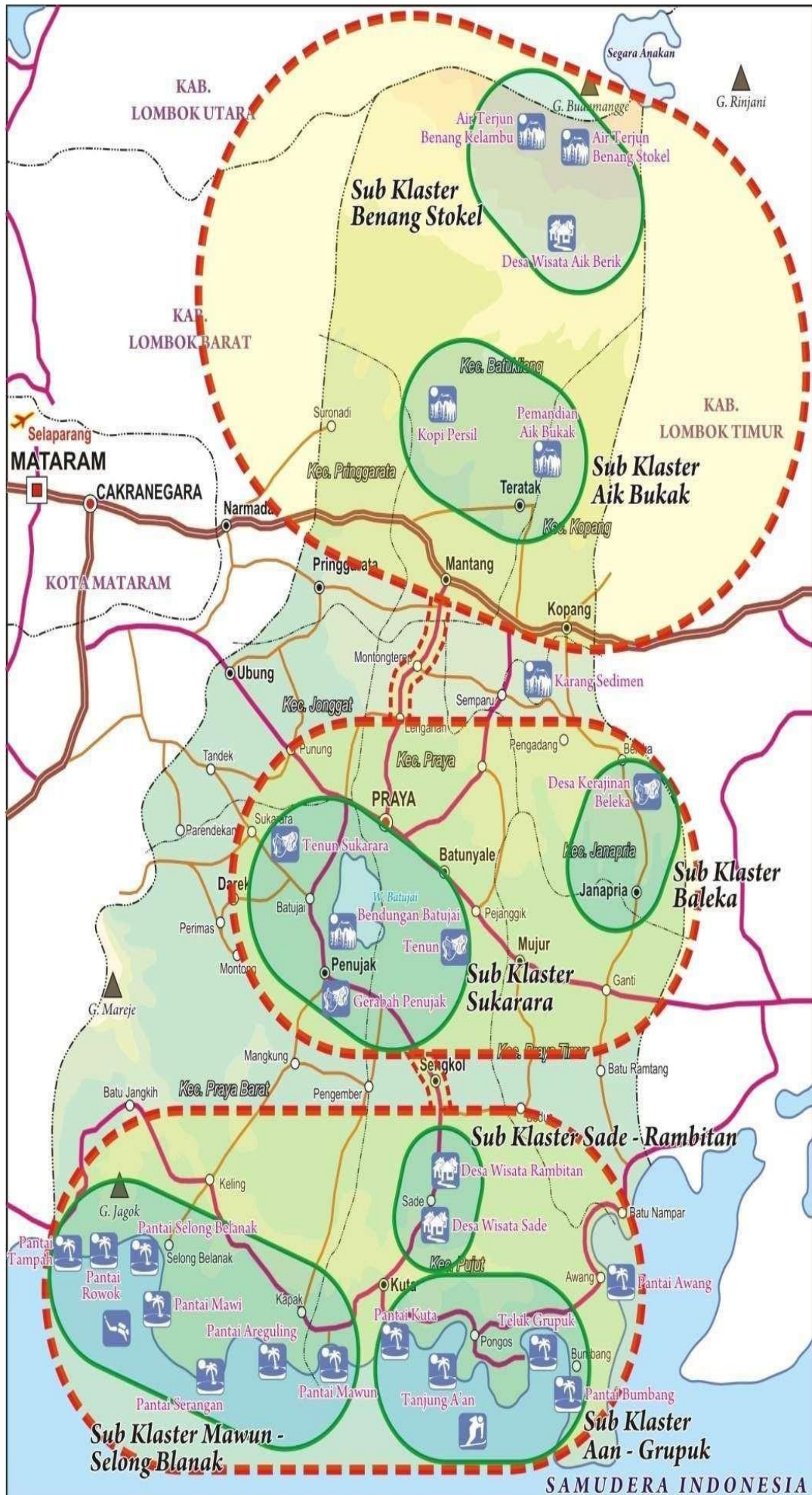
<p>wisata alam, budaya atau khusus dalam bentuk objek tunggal atau kawasan yang memiliki daya tarik kepariwisataan dan menjadi penggerak motivasi wisata</p>		<ul style="list-style-type: none"> ▮ Pantai Aan ▮ Desa wisata Sukarare ▮ Desa wisata Nde ▮ Desa wisata sade
--	--	---

4.1.5. KONSEP PENGEMBANGAN PRODUK PARIWISATA LOMBOK TENGAH

- A. Mengembangkan Lombok Tengah sebagai destinasi pariwisata terpadu yang unik, kompetitif dan ramah lingkungan
- B. Mengembangkan produk wisata yang kompetitif sekaligus komplementer (dalam jenis, skala dan fasilitas) dengan produk wisata yang dikembangkan pusat-pusat pariwisata di tingkat regional Bali-NTB-NTT
- C. Pengembangan kepariwisataan Lombok Tengah dalam 3 (tiga) kawasan pengembangan pariwisata.



**4.1.6 STRUKTUR KERUANGAN KAWASAN PEMBANGUNAN
KEPPARIWISATAAN LOMBOK TENGAH**



4.2. STRATEGI PEMBANGUNAN AKSESIBILITAS/TRANSPORTASI

4.2.1. Pembangunan Jaringan Aksesibilitas yang Handal Antar Zona

Pengembangan aksesibilitas merupakan komponen pengembangan pariwisata yang sangat penting disamping aspek objek dan daya tarik wisata serta aspek ketataruangan. Hal tersebut dikarenakan aspek aksesibilitas merupakan komponen yang mendukung mobilitas dan pergerakan wisatawan dalam mengunjungi obyek-obyek wisata yang ada.

Sistem aksesibilitas dan pencapaian yang handal baik dari gerbang wisata regional (Lombok Tengah) ke obyek-obyek tujuan wisata di keseluruhan kawasan. Oleh karena itu upaya pengembangan produk wisata melalui pengembangan zona tematis tidak akan memiliki arti sama sekali apabila tidak diimbangi dengan pengembangan sistem dan sarana prasarana yang mendukung aksesibilitas dan pencapaian/pergerakan wisatawan antar wilayah, dari satu obyek ke obyek lain.

1. Penyempurnaan Poros antar Zona untuk Meningkatkan Kemudahan Pencapaian.

Sesuai dengan arahan strategi pengembangan yang (secara internal) menetapkan pengembangan karakter tertentu dari zona-zona wisata yang ada, serta pengembangan kawasan yang terkait dengan pengembangan regional, maka pengembangan jaring-jaring aksesibilitas yang menghubungkan antar klaster harus ditingkatkan kualitas dan keandalannya. Sehingga dengan demikian akan dimungkinkan kemudahan aksesibilitas antar zona untuk pergerakan wisata, maupun aksesibilitas regional antar wilayah Kabupaten/Kota dalam kaitannya dengan pengemasan paket-paket wisata terpadu lintas regional.

2. Pengembangan Kualitas dan Kenyamanan Moda Angkutan Transportasi Pendukung Wisata

Pengembangan aksesibilitas perlu didukung dengan pengembangan aspek kenyamanan perjalanan yang diwujudkan dalam bentuk dukungan ketersediaan moda angkutan perjalanan yang *reliable* dari segi jadwal dan kualitas moda transportasi.

Pengembangan kualitas moda angkutan transportasi wisata perlu dilakukan dengan dengan mengoptimalkan pengembangan moda transportasi massa (bus) yang telah melayani jalur-jalur tertentu dengan memperluas cakupan layanan rute perjalanan yang menghubungkan simpul-simpul transportasi (terminal bus, bandara) dengan lokasi-lokasi objek dan daya tarik wisata.

4.2.2 Pembangunan Aksesibilitas Regional, Nasional, dan Internasional ke Lombok Tengah

Beroperasinya Bandar Udara Internasional Lombok (BIL) diharapkan menjadi gerbang udara wisata terpenting nantinya bagi kawasan NTB. Disamping itu, BIL diharapkan akan menempatkan diri sebagai salah satu bandar udara tersibuk di Indonesia, setelah Bandar Udara Soekarno-Hatta, Jakarta dan Juanda, Surabaya.

Perkembangan wilayah Lombok Tengah dan sekitarnya sebagai daerah tujuan wisata telah berpengaruh positif terhadap kenaikan tren lalu lintas penerbangan di NTB. Dilihat dari pentingnya peran gerbang wisata BIL maka perlu selalu ditingkatkan layanan dan kualitas dari bandara itu sendiri.

4.2.3. Konsep Pembangunan Transportasi/Aksesibilitas Lombok Tengah

- a) Memfasilitas kemudahan dan kenyamanan pergerakan wisatawan antar destinasi di Lombok Tengah
- b) Meningkatkan kapasitas tempat duduk (*seat capacity*) untuk penerbangan menuju ke Lombok Tengah
- c) Mendorong pemerataan pengembangan destinasi pariwisata di Lombok Tengah
- d) Menggerakkan pertumbuhan kawasan-kawasan pengembangan di Lombok Tengah
- e) Membuka ketertutupan wilayah melalui pembukaan akses ke ODTW yang akan menghidupkan aktivitas kepariwisataan sebagai penggerak perekonomian wilayah Lombok Tengah
- f) Pengembangan keterpaduan sistem dan moda transportasi di Lombok Tengah
- g) Memberikan kenyamanan bertransportasi bagi wisatawan
- h) Pengembangan sistem dan moda transportasi perintis (bus bandara ke obyek) di Lombok Tengah

4.2.4 ARAH KEBIJAKAN PEMBANGUNAN AKSESIBILITAS /TRANSPORTASI

- a) Optimalisasi operasionalisasi Bandara Internasional Lombok
- b) Revitalisasi dan pengembangan aksesibilitas/transportasi pariwisata
- c) Pembangunan/peningkatan port sebagai pusat pengembangan wilayah
- d) Peningkatan kenyamanan sarana aksesibilitas/transportasi pariwisata
- e) Pembangunan/peningkatan infrastruktur aksesibilitas/transportasi pariwisata
- f) Peningkatan keterpaduan moda transportasi

- g) Peningkatan ketersediaan aksesibilitas/transportasi pariwisata perintis

4.3. STRATEGI PEMBANGUNAN FASILITAS UMUM DAN PARIWISATA

Arah kebijakan pengembangan fasilitas umum dan pariwisata di Lombok

Tengah dapat direpresentasikan menjadi:

ARAHAN KEBIJAKAN PEMBANGUNAN FASILITAS PENDUKUNG PARIWISATA DAN SISTEM INFORMASI KEPARIWISATAAN



ARAH KEBIJAKAN 1 Peningkatan Ketersediaan Fasilitas Pendukung Pariwisata dan Sistem Informasi Kepariwisata di Destinasi Pariwisata

ARAH KEBIJAKAN 2 Peningkatan Kelayakan Operasional dan Fungsi Fasilitas Pendukung Pariwisata dan Sistem Informasi Kepariwisata di Destinasi Pariwisata.

ARAH KEBIJAKAN 3 Peningkatan Kualitas Fisik Fasilitas Pendukung Pariwisata dan Sistem Informasi Kepariwisata di Destinasi Pariwisata.

ARAH KEBIJAKAN 4 Peningkatan Keamanan dan Kenyamanan Fasilitas Pendukung Pariwisata di Destinasi Pariwisata.

4..4. STRATEGI PEMBANGUNAN PEMASARAN

Dengan mengacu pada hasil analisis situasi pariwisata Lombok Tengah (analisis SWOT), analisis strategi pasar, maka arah pemasaran pariwisata Lombok Tengah ke depan dilaksanakan dengan mengacu pada ARAH KEBIJAKAN pokok pemasaran Lombok Tengah yang selanjutnya akan menjadi payung dalam perumusan rencana dan INDIKASI PROGRAM strategis pemasaran untuk kurun waktu 5-15 tahun mendatang adalah sebagai berikut:

4.4.1 ARAH KEBIJAKAN 1

MENGEMBANGKAN LOMBOK TENGAH MENJADI SALAH-SATU DESTINASI UTAMA DI INDONESIA BAIK UNTUK PASAR WISMAN MAUPUN PASAR WISNUS, DENGAN MELAKUKAN PENGUATAN ASPEK PENGEMBANGAN PRODUK DAN LAYANAN BERTARAF NASIONAL DAN INTERNASIONAL.

1. STRATEGI 1.1

Penciptaan “*Branding*” Pariwisata Lombok Tengah.

Justifikasi:

- 1) Adanya sikap dan komitmen kuat serta Visi kedepan dari pemerintah daerah Kabupaten Lombok Tengah dalam memajukan industri pariwisata menjadi salah-satu destinasi utama dalam tatanan nasional maupun internasional.
- 2) Untuk menjadikan Lombok Tengah menjadi salah-satu destinasi bertaraf nasional maupun internasional maka kesadaran pasar (*market awareness*) perlu dibangkitkan. Salah satunya adalah dengan penciptaan “*branding*” atau “*tourism image & identity*”. Dalam hal ini keberadaan *image* atau peletakan branding dimaksudkan untuk membentuk “*citra*” yang kuat serta memiliki daya saing yang lebih kompetitif, baik di tingkat nasional maupun di tingkat internasional.

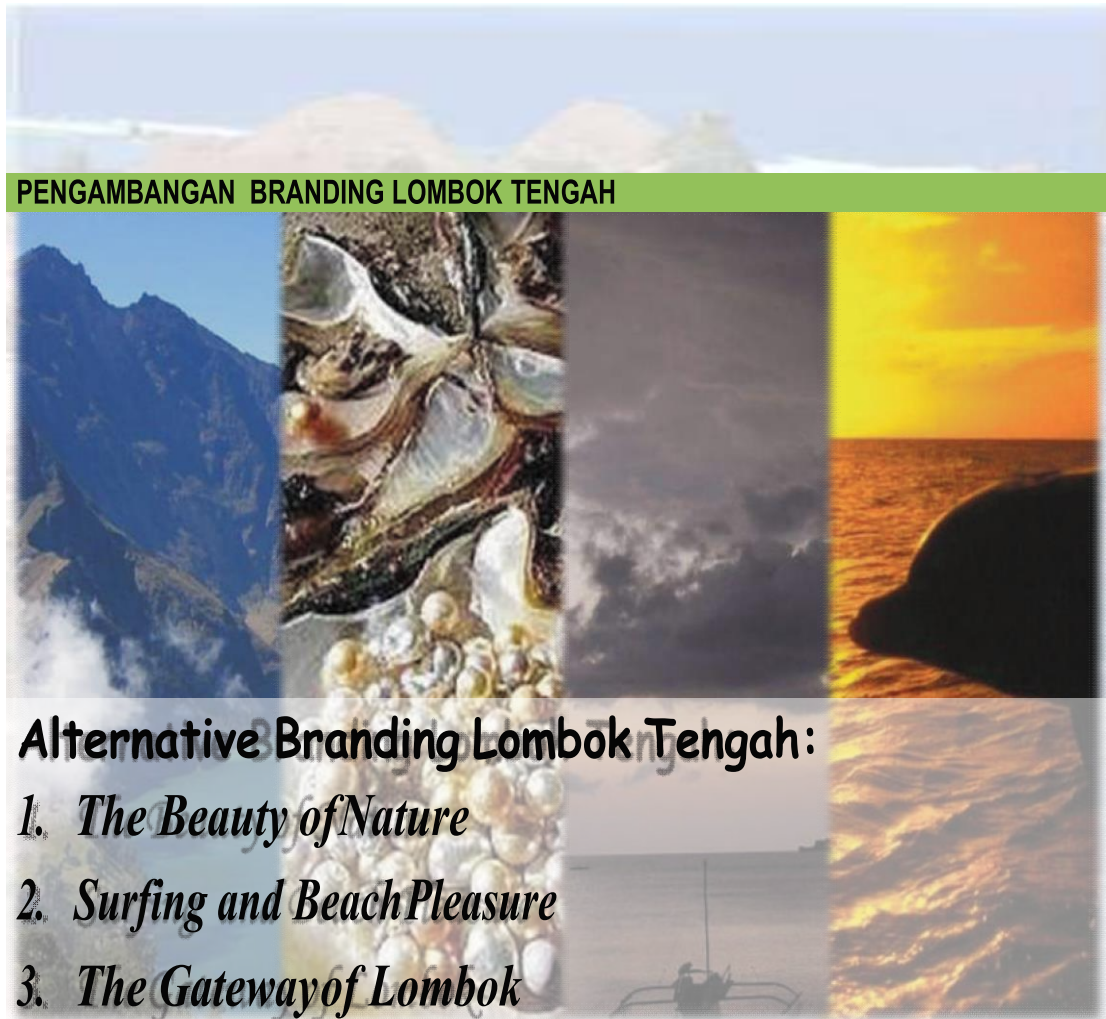
Penciptaan *tourism image & identity* dengan mempertimbangkan karakteristik ODTW yang ada di Lombok Tengah, tingkat kompetensi pariwisata global dan Visi kedepan yang ingin dicapai oleh industri pariwisata Lombok Tengah.

Implikasi

- 1) Pengembangan *branding* pariwisata Lombok Tengah
- 2) Sosialisasi *branding* pariwisata Lombok Tengah melalui kampanye pemasaran, baik untuk pasar wisman dan wisnus maupun secara internal melalui Pemda Kabupaten Lombok Tengah dan secara

keseluruhan kampanye pemasaran ke seluruh instansi di Nusa Tenggara Barat.

- 3) Pemeliharaan stabilitas keamanan di Lombok Tengah dengan memelihara reputasi yang sudah ada sebagai ODTW yang aman, nyaman dan menarik dengan melibatkan seluruh stakeholder pariwisata di Lombok Tengah.



2. **STRATEGI 1.2**

***Re-positioning* Pariwisata Lombok Tengah**

Justifikasi:

- 1) Teknik *market positioning* merupakan salah-satu bentuk strategi yang diterapkan untuk memposisikan diri dalam hal ini adalah agar tetap berada di kotak pemasaran yang tepat. *Positioning* juga akan berdampak pada tumbuhnya motivasi dan persepsi yang pada gilirannya akan mampu membentuk citra produk yang ditawarkan serta mendorong terjadinya pembelian.
- 2) Posisi Kabupaten Lombok Tengah dalam daya tarik wisata yang ada tidak jelas, dimana target pasarnya tidak mengenali pesan-pesan yang selama ini disampaikan kepada mereka, dan juga selama ini Lombok

Tengah dipasarkan melalui satu kesatuan Pulau Lombok secara keseluruhan dan tidak memberikan tema, *image* atau identitas untuk menonjolkan DTW yang ada di Lombok Tengah. Akibat yang ditimbulkan cenderung tidak mampu lagi menumbuhkan permintaan pasar/wisatawan.

- 3) Sebagai konsekuensi logis akan timbulnya permintaan pasar dan persaingan dalam kepariwisataan secara global, upaya untuk memenangkan persaingan dalam pariwisata harus ditempuh melalui penerapan strategi pemasaran yang inovatif, efektif, dan efisien.

Implikasi

- 1) Pemanfaatan aplikasi branding pariwisata dalam seluruh aktivitas promosi pariwisata
- 2) Pengembangan sub-klaster ODTW di Lombok Tengah bertaraf internasional dengan tema wisata alam, wisata kerajinan, wisata budaya, dan wisata pantai.
- 3) Optimalisasi pintu–pintu masuk dan jalur pergerakan wisatawan yang telah ada serta penciptaan jalur pergerakan baru bagi wisman dan wisnus.

3. STRATEGI 1.3.

Pengembangan SDM Bidang Pemasaran untuk Mendukung Peningkatan Kualitas Pelayanan.

Justifikasi:

- 1) Penciptaan Lombok Tengah sebagai satu destinasi wisata utama tingkat nasional, regional maupun internasional tidak mungkin terwujud jika tidak diimbangi dengan kesiapan dari SDM bidang pemasaran yang dapat bekerja secara profesional serta memiliki wawasan, pengetahuan, dan keterampilan berskala global.
- 2) Tingkat kepentingan pengembangan SDM yang profesional di bidang pemasaran pariwisata di Lombok Tengah tidak saja untuk memenuhi kebutuhan atas ketersediaan SDM yang profesional di bidang pemasaran pariwisata, namun lebih jauh lagi adalah memperkecil masuknya SDM asing atau luar daerah yang akan memperkecil peluang SDM lokal berperan dalam lapangan kerja bidang pariwisata di daerahnya. Tuntutan ini sejalan dengan berjalannya AFTA yang juga menyentuh industri pariwisata, dimana salah-satu kesepakatan yang akan dilaksanakan adalah adanya kebebasan dalam pergerakan manusia antar negara baik untuk kepentingan berwisata maupun bekerja di berbagai bidang usaha pariwisata.

Implikasi

- 1) Pelatihan perencanaan pemasaran pariwisata bagi staf pemerintah daerah Kabupaten Lombok Tengah
- 2) Pertukaran magang bagi staf pemda dan industri pariwisata pada organisasi/instansi pariwisata yang telah mapan (dalam dan luar negeri) terkait dengan pengorganisasian pemasaran pariwisata
- 3) Pelatihan peningkatan kualitas layanan SDM usaha pariwisata.

4.4.2. ARAH KEBIJAKAN 2

**PENGEMBANGAN PASAR UTAMA (*TOP MARKET*) WISATAWAN
MANCANEGERA DAN SUMBER-SUMBER PASAR WISATAWAN
NUSANTARA**

1. STRATEGI 2.1

Pengembangan yang diarahkan pada sasaran pasar yang telah tersegmentasi (*Market Segmentation*).

Justifikasi:

- 1) Kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara ke Kabupaten Lombok Tengah di dominasi oleh wisatawan yang mengunjungi obyek wisata alam, budaya, dan kerajinan
- 2) Khusus untuk wisatawan mancanegara ke Kabupaten Lombok Tengah terfokus pada daya tarik obyek wisata pantai (*Surfing*).
- 3) Persepsi wisatawan secara umumnya terhadap daya tarik obyek wisata di Kabupaten Lombok Tengah belum nampak. Hal ini disebabkan karena obyek wisata Lombok Tengah belum dikemas dalam manajemen atraksi yang baik, sehingga belum memiliki pangsa pasar tersendiri baik untuk wisman maupun wisnus.

Implikasi

- 1) Pasar aktual Kabupaten Lombok Tengah adalah wisatawan mancanegara yang memiliki minat ke wisata alam dan wisata pantai dan cenderung memiliki minat khusus pada wisata petualangan bahari.
- 2) Survei pada sumber-sumber pasar utama wisman dan wisnus untuk menggali data dan informasi segmen-segmen pasar yang ada agar lebih terstruktur, sehingga dapat menerapkan strategi dan INDIKASI PROGRAM sesuai dengan pangsa pasar yang dituju.

2. **STRATEGI 2.2**

Pengembangan *Market Intelligence* pada Pasar Utama, Pasar Potensial, dan Pesaing Utama.

Justifikasi:

- 1) Konsep "*Market Intelligent*" atau intelegen pasar dalam terminologi pemasaran pariwisata diartikan sebagai suatu sistem aliran informasi yang menyajikan berbagai gambaran aktivitas data, kecenderungan dan berbagai kegiatan strategis yang dilakukan oleh pasar yang dikehendaki untuk dijadikan target sasaran INDIKASI PROGRAM. Dalam hal ini aktivitas data dalam market intelligent merupakan input yang sangat penting untuk dijadikan dasar bagi penentuan keputusan taktis (jangka pendek) dan strategis (jangka panjang) bagi INDIKASI PROGRAM pemasaran pariwisata.

- 2) Dalam sektor kepariwisataan di Indonesia, *market intelligence* idealnya dilakukan secara terus menerus pada beberapa sasaran berikut"
 - Pasar utama wisatawan mancanegara
 - Negara pesaing di Kawasan Asia Tenggara
 - Pasar yang sedang berkembang (*emerging markets*)Kegiatan intelegen pasar terhadap negara-negara sasaran INDIKASI PROGRAM sebagaimana tersebut dalam tiga kelompok di atas melalui berbagai penggalan sumber data dan informasi baik sumber-sumber formal/official (*published*) maupun non formal (*unofficial/unpublished*) melalui *network*/jaringan seperti *Event Travel Mart* utama yang relevan.

- 3) Dalam upaya untuk memenangkan persaingan dalam merebut pasar wisatawan internasional dan nusantara, *market intelligent* merupakan bagian dari rangkaian proses pemasaran yang harus dilakukan untuk mengantisipasi berbagai perubahan ke depan, khususnya yang menyangkut pasar dan pesaing serta aspek-aspek lain yang mempengaruhinya.

Implikasi

- 1) Pengembangan basis data pasar dan pesaing
- 2) Pengembangan kegiatan analisa dan distribusi hasil *marketing intelligent* kepada industri pariwisata Kabupaten Lombok Tengah.

3. **STRATEGI 2.3**

Pemeliharaan Pasar Eksisting (*market maintenance*).

Justifikasi:

- 1) Salah-satu aspek mendasar bagi terciptanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan kunjungan ulang oleh wisatawan adalah, tercapainya kepuasan dan totalitas pengalaman yang diperoleh wisatawan selama melakukan kunjungan ke suatu destinasi
- 2) Pemeliharaan pasar eksisting dimaksudkan sebagai langkah kedepan dalam melanjutkan dan keberlangsungan pasar tersebut. Dengan menjamin kepuasan wisatawan dari pasar-pasar eksisting diharapkan kontribusi pasar tersebut akan semakin meningkat di sebaran ODTW Kabupaten Lombok Tengah yang dapat ditandai dengan meningkatnya jumlah kunjungan, pembelanjaan, dan lama tinggal.

Implikasi

- 1) Peningkatan kualitas obyek dan atraksi wisata di Kabupaten Lombok Tengah
- 2) Pengembangan manajemen atraksi pada ODTW unggulan di Lombok Tengah
- 3) Pengembangan kualitas produk cinderamata khas daerah Lombok Tengah

4. **STRATEGI 2.4**

Pengembangan Layanan Pergerakan Wisatawan Nusantara.

Justifikasi:

- 1) Dilihat dari tingkat kunjungan wisatawan nusantara masih jauh tertinggal dibandingkan tingkat kunjungan wisatawan mancanegara. Pasar wisatawan nusantara merupakan pasar besar yang berpotensi tetapi selama ini banyak diabaikan oleh industri pariwisata nasional.
- 2) Beberapa aspek yang diindikasikan mampu memotivasi pergerakan wisnus antar Propinsi/Kabupaten diantaranya adalah daya tarik obyek wisata yang kuat di suatu daerah, kemudahan aksesibilitas, ketersediaan layanan pada jalur pergerakan yang memadai, dan keamanan serta kenyamanan pada jalur pergerakan, selain juga aspek kekerabatan yang selama ini mendorong terjadinya pergerakan wisnus dari satu daerah ke daerah lain.

Implikasi

- 1) Revitalisasi *rest area* dan pengembangan *rest area* baru pada jalur-jalur pergerakan wisnus
- 2) Pengembangan informasi perjalanan untuk segmen pasar wisnus
- 3) Pengembangan sistem dan pusat layanan reservasi terpadu moda transport darat, laut, dan udara.

4.4.3. ARAH KEBIJAKAN 3

**PENGEMBANGAN BAURAN PEMASARAN BERDASAR
KESESUAIAN PRODUK – PASAR (*PRODUCT – MARKET
MATCHING*)**

1. STRATEGI 3.1

Pengembangan Pengemasan dan Alat Promosi Tematik.

Justifikasi:

- 1) INDIKASI PROGRAM pemasaran sangat penting untuk menjaring keberhasilan dalam memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisatawan. Pemasaran yang terpadu dan dikembangkan secara profesional dapat meningkatkan *awareness* pasar.
- 2) Aspek promosi dalam bauran pemasaran merupakan aspek yang berperan penting untuk menentukan berhasil tidaknya proses komunikasi dengan segmen pasar tertentu. Penentuan alat promosi yang tepat dan terarah akan mendukung aktivitas pemasaran pariwisata.
- 3) Keragaman produk/obyek daya tarik wisata di Lombok Tengah selama ini cenderung dikembangkan secara sendiri-sendiri dan dipasarkan dalam bentuk individual produk yang mengakibatkan pada tidak tercapainya pengalaman yang yang diperoleh wisatawan secara tuntas dalam sebuah rangkaian kunjungan ke obyek-obyek yang memiliki keterkaitan.

Implikasi

- 1) Pengembangan alat promosi cetak dengan konsep tematik (*culture, pilgrimage, ecotourism, adventure, dsb.*)
- 2) Pengembangan manajemen atraksi berbasis koridor dengan tema produk

2. **STRATEGI 3.2**

Aliansi Strategis dengan Mitra dan Pesaing.

Justifikasi:

- 1) Keberadaan pesaing selama ini sering dijadikan alasan untuk melakukan berbagai kegiatan pengembangan yang kadang tidak terarah dengan tujuan untuk mengungguli pesaing tersebut. Paradigma ini telah banyak berubah dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir, dengan munculnya konsep '*coopettition*' atau kerjasama persaingan.
- 2) Dalam konsep ini pesaing tidak dianggap sebagai musuh yang harus dikalahkan, namun justru ditarik untuk menjadi mitra untuk bersaing dalam kancah yang lebih besar lagi. Mengingat keberadaan Kabupaten Lombok Tengah berada di Pulau Lombok dan kedekatan geografis dengan Bali yang pariwisatanya lebih maju dan merupakan destinasi unggulan utama wisatawan, maka semangat *coopettition* ini perlu dijabarkan dalam bentuk aliansi strategis, baik antar Kabupaten maupun lintas Propinsi sehingga ke depan kekuatan ini dapat memberikan dampak yang positif bagi kepariwisataan Lombok Tengah.

Implikasi

- 1) Kemitraan strategis pengembangan paket wisata bersama tingkat regional
- 2) Kemitraan strategis pengembangan INDIKASI PROGRAM pemasaran bersama lintas Regional/Kabupaten/Propinsi.

4.4.4. ARAH KEBIJAKAN 4

IMPLEMENTASI PEMASARAN BERTANGGUNGJAWAB (*RESPONSIBLE MARKETING*)

1. **STRATEGI 4.1**

Pengembangan Pemasaran yang Mengakomodasikan Tuntutan Kelestarian Lingkungan (alam, sosial dan budaya) dan Pelibatan Masyarakat Lokal (*local community involvement*).

Justifikasi:

- 1) Pemasaran Bertanggung jawab (*Responsible Marketing*) mulai marak dibicarakan bahkan diimplementasikan oleh berbagai industri di dunia dalam lima tahun terakhir. Bentuk pemasaran bertanggung jawab ini muncul sebagai jawaban atas tuntutan masyarakat dunia

terhadap kehidupan seperti, lingkungan, sosial-ekonomi, sosial-budaya, dan hak asasi manusia.

- 2) Pariwisata dihampirkan seluruh penjuru dunia (khususnya negara dunia ketiga/sedang berkembang) selalu diarahkan pada upaya mendapatkan sebanyak mungkin wisatawan untuk dapat meraup sebesar-besarnya devisa/pendapatan dari para wisatawan tersebut. Pada akhirnya beberapa permasalahan ditingkat masyarakat dan lingkungan mulai timbul dari adanya eksplorasi besar-besaran atas alam, budaya, dan keunikan-keunikan lokal lainnya.
- 3) Pada akhirnya disadari bahwa, berbagai macam dampak buruk timbul dalam perkembangan pariwisata yang seperti dijelaskan diatas, sehingga perlunya pengembangan berbasis lingkungan, maupun pelibatan masyarakat dalam turut menjaga aset budaya, alam dan lingkungannya sebagai aset penting bagi berlangsungnya kegiatan pariwisata.

Implikasi

- 1) Sosialisasi pemasaran bertanggung jawab pada industri pariwisata dan masyarakat sekitar obyek wisata atau kawasan wisata.
- 2) Pengembangan sistem *reward* and *punishment* bagi industri pariwisata terkait dengan kepedulian pada aspek lingkungan dan pelibatan masyarakat lokal dalam kegiatan pemasaran.
- 3) Pengembangan produk yang ramah lingkungan, berbahan baku lokal dan melibatkan masyarakat secara langsung.

2. STRATEGI 4.2

Pemenuhan Hak –hak Wisatawan (*tourist's rights*)

Justifikasi:

- 1) Tuntutan terhadap pemenuhan hak–hak wisatawan (*tourist's rights*) mulai dirasakan perlu dilaksanakan dalam setiap kegiatan pemasaran sejak dikeluarkannya kode etik global bagi pariwisata (*Global Code of Ethics for Tourism*) oleh *world Tourism Organization* (1999), yang menyebutkan 10 prinsip dasar dalam pengembangan pariwisata, dimana salah satunya adalah mengenai hak–hak pariwisata (*Right to tourism*), kebebasan bagi pergerakan wisatawan (*Liberaty of tourism movements*).
- 2) Pemenuhan atas hak–hak wisatawan menjadi aspek yang perlu diperhitungkan manakala melakukan pengembangan bauran pemasaran (produk, harga, distribusi, dan promosi), sehingga dari

adanya pemenuhan tersebut diharapkan dapat menumbuhkan persepsi positif terhadap Lombok Tengah sebagai sebuah daya tarik wisata, yang dalam jangka panjang akan dapat membentuk citra (*image*) Lombok Tengah sebagai destinasi wisata yang memperhatikan aspek-aspek kemanusiaan dan hak-hak wisatawan.

Implikasi

- 1) Sosialisasi mengenai hak-hak wisatawan kepada industri pariwisata dan masyarakat pariwisata di Kabupaten/Kota.
- 2) Pengembangan bauran pemasaran dengan memperhitungkan pada pemenuhan hak-hak wisatawan.
- 3) Pengembangan produk yang mengakomodasikan keberadaan pada wisatawan dengan keterbasan fisik (*diffable tourist*)

4.4.5. ARAH KEBIJAKAN 5

PENINGKATAN EFEKTIVITAS, EFISIENSI DAN SINERGI PEMASARAN (INTEGRATED MARKETING)

1. STRATEGI 5.1

Pemasaran dan Promosi Pariwisata (*IT-based marketing*)

Justifikasi:

- 1) Perkembangan teknologi komputer dan telekomunikasi telah berhasil menciptakan infrastruktur informasi baru yang dikenal dengan istilah internet.
- 2) Internet menawarkan berbagai manfaat bagi organisasi diantaranya konektivitas dan jangkauan global, kemudahan pemakaian, biaya komunikasi dan transaksi relatif rendah, interaktivitas, fleksibilitas dan *customization*, akselerasi distribusi informasi, *relationship building*, dan alternative pilihan lainnya yang bisa dikatakan tidak terbatas. Dalam konteks pemasaran teknologi informasi membawa dampak transformasi nasional yang menciptakan paradigma baru dalam berbisnis yaitu berupa *digital marketing*.

Implikasi

- 1) Optimalisasi Pemanfaatan Situs *Website* Pariwisata Lombok Tengah melalui *Updating* Data dan Informasi (*web content updating*)
- 2) Pengembangan unit pengelola basis data pemasaran yang dapat diakses dan diupdate secara *online*.
- 3) Pengembangan alat promosi interaktif berbasis teknologi (CD ROM, CD Interaktif, *e-brochure*, *e-postcard*).

2. **STRATEGI 5.2**

Penggalan Tema-tema Baru dalam Kegiatan Pemasaran dan Promosi Pariwisata.

Justifikasi:

- 1) Tipologi produk pariwisata yang hampir sama di Lombok Tengah menjadikan produk ODTW Kabupaten Lombok Tengah harus dikembangkan secara lebih atraktif agar mampu bersaing dengan produk-produk yang dimiliki daerah pesaing. Karena itu dibutuhkan suatu strategi yang tepat dalam pengembangan pariwisata yang mengarah pada pengembangan pembedaan produk melalui tema pariwisata, sehingga dapat menjadi magnet bagi kunjungan wisatawan karena tidak terdapat di Daerah/Propinsi lainnya.
- 2) Di dalam hal ini *positioning* produk berperan sangat penting dengan mengandalkan keunikan ODTW yang ada di Lombok Tengah yang perlu dikemas dalam paket-paket dan tema yang spesifik sehingga dalam proses kegiatan pemasaran dan promosi dapat menjadi pembeda dengan yang ditawarkan oleh Daerah/Propinsi lainnya.

Implikasi

- 1) *Positioning* produk pariwisata Kabupaten Lombok Tengah dengan melakukan pemetaan yang spesifik sesuai dengan keunikan
- 2) Pengaliran tema-tema baru dalam pengembangan dan pemasaran produk pariwisata Lombok Tengah.

3. **STRATEGI 5.3**

Pengembangan Strategi Komunikasi Pemasaran yang Strategis dengan Pentahapan yang jelas.

Justifikasi:

- 1) Keberadaan produk dan pasar pariwisata Kabupaten Lombok Tengah tidak terqualifikasi dan tidak terstruktur dengan baik. Hal ini disebabkan karena adanya kesenjangan komunikasi dan penyiapan informasi data terkait antara produk dan pasar, sehingga dalam pemasaran yang dilakukan tidak secara merata yang berdampak tidak keseluruhan ODTW yang berpotensi menjadi daya tarik unggulan dipasarkan dengan baik.
- 2) Sistematisasi informasi yang masih minim untuk produk pariwisata Lombok Tengah mengakibatkan wisatawan kekurangan informasi secara detail atau lengkap.

Implikasi

- 1) Pembaharuan manajemen informasi dan pembenahan *Tourism Information Center* yang lebih lengkap dalam penyediaan informasi kepada wisatawan
- 2) *Perancangan advertasing planning* yang tepat kepada pasar potensial dan pasar utama.

4. STRATEGI 5.4

Pengembangan Kerjasama Pemasaran antar *Stakeholders* Pariwisata Nasional.

Justifikasi:

- 1) Pelibatan *stakeholder* dalam meningkatkan pariwisata Lombok Tengah sangat diperlukan karena *stakeholder* pariwisata merupakan salah-satu aspek penunjang kegiatan promosi dan pemasaran pariwisata.
- 2) Untuk melakukan pengembangan ini dibutuhkan kerjasama pemasaran antar pemerintah dan segenap *stakeholder* pariwisata serta para praktisi pariwisata yang serius dan peduli terhadap persoalan pemasaran pariwisata Lombok Tengah.
- 3) Pemberdayaan potensi *stakeholder* pariwisata melalui praktisi individu asosiasi seperti ASITA, PHRI, HPI, BPD NTB, MPI, PGI, ASPERAP dan lain sebagainya. Dalam hal ini pemerintah bertindak sebagai mediator, stimulan dan pelayanan untuk para *stakeholder* pariwisata dalam membangun sektor pariwisata sehingga target pemasaran pariwisata Lombok Tengah secara bersama dapat tercapai.

Implikasi

- 1) Terciptanya hubungan kerja sama antara *stakeholder* pariwisata-hubungan kerjasama dengan *airlines, travel agent, tour operators, hotel/resort, IT company* dan lembaga-lembaga pariwisata Indonesia.
- 2) Peningkatan koordinasi yang jelas pada mata rantai *stakeholder* pariwisata dengan melakukan promosi pemasaran diantaranya untuk dapat meningkatkan citra pariwisata dan kunjungan wisatawan mancanegara dan kunjungan wisatawan nusantara.

4..5. STRATEGI PENGEMBANGAN INVESTASI

a. Pengembangan Investasi Pada Kelembagaan, Sistem, dan Prosedur Perijinan

Keterbatasan keuangan yang dimiliki oleh pemerintah, maupun rendahnya minat investor swasta untuk menanamkan modal modalnya menjadi kendala utama dalam hal investasi. Sistem prosedur perijinan yang ramping dan cepat dalam berinvestasi akan membantu kemudahan investor dalam menanamkan modalnya.

b. Pengembangan Investasi Sarana dan Prasarana Publik Pada Jalur Prioritas

Sarana dan prasarana publik menjadi hal yang penting dalam keberlangsungan kegiatan pariwisata. Dorongan untuk pengembangan investasi sarana dan prasarana publik pada jalur prioritas menjadi sangat penting untuk dilakukan.

c. Pengembangan Iklim Investasi yang Kondusif Melalui Pengembangan Masing-Masing Klaster Pariwisata

Keterbatasan informasi selama ini banyak menghambat arus investasi dari luar yang hendak menanamkan dana investasi ke daerah. Dengan demikian perlu disusun dan disosialisasikan aturan main yang disepakati agar mempermudah akses investasi yang hendak masuk ke Kabupaten Lombok Tengah tanpa mengorbankan kepentingan masyarakat banyak/lokal. Selain itu, upaya yang intensif dari pihak pemerintah daerah selaku fasilitator pembangunan memiliki peran penting dalam mempromosikan daerah terhadap para calon investor.

d. Arah Kebijakan Pengembangan Investasi

- 1) Peningkatan insentif fiskal investasi bidang kepariwisataan
- 2) Dukungan dan kemudahan penyediaan tenaga kerja dan ketersediaan lahan
- 3) Peningkatan akselerasi ijin usaha investasi di bidang pariwisata
- 4) Peningkatan promosi penanaman modal di bidang pariwisata

4.6. STRATEGI PEMBANGUNAN INDUSTRI PARIWISATA

Strategi pengembangan industri mendasarkan pada penjelasan pasal 7 huruf a UU no. 10/2009, tentang ruang lingkup pembangunan industri pariwisata yang meliputi:

A. Struktur (fungsi, hierarki, dan hubungan) Industri Pariwisata

Struktur pariwisata adalah fungsi, hierarki, dan hubungan di dalam kumpulan usaha pariwisata yang diwadahi oleh asosiasi profesional yang saling

berkoordinasi dan bersinergi untuk meningkatkan daya saing kepariwisataan Indonesia, yang meliputi:

- a. Kaitan mata rantai antar industri pariwisata;
- b. Wadah asosiasi usaha pariwisata;
- c. Sistem koordinasi antar asosiasi usaha pariwisata;
- d. Sistem koordinasi antar asosiasi usaha pariwisata dengan pemerintah.

B. Daya Saing Produk Usaha Pariwisata

Daya Saing Produk Wisata meliputi kualitas barang dan jasa yang mampu dinilai yang unggul oleh wisatawan, yang akan diukur melalui:

- a. Sertifikasi;
- b. Standardisasi;
- c. Kompetensi sumber daya manusia (jumlah dan kecocokan)

Dalam bidang pariwisata, wisatawan adalah pihak yang menentukan produk apa yang berdaya saing. Dalam bidang pemasaran, bukan standar yang menarik, tetapi justru yang bernilai unik, beda, dan lain.

C. Kemitraan Usaha Pariwisata

Kemitraan Usaha Pariwisata adalah usaha bersama antar pelaku industri pariwisata dan dengan masyarakat ataupun dengan pemerintah, yang menguntungkan semua pihak yang terlibat, untuk menghasilkan produk dan jasa pariwisata, yang akan dinilai melalui:

- a. Kemitraan antar pelaku usaha pariwisata;
- b. Kemitraan antar pelaku usaha pariwisata dan masyarakat;
- c. Kemitraan antar pelaku usaha pariwisata dan pemerintah.

D. Kredibilitas Bisnis

Kredibilitas sangat diperlukan dalam usaha pariwisata. Kredibilitas Bisnis adalah penyelenggaraan usaha yang dilakukan secara terpercaya, adil, transparan, dan akuntabel, yang akan diukur melalui:

- a. Pembayaran pajak;
- b. Perizinan penyelenggaraan usaha;
- c. Jejaring usaha;
- d. Kepercayaan pasar.

Kredibilitas adalah kepercayaan pasar atau *trust*. Dari sisi pasar wisatawan, kredibilitas diraih melalui pelayanan yang konsisten dan bisa dipercaya.

E. Tanggung Jawab Terhadap Lingkungan Alam dan Sosial budaya

Tanggung Jawab Terhadap Lingkungan Alam dan Sosial budaya adalah kewajiban penyelenggaraan usaha berdasarkan prinsip-prinsip pelestarian lingkungan dan budaya, yang akan dinilai dari:

- a. Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL);
- b. *Corporate Social Responsibility* (CSR);
- c. *Sumber Daya Lokal (local content)*.

Dalam rentang wilayah pokok bahasan seperti diuraikan diatas, akan diidentifikasi kondisi *eksisting* industri kepariwisataan yang ada dan ditetapkan kondisi normatif yang akan dituju, baik dalam jangka pendek, menengah, dan dalam jangka panjang yang berdasarkan pada Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran yang ditetapkan; kemudian disusun ARAH KEBIJAKAN, STRATEGI, dan INDIKASI PROGRAM pengembangannya.

F. ARAH KEBIJAKAN PEMBANGUNAN INDUSTRI KEPARIWISATAAN

ARAH KEBIJAKAN DI BIDANG PENGUATAN STRUKTUR INDUSTRI PARIWISATA

ARAH KEBIJAKAN -1	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Menguatkan mata rantai penciptaan nilai tambah antar pelaku usaha pariwisata
ARAH KEBIJAKAN -2	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Menguatkan struktur industri pariwisata dengan mewadahi seluruh pelaku usahya pariwisata dalam gabungan industri pariwisata Indonesia (GIPI)
ARAH KEBIJAKAN -3	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Menguatkan mata rantai penciptaan nilai tambah antara pelaku usaha pariwisata dan sektor terkait (<i>backward/ forward linkages-nya</i>)

ARAH KEBIJAKAN DI BIDANG PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK WISATA

ARAH KEBIJAKAN -4	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Meningkatkan daya saing usaha pariwisata Lombok Tengah
ARAH KEBIJAKAN -5	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Meningkatkan kualitas dan keragaman produk-produk usaha pariwisata
ARAH KEBIJAKAN -6	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Meningkatkan kualitas produk-produk usaha pariwisata melalui standarisasi dan sertifikasi
ARAH KEBIJAKAN -7	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Meningkatkan fasilitasi dan insentif pariwisata
ARAH KEBIJAKAN -8	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Meningkatkan kapasitas penguasaan teknologi informasi alam pengembangan usaha pariwisata

ARAH KEBIJAKAN DI BIDANG PENINGKATAN KREDIBILITAS BISNIS

ARAH KEBIJAKAN -9	☐ Meningkatkan kredibilitas bisnis melalui reformasi sistem pendaftaran usaha dan perpajakan
ARAH KEBIJAKAN -10	☐ Meningkatkan kredibilitas bisnis melalui penerapan standard keamanan usaha pariwisata dan perlindungan konsumen

ARAH KEBIJAKAN DI BIDANG PENGEMBANGAN KEMITRAAN USAHA PARIWISATA

ARAH KEBIJAKAN -11	☐ Meningkatkan kemitraan usaha pariwisata melalui pendekatan <i>triple helix</i> (pemerintah, industri, dan perguruan tinggi)
ARAH KEBIJAKAN -12	☐ Mengembangkan pola-pola kerjasama untuk keadaan darurat
ARAH KEBIJAKAN -13	☐ Meningkatkan upaya kerjasama dengan berbagai pelaku industri pariwisata

ARAH KEBIJAKAN DI BIDANG PENINGKATAN TANGGUNG JAWAB LINGKUNGAN, SOSIAL, DAN BUDAYA

ARAH KEBIJAKAN -14	☐ Meningkatkan tanggung jawab sosial kemasyarakatan dari setiap usaha pariwisata
ARAH KEBIJAKAN -15	☐ Menetapkan pedoman dan peraturan mengenai dampak lingkungan alam dan sosial budaya dari penyelenggaraan usaha pariwisata
ARAH KEBIJAKAN -16	☐ Membuat ARAH KEBIJAKAN penggunaan sumber daya lokal dalam setiap usaha pariwisata

4.7. STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

4.7.1. Peningkatan Kapasitas Masyarakat

- a. Pengembangan Potensi, Kapasitas, dan Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata.

Pengembangan potensi, kapasitas, dan partisipasi masyarakat di bidang pariwisata sangat diperlukan untuk memperluas dari *multiplier*

effect kegiatan pariwisata itu sendiri. Masyarakat lokal tidak hanya dijadikan sebagai objek akan tetapi juga dijadikan sebagai salah-satu pelaku pariwisata

b. Penguatan Kelembagaan Masyarakat Guna Mendorong Kapasitas dan Peran Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata

Pembinaan kelembagaan masyarakat yang sudah ada maupun pembentukan kelembagaan baru diharapkan dapat diwadahi kegiatan dan aspirasi masyarakat lokal dalam kegiatan pariwisata

c. Optimalisasi Pengarus-Utamaan Gender dalam Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pengarusutamaan gender dalam pengembangan pariwisata dapat dilakukan melalui peningkatan peran dan pemahaman mengenai gender dalam perspektif kesetaraan gender dalam pengembangan pariwisata daerah

4.7.2. Peningkatan Usaha Masyarakat

a. Peningkatan *Skill* Pelaku Usaha Ekonomi masyarakat di Bidang Pariwisata di Sekitar Destinasi Pariwisata.

Kemampuan atau *Skill* masyarakat lokal dalam kegiatan usaha ekonomi sangat berpengaruh pada standar kualitas produk dan layanan di bidang usaha kepariwisataan bagi UKM bidang pariwisata. Peningkatan *Skill* pelaku usaha ekonomi masyarakat lokal dapat dilakukan melalui rintisan peningkatan kapasitas dan pengembangan produk dan layanan usaha ekonomi yang dikembangkan masyarakat di sekitar destinasi

b. Peningkatan Akses Pasar Terhadap Produk dan Usaha Ekonomi Bidang Pariwisata yang Dikembangkan Masyarakat Lokal

Jaringan pemasaran sangat penting dilakukan untuk memasarkan produk yang dihasilkan oleh usaha masyarakat lokal. *Networking* tersebut dapat berupa dukungan fasilitas infrastruktur, media promosi, dan kemitraan usaha dengan pengusaha besar

c. Pengembangan Regulasi yang Berorientasi Untuk Mendorong Perkembangan Usaha Ekonomi yang Dikembangkan Masyarakat Lokal.

Regulasi yang berorientasi untuk mendorong perkembangan usaha ekonomi sangat penting untuk dilakukan. Langkah pertama yaitu penyiapan ARAH KEBIJAKAN insentif bagi kemudahan pengembangan usaha UKM dalam rangka pengembangan pariwisata berbasis

masyarakat lokal dan selanjutnya memfasilitasi pengembangan UKM tersebut di sekitar destinasi pariwisata tersebut

d. Pengembangan Dukungan Permodalan dalam Upaya Mendukung Pengembangan Usaha Ekonomi yang Dikembangkan Masyarakat Lokal.

Dukungan permodalan dalam upaya mendukung pengembangan usaha ekonomi harus di dukung oleh ARAH KEBIJAKAN insentif dan kemudahan pengembangan UKM. Selain itu juga diperlukan dana bergulir bagi investasi kegiatan wisata.

4.7.3 Peningkatan Sadar Wisata

a. Peningkatan Pemahaman, Dukungan, dan Partisipasi Masyarakat dalam Mewujudkan Sapta Pesona Bagi Terciptanya Iklim Kondusif Kepariwisata Setempat.

Sapta Pesona merupakan kondisi yang harus diwujudkan untuk menarik minat wisatawan berkunjung ke suatu daerah sehingga mulai dari hingga masyarakat di tingkat RT (Rumah Tangga) bisa menjadi tuan rumah yang baik dengan menjaga keamanan, kebersihan, ketertiban, kesejukan, keindahan, ramah-tamah, serta memberikan kenangan dan kesan yang positif pada wisatawan.

b. Peningkatan Motivasi, Kesempatan, dan Kemampuan Masyarakat dalam Mengenal dan Mencintai Tanah Air

Peningkatan motivasi, kesempatan dan kemampuan masyarakat dalam mengenali dan mencintai tanah air dapat dilakukan mulai dari sosialisasi pariwisata sebagai investasi pengetahuan dan mewujudkan pariwisata sebagai agenda dalam kurikulum pendidikan

4.7.4. Arah Kebijakan Pemberdayaan Masyarakat

- 1) Penguatan kelembagaan masyarakat dalam pembangunan destinasi pariwisata
- 2) Peningkatan peran serta masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan
- 3) Peningkatan perlindungan usaha dan produk hasil usaha masyarakat di bidang kepariwisataan
- 4) Penguatan kapasitas masyarakat dalam usaha kepariwisataan
- 5) Peningkatan akses modal usaha untuk masyarakat dalam pelaksanaan kegiatan pembangunan kepariwisataan
- 6) Peningkatan akses usaha masyarakat dalam pengembangan pasar di destinasi pariwisata

4.8. STRATEGI PEMBANGUNAN SDM

a. Peningkatan Kualitas Pendidikan Khusus Kepariwisata

Kualitas sumber daya manusia yang belum optimal terutama dalam hal pengelolaan dan pelayanan merupakan kendala utama dalam operasionalisasi sarana pendukung sektor pariwisata. Kondisi tenaga kerja sektor kepariwisataan masih berada dalam performa yang belum optimal, sehingga perlu stimulasi/dorongan mekanisme pasar agar dapat meningkatkan *renumerasi* dan kualitas SDM. Salah satu stimulasi yang dapat dilakukan adalah melalui pendekatan sisi penawaran (*supply side*) dengan meningkatkan kualitas pendidikan khusus kepariwisataan.

b. Peningkatan Kualitas SDM Melalui Pendidikan Formal dan Informal di Lombok Tengah

Peningkatan kualitas SDM dimaksudkan untuk meningkatkan kemampuan SDM di bidang pariwisata dan penyepakatan standar kualitas layanan kegiatan kepariwisataan. Peningkatan kualitas SDM dapat dilaksanakan dengan jalan:

- 1) Pengembangan pendidikan di bidang formal dan informal di bidang pariwisata
- 2) Pelatihan-pelatihan di bidang pariwisata bagi pemerintah dan swasta

c. Pengembangan SDM Aparatur Pemerintah di Bidang Pariwisata

Pengembangan SDM aparatur pemerintah dilakukan melalui optimalisasi kinerja SDM dalam struktur organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

4) Arah Kebijakan Pengembangan SDM

- 1) Optimalisasi dan akselerasi kompetensi SDM pemerintahan
- 2) Akselerasi kualitas institusi pendidikan kepariwisataan
- 3) Standarisasi dan sertifikasi tenaga pendidikan
- 4) Optimalisasi kuantitas SDM pemerintah
- 5) Optimalisasi dan akselerasi kompetensi SDM industri pariwisata
- 6) Sertifikasi dan standarisasi SDM industri dan tenaga kerja
- 7) Optimalisasi kuantitas SDM industri pariwisata

4.9. STRATEGI PEMBERDAYAAN KELEMBAGAAN

a. Peningkatan Koordinasi antar Dinas dan antar Level Pemerintah dan Swasta

Peningkatan koordinasi kelembagaan melalui sosialisasi dan koordinasi intern Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab/Kota dengan sektor dan instansi terkait tentang INDIKASI PROGRAM pengembangan pariwisata daerah.

b. Peningkatan Peran Sektor Swasta dan Masyarakat dalam Pengelolaan Pariwisata

Perubahan paradigma pembangunan telah memposisikan pemerintah sebagai fungsi fasilitasi dan bukan penyedia (*provider*) lagi. Dengan demikian, sebagai pemilik *resource* lainnya, sektor swasta diharapkan lebih banyak perannya dalam pembangunan. Masyarakat, sebagai *stakeholder* utama dalam pembangunan memiliki posisi tawar rendah saat ini. Oleh karenanya, ke depan dengan peran sektor swasta yang besar, maka kontrol dan juga pelaksanaan dari masyarakat menjadi mutlak diperlukan.

c. Pengembangan Sistem Kelembagaan Pengelolaan Terpadu di Tingkat Kawasan/Wilayah yang Bersifat Strategis.

Sistem kelembagaan kepariwisataan, seperti halnya dengan sistem pengelolaan sektor pembangunan yang telah diatur dalam bentuk ARAH KEBIJAKAN pemerintah. Adanya UU No. 32 tahun 2004 tentang Otonomi Daerah turut menandai peran pentingnya kelembagaan dalam pengelolaan ODTW yang ada. Adanya sebuah sistem manajemen terpadu yang melibatkan peran para *stakeholders* diharapkan akan membuat mekanisme pengelolaan obyek-obyek wisata yang ada menjadi lebih profesional dan terintegrasi.

d. Arah Kebijakan Pemberdayaan Kelembagaan

RANAH PEMBERDAYAAN	ARAH KEBIJAKAN	STRATEGI
PENGUATAN KAPASITAS MASYARAKAT	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penguatan kelembagaan masyarakat dalam kegiatan kepariwisataan yang terkait dengan destinasi. 2. Peningkatan peran serta masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan. 	

PENGUATAN AKSES USAHA MASYARAK AT	<ol style="list-style-type: none">1. Peningkatan perlindungan usaha dan produk hasil usaha masyarakat di bidang kepariwisataan.2. Penguatan kapasitas masyarakat dalam usaha kepariwisataan.3. Peningkatan akses modal	
--	--	--

	usaha untuk masyarakat dalam pelaksanaan kegiatan pengembangan kepariwisataan.	
PENINGKATAN Keadilan Distribusi Rata Nilai	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan akses usaha masyarakat dalam pengembangan pasar di destinasi pariwisata. 2. Mendorong kerjasama dan kemitraan yang sehat antara usaha besar dan kecil pariwisata . 	
Peningkatan Peran Aktif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengarusutamaan gender dalam pembangunan destinasi kepariwisataan. 2. Peningkatan kesadaran masyarakat akan sadar wisata di destinasi pariwisata. 	

BAB 5

MATRIKS IMPLEMENTASI PROGRAM PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN LOMBOK TENGAH

Matriks implementasi program pengembangan kepariwisataan Lombok Tengah secara keseluruhan akan mencakup penjabaran dari arah kebijakan, strategi dan indikasi program yang telah dijelaskan pada Bab sebelumnya yang mencakup aspek-aspek :

1. Produk
2. Aksesibilitas
3. Fasilitas dan Infrastruktur
4. Pemasaran
5. Investasi
6. Industri
7. Pemberdayaan Masyarakat
8. SDM
9. Kelembagaan

Matriks arah kebijakan dan indikasi program pengembangan selengkapnya dapat dijabarkan sebagai berikut :



5.1. MATRIKS ARAH KEBIJAKAN STRATEGI DAN INDIKASI PROGRAM PENGEMBANGAN PRODUK

a. KAWASAN RINJANI dan sekitarnya

**ARAH
KEBIJAKAN**

PENGEMBANGAN KAWASAN LERENG SELATAN RINJANI DAN SEKITARNYA SEBAGAI KAWASAN BERBASIS WISATA TIRTA DAN PEDESAAN



TRATEGI	INDIKASI PROGRAM	JP	JM	JPJ	PENANGGUNG JAWAB	TERKAIT
1. Pengembangan/Revitalisasi/Produk Wisata Tirta, Pegunungan, dan Desa untuk Merangsang Pertumbuhan Pasar	a. Pengembangan kawasan wisata Air Terjun Benang Stokel dan Benang Kelambu b. Pengembangan kawasan Desa Wisata Mas-mas c. Pengembangan kawasan Desa Wisata Aik Berik d. Pengembangan kawasan Wisata Tirta Aik Bukak e. Pengembangan Kawasan Wisata Penangkaran Kupu-kupu di Steling f. Pengembangan Wisata Agro Kopi Persil				Disbudpar	a. Bappeda b. Hutbun c. Pertanian d. KLH e. Perhubungan f. PU
2. Pengembangan Penguatan Produk Minat Khusus	a. Pengembangan wisata minat khusus agro b. Percepatan Pembangunan kawasan <i>geopark</i> Rinjani c. Pengembangan Kawasan wisata yang terintegrasi dengan pengembangan Geopark Rinjani d. Pembukaan akses masuk <i>geopark</i> rinjani melalui kawasan Lereng Selatan Rinjani				Disbudpar	a. TNGR b. Bappeda c. Hutbun d. Pertanian e. KLH f. PU
3. Peningkatan Kualitas Manajemen Atraksi maupun Manajemen Kunjungan	a. Pengembangan manajemen atraksi di kawasan wisata air terjun Benang Kelambu dan Benang Stokel, Desa Aik Berik, Desa Mas-mas, Pemandian Aik Bukak, dan Perkebunan Kopi Persil				Disbudpar	a. PU b. Bappeda
4. Pengembangan Energi Alternatif	a. Pengembangan pembangkit listrik tenaga air (<i>microhydr</i>), dan bio-gas				Disbudpar	PU

5. Pengembangan dan Penerapan Regulasi yang Mengatur Daya Dukung Pemanfaatan Daya Tarik Wisata	a. Pembuatan perda tentang pengembangan kawasan wisata Air Terjun Benang Kelambu dan Benang Stokel, Desa Aik Berik, Desa wisata Masmas, Pemandian Aik Bukak, dan Perkebunan Kopi Persil				Disbudpar	a. BPMP2T b. Bappeda c. Bagian Hukum
255. Pengembangan dan Penerapan	b. Pembuatan perda tentang pembangunan di sekitar kawasan				Disbudpar	a. BPMP2T

Regulasi yang Mengatur Daya Dukung Bangunan di Lingkungan Sekitar Kawasan Wisata	wisata					b. Bappeda c. Bagian Hukum
256. Pengembangan dan Manajemen Atraksi yang Tanggap atau Ramah Lingkungan	a. Pembuatan perda tentang tata cara dan aturan pengembangan kawasan wisata air Terjun Benang Kelambu dan Benang Stokel, Pemandian Aik Bukak, Desa wisata Mas- mas, dan Perkebunan Kopi Persil yang berwawasan lingkungan				Disbudpar	a. BPMP2T b. Bappeda c. Bagian Hukum
257. Peningkatan Kesadaran Masyarakat dalam Mendukung Terwujudnya Iklim kondusif Pariwisata	a. Pelatihan keterampilan <i>guiding</i> dan bahasa asing untuk masyarakat b. Pelatihan sadar wisata c. Pelatihan kewirausahaan (<i>restaurant</i> , penginapan, kerajinan, dsb)				Disbudpar	a. Bappeda b. Perindagkop c. Dikpora d. HPI e. ASITA, PHRI f. BPD NTB
258. Gerakan Penghijauan	a. .Pengembangan gerakan desaku hijau				Disbudpar	a. PU b. Bappeda c. Lingkungan Hidup d. Dikshutbun

b. KAWASAN PRAYA dan sekitarnya

ARAH KEBIJAKAN PENGEMBANGAN KAWASAN PRAYA DAN SEKITARNYA SEBAGAI KAWASAN BERBASIS KERAJINAN DAN BUDAYA



STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	J P	J M	JPJ	PENANGGUNG JAWAB	TERKAIT
1. Pengembangan/ Revitalisasi/ Produk Wisata Tirta, Pegunungan, dan Desa Untuk merangsang Pertumbuhan Pasar	a. Pengembangan Kawasan Desa Wisata Ketak Beleka b. Pengembangan Desa Wisata tenun Sukarara dan Pejanggik c. Pengembangan Desa Wisata Gerabah Penujak d. Pengembangan Taman Wisata Air Batujai				Disbudpar	a.PU b. Bappeda c. Disprindagkop
2. Peningkatan Kualitas Manajemen Atraksi maupun Manajemen kunjungan	a. Pengembangan manajemen atraksi di kawasan wisata Desa Wisata ketak Beleka, Desa wisata Tenun Sukarara dan Pejanggik, Desa Wisata Gerabah Penujak, dan Taman Wisata Air Bendungan BatuJai				Disbudpar	a.PU b. Bappeda c. Disprindagkop
3. Pengembangan Energi Alternatif	a. Pengembangan pembangkit listrik tenaga air (<i>microhydro</i>), tenaga surya, dan tenaga angin				PLN	a.PU b. Bappeda c. Dishub d. BPPT
4. Peningkatan Akses antar Kawasan dan antar Daya Tarik Wisata	a. Pengembangan sistem dan moda transportasi umum dari bandara (hub) menuju ke daerah tujuan wisata. b. Pembangunan dan perbaikan jalan menuju ke daerah tujuan wisata				Disbudpar	a.PU b. Bappeda c. Dishub
5. Peningkatan Kapasitas Masyarakat	a. Pelatihan keterampilan <i>guiding</i> dan bahasa asing untuk masyarakat b. Pelatihan kewirausahaan (<i>restaurant</i> , penginapan, kerajinan, dsb)				Disbudpar	a.Dikpora b. isperindagkop

6. Pembuatan Sistem Angkat Pengrajin Bapak bagi	<ul style="list-style-type: none"> a. Pembuatan peraturan yang mewajibkan perusahaan besar untuk memiliki minimal 2 anak angkat di bidang kerajinan b. Pembuatan Peraturan dalam pengelolaan CSR untuk pariwisata. 				Disbudpar a. Bappeda b. isperindagkop c. Bagian hukum Setda
7. Pelatihan Pendampingan dan Peningkatan Kesadaran masyarakat dalam mendukung Terwujudnya Kondusif Pariwisata Iklim	<ul style="list-style-type: none"> a. Pelatihan sadar wisata b. Fasilitasi Pembentukan Pokdarwis 				Disbudpar a. Dikpora b. Kesbag Poldagri c. HPI d. ASITA e. PHRI

c. KAWASAN KUTA – AAN sekitarnya:

ARAH KEBIJAKAN PEMBANGUNAN KAWASAN KUTA AAN DAN SEKITARNYA SEBAGAI KAWASAN WISATA BERBASIS WISATA PANTAI



STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	JP	JM	JPJ	PENANGGUNG JAWAB	TERKAIT
1. Pengembangan / Revitalisasi/Produk Wisata Pantai dan Desa untuk Merangsang Pertumbuhan Pasar	a. Pengembangan desa budaya Sade dan Ende a. Pengembangan kawasan wisata pantai Selong Belanak, Mawi, dan Pantai Mawun b. Pengembangan kawasan wisata pantai dan resort pantai (Tanjung Aan, Pantai Kuta Aan, Teluk Gerupuk, dan Pantai Awang)				Disbudpar	a. PU b. Bappeda c. BPN d. Disperindagkop e. Perhubungan f. Diskanlut
2. Pengembangan Kebijakan untuk Kemudahan Berinventasi.	a. Pembuatan PERDA tentang investasi yang ramah bagi investor dan memberikan perlindungan bagi masyarakat				Disbudpar	a. BPMD b. Bagian Hukum g. Disperindagkop
3. Peningkatan Kualitas Manajemen Atraksi maupun Manajemen Kunjungan yang Tanggap atau Ramah Lingkungan	a. Pengembangan manajemen atraksi di kawasan wisata Desa Budaya Sade dan Ende, Pantai Selong Belanak, Mawi. Mawun, Tanjung Aan. Pantai Kuta Aan, Teluk Gerupuk, dan Pantai Awang				Disbudpar	a. PU b. Bappeda c. Disperindagkop d. Perhubungan e. Diskanlut
4. Pengembangan Energi Alternatif	a. Pengembangan pembangkit listrik tenaga air (<i>microydro</i>),				BPPT	a. PLN b. Bappeda c. Disbudpar d. Pertanian
5. Peningkatan Akses antar Kawasan dan Antar Daya Tarik Wisata	a. Pengembangan sistem dan moda transportasi umum dari bandara (hub) menuju ke daerah tujuan wisata b. Pembangunan dan perbaikan jalan menuju ke daerah tujuan wisata				PU	a. Disbudpar b. Perhubungan c. Bappeda d. Disperindagkop

STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	JP	JM	JPJ	PENANGGUNG JAWAB	TERKAIT
6. Pengembangan dan Penerapan Regulasi yang Mengatur Daya Dukung Pemanfaatan Daya Tarik Wisata	a. Penyusunan produk Hukum tentang pengaturan daya dukung lahan dalam pemanfaatan daya tarik wista b. Pembuatan PERDA tentang mengatur alih fungsi dan tata guna lahan untuk pemanfaatan daya tarik wisata				Disbudpar	a. PU b. Bappeda c. BPN d. Bagian Hukum e. Lingkungan Hidup
7. Pengembangan dan Penerapan Regulasi yang Mengatur Alih Fungsi dan Tata Guna Lahan untuk Pemanfaatan Daya Tarik Wisata	a. Penyusunan produk hukum tentang pengaturan alih fungsi dan tata guna lahan untuk pemanfaatan daya tarik wisata b. Pembuatan Perda tentang Pengaturan mengatur alih fungsi dan tata guna lahan untuk pemanfaatan daya tarik wisata				Disbudpar	a. PU b. Bappeda c. BPN d. Bagian Hukum e. Lingkungan Hidup
8. Pelatihan, Pendampingan dan Penguatan Kapasitas dan Kemampuan Masyarakat	a. Pelatihan keterampilan guiding dan bahasa asing untuk masyarakat b. Pelatihan kewirausahaan (restaurant, penginapan, kerajinan, dsb.				Disbudpar	a. Disdikpora b. Disprindagkop
9. Peningkatan Kesadaran Masyarakat Terwujudnya Iklim Kondusif Pariwisata	a. Pelatihan sadar wisata b. Fasilitasi Pembentukan pokdarwis				Disbudpar	a. Dikpora b. Kesbag Poldagri c. HPI d. ASITA e. PHRI

5.2 MATRIK ARAH KEBIJAKAN, STRATEGI, DAN INDIKASI PROGRAM PEMBANGUNAN AKSESIBILITAS/TRANSPORTASI

ARAH KEBIJAKAN 1 :		PENGEMBANGAN BANDARA INTERNASIONAL LOMBOK					
NO	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			J P	J M	JP J	PENANGGUNG JAWAB	TERKAIT
1.	Pengembangan Kawasan di Sekitar Bandara	a. Peningkatan kapasitas masyarakat di sekitar bandara				• Disnakertrans	<ul style="list-style-type: none"> • Bapeda • Disbudpar • Dikpora • Angkasa Pura • Disprindagkop
		b. Penyusunan detail <i>site plan</i> pengembangan kawasan komersial di sekitar Bandara				• Bappeda	<ul style="list-style-type: none"> • PU • Disbudpar • Dishub • Angkasapura • Disprindagkop
		c. Pengembangan Kemitraan				Disprindagkop	<ul style="list-style-type: none"> • Disbudpar • PU • Angkasapura
		d. Pengembangan sistem bapak angkat untuk pengusaha baru di sekitar Bandara				• Disperindagkop	<ul style="list-style-type: none"> • Bappeda • Disbudpar • PU • Angkasapura

ARAH KEBIJAKAN 2 :		REVITALISASI DAN PENGEMBANGAN AKSESIBILITAS/TRANSPORTASI PARIWISATA					
NO	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNG JAWAB	TERKAIT
1.	Peningkatan Jalur dan Frekuensi Penerbangan.	a. Kerjasama dengan maskapai asing baru dan pemberian kesempatan penerbangan asing untuk meningkatkan frekuensi dari sumber wisatawan Mancanegara				<ul style="list-style-type: none"> • Dishub 	<ul style="list-style-type: none"> • Disbudpar • Angkasapura • Keimigrasian • BPD NTB
		b. Penurunan tarif penerbangan ke Lombok (Lombok Tengah)				<ul style="list-style-type: none"> • Dishub 	<ul style="list-style-type: none"> • Disbudpar • Angkasapura • Maskapai
		c. Peningkatan dan pengadaan pelayanan <i>Visa on Arrival</i>				<ul style="list-style-type: none"> • Dishub 	<ul style="list-style-type: none"> • Disbudpar • Angkasapura • Keimigrasian
		d. Pembukaan kantor dan Pembuatan sistem keimigrasian bandara di Bandara Internasional Lombok				<ul style="list-style-type: none"> • Dishub 	<ul style="list-style-type: none"> • Disbudpar • Angkasapura • Keimigrasian
		e. Pemberian kemudahan akses bagi penerbangan asing untuk masuk ke daerah tujuan wisata di Lombok (Lombok Tengah)				<ul style="list-style-type: none"> • Dishub 	<ul style="list-style-type: none"> • Disbudpar • Angkasapura • Keimigrasian • Maskapai
		f. Memberikan hak co-terminalisasi pada sejumlah penerbangan asing				<ul style="list-style-type: none"> • Dishub 	<ul style="list-style-type: none"> • Disbudpar • Maskapai • Angkasapura
		g. Mempermudah pemberian <i>flight approval</i> untuk <i>extra flight</i> penerbangan nasional dan asing				<ul style="list-style-type: none"> • Dishub 	<ul style="list-style-type: none"> • Disbudpar • Angkasapura

		pada saat <i>peak seasons</i>					<ul style="list-style-type: none"> • Keimigrasian 	
2	Peningkatan Kualitas <i>Export</i> sesuai dengan Standarisasi Internasional	a. Peningkatan kualitas fasilitas sarana dan prasarana Bandara Internasional Lombok				<ul style="list-style-type: none"> • Dishub 	<ul style="list-style-type: none"> • Disbudpar • PU • Angkasa Pura 	
		b. Peningkatan kualitas fasilitas sarana dan prasarana terminal bus di Lombok Tengah				<ul style="list-style-type: none"> • Dishub 	<ul style="list-style-type: none"> • Disbudpar • PU • Angkasapura 	
3	Optimalisasi Singapura Regional Hub	Peran sebagai	a. Peningkatan kerjasama dengan Singapura				<ul style="list-style-type: none"> • Dishub 	<ul style="list-style-type: none"> • Disbudpar • Angkasapura
			b. Perluasan jaringan penerbangan dan layanan internasional ke Lombok (Lombok Tengah)				<ul style="list-style-type: none"> • Dishub 	<ul style="list-style-type: none"> • Disbudpar • Angkasa pura • Keimigrasian • TNI AU
			c. Perluasan ARAH KEBIJAKAN " <i>open sky</i> "				<ul style="list-style-type: none"> • Dishub 	<ul style="list-style-type: none"> • Disbudpar • Angkasapura • Kimigrasian • TNI AU

ARAH KEBIJAKAN 3		PEMBANGUNAN/PENINGKATAN PORT SEBAGAI PUSAT PENGEMBANGAN WILAYAH					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNG JAWAB	TERKAIT
1	Pembangunan/Peningkatan Fungsi dan Kualitas Bandara, Pelabuhan, dan Terminal Sebagai Pusat pengembangan wilayah	a. Pembangunan /peningkatan keterpaduan Bandara Internasional Lombok dan terminal angkutan umum pada kawasan di sekitarnya				- Dishub	- Disbudpar - PU - Angkasapura - Keimigrasian
		b. Pembinaan kesadaran masyarakat di sekitar Bandara Internasional Lombok				- Disbudpar	- Dishub - Angkasapura - Kepolisian
		c. Penciptaan bangkitan ekonomi di sekitar Bandara Internasional Lombok				- Dishub	- Disbudpar - PU - Angkasapura - Disprindagkop

ARAH KEBIJAKAN 4		PENINGKATAN KENYAMANAN SARANA AKSESIBILITAS /TRANSPORTASI PARIWISATA					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNG JAWAB	TERKAIT
1.	Peningkatan Kenyamanan dan Keamanan Fasilitas Sarana dan Prasarana Aksesibilitas /Transportasi Pariwisata	a. Peningkatan kualitas transportasi pariwisata				Dishub	- Disbudpar - Organda - ASITA
		b. Optimalisasi kapasitas sarana moda transportasi				Dishub	- Disbudpar - Organda - ASITA
		c. Optimalisasi kualitas serta keterjangkauan dalam pelayanan transportasi				Dishub	- Disbudpar - PU - Organda - ASITA
		d. Pemberian kepastian jadwal keberangkatan dan kedatangan penerbangan				Dishub	- Disbudpar - Angakasa Pura - Maskapai
		e. Pengontrolan kualitas moda transportasi secara rutin dan berkala (pesawat dan bus)				Dishub	- Disbudpar - Angakasa Pura - Maskapai - Organda

ARAH KEBIJAKAN 5		PEMBANGUNAN /PENINGKATAN INFRASTRUKTUR AKSESIBILITAS/TRANSPORTASI PARIWISATA					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1	Pembangunan/ Peningkatan Infrastruktur Aksesibilitas /Transportasi Pariwisata Udara	a. Perbaikan kualitas bandara dan perpanjangan <i>runway</i> di Bandara Internasional Lombok				Angkasapura	- Dishub Disbudpar - PU
		b. Perbaikan dan pembuatan sistem perawatan fasilitas Bandara Internasional Lombok				Angkasapura	- Dishub - Disbudpar
		c. Perbaikan sistem air traffic control/service Bandara Internasional Lombok				Angkasapura	- Dishub - Disbudpar
		d. Perbaikan sarana bandara untuk <i>difable</i> Bandara Internasional Lombok				Angkasapura	- Disbudpar - PU - Dishub
		e. Pengembangan Bandara Internasional Lombok sebagai HUB utama pariwisata NTB				Angkasapura	- Angakasa Pura - Dishub - Disbudpar

2	Pembangunan/ Peningkatan Infrastruktur Aksesibilitas/Trans portasi Darat	a. Optimalisasi jalur jalan lintas selatan Lombok (Lombok Tengah)				Dishub	- Disbudpar - PU
		b. Perbaikan rambu dan atau petunjuk perjalanan menuju lokasi daya tarik wisata dan destinasi pariwisata				Dishub	- Disbudpar - BPMP2T
		c. Pengkerasan dan pelebaran jalan serta perbaikan jembatan seluruh jalur darat di Lombok Tengah				PU	- Disbudpar - Dishub
		d. Pembangunan/Peningkatan kualitas moda transportasi, terminal bus dan angkutan umum di Lombok Tengah				Dishub	- PU - Disbudpar
		e. Penyediaan trayek dan sarana angkutan umum atau khusus untuk menjangkau lokasi wisata di Lombok Tengah				Dishub	- Disbudpar - PU
		f. Pengembangan shuttle BIL–Kuta, BIL–Mataram, dan BIL-Senggigi				Dishub	- Disbudpar - PU

ARAH KEBIJAKAN 6		PENINGKATAN KETERPADUAN MODA TRANSPORTASI					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1	Pembangunan/ Peningkatan Sistem Keterpaduan Moda Transportasi	a. Pembuatan sistem terpadu antara Bandara Internasional Lombok dengan terminal bus/ angkutan umum di Lombok Tengah				- Dishub	- Disbudpar - PU - AngkasaPura - Organda
		b. Pengembangan sistem transportasi multi moda di Lombok Tengah				- Dishub	- Disbudpar - PU - Organda

ARAH KEBIJAKAN 7		PENINGKATAN KETERSEDIAAN AKSESIBILITAS / TRNSPORTASI PARIWISATA PERINTIS					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1	Pembangunan / Peningkatan Jalur, Moda, dan Fasilitas Infrastruktur Aksesibilitas/ Iransportasi Perintis untuk Pariwisata	a. Peningkatan kualitas jalur aksesibilitas/transportasi pariwisata perintis di Lombok Tengah				- PU	- Bappeda - Disbudpar - Dishub - Angakasa Pura - Pelni, Pelindo
		b. Pengembangan kualitas moda transportasi wisata perintis khusus pariwisata di Lombok Tengah				- Dishub	- Disbudpar - Organda
		c. Pembangunan/ peningkatan fasilitas infrastruktur aksesibilitas / transportasi pariwisata perintis di Lombok Tengah				- PU	- Disbudpar - Dishub - Pelni, Pelindo

5.3. MATRIKS ARAH KEBIJAKAN, STRATEGI, DAN INDIKASI PROGRAM PEMBANGUNAN FASILITAS UMUM DAN PARIWISATA

ARAH KEBIJAKAN 1		PENINGKATAN KETERSEDIAAN FASILITAS PENDUKUNG PARIWISATA DAN SISTEM INFORMASI KEPARIWISATAAN					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1	Mengembangkan Sistem dan Pemetaan Keterpaduan Fasilitas Pendukung Pariwisata dan Sistem Informasi Kepariwisata di Destinasi Pariwisata	a. Identifikasi dan pemetaan ketersediaan dan kondisi fasilitas pendukung pariwisata serta sistem informasi kepariwisataan di Lombok Tengah				-Disbudpar	PU, Dishub, Disprindagkop
		b. Penyusunan rencana pembangunan & pengembangan fasilitas pendukung pariwisata (<i>road map</i>) di Lombok Tengah				-Disbudpar	Bappeda PU, Dishub, disperindagkop
		c. Restrukturisasi dan Pengembangan IT Kepariwisata di Lombok Tengah				-Pemkab Loteng	Disbudpar
2	Meningkatkan Ketersediaan Fasilitas Umum Fisik Dasar di Destinasi Pariwisata	a. Pembangunan jaringan listrik dan lampu penerangan di destinasi pariwisata				-Pemkab Loteng	PLN, Disbudpar
		b. Pembangunan jaringan air bersih di destinasi pariwisata				-Pemkab Loteng	PDAM. Disbudpar
		c. Pembangunan jaringan telekomunikasi di destinasi pariwisata				-Pemkab Loteng	Pemkab Loteng. Operator Telepon
		d. Pembangunan sistem				-PU	Disbudpar

		pengolahan air limbah di destinasi pariwisata				
3.	Meningkatkan Ketersediaan Fasilitas Pariwisata di Destinasi Pariwisata	a. Pembukaan kantor pelayanan VOA baru di BIL Lombok Tengah.				-Imigrasi Disbudpar, Angkasapura
		b. Penyediaan dan pengembangan Pusat Informasi Pariwisata				-Disbudpar Pembkab Loteng
		c. Penyediaan tempat penjualan cinderamata (<i>souvenir shop</i>), kios kelontong, dan toko obat di destinasi pariwisata				-Disperindag Disbudpar APKLI
		d. Penyediaan rambu-rambu pariwisata di destinasi pariwisata				-Perhubungan Disbudpar
		e. Penyediaan <i>E- Tourism</i> kios, telepon umum di destinasi pariwisata				-Disbudpar Pembkab Loteng
		f. Penyediaan ATM, tempat penukaran uang (<i>money changer</i>) di destinasi pariwisata				-BI Disbudpar APVA (Asosiasi Pedagang Valuta Asing)
		g. Penyediaan <i>public locker</i> di destinasi pariwisata				-Budpar PU
		h. Penyediaan <i>early warning system</i> di destinasi pariwisata yang rawan bencana				-BPBD BMG Disbudpar
		i. Penyediaan fasilitas khusus				-Disbudpar Dissostektran

		bagi <i>diffable</i> , anak-anak, dan lanjut usia di destinasi pariwisata				Disbudpar
		j. Penyediaan fasilitas toilet umum, pedestrian di pedestrian di destinasi pariwisata			-Disabudpar	PU
4.	Meningkatkan Ketersediaan Sistem Informasi Kepariwisata	a. Penambahan, pengembangan & Revitalisasi infrastuktur TI			- Pemkab Loteng	Disbudpar
		b. Terbentuknya infrastruktur Dasar & Kesiapan SDM			- PDE	Disbudpar
5.	Mendorong dan Memfasilitasi Partisipasi Swasta dalam Pengembangan Fasilitas Pendukung Pariwisata dan Sistem Informasi Kepariwisata di Destinasi Pariwisata	a. Menjalin Kerjasama melalui <i>MoU</i> melalui wadah Organisasi masing-masing pelaku & Pengusaha jasa kepariwisataan.			-Disabudpar	Pemkab Loteng
		b. Fasilitasi atau penyediaan lahan untuk pengembangan fasilitas umum dan fasilitas pariwisata			- Bagian Aset	Disbudpar
		c. Pemberian kemudahan perijinan bagi swasta dan masyarakat dalam pengembangan fasilitas umum dan fasilitas pariwisata.			BPMP2T	Disbudpar
		d. Pemberian kemudahan			BI	Disbudpar

		pinjaman bank dengan suku bunga yang rendah bagi swasta dan masyarakat dalam pengembangan fasilitas umum dan fasilitas pariwisata				Disprindakop
		e. Penyiapan fasilitas umum fisik dasar (Jar. Listrik dan penerangan, jar. Telekomunikasi, jar. Air bersih, dan sistem pembuangan air limbah) yang dibutuhkan oleh calon investor			Pemkab Loteng	Disbudpar, PU, PLN, PDAM Telkom

ARAH KEBIJAKAN 2		PENINGKATAN KELAYAKAN OPERASIONAL DAN FUNGSI FASILITAS PENDUKUNG PARIWISATA DAN SISTEM INFORMASI PARIWISATA					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Menyiapkan Standar Oprasional dan Fungsionalisasi Fasilitas Pendukung Pariwisata	a. Pembuatan sistem standarisasi yang baku untuk fasilitas umum dan fasilitas pariwisata				-Disbudpar	Pemkab Loteng, PU, Dishub
2.	Meningkatkan Kelayakan Oprasional dan Fungsionalisasi Fasilitas Pendukung Pariwisata	a. Peningkatan kelengkapan materi promosi pariwisata di pusat informasi Pariwisata				-Disbudpar	Pemkab Loteng Asosiasi Pariwisata
		b. Peningkatan kelengkapan teknologi pada fasilitas pelayanan VOA di BIL Lombok Tengah				-Keimigrasian	Disbudpar Dishub Angkasapura
3.	Mengembangkan Sistem Website Informasi Kepariwisataan Nasional Terpadu & Berkualitas	a. Pengembangan Website Kepariwisataan				-Pemkab Loteng	Disbudpar
		b. Mengidentifikasi Kesiapan Infrastruktur TI				-PDE	Disbudpar Dishub

		c. Mengidentifikasi & Melakukan Pelatihan dalam Menunjang Kesiapan SDM Teknis Operasional TI				-Pemkab Loteng	Disbudpar PDE
		d. Membentuk dan atau bekerjasama dengan pusat-pusat pendidikan & Pelatihan TI Kepariwisata				-Pemkab Loteng	Disbudpar PDE
		e. Mendesain program yang mampu menstimulus pengguna untuk mengambil keputusan dalam melakukan perjalanan wisata				- Pemkab Loteng	Disbudpar
		f. Menyempurnakan infrastruktur TI dalam Kerangka Kecepatan Akses Data Informasi Kepariwisata				- Pemkab Loteng	Disbudpar PDE
		g. Integrasi informasi & Mendesain Informasi ke dalam <i>High Quality Semantic Web</i> bagi objek-objek & sarana Kepariwisata				- Budpar	PDE

		h. Membentuk pusat-pusat pelatihan TI Bidang Kepariwisata				- Pemkab Loteng	Disbudpar
		i. Upaya Praktek Pelatihan & Pembimbingan bagi SDM TI				- PDE	Disbudpar
		j. Ekspansi <i>Semantic Web</i> berbasis Sinergitas untuk Kepariwisata				- Budpar	PDE

ARAH KEBIJAKAN 3		PENINGKATAN KUALITAS FISIK FASILITAS PENDUKUNG PARIWISATA					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Revitalisasi Kualitas Fisik Umum dan Fisik Dasar	a. Perbaikan kualitas fisik jaringan Listrik dan Lampu Penerangan				Pemkab Loteng	PLN Disbudpar
		b. Perbaikan kualitas fisik jaringan air bersih				Pemkab Loteng	PDAM Disbudpar
		c. Perbaikan kualitas fisik jaringan telekomunikasi				Pemkab Loteng	Telkom
		d. Perbaikan kualitas fisik jaringan sistem pengolahan limbah.				PU	Disbudpar

2.	Revitalisasi Kualitas Fisik Fasilitas Umum dan Fasilitas Pariwisata	a. Perbaikan pola sirkulasi pedestrian di destinasi pariwisata				PU	Disbudpar
		b. Perbaikan kualitas fisik di pusat Informasi Pariwisata				Disbudpar	PU
		c. Perbaikan dan penataan ruang terbuka hijau di destinasi pariwisata				Bapeda	Disbudpar
		d. Peningkatan kualitas fisik dan perbaikan terhadap fasilitas keimigrasian di bandara maupun di pelabuhan				Kantor Imigrasi	Disbudpar PU Angkasa Pura
		e. Peningkatan higienitas dan santasi fasilitas umum dan fasilitas pariwisata di destinasi pariwisata				Dinas Kesehatan	Disbudpar PU
		f. Peningkatan kualitas fisik dan perbaikan terhadap fasilitas telepon umum				Telkom	Disbudpar Dishub
		g. Peningkatan Kualitas fisik dan perbaikan terhadap <i>public locker</i>				Budpar	PU
		h. Peningkatan kuliatas fisik dan perbaikan terhadap tempat penjualan cinderamata				Disperindagkop	Disbudpar
		i. Peningkatan kualitas fisik dan perbaikan terhadap tempat peristirahatan (<i>rest area</i>).				PU	Disbudpar

		j. Peningkatan kualitas fisik dan perbaikan terhadap tempat bermain anak-anak				Disbudpar	PU
		k. Peningkatan kualitas fisik dan perbaikan terhadap fasilitas tanggap bencana				BPBD	Disbudpar
		l. Peningkatan kualitas fisik dan perbaikan terhadap poliklinik 24 jam				Dinas Kesehatan	Dishub
		m. Peningkatan kualitas fisik dan perbaikan terhadap lahan parker dan rambu-rambu pariwisata				Budpar	Dishub

ARAH KEBIJAKAN 4		PENINGKATAN KEAMANAN DAN KENYAMANAN FASILITAS PENDUKUNG PARIWISATA					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Meningkatkan Keamanan Fasilitas Umum Fisik Dasar	a. Peningkatan patroli keamanan secara rutin pada obyek-obyek fasilitas vital				Polri	Disbudpar
2.	Meningkatkan Keamanan Fasilitas Umum dan Fasilitas Pariwisata	a. Peningkatan jumlah Personal Polisi Pariwisata				Polri	Disbudpar
		b. Optimalisasi peran Pembentukan satgas keamanan yang dikelola oleh masyarakat (Pokdarwis).				Disbudpar	- Badan Keamanan Desa

3.	Menyediakan Sarana Pengamanan dan Peringatan Dini (early warning system)	a. Pembentukan posko penanggulangan bencana di Lombok Tengah			BPBD	Disbudpar
		b. Penyediaan saran pemadam kebakaran di destinasi pariwisata			BPBD	Disbudpar
		c. Penyediaan jalur evakuasi bencana			BPBD	Disbudpar
		d. Penyediaan "bunker" pada destinasi pariwisata yang memiliki gunung berapi yang aktif.			PU	Disbudpar
		e. Penyediaan sirine peringatan bahaya gempa bumi			BPBD	Disbudpar
		f. Penyediaan siring peringatan bahaya tsunami pada destinasi pariwisata yang rawan terhadap tsunami			BPBD	Disbudpar
		g. Penyediaan tsunami <i>escape building</i> pada destinasi pantai yang rawan tsunami			BPBD	Disbudpar
		h. Penyediaan pos pengamatan bencana			BPBD	Disbudpar
		i. Penyediaan perahu-perahu karet pada			BPBD	Disbudpar

		destinasi wisata pantai.				
		j. Penyediaan sarana kesehatan P3K			Dinas Kesehatan	Disbudpar
4.	Meningkatkan Kenyamanan dibidang pelayanan (<i>hospitality</i>) Fasilitas Umum dan Fasilitas Pariwisata	a. Pelatihan Pelayanan (<i>Hospitality</i>) bagi pengelola fasilitas umum dan fasilitas pariwisata			Disbudpar	Dikpora , Dinsosnakertrans
		b. Peningkatan Pengetahuan kepariwisataan terhadap <i>frontliner</i> dan polisi pariwisata			Disbudpar	Polri
		c. Peningkatan kemampuan berbahasa asing terhadap <i>frontliner</i> dan polisi pariwisata			Budpar	Dikpora Polri

5.4 MATRIK ARAH KEBIJAKAN, STRATEGI, DAN INDIKASI PROGRAM PENGEMBANGAN PEMASARAN

ARAH KEBIJAKAN 1		PENGEMBANGAN LOMBOK TENGAH SEBAGAI DESTINASI UTAMA UNTUK PASAR INTERNASIONAL MAUPUN NUSANTARA					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Penciptaan <i>Tourism Image & Identity</i> Pariwisata Lombok Tengah	a. Penggalan branding pariwisata Lombok Tengah				Disbudpar	Pemkab, PHRI, ASITA, HPI, Media masa, AKADEMISI, BPD NTB
		b. Sosialisasi " <i>branding</i> " pariwisata Lombok Tengah melalui kampanye pemasaran, baik untuk pasar nusantara maupun internasional.				Disbudpar	Pemkab, PHRI, ASITA, HPI, Media masa, AKADEMISI, BPD NTB
		c. Optimalisasi jaringan kerjasama distribusi informasi kepariwisataan dengan destinasi yang strategis				Disbudpar	Pemkab, PHRI, ASITA, HPI, Media masa, AKADEMISI, BPD NTB
		d. Pengembangan <i>positioning</i> dengan melihat pada karakter produk dan profil wisatawan yaitu mengarah pada <i>Eco Tourism</i> dan minat khusus Bahari				Disbudpar	Pemkab, PHRI, ASITA, HPI, Media masa, AKADEMISI, BPD NTB
2.	Pemanfaatan Media Masa dan Lembaga / Institusi Daerah, Nasional dan Internasional	a. Pembuatan Film dokumenter mengenai potensi pariwisata Lombok Tengah				Disbudpar	Humas Pemkab, Rumah Produksi, biro iklan, ASITA, HPI, Media masa, AKADEMISI, BPD NTB.
		b. Pemasangan iklan layanan (<i>feature</i>)				Disbudpar	BPMP2T

		mengenai kepariwisataan Kabupaten Lombok Tengah					
		c. Peningkatan intensitas informasi pariwisata melalui pendekatan pada publikasi wisata internasional seperti : <i>Lonely planet, periplus, dan travel leisure</i>				Disbudpar	Media Masa, ASITA, PHRI, HPI
		d. Pemuatan artikel kebudayaan dan kepariwisataan Kabupaten Lombok Tengah pada jejaring khusus dan media nasional umum maupun khusus pariwisata seperti: KOMPAS, The Jakarta Post, dan <i>Garuda in flight magazine</i>				Disbudpar	Humas Pemkab, , biro Iklan, Media Masa,
		e. Penyelenggaraan fam tour bagi jurnalis nasional maupun Internasional				Disbudpar	ASITA, HPI, PHRI, MEDIA MASA, BPD NTB
3.	Repositioning Pariwisata Lombok Tengah	a. Pemanfaatan/aplikasi branding pariwisata dalam seluruh aktivitas promosi pariwisata				Disbudpar	Pemkab, BPMP2T
		b. Pengembangan diferensiasi produk pariwisata berskala internasional melalui invasi produk dan paket wisata serta manajemen atraksi pada setiap ODTW sebagai produk unggulan.				Disbudpar	TNGR, BKSDA, ASITA, PHRI, HPI, Media Masa BPD NTB,

		c. Pengembangan Kebun Kopi Persil sebagai ODTW dengan tema agro wisata				Disbudpar	Dishutbun, Distanak, Disperindagkop
4.	Pengembangan SDM Bidang Pemasaran untuk Mendukung Peningkatan Kualitas Pelayanan	a. Pelatihan perencanaan pemasaran pariwisata bagi staf Pemkab Lombok Tengah				Disbudpar	Disdikpora, Akademisi, ASITA, PHRI, HPI
		b. Pelatihan Kualitas layanan SDM usaha pariwisata di Kab. Lombok Tengah				Disbudpar	Disdikpora, Akademisi, ASITA, PHRI, HPI

ARAH KEBIJAKAN 2		PENGEMBANGAN PASAR UTAMA (TOP MARKET) WISATAWAN MANCANEGERA DAN SUMBER PASAR WISATAWAN NUSANTARA					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Pengembangan Target dan Strategi Pasar untuk Utama Wisnus dan Wisman (<i>market segmentation</i>)	a. Pengembangan kegiatan analisis dan pemetaan pasar berdasarkan segmentasi pasar yang ada.				Disbudpar	Diskoperindag HPI, ASITA, PHRI, Akademisi
		b. Pengembangan basis data pasar Wisnus dan Wisman sebagai acuan bagi pengambilan keputusan strategis.				Disbudpar	HPI, ASITA, PHRI, Akademisi
2.	Pengembangan Market Intelligence pada Pasar Utama, Pasar Potensial dan Pesaing utama	a. Identifikasi dan pemutakhiran (<i>update</i>) trend dan profil pasar (<i>market analysis</i>)				Disbudpar	BPS ASITA, PHRI, Akademisi
		b. Pengembangan basis data pasar dan pesaing				Disbudpar	BPS. ASITA, PHRI, Akademisi
		c. Pengembangan sistem dan mekanisme kerja market intelligent pemasaran pariwisata Lombok Tengah				Disbudpar	BPS, BPD NTB, ASITA, PHRI,

							Disbudpar	Akademisi BPS, BPD NTB, ASITA, PHRI, Akademisi
		d. Market Intelligence pada produk–produk wisata minat khusus, (misalnya : <i>ecotourism, living culture, dan marnie tourism</i> di Amerika Serikat, Australia, Inggris, Jerman, Italia, Perancis, dan Jepang)					Disbudpar	
3.	Pemeliharaan Pasar Eksisting (market maintenance)	a. Pengembangan manajemen atraksi pada ODTW unggulan Kabupaten Lombok Tengah					Disbudpar	Bapeda, DisPU, ASITA, PHRI, HPI
		b. Pengembangan kualitas produk cinderamata khas daerah khususnya untuk desa kerajinan (Sukarara, Penujak, dan Beleke)					Disbudpar	Disperindagkop, Dekranasda, Rumah Mutiar Indonesia (RMI)
		c. Pengiriman delegasi promosi ke pasar internasional					Disbudpar	Pemkab, BPD NTB, ASITA
4.	Pengembangan layanan pergerakan wisatawan nusantara	a. Revitalisasi rest area dan pengembangan rest area baru pada jalur–jalur pergerakan wisnus menuju Obyek–obyek wisata di Kabupaten Lombok Tengah					Disbudpar	PU, Dishub,
		b. Pengembangan dan implementasi standar pelayanan minimum moda transportasi wisata					Disbudpar	Dishub, Organda, ASITA

ARAH KEBIJAKAN 3		PENGEMBANGAN BAURAN PEMASARAN BERDASAR KESESUAIAN PRODUK PASAR (<i>PRODUCT – MARKET MATCHING</i>)					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Pengembangan Pengemasan dan Alat Promosi Tematik	a. Pengembangan alat promosi cetak dengan konsep tematik (<i>culture, ecotourism, mountain trekking, and marine tourism</i>)				Disbudpar	BKSDA, TNGR, Diskanlut, Distanak, Disdikpora
		b. Pengembangan <i>marine tourism</i> dan <i>living culture tourism</i> pada event-event pariwisata nasional dan internasional (<i>travel mart dan travel exhibition</i>)				Disbudpar	PEMKAB, ASITA, PHRI, PHI, BAPEDA
2.	Aliansi strategis dengan Pesaing Mitra	a. Pengembangan kemitraan strategis, pengembangan paket wisata lintas regional				Disbudpar	Pemprov, ASITA, HPI, PHRI BPD NTB
		b. Pengkajian pengembangan paket wisata lintas regional antar ODTW di Pulau Lombok, Bali, NTT, dan Sulsel				Disbudpar	Pemprov, ASITA, HPI, PHRI BPD NTB
		c. Penyusunan paket-paket wisata baru lintas regional				Disbudpar	Pemprov, ASITA, HPI, PHRI BPD NTB
		d. Pelaksanaan studi tentang bentuk kerjasama pengembangan pemasaran lintas regional yang tepat				Disbudpar	Pemprov, ASITA, HPI, PHRI BPD NTB, Akademisi
		e. Penciptaan forum pemasaran bersama antar destinasi				Disbudpar	Pemprov, ASITA, HPI, PHRI BPD NTB Akademisi

ARAH KEBIJAKAN 4		IMPLEMENTASI PEMASARAN BERTANGGUNGJAWAB (<i>RESPONSIBLE MARKETING</i>)					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Pengembangan Pemasaran yang mengakomodasikan tuntutan kelestarian lingkungan (alam, sosial dan budaya) dan pelibatan masyarakat lokal (<i>local community involvement</i>)	a. Pengembangan sistem reward dan punishment bagi industri pariwisata terkait dengan kepedulian pada aspek lingkungan dan pelibatan masyarakat lokal dalam kegiatan pemasaran pariwisata				Disbudpar	PEMKAB, ASITA, PHRI, MEDIA MASA,
		b. Pengembangan produk yang ramah lingkungan, berbahan baku lokal, dan melibatkan masyarakat lokal secara langsung				Disbudpar	PEMKAB, ASITA, PHRI, MEDIA MASA, Disperindagkop
2.	Pemenuhan Hak-hak Wisatawan	a. Sosialisasi mengenai hak-hak wisatawan kepada industri pariwisata dan masyarakat Kab. Lombok Tengah				Disbudpar	HPI, ASITA, PHRI, Ombudsman
		b. Pengembangan produk wisata yang mengakomodasikan keberadaan wisatawan dengan keterbatasan fisik (<i>diffabel tourist</i>)				Disbudpar	Disperindagkop, ASITA, PHRI, MEDIA MASA,

ARAH KEBIJAKAN 5		PENINGKATAN EFEKTIFITAS, EFISIENSI, DAN SINERGI PEMASARAN (<i>INTEGRATED MARKETING</i>)					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Pemasaran dan Promosi Pariwisata (<i>IT-based marketing</i>)	a. Lombok Tengah tourism cyber campaign. <ul style="list-style-type: none"> • <i>E- magazine, E-Brochure, E-Tourism Guide, interactive tools, dll</i> • <i>Social Media (facebook, twitter, youtube, my space, flickr, dll)</i> • <i>Online events: online contests, blogging events</i> 				Disbudpar	PDE, Media Masa (cetak dan elektronik)
		b. Pengembangan <i>linkage</i> jaringan <i>e-Marketing</i> pariwisata				Disbudpar	PDE, Disperindagkop, Media Masa
2	Penggalian Tema-tema Baru dalam Kegiatan Pemasaran Pariwisata dan Promosi Pariwisata	a. Penciptaan sistem dan model pengukuran efektifitas penggunaan media komunikasi pemasaran				Disbudpar	PDE, HPI, ASITA PHRI dan BPDNTB
		c. Penggunaan media alternatif untuk secara lebih kreatif mempromosikan pariwisata				Disbudpar	Bag Humas dan Protokol, PDE, ASITA, HPI, PHRI
		d. Partisipasi dalam berbagai event nasional maupun internasional				Disbudpar	Pemprov, Pemkab, BPD NTB, ASITA, HPI, PHRI
3.	Pengembangan Strategi Komunikasi Pemasaran yang Strategis dan dengan	a. Mendirikan atau mengaktifkan <i>Tourism Information Centre</i> dengan informasi yang lengkap tentang keseluruhan ODTW Kabupaten Lombok Tengah				Disbudpar	BPD NTB ASITA, HPI, PHRI
		b. Merancang strategi komunikasi pemasaran multi- year (dengan anggaran multi year dan				Disbudpar	Bappeda, Bag. Keuangan, DPRD,

	Penatahapan yang jelas	dievaluasi setiap tahun)					Inspektorat, Dispenda
		c. <i>Advertising planning</i> untuk Target pasar				Disbudpar	BPMP2T dan Media Masa
4.	Pengembangan Kerjasama Pemasaran antar Stakeholder Pariwisata Nasional	a. <i>Co-marketing</i> dengan maskapai <i>airline, hotel, travel agent, IT Company, dan</i> Lembaga Pariwisata lainnya secara Nasional				Disbudpar	Pemprov, BPD NTB, PDE, Maskapai Airline, ASITA, HPI PHRI
		b. Pembentukan Task Force pemasaran multi stakeholder pariwisata Lombok Tengah				Disbudpar	Disperindagkop, Dekranasda, PHRI, HPI
		c. Optimalisasi sinergi dan integrasi promosi antar mata rantai <i>stakeholder</i> pada lingkup destinasi-destinasi pariwisata				Disbudpar	Pemprov, BPD NTB, Dekranasda dan ASITA, HPI dan PHRI

5.5 ARAH KEBIJAKAN, STRATEGI, DAN INDIKASI PROGRAM PENGEMBANGAN INDUSTRI PARIWISATA

ARAH KEBIJAKAN 1		MENGUATKAN MATA RANTAI PENCIPTAAN NILAI TAMBAH ANTARPELAKU USAHA PARIWISATA					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Menciptakan Skema Kerjasama antar Usaha Pariwisata dalam Menciptakan paket dan Menjual Produk Wisata.	Intensifikasi dan efisiensi bahan – bahan promosi yang telah ada untuk kembali digunakan sebagai wahana promosi bersama dengan sistem <i>cost sharing</i> .				Disbudpar	Disprindagkop, PHRI, ASITA, HPI, BPD NTB.
2.	Melakukan Pemasaran bersama antara Maskapai Penerbangan, Daya tarik Wisata, dan Akomodasi.	Pembuatan <i>MOU</i> antara maskapai penerbangan, usaha akomodasi, dan pihak berwenang di daerah tujuan wisata yang memuat <i>cost & benefit</i> berikut dengan <i>time schedule</i> pelaksanaan.				Disbudpar	Maskapai penerbangan, Dishub, PHRI, ASITA.
3.	Penyusunan Paket Wisata yang Terintegrasi Dengan Indikasi Program yang ada.	Mengadakan : “Lombok Tengah Pass” dan paket lain yang berlaku untuk perjalanan ke 3-5 destinasi di Lombok Tengah				Disbudpar	PHRI, Maskapai Penerbangan, ASITA, BPD NTB.

ARAH KEBIJAKAN 2		MENGUATKAN STRUKTUR INDUSTRI PARIWISATA DENGAN MEWADAH SELURUH PELAKU USAHA PARIWISATA DALAM GABUNGAN INDUSTRI PARIWISATA INDONESIA (GIPI) LOMBOK TENGAH					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Menyusun Database Seluruh Asosiasi Pariwisata di Lombok Tengah	a. Identifikasi seluruh website yang berhubungan dengan asosiasi pariwisata				Disbudpar	Dishub, PDE, BPD NTB, PHRI, ASITA, HPI.
		b. Pemutakhiran website ASITA, PHRI serta website asosiasi-asosiasi lain				PHRI, ASITA	Disbudpar, PDE, BPD NTB, PHRI, ASITA, HPI.
		c. Update data base dalam website.				Disbudpar	Bapeda, BPS, PDE, PHRI, ASITA, HPI, dan BPD NTB.
2.	Pendirian Organisasi yang Mewakili Seluruh Elemen Industri Pariwisata	Membentuk Gabungan Industri Pariwisata Indonesia (GIPI) Lombok Tengah sebagai wadah yang mengkoordinasikan antar usaha pariwisata.				Disbudpar	KADIN, ASITA, PHRI, HPI, BPD NTB, APKLI.

ARAH KEBIJAKAN 3		MENGUATKAN MATA RANTAI PENCIPTAAN NILAI TAMBAH ANTARA PELAKU USAHA PARIWISATA DAN SEKTOR TERKAIT (BACKWARD/ FORWARD LINKAGES-NYA)					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Meningkatkan Kuantitas dan Kualitas Layanan Pendukung untuk Usaha Pariwisata.	a. Pemberian jaminan kelangsungan pasokan listrik dari PLN serta peninjauan kemungkinan sumber pasokan listrik dari sumber lain (swasta, <i>generator set</i>).				PLN	Disbudpar, PHRI, dan Asosiasi Pariwisata terkait
		b. Penerapan efisiensi dalam penggunaan listrik dengan penerapan teknologi yang mengurangi konsumsi listrik.				PLN	Disbudpar, Bapeda, DisPU, PHRI, Asosiasi Pariwisata lain
2.	Meningkatkan Pasokan SDM Pariwisata yang Berkualitas dan Sesuai dengan Kebutuhan Industri Pariwisata (<i>Link and match</i>).	a. Intensifikasi rekrutmen SDM dari INSTITUSI PENDIDIKAN PARIWISATA (STP, AMPTA) untuk menempati berbagai posisi di bidang kepariwisataan.				Disbudpar	Dikpora, STP-AMPTA dan Perguruan Tinggi/Akademi Pariwisata
		b. Peningkatan kapasitas berbagai institusi pendidikan kepariwisataan.				Dikpora	Disbudpar, Perguruan Tinggi/Akademi Pariwisata
3.	Mengembangkan Skema Kerjasama antara Industri Pariwisata dengan Lembaga perbankan dalam Mendukung	a. Optimalisasi kerjasama pengembangan usaha pariwisata dengan lembaga perbankan secara berkelanjutan.				Disbudpar	Disprindagkop, Perbankan, APKLI, ASITA, PHRI, KADIN, dan Asosiasi pariwisata terkait.

	Pengembangan Usaha Pariwisata						
4.	Penerapan Peraturan secara Konsisten yang dapat Mendukung Perkembangan Industri Kepariwisata	a. Mempertegas peraturan LLAJR mengenai bus pariwisata dengan peraturan yang konsisten (misal: aturan parkir, pungutan liar, dsb.).				Dishub	Disbudpar, Organda, ASITA, asosiasi transportasi pariwisata terkait
5.	Meningkatkan Kelancaran Jalur Transportasi menuju ke Seluruh Fasilitas dan Objek Wisata.	a. Pembangunan infrastruktur jalan dan pendukungnya yang mampu mempercepat akses ke fasilitas dan objek wisata				Disbudpar	PU, Dishub
		b. Memberikan prioritas pembangunan infrastruktur terhadap fasilitas di objek wisata yang sangat potensial				Disbudpar	PU, Dishub, ASITA, PHRI.
		c. Mengembangkan skema-skema pemberian subsidi untuk peningkatan operasionalisasi transportasi.				Dishub	Disbudpar, Organda, ASITA, dan Asosiasi transportasi pariwisata lainnya

ARAH KEBIJAKAN 4		MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA PARIWISATA LOMBOK TENGAH					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Peningkatan Daya Saing dalam Transaksi Perdagangan dan Pembayaran Barang dan Jasa Pariwisata.	a. Pengembangan <i>online business transaction</i> untuk menghindari pembayaran <i>transaksi over-the-counter</i> .				Pemkab.	Keuangan Daerah, Disbudpar, Perbankan, LPS BI.
		b. Penyediaan sistem penjaminan transaksi pembayaran lintas negara (dengan <i>letter of credit dan bank Guarantee</i> untuk transaksi bisnis pariwisata).				Keuangan Daerah	Disbudpar, Perbankan, LPS BI,

ARAH KEBIJAKAN 5		MENINGKATKAN KULITAS DAN KERAGAMAN PRODUK – PRODUK USAHA PARIWISATA					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Peningkatan Kualitas dan Kuantitas Hotel.	a. Peningkatan kualitas hotel di seluruh destinasi pariwisata di Lombok Tengah				Disbudpar	PHRI
		b. Penentuan batas maksimal jumlah hotel di seluruh destinasi pariwisata untuk menjaga kualitas hotel di Lombok Tengah				Disbudpar	PHRI
		c. Peningkatan kualitas dan kuantitas hotel di destinasi pariwisata yang belum berkembang				Disbudpar	PHRI
		d. Peningkatan standard dan kualitas hotel sebagai sarana MICE bertaraf internasional				INCCA, PHRI	Disbudpar
2.	Peningkatan Kualitas Industri Hiburan Malam (<i>nightlife attraction</i>)	a. Pengembangan <i>nightlife attraction</i> di Lombok Tengah				Disbudpar	Asosiasi pariwisata terkait
		b. Pengembangan fasilitas industri hiburan malam di Lombok Tengah				Disbudpar	PU, Asosiasi pariwisata terkait, BPMP2T,
3.	Peningkatan Kualitas Industri Industri Spa	a. Pengembangan spa yang mengedepankan budaya Lombok Tengah				Asosiasi pengusaha SPA	Disbudpar, ASITA, PHRI
		b. Peningkatan perlindungan usaha bagi industri spa lokal agar tidak dikuasai oleh industri spa asing.				Asosiasi pengusaha SPA	Disbudpar
		c. Peningkatan kerjasama industri spa dengan industri pendukung spa: minyak atsiri, jamu-jamuan, lilin, aromaterapi, bunga, dll.				Asosiasi pengusaha SPA	Disbudpar, Disperindagkop

		d. Peningkatan SDM di bidang spa dan terafi lainnya.				Disbudpar	Asosiasi pengusaha spa,disperindagkop, asosiasi terkait
4.		a. Peningkatan <i>standard</i> dan kualitas <i>hotel venue</i>				Disbudpar	PHRI, BSN, INCCA
		b. Pemerintah bersama-sama dengan sektor swasta mengembangkan <i>convention</i> biro di setiap destinasi/daerah, sehingga dapat mempromosikan Lombok Tengah sebagai destinasi MICE				Disbudpar	INCCA, KADIN, PHRI, lembaga perbankan

ARAH KEBIJAKAN 6		MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK-PRODUK USAHA PARIWISATA MELALUI STANDARDISASI DAN SERTIFIKASI					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Pengembangan Sertifikasi Nasional dan Internasional bagi Seluruh Usaha Pariwisata	a. Pengembangan sertifikasi hotel di Lombok Tengah				Disbudpar	BSN, PHRI, asosiasi terkait
		b. Pengembangan sertifikasi restoran di Lombok Tengah				Disbudpar	BSN, Asosiasi pengusaha restoran, ASITA, asosiasi terkait
		c. Pengembangan sertifikasi Biro perjalanan wisata di Lombok Tengah				Disbudpar	BSN, ASITA
		d. Pengembangan sertifikasi halal bagi seluruh usaha makanan dan minuman				Disbudpar	Dikes, BSN, MUI, Asosiasi Pengusaha restoran
		e. Pengembangan sertifikasi spa bagi seluruh usaha spa				Disbudpar	BSN, asosiasi pengurus Spa

		f. Pengembangan sertifikasi bagi seluruh jasa pramuwisata				Disbudpar	BSN, HPI
		g. Pengemabangan sertifikasi bagi pengelola jasa MICE di Lombok Tengah				Disbudpar	BSN, PHRI, INCCA
2.	Peningkatan Standar Usaha Pariwisata Nasional menjadi Bertaraf Internasional	a. Peningkatan standardisasi seluruh usaha pariwisata dari level nasional ke internasional				Disbudpar	BSN, PHRI, ASITA, HPI, Asosiasi pariwisata terkait
		b. Peningkatan kemampuan manajerial dalam pengelolaan usaha pariwisata berdaya saing internasional.				Disbudpar	BSN, Lembaga pendidikan pariwisata

ARAH KEBIJAKAN 7		MENINGKATKAN FASILITAS DAN INSENTIF PARIWISATA					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Pengembangan pola-pola insentif untuk menumbuhkan usaha pariwisata di destinasi pariwisata yang belum berkembang	a. Pengembangan pola-pola insentif dan kerjasama di destinasi yang belum berkembang				Disbudpar	PHRI, ASITA, HPI, asosiasi terkait
2.	Pemberian insentif Perizinan dan Bea	a. Pengembangan insentif perizinan untuk melindungi				Disbudpar, pemkab Lombok Tengah	Disperindag, BSN, asosiasi pariwisata terkait

masuk untuk Perdagangan Impor Barang-barang Keperluan pariwisata	industri pariwisata lokal					
--	---------------------------	--	--	--	--	--

ARAH KEBIJAKAN 8		MENINGKATKAN KAPASITAS PENGUASAAN TEKNOLOGI INFORMASI PENGEMBANGAN USAHA PARIWISATA					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Peningkatan Kelengkapan Sistem Teknologi Informasi di setiap Daya Tarik Wisata	a. Pengembangan pusat informasi digital di setiap destinasi wisata berkelas nasional dan internasional di Lombok Tengah				Disbudpar	ASITA, PHRI, asosiasi pariwisata terkait
		b. Pengembangan jaringan kerjasama secara <i>Online</i> antar destinasi pariwisata di Lombok Tengah				Disbudpar	ASITA, PHRI, asosiasi pariwisata terkait
2.	<i>Up-dating</i> Informasi dalam Website Kepariwisataan Lombok Tengah	a. Penerapan Teknologi Multimedia (3D) baik dalam gambar maupun garis, data – data statistik pengunjung, informasi yang paling sering dicari atau di <i>download</i> oleh pengunjung di dalam <i>website</i>				Disbudpar	PDE, ASITA, PHRI, asosiasi pariwisata terkait
		b. Pengembangan komunikasi timbal balik (<i>feedback</i>) dalam				Disbudpar	PDE, ASITA, PHRI, asosiasi pariwisata terkait

		<i>website</i> , baik dalam bentuk saran maupun pertanyaan				
		c. Pemenuhan kelengkapan <i>website</i> dengan data-data statistik pengunjung, informasi yang paling sering dicari atau di <i>download</i> oleh pengunjung, peta-peta objek wisata				Disbudpar PDE, BPS, ASITA, PHRI, asosiasi pariwisata terkait
3.	Peningkatan Kapasitas Penggunaan E-Commerce dalam Industri Pariwisata	a. Analisis <i>positioning web</i> Lombok Tengah dengan daerah lain				Disbudpar PDE, Akademisi, ASITA, PHRI, asosiasi pariwisata terkait
		b. <i>Training e-commerce</i> kepada pelaku usaha pariwisata				Disbudpar PDE, Akademisi, ASITA, PHRI, asosiasi pariwisata terkait
		c. Pengembangan sistem <i>informasi</i> manajemen (SIM) di Lombok Tengah				Disbudpar PDE, Akademisi, ASITA, PHRI, asosiasi pariwisata terkait

ARAH KEBIJAKAN 9		MENINGKATKAN KREDIBILITAS BISNIS MELALUI REFORMASI SISTEM PENDAFTARAN USAHA DAN PERPAJAKAN					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Peningkatan Usaha Deregulasi dan Debirokratisasi Penyelenggaraan Usaha Pariwisata	a. Pengembangan sistem pendaftaran usaha pariwisata satu atap				BPMP2T	Disbudpar
		b. Pengembangan sistem pendaftaran integratif untuk usaha pariwisata yang multi-aktivitas dan multiproduk (contoh : perhotelan).				BPMP2T	Disbudpar
2.	Restrukturisasi dan Integrasi Sistem Perpajakan Pariwisata untuk Menghindari Pengenaan Pajak Ganda Pariwisata (<i>double taxation</i>)	a. Indetifikasi item-item dari pajak pariwisata yang saat ini dibayar dan masuk dalam jenis pajak berganda				Dispenda	Disbudpar
		b. Penyusunan peraturan baru mengenai pajak pariwisata yang dapat menghilangkan pajak berganda				Dispenda	Disbudpar
3.	Penerapan Sanksi bagi Usaha Pariwisata yang tidak Mematuhi Regulasi Perizinan dan Perpajakan.	a. Penyederhanaan dan percepatan proses perizinan untuk menghindari pelanggaran regulasi perizinan dan perpajakan.				BPMP2T	Disbudpar Dispenda
		b. Penyusunan ARAH KEBIJAKAN yang menyangkut sanksi terhadap pelanggaran regulasi perizinan dan pajak serta wewenang penindakan oleh pihak berwajib.				BPMP2T	Disbudpar Dispenda

ARAH KEBIJAKAN 10		MENINGKATKAN KAREDIBILITAS BISNIS MELALUI PENERAPAN STANDARD KEAMANAN USAHA PARIWISATA DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Penetapan Regulasi Standar Keamanan untuk Setiap Usaha Pariwisata	a. Penetapan SOP (standar operasional prosedur) pengamanan di objek wisata, hotel, dan tempat-tempat kepariwisataan lainnya tanpa mengurangi tingkat kenyamanan.				Disbudpar	POL PP Kepolisian, Pengelola daya tarik wisata
		b. Penetapan peraturan yang memberikan sanksi bagi pihak terkait yang tidak mematuhi SOP yang telah ditetapkan				Pamkab	POL PP Kepolisian, Pengelola daya tarik wisata
2.	Pengembangan Sistem Asuransi Perjalanan yang Reliable untuk Wisatawan	a. Penjajakan dengan industri asuransi dan perbankan untuk penerbitan sistem asuransi pariwisata yang dapat diterapkan di Lombok Tengah				Disbudpar	Disperindag, Lembaga asuransi dan perbankan
3.	Peningkatan Perlindungan usaha Pariwisata Daerah	a. Peninjauan ulang prosedur dan persyaratan pemberian izin pada perusahaan asing agar tidak merugikan usaha pariwisata daerah.				BPMP2T	Disbudpar Dispenda

ARAH KEBIJAKAN 11		MENINGKATKAN KEMITRAAN USAHA PARIWISATA MELALUI PENDEKATAN TRIPLE HELIX (PEMERINTAH, INDUSTRI, DAN PERGURUAN TINGGI)					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Peningkatan Kemitraan antara Pemerintah, Industri Pariwisata, dan Masyarakat	a. Fasilitasi komunikasi antara pemerintah, usaha pariwisata, dan masyarakat dengan menyelenggarakan forum koordinasi dan komunikasi secara regular				Disbudpar	PHRI, ASITA, Seluruh asosiasi pengusaha pariwisata
		b. Pengembangan skema kerjasama antara pemerintah dan industri pariwisata dalam upaya perintisan pengembangan destinasi wisata baru (misal: dalam bentuk insentif dan/atau <i>tax holiday</i>)				Disbudpar	PHRI, ASITA, Seluruh asosiasi pengusaha pariwisata
		c. Pemeberian insentif kepada industri pariwisata yang menggunakan produk lokal dan produk UKM.				Disperindagkop	Disbudpar, PHRI, ASITA, KADIN, Asosiasi terkait
		d. Penggunaan sumber daya lokal (SDM dan sumber daya lainnya) dalam penyelenggaraan usaha pariwisata, (Misal: Hotel harus menggunakan sekurang-kurangnya 30% bahan local.				Disperindagkop	Disbudpar, KADIN, PHRI, ASITA, Asosiasi terkait
		e. Peningkatan penyerapan <i>local content</i> dalam usaha akomodasi/hotel yaitu harus menggunakan sekurang-kurangnya 30% bahan lokal				Disbudpar	Disperindagkop, PU, KADIN, PHRI, ASITA, Asosiasi terkait
2.	Peningkatan Kemitraan antar	a. Pengembangan skema kerjasama antar usaha pariwisata dalam menciptakan paket dan menjual				Disbudpar	PHRI, ASITA, KADIN, BPD NTB, Asosiasi

	Usaha Pariwisata	produk wisata.					terkait
		b. Pengembangan paket “ <i>through fare</i> ” bagi tour operator, terutama pasar eropa dan asia timur agar mampu bersaing dengan Negara-negara tetangga.				Disbudpar	Maskapai penerbangan PHRI, ASITA, KADIN, asosiasi terkait
3.	Peningkatan Kemitraan antara Industri Pariwisata dengan Industri Kecil/Masyarakat Sekitar	a. Pengembangan sistem <i>delivery</i> bagi industri kecil/pemasok dengan industri pariwisata				Disbudpar	Disprindagkop, PHRI ASITA, KADIN, Asosiasi terkait
		b. Pengembangan kemitraan dengan pengusaha.				Disprindagkop	Disbudpar, PHRI ASITA, KADIN, Asosiasi terkait
		c. Pemberian fasilitas/ruang display bagi para pengusaha kecil di bidang pariwisata untuk mempamerkan produk dan cenderamata khas daerah di hotel				Disbudpar	PHRI, Disprindagkop, Asosiasi terkait

ARAH KEBIJAKAN 12		MENGEMBANGKAN POLA-POLA KERJASAMA UNTUK KEADAAN DARURAT					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Pengembangan Skema Kerjasama antar Pemerintah dan Industri Kepariwisata dalam Keadaan Darurat.	a. Pembuatan <i>pilot project</i> pemulihan pasca bencana berdasarkan tema-tema destinasi				Disbudpar	PU, BPBD, Dinsosnakertrans, Dishub
		b. Penerapan <i>early warning system</i> semua destinasi rawan bencana				BPBD	Disbudpar, Dinsosnakertrans, PU, Dishub
		c. Pengembangan pola-pola pendampingan dalam pemulihan kepariwisataan paska krisis				Disbudpar	BPBD, Disprindagkop, Dinsosnakertrans, PU, Dishub.
2.	Pengembangan Pola-pola Rintisan dalam Keadaan Darurat	a. Pengembangan pola-pola rintisan dengan maskapai penerbangan dan PT. Angkasa Pura				Disbudpar	PT. Angkasa Pura, Maskapai penerbangan, Dishub.
		b. Pengembangan pola-pola kerjasama pengembangan fasilitas akomodasi di daerah bencana				Disbudpar	PU, Disprindagkop, PHRI, ASITA, BPBD dan asosiasi pariwisata lainnya.

ARAH KEBIJAKAN 13		MENINGKATAN UPAYA KERJASAMA DENGAN BERBAGI PELAKU INDUSTRI PARIWISATA					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Peningkatan Kerjasama co-Marketing, Promotion, Public-Private Partnership dengan berbagai Pihak (Maskapai penerbangan, travel Agent, media, hotel, perusahaan, mall, dan pemkab Lombok Tengah)	a. Pemasangan logo 'visit Lombok–sumbawa' pada badan pesawat atau pada merchandise event-event besar.				Disbudpar	Maskapai penerbangan,
		b. Pengembang <i>gateway information centres</i> secara garis (<i>free of charge</i>) di pintu–pintu masuk utama.				Disbudpar	PT.Angkasa Pura
		c. Pengembangan <i>system informasi informal booking service</i> bebas biaya untuk semua produk/jasa pariwisata yang dijual di Lombok Tengah				Disbudpar	ASITA, PHRI, Asosiasi pariwisata terkait
		d. Pengembangan <i>loyalty</i> antara maskapai penerbangan dengan hotel/ jasa pariwisata yang dijual di Lombok Tengah.				Disbudpar	ASITA, PHRI, Asosiasi pariwisata terkait
2.	Pengembangan Dukungan Promosi bagi Paket-paket Produk Wisata yang dibuat oleh Kalangan Usaha Pariwisata.	a. Pengembangan dukungan promosi di destinasi protitas				Disbudpar	ASITA, PHRI, Asosiasi pariwisata terkait
		b. Pengembangan dukungan promosi di destinasi tertinggal				Disbudpar	ASITA, PHRI, Asosiasi pariwisata terkait
		c. Kerjasama dengan perusahaan besar dalam pembuatan paket wisata				Disbudpar	ASITA, PHRI, Asosiasi pariwisata terkait

ARAH KEBIJAKAN 14		MENINGKATKAN UPAYA TANGGUNG JAWAB SOSIAL KEMASYARAKATAN DARI SETIAP USAHA PARIWISATA					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Pengembangan CSR Pariwisata bagi Perusahaan Berskala Besar	a. Kampanye pelaksanaan <i>Corporate social responsibily</i> (CSR) bagi usaha pariwisata berskala besar (maskapai penerbangan atau usaha lainnya).				Disbudpar	Maskapai penerbangan, PHRI, ASITA, KADIN, asosiasi terkait
		b. Pengembangan kegiatan rintisan (<i>pilot project</i>) CSR bersama antar pelaku usaha pariwisata dan replikasinya pada destinasi-destinasi yang lain				Disbudpar	Dishub, PHRI, ASITA, asosiasi terkait
		c. Pengembangan CSR <i>masterplan</i> untuk pengelola pariwisata				KADIN, DISBUDPAR	PHRI, ASITA, DII
2.	Peningkatan Sistem Koordinasi yang Integratif dalam Pelaksanaan CSR	a. Peningkatan indikasi program pengembangan destinasi dalam menyalurkan dan CSR dari usaha-usaha pariwisata.				Disbudpar	Dinsosnakertrans, PHRI, ASITA, dll
		b. Penentuan prioritas indikasi program CSR berdasarkan proposal/kebutuhan masyarakat				Dinsosnakertrans	Disbudpar
		c. Identifikasi destinasi wisata yang diprioritaskan mendapat dana CSR				Disbudpar	Dinsosnakertrans

ARAH KEBIJAKAN 15		MENETAPKAN PEDOMAN DAN PERATURAN MENGENAI DAMPAK LINGKUNGAN ALAM DAN SOSIAL BUDAYA DARI PENYELENGGARAAN USAHA PARIWISATA					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Pembuatan Standar dan Pedoman Pengelolaan Lingkungan hidup dalam Penyelenggaraan Usaha Pariwisata.	a. Penyusunan AMDAL dari setiap usaha pariwisata				KLH	Disbudpar, BPMP2T, Asosiasi terkait
		b. Pembuatan pedoman mengenai kewajiban usaha pariwisata dalam melestarikan sumber daya budaya (penggunaan <i>local content</i>)				Disbudpar	KLH, Pemkab Lombok Tengah, asosiasi terkait
		c. Memberikan sanksi yang tegas bagi usaha pariwisata melanggar peraturan pengelolaan lingkungan hidup.				KLH	Disbudpar, BPMP2T, Asosiasi terkait
		d. Penentuan <i>carrying capacity</i> dari setiap kawasan pariwisata				Disbudpar	KLH, Pemkab Lombok Tengah, Asosiasi terkait
		e. Penerapan secara rutin uji emisi kendaraan bagi sarana transportasi				Dishub	Disbudpar, Pemkab Lombok Tengah, KLH, Asosiasi terkait

ARAH KEBIJAKAN 16		MEMBUAT ARAH KEBIJAKAN PENGGUNAAN SUMBER DAYA LOKAL DALAM SETIAP USAHA PARIWISATA					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Penerapan Penggunaan Minimal 30% Bahan Lokal dalam Seluruh Industri Pariwisata	a. Penerapan penggunaan minimal 30% bahan lokal dalam seluruh industri pariwisata.				Disbudpar	PHRI, UKM, Disperindag, Pemkab Lombok Tengah, Asosiasi terkait
		b. Penerapan penggunaan minimal 30% bahan lokal industri Spa dengan penunjang dari produk lokal, seperti : aromaterapi, jamu-jamuan, lilin, bunga, dll.				Disbudpar	Pemkab Lombok Tengah, Disperindag, PHRI, UKM, dan Asosiasi terkait
2.	Penerapan Penggunaan Minimal 30% SDM Lokal dalam Penyelenggaran Industri Wisata di Lombok Tengah	a. Penerapan penggunaan minimal 30% SDM lokal dalam penyelenggaraan MICE				Disbudpar	Pemkab Lombok Tengah, Disperindag, PHRI, UKM, INCCA, PHRI, dan asosiasi terkait
		b. Penerapan penggunaan minimal 30% SDM lokal dalam penyelenggaraan usaha pariwisata				Disbudpar	Pemkab Lombok Tengah, Disperindag, PHRI, UKM, INCCA, PHRI, Asita, dan terkait

5.6 MATRIKS ARAH KEBIJAKAN, STRATEGI, DAN INDIKASI PROGRAM PENGEMBANGAN INVESTASI

ARAH KEBIJAKAN 1		PENINGKATAN INSENTIF FISKAL INVESTASI BIDANG KEPARIWISATAAN					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Meningkatkan Pemberian Keringanan Pajak secara Gradual untuk Investasi PMA di Sektor Pariwisata	a. Penetapan keringanan pajak dalam periode waktu tertentu bagi pengembangan investasi di Lombok Tengah				Pemkab. Lombok Tengah	Disbudpar
		b. Menurunkan tarif pajak daerah yang berpotensi menyebabkan kenaikan harga/jasa				Pemkab. Lombok Tengah	Disbudpar
2.	Meningkatkan Pemberian Keringanan Pajak secara Gradual untuk Investasi PMDN di Sektor Pariwisata	a. Penetapan keringanan pajak dalam periode waktu tertentu bagi pengembangan investasi Lombok Tengah				Pemkab. Lombok Tengah	Disbudpar
		b. Menurunkan tarif pajak daerah yang berpotensi menyebabkan kenaikan harga/ jasa				Pemkab. Lombok Tengah	
3.	Meningkatkan Perbaikan Jasa Pelayanan Pajak untuk Investasi PMDN di Sektor Pariwisata	a. Pemberian fasilitas pajak penghasilan kepada bidang-bidang usaha di sektor pariwisata				Pemkab. Lombok Tengah	Disbudpar
		b. Perbaikan jasa pelayanan pajak untuk meningkatkan kesadaran PMDN akan pentingnya pembayaran pajak.				Pemkab. Lombok Tengah	Disbudpar

ARAH KEBIJAKAN 2		DUKUNGAN DAN KEMUDAHAN PENYEDIAAN TENAGA KERJA DAN KETERSEDIAAN LAHAN					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Mempercepat Jangka Waktu Pengurusan Pembebasan Lahan	a. Optimalisasi pelaksanaan PP 16/2004 untuk investasi pendukung pariwisata				BPN	Bagian Keuangan, BPMP2T, Disbudpar
2.	Penegakan Aturan dan Mekanisme Pembebasan Lahan	a. Pengembangan mekanisme komplain (<i>complaint resolution unit</i>)				BPN	BPMP2T, Disbudpar
		b. Penerapan insentif dan disinsentif penegakan aturan				BPN	BPMP2T, Disbudpar
		c. Monitoring pelaksanaan aturan				BPN	BPMP2T, Disbudpar
3.	Mempermudah Penyediaan Tenaga Kerja bagi Investasi PMA dan PMDN	a. Penyediaan informasi ketersediaan dan kebutuhan tenaga kerja di sektor pariwisata di Lombok Tengah				Dinsosnakertrans	Disbudpar, Dikpora, Imigrasi
		b. Mempercepat proses penerbitan perizinan ketenagakerjaan				Dinsosnakertrans	Disbudpar, Dikpora, Imigrasi
		c. Penetapan mekanisme penyelesaian perselisihan tenaga kerja				Dinsosnakertrans	Disbudpar, BP3TKI, Imigrasi
4.	Deregulasi Peraturan yang Menghambat Perizinan dan Pengaturan Tenaga Kerja	a. Penyesuaian atau kemudahan urusan kontrak tenaga kerja				Dinsosnakertrans	Disbudpar, BP3TKI, Imigrasi
		b. Pengurangan jenis peraturan ketenagakerjaan				Dinsosnakertrans	Disbudpar, BP3TKI, Imigrasi

ARAH KEBIJAKAN 3		PENINGKATAN AKSELERASI IJIN USAHA INVESTASI DI BIDANG PARIWISATA					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Mengembangkan Sistem dan Mekanisme Perijinan untuk Meningkatkan Kemudahan Investasi di Bidang Pariwisata	a. Penetapan kemudahan pelayanan perijinan investasi melalui pengembangan pelayanan satu atap/ OSS (<i>one stop service</i>)				BPMP2T	Disbudpar
		b. Monitoring pemberian izin usaha investasi				BPMP2T	Disbudpar
2.	Menyediakan Kemudahan Pengadaan Dokumen Pendukung Investasi di Bidang Pariwisata	a. Percepatan pengurus dokumen amdal di Lombok Tengah				KLH	Disbudpar
		b. Percepatan pengurusan dokumen lain-lain				BPMP2T	Disbudpar

ARAH KEBIJAKAN 4		PENINGKATAN PROMOSI PENANAMAN MODAL DI BIDANG PARIWISATA					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Meningkatkan Promosi Investasi Pariwisata di Dalam Negeri	a. Penetapan pemberian kemudahan bagi investasi sektor pariwisata yang mendorong peningkatan kunjungan wisata dan lama tinggal				Disbudpar	BPMP2T, Media massa
		b. Pembentukan/pengembangan sekretariat bersama promosi investasi di Lombok Tengah				Disbudpar	PHRI, BPD NTB, ASITA, HPI, Media massa
		c. Pengembangan berbagai <i>marketing kit</i> investasi pariwisata Lombok Tengah				Disbudpar	PHRI, BPD NTB, ASITA, HPI, Media massa
2.	Meningkatkan Promosi Investasi Pariwisata di Luar Negeri	a. Penetapan pemberian kemudahan bagi investasi sektor pariwisata yang mendorong peningkatan kunjungan wisatawan dan lama tinggal				Disbudpar	BPMP2T, Media massa
		b. Pembentukan/pengembangan sekretariat bersama promosi investasi di Lombok Tengah				Disbudpar	PHRI, BPD NTB, ASITA, HPI, Media massa

		c. Pengembangan berbagai <i>marketing</i> kit Investasi pariwisata Lombok Tengah				Disbudpar	PHRI, BPD NTB, ASITA, HPI, Media massa
		d. Promosi investasi sektor pariwisata melalui media cetak, elektronik, dan internet luar negeri				Disbudpar	PHRI, BPD NTB, ASITA, HPI, Media massa
		e. Penyediaan informasi mengenai perizinan yang diperlukan				Disbudpar	PHRI, BPD NTB, ASITA, HPI, Media massa
		f. Penetapan negara–negara potensial sasaran promosi investasi pariwisata di Lombok Tengah				Disbudpar	PHRI, BPD NTB, ASITA, HPI
		g. <i>Road show</i> promosi investasi sektor pariwisata ke negara–negara potensial				Disbudpar	PHRI, BPD NTB, ASITA, HPI, Media massa

5.7 MATRIKS ARAH KEBIJAKAN, STRATEGI, DAN INDIKASI PROGRAM PENGEMBANGAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

ARAH KEBIJAKAN 1		PENGUATAN KELEMBAGAAN MASYARAKAT DALAM PEMBANGUNAN DESTINASI KEPARIWISATAAN					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Kelembagaan Adat dalam Pembangunan Destinasi.	a. Revitalisasi kelembagaan adat pada masing–masing pembangunan destinasi.				Disbudpar	Pemda, ASITA, Lembaga adat.
		b. Pembentukan kemitraan masyarakat lokal/adat dengan swasta dalam pembangunan destinasi				Disbudpar	Pemda, ASITA, PHRI, HPI, Lembaga adat.
2.	Menguatkan Kapasitas Pengelolaan Usaha Wisata yang Dikembangkan Masyarakat Lokal di Sekitar Destinasi Pariwisata	a. Perluasan <i>networking</i> kelembagaan antar pembangunan destinasi				Disbudpar	Pemda, ASITA, PHRI, HPI, Lembaga adat
		b. Peningkatan kapasitas organisasi masyarakat adat dalam pengembangan destinasi kepariwisataan				Disbudpar	Pemda, Lembaga adat
3.	Meningkatkan Gerakan masyarakat dalam pembangunan destinasi wisata.	a. Peningkatan kerja sama dan koordinasi antar kelembagaan dalam pembangunan kepariwisataan.				Disbudpar	Kesbangpoldagri, ASITA, PHRI, HPI
		b. Peningkatan akses kemitraan secara langsung dengan simpul–simpul formal di masing–masing pembangunan destinasi				Disbudpar	Kesbangpoldagri, ASITA, PHRI, HPI
		c. Pemberdayaan masyarakat didasarkan atas sumber daya organisasi dan budaya lokal.				Disbudpar	ASITA, PHRI, HPI
		a. Pengembangkan komunikasi masyarakat lokal di				Disbudpar	Pokdarwis, LMD,

4.	yang Mengarah pada Upaya agar Aspirasi Timbul Masyarakat.	sekitar destinasi pariwisata.					PHRI, HPI
		b. Pemberdayaan masyarakat diarahkan pada penyelenggaraan mekanisme demokrasi				Disbudpar	Kesbangpoldagri, Pokdarwis, LMD.
		c. Pengakuan kelembagaan adat dan lokal dalam kepemilikan dan pengelolaan sumber daya alam.				Disbudpar	Kesbangpoldagri, PU, Lembaga Adat, LMD.
		d. Pemberdayaan masyarakat dilakukan melalui inisiatif lokal				Disbudpar	Disprindagkop
		e. Pemberdayaan masyarakat melalui fasilitasi, komunikasi, penguatan inisiatif, dan pemberian penghargaan.				Disbudpar	Disprindagkop, ASITA, PHRI, HPI

ARAH KEBIJAKAN 2		PENINGKATAN PERAN SERTA MASYARAKAT DALAM PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Meningkatkan Peran Masyarakat dalam Perencanaan dan Implementasi Pembangunan Kepariwisata	a. Perumusan dan penetapan peraturan daerah mengenai tata cara keterlibatan masyarakat dalam perencanaan dan implementasi pembangunan kepariwisataan.				Disbudpar	Bapeda, DPRD, Bagian Hukum Setda., Asita, PHRI, HPI, BPD NTB
		b. Sosialisasi produk perundangan di destinasi wisata				Disbudpar	Bagian Hukum Setda
		c. Monitoring dan evaluasi pelaksanaan peraturan di destinasi wisata				Disbudpar	Bapeda
2.	Meningkatkan Dialog antar Stakeholder dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata	a. Revitalisasi proses pelembagaan perencanaan di daerah				Disbudpar	Ortal, Kesbangpoldagri.
		b. Bantuan teknis organisasi masyarakat dalam perencanaan di Lombok Tengah				Disbudpar	Dinsosnakertrans, BPMD.
3.	Pemberian Bantuan Teknis dan Dukungan Lain	a. Bantuan Teknis bagi penguatan forum stakeholder pariwisata				Disbudpar,	Dinsosnakertrans, Asita, PHRI, HPI, BPD NTB

	kepada Prakarsa Pendirian dan Pengelolaan forum <i>Multi stakeholders</i> Pembangunan Destinasi Pariwisata	b. Dukungan institusional forum stakeholder pariwisata di Lombok Tengah				Disbudpar	Dinsosnakertrans, Asita, PHRI, HPI, BPD NTB
		c. Pertukaran pengalaman dan pengetahuan antar forum multi stakeholder di Lombok Tengah				Disbudpar	Asita, PHRI, HPI, BPD NTB

ARAH KEBIJAKAN 3		PENINGKATAN PERLINDUNGAN USAHA DAN PRODUK HASIL USAHA MASYARAKAT DI BIDANG KEPARIWISATAAN					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Meningkatkan Keamanan Hak Cipta (<i>copy right</i>) Terhadap Produk Masyarakat Lokal	a. Pemberian merk dan penomoran produk di setiap penghasil produk.				Disprindagkop	Disbudpar, APKLI, Asosiasi Tenun, media massa.
		b. Pemberian akses pemasaran produk yang aman dan terjamin				Disprindagkop.	Disbudpar
2.	Meningkatkan Perkembangan Produk Menurut Permintaan Pasar	a. Pengembangan sarana prasarana pendukung/ infrastruktur bagi kemudahan akses terhadap informasi perkembangan produk baru.				Disprindagkop.	Disbudpar
		b. Pengembangan media promosi bagi pembukaan akses pasar terhadap produk dan usaha ekonomi yang dikembangkan masyarakat lokal				Disprindagkop.	Disbudpar, media massa
3.	Mengembangkan Karya dalam Penguatan Destinasi Pariwisata <i>image</i>	a. Penyuluhan dan pembelajaran tentang ciri khas yang ada disekitar destinasi di Lombok Tengah				Disprindagkop	Disbudpar, BPD NTB, Asita, HPI.
		b. Pengembangan/pemberdayaan eksistensi dan kelangsungan UKM di sekitar destinasi pariwisata				Disprindagkop	Disbudpar, APKLI, BPD NTB, Asita, HPI.

4.	Mengembangkan Regulasi yang Berorientasi untuk Mendorong Perkembangan Usaha Ekonomi yang Dikembangkan oleh Masyarakat Lokal	a. Insentif dan kemudahan bagi UKM terhadap akses pemasaran bagi pengembangan usaha				Disprindagkop	Disbudpar, APKLI, BPD NTB, Asita
		b. Memberikan bantuan kemudahan akses permodalan dalam rangka pengembangan produk masyarakat lokal				Disprindagkop	Disbudpar, APKLI, perbankan.

ARAH KEBIJAKAN 4		PENGUATAN KAPASITAS MASYARAKAT DALAM USAHA KEPARIWISATAAN					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Meningkatkan Kapasitas organisasi Masyarakat di Tingkat lokal dalam Pengembangan Pariwisata	a. Pemberdayaan organisasi masyarakat bagi daerah di kalangan lembaga masyarakat.				Disbudpar	BPMD, Kesbangpoldagri, LMD.
		b. Pelatihan dan pengembangan kapasitas organisasi lembaga adat/masyarakat di sekitar destinasi.				Disbudpar	BPMD, Kesbangpoldagri, Lembaga adat.

ARAH KEBIJAKAN 5		PENINGKATAN AKSES MODAL USAHA UNTUK MASYARAKAT DALAM PELAKSANAAN KEGIATAN PENGEMBANGAN KEPARIWISATAAN					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Meningkatkan Kapasitas/skill Serta Produk Layanan Usaha Ekonomi Masyarakat di Bidang Pariwisata	a. Sosialisasi dalam rangka meningkatkan kualitas produk layanan usaha masyarakat				Disbudpar	BPD NTB, PHRI, HPI, ASITA
		b. Rintisan pengembangan produk dan layanan usaha ekonomi yang dikembangkan masyarakat lokal di sekitar destinasi pariwisata				Disbudpar	Disprindagkop, ASITA, BPD NTB
2.	Meningkatkan Akses terhadap Produk dan Usaha Ekonomi	a. Pengembangan sarana prasarana pendukung/ infrastruktur bagi kemudahan akses terhadap produk dan usaha ekonomi yang dikembangkan masyarakat lokal				Disprindagkop	Disbudpar, ASITA, BPD NTB
		b. Pengembangan media promosi bagi pembukaan				Disbudpar	BPD NTB, PHRI, HPI,

	Masyarakat di Sekitar Destinasi Pariwisata	akses pasar terhadap produk dan usaha ekonomi yang dikembangkan masyarakat lokal					ASITA , Media Massa
3.	Mengembangkan Dukungan Permodalan dalam Upaya Peningkatan Usaha Ekonomi Masyarakat Lokal.	a. Penyiapan insentif dan kemudahan bagi pengembangan usaha ekonomi yang dikembangkan masyarakat lokal				Disprindagkop	Disbudpar, Perbankan, APKLI
		b. Pengembangan/pemberdayaan eksistensi dan kelangsungan dengan UKM di sekitar destinasi pariwisata.				Disprindagkop	Disbudpar, Perbankan, APKLI
4.	Mengembangkan Regulasi yang Berorientasi untuk Medorong Perkembangan Usaha Ekonomi yang Dikembangkan oleh Masyarakat Lokal	a. Insentif dan kemudahan bagi UKM terhadap akses permodalan bagi pengembangan usaha				Disprindagkop	Disbudpar, Perbankan, APKLI
		b. Memberikan bantuan akses permodalan dalam rangka pengembangan masyarakat di sekitar destinasi pariwisata				Disprindagkop	Disbudpar, Perbankan, APKLI

ARAH KEBIJAKAN 6		PENINGKATAN AKSES USAHA MASYARAKAT DALAM PENGEMBANGAN PASAR DI DESTINASI PARIWISATA					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Mengevaluasi dan Merehabilitasi Program-program Pembangunan Kepariwisata	a. Penyiapan <i>reinnovation</i> program untuk meningkatkan kualitas program				Disbudpar,	Bapeda
		b. Peningkatan pelayanan lembaga perkoperasian dan UKM				Disperindagkop	Disbudpar
2.	Meningkatkan Program Baru yang Berdampak Langsung kepada Masyarakat Sekitar Destinasi Pariwisata	a. Mengelaborasi tradisi masyarakat setempat dengan tradisi modern sekitar destinasi				Disbudpar	HPI, ASITA, PHRI, APKLI
		b. Pengembangan ekonomi kerakyatan melalui PIR (Pariwisata Inti Rakyat)				Disbudpar	Dinsosnakertrans

5.8. MATRIKS ARAH KEBIJAKAN, STRATEGI DAN INDIKASI PROGRAM PENGEMBANGAN SDM

ARAH KEBIJAKAN 1		OPTIMALISASI DAN AKSELERASI KOMPETENSI DAM PEMERINTAHAN					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Akselerasi Kemampuan Strategic Planning bidang Kepariwisatahan bagi para Pejabat Disbudpar	a. Pengembangan <i>officer Development</i> di dalam dan luar negeri				Disbudpar,	Kemenlu, Keimigrasian
		b. Akselerasi kemampuan MONEV (monitoring dan evaluasi)				Disbudpar	Inspektorat
		c. Akselerasi kemampuan <i>softskills</i> (<i>negosiasi</i> , <i>diplomasi</i> , dan <i>public speaking</i>)				Disbudpar	PDE, Akademisi, Media masa
2.	Optimalisasi Kapasitas SDM di Pemerintahan Kabupaten	a. Bimbingan teknis (<i>Technical assistance : Outsourcing SDM</i>)				Disdikpora	Disbudpar, Disnakertrans
		b. Pendidikan sistem ganda/ Magang/inklusi				Disdikpora	Disbudpar, Disnakertrans
		c. Pendidikan pengembangan kepariwisatahan (perencanaan, Implementasi, dan monev)				Disdikpora	Disbudpar, Disnakertrans, Akademisi (PT Kepariwisatahan)
3.	Akselerasi Kecakapan Manajerial dan Teknis SDM	a. Pendidikan formal lanjut bagi karyawan potensial				Disdikpora	Disbudpar, BKD
		b. Pelatihan <i>softskills</i> (<i>negosiasi</i> , <i>dipolmasi</i> , dan <i>public speaking</i>)				Disdikpora	Disbudpar, PDE
		c. Pelatihan IT (<i>Information Technology</i>)				Disdikpora	Disbudpar, PDE

		d. Pelatihan Pemasaran Pariwisata				Disbudpar	HPI, ASITA, PHRI, BPD NTB, PT Kepariwisataaan,
		e. Pelatihan kewirausahaan (<i>entrepreneurship</i>)				Disperindagkop	Disbudpar, APKLI, PT Kepariwisataaan.
4	Pemetaan kualifikasi kompetensi SDM	a. Pemetaan kebutuhan jabatan di tingkat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah				Disbudpar	BKD, Baperjakat
		b. Pemetaan kebutuhan kualifikasi pejabat dan staf (teknis dan non teknis)				Disbudpar	BKD, Baperjakat
5.	Implementasi Sistem Manajemen Kinerja Disbudpar	a. Pelatihan <i>Software</i> KPI				Disbudpar	PDE, Media Masa
		b. Sosialisasi sistem manajemen kinerja				Disbudpar	Inspektorat, Ortal
		c. Penerapan sistem manajemen kinerja				Disbudpar	Inspektorat, Ortal

ARAH KEBIJAKAN 2		AKSELERASI KUALITAS INSTITUSI PENDIDIKAN KEPARIWISATAAN					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Penguatan Institusi Pendidikan Pariwisata	a. Pengembangan sarana dan prasarana sekolah pariwisata jenjang sekolah menengah				Disdikpora	Disbudpar,
		b. Pemutakhiran kurikulum untuk semua jenjang pendidikan pariwisata dengan standar Internasional (<i>Common Asean Tourism Curriculum</i> , yang mendapat pengakuan UNWTO)				Disdikpora	Disbudpar, PT Kepariwisata
		c. Pemutakhiran kurikulum untuk profesi tehnik/non gelar (perhotelan, pemandu wisata, dll.) dengan standar internasional				Disdikpora	Disbudpar, PT Kepariwisata
2.	Pengembangan Kerjasama antara Institusi Pendidikan dan Industri Pariwisata	a. Kolaborasi pemerintah dan industri pariwisata untuk mahasiswa (magang/inklusi)				Disdikpora	Disbudpar, ASITA, PHRI, HPI, BPD NTB
		b. Kolaborasi pemerintah dan industri pariwisata dalam penyaluran lulusan.				Dinsosnakertrans	Disbudpar, Disdikpora, ASITA, PHRI, HPI, BPD NTB
		c. <i>Apprenticeship</i> (Magang) di institusi pendidikan pariwisata dan perhotelan di luar negeri untuk tenaga pengajar dan mahasiswa				Dsdikpora	Disbudpar, PT Kepariwisata, Kemenlu, Keimigrasian PHRI, ASITA, HPI

ARAH KEBIJAKAN 3		STANDARISASI DAN SERTIFIKASI TENAGA PENDIDIK					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Sertifikasi Profesi Tenaga Pendidik di Bidang Pariwisata (dosen)	a. Sertifikasi tenaga pendidik pariwisata				Disdikpora	Disbudpar, PT Pariwisata, DIKTI, BNSP, LSP.
		b. Akselerasi kemampuan pendidik dalam penelitian dan pengajaran S1 dan S2 di bidang pariwisata.				Disdikpora	Disbudpar, DIKTI, BNSP, LSP, PT Pariwisata.
		c. Pengakuan sertifikasi yang telah diberikan oleh lembaga pendidikan lain (<i>waive of certification</i>)				Disbudpar,	BNSP, DIKTI, LSP, STP dan akpar pariwisata, Diknas
2.	Akselerasi Kualitas Pendidikan Kepariwisataan	a. Beasiswa S2 dan S3				Disdikpora	BKD, DIKTI, institusi pendidikan pariwisata dalam dan luar negeri
		b. Inisiasi (pemprakarsaan) pembentukan pusat kajian pariwisata baik di perguruan tinggi pariwisata maupun di perguruan umum				Disbudpar	Disdikpora, DIKTI, institusi pendidikan perguruan tinggi pariwisata dan umum baik dalam dan luar negeri

ARAH KEBIJAKAN 4		OPTIMALISASI KUANTITAS SDM PEMERINTAHAN					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Perancangan Jangka Panjang Kebutuhan SDM Pemerintah	a. Pendataan dan inventarisasi SDM (jumlah, kualifikasi, masa kerja, pengetahuan dan ketrampilan/pelatihan, bakat dan minat)				BKD	Disbudpar, Disdikpora.
2.	Pemetaan dan Pengadaan SDM Pariwisata sebagai Dasar Pembuatan Keputusan Strategis Pemerintah	a. Pendataan, pemetaan dan perencanaan jangka panjang SDM berdasar tingkat pendidikan, kompetensi dan sertifikasi				BKD	Disbudpar, Disdikpora, BPS, Dinsosnakertrans

ARAH KEBIJAKAN 5		OPTIMALISASI DAN AKSELERASI KOMPETENSI SDM INDUSTRI					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Advokasi Perencanaan Bisnis bagi UKM Pariwisata	a. Pelatihan perencanaan bisnis (<i>business plan</i>) bagi UKM pariwisata				Disbudpar,	Disprindagkop, Dikpora, Dinsosnakertrans, APKLI, Asosiasi industri pariwisata.
2.	Akselerasi Kompetensi Manajerial dan Tehnikal	a. Pelatihan <i>softskills</i> (<i>PR-ing, negosiasi diplomasi, penguasaan bahasa, hospitality, courtesy</i>) untuk UKM				Disbudpar	Dikpora, Dinsosnakertrans, Lembaga Pendidikan Kepariwisataan.
		b. Sosialisasi UU tanggung jawab sosial dan lingkungan kepada usahawan pariwisata				Disbudpar	Disprindagkop, KLH, Asosiasi industri pariwisata,
		c. Pelatihan ICT untuk pemasaran bagi UKM				Disprindagkop	Disbudpar, Asosiasi industri pariwisata, Perguruan Tinggi.
		d. Pelatihan kewirausahaan berbasis industri kreatif pada sektor UKM				Disprindagkop r	Disbudpar, Dikpora, Dinsosnakertrans, Asosiasi industri pariwisata, APKLI

ARAH KEBIJAKAN 6		SERTIFIKASI DAN STANDARISASI SDM INDUSTRI DAN TENAGA KERJA					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Sertifikasi SDM Industri Pariwisata	Sosialisasi sertifikasi profesi SDM industri pariwisata				Disbudpar,	BNSP, LSP, Asosiasi pariwisata (ASITA, PHRI, BPW, APW dll)
		Penerapan sertifikasi profesi dengan standar internasional				Disbudpar	BNSP, LSP, Asosiasi pariwisata (ASITA, PHRI, BPW, APW dll)
		Pemberian <i>Incentive</i> berupa bantuan biaya sertifikasi.				Disbudpar	BNSP, LSP, Asosiasi pariwisata (ASITA, PHRI, BPW, APW dll)
2.	Standarisasi Tenaga Asing	Implementasi UU ketenagakerjaan bagi tenaga kerja asing				Dinsosnakertrans	Disbudpar

ARAH KEBIJAKAN 7		OPTIMALISASI KUANTITAS SDM INDUSTRI PARIWISATA					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Perancangan Jangka Panjang Kebutuhan SDM Industri Pariwisata	Pendataan dan inventarisasi SDM (jumlah, kualifikasi, masa kerja, pengetahuan dan ketrampilan/pelatihan, bakat dan minat karyawan)				Disbudpar	Bapeda, BPS, Dinsosnakertrans, asosiasi industri pariwisata (ASITA, PHRI, APW, BPW dll)
2.	Pemetaan dan Pengadaan SDM Industri	Pemetaan dan perencanaan jangka panjang SDM berdasar tingkat pendidikan, kompetensi, dan sertifikasi				Disbudpar	Bapeda, BPS, Dinsosnakertrans, asosiasi industri pariwisata (ASITA, PHRI, APW, BPW dll)

5.9 MATRIK ARAH KEBIJAKAN, STRATEGI, DAN INDIKASI PROGRAM PENGEMBANGAN KELEMBAGAAN

ARAH KEBIJAKAN 1		PENINGKATAN KOORDINASI ANTAR DINAS DAN ANTAR LEVEL PEMERINTAHAN DAN SWASTA					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Revitalisasi Inpres 16 Tahun 2005	a. Pengembangan unit kerja yang berfungsi menjalin kerjasama dan menggerakkan sinergi lintas sektor bidang pariwisata.				Disbudpar,	Bapeda, Diskanlut, Disprindagkop, Dishutbun, PU, Dishub
		b. Mengintensif komunikasi antar sektor melalui forum komunikasi lintas sektor				Disbudpar	Bapeda, Diskanlut, Disprindagkop, Dishutbun, PU, Dishub
		c. <i>Monitoring</i> dan evaluasi <i>performance</i> unit kerja koordinasi lintas sektor				Pemkab	Bapeda, Inspektorat.
2.	Peningkatan Sinergitas Dinas Lain/Lembaga Lainnya dalam Pengembangan Pariwisata	a. Optimalisasi keterlibatan Dinas lain/Lembaga lainnya dalam pengembangan pariwisata				Disbudpar	Pemkab. Lombok Tengah, PHRIASITA, HPI, PHRI, BPD NTB
		b. Optimalisasi promosi pariwisata di luar negeri.				Disbudpar	BPD NTB, Maskapi Penerbangan, ASITA, PHRI, pelaku industri, Asosiasi pengusaha

ARAH KEBIJAKAN 2		PENINGKATAN PERAN SEKTOR SWASTA DAN MASYARAKAT DALAM PENGELOLAAN PARIWISATA					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Penguatan Peranserta Swasta dalam Meningkatkan Akseslerasi Pembangunan Kepariwisataan Nasional melalui <i>Public Private Partnership (PPP)/ Good Tourism Governance</i>	a. Pembentukan dan operasionalisasi GIPI (Gabungan industri pariwisata indonesia) Lombok Tengah.				Disbudpar,	KADIN,ASITA,PHRI, Pelaku industri,asosiasi pengusaha
		b. Pembentukan dan operasionalisasi BPD (Badan Promosi Pariwisata) Lombok Tengah				Disbudpar	ASITA, PHRI, Pelaku industri, asosiasi pengusaha
		c. Revitalisasi asosiasi-asosiasi pelaku industri pariwisata				Disbudpar	ASITA, PHRI, HPI, BPD NTB Pelaku industri, asosiasi pengusaha
		d. Fasilitasi pelaku industri pariwisata nasional (BPPI, GIPI, dll)				Disbudpar	ASITA, PHRI, HPI, BPD Lombok Tengah
2.	Pembagian Kewenangan dan Koordinasi antara Organisasi Pemerintahan	a. Menyusun kebijakan dan regulasi pemasaran pariwisata				Disbudpar	ASITA, PHRI, Pelaku industri, asosiasi pengusaha
		b. Melaksanakan kegiatan pemasaran pariwisata baik di dalam maupun di luar negeri				BPD Lombok Tengah	Disbudpar,ASITA, PHRI, HPI

	(Disbudpar) dan Organisasi Swasta (BPPI)	c. Fasilitasi dan subsidi pemasaran pariwisata bagi destinasi yang berada dalam tahap pengembangan (<i>developing destination</i>)				Disbudpar	BPD Lombok Tengah, ASITA, HPT, PHRI
		d. Optimalisasi pemasaran pariwisata bagi destinasi pariwisata unggulan (<i>top market destination</i>)				BPD Lombok Tengah	Disbudpar, ASITA, HPT, PHRI
		e. Meningkatkan citra destinasi pariwisata melalui pembuatan destination branding bagi masing-masing destinasi pariwisata				Disbudpar	BPD Lombok Tengah, HPI, ASITA, PHRI
		f. Meningkatkan citra produk destinasi pariwisata terutama terkait dengan <i>product image and selling</i> .				BPPI	Disbudpar, ASITA, PHRI, Pelaku industri, asosiasi pengusaha
		g. Menyusun program-program pemasaran pariwisata dalam rangka meraih target pasar pariwisata				BPD Lombok Tengah	Disbudpar, ASITA, HPT, PHRI
3.	Pengembangan dan revitalisasi organisasi masyarakat pariwisata	a. Fasilitasi peningkatan peran organisasi masyarakat pariwisata (Pokdarwis)				Disbudpar	Dinsosnakertrans, HPI, ASITA, PHRI
		b. Mengarahkan dana perusahaan-perusahaan swasta (CSR) untuk pembinaan organisasi masyarakat di bidang pariwisata (pokdarwis)				Disbudpar	Dinsosnakertrans, HPI, ASITA, PHRI

ARAH KEBIJAKAN 4		OPTIMALISASI KEMITRAAN USAHA PARIWISATA ANTAR PEMERINTAH SWASTA DAN MASYARAKAT PADA TINGKAT NASIONAL					
No	STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	TAHAPAN			INSTANSI	
			JP	JM	JPJ	PENANGGUNGJAWAB	TERKAIT
1.	Penguatan Sinkronisasi antara Pemerintah, Swasta, dan Masyarakat	a. Perencanaan partisipatif usaha pariwisata melalui skema kemitraan				Disbudpar,	ASITA, HPI, PHRI
		b. Fasilitasi Pembentukan forum-forum koordinasi usaha pariwisata				Disbudpar	ASITA, HPI, PHRI
		a. Deregulasi dan debirokratisasi peraturan-peraturan terkait dengan kepariwisataan				Disbudpar	Pemkab, PHRI, ASITA, HPI
		b. Peningkatan pemanfaatan teknologi informasi dalam tata kelola kepariwisataan yang berbasis pada sistem informasi pariwisata nasional				Disbudpar	Pemkab, PHRI ,ASITA, HPI, BPD Lombok Tengah

BAB. 6

KESIMPULAN

6.1 PRODUK WISATA (ATRAKSI)

Daya tarik kepariwisataan yang dimiliki Lombok Tengah sangatlah beragam dan memiliki potensi yang sangat tinggi. Kelengkapan obyek tersebut dapat terlihat dari adanya pegunungan di wilayah utara, agro wisata, danau, desa budaya dan desa kerajinan, serta objek wisata pantai dengan aktifitas wisata berupa *surfing sport* yang sangat menantang.

Permasalahan yang muncul dalam aspek pengembangan produk wisata ini adalah masih lemahnya manajemen pengelolaan obyek. Sedangkan ditinjau dari sisi daya tarik wisata di Lombok Tengah, sebagian besar sudah cukup dikenal di nusantara dan bahkan manca negara. Oleh karenanya, beberapa obyek dan daya tariknya perlu dibenahi secara serius dalam rangka optimalisasi percepatan pembangunan pariwisata daerah dan peningkatan daya saing, baik dari sisi kualitas, variasi, dan kelangkaan atraksi dan obyek wisata yang akan “dijual”.

6.2 AKSESIBILITAS

Pada umumnya akses menuju obyek wisata di Lombok Tengah sekarang ini sangat mudah dijangkau dan dalam kondisi baik sehingga dapat dilalui oleh semua jenis moda transportasi darat. Hanya saja, ketersediaan dan keterpaduan moda transportasi khususnya transportasi umum (*public transportation*) masih belum memadai. Selanjutnya Pengembangan Bandara Internasional Lombok (BIL) di Lombok Tengah diharapkan dapat menjadi pendorong peningkatan kunjungan wisatawan ke Lombok Tengah.

6.3 FASILITAS WISATA (AMENITAS)

Pada umumnya, fasilitas pendukung wisata (*amenitas*) di beberapa objek wisata relatif kurang, sehingga menyebabkan daya tarik objek wisata nampak belum tertata dengan baik. Untuk itu peran Pemerintah Daerah dan swasta sangat dibutuhkan dalam pengembangan fasilitas pendukung dimaksud.

6.4 PEMASARAN (MARKETING)

Kegiatan pemasaran merupakan hal yang sangat penting untuk memperkenalkan Kepariwisataan Lombok Tengah. Belum adanya wadah kepariwisataan mandiri seperti Badan Pariwisata Daerah Lombok Tengah atau Pusat Informasi Pariwisata (*Tourism Information Centre*) dan minimnya informan/guide yang tersertifikasi berdampak pada ketidakakuratan informasi kepariwisataan yang diberikan kepada wisatawan. Berkaitan dengan hal tersebut perlu adanya kerjasama dengan para *stakeholders* (seperti ASITA, PHRI, LSP, RTMB, HPI, Travel Agent, dan komunitas masyarakat yang peduli terhadap kepariwisataan Lombok Tengah) untuk mempromosikan daya tarik wisata Lombok Tengah yang sudah layak jual ke pasaran .

6.5 INVESTASI (INVESTMENT)

Dalam pengembangan kepariwisataan Lombok Tengah perlu didukung dengan investasi, baik dari pemerintah pusat maupun daerah, masyarakat, dan swasta dengan tetap menjaga hak dan kepentingan masyarakat sebagai subyek maupun obyek pembangunan dalam rangka mewujudkan kesejahteraan masyarakat setempat.

6.6 INDUSTRI (INDUSTRY)

Perlunya dukungan pemerintah daerah Kabupaten Lombok Tengah dalam meningkatkan peranan industri Pariwisata Lombok Tengah. Selain itu pemerintah juga memiliki peranan penting dalam mensinergikan

hubungan antara industri dan masyarakat sehingga perkembangannya dapat memberikan hasil yang optimal bagi masyarakat Lombok Tengah.

6.7 PEMBERDAYAAN MASYARAKAT (*COMMUNITY EMPOWERMENT*)

Masyarakat merupakan aspek utama dalam pembangunan, peranan masyarakat dalam pembangunan khususnya kepariwisataan sangatlah penting. Pemberdayaan masyarakat yang sudah dilakukan di Lombok Tengah perlu untuk lebih ditingkatkan baik dalam segi kualitas maupun kuantitas.

6.8 SUMBER DAYA MANUSIA (*HUMAN RESOURCES*)

Kondisi Sumber Daya Manusia (SDM) di bidang kepariwisataan di Lombok Tengah masih dapat dikatakan sangat terbatas dan banyak didominasi oleh pendatang dari luar daerah. Namun tak dapat dipungkiri bahwa tidak sedikit SDM kepariwisataan Lombok Tengah justru menjadi pelaku pariwisata di daerah lain. Untuk itu pembangunan SDM kepariwisataan dirasakan sangat penting dan menjadi tanggung jawab bersama antara pemerintah dan pemangku kepentingan di bidang kepariwisataan. Pembangunan SDM kepariwisataan diharapkan dapat dilaksanakan melalui pendidikan formal di bangku sekolah. Hal yang tidak kalah pentingnya adalah pemerintah daerah harus berusaha menarik SDM pariwisata Lombok Tengah yang bekerja di berbagai usaha dan jasa pariwisata di daerah lain (*brain drain*) untuk kembali membangun dan mengembangkan pariwisata di daerahnya.

6.9 KELEMBAGAAN (*INSTITUTION*)

Kelembagaan pengelola wisata yang umumnya seperti Badan Pariwisata Daerah (BPD) Kabupaten Lombok Tengah masih belum ada sehingga diperlukan fasilitasi pembentukan kelembagaan rangka akselerasi pembangunan kepariwisataan daerah.