

## BAB IV

### KEBIJAKAN PEMERINTAH KOTA DALAM MENINGKATKAN WISATA INTERNASIONAL DI KOTA PALANGKA RAYA

Hubungan internasional selalu mempunyai kecenderungan perubahann yang dinamis yang memunculkan isu-isu besar pada jamannya. Selama beberapa abad misalnya, hubungan antar bangsa diliputi oleh hubungan kolonialisme. Di penghujung kolonialisme memunculkan Perang Dunia. Pasca Perang Dunia, menghasilkan Perang Dingin yang mengusung isu ideologi. Pasca Perang Dingin, isu ideologi mulai memudar, terdesak oleh isu ekonomi, misalnya pembentukan blok-blok perdagangan. Selain itu pasca peristiwa runtuhnya World Trade Center pada tahun 2001, isu terorisme mendominasi hubungan internasional. Pada sisi yang lain, muncul pula isu kebudayaan, lingkungan keshatan dan lain-lain yang mewarnai hubungan antar bangsa di dunia.

Sektor pariwisata menjadi salah satu isu menarik dalam percaturan antar bangsa. Salah satu penyebab perkembangan pariwisata dunia adalah revolusi dalam bidang teknologi informasi. Ditemukannya teknologi telekomunikasi dan internet, disamping telah mengubah arus informasi antar bangsa, juga telah merubah gaya hidup masyarakat. Penemuan penemuan di bidang teknologi informasi mampu mempromosikan wisata di satu daerah terpencil sekalipun ke ranah masyarakat dunia yang mengglobal. Informasi tersebut dapat berupa berita-berita resmi yang dilansir oleh media cetak dan elektronik, atau dapat juga tersebar melalui berbagai media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *LINE*, *WhatsApp*, atau *Instagram*. “*Habit*” akan wisata dan piknik telah menjadi gaya hidup yang mendunia.

Perkembangan tersebut tentu saja adalah sebuah berita baik, sekaligus sebuah tantangan dan kesempatan bagi pengembangan pariwisata. Secara ekonomi, pariwisata sangat menjanjikan. Seperti Kecenderungan yang telah dijabarkan pada bab II, pariwisata dapat menjadi andalan untuk mendatangkan keuntungan negara (devisa). Dengan demikian, seluruh komponen masyarakat pariwisata perlu berbenah untuk menyiapkan dirinya menghadapi dan memanfaatkan fenomena dunia bagi perkembangan wisata. Bab ini akan menjelaskan berbagai kebijakan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Palangka Raya Dalam mengembangkan wisata internasional di daerahnya. Diantaranya adalah dengan meningkatkan Suber daya manusia, Peningkatan promosi berskala internasional serta pengembangan fasilitas berstandar internasional.

#### **A. Program Wisata Internasional**

Program wisata di daerah di Indonesia, adalah fungsi dari pengembangan wisata di tingkat nasional, Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di atur melalui Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) Nomor PM.35/UM.001/MPEK/2012 tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2012 – 2014. Renstra Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tahun 2012 – 2014 di dalamnya termuat 11 (sebelas) arah kebijakan yaitu:

1. Penguatan sinergitas dan keterpaduan pemasaran dan promosi 18 lokasi destinasi pariwisata antar instansi pemerintah;
2. Penguatan sinergitas dan keterpaduan pemasaran dan promosi 18 lokasi destinasi pariwisata antar instansi pemerintah dengan dunia usaha dan masyarakat;
3. Peningkatan kualitas daerah tujuan wisata;
4. Penciptakan iklim yang kondusif bagi pengembangan industri pariwisata;
5. Penguatan sumber daya dan teknologi ekonomi kreatif;
6. Penguatan industri kreatif;

7. Peningkatan akses pembiayaan bagi industri kreatif;
8. Peningkatan apresiasi dan akses pasar di dalam dan luar negeri bagi industri kreatif;
9. Penguatan institusi bagi ekonomi kreatif;
10. Peningkatan kualitas penelitian kebijakan dan kapasitas SDM Pariwisata dan Ekonomi Kreatif;
11. Penguatan Reformasi Birokrasi.<sup>22</sup>

Kebijakan pembangunan kepariwisataan dan ekonomi kreatif tahun 2013 merupakan tahun keempat dari Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2010 – 2014 yang tertuang pada Rencana Strategis (Renstra) Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2012 – 2014 sebagai berikut:

#### **Visi**

Terwujudnya Kesejahteraan dan Kualitas Hidup Masyarakat Indonesia dengan Menggerakkan Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif.

#### **Misi**

1. Mengembangkan kepariwisataan berkelas dunia, berdaya saing, dan berkelanjutan serta mampu mendorong pembangunan daerah;
2. Mengembangkan ekonomi kreatif yang dapat menciptakan nilai tambah, mengembangkan potensi seni dan budaya Indonesia, serta mendorong pembangunan daerah;
3. Mengembangkan sumber daya pariwisata dan ekonomi kreatif secara berkualitas;
4. Menciptakan tata pemerintahan yang responsif, transparan dan akuntabel.

#### **Tujuan**

1. Peningkatan kontribusi ekonomi kepariwisataan Indonesia;
2. Peningkatan daya saing kepariwisataan Indonesia;
3. Peningkatan kontribusi ekonomi dari industri kreatif;
4. Peningkatan apresiasi terhadap pelaku dan karya kreatif;
5. Peningkatan kapasitas dan profesionalisme SDM pariwisata dan ekonomi kreatif;

---

<sup>22</sup> Himpunan Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Tahun 2012, hlm. 267. Dapat juga diakses di : [kemenpar.go.id/userfiles/file/BUKU1.pdf](http://kemenpar.go.id/userfiles/file/BUKU1.pdf)

6. Penciptaan inovasi baru di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif;
7. Peningkatan kualitas kinerja organisasi Kemenparekraf;
8. Peningkatan kualitas dan kuantitas SDM Kemenparekraf.

### **Sasaran**

1. Meningkatkan kontribusi kepariwisataan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional;
2. Meningkatnya kontribusi kepariwisataan terhadap kualitas dan kuantitas tenaga kerja nasional;
3. Meningkatnya investasi di sektor pariwisata;
4. Meningkatnya devisa dan pengeluaran wisatawan di Indonesia;
5. Meningkatnya kuantitas wisman ke Indonesia dan perjalanan wisnus;
6. Meningkatnya citra kepariwisataan Indonesia;
7. Terciptanya diversifikasi destinasi pariwisata;
8. Terciptanya pemasaran pariwisata yang efektif dan efisien;
9. Meningkatnya Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif;
10. Meningkatnya kualitas dan kuantitas tenaga kerja di sektor ekonomi kreatif;
11. Meningkatnya unit usaha di sektor ekonomi kreatif;
12. Meningkatnya konsumsi produk dan jasa kreatif lokal oleh masyarakat Indonesia;
13. Meningkatnya pemahaman masyarakat terhadap ekonomi kreatif;
14. Terciptanya ruang publik bagi masyarakat;
15. Meningkatnya kualitas dan kuantitas lulusan pendidikan tinggi pariwisata;
16. Meningkatnya profesionalisme pelaku sektor pariwisata dan ekonomi kreatif;
17. Meningkatnya kualitas dan kuantitas penelitian dan pengembangan kebijakan di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif;
18. Meningkatnya kualitas konten dan jejaring pelaku ekonomi kreatif;
19. Meningkatnya kualitas pengelolaan keuangan;
20. Meningkatnya kualitas pelaksanaan Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP);
21. Terselenggaranya Reformasi Birokrasi;
22. Meningkatnya kualitas Sumber Daya Manusia Kemenparekraf;

### 23. Meningkatnya kuantitas Sumber Daya Manusia Kemenparekraf.<sup>23</sup>

Penetapan tujuan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada umumnya didasarkan pada isu-isu strategis. Tujuan menunjukkan suatu kondisi yang ingin dicapai dalam kurun waktu 5 (lima) tahun mendatang dan mengarahkan perumusan sasaran, program, serta kegiatan dalam rangka merealisasikan misi. Sasaran strategis adalah penjabaran dari Tujuan secara terukur, yaitu sesuatu yang akan dicapai/dihasilkan secara nyata oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam kurun waktu satu tahun.

Penetapan Sasaran dirumuskan lebih spesifik, terukur, berorientasi pada hasil, dapat dicapai, dan memiliki kurun waktu satu tahun. Dalam sasaran dirancang pula Indikator pencapaian Sasaran, yaitu ukuran tingkat keberhasilan pencapaian sasaran yang telah diidentifikasi untuk diwujudkan pada tahun bersangkutan dan disertai dengan targetnya masing-masing.

Tahun 2013 merupakan tahun keempat dari pelaksanaan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2010 – 2014, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif secara terencana dan berkesinambungan melaksanakan program dan kegiatan yang telah ditetapkan, termasuk di dalamnya adalah Perencanaan Kinerja 2013 yang merupakan proses perencanaan kinerja yang didokumentasikan dalam Rencana Kinerja Tahunan (*Annual Performance Plan*). Penyusunan rencana kinerja ini dilakukan seiring dengan agenda penyusunan dan kebijakan anggaran.

Setelah anggaran 2013 ditetapkan maka disusunlah Penetapan Kinerja 2013 yang merupakan tekad dan janji rencana kinerja tahunan yang akan dicapai dan disepakati antara pihak yang menerima amanah/tugas dan pihak yang memberi amanah/tugas dengan

---

<sup>23</sup> Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2010 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) Tahun 2010 - 2014 Buku II, hlm.II.3-43 - II.3-45

mempertimbangkan sumber daya yang ada. Secara umum tujuan penetapan kinerja/perjanjian kinerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun Anggaran 2013, antara lain:

1. Meningkatkan akuntabilitas, transparansi, dan kinerja aparatur di lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
2. Mendorong komitmen penerima amanah untuk melaksanakan tugas yang diterima dan terus meningkatkan kinerjanya.
3. Menciptakan alat pengendalian manajemen yang praktis bagi pemberi amanah.
4. Menciptakan tolok ukur kinerja sebagai dasar evaluasi kinerja aparatur di lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
5. Menilai adanya keberhasilan atau kegagalan dalam pencapaian tujuan dan sasaran suatu organisasi, sekaligus sebagai dasar dalam pemberian penghargaan (*reward*) maupun sanksi (*punishment*).<sup>24</sup>

Salah satu alat ukur keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuan dan/atau sasaran atau kegiatan utama dan dapat digunakan sebagai fokus perbaikan kinerja di masa depan adalah Indikator Kinerja Utama. Dengan telah ditetapkannya Indikator Kinerja Utama (IKU) sebagai indikator keberhasilan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, maka IKU harus terdapat dalam perencanaan kinerja.

Dari dua puluh sasaran yang ditargetkan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk tahun 2012-2014 melalui program-program unggulannya ada beberapa indikator dari dua puluh sasaran tersebut yang mengalami kenaikan signifikan di atas target pada tahun 2013. Seperti sasaran nomor dua, yaitu meningkatnya kontribusi kepariwisataan terhadap kualitas dan kuantitas tenaga kerja nasional melalui indikator produktivitas tenaga kerja langsung, tidak

---

<sup>24</sup> *Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2013*, hlm. 20, Dapat juga diakses di : [kemenpar.go.id](http://kemenpar.go.id) dengan kata kunci (*Tahun 2013 - Kemenpar*)

langsung dan ikutan sektor pariwisata yang mencapai 252% dari target awal yaitu 13,54 (Rp juta/TK/tahun) menjadi 34,12 (Rp juta/TK/tahun).

Kemudian pada sasaran ke sepuluh, meningkatnya kualitas dan kuantitas tenaga kerja sektor ekonomi kreatif pada indikator pertumbuhan produktivitas tenaga kerja sektor ekonomi kreatif mencapai 285,19% dari target awal 3,58 (persentase) menjadi 10,21 (persentase).

Sasaran kedua belas juga mengalami capaian yang signifikan, meningkatnya konsumsi produk dan jasa kreatif lokal oleh masyarakat Indonesia pada indikator jumlah pelaku kreatif yang mengalami peningkatan akses pasar mencapai 234,86% dari target 1.400 (orang) menjadi 3.288 (orang). Dan sasaran ketujuh belas, meningkatnya kualitas konten dan jejaring pelaku di sektor ekonomi kreatif dengan indikator jumlah pelaku kreatif yang mengalami peningkatan kemampuan kreasi dan produksi berhasil tercapai sebesar 223,22% dari target awal 4.130 (orang) menjadi 9.219 (orang).

Namun tidak semua sasaran dari program Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada tahun 2012-2014 yang mencapai target. Seperti sasaran ketiga yaitu, meningkatnya investasi di sektor pariwisata dengan indikator kontribusi investasi sektor pariwisata terhadap total investasi nasional yang hanya berhasil dicapai sebesar 64% dari target awal 4,64 (persentase) menjadi 2,97 (persentase). Selebihnya sasaran-sasaran dari program Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada tahun 2012-2014 berhasil mencapai target dan melampaui target awal. Meskipun beberapa sasaran belum berhasil mencapai target 100% namun berhasil mendekati target yang sudah ditetapkan dengan rata-rata 95% target tercapai.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Dapat dilihat pada tabel 3.8. atau pada *Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2013*, hlm. 1-6. Dapat juga diakses di : [kemenpar.go.id](http://kemenpar.go.id) dengan kata kunci (*Tahun 2013 - Kemenpar*)

## **B. Peningkatan Sumber Daya Manusia**

Pengembangan pariwisata tak dapat dilepaskan dari sumber daya manusia yang terlibat didalamnya. Kemampuan dan kualitas sumber daya manusia adalah kunci kesuksesan pariwisata. Artinya, pariwisata tidaklah sekedar menyediakan obyek wisata yang menarik, tetapi juga harus didukung oleh kemampuan sumber daya manusianya. Sumber daya manusia (*stake holder*) dari pariwisata meliputi pemerintah, pihak pengembang swasta terkait, serta masyarakat umum yang mempunyai kaitan dengan pengembangan wisata.

Sumber daya manusia pariwisata (*stake holder*) meliputi semua pihak yang terkait secara langsung maupun tak langsung. Stakeholder utama merupakan stakeholder yang memiliki kaitan kepentingan secara langsung dengan suatu kebijakan, program, dan proyek. Mereka harus ditempatkan sebagai penentu utama dalam proses pengambilan keputusan. Pertama, adalah masyarakat yang terkait dengan proyek, yakni masyarakat yang diidentifikasi akan memperoleh manfaat dan yang akan terkena dampak (kehilangan tanah dan kemungkinan kehilangan mata pencaharian) dari proyek ini. Kedua, lembaga/badan publik yang bertanggung jawab dalam pengambilan dan implementasi suatu keputusan. Oleh karena itu, maka peningkatan kualitas sumber daya manusia pariwisata juga mengacu kepada kedua segmen masyarakat dan lembaga terkait.

Upaya yang dilakukan oleh pemerintah Kota Palangka Raya untuk meningkatkan sumber daya manusia ini misalnya melalui seminar dan pelatihan serta sosialisasi.

### **1. Lokakarya, seminar, sarasehan dan sosialisasi**

Berdasarkan rumusan rencana program dan kegiatan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Palangka Raya tahun 2016 untuk program peningkatan sumber daya manusia lokal akan melaksanakan beberapa kegiatan



antara lain: Lokakarya kepariwisataan, sosialisasi RIPPKo, sosialisasi ekonomi kreatif untuk SDM aparatur, sosialisasi produk perundang-undangan pariwisata, sarasehan seni, seminar seni dan seminar untuk pelaku usaha ekonomi kreatif. Seperti yang sudah dilaksanakan pada tahun 2014 lalu di hotel Luwansa pada 9 Agustus 2014.<sup>26</sup> Kemudian pada tahun 2016 Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif kota Palangka Raya juga menggelar sosialisasi pada 1 Maret 2016 untuk menyambut Gerhana Matahari Total yang terjadi tanggal 9 Maret 2016.<sup>27</sup> Serta pemilihan Jagau dan Nyai Pariwisata Kota Palangka Raya 2016 pada 18 April 2016 sebagai salah satu program peningkatan sumber daya manusia lokal.<sup>28</sup>

## 2. Pelatihan, *Workshop*, Pembinaan dan bimbingan teknis

Berdasarkan rumusan rencana program dan kegiatan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) tahun 2016 program peningkatan kapasitas sumber daya aparatur di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Palangka Raya dilakukan dengan melaksanakan pembinaan dan kegiatan kursus, pelatihan, sosialisasi dan bimbingan teknis (luar/dalam negeri) untuk Pegawai Negeri Sipil (PNS) yang ada di lingkungan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Palangka Raya. Disamping kegiatan pelatihan tersebut juga dilakukan untuk masyarakat umum dan masyarakat pelaku ekonomi kreatif dengan melaksanakan *workshop* analisis data dan informasi pariwisata, *workshop* kesenian, pelatihan peningkatan sumber daya manusia pelaku usaha ekonomi kreatif, bimbingan teknis seni, pembinaan dan pengembangan komunitas seni. Dinas Pariwisata dan Ekonomi

---

<sup>26</sup> <http://kalteng.prokal.co/read/news/10215-pelaku-usaha-diajak-tingkatkan-sektor-pariwisata>. Diakses pada 19 Agustus 2016

<sup>27</sup> <http://elshinta.com/news/48304/2016/02/19/sambut-gmt-kementerian-pariwisata-akan-mengadakan-sosialisasi>. Diakses pada 19 Agustus 2016

<sup>28</sup> <https://disparekraf.palangkaraya.go.id/?p=552>. Diakses pada 19 Agustus 2016

Kreatif Kota Palangka Raya juga melakukan kegiatan pembinaan meliputi : pembinaan adwindo, pembinaan/pengawasan/pengendalian usaha pariwisata, pembinaan masyarakat sadar wisata, desa wisata dan profesi kepariwisataan

### 3. Pembentukan masyarakat yang sadar pariwisata.

Kelompok sadar wisata (Pok Dar Wis) merupakan kelompok swadaya dan swakarsa yang tumbuh di masyarakat serta bertujuan untuk meningkatkan pengembangan wisata di daerah dan menyuluskan pembangunan wisata nasional. Dengan demikian kelompok sadar wisata merupakan kelompok yang tumbuh atas inisiatif dan kemauan serta kesadaran masyarakat sendiri guna ikut berpartisipasi aktif memelihara dan melestarikan berbagai obyek dan daya tarik wisata dalam rangka meningkatkan pembangunan kepariwisataan di daerah.

Sadar akan pentingnya kelompok sadar wisata ini, Pemerintah Provinsi Kalteng melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Provinsi Kalteng memberikan bantuan berupa perahu tradisional atau kelotok kepada kelompok Sadar Wisata yang ada di Kelurahan Sabaru Palangka Raya.

Kepala Disbudpar Kalteng, Saidina Aliansyah menjelaskan, pembangunan kepariwisataan diarahkan kepada peningkatan pariwisata menjadi sektor andalan yang mampu menggalang kegiatan ekonomi, termasuk kegiatan sektor lain yang terkait sehingga lapangan kerja, pendapatan masyarakat, pendapatan Daerah dan Negara serta penerimaan devisa meningkat melalui upaya pengembangan dan pendayagunaan berbagai potensi kepariwisataan Nasional.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> <http://kalteng.prokal.co/read/news/1060-pokdarwis-dibantu-perahu-tradisional>. Diakses pada 20 September 2015

### C. Promosi Wisata Internasional

Promosi adalah ujung tombak dari sebuah pemasaran. Sebelum membahas tentang langkah langkah yang dilakukan oleh pemerintah, ada baiknya dijelaskan dahulu tentang promosi. Adapun beberapa penjelasan tentang arti promosi atau juga promosi penjualan yang disediakan oleh beberapa ahli *marketing*.

Menurut Herman Bahar, promosi penjualan adalah setiap kegiatan bukan tatap muka yang berhubungan dengan promosi penjualan, tetapi seringkali mencakup periklanan. Herman Bahar juga menambahkan bahwa promosi adalah setiap upaya marketing yang fungsinya untuk memberikan informasi atau meyakinkan para konsumen yang potensial mengenai kegunaan suatu produk atau jasa dengan tujuan untuk mendorong konsumen baik melanjutkan atau memulai pembelian pada harga tertentu.<sup>30</sup> Promosi juga diartikan sebagai pencarian peluang peluang usaha dan organisasi dana, harta kekayaan, dan kemampuan manajemen untuk terjun kedalam usaha dengan tujuan untuk mencari laba.

Berdasarkan rumusan rencana program dan kegiatan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Palangka Raya tahun 2016 untuk kegiatan promosi wisata Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Palangka Raya melaksanakan banyak program meliputi: promosi pariwisata regional, promosi pariwisata dalam negeri, promosi wisata konvensi, mengikuti event promosi luar negeri, mengikuti event promosi dalam negeri, mengikuti pameran promosi luar negeri dan mengikuti pameran promosi dalam negeri. Disamping itu juga promosi pariwisata Kota Palangka Raya dilakukan dengan melaksanakan misi-misi kesenian antara lain: mengikuti Pekan Raya Jakarta (PRJ), mengikuti Festival Bali, pertunjukan kesenian di Taman Mini Indonesia Indah (TMII), misi kesenian luar daerah lainnya

---

<sup>30</sup> Herman Bahar, Pengantar Pariwisata, Alfabeta, Bandung, 2002, hlm. 103

dan pertunjukan seni budaya dalam rangka kegiatan Asosiasi Pemerintah Kota Seluruh Indonesia (APEKSI) tingkat regional dan nasional.

Untuk pengembangan dan promosi ekonomi kreatif di Kota Palangka Raya, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Palangka Raya tahun 2016 akan menyelenggarakan *bazaar* ekonomi kreatif, pekan ekonomi kreatif daerah serta mengikuti pameran usaha ekonomi kreatif regional dan nasional dan *event-event* ekonomi kreatif di luar daerah. Promosi pariwisata Kota Palangka Raya juga dilaksanakan dengan mengadakan festival seni dan budaya antara lain: Festival bantaran sungai Kota Palangka Raya, Festival Budaya Isen Mulang Tingkat Provinsi, Festival danum, Festival seni budaya pelajar SLTA Tingkat Provinsi, mengikuti Festival Kesenian Yogyakarta (FKY).

Salah satu kreatifitas Dinas Pariwisata Palangka Raya adalah menangkap even Gerhana Matahari Total untuk dikelola menjadi obyek wisata. Promosi internasional ini ternyata mendapatkan sambutan dari wisatawan manca Negara, khususnya Jepang. Menurut sebuah laporan, terdapat 70 turis asal Jepang yang memesan hotel berbintang dalam rangka menikmati kejadian alam tersebut. Bahkan, sebuah stasiun pemberitaan Jepang ternama, NHK, juga akan mengirimkan tim nya untuk meliput Gerhana Matahari Total tersebut di Palangka Raya.<sup>31</sup>

Pemerintah Kota Palangka Raya juga menyediakan paket wisata menarik dalam rangka menikmati gerhana Matahari Total tersebut. Paket wisata tersebut bernilai diatas Rp. 4 juta perorang.

Pelayanan pada paket wisata itu diberikan selama 6 hari 5 malam yang dimulai sejak H-3 menjelang terjadinya Gerhana Matahari Total, dengan rincian sebagai berikut :

---

<sup>31</sup> <http://travel.detik.com/read/2016/03/07/090530/3158783/1382/nhk-jepang-angkat-wisata-gerhana-di-palangkaraya>. Diakses pada 19 September 2016

1. **Hari pertama**, wisatawan dijemput dari bandara dan langsung diajak melihat "**kota tua**" di kawasan **Pahandut**. Wisatawan juga dapat menikmati sajian kuliner khas Dayak dan juga melihat **Tugu Soekarno** serta **Sandung** yang merupakan tempat penyimpanan tulang para leluhur dan terakhir "*check in*" pada salah satu resort yang berjarak sekitar 36 km dari Kota Palangka Raya.
2. **Hari kedua**, wisatawan disuguhkan pemandangan alam dari atas **Bukit Tangkiling** dan juga melihat **Desa Wisata Sei Gohong** serta melihat orang utan menggunakan perahu di **Pulau Kaja**.
3. **Hari ketiga**, setelah sarapan pagi kembali menuju Bukit Tangkiling untuk menyaksikan Gerhana Matahari Total yang pernah terjadi 33 tahun yang lalu. Aktivitas kemudian berlanjut kembali menuju **Pulau Balapas**, kemudian menyambangi **BOS** atau **Borneo Orangutan Survival** dan terakhir menuju Kota Palangka Raya untuk "*check in*" di salah satu hotel.
4. **Hari keempat**, wisatawan diajak ke **Bukit Rawi** untuk melihat proses pengambilan getah karet dan proses penambangan emas tradisional. Dari situ dilanjutkan ke **Taman Nasional Sebangau**.
5. **Hari kelima**, wisatawan diajak ke kawasan "**Kubah Keramat**" dan jika beruntung akan melihat kawanan monyet serta ke kawasan **Danau Tundai** yang berair hitam serta mengunjungi proyek pemerintah dalam merehabilitasi orangutan.
6. **Hari keenam**, setelah sarapan pagi wisatawan kembali diantar menuju bandara.<sup>32</sup>

Sebagai suatu rangkaian promosi internasional yang dilakukan oleh Pemerintah Palangka Raya untuk meningkatkan kunjungan wisata ke Palangka Raya adalah dengan melakukan pemilihan duta wisata. *Event* ini digelar setiap tahunnya dengan merekrut putra putri pemuda pemudi di Palangka Raya untuk menjadi duta wisata. Pemilihan duta wisata ini diyakini akan mampu menumbuhkan sikap sadar wisata di kalangan para duta, sekaligus meyakinkan kepada masyarakat dan dunia tentang daya tarik situs wisata di Palangka Raya. Tugas dari duta wisata ini tidaklah mudah. Pertama, ia harus menamnamkan rasa cinta kepada daerahnya. Kedua mempromosikan wisata di daerahnya dan ketiga adalah terus menerus belajar mengenali keunggulan-keunggulan yang dimiliki daerahnya.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> <http://www.infoitah.net/2016/01/palangka-raja-tawarkan-wisata-gerhana-matahari-total-2016.html>. Diakses pada 19 September 2016.

<sup>33</sup> <http://www.infoitah.net/2016/01/palangka-raja-tawarkan-wisata-gerhana-matahari-total-2016.html>. Diakses pada 19 September 2016.

## D. Pengembangan Infrastruktur Pendukung Pariwisata

### 1. Listrik

Peningkatan produksi dan penjualan listrik dapat mencerminkan peningkatan kemampuan masyarakat akan pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Produksi Listrik di Kota Palangka Raya mengalami pelonjakan pada tahun 2010, sebesar 471,9 juta Kwh, berbeda jauh pada tahun-tahun sebelumnya.

PLN cabang Palangka Raya menjamin pasokan listrik untuk pelanggan rumah tangga, sosial, industri, bisnis dan pemerintah, dengan tarif yang berbeda-beda. Jumlah rumah tangga yang menggunakan listrik di kota Palangka Raya dibedakan menjadi dua yaitu energi PLN dan non-PLN. Pada Tahun 2013, jumlah keluarga yang menggunakan listrik Non-PLN sebanyak 285 keluarga meningkat dari tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2011 hanya sejumlah 213 keluarga. Sedangkan jumlah keluarga yang menggunakan listrik PLN pada Tahun 2012 adalah 366.389 keluarga.

Tabel 3.1. Jumlah Produksi dan Terjual Listrik

Jenis Listrik (Juta Kwh)	Tahun					
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Produksi	180.9	471.9	550.9	632.5	723.8	804.3
Terjual	140.1	421.2	475.3	628.9	620.1	660.6

Sumber: Statistik Daerah Kota Palangka Raya, 2015

Tabel 3.2. Distribusi Listrik di Kota Palangka Raya (Juta Kwh)

Jenis Pelanggan	2013	2014
1) Sosial	21.71	21.71
2) Rumah Tangga	459.63	459.63
3) Industri	12.73	15.22
4) Bisnis	132.63	160.20
5) Pamarintah	38.46	48.44

Sumber: Statistik Daerah Kota Palangka Raya, 2015.

## **2. Air Bersih**

Sumber air bersih untuk memenuhi kebutuhan air di Kota Palangka Raya berasal dari air tanah dalam dan air permukaan. Pemenuhan kebutuhan air bersih di Kota Palangka Raya sebagian besar bergantung pada air hujan, air sungai, dan sumur bor serta tentunya air ledeng atau PDAM.

Penyediaan kebutuhan air bersih di Kota Palangka Raya terbatas hanya pada daerah perkotaan terutama pusat kota (Kelurahan Pahandut, Langkai, dan Kelurahan Palangka). Pelayanan jaringan air bersih yang disediakan baru menjangkau sebagian kecil kebutuhan penduduk. Untuk pemenuhan kebutuhan air bersih, sebagian penduduk masih memanfaatkan sumur galian, pompa, dan sungai.

## **3. Komunikasi**

Perkembangan teknologi dan sistem komunikasi saat ini, menjadikan handphone bukan lagi menjadi barang mewah, dimana hampir setiap rumah tangga memiliki barang handphone. Berdasarkan Susenas 2014, rata-rata rumah tangga di Kota Palangka Raya berjumlah 3-4 orang (3.8) memiliki 2 hingga 3 unit handphone (2.67). Sekitar 70 % penduduk Kota Palangka Raya memiliki handphone ditangannya.

Perkembangan jaringan Komunikasi di Kota Palangka Raya terhadap teknologi informasi dan komunikasi yang tinggi dibedakan menjadi seluler dan telepon *stationer* sebanyak 1 operator. Di Kota Palangka Raya jaringan komunikasi yang ada diantaranya AXIS, 3 (tri), Indosat, Star One, Telkomsel, XL, Flexy. Tidak semua jaringan tersebut bisa dimanfaatkan di lima kecamatan di Kota Palangka Raya. Hanya jaringan Indosat (mentari) dan Telkomsel (HALO, Simpati, dan AS) yang dapat di manfaatkan di empat

kecamatan yaitu Kecamatan Pahadut, Jekan Raya, Sabangau, dan Bukit Batu, sementara di Kecamatan Rakumpit sebagian wilayah saja yang terjangkau operator. Sedangkan jaringan komunikasi dalam bentuk telepon dengan operator dari Telkom Indonesia yang dapat di manfaatkan di dua Kecamatan (Kecamatan Pahandut dan Jekan Raya).

#### **4. Infrastruktur Jalan**

Pembangunan infrastruktur merupakan salah satu sektor pembangunan yang paling dibutuhkan di Kota Palangka Raya karena ada banyak ketergantungan pengembangan ekonomi, sosial dan pendidikan dengan pembangunan infrastruktur itu sendiri. Penyediaan infrastruktur dasar yang merata di seluruh wilayah Kota Palangka Raya merupakan hal mutlak untuk mewujudkan kota yang madani, dengan pengelolaan pembangunan fisik kota yang meliputi sistem transportasi yang memiliki interkoneksi antar wilayah. Ketersediaan infrastruktur berupa jalan, air bersih, listrik dan telekomunikasi bagi masyarakat Kota Palangka Raya perlu diidentifikasi dalam bentuk indikator antara lain : perkembangan pembangunan jalan, perkembangan pembangunan jaringan irigasi, perkembangan pembangunan infrastruktur sosial dan kebersihan.

Jalan merupakan prasarana angkutan darat yang sangat penting untuk memperlancar kegiatan perekonomian. Usaha pembangunan yang meningkat menuntut adanya sarana transportasi untuk menunjang mobilitas penduduk dan kelancaran distribusi barang dari dan ke suatu daerah. Kinerja jaringan jalan sebagai hasil dari manajemen pengelolaan didasarkan kepada beberapa indikator makro yaitu berdasarkan: (1) kemantapan; (2) kondisi dan; (3) pemanfaatan jalan yang ada.



Kondisi umum jalan raya Kota Palangka Raya terdiri dari jaringan jalan regional di Kalimantan Tengah yang menunjukkan ruas-ruas utama yang menghubungkan Kota Palangka Raya dengan kota-kota regional ke Barat dan Selatan. Jalur utama dari pusat kota adalah arah Sampit sampai ke Pangkalan Bun, arah Kuala Kapuas sampai ke Kalimantan Selatan. Dengan melihat pola jaringan jalan tersebut mengindikasikan bahwa Palangka Raya tidak hanya melayani arus lalu lintas internal tetapi juga lintas eksternal. Lalu lintas eksternal adalah lalu lintas yang masuk dan keluar kota Palangka Raya.

Berdasarkan status jalan, Kota Palangka Raya memiliki 3 (tiga) status jalan yakni:

- (1). Jalan Nasional di Kota Palangka Raya, dimulai dari Kecamatan Sabangau yang berbatasan dengan Kabupaten Pulang Pisau sampai dengan Kecamatan Bukit Batu yang berbatasan dengan Kabupaten Katingan dan Jalan dari simpang tiga Sie Asem menuju ke arah Tumbang Talaken Kabupaten Gunung Mas, serta jalan menuju Bandara Tjilik Riwut dan dengan panjang ruas 134 Km (2). sedangkan panjang jalan Nasional seluruhnya di Provinsi Kalimantan Tengah sepanjang 1.714,83 Km yang berarti panjang jalan Nasional yang melintasi Kota Palangka Raya sebesar 7,81% dari total jalan yang melintasi Provinsi Kalimantan Tengah. Jalan Provinsi, jalan provinsi dimulai dari Kecamatan Pahandut sampai dengan batas Kabupaten Pulang Pisau (arah ke Kabupaten Gunung Mas) dan dari kecamatan Bukit Batu sampai dengan batas Kabupaten Gunung Mas serta jalan Provinsi yang tersebar di dalam Kota Palangka Raya yaitu jalan yang menuju ke arah Kabupaten Pulang Pisau tepatnya sampai batas keluar Kelurahan Tumbang Rungan dan jalan-jalan yang melintasi dalam Kota Palangka Raya dengan panjang ruas 86,31 Km, sedangkan jalan provinsi yang melintasi Provinsi Kalimantan Tengah sepanjang 1100 Km sehingga jalan provinsi yang berada di Kota Palangka Raya

sebesar 7,85 %(3). Jalan Kota, jalan merupakan jalan yang bukan nasional dan bukan jalan provinsi. Jalan ini merupakan jalan yang berada di dalam kota yang menghubungkan dari kota ke kecamatan dan kelurahan sepanjang 911,83 Km. Untuk jalan lingkungan termasuk jalan titian yang ada dalam Kota Palangka Raya sepanjang 500 Km.<sup>34</sup>

Tabel 3.3  
Panjang Jaringan Jalan Berdasarkan Kondisi  
Kota Palangka Raya Tahun 2008-2012

No.	Kondisi Jalan	Panjang Jalan (km)				
		2008	2009	2010	2011	2012
1.	Kondisi Baik	224,74	316,36	330,91	323,33	300,33
2.	Kondisi Sedang	167,56	146,76	167,92	151,30	175,41
3.	Kondisi Rusak	227,24	198,09	183,09	210,00	220,20
4.	Kondisi Rusak Berat	239,43	223,32	223,32	227,20	216,00
5.	Jalan secara keseluruhan (nasional, provinsi, dan /kota)	858,97	884,53	905,69	911,83	911,83

(Sumber: BPS Kota Palangka Raya, 2012)

Secara umum kondisi jalan di Kota Palangka Raya sudah dapat menghubungkan hampir seluruh kelurahan yang ada kecuali untuk kelurahan yang berada di jalur Sungai Kahayan dan Rungan. Pada wilayah tertentu kondisi jalan yang ada masih belum memadai khususnya pada waktu musim penghujan. Wilayah-wilayah tersebut umumnya berada jauh dari pusat pertumbuhan seperti Kecamatan Rakumpit. Kondisi jalan beraspal pada tahun 2012 di Kota Palangka Raya tidak terjadi peningkatan dibandingkan pada

<sup>34</sup> Badan Perencanaan Pembangunan kota Palangka Raya, *Selayang Pandang kota Palangka Raya Tahun 2015*, hlm. 37. Dapat juga diakses di : <https://bappeda.palangkaraya.go.id/selayang-pandang-kota-palangka-raya-tahun-2015/>

tahun 2011 panjang jalan tetap sama sebesar 483 Km dari total jalan panjang jalannya (jalan nasional, provinsi dan kota) yang tersebar di 5 kecamatan. Dimana pada 2011 dan 2012 dibandingkan dengan 2 tahun sebelumnya (2010, 2009) kondisi jalan beraspal mengalami peningkatan yang signifikan.

## **5. Infrastruktur Perhubungan**

Bandar Udara Tjilik Riwut (dulu bernama Panarung) merupakan bandar udara yang menghubungkan kota Palangka Raya dengan kota-kota di pedalaman serta antar provinsi di Indonesia. Pesawat yang beroperasi dan kota tujuannya antara lain:

- a. Garuda Indonesia Airlines: Palangka Raya dengan tujuan Jakarta, Pontianak dan Balikpapan
- b. Lion Air Airlines: Palangka Raya dengan tujuan Jakarta dan Surabaya
- c. Susi Airlines: Palangka Raya dengan tujuan Murung Raya, Barito Utara dan sekitarnya
- d. Citilink Indonesia: Palangka Raya dengan tujuan Surabaya

Lalu lintas udara dalam negeri di bandara Tjilik Riwut dibedakan atas pesawat terbang datang dan berangkat. Jumlah pesawat Terbang datang pada tahun 2014 mencapai 3.066 unit dan berangkat 3.071 unit. Sedangkan jumlah penumpang yang berangkat mencapai 354.607 penumpang dan 358.839 penumpang yang datang di Bandara Tjilik Riwut pada tahun 2014.

Tabel. 3.4. Lalu Lintas Angkutan Udara di Bandara Tjilik Riwut

Uraian	Tahun		
	2012	2013	2014
<b>Pesawat Terbang</b>			
Berangkat	3 652	5 568	3 066
Datang	3 648	5 572	3 071
<b>Penumpang</b>			
Berangkat	330 895	327 296	354 607
Datang	354 457	368 819	358 839
Transit	45 503	53 042	17 875

Sumber: Statistik Daerah Kota Palangka Raya, 2015.

## 6. Usaha Jasa Akomodasi

Pengembangan pariwisata tak bisa dilepaskan dari sarana pendukungnya. Indonesia adalah daerah yang sangat kaya dengan pesona alam yang sangat cantik, tetapi tidak banyak dikunjungi oleh wisatawan apalagi wisatawan dari manca negara. Hal tersebut dikarenakan sarana dan prasarana untuk menikmati keindahan alam dan budaya tersebut tidak tersedia dengan baik.

Sarana dan prasarana yang dimaksud adalah akses transportasi termasuk jalan raya, perhotelan, agen travel dan lain lain.

Usaha jasa akomodasi di Kota Palangka Raya pada tahun 2012 dan 2013 tercatat ada 45 Hotel, menurun dari tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2011 berjumlah 50 hotel. Namun dalam kurun waktu 2013 hingga 2016 pemerintah kota Palangka Raya bekerja keras dalam menambah jumlah hotel, restoran mewah serta rumah makan. Seperti peresmian Hotel Nascar Family oleh Wakil Walikota Palangka Raya pada 30 Agustus 2016.<sup>35</sup>

<sup>35</sup> <https://palangkaraya.go.id/peresmian-hotel-nascar-family/>. Diakses pada 19 September 2016

Gambar 2.7. Grafik Pertumbuhan Hotel di Kota Palangka Raya



Sumber: Kota Palangka Raya Dalam Angka 2013

## 7. Usaha Jasa Makanan dan Minuman

Pada Tahun 2012 jumlah restoran, rumah makan, *cafe* yang beroperasi di Palangka Raya sebanyak 141 rumah makan yang kebanyakan lebih banyak terpusat pada dua kecamatan yaitu Kecamatan Pahandut dan Jekan Raya, sedangkan tiga kecamatan yaitu Kecamatan Sabangau, Bukit Batu, Rakumpit, tidak terlalu banyak restoran. Fasilitas makan tersebut menyediakan berbagai menu makanan masakan nusantara maupun internasional.

Tabel 3.5. Rumah makan, cafe, dan restoran di kota Palangka Raya

No	Rumah Makan	Alamat
1	RM. Samba	Jl. RTA Milono
2	RM. Palangka	Jl. G. Obos
3	Kampung Lauk	Pahandut Seberang, Telp. 0536 - 3326252
4	Kayu Manis Resto	Jl. Galaxy, Telp. 3221187
5	Simpang Raya	Jl. A. Yani Telp. 0536 - 3221638
6	Saiyo	Jl. S. Parman No. 20 Telp. 0536 - 3221619
7	Texas Fried Chicken	Palangka Raya Mall, Jl. Tjilik Riwut, Telp. 0536 - 3236639
8	KFC	Megatop Trade Center Jl. Yos Sudarso, Telp. 0536 - 3229621
9	PALMA Food Court	Jl. Tjilik Riwut
10	Gajah Mada	Jl. A. Yani
11	Family	Jl. Bawean
12	Rumah Makan Wong Solo	Jl. Dr. Murjani, Telp. 0536 - 3220318
13	Presto Solo	Jl. Dr. Murjani
14	Quenos Steak	Jl. Diponegoro
15	Green Leaf Cafe	PALMA, Jl. Tjilik Riwut
16	Matahari	Jl. Bawean
17	Warung Tenda Yos Sudarso	Jl. Yos Sudarso
18	Kum - Kum	Pahandut seberang
19	Bakoel Dapur	Jl. G. Obos
20	Kinibalu Foodcourt	Jl. Kinibalu
21	Kitchen Restaurant And Bakery	Jl. H. Ikap No. 47
22	RM. Simpang Tigo	Jl. Tjilik Riwut Km 0,5
23	Cafe and Resto Kupi Tambi	Jl. Yos Sudarso No. 99A
24	Restoran Lapangan Tembak	Jl. Tjilik Riwut Km. 2,5
25	Restoran dan Cafe De Queen	Jl. Diponegoro Kav, 6-7
26	Jade Garden dan Restoran Dim Sum	Jl. Seth Adji No. 33
27	Pujasera Hotel Dandang Tingang	Jl. Yos Sudarso No. 13

## 8. Usaha Hiburan dan Rekreasi

Beberapa tempat hiburan dan karaoke yang cukup nyaman untuk tempat bersantai di Kota Palangka Raya, sebagai berikut :

Tabel 3.6. Tempat hiburan di kota Palangka Raya

No	Nama	Alamat/ Telpon
1	Vino Club	Jl. Imam Bonjol / 0536 3242121
2	Raja Sambal Resto & Karaoke	Jl. G.Obos/0852 51 74 8888
3	Ghas Cafe	Jl. Rajawali Km.4
4	Cavela Café & Karaoke	Jl. Cut Nya Dien No. 19/05363230973

## 9. Biro Perjalanan Wisata

Berikut merupakan daftar Biro perjalanan wisata yang ada di Kota Palangka Raya.

Tabel 3.7. Biro Perjalanan Wisata kota Palangka Raya

No	Nama	Jenis/ Rute	Alamat/Phone
1.	PT. Buphala Persada	Tour, Travel & Services	Jl. Cilik Riwut Km.1 No.175 (0536)3236008 / 085345777899
2.	PT. Kevin Maulana	Tour, Travel & Services	Jl. RTA Milono (0536) 3234735
3.	PT. Perdana Travel		Jl. RTA Milono Km.4 (0536) 3277559
4.	CV. Sempurna Travel	K.Pembuang, Sampit, Palangka Raya, Banjarmasin	Jl.Y.Sudarso/081352777111
5.	Dimendra Raya	Tour,Travel & Services	Jl.Cilik Riwut Km.1 (0536) 3242450/0813490041999