

BAB IV

**UPAYA PENINGKATAN MUTU PARIWISATA DAN STRATEGI PEMDA
NTB DALAM PROMOSI DAN REALISASI INVESTASI ASING DI BIDANG
PARIWISATA 2015**

Dalam bab IV ini penulis membahas bagaimana upaya yang dilakukan pemerintah untuk meningkatkan mutu pariwisata serta kebijakan atau strategi yang digunakan Pemda NTB dalam pemasaran dan promosi untuk mendatangkan kunjungan wisatawan dan investor-investor asing untuk datang ke Lombok, akan di bahas juga jenis-jenis promosi atau event-event yang di ikuti oleh pemda NTB untuk promosi pariwisata sekaligus promosi peluang investasi di bidang pariwisata tersebut.

Bagian berikutnya penulis juga akan membahas jumlah realisasi investasi asing yang sudah terealisasi serta perusahaan dari berbagai negara yang berinvestasi di Lombok dibidang pariwisata pada tahun 2015.

1. Upaya Peningkatan Mutu Pariwisata

Usaha pengembangan kepariwisataan di Indonesia sebagaimana digariskan Pemerintah adalah merupakan bagian dari pembangunan nasional yang ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat, sehingga dalam pelaksanaanya sangat diharapkan partisipasi dari masyarakat secara baik dan kontinyu.

Pariwisata merupakan suatu persoalan yang sudah mendunia masing- masing Negara berusaha mempromosikan potensi pariwisata yang ada, karena akan

membawa devisa bagi masing-masing Negara. Dapat dikatakan ada sebuah persaingan di dalam dunia pariwisata terutama di Negara-negara berkembang. Dalam konteks regional di Indonesia pun setiap daerah berupaya mempromosikan potensi pariwisata yang dimiliki, untuk meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD), disamping itu masyarakat juga dapat menikmati dampak dari pengembangan sector pariwisata itu sendiri.

Sejalan dengan perkembangan industry pariwisata nasional, daerah NTB yang dikenal sebagai daerah salah satu marginal baik secara fisik maupun sosio- ekonomis di Indonesia pada awal decade 1980an mulai menempatkan industry pariwisata ke dalam perekonomiannya. Langkah antisipasi yang dilakukan pemerintah daerah NTB untuk memberikan penekanan pada pengembangan indutri pariwisata, bahwa sector pariwisata merupakan sector yang mempunyai potensi tinggi dalam pembangunan.

Sebagai konsekuensi yang diberikan oleh pemerintah daerah NTB terhadap kegiatan pariwisata, pada fase awal pengembangan secara makro dan kuantitatif mencapai hasil yang menggembirakan. Pada periode waktu tahun 1988 sampai dengan 1995 industri pariwisata NTB khususnya Pulau Lombok, baik aspek penawaran maupun permintaannya tumbuh sangat cepat melampaui rata- rata pertumbuhan industry pariwisata nasional. Bila rata-rata arus kunjungan wisatawan mancanegara dapat dijadikan ukuran pencapaian ini, maka rata-rata pertumbuhan yang dicapai lebih dari 45 persen pertahun untuk periode waktu tersebut, sedangkan

secara nasional hanya mencapai 11 persen saja.¹ Demikian pula ukuran kualitas kunjungan wisatawan mancanegara ke pulau Lombok juga menunjukkan hal yang menggembarakan. Hal ini dapat dilihat dari lama kunjungan mereka. Rata-rata lama tinggal wisatawan di Indonesia adalah 28.77 hari sedangkan rata-rata lama tinggal di NTB adalah 8.58 hari.

Namun demikian, gambaran optimis di atas mulai berkurang memasuki periode waktu tiga tahun belakangan ini. Pencapaian arus kunjungan wisatawan ke Pulau Lombok mengalami penurunan. Selain mulai menurunnya pencapaian industry pariwisata NTB, ternyata juga dicirikan dengan adanya dominasi dan konsentrasi pada pembangunannya. Pulau Lombok sebagai salah satu pulau besar yang termasuk wilayah administrative daerah tingkat I NTB merupakan pilihan utama pengembangan pariwisata di NTB, dan pariwisata di Pulau Lombok menempati pasisi sentral dibanding pulau lainnya di NTB. Hal ini juga terlihat dari jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Pulau Lombok lebih mendominasi dari total kunjungan wisatawan yang termasuk NTB.

Oleh karena itu pemerintah daerah mempunyai strategi dan kebijakan yang di tempuh oleh Pemerintah Daerah di dalam percepatan pengembangan dan pembangunan pariwisata di Pulau Lombok, dapat dilihat dari usaha-usaha yang dilakukan antara lain adalah :

1. Pembangunan Pariwisata sebagai Pengembangan Ekonomi

¹ Prayitno Basuki, *Peran Pariwisata Dalam struktur Ekonomi Daerah NTB*, Mataram, 2002, hal,4.

Pembangunan Pariwisata di Nusa Tenggara Barat atau khususnya di Pulau Lombok di laksanakan dalam mendorong dan meningkatkan pertumbuhan dan pemerataan ekonomi. Pariwisata merupakan industri kunjungan yang memiliki dampak *multiflier effect* yang sangat tinggi. Pariwisata mengundang berbagai pengunjung baik dari dalam maupun luar negeri. Wisatawan yang datang baik untuk berlibur maupun yang lain akan mengeluarkan berbagai pembiayaan untuk memenuhi berbagai kebutuhannya. Para wisatawan yang datang berkunjung ke suatu daerah wisata mampu memberikan andil yang besar sekali dalam pertumbuhan ekonomi daerah.

Pengembangan pariwisata sebagai pembangunan ekonomi di harapkan dapat meningkatkan nilai investasi, mendorong peningkatan kemampuan produksi daerah, meningkatkan penyerapan tenaga kerja, mendorong berbagai industri penunjang pariwisata dan lain-lain. Dalam rangka meningkatkan wisata-wisata yang ada di Pulau Lombok seperti contoh Gili Trawangan, Mandalika dan Gunung Rinjani sebagai salah satu wisata internasional diharapkan mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan baik mancanegara maupun domestik yang datang ke pulau ini. Sehingga secara tidak langsung dapat meningkatkan pendapatan asli daerah dari sektor pariwisata.²

2. Peningkatan Keterlibatan Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata

Untuk mendorong pertumbuhan dan pemerataan ekonomi masyarakat di Nusa

² Kebijakan Pengembangan Pariwisata Provinsi NTB, Disbudpar NTB, Mataram 2010

Tenggara Barat dan Pulau Lombok pada khususnya melalui industri pariwisata maka dalam pelaksanaannya kedepan diarahkan untuk mendorong keterlibatan masyarakat dalam pemilikan modal, proses kegiatan kepariwisataan, dan pemanfaatan hasilnya. Dalam pembangunan pariwisata sangat didorong oleh pengembangan paket industri pariwisata. Dimana masyarakat yang berada di sekitar kawasan wisata di harapkan berperan aktif dalam pengembangan pengembangan kepariwisataan di daerahnya. Potensi yang bermodal dari keindahan alam artinya objek wisata utama adalah berupa objek wisata alam baik berupa wisata alam pantai (dengan keindahan pantai dan alam bawah lautnya). Masyarakat yang berada di sekitar kawasan daerah tujuan wisata tersebut diharapkan mampu menjaga kelestarian biota-biota yang terdapat di kawasan objek wisata bawah laut tersebut. Selain itu juga masyarakat dapat membuka sarana dan prasarana pariwisata yang dibutuhkan oleh wisatawan seperti penginapan, rumah makan, dan fasilitas umum lainnya. Dimana sebelum berkembangnya kawasan staregis sebagai tujuan wisata sebagian masyarakat sekitar bekerja sebagai nelayan dan petani serta berkebun. Namun setelah banyak dibukanya kawasan daerah wisata, banyak masyarakat yang berada di kawasan tujuan wisata tersebut mulai terlibat dalam pengembangan kawasan wisata. Dan secara tidak langsung dapat membuka lapangan pekerjaan baru untuk masyarakat sekitarnya terutama dalam bidang transportasi dan akomodasi. Yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat yang berasal dari sektor pariwisata.

3. Meningkatkan Profesionalisme dan Kualitas Pelayanan Pariwisata

Produk pariwisata merupakan jasa-jasa pelayanan yang diperoleh dari berbagai instansi dan usaha pariwisata yang satu dengan yang lainnya saling berpengaruh bila salah satu jasa pelayanan kurang memuaskan maka akan menimbulkan citra negatif terhadap jasa pelayanan lainnya. Pelayanan yang bermutu dan memuaskan adalah keserasian Antara harapan atau keinginan dan kenyataan. Dalam rangka meningkatkan profesionalisme dan kualitas pelayanan pariwisata tidak dapat dilaksanakan oleh pemerintah sendiri tetapi harus didukung oleh semua komponen pariwisata dan masyarakat, dimana adanya saling ketergantungan Antara komponen-komponen tersebut. Oleh sebab itu, dalam meningkatkan profesionalisme dan pelayanan pariwisata tersebut pemerintah daerah memprioritaskan peningkatan sumber daya manusia (masyarakat), dan aparatur di sektor pariwisata melalui penyuluhan, bimbingan teknis, atau pelatihan-pelatihan pariwisata seperti :

- a. Melaksanakan bimbingan teknis bagi para pegawai usaha pariwisata yang berlatar belakang bukan pendidikan kepariwisataan
- b. Penyuluhan sapta pesona kepada masyarakat sadar wisata yang ada di kawasan wisata
- c. Melaksanakan bimbingan teknis kepada para pramuwisata khususnya kepada pramuwisata yang bertugas pada satu objek tertentu
- d. Mengirim aparatur pariwisata untuk mengikuti diklat di bidang pariwisata untuk meningkatkan pelayanan kepada para wisatawan.

4. Meningkatkan Promosi

Pengelolaan pariwisata di Nusa Tenggara Barat dan Pulau Lombok pada khususnya sebagai industri menjadikan pariwisata sebagai produk komoditi. Agar dapat meraih pangsa pasar nasional maupun internasional maka pemasaran pariwisata di Pulau Lombok khususnya wisata-wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan dari dalam maupun luar negeri secara otomatis memerlukan promosi. Usaha untuk memindahkan atau membelokkan tujuan para wisatawan menuju Pulau Lombok memerlukan usaha yang sungguh-sungguh. Usaha promosi tidak hanya dilakukan sebatas melalui penyebaran brosur, kontak person tapi meningkat seperti melalui media baik cetak, elektronik, pameran, event, conference, membuka situs internet dan berbagai kerjasama. Dalam proses promosi akan dimanfaatkan berbagai kondisi yang dimiliki dengan menunjukkan nilai lebih dari daerah tujuan wisata tersebut. Sasaran promosi dilakukan terhadap masyarakat lokal, regional, nasional dan internasional, khusus yang internasional memerlukan perhatian yang lebih. Pulau Lombok sebagai daerah tujuan wisata belum begitu banyak dikenal sehingga sangat perlu dilakukan langkah-langkah untuk meningkatkan agretifitas promosi. Sementara ini di dunia internasional yang menjadi perhatian promosi adalah wisatawan yang berasal dari Asia Pasifik sebagai pengunjung paling dominan yaitu Australia diikuti dengan beberapa Negara Asia, negara tetangga seperti Singapura, Malaysia di tahun 2014. Berikutnya pasar wisatawan cina bias sangat prospektif melihat perkembangan kunjungan wisatawan cukup tinggi.

Dalam meningkatkan promosi pariwisata dan penanaman modal asing guna

menambah pemasukan devisa daerah Lombok Nusa Tenggara Barat, Pemda NTB melakukan kerjasama ke negara China, Jepang dengan mempromosikan pameran kesenian budaya daerah Nusa Tenggara Barat. Dengan melakukan kerjasama luar negeri seperti ini dapat menguntungkan kedua belah pihak baik yang mempromosikan maupun yang berinvestasi karena tidak akan lancar jika tidak ada kerjasama dan saling membantu untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan.

Pulau Lombok merupakan daerah yang indah dengan pantai dan panorama alamnya. Provinsi Nusa Tenggara Barat ini juga mengadakan kerjasama dengan negara asing dalam memajukan Provinsi Nusa Tenggara Barat ini seperti mengadakan kerjasama dengan Australia dalam peningkatan kapasitas pengelolaan keuangan daerah. Dalam melakukan kerjasama ini pasti mempunyai dasar hukum. Maksud dari perjanjian kerjasama ini adalah untuk meningkatkan kinerja Pemerintah Daerah (Provinsi dan Kabupaten) melalui penguatan pengelolaan keuangan daerah.

5. Meningkatkan Penertiban Keamanan Kawasan serta Usaha Sarana dan Jasa Pariwisata

Industri pariwisata merupakan industri yang hampir sepenuhnya dikelola oleh sektor swasta. Untuk itu sangat penting dilakukan pengawasan terhadap produksi penunjang pariwisata guna menjamin standar kualitas produksi agar wisatawan pengguna jasa pariwisata tersebut tidak merasa dirugikan. Dalam rangka penegakan hukum terhadap peraturan kepariwisataan. Pemerintah daerah secara konsisten melakukan pengawasan dan penertiban terhadap pelaksanaan pengelolaan dibidang usaha

pariwisata. Diharapkan masyarakat dan pelaku pariwisata dapat lebih memahami tentang hak dan kewajiban mereka dalam menjalankan usahanya, dan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Disamping itu perlu juga meningkatkan integritas keamanan di kawasan wisata seperti mendirikan pos-pos polisi pariwisata di kawasan wisata yang rentan akan keamanandan mendirikan pusat informasi pariwisata yang dibutuhkan oleh wisatawan selama dalam perjalanannya. Yang sebelumnya tidak ada di kawasan wisata tersebut. Pengembangan pariwisata perlu perlu ditingkatkan melalui pemeliharaan, mempertahankan objek dan daya Tarik wisata yang merupakan tujuan utama wisatawan datang ke suatu daerah tujuan wisata. Oleh karna itu daerah tujuan wisata harus tetap dijaga dan di pelihara.

Pembangunan pariwisata berkaitan erat dengan kelestarian lingkungan hidup suatu bangsa dan daerah secara khusus, maka diperlukan penggalakan untuk menata sektor kepariwisataan. Globalisasi yang meningkatkan pariwisata internasional itu tidak hanya terjadi dibidang ekonomi saja, akan tetapi juga dalam bidang politik, ilmu pengetahuan, agama, sosial, dan budaya karena dalam hal ini perkembangan pariwisata tidak dapat terlepas dari hal-hal tersebut yang ikut mempengaruhi kepariwisataan yang berkembang di suatu daerah ataupun negara secara umum. Memperlihatkan berbagai faktor *ekstern* perkembangan ekonomi dunia, kemajuan teknologi ada kecendrungan-kecendrungan lainnya yang ikut mempengaruhi perkembangan pariwisata. Maka dalam pengembangan kepariwisataan nasional

digariskan kebijaksanaan-kebijaksanaan pembangunan yang dituangkan dalam sapta kebijaksanaan yaitu:

- a. Promosi digencarkan
- b. Aksebelitas diperluas
- c. Mutu produk dan pelayanan dimantapkan
- d. Kawasan pariwisata internasional
- e. Wisata bahari digalakkan
- f. Sumber daya manusia ditingkatkan
- g. Sarana wisata digalakkan berdasarkan sapta pesona

Pada dasarnya terdapat unsur daya tarik wisata yang dapat mempengaruhi keinginan berkunjung para wisatawan dan membuatnya betah tinggal lama disuatu daerah tujuan wisata. Ketujuh unsur tersebut adalah unsur-unsur yang terdapat dalam Sapta Pesona yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah-tamah, dan kenangan. Uraian lebih lanjut dari unsur-unsur sapta pesona itu adalah sebagai berikut:³

- a. Aman

Aman merupakan suatu kondisi atau keadaan yang memberikan suasana tenang dan rasa tentram bagi wisatawan. Aman juga berarti bebas dari rasa takut dan khawatir akan keselamatan jiwa, raga dan harta miliknya (barang bawaan dan yang melekat pada tubuhnya). Juga berarti bebas dari ancaman, gangguan dan tindakan kekerasan atau kejahatan (penodongan, perampokan, pemerasan dan

³ Sapta pesona Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Prov NTB

penipuan).

Aman termasuk juga pengguna sarana dan prasarana serta fasilitas, yaitu baik gangguan teknis maupun lainnya, karena sarana, prasarana dan fasilitas bagi para wisatawan. Wisatawan pun merasa perjalanannya menjadi aman dan nyaman karena tidak ada gangguan yang menghambat perjalanan mereka selama berada di suatu kawasan wisata. Disamping itu juga wisatawan akan merasa aman berada di suatu kawasan pariwisata jika kawasan tersebut tidak terserang penyakit menular dan penyakit berbahaya lainnya. Karena hal tersebut dapat membuat wisatawan tidak merasa nyaman berada di suatu daerah tujuan wisata. Oleh karena itu suatu kawasan wisata harus dalam keadaan aman dari gangguan-gangguan hal tersebut diatas agar wisatawan merasa nyaman berada di tempat tersebut.

b. Tertib

Tertib merupakan suatu kondisi atau keadaan yang mencerminkan suasana tertib dan teratur serta disiplin dalam semua kehidupan masyarakat. Keadaan atau suasana tertib menghadapi wisatawan lebih ditujukan kepada :

- 1) Tertib dari segi peraturan dimana wisatawan akan mendapatkan suasana pelaksanaan peraturan yang konsisten dan seragam dimana saja.
- 2) Tertib dari segi waktu dimana wisatawan akan menemukan segala sesuatu yang pasti waktunya sesuai dengan jadwal
- 3) Tertib dari segi mutu pelayanan dimana wisatawan akan mendapatkan pelayanan yang bermutu tinggi sesuai yang mereka harapkan

- 4) Tertib dari segi informasi dimana wisatawan selalu dengan mudah mendapatkan informasi yang akurat dan dalam bahasa yang dapat dimengerti.

c. Bersih

Merupakan suatu kondisi lingkungan yang menampilkan sifat bersih dan sehat (higenis). Keadaan bersih harus selalu tercermin pada lingkungan dan sarana pariwisata yang bersih dan rapi. Penggunaan alat perlengkapan pelayanan yang selalu terawat baik, bersih dan bebas dari bakteri atau hama penyakit, makanan dan minuman yang sehat, serta penampilan petugas pelayanan yang bersih baik fisik maupun pakaiannya. Bersih dari segi lingkungan dimana wisatawan akan menemukan yang bersih dan bebas dari sampah dan limbah, pencemaran air, pencemaran udara maupun kotoran lainnya. Bersih dari segi bahan, dimana wisatawan mendapatkan bahan yang bersih baik pada makanan, minuman, maupun bahan-bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyajian.

d. Sejuk

Sejuk merupakan suatu kondisi atau keadaan lingkungan yang memberikan suasana segar dan nyaman. Kondisi lingkungan seperti itu tercipta dengan upaya menciptakan suasana penataan lingkungan, pertamanan dan penghijauan pada jalur-jalur wisata yang akan dilalui pada saat melakukan perjalanan kesuatu objek wisata. Memperindah wajah kota dengan pembangunan taman-taman ditempat terbuka, penghijauan disepanjang jalan, lingkungan

perkantoran dan perbelanjaan serta lingkungan pemukiman penduduk dan objek wisata. Dalam ruang kesejukan dapat diciptakan melalui penataan dan penyediaan pot-pot tanaman serta apabila memungkinkan dibuat agar nampak lebih indah dan enak dipandang mata, karena dengan pemandangan yang serba hijau akan menimbulkan rasa sejuk dalam hati sehingga dapat lebih meningkatkan frekuensi lama para wisatawan untuk lama tinggal di daerah tujuan wisata.

e. Indah

Indah merupakan suatu kondisi atau keadaan yang mencerminkan penataan yang teratur, tertib dan serasi, sehingga memancarkan keindahan. Indah dilihat dari sudut penggunaan tata warna yang serasi, selaras dengan lingkungan sekitarnya, baik interior maupun eksterior serta menunjukkan sifat dan ciri kepribadian nasional. Keindahan terutama dituntut dari penampilan wajah kota, halaman hotel dan bangunan bersejarah, jalur-jalur wisata, lingkungan objek wisata serta produk wisata lainnya. Indah dari segi alam dimana wisatawan akan mendapatkan lingkungan yang indah dikarenakan pemeliharaan dan pelestarian yang terus menerus.

f. Ramah-tamah

Ramah-tamah adalah sifat dan perilaku masyarakat yang akrab dalam pergaulan, hormat dan sopan dalam berkomunikasi, suka senyum, suka menyapa, suka memberi pelayanan dan ringan tangan untuk membantu tanpa pamrih baik yang diberikan oleh petugas atau aparat pemerintah maupun pengusaha

pariwisata yang secara langsung melayaninya.

Keadaan seperti ini akan memberikan kesan yang mendalam kepada para wisatawan sehingga citra kepariwisataan akan terjaga dengan baik. Keadaan seperti ini juga akan memberikan kesan positif terhadap masyarakat kita sehingga akan memungkinkan para wisatawan tersebut berkeinginan untuk berkunjung lagi dan mereka mungkin akan mengkonfirmasi kepada para rekannya tentang keadaan dan situasi selama mengadakan perjalanan wisata.

g. Kenangan

Kenangan adalah kesan yang melekat dengan kuat pada ingatan dan perasaan seseorang yang disebabkan oleh pengalaman yang diperolehnya. Dalam pengertian kenangan tercakup didalamnya antara lain:

- 1) Kenangan dari segi akomodasi yang nyaman dimana wisatawan selama menginap akan mendapatkan kenyamanan. Suasana yang mencerminkan ciri khas daerah daerah dalam bentuk dan gaya bangunan serta dekorasi. Serta mendapatkan pelayanan yang memuaskan
- 2) Atraksi seni budaya daerah yang khas dan mempesona baik itu berupa seni tari, seni suara, berbagai macam jenis upacara diharapkan akan selalu dikenang oleh para wisatawan.
- 3) Makanan dan minuman yang khas dari daerah yang lexan dengan penampilan dan penyajian yang menarik. Makanan dan minuman ini merupakan salah satu daya tarik dan dapat dijadikan jati diri (identitas)

bangsa dan daerah pada khususnya.

- 4) Cenderamata yang mungil yang mencerminkan ciri khas daerah, bermutu tinggi, mudah dibawa dan dengan harga yang terjangkau. Mempunyai arti tersendiri dan dijadikan bukti atau kenangan dari kunjungan seseorang ke suatu tempat, daerah dan negara.

Penerapan sapta pesona dalam mengembangkan kepariwisataan memang sangat diperlukan, karena itu sapta pesona perlu untuk disosialisasikan pada seluruh lapisan masyarakat. Masyarakat sangat dibutuhkan partisipasinya dalam penerapan sapta pesona, karena tanpa dukungan dari masyarakat maka penerapan sapta pesona tidak akan berarti. Penerapan sapta pesona ini sangat dibutuhkan dalam meningkatkan citra kepariwisataan suatu daerah tujuan wisata.

Seperti halnya daerah-daerah lain di Indonesia, pemerintah daerah Nusa Tenggara Barat berupaya keras untuk meningkatkan citra pariwisata daerah melalui penerapan sapta pesona terutama dari segi keamanan dan kebersihan untuk menarik minat wisatawan berkunjung ke Pulau Lombok, tetapi unsur-unsur sapta pesona yang lain juga perlu untuk di perhatikan, karena semua unsur yang terkandung dalam sapta pesona sangat penting untuk diterapkan. Dalam upaya meningkatkan citra kepariwisataan daerah baik regional maupun internasional.

Kebijakan-kebijakan yang dilakukan pemerintah daerah dan usaha penerapan sapta pesona dikalangan masyarakat diharapkan mampu menjadikan Pulau Lombok sebagai daerah tujuan wisata unggulan. Dan diharapkan dapat

meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Nusa Tenggara Barat baik dalam berlibur maupun berinvestasi di daerah ini.

Dalam rangka pengembangan pariwisata di Nusa Tenggara Barat, dan sesuai dengan peraturan Daerah No. 3 tentang RTRW Prov. NTB 2009-2029 Pasal 34 ayat 11 tahun 2010 telah ditetapkan 15 kawasan wisata Pariwisata yaitu 9 kawasan di pulau Lombok dan 6 Kawasan berada di Pulau Sumbawa, yaitu:⁴

1. Kawasan Pariwisata di Pulau Lombok

- Kawasan Sire, Gili Meno, Gili Trawangan, Senggigi dan sekitarnya.
- Kawasan Suranadi.
- Kawasan Gili Gede.
- Kawasan Pantai Mandalika, Seger dan Tanjung Aan.
- Kawasan Selong Belanak dan sekitarnya.
- Kawasan Gunung Rinjani dan sekitarnya.
- Kawasan Gili Indah dan sekitarnya.
- Kawasan Gili Sulut dan sekitarnya.
- Kawasan Dusun Tradisional Sade.

2. Kawasan pariwisata di pulau Sumbawa :

- Kawasan Pulau Moyo dan sekitarnya.
- Kawasan pantai Maluk.
- Kawasan pantai Hu'u.

⁴ Buku Analisa Pasar Kunjungan Wisatawan hal 9

- Kawasan Sape.
- Kawasan Teluk Bima.
- Kawasan Gunung Tambora.

Prospek yang menggiurkan inilah yang kemudian dilirik oleh para pengusaha yang tidak mau melepaskan peluang tersebut. Pemerintah Daerah Nua Tenggara Barat terus memberikan kesempatan bagi pemilik modal untuk masuk dan menanam modalnya di Pulau Lombok, karena pariwisata di NTB khususnya Pulau Lombok. Mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang sangat menggembirakan. Karena telah mampu memberikan sumbangan keuangan, berupa perolehan devisa yang cukup besar untuk Indonesia dan daerah pada khususnya. Sejak Lombok ditetapkan sebagai salah satu daerah tujuan wisata. Pemerintah daerah terus melakukan berbagai terobosan untuk melakukan pembangunan khususnya di sector pariwisata, dengan memberikan kesempatan kepada para pemilik modal dan pelaku pariwisata di daerah setempat dan berbagai daerah di Indonesia, bahkan tidak menutup kemungkinan untuk orang asing untuk ikut membangun dan menanamkan modalnya di daerah wisata potensial ini.

Pariwisata Indonesia, begitu juga tentunya dengan pariwisata Lombok mengalami fluktuasi sejalan dengan situasi social politik yang terjadi. Sejak krisis tahun 1997, sudah beberapa kali terjadi naik turun nasib pariwisata Lombok, terutama terkait dengan beberapa peristiwa yang menimpa tanah air

ini, seperti kerusuhan, musibah kebakaran hutan, perseteruan politik, maupun musibah atau terror yang dilakukan di beberapa daerah, termasuk musibah terakhir, pengeboman di Bali, dan lain-lain, semua kejadian tersebut berimbas pada kedatangan wisatawan mancanegara ke Indonesia, termasuk ke Pulau Lombok. Kedatangan wisatawan ke suatu Negara atau daerah tentunya tak lepas dari aspek citra atau image dari Negara itu sendiri. Memang kedatangan wisatawan cukup penting bagi pariwisata Lombok, terutama terkait dengan pasokan devisa untuk Indonesia dan sebagai pendapatan asli daerah, dan juga sebagai pengembangan pariwisata jangka panjang.

Menyimak Rencana dan Strategi dari kementerian Kebudayaan dan Pariwisata RI bahwa pembangunan bidang pariwisata, potensi dan peranannya sebagai salah satu penghasil devisa di tentukan oleh jumlah kunjungan, pengeluaran dan lama tinggal wisatawan. Dengan demikian salah satu sasaran pengembangan pariwisata sebagai sumber penghasil devisa dinilai dari :

1. Jumlah kunjungan wisatawan
2. Pengeluaran wisatawan
3. Lama tinggal wisatawan

Melihat hal-hal tersebut diatas, maka pengembangan pariwisata diperlukan pemasaran yang lebih konseptual yang didasarkan pula pada hasil studi terhadap beberapa aspek pemasaran yang substansional seperti karakteristik wisatawan,

karakteristik kunjungan serta kesan-kesan wisatawan terhadap pelayanan yang diberikan pada saat tinggal di Daerah Tujuan Wisata di Nusa Tenggara Barat.

Tabel 4.1

Pengeluaran Wisatawan Mancanegara di NTB 2010-2014⁵

No	Tahun	Rata-Rata Lama Tinggal	Rata-Rata Pengeluaran/hari (US\$)
1	2010	4.00 hari	100
2	2011	3,9 hari	125
3	2012	4,0 hari	125
4	2013	4,0 hari	130
5	2014	4,0 hari	133

Sumber : Buku Statistik Prov. NTB tahun 2014

Tabel 4.2

Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan 5 tahun terakhir

No	Tahun	Wisman	Wisnu	Jumlah	Perkembangan
1	2010	282,161	443,227	725,388	17,2
2	2011	364,196	522,684	886,880	22,26
3	2012	471,706	691,436	1,163,142	31,15
4	2013	565,994	791,658	1,357,602	16,72

⁵Buku statisti Disbudpar Prov. NTB th 2014

5	2014	752,306	876,816	1,629,122	20,00
---	------	---------	---------	-----------	-------

Sumber: Buku Statistik Disbudpar Prov. NTB Tahun 2014

Jika memperhatikan angka-angka kunjungan tersebut, kunjungan wisatawan nusantara terus mengalami peningkatan walaupun belum terlalu signifikan sesuai apa yang diharapkan, hal ini disebabkan kondisi perekonomian dunia yang belum stabil sehingga para wisatawan mengurungkan niat untuk bepergian. Hal-hal yang menyebabkan keberhasilan kunjungan wisatawan adalah karena keberhasilan promosi yang dilakukan oleh pemerintah daerah dan para *stake holder* serta program pusat tentang wonderful Indonesia yang dibarengi dengan promosi besar-besaran di dalam negeri dan luar negeri.

Besarnya pengaruh informasi dan promosi dari tahun ke tahun nampaknya dapat di efektifkan manakala citra produk pariwisata NTB dapat memenuhi harapan dan keinginan para wisatawan yang datang. Untuk itu masalah pelayanan, kepastian, ketersediaan fasilitas yang memadai dan penampilan citra produk yang mengesankan perlu segera diatasi dengan segera sebab kalau tidak tentu akan mempengaruhi pada menurunnya minat wisatawan untuk berkunjung ke Nusa Tenggara Barat. Terhadap masalah-masalah tersebut pemerintah daerah dan pelaku industri pariwisata NTB secara bertahap telah melakukan penataan dan penyediaan transportasi yang semakin memadai.

Selain itu mutu pelayanan juga semakin ditingkatkan dengan cara antara lain memberikan bekal pengetahuan teknis pengelolaan pariwisata, ketepatan jadwal

waktu tour, kepastian dalam tariff angkutan wisata dan sebagainya. Kemudian terhadap bahan-bahan informasi tentang berbagai obyek wisata yang ada merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan dalam perencanaan perjalanan bagi para wisatawan, karenanya penyediaan bahan informasi dan data lengkap, akurat dan komprehensif harus diprioritaskan.

Selama ini upaya menginformasikan dan mempromosikan obyek wisata alam maupun obyek wisata budaya belum dilakukan secara lengkap dan maksimal. Hal ini membawa pengaruh terhadap wisatawan yang datang sehingga mereka biasanya hanya berkunjung pada obyek-obyek yang relatif telah dikenal sebagai kawasan primadona, padahal sesungguhnya masih banyak obyek wisata potensial yang justru luput dari kunjungan wisatawan. Namun disatu sisi harus dimaklumi dan disadari bahwa obyek wisata alam maupun obyek wisata budaya yang terpencil dan merata tersebut belum bisa dipromosikan maupun dipasarkan karena ada beberapa masalah-masalah yang masih dihadapi menyangkut :

- a) Sarana dan prasarana perhubungan yang belum memadai, banyak masih berupa jalan tanah dan jalan setapak sehingga aksesibilitasnya belum terbuka lebar.
- b) Terbatasnya dana investasi untuk pengembangan, pemugaran maupun perawatan.
- c) Kurangnya kesadaran dan partisipasi sebagian masyarakat dalam menjaga asset-aset wisata.
- d) Kurangnya perhatian pemerintah terhadap situasi dan kondisi politik yang terjadi di daerah yang menyebabkan konflik-konflik sosial yang menjadikan kondisi keamanan tidak kondusif terhadap perkembangan pariwisata.

Dapat kita kemukakan disini bahwa perlu menggali informasi yang berguna dalam perencanaan pemasaran pariwisata Nusa Tenggara Barat dimasa yang akan datang artinya kecermatan memantau kelangsungan libur nasional, libur musim dingin di masing-masing Negara dan karakter wisatawan. Secara geografis letak Nusa Tenggara Barat relative jauh dengan pasar wisatanya, kecuali Australia, jadi sebagian besar wisatawan mancanegara yang akan berkunjung ke Nusa Tenggara Barat harus melakukan perjalanan panjang sehingga memerlukan persiapan yang matang.

2. Kebijakan Pemda NTB dalam melakukan promosi

Sektor Pertambangan sebagai penyokong utama perekonomian Provinsi NTB sudah mulai berkurang, disebabkan sektor pariwisata mulai menunjukkan kiprah yang menunjukkan trend positif.⁶ Ini menunjukkan sektor pariwisata sudah mulai menggeliat dan mengalahkan sektor pertambangan. Hal ini bias terjadi tidak lepas dari usaha-usaha yang dilakukan oleh Pemda NTB yang khususnya Badan Koordinasi Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu Provinsi NTB dalam bentuk gencar melakukan Promosi di dalam maupun luar negeri. Kebijakan-kebijakan yang dilakukan pemda NTB dalam promosi Pariwisata sebagai berikut :⁷

- a. Perkuat segmentasi Investor yang akan dibidik

Dalam hal ini pemda NTB dalam melakukan promosi pemda terlebih

⁶ Buletin Investasi NTB 2015

⁷ Kebijakan, Strategi capaian BKPM PT Prov NTB 2015

dahulu melihat potensi negara tujuan promosi, negara tujuan promosi tersebut yang di butuhkan investasi dalam sektor apa, kemudian pemda mencocokkan dengan potensi dan peluang yang ada di daerah Nusa Tenggara Barat, sehingga dengan cocoknya potensi daerah dengan yang dibutuhkan dengan negara tempat tujuan diharapkan investor-investor negara tujuan promosi berminat untuk berinvestasi di Nusa Tenggara Barat.

b. Perkuat Produk Investasi yang akan di tawarkan

Dalam melakukan kegiatan promosi produk yg di tawarkan sangat berpengaruh dalam suatu promosi. Dalam hal ini pemda NTB melakukan usaha meningkatkan dan memperbaiki potensi dan peluang investasi menjadi lebih menarik dan lebih bagus sehingga di nyatakan layak dan pantas untuk di jadikan produk investasi yang di tawarkan ke para investor-investor asing maupun dalam negeri. Selain itu pemda NTB melakukan kajian potensi investasi berdasarkan kawasan tidak lagi melakukan promosi potensi berdasarkan sektor. Dengan dilakukannya kegiatan promosi kawasan ini diharapkan mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat di suatu kawasan tersebut. Salah satu potensi yang terus gencar di promosikan oleh pemda NTB di bidang pariwisata yaitu Mandalika Resort di dijadikan Kawasan Ekonomi Khusus, yang di perkirakan membutuhkan investasi hingga 3,6 Milyar.

c. NTB Investment Road Show

NTB Investment Road Show ini merupakan event tahunan yang di buat

oleh pemda NTB sendiri, biasa dilaksanakan akhir tahun yang bertepatan dengan HUT NTB yang dilakukan untuk event promosi investasi di semua potensi dan peluang yang ada di Lombok yang di hadiri oleh badan pemerintah provinsi, kabupaten/kota, UMKM, dan juga dihadiri oleh pengusaha-pengusaha kerajinan stake holder. Yang diharapkan mampu memberikan informasi atau pemahaman tentang potensi dan peluang investasi di Nusa Tenggara Barat serta bagaimana prosedur pembuatan izin dan sebagainya, sehingga para investor-investor dalam maupun luar negeri tertarik untuk berinvestasi di Lombok Nusa Tenggara Barat.

d. Digital Marketing (E Investment)

Dalam promosi pemda NTB tidak lagi melakukan kegiatan promosi dengan menggunakan leaflet, brosur, dan praga lainnya, karena setiap event-event yang dilakukan diharuskan bertatap muka dengan para tamu atau investor. Sekarang dilakukan promosi dengan digitalisasi atau berbasis IT yang dibuat melalui website, ataupun sistem informasi potensi investasi daerah (SIPID)

3. Jenis-jenis promosi yang di ikuti dan lakukan oleh Pemda NTB

Dalam berbagai event-even promosi yang dilakukan oleh Pemda NTB, ada sebagian event yang di adakan oleh Pemerintah Daerah NTB khususnya BKPM PT NTB, tetapi ada juga hanya mengikuti kegiatan dari BKPM RI, dan ada juga mengikuti event promosi karena mendapat undangan dari pihak yang mengadakan kegiatan. Berikut jenis event-event promosi yang telah di lakukan oleh Pemda NTB

Antara lain:⁸

1. Gelar Potensi Investasi Daerah (GPID) dan Regional Investment Forum (RIF)

Acara GPID dan RIF tahun 2015 dilaksanakan pada tanggal 21 -23 Mei 2015 bertempat di Hotel Grand Legi Mataram. Adapun kegiatan acara GPID dan RIF terdiri dari:

- a. *Wekcoming Dinner* yang dilaksanakan pada tanggal 21 Mei Malam bertempat di Museum Negeri Mataram.
- b. Seminar yang dihadiri oleh 300 peserta, dengan rincian 100 undangan dia;okasikan untuk daerah dan sisanya investor dalam dan uar negeri.
- c. *One On One Meeting*, pertemuan investor luar negeri dengan pengusaha lokal yang didampingi oleh BKPM-PT NTB.

Kegiatan ini adalah kegiatan BKPM RI yang di laksanakan di Mataram Nusa Tenggara Barat.

2. Pameran JITTEC EXPO 2015

Pameran JITTEC EXPO 2015 dilaksanakan pada tanggal 04-06 Juni 2015 bertempat di Thamrin City Jakarta. Adapun pelaksanaan kegiatan pameran JITTEC EXPO 2015 sebagai berikut :

- a. Stand pameran

Untuk kelancaran pelaksanaan pameran maka Badan Koordinasi Penanaman Modal dan Perixinan Terpadu Provinsi Nusa Tenggara Barat

⁸ Laporan Kegiatan Bidang Potensi dan Pemasaran tahun 2015 BKPM PT NTB Mataram

menyewa stand pameran dengan ukuran 2x3 m kepada pihak PT. Visi Sinergi Antarnusa beserta penataannya.

b. Materi yang ditampilkan

- 1) Materi yang di tampilkan dalam pameran JITTEC EXPO 2015 adalah peluang dan potensi berbagai sektor yang ada di Nusa Tenggara Barat seperti Kebudayaan dan Pariwisata, Peternakan, Perikanan, dan Kelautan dll.
- 2) Potensi perdagangan di bidang agro, makanan dan minuman seperti makanan dari rumput laut (dodol dan permen rumput laut).
- 3) Potensi perdgangan dibidang textile seperti kain tenun khas NTB, kain songket, dan kain rangrang.
- 4) Produk-produk industri kreatif seperti Mutiara dan berbagai macam jenis batu-batuan permata dari Lombok

c. Peserta Pameran

- 1) Kementrian dan Non Kementrian
- 2) BPMD Provinsi, Kabupaten dan Kota
- 3) BUMN, BUMD, perusahaan swasta Nasional dan PMA
- 4) Usaha Kecil Menengah (UKM)
- 5) Lembaga Keuangan, Perbankan, Balitbang
- 6) Dll

d. Agenda Pameran

1) Pembukaan Pameran

Opening Ceremony menampilkan tarian betawi yang dilanjutkan beberapa sambutan-sambutan yaitu dari direktur Utama PT. Visi Sinergi Antarnusa Bapak Jabal Noor, SE.

2) Exhibisi

Stand pameran Badan Koordinasi Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu Provinsi NTB menampilkan Potensi dan Peluang Investasi Unggulan, di bidang pariwisata dengan membagikan brosur-brosur, buku leaflet, buku profil investasi, buku proyek investasi dan CD potensi investasi.

3. Pameran Batam Invest Trade Expo 2015

Pameran Batam Invest Trade Expo 2015 dilaksanakan pada tanggal 23-26 Oktober 2015

a. Pelaksanaan kegiatan Pameran Batam Invest Trade Expo 2015

- 1) Menyewa stand pameran dengan ukuran 2x3 m kepada pihak PT. Fery Agung Corindotama (FERANCO) beserta penataannya.
- 2) Materi yang ditampilkan adalah peluang dan potensi di berbagai sektor yang ada di Nusa Tenggara Barat seperti Potensi Kebudayaan dan Pariwisata, Peternakan dll.

b. Peserta Pameran terdiri dari

- 1) Badan Penanaman Modal Daerah dari berbagai Provinsi dan

Kabupaten/kota

2) Dinas Perindustrian dan Energi dari berbagai Provinsi dan Kabupaten/Kota

c. exhibisi

Stand pameran Badan Koordinasi Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu Provinsi NTB menampilkan Potensi dan Peluang Investasi Unggulan, di bidang pariwisata dengan membagikan brosur-brosur, buku leaflet, buku profil investasi, buku proyek investasi dan CD potensi investasi.

4. Pameran NTB Investment Expo 2015

Kegiatan Pameran ini di laksanakan pada tanggal 12-13 November 2015, bertempat di Epicentrum Mall Mataram

a. Stand Pameran

Untuk kelancaran pelaksanaan pameran maka BKPM-PT NTB menyewa stand pameran dengan ukuran 2x3 pada PT Mata Angin Indonesia beserta penataannya.

b. Materi yang ditampilkan

Materi yang ditampilkan adalah peluang dan potensi di berbagai sektor yang ada di Nusa Tenggara Barat seperti Potensi Kebudayaan dan Pariwisata, Peternakan dll.

c. Peserta Pameran

- 1) BKPM Provinsi, Kabupaten dan Kota
- 2) BUMN, BUMD, Perusahaan Swasta dan Nasional
- 3) Usaha Kecil Menengah (UKM)
- 4) Lembaga Keuangan dan Perbankan
- 5) Dll

d. Exhibisi

Stand pameran Badan Koordinasi Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu Provinsi NTB menampilkan Potensi dan Peluang Investasi Unggulan, di bidang pariwisata dengan membagikan brosur-brosur, buku leaflet, buku profil investasi, buku proyek investasi dan CD potensi investasi.

6. Kegiatan Promosi “Indonesia Investment Day” di Milan

Indonesia Investment Day adalah kegiatan promosi investasi yang dilaksanakan oleh BKPM RI Bekerjasama dengan KBRI Roma dan Italian Trade Agency (ITA) yaitu lembaga pemerintah italia yang menangani perdagangan dan investasi. Acara ini dilaksanakan di Excelsior Hotel Gallia Piazza Duca D’Aosta, 9, 20124 Milano Italy. Kegiatan ini bertujuan untuk menarik lebih banyak lagi investor Italia/Eropa untuk berinvestasi ke Indonesia terutama dalam bidang Industri Maritim, Pariwisata, Industri Manufaktur, Permesinan, Otomotif, dll.

Gubernur NTB dan Delegasi yang terdiri dari Kepala SKPD terkait dan

Direksi PT. ITDC hadir mempromosikan potensi dan peluang investasi khususnya pada Kawasan Ekonomi Khusus Pariwisata Mandalika Lombok di hadapan para investor dan pelaku bisnis negara Italia dan Eropa lainnya.

a. Pointer Arahan/Paparan

Paparan Gubernur NTB (TGH. M. Zainul Majdi) menuturkan, acara “Indonesia Investment Day” di kota Milan memiliki nilai strategis karena salah satu sektor yang didorong oleh BKPM RI adalah potensi dan peluang investasi di Provinsi NTB, khususnya di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika. Karena itu, ia mengajak ratusan investor Italia yang hadir di acara tersebut untuk berinvestasi di NTB.

Beberapa hal penting terkait dengan Investasi di Kawasan Mandalika adalah :

- 1) Mandalika merupakan kawasan wisata bahari dengan pantai berpasir putih serta panorama yang eksotis seluas 1.250 Ha. Terletak di sisi selatan Pulau Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat menyuguhkan berbagai keindahan alam mulai dari bukit hingga pantai.
- 2) Posisi kawasan ini sangat strategis dengan Bali yang merupakan destinasi Pariwisata Internasional, dapat menjadi pilihan tempat liburan yang tepat untuk mencari pemandangan yang indah namun tetap memiliki privasi dan kental akan budaya tradisional setempat.
- 3) Tersedia aksesibilitas dan konektivitas yang memadai baik transportasi

udara maupun transportasi darat dan laut. Mandalika hanya 16 km perjalanan dari Bandara Internasional Lombok, 55 km dari pelabuhan Lembar, 45 km dari Kota Mataram Ibu Kota NTB.

- 4) Pemerintah Provinsi NTB mendukung penuh pembangunan KEK Mandalika dan juga memberikan insentif dan kemudahan berupa Antara lain: perpajakan, Kepabeanan, Cukai, Impor barang ke KEK, dan Fasilitas yang diberikan mencakup : Kemudahan Perizinan, Promosi Investasi, dll
- 5) Pengelola kawasan Mandalika adalah BUMN PT.ITDC.

b. Kesimpulan dan Saran

- 1) Bagi Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat, acara Indonesia Investment Day Milan 2015 memiliki arti penting dan strategis. Forum ini sangat bermanfaat untuk memaparkan potensi dan peluang investasi daerah terutama dalam rangka ikhtiar percepatan pembangunan kawasan Ekonomi Khusus Mandalika.
- 2) Dari kegiatan Business meeting ini diperoleh informasi bahwa sektor yang diminati investor Italia dan Eropa pada umumnya yaitu sektor pariwisata, perdagangan, industri dan real estate. Tercatat total investasi negara-negara Eropa di NTB pada semester pertama 2015, sebesar USD 90,6 juta yang berasal dari Italia, Belanda, Prancis, Inggris, Jerman, Belgia, dan lain-lain.
- 3) Melihat respon dan antusiasme peserta setelah mendapatkan berbagai

data dan informasi termasuk kesungguhan Pemerintah Pusat dan Pemerintah Provinsi NTB, banyak calon investor yang berjanji segera memfollow up pertemuan ini dengan mengkaji dan segera orientasi ke lapangan. Oleh karena itu semua pihak yaitu Kementrian/Lembaga terkait dan daerah untuk segera melakukan persiapan dan fasilitasi kebutuhan pendanaan untuk pembangunan infrastruktur serta perizinan investasi kawasan tersebut.

- 4) Kepada pihak PT. ITDC sebagai pengelola untuk melakukan langkah-langkah percepatan baik pada sisi perencanaan/master plan serta sarana dan prasarana pendukung dilokasi.

7. Kegiatan Promosi di China

Kegiatan ini bermaksud dalam rangka melaksanakan Promosi Investasi yang dirangkai dengan terjalinnya kerjasama Provinsi ke Tiongkok (RRT). Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 7-15 Juni 2015 yang bertempat di Republik Rakyat Tiongkok (RRT) dengan tujuan untuk menarik investor-investor Tiongkok agar mau berinvestasi di Provinsi NTB guna memanfaatkan potensi daerah yang dimiliki oleh Provinsi NTB Antara lain: Bidang Kepariwisata, Perhubungan Laut, Pertanian, Perikanan, Perkebunan, dan Peternakan.

a. Hasil Perjalanan Dinas

- 1) Tanggal 7 Juni 2015 Tim delegasi yang di pimpin oleh gubernut NTB

berangkat menuju Denpasar dan menginap di Denpasar

- 2) Tanggal 8 Juni, Tim delegasi berangkat ke Tiongkok dengan tujuan Kota Beijing di Kota Beijing tim delegasi berkunjung ke Kantor China People's Institute of Foreign Affairs (CPIFA). CPIFA merupakan perkumpulan mantan duta besar RRT di beberapa negara Asia Tenggara.
- 3) Tanggal 9 Juni 2015, tim delegasi berkunjung ke Kantor Kementerian Luar Negeri di Beijing untuk melakukan pertemuan dengan Bapak Wakil Kementerian Luar Negeri RRT yang bertujuan untuk mempresentasikan profil daerah dan potensi daerah yang akan diinvestasikan.
- 4) Tanggal 10 Juni 2015, tim delegasi berkunjung ke kantor Gubernur Provinsi Zhejiang untuk melakukan pertemuan dengan Wakil Gubernur Zhejiang untuk membicarakan profil daerah dan potensi daerah yang akan diinvestasikan ke Republik Rakyat Tiongkok (RRT)
- 5) Tanggal 11 Juni 2015, tim delegasi berkunjung ke Dinas Pariwisata Provinsi Zhejiang untuk melakukan pertemuan dengan pejabat-pejabat Dinas Pariwisata Kota Ningbo guna membicarakan promosi pariwisata. Tim delegasi berharap rakyat RRT khususnya Zhejiang agar lebih banyak lagi ke Indonesia. Demikian juga dengan pengusaha-pengusaha RRT agar lebih banyak lagi berinvestasi di Indonesia.

- 6) Tanggal 12 Juni 2015, tim delegasi Indonesia dan Pemerintah Provinsi Zhejiang melakukan tanda tangan LOI Antara Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu Provinsi Nusa Tenggara Barat dengan Wakil Gubernur Jenderal Departemen Luar Negeri Provinsi Zhejiang.
- 7) Tanggal 13 Juni 2015, tim delegasi berangkat ke Kabupaten Xiangshan dan diterima oleh wakil Bupati Xiangshan, Mr. Gan. Xianshan merupakan daerah yang memiliki destinasi wisata alam, dan akan di jadikan kota Low Carbon di RRT.
- 8) Tanggal 14 Juni 2015, tim delegasi berangkat menuju bandara kota Ningbo untuk pulang ke Indonesia melalui Bandara Ngurah Rai Denpasar, kemudian tim delegasi menginap di Denpasar.
- 9) Tanggal 15 Juni 2015, tim delegasi berangkat pulang ke Mataram Nusa Tenggara Barat.

b. Kesimpulan

- 1) Kunjungan ke RRT atas undangan Consulate General of the People's Republic of Cina di Denpasar selama tujuh hari efektif telah berjalan dengan baik dan sukses.
- 2) Pemerintah RRT mulai dari pemerintah pusat di Beijing maupun pemerintah provinsi di Zhejiang dan pemerintah kabupaten/kota yang dikunjungi telah memberikan pelayanan yang maksimal kepada

delegasi dari Pemprov NTB selama di RRT.

- 3) Pemerintah RRT berharap ada kerjasama yang baik dalam bidang perdagangan dan investasi antara RRT dan Indonesia yang saat ini sangat mesra.
- 4) Pemerintah provinsi Zheijiang berharap ada kerjasama yang nyata diantara Pemprov NTB dengan Provinsi Zheijiang RRT berdasarkan kesamaan potensi yang dimiliki.
- 5) Pemerintah Kota Ningbo, Kota Hangzou, Kota zhoushan, dan Kota Xiangshan, berharap agar juga ada kerjasama dengan kabupaten/kota yang ada di NTB
- 6) Pihak RRT melalui Consulate General of the People's Republic of Cina di Denpasar berharap agar NTB terus melakukan promosi investasi, perdangan, dan pariwisata ke RRT.
- 7) Pihak RRT melalui Consulate General of the People's Republic of Cina di Denpasar juga berharap agar selain pemerintah daerah juga menyertakan pihak swasta dalam kunjungan ke RRT.

4. Realisasi Investasi tahun 2015

Dalam rangka mewujudkan Pertumbuhan Ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan, kegiatan penanaman modal mempunyai peran penting untuk memacu pertumbuhan ekonomi yang berdaya saing. Untuk mencapai pertumbuhan tersebut dengan cara peningkatan iklim Investasi dan realisasi Investasi yang kondusif

sebagaimana tercantum dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD). Semakin membaiknya iklim investasi dapat ditunjukkan dengan semakin meningkatnya realisasi investasi baik PMA maupun PMDN.

Berdasarkan Peraturan Kepala BKPM RI No. 3 Tahun 2012 tentang Tata cara pengendalian pelaksanaan penanaman modal bahwa PMDN/PMA memiliki kewajiban untuk menyampaikan Laporan Kegiatan Penanaman Modal (LKPM) baik dalam tahap konstruksi maupun tahap produksi/komersial secara periodik per triwulan dan per semester. Data penanaman modal dalam laporan ini tidak menggambarkan seluruh kegiatan investasi yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Barat, sebab data penanaman modal tersebut tidak termasuk investasi disektor Minyak dan Gas Bumi, Perbankan, Lembaga Keuangan Non Bank, Asuransi, Sewa Guna Usaha, Investasi Porto Folio (Pasar Modal) dan Investasi Rumah Tangga.

Target realisasi investasi provinsi NTB tahun 2015 dari BKPM RI sebesar Rp. 6 Trilyun. Di dalam RPJMD Provinsi NTB Tahun 2013-2018, Target Laju Investasi Provinsi NTB untuk tahun 2015 yaitu 8,40%. Berdasarkan realisasi investasi tahun 2014 sebesar Rp. 6,228 Trilyun maka target investasi pada akhir Desember 2015 adalah Rp. 6,752 Trilyun. Realisasi Investasi s/d Desember Tahun 2015 mencapai Rp. 9,999 Trilyun. Capaian hingga Desember tahun 2015 ini telah melampaui target nasional tahun 2015 sebesar Rp. 6 Trilyun dan target RPJMD tahun 2015 sebesar Rp. 6,75 Trilyun.

Tabel 4.3
Capaian Realisasi PMDN dan PMA tahun 2015⁹

PMDN/PMA	REALISASI 2014 (Rp. Milyar)	TARGET RPJMD 2015		CAPAIAN 2015	
		Laju Investasi (%)	Nilai Investasi (Rp. Milyar)	Laju Investasi (%)	Realisasi Investasi (Rp. Milyar)
PMDN	1.350,588	8,4	1.464,037	-74,24	347,850
PMA	4.878,381	8,4	5.288,165	97,84	9.651,444
TOTAL	6.228,970	8,4	6.752,203	60,53	9.999,294

Sumber : Capaian Realisasi Tahun 2015

Target Laju Pertumbuhan Investasi pada tahun 2015 sesuai dengan RPJMD sebesar 8,4%. Dengan target tersebut maka nilai investasi yang harus dipenuhi pada tahun 2015 sebesar Rp. 6,752 Trilyun terdiri dari PMDN sebesar Rp. 1,464 Trilyun dan PMA sebesar US\$. 423,053 Juta atau Rp. 5,288 Trilyun. Realisasi investasi secara keseluruhan (PMDN & PMA) sampai dengan Triwulan IV (Jan-Des) 2015 sebesar Rp. 9,999 Trilyun sehingga capaian laju investasi tahun 2015 adalah 60,53%. Untuk PMDN, Realisasi investasi sampai dengan Desember 2015 sebesar Rp. 347,850 Milyar sehingga capaian laju investasi tahun 2015 adalah -74,24%. Untuk PMA, Realisasi investasi sampai dengan Desember 2015 sebesar Rp. 9,651 Trilyun sehingga

⁹ Laporan Realisasi Investasi TW IV tahun 2015

capaian laju investasi tahun 2015 adalah 97,84%.

Tabel 4.4

Realisasi Investasi Berdasarkan Asal Negara.¹⁰

No	Asal Negara	Realisasi (USD)
1	Anerika Serikat	396.783.239
2	Negara Gabungan	123.025.299
3	Australia	72.537.282
4	Prancis	25.417.316
5	Singapura	16.772.360
6	Inggris	16.149.740
7	Belanda	8.600.021
8	Swiss	4.885.838
9	Belgia	1.751.915
10	Spainyol	5.531.875
11	India	5.150.000
12	Jepang	4.591.935
13	Korea Selatan	3.450.000
14	Jerman	3.379.347
15	Italia	3.350.800
16	Kanada	2.947.003
17	Australia	2.299.667
18	Rusia	1.676.580
19	Selandia Baru	800.000
20	Slovenia	560.240
21	Brazil	205.250
22	Swedia	113.918
23	Hungaria	1.373

¹⁰ Realisasi Investasi TW IV tahun 2015 BKPM PT NTB

Sumber : Realisasi Investasi Berdasarkan Negara Asal

Tabel 4.5

Perusahaan-perusahaan asing yang berinvestasi di bidang pariwisata¹¹

Sumber : Realisasi Investasi berdasarkan nama perusahaan

No	Nama Perusahaan	Nomor Izin/Tanggal	Lokasi Proyek/Negara asal
1	PT. KELAPA LUXURY VILLAS	229/I/PMA/2007 01 Maret 2007 918/1/IU/I/PMA/PERDAGANGAN/ 2011	Kantor pusat : Gili Trawangan Ds Gili Indah Kec. Pemenang Lombok Utara Kontak Person : 081237957676 (Ni Luh Suarni) Fax : 0370-634122 Lokasi Proyek : Lombok Utara Negara Asal : INGGRIS
2	PT. SCUBA FROGGY	00296/I/PPM/PMA/2010 10 MARET 2010 88/1/IU/I/PMA/PARIWISATA/2011 23 Februari 2011 1994/1/IP-PB/PMA/2013 24 Desember 2013	Alamat : Dusun Gili Trawangan , Desa Gili Indah, Kec. Pemenang Pemenang, KLU Lokasi Proyek : Lombo Utara Telp/fax. (0370) 693901 Negara asal : FRANCIS
3	PT. KA-TET DEVELOPMENTS	1391/1 /IP/PMA/2013 18 September 2013 1213/1/IP-PB/PMA/2014 2 Mei 2014	Alamat : Gili Trawangan Kec.Pemenang KLU Lokasi : Gili Trawangan Kec. Pemenang KLU Negara Asal Selandia Baru Telp. : (0370) 6601919
4	PT. BEL AIR	732/1/IP/PMA/2013 19 Juli 2013	Alamat : Dsn Gili Air Pemenang KLU Lokasi : Dsn Gili Air Pemenang KLU Negara Asal : Negara Gabungan

¹¹ Realisasi Investasi TW IV 2015 berdasarkan nama perusahaan

5	PT. SOGNO	695/1/IP/PMA/2013 17 Juli 2013	Alamat : Gili Trawangan Pemennang KLU Lokasi : Gili Trawangan Pemenang KLU Negara Asal : Italia
6	PT. TRUE LIGHT	525/1/IP/PMA/2013 2 Juli 2013	Alamat : Gili Trawangan KLU Lokasi : Gili Trawangan KLU Negara Asal : Italia
7	PT.Qunci Villas	405/I/PMA/2002 14 Juni 2002 190/T/PARIWISATA/2008 12 Maret 2008 76/1/IU/II/PMA/PARIWISATA/ 2012 20 April 2012 52/1/IP/II/PMA/2012 27 Februari 2012 2394/1/IP-PB/PMA/2014 27 Agustus 2014	Alamat : Jln. Raya Mangsit Senggigi,Desa Senggigi kec. Batu Layar, Lobar Lokasi kegiatan : Kec. Batulayar Lobar Telp. 0370-693800/0370-627400 Negara Asal : INGGRIS
8	PT. SING-SING BEACH	1415/I/PMA/2009 16 November 2009 27/1/IP/III/PMA/2012 12 Januari 2012 1784/1/IU/PMA/2014 27 Nopember 2014	Alamat : Gili Gede Pelangan Sekotong Tengah,lobar Lokasi : Jln Seruling IV/6 Kel.Mataram Timur Negara Asal : FRANCIS
9	PT. DISCOVER SCUBA MASTER (PURI BUNGA HOTEL)	00030/1/PPM/PMA/2011 04 Januari 2011 59/1/IP/III/PMA/2011 19 Januari 2011 294/1/IU/I/PMA/PARIWISATA/ 2011 10 Mei 2011	Alamat : Jl. Raya Senggigi, Desa Senggigi, Kec. Batu Layar Lombok Barat Lokasi Kegiatan : Senggigi, Kab. Lombok Barat telp/fax : (0370) 693013, 693280, fax. 693196 Negara Asal : FRANCIS
10	PT. SANDRATOO	12/I/IP/PMA/2014 16 Januari 2014	Alamat : Jln Koperasi No.85 Ampenan Lokasi : Gili Gede,Gili Indah Sekotong Lobar.
11	PT. PAOLO MONDODORO	1224/I/IP/PMA/2014 23 April 2014	Alamat : Green Valley Batu Bolong Lobar Lokasi Proyek : Green Valley BatuBolong Lobar Negara Asal : Italia, Indonesi Telp. 0370-644792
12	PT. ARIF MULIA GEMILANG	1245/I/IP/PMA/2014 23 April 2014	Alamat : Krandangan Desa Senggigi Kec Batu Layar Lobar Lokasi Proyek : Idem Negara Asal : Australia, Indonesi

			Telp. 0370-693106
13	PT. MAGIC GEKCO	388/1/IP/PMA/2014 14 FEBRUARI 2014	Alamat; Desa Meninting Kec. Batu Layar Lobar Lokasi : Desa Meninting Kec. Batu layar Lobar Negara asal: Australia Telp. (0370) 693948
14	PT. LOBSTER BAY MANAGEMENT SERVICE	3226/1/IP/PMA/2015 Thursday, November 12, 2015	Alamat: Desa Mertak Kec. Pujut Praya Lombok Tengah Lokasi: Desa Mertak Kec. Pujut Praya Lombok Tengah Negara asal: Gabungan Negara (Hongkong, Inggris)
15	PT. AVANTARA	234/1/IP/PMA/2015 30 Januari 2015 430/1/IP-PB/PMA/2015 13 Februari 2015	Alamat: Jln. Raya Pariwisata Kuta Kec. Pujut Praya Lombok Tengah Lokasi: Jln. Raya Pariwisata Kuta Pujut Kuta Lombok Tengah Negara asal: Negara Gabungan (Australia, Amerika, Hongkong)
16	PT. ODYSSEY SURF STAY	473/1/IP/PMA/2013 3 Oktober 2013	Alamat: Jln. Dsn Timuk Kokok Keleke Praya Timur Lombok Tengah :Lokasi: Desa Selong Belanak Praya Barat Lombok Tengah Negara asal: Australia
17	PT. EKAS BAY PROPERTY	1491/1/IP-PB/PMA/2013 Tuesday, April 02, 2013	Alamat: Jln. Koperasi Km. 1 Lenek Iakmel Lombok Timur Lokasi: Teluk Ekas Buana Kec. Jerowaru Lombok Timur Negara asal: Singapura
18	PT.GROBES INDOMAKMUR	2552/1/IP/PMA/2014 Tuesday, September 16, 2014	Alamat : Galeri Niaga Meditrانيا Blok D 86 Lantai II RT 007 RW 06 Kel.Kapuk Muara Kec. Penjaringan Jakarta Utara Lokasi : Dusun Sandongan, Desa Darakunci Lotim Negara Asal : Samoa Telp ; (021) 5882250
19	PT.GOLDEN SAPPHIRE INVESTMENT	2859/1/IP/PMA/2014 16 Oktober 2014 3090/1/IP-PB/PMA/2014 30 Oktober 2014	Alamat: Boutiqe Office Park A - 15 Jl.Benyamin Soueb Kemayoran Kel.Pademangan Jakarta Lokasi: Dusun Padak Selatan Desa Padak Guar Lombok Timur

20	PT. AMAZING OMBOK RESORT	3545/1/IP/PMA/2014 Thursday, December 11, 2014	Negara asal: Singapura Alamat; Jln. Mandalika Kel. Renteng Kec. Praya Loteng Lokasi: Jln. Mandalika Kel. Renteng Kec. Praya Loteng Negara asal: Belgia Telp. (0370) 73699412
----	-----------------------------	---	--

Dari data diatas kita melihat pemerintah daerah provinsi Nusa Tenggara Barat sangat gencar melakukan dan mengikuti kegiatan promosi tiap tahunnya, baik melakukan promosi dengan event yang di buat oleh pemerintah daerah itu sendiri maupun mengikuti event-event yang telah di buat oleh pemerintah pusat. Untuk menarik minat dan meningkatkan investasi asing dengan cara promosi sangat signifikan dirasakan oleh pemda NTB sebelum dan sesudah melakukan promosi tersebut.

Data perusahaan-perusahaan asing di atas merupakan sebagian kecil perusahaan yang telah realisasi investasinya di Lombok dan di harapkan lebih banyak lagi investor-investor asing yang berminat untuk berinvestasi di Nusa Tenggara Barat dan Lombok pada khususnya.