

Sesi 7: Memacu Pariwisata, Membangun Ekonomi Daerah
15 Juli 2021, pukul 10.00-12.00 WIB

Keynote speaker: Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif **Sandiaga Uno**

Panelis:

Ketua Umum Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia **Hariyadi Sukamdani**

Wali Kota Bogor **Bima Arya Sugiarto**

Bupati Pemalang **Mukti Agung Wibowo**

Direktur Utama Lintasarta **Arya Damar**

Bupati Minahasa Utara **Joune Ganda**

Moderator:

Aditya L Djono

Link YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=XnRdU-TWbIk>

=====

Sandiaga Uno

Pandemi ini mengakibatkan pendapatan devisa turun 80%, jumlah wisatawan mancanegara terjun bebas 75%, dan 2 juta lapangan kerja terancam.

Sektor ekonomi kreatif dipaksa untuk bertransformasi ke digital.

Walaupun ada penurunan sedikit, ekonomi kreatif bisa menghasilkan Rp 1.134,9 triliun yang menempatkan Indonesia sebagai kontributor ekonomi kreatif tertinggi ketiga di dunia setelah Amerika Serikat dengan Hollywood dan Korea dengan K-Pop.

Langkah-langkah pemulihan pariwisata dan ekonomi kreatif termasuk peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM), revitalisasi destinasi pariwisata dan infrastruktur ekonomi kreatif, peningkatan resiliensi dan daya saing usaha, inovasi produk dan jasa, serta pemulihan dan perluasan pasar.

Ada lima destinasi pariwisata "super prioritas": Danau Toba, Borobudur dan sekitarnya (Yogyakarta dan Jawa Tengah), Lombok-Mandalika, Labuan Bajo, dan Manado-Likupang.

Lalu lima destinasi prioritas: Bangka Belitung, Bromo-Tengger-Semeru, Wakatobi, Raja Ampat dan Morotai.

Yang menarik, ada pembangunan destinasi wisata skala mikro dan lebih dari 1.500 desa wisata telah terdaftar menjadi "bagian dari lokomotif kebangkitan ekonomi Indonesia".

Desa wisata perlu pendampingan, karena banyak dari mereka yang belum punya akses internet. Kalau bisa satu desa punya satu menara BTS, paling tidak untuk layanan jaringan 4G.

Investasi di sektor ekonomi kreatif juga masih ada, meskipun sangat rendah dibandingkan sebelum era pra-pandemi. Contohnya Paramount yang berinvestasi di Jembrana, Bali.

Insentif fiskal sangat krusial di sektor pariwisata karena jumlah lapangan pekerjaan yang diciptakan begitu masif, ada 34 juta lapangan kerja.

Insentif yang dimaksud antara lain *tax allowance*, pembebasan bea masuk untuk investasi termasuk yacht (kapal wisata), dan *super deduction tax*.

Investasi 1 dolar di sektor pariwisata, akan menciptakan hampir 6 kali lebih banyak lapangan kerja daripada di sektor-sektor lain.

Untuk mendorong kebangkitan pariwisata dan kebangkitan ekonomi kreatif ini perlu konsep 3G.

#Gercep - gerak cepat, karena *we don't have much time*.

#Geber - gerak bersama, *we cannot do it alone, we have to recover together, and stronger*.

#Gaspol, *do not leave any stone unturned*, jangan lewatkan sektor-sektor yang selama ini belum tersentuh.

Arya Damar

Information communication technology (ICT) memiliki peran yang penting dalam kemajuan pariwisata di Indonesia. Pembangunan infrastruktur ICT sudah menjadi keharusan agar menjangkau daerah terdepan, terpencil, dan tertinggal.

Dengan ICT, pembangunan smart city maupun smart tourism dimungkinkan.

Sebelum pandemi, suatu tempat bisa mendadak dibanjiri pengunjung gara-gara unggahan di Instagram, menunjukkan pentingnya peran ICT.

Digitalisasi juga menjadi bagian penting untuk mendorong ekonomi daerah melalui smart city. Antara lain melalui implementasi QRIS untuk contactless payment, e-UMKM, e-tourism, dan e-farmer.

Contohnya Youtube, ada aplikasinya dan film-film yang begitu banyak disimpan di satu server besar yang disebut cloud.

Indonesia juga perlu membangun aplikasi-aplikasi ini sehingga bisa digunakan oleh masyarakat dan pemerintah.

Kementerian Komunikasi dan Informatika sudah maju, dengan menyediakan *cloud* untuk pemerintah, dan punya virtual private server (VPS) untuk melayani aplikasi-aplikasi yang terpusat, baik di kota atau kabupaten.

Pemerintah membangun Palapa Ring dan jaringan fiber optik untuk daerah terpencil yang tidak terjangkau oleh operator-operator swasta.

Lintasarta sebagai perusahaan ICT dalam negeri juga menyediakan cloud bagi para pengguna untuk bisa mengenerate aplikasi-aplikasi yang dapat digunakan untuk kemudahan pariwisata, misalnya aplikasi *hotel digital check in*, *contactless payment* dan lainnya.

Semua kepala daerah didorong untuk membangun infrastruktur ICT sebagai langkah awal menuju *smart city* atau *smart tourism*, supaya turis-turis datang ke Indonesia.

Bima Arya Sugiarto

Selama pandemi, 42% warga Kota Bogor menganggur dan berhenti bekerja (PHK), berdasarkan survei yang dilakukan Pemerintah Kota (Pemkot) Bogor dalam dua bulan terakhir.

Mereka yang kehilangan pekerjaan termasuk buruh, sopir, atau pekerja jasa yang terdampak oleh menurunnya sektor perhotelan, restoran, atau tempat wisata. Selain itu juga pekerja toko, pedagang kaki lima, dan pekerja swasta di sektor formal.

Menurut survei, hampir seluruh responden mengalami penurunan penghasilan -- 35% mengatakan penghasilan turun tidak sampai setengahnya, 33% mengatakan turun lebih dari setengahnya, 22% mengatakan pendapatan sama dengan kondisi sebelumnya.

Hanya ada 1% responden yang mengatakan penghasilannya naik pada masa pandemi ini. Ini yang harus kita bedah.

Mereka adalah produsen *healthy food*, produsen alat-alat olahraga, produsen *frozen food*, penghasil sayuran dan buah-buahan yang mengaku pendapatannya naik 300%, juga pembuat dekorasi rumah tangga.

Pemkot Bogor saat ini terus memacu pengembangan sektor-sektor potensial dengan menggandeng beberapa dinas, PHRI atau Kadin.

Sekitar 30 persen pendapatan Bogor berasal dari jasa, dan pariwisata, dan kegiatan *meeting, incentive, convention, and exhibition* (MICE).

Kota Bogor sangat bergantung pada MICE, jasa dan pariwisata.

Sebelum pandemi, hotel dan restoran penuh bahkan pada *weekdays* oleh korporasi maupun instansi pemerintah. Pada *weekend* barulah wisatawan dari Jakarta dan sekitarnya datang.

Sektor ini menempati urutan ketiga dalam sumber pendapatan Kota Bogor.

Bogor sudah waktunya bergeser ke wisata tematik dan juga *urban farming* -- yang berdasarkan survei ternyata berhasil *survive* dalam masa pandemi.

Pemkot Bogor membidik sektor yang banyak mendapat permintaan di masa pandemi berdasarkan *market research*.

Bogor ingin wisatawan yang biasanya ke Puncak atau Sentul untuk juga menikmati alam di kampung tematik Mulyaharja.

Di wisata alam Mulyaharja, pengunjung bisa menikmati wisata keluarga, wisata kuliner seperti *liwetan* di tengah sawah, *selfie* di area yang *instagramable*, dan *trekking* di tiga jalur yang ada.

Di desa wisata tematik, ibu-ibu sekitar bisa masak, anak muda bisa jadi fotografer, dan para bapak menjadi *guide*. Satu minggu penghasilan bisa mencapai Rp 40 juta.

Potensi lainnya yakni wisata malam di Kebun Raya Bogor, arum jeram, hingga berkunjung ke desa-desa wisata lain di berbagai kelurahan.

Strategi lainnya, yakni *urban farming* melalui aplikasi “Bogor Berkebun” di mana orang yang mempunyai pekarangan terbatas bisa menghasilkan pendapatan dengan menjual sayur atau buah yang saat ini permintaannya tinggi.

UMKM dilibatkan untuk mengakomodasi warga membuat barang kerajinan dan dekorasi rumah, karena berdasarkan survei, orang cenderung di rumah dan sangat bisa memanfaatkan keterampilan dekorasi.

Produk rumah tangga Bogor mendapat *demand* yang cukup tinggi

Hariyadi Sukamdani

Pariwisata salah satu sektor yang paling terpuak akibat pandemi Covid-19 karena karakter pariwisata adalah pergerakan manusia yang saat ini sedang dibatasi untuk mencegah penularan.

PHRI mendorong adanya percepatan vaksinasi Covid-19 secara masif dan menggunakan vaksin dengan tingkat efikasi tinggi. Dengan demikian, sektor pariwisata dan juga ekonomi secara keseluruhan bisa kembali pulih.

Dalam pelaksanaan vaksinasi di lapangan, kerap ditemukan sejumlah masalah. Antara lain tidak adanya vaksinator karena terkendala anggaran pemerintah yang terlambat cair. Atas permasalahan ini, pelaku usaha sudah berinisiatif membantu membiayai vaksinator.

Selain itu perlu ada pelonggaran perjalanan wisatawan nusantara dan mancanegara dengan protokol kesehatan yang ketat. Beberapa negara sudah membolehkan perjalanan wisatawan dengan syarat sudah harus divaksin dan melakukan karantina.

Saran berikutnya adalah menjaga konektivitas antardaerah, serta penyelamatan usaha pariwisata dengan kelonggaran restrukturisasi utang disesuaikan dengan kemampuan pelaku usaha dalam membayar utang.

Akibat pandemi, sekitar 40% pekerja formal di sektor hotel dan restoran akan kehilangan pekerjaan dibandingkan posisi pada 2019.

Mukti Agung Wibowo

Pemerintah Kabupaten Pematang berusaha mempromosikan pariwisata daerahnya lewat jalur digital.

Pandemi membuat okupansi hotel menurun, yang berbuntut pada berkurangnya pendapatan asli daerah, dan meningkatnya angka kemiskinan dan pengangguran.

Walau demikian, Pematang tetap ingin menjadi salah satu destinasi wisata nasional., karena kelebihan alam dan geografis yang dimilikinya: ada gunung dan laut, dan tidak jauh dari Jakarta.

Destinasi wisata di Pematang termasuk Gunung Slamet, Curug Sibedil, Bukit Mendelem, Puncak Igir Kandang, Arung Jeram Curug Bengkawa, dan Pantai Widuri.

Pemalang juga memiliki kekayaan kuliner seperti kopi Pulosari, nanas madu Belik, tambak udang, kepiting, dan bandeng yang menghasilkan berbagai kreasi kuliner, hingga makanan khas Pemalang Nasi Grombyang.

Semua potensi wisata itu disebarakan melalui akun YouTube Pemkab Pemalang.

Beberapa permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan pariwisata antara lain masalah legal formal pengelola objek wisata yang belum lengkap, sarana prasarana tidak lengkap, sumber daya manusia (SDM), minimnya anggaran promosi dan investasi pariwisata yang masih rendah.

Harus ada strategi pembangunan wisata di Pemalang, dan yang menjadi prioritas sekarang adalah peningkatan sarana prasarana, peningkatan kualitas SDM, peningkatan promosi dan business meeting, pemasaran berbasis kawasan, dan virtual tour.

Saat ini, Pemkab Pemalang berusaha mendorong digitalisasi sehingga para pelaku terkait industri pariwisata tidak kehilangan pasarnya. Misalnya, Pemda meluncurkan aplikasi Amandewi, sebuah platform e-commerce untuk destinasi wisata, oleh-oleh, biro perjalanan, rental kendaraan, dan lain-lain.

Pihaknya juga akan melakukan digitalisasi terhadap semua desa wisata berkategori maju di seluruh wilayah di Pemalang.

Kemudian, Pemkab Pemalang sedang dalam proses mendaftarkan Nanas Madu Pemalang sebagai salah satu ikon wilayah.

Kemudahan investasi dilakukan dengan program Palugada -- apa yang Anda perlukan, kami ada.

Promosi sangat penting bagi Pemalang, karena banyak yang masih mengira kabupaten ini berada di Jawa Timur, bahkan ada yang mengira Pemalang sebagai bagian Kota Malang yang lebih terkenal.

Agar industri pariwisata dapat bangkit, pelonggaran aktivitas masyarakat harus dilakukan. Namun, masyarakat harus meningkatkan kesadaran protokol kesehatan dan vaksinasi massal harus dipercepat.

Joune Ganda

Sektor pariwisata di Minahasa Utara tidak lolos dari dampak pandemi Covid-19.

Kabupaten ini memiliki destinasi super prioritas yakni Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Pariwisata Likupang.

Sejumlah upaya penting sedang dilakukan dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Minahasa Utara dan untuk mendatangkan investasi modal serta membuka kesempatan yang luas untuk investasi langsung dari luar negeri.

Pada April 2021 misalnya, Pemkab menggelar Likupang Duathlon.

Selain itu juga digelar Likupang International Underwater Photography Competition pada awal Juli lalu, dan ajang Golf Goes to Likupang. Pada Oktober mendatang, akan digelar Likupang Tourism Festival yang masuk dalam kalender kegiatan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Upaya lain adalah mendorong percepatan ketersediaan infrastruktur dan fasilitas penunjang. Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat telah membantu membangun sekitar 250 *homestay* di desa-desa wisata di Minahasa Utara.

Kehadiran *homestay* tersebut menjadi modal untuk pengembangan pariwisata setempat.

Di Likupang ada satu hotel internasional yang sedang dibangun, yaitu Hotel Marriot yang diharapkan menjadi *trigger* untuk menarik minat investor asing lainnya.

Pemkab Minahasa Utara turut ambil bagian dalam sosialisasi gerakan *clean, health, safety and environment* (CHSE) yang dicanangkan Kemparekraf.

Produk pertanian akan menjadi salah satu kunci pengembangan wisata karena menawarkan makanan khas daerah yang digemari banyak orang.

Para pelaku usaha di Minahasa Utara harus menerima vaksin seluruhnya untuk menjamin kebangkitan industri pariwisata.

Tidak dapat dipungkiri pengembangan pariwisata berkelanjutan membutuhkan penerapan kemajuan teknologi, termasuk dalam internet of things dan artificial intelligence.

Promosi pariwisata aktif dilakukan di media sosial atau lewat kerja sama dengan pihak lain seperti maskapai Garuda Indonesia dan menyiapkan tempat untuk area pembuatan film.

Melalui promosi yang gencar ini, saat mobilitas orang terutama dari luar negeri sudah dibuka kembali, wisatawan diharapkan langsung mengunjungi Likupang.

Kalau mengandalkan penduduk lokal untuk berwisata di Likupang itu terlalu kecil skalanya untuk sebuah destinasi super prioritas. Sulawesi Utara pada dasarnya banyak dikunjungi wisatawan dari Tiongkok dan Korea Selatan. Likupang dibangun untuk menambah destinasi bagi wisatawan asing, tetapi gara-gara pandemi keinginan itu harus tertunda.

(HA)