

MEMAJUKAN PARIWISATA UNTUK PENGEMBANGAN EKONOMI NASIONAL DAN DAERAH

Editor:

Prof. (Riset) Dr. Ir. Achmad Suryana, M.S.

Judul:

Memajukan Pariwisata untuk Pengembangan Ekonomi Nasional dan Daerah

Perpustakaan Nasional:

Katalog Dalam Terbitan (KDT)

xiii+146 hlm.; 15,5 x 23 cm

ISBN:

Cetakan Pertama, 2019

Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang

All rights reserved

Penulis:

Mandala Harefa

Rais Agil Bahtiar

Achmad Sani Alhusain

Sahat Aditua Fandhitya Silalahi

Dewi Wuryandani

Burhanudin Mukhamad Faturahman

Editor:

Prof. (Riset) Dr. Ir. Achmad Suryana, M.S.

Desain Sampul dan Tata Letak:

Tim Kreatif Lingkar Muda Mandiri

Diterbitkan oleh:

Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI

Gedung Nusantara I Lt. 2

Jl. Jenderal Gatot Subroto Jakarta Pusat 10270

Telp. (021) 5715409 Fax. (021) 5715245

Bekerjasama dengan:

Inteligensia Intrans Publishing, Anggota IKAPI Jatim

Jl. Joyosuko Metro 42 Malang, Jatim

Telp. 0341- 573650 Fax. 0341-588010

redaksi.intrans@gmail.com

www.intranspublishing.com

Sanksi Pelanggaran Pasal 72**Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta**

1. Barangsiapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 Ayat (1) atau Pasal 49 Ayat (1) dan Ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/ atau denda paling sedikit Rp1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/ atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hak terkait sebagai dimaksud pada ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah).

Kata Pengantar

Indonesia memiliki potensi pariwisata yang sangat besar. Potensi pariwisata yang terdapat di negara ini sangat banyak dan beragam, mulai dari pariwisata alam, budaya, dan sejarah. Masing-masing daerah memiliki potensi beserta karakternya yang tentu bersifat unik dan membawa ciri khas tersendiri.

Keberagaman yang dimiliki sektor pariwisata Indonesia merupakan peluang sekaligus tantangan yang harus disikapi dengan seperangkat kebijakan dan strategi yang tepat. Proses perencanaan strategi pengembangan pariwisata harus dibangun dari hulu hingga hilir. Kesemuanya berujung pada upaya pemasaran dan promosi pariwisata nasional kepada target market yang tepat, baik wisatawan nusantara maupun internasional.

Hal penting yang tidak boleh dilupakan di dalam pembangunan pariwisata nasional adalah pelibatan dan partisipasi aktif dari pemangku kepentingan baik di tingkat pusat maupun daerah. Dalam era otonomi daerah seperti saat ini, keberadaan partisipasi yang melibatkan komponen lokal tentu akan sangat penting di dalam mendorong tingkat perekonomian yang bersumber dari pariwisata. Kata kuncinya adalah perkembangan obyek pariwisata harus memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat lokal.

Komponen penting lain di dalam usaha pengembangan pariwisata nasional adalah keberadaan sumberdaya manusia yang kompeten. Sumberdaya manusia yang terlibat harus memiliki paradigma melayani dan berusaha memberikan pengalaman terbaik bagi wisatawan yang hadir di sebuah obyek wisata. Dalam tingkat hubungan antar-negara, pelayanan juga dapat diwujudkan dalam bentuk pemberian visa bebas kunjungan bagi negara yang memang memberikan kontribusi besar bagi pemasukan di sektor pariwisata.

Pada kesempatan yang baik ini, saya sampaikan selamat kepada para peneliti yang dengan tekun dan inovatif telah menghasilkan karya tulis ilmiah (KTI) yang bermanfaat, khususnya dalam meningkatkan pemahaman mengenai upaya pembangunan pariwisata Indonesia. Saya juga menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada Prof. Achmad Suryana yang telah meluangkan tenaga dan waktunya dalam merancang tema, *outline* KTI, dan kegiatan editorial lainnya, sehingga buku ini layak untuk diterbitkan. Tidak lupa kami terbuka untuk masukan dari berbagai pihak bagi perbaikan KTI ini untuk ke depan. Akhir kata kami mengucapkan selamat membaca dan semoga tulisan dalam buku ini memberikan manfaat bagi kita semua.

Jakarta, 30 September 2019

Kepala Pusat Penelitian
Badan Keahlian DPR RI

Dr. Indra Pahlevi, S.IP., M.Si.

NIP. 197111117 199803 1 004

Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	ix
Prolog	1

BAGIAN 1

PERKEMBANGAN PARIWISATA DAN PERANNYA DALAM PEREKONOMIAN NASIONAL

Mandala Harefa

I. PENDAHULUAN	9
II. POSISI SEKTOR PARIWISATA DALAM EKONOMI NASIONAL	12
a. Konsep Pembangunan Ekonomi Pariwisata	12
b. Perkembangan Sektor Pariwisata Nasional	14
III. TANTANGAN PENINGKATAN PERAN PARIWISATA ...	17
IV. PENUTUP	26
Daftar Pustaka	27

BAGIAN 2
PARTISIPASI MASYARAKAT DAN PERANANNYA
DALAM PEMBANGUNAN PARIWISATA

Rais Agil Bahtiar

I. PENDAHULUAN	29
II. PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT	32
1. Pariwisata Berbasis Masyarakat di Indonesia	39
2. CBT sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat	41
III. DESA WISATA SEBAGAI PENERAPAN CBT	45
IV. PENUTUP	48
Daftar Pustaka	49

BAGIAN 3
MEMPERSIAPKAN SUMBER DAYA MANUSIA
DI SEKTOR PARIWISATA

Achmad Sani Albusain

I. PENDAHULUAN	51
II. POTENSI PARIWISATA DAN INDUSTRI PENDUKUNG	54
III. KEBUTUHAN JUMLAH DAN KUALITAS SDM PARIWISATA	58
IV. PENUTUP	64
Daftar Pustaka	65

BAGIAN 4
STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA
DALAM KERANGKA PENGEMBANGAN EKONOMI
DAERAH

Sabat Aditua Fandhitya Silalabi

PENDAHULUAN	67
PEMANGKU KEPENTINGAN PARIWISATA	68
PENGAMBILAN KEPUTUSAN DESTINASI PARIWISATA ...	71
ANALISIS PORTOFOLIO DESTINASI PARIWISATA	73
PILIHAN STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA	76
MODEL BAURAN PEMASARAN	78
FUNGSI PENDUKUNG	81
KESIMPULAN	83
Daftar Pustaka	84

BAGIAN 5
STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DAERAH
PERBATASAN MELALUI *DIGITAL MARKETING*

Dewi Wuryandani

I. PENDAHULUAN	87
II. PARIWISATA PERBATASAN	89
III. KEBIJAKAN PENGEMBANGAN PARIWISATA LINTAS BATAS	94
IV. PENUTUP	97
Daftar Pustaka	98

BAGIAN 6
KEMITRAAN DALAM PEMBANGUNAN
PARIWISATA PROVINSI JAWA TIMUR

Burbanudin Mukhamad Faturahman

I. PENDAHULUAN	101
II. POTENSI KEPARIWISATAAN PROVINSI JAWA TIMUR	106
III. KEMITRAAN DALAM PARIWISATA	112
IV. RENCANA INDUK PEMBANGUNAN PARIWISATA JAWA TIMUR	115
V. KONTRIBUSI AKTOR SWASTA DAN MASYARAKAT ...	123
VI. PENUTUP	126
Daftar Pustaka	128
Epilog	133
Indeks	137
Tentang Penulis	141
Tentang Editor	145

Daftar Tabel

BAGIAN 1

Tabel 1. Target dan Realisasi Beberapa Indikator Kegiatan Sektor Pariwisata di Indonesia, Tahun 2015-2018	16
Tabel 2. Sasaran, Indikator, dan Target Sektor Pariwisata, Tahun 2020-2024	19

BAGIAN 4

Tabel 1. Faktor-Faktor yang Menentukan Pemilihan Destinasi Pariwisata	72
---	----

BAGIAN 6

Tabel 1. Klasifikasi Pariwisata Indonesia	104
Tabel 2. Kunjungan Wisatawan Jawa dan Bali Tahun 2015-2017 ...	108
Tabel 3. Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Timur Paling Banyak Dikunjungi Wisatawan Tahun 2017	110
Tabel 4. Objek Wisata Provinsi Jawa Timur Paling Banyak Dikunjungi Wisatawan Tahun 2017	111
Tabel 5. Posisi Pemerintah Provinsi Jawa Timur dalam Pembangunan Kepariwisata Nasional Wisnus Tahun 2016	117
Tabel 6. Pengembangan Koridor Pariwisata Provinsi Jawa Timur ...	119
Tabel 7. Sumberdaya Pariwisata di Jawa Timur Tahun 2015-2017	123

Daftar Gambar

BAGIAN 2

Gambar 1. Pemangku Kepentingan dalam Pariwisata	42
---	----

BAGIAN 3

Gambar 1. Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2013-2018	52
---	----

BAGIAN 4

Gambar 1. Faktor-Faktor yang Menentukan Obyek Wisata oleh Wisatawan	73
Gambar 2. Visualisasi Matriks BCG	74
Gambar 3. Matriks GE Terkait Strategi Produk dan Pasar	77

BAGIAN 6

Gambar 1. Jumlah Wisnus di Indonesia Februari 2019 (ribu kunjungan)	102
Gambar 2. Jumlah Perjalanan Wisnus dan Total Pengeluaran Tahun 2010-2017	103
Gambar 3. Jumlah Wisnus ke Jawa Timur, 2012-2017	109
Gambar 4. Tiga Pilar Sektor Pariwisata	115

Prolog

“Memajukan Pariwisata untuk Pengembangan Ekonomi Nasional dan Daerah” dipilih menjadi judul buku bunga rampai ini. Topik tersebut sengaja diambil dengan justifikasi sektor pariwisata memiliki potensi besar bagi pengembangan perekonomian nasional. Peran pariwisata juga cukup signifikan bagi perekonomian daerah mengingat destinasi wisata tersebar di seluruh wilayah Nusantara dengan ciri khas atau keunikannya masing-masing. Kekhasan dan keunikan suatu destinasi wisata merupakan modal dasar bagi pengembangan pariwisata, karena itu cukup beralasan bila Menteri Pariwisata Arief Yahya menyatakan bahwa pariwisata sebagai penyumbang produk domestik bruto (PDB), devisa, dan lapangan kerja yang paling mudah dan murah.

Kementerian Pariwisata menginformasikan bahwa pada tahun 2015 pariwisata Indonesia menyumbangkan sekitar 10 persen terhadap PDB, kontribusi terhadap devisa sebesar 9,3 persen (12,5 juta dolar Amerika Serikat/AS) dan penciptaan lapangan kerja sebesar 8,4 persen (9,8 juta kesempatan). Kinerja ini diperkirakan terus meningkat dengan kecepatan cukup tinggi pada tahun-tahun berikutnya. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dalam lima tahun terakhir (2014-2018) pertumbuhan kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) setiap tahun naik sekitar 14 persen, lebih tinggi dari periode lima tahun sebelumnya (2009-2013) yaitu sebesar 9 persen. Pada tahun 2018 total kunjungan wisman sebanyak 15,81 juta orang.

Pemerintah menetapkan target yang cukup tinggi untuk sektor pariwisata ini dalam lima tahun ke depan. Dalam Rancangan Teknokratik Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) Tahun 2020-2024 ditetapkan sasaran pembangunan sektor pariwisata di tahun 2024 adalah: Tercapainya kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB sebesar

5,5 persen, terealisasinya devisa sebesar 28 milyar dolar AS, dan terciptanya kesempatan kerja 15,7 persen dari total nasional. Karena itu, percepatan peningkatan kinerja pariwisata ini terus dipacu oleh pemerintah dengan berbagai kebijakan, program, dan kegiatan. Di antara berbagai upaya tersebut, salah satunya adalah mengembangkan dan mempromosikan 10 lokasi wisata baru yang disebut sebagai “10 Destinasi Bali Baru”. Pemerintah sengaja memberikan nama Bali Baru sebagai salah satu strategi promosi kepada wisman, dengan harapan pemberian label ini dapat mengantarkan kesepuluh destinasi wisata tersebut sukses seperti pariwisata Bali.

Kesepuluh lokasi wisata baru ini terdiri dari: Danau Toba di Provinsi Sumatera Utara; Borobudur di Jawa Tengah, Bromo Tengger Semeru di Jawa Timur; Kepulauan Seribu di DKI Jakarta; Tanjung Kelayang di Bangka Belitung; Tanjung Lesung di Banten; Mandalika di Nusa Tenggara Barat; Labuan Bajo di Nusa Tenggara Timur; Wakatobi di Sulawesi Tenggara; dan Morotai di Maluku Utara. Selain 10 Destinasi Bali Baru yang menjadi prioritas, pemerintah juga menetapkan lima destinasi unggulan, yaitu dua di Provinsi Bangka Belitung (Tanjung Gunung dan Sungai Liat), dua di Jawa Barat (Cikidang Sukabumi dan Pangandaran), dan satu di Sulawesi Utara (Likupang)

Pada tahun 2019 Presiden Joko Widodo menetapkan lima Destinasi Super Prioritas yang pembangunannya harus dipercepat dan harus tuntas pada tahun 2020. Kelima destinasi tersebut adalah empat dari kelompok Bali Baru dan satu dari destinasi unggulan, yaitu: (1) Danau Toba dengan daya tarik danau alami dan vulkanik terbesar di Indonesia, (2) Borobudur dengan daya tarik warisan budaya candi terbesar di Indonesia, (3) Mandalika dengan keindahan pantainya di pulau Lombok, (4) Labuan Bajo dengan panorama laut biru dengan bukit-bukit hijau dan komodo; dan (5) dan Likupang, dengan beragam kekayaan alam, seperti savana, pantai, hutan bakau, hingga pemandangan bawah laut (<http://www.merdeka.com/peristiwa/presiden-targetkan-infrastruktur-5-destinasi>, 29 Agustus 2019).

Berbagai upaya di atas menunjukkan pentingnya sektor pariwisata bagi perekonomian nasional dan kesungguhan pemerintah untuk mengoptimalkannya. Rangkaian keseluruhan kegiatan di sektor pariwisata merupakan usaha yang bertujuan agar obyek wisata dapat dinikmati wisatawan dengan tingkat kepuasan tinggi. Setelah destinasi wisata siap untuk dikunjungi wisatawan, aktivitas industri pariwisata terkait dengan upaya membangunkan ketertarikan untuk berwisata, memastikan wisatawan dapat menikmati destinasi wisata dengan keunikannya yang ditawarkan, sampai memastikan wisatawan pulang dengan kepuasan dan kesan yang baik, sehingga mereka akan menjadi bagian dari promosi wisata gratis di masyarakat lingkungannya.

Indonesia memiliki potensi besar dalam pariwisata dengan obyek yang tersebar di seluruh nusantara. Selain pengeluaran dari wisman, aktivitas pariwisata yang dilaksanakan oleh wisatawan Nusantara (wisnus) juga memutar ekonomi daerah. Untuk itu, pemerintah daerah (Pemda) perlu ambil inisiatif mengajak pemangku kepentingan swasta dan masyarakat untuk turut serta mengembangkannya. Suatu destinasi wisata berorientasi global atau di lingkup daerah dapat dikatakan siap dikunjungi wisman atau wisnus apabila lokasi wisata tersebut sudah siap dari aspek infrastruktur dan fasilitas dasar ke dan di lokasi seperti jalan, air bersih, listrik, jaringan komunikasi; sumber daya manusia (SDM) di sekitar destinasi wisata siap menerima kedatangan wisatawan; dan destinasi wisata selain menyajikan daya tarik utamanya juga memiliki atraksi dan produk yang khas. Kesiapan tersebut merupakan syarat keharusan agar destinasi wisata dapat secara berkelanjutan menjadi obyek wisata favorit atau unggul yang selalu dikunjungi.

Buku bunga rampai ini terdiri dari enam bagian yang membahas sebagian topik dalam memajukan pariwisata nasional dan daerah. Topik-topik yang dibahas yaitu partisipasi dan peran masyarakat, aspek kesiapan SDM di lokasi wisata dan sekitarnya, strategi pemasaran pariwisata, pengembangan pariwisata di daerah perbatasan, dan

pengembangan pariwisata daerah dengan pendalaman kasus di Provinsi Jawa Timur.

Bagian pertama buku ini mengulas tentang “Perkembangan dan Peran Pariwisata dalam Peningkatan Perekonomian” ditulis **Mandala Harefa**. Penulis membahas untuk pencapaian sasaran nasional pembangunan pariwisata perlu dukungan dan komitmen yang kuat dari pemerintah dan Pemda dalam pembangunan destinasi wisata baru yang disinergikan dengan konsep kebijakan kawasan ekonomi khusus (KEK) agar dapat menarik investasi lebih cepat. Selain itu perlu dukungan kebijakan insentif pajak untuk investasi di sektor pariwisata dan perbaikan faktor *enablers* (faktor yang menjadikan sesuatu dapat terwujud), khususnya pengembangan SDM dan infrastruktur. Dengan potensi yang sangat besar, untuk beberapa lokasi wisata dapat dikembangkan menjadi destinasi pariwisata tingkat dunia. Untuk mewujudkan itu perlu upaya dan dukungan kesiapan SDM dan masyarakat sekitarnya, infrastruktur, serta kreativitas pelaku pariwisata.

Selain itu untuk memajukan pariwisata Indonesia perlu promosi yang menarik dengan memasarkan potensi wisata keindahan alam, kekayaan budaya yang beragam serta khas, dan kondisi masyarakat yang mendukung kenyamanan wisatawan berkunjung. Perlu dipromosikan bahwa destinasi wisata di Indonesia bukan Bali saja, misalnya ada Raja Ampat yang telah di kenal dunia dan juga ada 10 Destinasi Bali Baru dan lima Destinasi Unggulan. Mandala Harefa menutup tulisannya dengan frasa: dari perkembangan yang ada muncul optimisme kuat bahwa sektor pariwisata mampu memperoleh devisa sekaligus pendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan berkualitas, serta pendukung ketahanan sistem perekonomian nasional.

Partisipasi dan peran masyarakat merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan untuk mencapai sasaran dari pengembangan pariwisata. **Rais Agil Bahtiar** membahas topik ini dengan berargumen bahwa pelaksanaan otonomi daerah mendorong setiap daerah untuk

memaksimalkan potensi dan sumber daya yang dimiliki untuk melakukan pembangunan. Pariwisata merupakan salah satu potensi yang dimiliki di setiap provinsi dan kabupaten/kota.

Pariwisata berbasis masyarakat merupakan model pariwisata yang memfokuskan pada kekayaan dan kekhasan kebudayaan masyarakat sebagai daya tarik wisata. Dalam pembangunan pariwisata berbasis masyarakat, peran dan partisipasi masyarakat sangat penting dalam proses perencanaan, pelaksanaan, sampai pada distribusi manfaat pariwisata bagi seluruh komponen yang terlibat. Untuk merangsang partisipasi masyarakat di berbagai tahapan pembangunan pariwisata, pemerintah perlu memberikan ruang gerak bagi masyarakat dalam pelaksanaan pembangunan pariwisata. Beberapa faktor yang mempengaruhi partisipasi masyarakat adalah kesadaran, pengetahuan, dan motivasi. Karena itu, menurut Rais Bahtiar perlu diadakan kegiatan pelatihan dan pendidikan untuk mempersiapkan masyarakat agar dapat berpartisipasi secara aktif di dalam kegiatan pariwisata.

Berkaitan dengan tulisan bagian kedua di atas, **Achmad Sani Alhusain** membahas secara khusus bagaimana mempersiapkan SDM untuk pembangunan pariwisata. Industri pariwisata merupakan industri penghasil produk jasa yang penciptaannya membutuhkan SDM terlatih agar dapat memberikan jasa dan pelayanan prima. SDM bukan hanya dapat menciptakan kenyamanan para wisatawan tetapi juga dapat menghasilkan produk kreatif yang dapat mendukung kemajuan pariwisata. Karena pariwisata merupakan industri yang melibatkan banyak pekerja, maka harus ada sistem pengembangan SDM terintegrasi yang melibatkan pihak pemerintah dan swasta guna memenuhi kebutuhan industri ini.

Achmad Alhusain selanjutnya menyarankan pemerintah pusat sebaiknya lebih fokus pada upaya meningkatkan pendidikan vokasi yang dibutuhkan pariwisata, sementara itu Pemda melakukan pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan SDM

di daerahnya agar dapat memanfaatkan peluang lapangan pekerjaan dari pariwisata di daerahnya. Pihak swasta diharapkan turut aktif mendukung pemerintah pusat maupun Pemda dalam program peningkatan kualitas SDM di sektor pariwisata tersebut.

Bagian keempat menyoroti strategi pemasaran pariwisata dalam kerangka pengembangan ekonomi daerah. Tulisan yang dipersiapkan oleh **Sahat Aditua Fandhitya Silalahi** mendiskusikan tahapan penyusunan strategi pemasaran pariwisata, yaitu terdiri atas identifikasi pemangku kepentingan, identifikasi faktor-faktor penentu keputusan konsumen untuk memilih sebuah destinasi, perumusan portofolio dan pilihan strategi, implementasi bauran pemasaran, serta pengembangan fungsi pendukung. Keenam tahap ini menurut Sahat Silalahi harus dijalankan dengan baik oleh pemerintah dan para pelaku usaha pariwisata agar manfaat dari pengelolaan sebuah destinasi pariwisata dapat memberikan dampak ekonomi secara regional dan nasional. Keenam tahap tersebut merupakan sebuah siklus yang mencerminkan tahap perencanaan, implementasi, hingga evaluasi dan diharapkan output dari satu siklus strategi dapat menjadi input bagi penyusunan strategi pemasaran berikutnya sehingga destinasi wisata dapat dikembangkan secara berkelanjutan.

Dewi Wuryandani mengemukakan bahwa di tengah kompetisi pariwisata dunia yang semakin ketat dibutuhkan inovasi dan strategi yang tepat di semua aspek untuk merebut pasar pariwisata. Di era digital ini, pelaku usaha pariwisata wajib memiliki berbagai *platform* dan saluran yang mampu menjangkau wisatawan dan melakukan komunikasi interaktif. Pendekatan ini dapat dipakai untuk mengembangkan pariwisata di daerah perbatasan, seperti diulas dalam bagian kelima dengan topik diskusi strategi pengembangan pariwisata daerah perbatasan melalui *digital marketing*

Pengembangan pariwisata di daerah perbatasan memiliki arti strategis, tidak hanya dalam aspek ekonomi tetapi juga aspek sosial dan

keamanan negara. Daerah yang tadinya jarang disentuh pembangunan, beranda belakang negeri ini, dapat disulap menjadi kawasan dengan aktivitas ekonomi yang memberikan pendapatan tinggi bagi masyarakat di perbatasan. Bagi dunia pariwisata Indonesia, menggarap pasar wisata perbatasan merupakan hal yang sangat realistis. Apalagi Indonesia memiliki banyak daerah yang menjadi pintu masuk wisman dari negara tetangga, termasuk dari Singapura, Malaysia, Filipina, Papua Nugini, dan Timor Leste. Keuntungan menjaring wisman perbatasan dari negara tetangga karena adanya faktor kedekatan secara geografis. Dengan kedekatan ini, wisman lebih mudah, cepat, dan murah untuk menjangkau destinasi. Menurut Dewi Wuryandani, kedekatan secara kultural dan emosional sehingga peluang seperti ini yang bisa dimanfaatkan secara optimal untuk menjaring sebanyak mungkin wisman perbatasan.

Bagian keenam secara khusus menyajikan kajian pengembangan pariwisata daerah, khususnya di Provinsi Jawa Timur, dengan penekanan pada aspek kemitraan para pelakunya, ditulis oleh **Burhanudin Mukhamad Faturahman**. Sama halnya dengan di tingkat nasional, pariwisata daerah di Jawa Timur menyumbang perekonomian daerah cukup signifikan, yaitu pada Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) sebesar 5.8 persen dan penciptaan kesempatan kerja sekitar 238.000 per tahun pada tahun 2017.

Burhanudin Faturahman mengemukakan pengembangan pariwisata daerah, khususnya Jawa Timur memerlukan kemitraan di antar tiga pihak yaitu pemerintah, swasta dan masyarakat. Pemprov Jawa Timur berfungsi sebagai regulator dalam pembangunan pariwisata, di antaranya telah mengeluarkan Peraturan Daerah (Perda) Nomor 6 Tahun 2017 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Provinsi Jawa Timur Tahun 2017– 2032. Perda tersebut menetapkan Kota Surabaya, Kota Malang, Pulau Madura dan Kabupaten Banyuwangi sebagai kawasan pengembangan pariwisata Jawa Timur,

yang selanjutnya diidentifikasi lagi menjadi empat koridor kawasan pengembangan. Sementara itu, pihak swasta berperan untuk melakukan investasi guna menyelesaikan masalah keterbatasan sumber daya yang dimiliki pemerintah, dan masyarakat pelaku pariwisata memiliki fungsi mengelola dan melindungi serta turut menghadirkan inovasi baru untuk pengembangan sumber daya pariwisata.

Membaca buku ini akan menambah wawasan tentang pariwisata di Indonesia, walau hanya sebagian saja dari banyak aspek terkait pembangunan pariwisata. Selamat membaca.

Editor

Achmad Suryana

Epilog

Fenomena destinasi wisata “Negeri di Atas Awan” yang berada di Gunung Luhur, Desa Citorek Kidul, Kecamatan Cibeber, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten menarik untuk disimak, khususnya bila dikaitkan dengan diskusi pengembangan pariwisata yang menjadi bahasan dalam buku ini. Media sosial dan media massa cukup semangat memberitakan destinasi wisata baru ini. Berdasarkan laporan Nur Rohmi Aida (Kompas.com, 23 September 2019) destinasi wisata Gunung Luhur pertama kali teridentifikasi oleh seorang pekerja yang sedang memperbaiki jalan di sekitar lokasi itu pada bulan September 2018. Setelah itu, keberadaan lokasi yang memiliki pesona alam ini tersebar viral dalam media sosial dan menjadi cukup terkenal hanya dalam waktu beberapa bulan saja.

Dari unggahan di berbagai media, dapat diringkaskan bahwa pada intinya lokasi ini berada di daerah puncak Gunung Luhur (Bahasa Sunda yang artinya Gunung Tinggi) di ketinggian lebih dari 1.000 m di atas permukaan laut. Daya tarik destinasi wisata Gunung Luhur terjadi pada pagi hari antara pukul 05.00-08.00. Dari puncak Gunung Luhur pengunjung dapat melihat hamparan awan putih nan cantik yang semakin menakjubkan saat berhias kemilau cahaya matahari yang menembus sela-sela awan putih tebal. Serasa dari jendela pesawat menengok ke bawah, serasa seperti di atas bumi.

Informasi keindahan destinasi wisata ini segera tersebar luas karena secara gratis diviralkan melalui media sosial dengan pajangan foto dari para pengunjung. Penduduk dari Kabupaten Lebak dan daerah lain di Banten, Jakarta, dan tetangga kabupaten/kota di Jawa Barat yang memiliki akses cukup mudah ke daerah itu, mulai berkunjung ke Gunung Luhur. Jumlah pengunjung dari hari ke hari meningkat, terutama pada akhir pekan, yang pada akhirnya seperti sudah banyak diberitakan media,

pada hari Minggu 22 September 2019 ribuan warga beramai-ramai mendatangi kawasan tersebut ingin memuaskan kepenasaran menyaksikan sendiri keistimewaan destinasi wisata ini. Akibatnya kemacetan cukup panjang terjadi, tempat parkir penuh sesak, dan sebagian wisatawan menjadi kurang nyaman untuk menikmati bahkan ada yang tidak sempat melihat keindahan alam yang dipromosikan secara viral tersebut.

Dari perspektif pembangunan pariwisata dapat ditarik beberapa *lesson learned* (pelajaran yang dapat dipetik) dari fenomena Negeri di Atas Awan ini. Pertama, potensi wisata Indonesia sangat besar, banyak, dan dengan karunia keberagaman sumber daya alam dan budaya negeri ini, daya tarik yang bisa ditawarkan juga sangat beragam. Ternyata untuk obyek wisata bercorak Negeri di Atas Awan juga terdapat di berbagai daerah, paling tidak lebih dari 10 destinasi wisata dengan ciri khas pesonanya masing-masing, seperti yang dilaporkan beberapa media (antara lain [idntimes.com](https://www.idntimes.com/travel/destination/roh-cahaya-padang/), <https://www.idntimes.com/travel/destination/roh-cahaya-padang/> destinasi-wisata-negeri-di-atas-awan, 23 Agustus 2019).

Kedua, potensi permintaan terhadap jasa pariwisata cukup besar. Bagi penduduk Puncak, Bogor Jawa Barat sudah terbiasa setiap akhir pekan daerahnya dibanjiri oleh tamu wisatawan terutama dari Jakarta dan sekitarnya. Bagi penduduk perkotaan wisata di akhir pekan sudah merupakan suatu kebutuhan, di antaranya untuk jeda dulu dari kegiatan rutin sehari-hari dan kesibukan khas perkotaan. Karena itu, dengan adanya informasi obyek wisata Gunung Luhur di Lebak yang jaraknya dapat terjangkau di akhir pekan, responsnya sangat positif. Banyak warga Jakarta dan sekitarnya berwisata ke Gunung Luhur. Potensi wisatawan mancanegara (wisman) mendatangi berbagai destinasi wisata di Indonesia juga tumbuh terus, terbukti dari data jumlah wisman yang datang ke Indonesia terus meningkat setiap tahun.

Ketiga, kehadiran media sosial di era digital ini ternyata dapat membantu menyebarkan informasi apapun dengan cepat, terutama bila mengandung pesan yang khas dan bersifat *human interest*. Fasilitasi media sosial ini dapat dimanfaatkan menjadi media yang efektif untuk promosi keistimewaan

destinasi suatu obyek wisata, asalkan pesan tersebut dikemas dengan tepat, menarik, dan memiliki unsur human interest, namun isi pesan harus jujur.

Keempat, waktu promosi harus tepat yaitu pada saat obyek wisata dan infrastruktur pendukungnya sudah siap menerima kedatangan wisatawan. Yang dimaksud infrastruktur pendukung pariwisata antara lain meliputi prasarana dan sarana transportasi, hotel dan restoran yang sesuai dengan sasaran jenis wisatawan yang diharapkan berkunjung, listrik dan air bersih, koneksi alat komunikasi, dan sumber daya manusia bidang pariwisata. Ditinjau dari kegiatan pemasaran, kejadian Minggu 22 September 2019 dapat mengakibatkan dampak buruk bagi promosi destinasi wisata Gunung Luhur Lebak. Untuk itu Pemda Lebak perlu segera mengatasi hal ini, termasuk mengajak pihak swasta untuk mempercepat pembangunan infrastruktur pendukung pariwisata.

Setelah membaca buku bunga rampai Memajukan Pariwisata untuk Pengembangan Ekonomi Nasional dan Daerah, diharapkan para pembaca akan lebih mudah memahami fenomena Negeri di Atas Awan di Lebak Banten Suatu destinasi wisata yang belum dipersiapkan dengan baik prasarana dan sarana pendukungnya, tiba-tiba harus menerima tamu wisatawan yang membludag.

Sebagian besar pelajaran dari fenomena Negeri di Atas Awan sudah didiskusikan dalam buku ini. Tulisan-tulisan di buku ini telah membahas di antaranya tentang pengembangan wisata dengan *digital marketing*, perlunya partisipasi dan peran masyarakat dalam memajukan pariwisata, penyiapan sumber daya manusia bidang pariwisata, dan kemitraan pembangunan destinasi wisata. Semoga para pembaca buku ini bertambah wawasannya mengenai pariwisata, dinamika pengembangannya, dan manfaatnya bagi kehidupan masyarakat.

Indeks

A

Assesor 63

B

Bali 2, 4, 10, 18, 20, 21, 22, 23,
39, 47, 49, 54, 66, 99, 102,
106, 108, 109, 129

bauran pemasaran 6, 83

Belanda 88

bisnis 10, 13, 14, 17, 20, 25, 28,
30, 69, 70, 72, 73, 74, 75,
82, 88, 96, 98, 107, 114

border 88, 89, 92, 93, 94, 98, 99

BPS 1, 15, 27, 51, 52, 65, 102

budaya 2, 4, 5, 11, 17, 18, 21,
24, 27, 31, 32, 36, 38, 39,
41, 43, 44, 45, 46, 47, 48,
51, 53, 54, 55, 56, 64, 70,
87, 91, 93, 94, 101, 104,
105, 106, 108, 110, 111,
112, 116, 117, 119, 122,
124, 126, 131, 134

C

CBT 29, 31, 34, 37, 38, 39, 40,
41, 44, 45

Competitiveness 11, 20

D

daya saing 11, 17, 20, 25, 26, 60,
75, 107, 122

destinasi 1, 2, 3, 4, 6, 7, 10, 14,
15, 17, 18, 21, 22, 23, 24,
26, 27, 39, 41, 44, 54, 67,
68, 69, 71, 73, 74, 75, 76,
77, 78, 79, 82, 83, 84, 88,
89, 92, 93, 94, 97, 98, 99,
104, 106, 109, 115, 117,
133, 134, 135

devisa 1, 2, 4, 10, 12, 14, 15, 18,
22, 26, 28, 39, 41, 51, 52,
53, 54, 66, 67, 69, 87, 95

digital 6, 11, 18, 22, 23, 24, 25,
26, 53, 72, 89, 90, 94, 96,
97, 105, 131, 134, 135

domestik 1, 9, 11, 12, 40, 53,
67, 69

E

e-Tourism 90

event 18, 19, 23, 92, 94

F

faktor 4, 5, 6, 7, 11, 26, 43, 48,
69, 70, 71, 73, 75, 83, 94, 95

G

GDP 12

H*homestay* 89, 90, 91, 99**I**

indikator 11, 14, 60

Induk 7, 24, 83, 95, 116, 117,
118, 127, 131

induk 117, 118, 127, 131

infrastruktur digital 11

internet 11, 28, 72, 89, 90, 99

investasi 4, 8, 10, 11, 12, 15, 17,
20, 26, 37, 40, 75, 78, 114**J**Jawa Timur 2, 4, 7, 106, 107, 108,
109, 110, 111, 112, 116, 117,
118, 119, 122, 123, 124, 125,
126, 127, 128, 129, 130, 131**K**

KEK 4, 18, 26, 54

Kemitraan 40, 103, 105, 106,
107, 109, 111, 112, 113,
115, 117, 119, 121, 123,
125, 127, 128, 129, 131komunitas 31, 32, 43, 44, 45, 47,
55, 125, 128kreatif 5, 17, 18, 30, 31, 49, 58,
64, 117**L**

langka 20, 28, 61, 76, 78, 117

M*Marketing* 69, 74, 77, 79, 81,
82, 84, 85masyarakat 3, 4, 5, 7, 8, 9, 13,
21, 22, 24, 26, 29, 30, 31,
32, 33, 34, 35, 36, 37, 38,
39, 40, 41, 42, 43, 44, 45,
46, 47, 48, 49, 53, 63, 64,
67, 68, 69, 70, 76, 87, 94,
101, 104, 106, 107, 113, 115,
117, 123, 125, 126, 127, 135

Matriks BCG 74

Millenial 90**O***online* 10, 24, 25, 53, 97**P**pariwisata 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9,
10, 11, 12, 13, 14, 15, 16,
17, 18, 19, 20, 21, 22, 23,
24, 25, 26, 27, 28, 29, 30,
31, 32, 33, 34, 35, 36, 37,
38, 39, 40, 41, 42, 43, 44,
45, 47, 48, 49, 51, 52, 53,
54, 55, 56, 57, 58, 59, 60,
61, 62, 63, 64, 65, 66, 67,
68, 69, 70, 71, 73, 74, 75,
76, 77, 78, 79, 82, 83, 84,

- 85, 87, 88, 89, 90, 91, 93,
94, 95, 96, 97, 99, 101,
103, 104, 105, 106, 107,
109, 110, 111, 112, 114,
115, 116, 117, 118, 119,
122, 123, 124, 125, 126,
127, 128, 131, 133, 134, 135
- partisipasi 3, 5, 31, 32, 33, 34,
35, 36, 37, 38, 43, 44, 47, 48,
62, 69, 125, 126, 127, 135
- PDB 1, 9, 15, 87, 104
- pelatihan 5, 37, 40, 48, 61, 62,
63, 65, 66
- pemasaran 3, 6, 18, 19, 24, 25, 53,
56, 68, 69, 71, 73, 78, 79,
80, 81, 82, 83, 84, 89, 135
- pemberdayaan 13, 21, 29, 31,
43, 44, 62
- perbatasan 3, 6, 7, 87, 88, 89,
90, 93, 94, 95, 98, 99
- perekonomian 1, 3, 4, 7, 9, 10,
11, 12, 13, 14, 15, 17, 22,
26, 42, 69, 87, 89, 95, 98,
104, 105, 110, 113, 124
- perencanaan 5, 6, 25, 30, 33, 34,
35, 38, 44, 48, 49, 56, 62,
79, 83, 84, 126, 127
- prioritas 2, 11, 22, 23, 25, 26,
31, 53, 54, 60, 64, 67, 75,
89, 90, 99, 106
- promosi 2, 3, 4, 10, 11, 12, 18,
19, 22, 23, 24, 25, 26, 27,
34, 38, 54, 56, 70, 72, 77,
78, 79, 80, 81, 92, 94, 105,
128, 134, 135
- R**
- rekreasi 13, 36, 37, 56, 57, 61
- S**
- SDM 3, 4, 5, 6, 18, 21, 24, 26,
54, 58, 59, 60, 61, 62, 63,
64, 66, 89
- sektor 1, 3, 4, 6, 9, 10, 11, 12,
13, 14, 15, 17, 18, 20, 21,
22, 24, 26, 28, 29, 30, 39,
51, 52, 53, 54, 58, 59, 60,
62, 64, 65, 66, 67, 68, 87,
88, 94, 95, 96, 97, 101,
103, 104, 105, 106, 107,
110, 113, 115, 116, 123,
124, 125, 126, 127
- sinergi 4, 23, 25, 26, 30, 107
- strategi 2, 3, 6, 9, 14, 19, 22, 25,
26, 34, 38, 39, 44, 62, 68,
69, 71, 73, 75, 76, 77, 78,
81, 82, 83, 84, 87, 88, 89,
92, 95, 97, 116, 117, 118,
119, 122, 123
- T**

target 1, 2, 9, 15, 17, 18, 19, 21,
22, 24, 26, 52, 68, 78, 101

telepon selular 11

tourism 18, 25, 26, 31, 32, 37,
53, 80, 85, 88, 89, 90, 91,
92, 93, 96, 98, 99

transportasi 10, 11, 13, 25, 37,
42, 55, 57, 58, 59, 67, 71,
91, 94, 114, 123, 135

Travel 11, 20, 35, 36, 49, 69, 85

U

unik 1, 3, 6, 10, 21, 24, 25, 28, 32,
36, 38, 39, 43, 44, 59, 61,
68, 79, 80, 85, 89, 91, 93,
96, 97, 98, 101, 114, 135

V

visa 1, 2, 4, 10, 12, 14, 15, 18,
22, 24, 26, 28, 39, 41, 51,
52, 53, 54, 66, 67, 69, 87,
95, 98, 102

W

wisata 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10,
11, 12, 13, 14, 15, 16, 17,
18, 19, 20, 21, 22, 23, 24,
25, 26, 27, 28, 29, 30, 31,
32, 33, 34, 35, 36, 37, 38,
39, 40, 41, 42, 43, 44, 45,
46, 47, 48, 49, 50, 51, 52,
53, 54, 55, 56, 57, 58, 59,

60, 61, 62, 63, 64, 65, 66,
67, 68, 69, 70, 71, 72, 73,
74, 75, 76, 77, 78, 79, 81,
82, 83, 84, 85, 87, 88, 89,
90, 91, 92, 93, 94, 95, 96,
97, 98, 99, 101, 102, 103,
104, 105, 106, 107, 108,
109, 110, 111, 112, 113,
114, 115, 116, 117, 118,
119, 121, 122, 123, 124,
125, 126, 127, 128, 129,
130, 131, 133, 134, 135

wisatawan mancanegara 1, 9, 10,
17, 25, 51, 59, 88, 101,
107, 134

Wisatawan Nusantara 103

Tentang Penulis

Mandala Harefa, adalah peneliti Kebijakan Publik pada Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, yang merupakan alumnus Program Pascasarjana, Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik-Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia. Penulis pada saat ini menjabat sebagai Peneliti Utama kepakaran Kebijakan Ekonomi Publik bidang desentralisasi dan ekonomi regional yang bertugas memberi dukungan kegiatan DPR dalam membuat kajian, analisa kebijakan, proses RUU menjadi undang-undang dan mempersiapkan makalah bagi Pimpinan, alat kelengkapan dewan dan para anggota DPR RI. Telah mengikuti confrensi world Bank 2018, konfrensi internasional dan melakukan berbagai penelitian lapangan dan telah diterbitkan di jurnal ilmiah dan dalam bentuk buku yang topiknya berkaitan dengan permasalahan terkait kebijakan publik sesuai dengan fungsi kedewanan antara lain kebijakan Keuangan Negara dan Daerah, ekonomi Regional dan topik lainnya terkait dengan ekonomi publik BUMN dan UMKM termasuk pariwisata yang telah diterbitkan oleh Pusat Penelitian Badan Keahlian Dewan (BKD) DPR dan Balai Pustaka serta penerbit lainnya. Penulis dapat dihubungi melalui email: manhar@dpr.go.id

Rais Agil Bahtiar, menyelesaikan pendidikan S1 Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada pada tahun 2015 dan langsung melanjutkan pendidikan S2 Program Studi Magister Administrasi Publik, Program Pascasarjana Universitas Jenderal Soedirman pada tahun 2018 dengan tesis berjudul “Implementasi Program Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan (PATEN) (Studi di Kecamatan Purwokerto Utara, Purwokerto Selatan, Purwokerto Timur, dan Purwokerto Barat)”. Saat ini menjabat sebagai Calon Peneliti di Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI.

Achmad Sani Alhusain, menyelesaikan pendidikan S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran pada tahun 1998 dan pendidikan S2 *Master of Art in Economic Policy* di *Andrew Young School of Policy Studies, Georgia State University, Atlanta, USA*, pada tahun 2002. Saat ini menjabat sebagai Peneliti Madya Kebijakan Publik pada bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik, Pusat Penelitian-Badan Keahlian DPR RI. Beberapa karya tulis ilmiah yang telah dipublikasikan melalui jurnal dan buku, antara lain: “Upah Minimum: Kebijakan, Permasalahan dan Solusi” (2014), “Kebijakan Pembangunan Ekonomi Kreatif” (2015), “Kebijakan Pemerataan Pembangunan Daerah di Indonesia” (2015).

Sahat Aditua F Silalahi, menyelesaikan pendidikan S-1 di Teknik Kimia, Institut Teknologi Bandung pada Tahun 2004. Kemudian memperoleh gelar Master of Business Administration (MBA) dari Universitas Gadjah Mada pada Tahun 2009. Selama bekerja di Pusat Penelitian, Badan Keahlian DPR RI, aktif bertugas dalam Tim Penyusun Naskah Akademik dan Rancangan Undang-Undang (RUU) tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan RUU tentang Perindustrian, serta Panitia Khusus Angket DPR RI tentang Pelabuhan Indonesia II (Pelindo II). Beberapa tulisan yang pernah dipublikasikan antara lain: *Factors Affecting Satisfaction and Loyalty Toward Islamic Banking (Atlantis Press, Web of Science Indexed, 2019)*, Isu Strategis pada Pengelolaan Badan Usaha Milik Negara (2016), dan Permasalahan Pada Industri Manufaktur di Indonesia (2016).

Dewi Wuryandani, menyelesaikan studi S1 pada jurusan Teknik Kimia – Fakultas Teknologi Industri di Universitas UPN “Veteran” Yogyakarta dan melanjutkan pendidikan Pasca Sarjana pada jurusan Keuangan Manajemen Ekonomi-Magister Ekonomi Universitas Gadjah Mada di Yogyakarta.. Saat ini menjabat sebagai Peneliti Muda Bidang Kebijakan dan Administrasi pada Pusat Penelitian-Badan Keahlian DPR RI. Beberapa karya tulis ilmiah yang telah dipublikasikan melalui

jurnal dan buku antara lain: “Kebijakan Privatisasi BUMN Melalui Pasar Modal” (2015), “Kebijakan Pemerintah Dalam Meningkatkan Daya Saing Melalui Perdagangan Internasional” (2015), “Fasilitasi Perdagangan. Kesiapan Indonesia Menghadapi Persaingan Global” (2016), dan “Pengelolaan Energi dan Sumber Daya Alam nasional” (2016).

Burhanudin Mukhamad Faturahman, lahir di Ponorogo, tanggal 14 November 1992 adalah lulusan Sarjana Administrasi Publik Universitas Brawijaya tahun 2015 dan Magister Administrasi Publik Universitas Brawijaya pada tahun 2017. Ia telah menerbitkan beberapa artikel ilmiah diantaranya Aktualisasi Nilai Demokrasi dalam Perekrutan dan Penjaringan Perangkat Desa, Kepemimpinan dalam Budaya Organisasi, *Innovation of Local Government in Improving Food Security in Pacitan Regency* dan Pemetaan Potensi Wilayah untuk Menunjang Kebijakan Pangan Kabupaten Pacitan.

Tentang Editor



Prof. (Riset) Dr. Ir. Achmad Suryana, MS adalah peneliti senior dalam bidang Sosial Ekonomi Pertanian dan Kebijakan Pangan dan Pertanian. Sebagai peneliti senior, Achmad Suryana telah menulis lebih dari 130 artikel ilmiah ataupun semi ilmiah, dan editor lebih dari 17 buku dan prosiding, termasuk lima yang diterbitkan oleh Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI. Pada saat ini Suryana menjadi Ketua Dewan Redaksi jurnal ilmiah terakreditasi Analisis Kebijakan Pertanian yang diterbitkan Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian (PSEKP) Kementerian Pertanian dan Mitra Bestari pada dua jurnal ilmiah lainnya.

Suryana mengawali pendidikan Strata 1 (Insinyur) di Institut Pertanian Bogor (IPB) dengan keahlian Sosial Ekonomi Pertanian selesai tahun 1978 dan S2 (Magister Sains) juga di IPB dengan keahlian Ekonomi Pertanian tamat tahun 1980. Pendidikan jenjang S3 ditempuh Suryana di *North Carolina State University* (NCSU), Amerika Serikat dengan keahlian Ekonomi, mendapat gelar Ph.D tahun 1986.

Selain sebagai peneliti, Achmad Suryana pernah menduduki jabatan struktural di Kementerian Pertanian, mulai dari level eselon IV. Suryana dipercaya menjabat jenjang jabatan eselon I selama 14 tahun (2000-2014) sebagai Kepala Badan Urusan Ketahanan Pangan, Kepala Badan Bimbingan Massal Ketahanan Pangan, Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, dan Kepala Badan Ketahanan Pangan. Suryana juga pernah menjadi pelaksana tugas Direktur Jenderal Tanaman Pangan dan Kepala Badan Pengembangan Penyuluhan dan Sumber Daya Manusia Pertanian, masing-masing sekitar satu tahun.

Di bidang kepakarannya, Suryana aktif sebagai Pengurus Pusat PERHEPI (Perhimpunan Ekonomi Pertanian Indonesia), anggota Dewan Riset Nasional (2005–2008), dan Wakil Ketua Komisi Bioetika Nasional (2005–2008). Di kancah internasional, Suryana menjadi anggota *Board of Trustees, International Rice Research Institute (BOT-IRRI)* untuk dua periode (2008-2013) dan menjadi *Chairman Policy Partnership on Food Security, Asia and Pacific Economic Cooperation (PPFS-APEC)* pada tahun 2013.

Penghargaan yang pernah diterima oleh Achmad Suryana dari Pemerintah adalah; Satyalancana Wira Karya (1997), Satyalancana Pembangunan (1999), dan Satyalancana Karya Satya X Tahun, XX Tahun (2003), dan XXX Tahun. Di komunitas internasional, sebagai Kepala Badan Ketahanan Pangan pada tahun 2012 Achmad Suryana memperoleh AGFUND *International Prize* dari *Arab Gulf Program for Development*, suatu penghargaan atas penyelenggaraan kegiatan Desa Mandiri Pangan yang inovatif dalam pengentasan kemiskinan.

Achmad Suryana,

Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Kementerian Pertanian.

Kampus Penelitian Pertanian Cimanggu

Jl. Tentara Pelajar 3B, Bogor.

Telp. 0251 8333964, 8325177, Faksimile 0251 8314496,

Email: achsuryana@gmail.com