

STRATEGI MODEL PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA NASIONAL (DPN) KOTA KUPANG NUSA TENGGARA TIMUR DALAM MENDUKUNG PROGRAM MP3EI KORIDOR V

Sari Bandaso Tandilino, Jermias Kay Alang

Politeknik Negeri Kupang, Nusa Tenggara Timur

E-mail: saribandaso@yahoo.co.id

Abstrak

Provinsi NTT memiliki 550 pulau yang tersebar di 22 kabupaten dan kota yang terbagi dalam 13 (tigabelas) Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN) dan terdiri dari 5 (lima) kawasan Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) termasuk kota Kupang dalam mendukung MasterPlan Percepatan Perluasan Pembangunan Indonesia (MP3EI) pada koridor V. Dengan tagline Kupang kota KASIH memiliki 59 daya tarik wisata, yang sedang berbenah untuk menjadikan kota Kupang sebagai gerbang selatan pariwisata Indonesia yang meliputi Australia dan Pasific. Untuk itu berbagai upaya telah dilakukan pemerintah NTT seperti penetapan event core, major dan supporting termasuk didalamnya pengembangan wisata kota dengan menargetkan kunjungan wisatawan sebanyak 600.000 orang selama tahun 2019. Kotamadya Kupang, kota yang sudah berusia 130 tahun memiliki sejarah yang panjang dalam perkembangan kota. Keragaman warisan sejarah, budaya, nilai dan pola hidup masyarakat serta kepercayaannya, tercermin dalam wujud fisik kota. Di kawasan ini peradaban kota terbentuk. Peninggalan sejarah berupa artefak (bangunan, arsitektur, prasarana fisik dan benda fisik lainnya) merupakan aset wisata yang memberikan ciri Kota Kupang. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi potensi pengembangan pariwisata Kota Kupang, mengidentifikasi motivasi wisatawan internasional dan nusantara yang berkunjung, dan menghasilkan strategi pengembangan pariwisata yang berkelanjutan kota Kupang. Penelitian ini menggunakan alat analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan indikator pergerakan wisatawan, matriks analisa SWOT untuk strategi pengembangan wisata kota Kupang. Populasi dan sampel adalah stakeholder industri pariwisata dengan teknik pengumpulan data primer dan sekunder menggunakan wawancara, kuesioner, observasi dan dokumentasi dan penggunaan kuesioner passanger exit survey (PES) pada Bandara Internasional El-Tari Kupang.

Kata kunci : Strategi, Pariwisata, Model, Destinasi

Abstract

NTT Province has 550 islands spread over 22 regencies and cities which are divided into 13 (thirteen) National Tourism Development Areas (KPPN) and consists of 5 (five) National Tourism Destinations (DPN) areas including the city of Kupang in support of the Master Plan for the Acceleration of Expansion of Indonesian Development (MP3EI) in corridor V. With the tagline Kupang, the city of KASIH has 59 tourist attractions, which are currently improving to make the city of Kupang the southern gateway for Indonesian tourism which includes Australia and the Pacific. For this reason, various efforts have been made by the NTT government, such as determining the core, main and supporting events, including the development of city tourism by targeting 600,000 tourist visits during 2019. The Municipality of Kupang, a city that is 130 years old, has a long history of urban development. The diversity of historical, cultural heritage, values and patterns of people's lives and beliefs, the physical form of the city. In the area of civilization the city was formed. Historical relics in the form of artifacts (buildings, architecture, physical infrastructure and other physical objects) are tourism assets that characterize Kupang City. The purpose of this study is to identify the tourism development potential of Kupang City, to identify the motivation of international and domestic tourists who visit, and to produce a strategy for developing sustainable tourism in the city of Kupang. This study uses a descriptive analysis tool that is used to explain the indicators of tourist movement, the SWOT analysis matrix for the Kupang city tourism development strategy. The population and sample are tourism industry stakeholders with primary and secondary data collection techniques using interviews, questionnaires, observation and documentation and the use of a passanger exit survey (PES) questionnaire at El-Tari Kupang International Airport.

Keywords : Strategy, Tourism, Model, Destination

PENDAHULUAN

Pariwisata kota (urban turism) merupakan suatu bentuk pengembangan

pariwisata dengan lokasi wisata berada di dalam kota dimana area kota, elemen-elemen kota, bahkan kota itu sendiri menjadi suatu

komoditas utama pariwisata. Kunjungan ke kota-kota wisata seperti Paris, London, Roma dan banyak lagi kota-kota di Amerika bahkan Asia, telah umum dilakukan melalui paket-paket wisata kota. Kota-kota tersebut umumnya mempunyai sejarah budaya yang panjang. Tetapi tak sedikit pula kota-kota yang tergolong baru dalam pengembangan potensi pariwisatanya, seperti Singapura bahkan Kuala Lumpur, Malaysia.

Nama Kupang sebenarnya berasal dari nama seorang raja, yaitu Nai Kopan atau Lai Kopan, yang memerintah Kota Kupang sebelum bangsa Portugis datang ke Nusa Tenggara Timur. Daerah ini merupakan wilayah kekuasaan Raja Helong dan yang menjadi raja pada saat itu adalah Raja Lai Kopan. Nama Lai Kopan kemudian disebut oleh Belanda sebagai Koeipan dan dalam bahasa sehari-hari menjadi Kupang. Untuk meningkatkan pengamanan kota, maka pada tahun 23 April 1886, Residen Creeve menetapkan batas-batas kota yang diterbitkan pada *Staatblad* Nomor 171 tahun 1886. Oleh karena itu, tanggal 23 April 1886 ditetapkan sebagai tanggal lahir Kota Kupang. Terletak pada 10°36'14"-10°39'58" LS dan 123°32'23"-123°37'01"BT; Luas wilayah 180,27 Km², Batas Wilayah Utara berbatasan dengan Teluk Kupang, Timur berbatasan dengan Kab. Kupang, Barat berbatasan dengan Selat Semau dan Kab. Kupang, sedangkan Selatan berbatasan dengan Kabupaten Kupang; Jumlah penduduk 553.456 jiwa; Wilayah Administrasi terdiri dari 4 kecamatan, dan 49 kelurahan yang memiliki potensi wisata sebanyak 59 daya tarik wisata seperti wisata alam, budaya dan man made (buatan manusia) [1]. Sebuah kota dapat memiliki daya tarik sendiri sehingga merupakan daerah tujuan wisata. Tumbuh dan berkembangnya kawasan wisata dalam suatu kota tergantung dari: (1) cara memanfaatkan potensipotensi obyek wisata yang telah ada; (2) menggali potensi yang belum dikembangkan; (3) mendukung peluang pengembangan obyek wisata dengan ketersediaan prasarana dan sarana yang sesuai dengan kondisi lingkungan dan; (4) melakukan pengelolaan kawasan secara profesional dan berkelanjutan. MP3EI adalah program pemerintah untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi wilayah Indonesia. Pembangunan koridor ekonomi di Indonesia dilakukan berdasarkan potensi dan keunggulan masing-masing wilayah yang tersebar di seluruh Indonesia. Sebagai negara yang terdiri atas ribuan pulau dan terletak di antara dua

benua dan dua samudera, wilayah kepulauan Indonesia memiliki sebuah konstelasi yang unik, dan tiap kepulauan besarnya memiliki peran strategis masing-masing yang ke depannya akan menjadi pilar utama untuk mencapai visi Indonesia tahun 2025 [2]. Dengan memperhitungkan berbagai potensi dan peran strategis masing-masing pulau besar (sesuai dengan letak dan kedudukan geografis masing-masing pulau), telah ditetapkan 6 (enam) koridor ekonomi dimana kota Kupang (Nusa Tenggara Timur) berada dalam cakupan wilayah koridor V sebagai pintu gerbang pariwisata pendukung pangan nasional. Untuk itu berbagai upaya telah dilakukan pemerintah NTT seperti penetapan event core, major dan supporting termasuk didalamnya pengembangan wisata kota dengan menargetkan kunjungan wisatawan sebanyak 600.000 orang selama tahun 2016 [3]. Hal ini juga dilakukan dalam rangka memenuhi target 20 juta kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2019 oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia [4].

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No 50 Tahun 2011 tentang RIPPARNAS 2010 - 2025[5], Kota Kupang termasuk didalam salah satu Kawasan Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) yang tentunya membutuhkan pengelolaan strategi pengembangan kawasan yang bersifat sustainable tourism. Kota merupakan destinasi dengan multimotivasi, tidak seperti resor-resor pada umumnya (Law, 1996: 3). Orang-orang datang ke suatu kota untuk berbagai tujuan: bisnis, kegiatan hiburan dan rekreasi, mengunjungi keluarga dan kerabat, atau urusan pribadi lainnya. Seringkali, mereka mengunjungi kota untuk lebih dari satu alasan. Orang yang pergi ke suatu kota untuk berbisnis, menyempatkan diri untuk mengunjungi museum atau galeri seni di kota yang dikunjunginya. Atau mereka yang dari luar negeri (wisatawan mancanegara) mengunjungi dan berwisata di kota tertentu sebagai pintu gerbang untuk mengunjungi daerah lain di sekitarnya.

Dalam konteks restrukturisasi perekonomian global dan deindustrialisasi di beberapa kota di dunia, pariwisata dan pengembangan pariwisata berperan penting dalam memperbaiki perekonomian kota yang mulai menurun (Law, 2000). Pariwisata menjadi motivasi penting bagi revitalisasi kota pada masa kini. Dengan bangkitnya kembali kota-kota di dunia, masyarakat menjadi makmur, dan muncul kelompok menengah yang memacu peningkatan permintaan akan

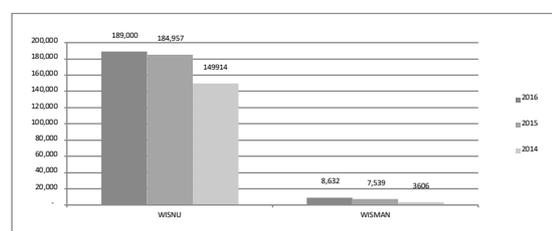
pariwisata dan rekreasi, baik domestik maupun antar negara. Kota besar yang memiliki berbagai daya tarik berupa peninggalan sejarah atau berbagai proyek baru menjadi sasaran kunjungan masyarakat negara maju, di samping kunjungan ke kawasan wisata di lokasi khusus (pantai, pegunungan). Page (2003) mengemukakan bahwa pariwisata perkotaan tumbuh sebagai akibat globalisasi perekonomian pada akhir tahun 1970an. Globalisasi yang terjadi mengubah struktur perekonomian dunia, mengintegrasikan struktur perekonomian nasional ke dalam struktur perekonomian internasional dalam bentuk perdagangan, investasi asing, migrasi, dan teknologi. Hubungan antarnegara pada awal tahun 1980-an meningkat semakin interaktif, multipolar, dan memiliki saling ketergantungan yang tinggi. Hal ini mengakibatkan pola organisasi ekonomi terdesentralisasi pada skala global sehingga otonomi kota-kota terhadap perekonomian menjadi menurun. Kondisi inilah yang menyebabkan terjadinya deindustrialisasi di perkotaan yang membangkitkan investasi di industri jasa yang sangat besar, khususnya yang terkait dengan konsumsi, pada akhir abad ke-20 dan awal abad ke-21. Kemudian, dominasi industri jasa ini lah menjadi ciri kota-kota pada saat ini (Page, 2003: 27). Penanaman modal yang tinggi di industri jasa (Page, 2003: 27) serta upaya revitalisasi kota-kota pada masa post-industrialisasi ini memotivasi pemerintah kota-kota untuk mengembangkan pariwisata sebagai stimulus utama bagi perbaikan ekonomi lokal dan regional (Roche, 1992 dalam Page, 2003: 28). Mullins (1991) juga mengatakan bahwa *tourism urbanisation* sebagai urbanisasi yang didasarkan pada penjualan dan konsumsi kesenangan/*pleasure*.

Dalam perkembangannya, *tourism urbanisation* kemudian menumbuhkan bentuk-bentuk khusus dari pariwisata perkotaan. Sesuai visinya mewujudkan Kota Kupang sebagai Kota berbudaya dengan menampilkan citra sebagai rumah hunian bagi semua etnis dan sebagai second home bagi wisatawan, kota modern sebagai kota yang berada pada gerbang selatan dan berhadapan dengan wilayah Asia Pasifik, haruslah menampilkan diri sebagai kota yang tertata dan memiliki infrastruktur dengan standar internasional, memiliki daya saing tinggi produktifitas tinggi dalam segala aspek kehidupannya serta terciptanya suatu kondisi tata ruang yang mampu mengakomodir aktivitas dan interaksi antar warga kota serta dengan memperhatikan pembangunan berkelanjutan. Beberapa destinasi wisata yang ada bahkan

sudah sangat mendunia bagi para wisatawan mancanegara. Potensi yang ada ini dapat digunakan sebagai modal utama pembangunan. Sektor pariwisata kota Kupang berperan dalam peningkatan pada garis besarnya berintikan tiga segi, yaitu segi ekonomis (sumber devisa, pajak); segi sosial (penciptaan lapangan kerja), dan segi budaya (memperkenalkan kebudayaan kita kepada wisatawan). Ketiga segi tersebut tidak saja berlaku bagi wisatawan-wisatawan mancanegara, tetapi juga untuk wisatawan-wisatawan domestik.

Berikut data jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Kupang mengalami fluktuasi seperti pada diagram berikut ini :

Grafik 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Kupang (dalam ribuan)



Dari 888.883 orang jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan asing ke provinsi NTT pada tahun 2016, sebesar 22,2 % atau 197.632 orang wisatawan saja yang mengunjungi Kota Kupang, dan dari jumlah tersebut hanya sebesar 7,6 % wisatawan asing yang berkunjung. Padahal kota Kupang sangat strategis sebagai pintu masuk bagi wisatawan Australia, Selandia Baru dan negara-negara di kawasan Pasific bagian selatan. Oleh karena itu mengembangkan pariwisata di perkotaan adalah usaha untuk meningkatkan pendapatan asli daerah melalui pajak hotel dan restoran, dan sekaligus meningkatkan aktivitas ekonomi di perkotaan. Pengembangan pariwisata apapun jenis dan namanya memerlukan fungsi pengelolaan yang kreatif dan inovatif berdasarkan atas perencanaan yang matang, pelaksanaan yang konsisten, dan evaluasi yang terukur dan konstruktif. Pembangunan wisata kota adalah pembangunan yang terintegrasi dan holistik yang akan mewujudkan kepuasan semua pihak. Perlunya integrasi aspek-aspek terkait yang terdiri dari: (1)Aspek daya tarik destinasi; dimana kota kupang memiliki 59 DTW baik alam, budaya dan buatan manusia merupakan magnet dalam menjaring wisatawan yang berkunjung (2)Aspek transportasi atau sering disebut aksesibilitas; merupakan atribut akses bagi wisatawan domestik dan mancanegara agar dengan mudah dapat mencapai tujuan ke tempat

wisata baik secara internasional maupun akses terhadap tempat-tempat wisata pada sebuah destinasi. (3)Aspek fasilitas utama dan pendukung; merupakan atribut amenities yang menjadi salah satu syarat daerah tujuan wisata agar wisatawan dapat dengan kerasan tinggal lebih lama pada sebuah destinasi. (4)Aspek kelembagaan; atribut sumberdaya manusia, sistem, dan kelembagaannya berupa lembaga pariwisata yang akan mendukung sebuah destinasi layak untuk dikunjungi, aspek kelembagaan tersebut dapat berupa dukungan lembaga keamanan, lembaga pariwisata sebagai pengelola destinasi, dan lembaga pendukung lainnya yang dapat menciptakan kenyamanan wisatawan. Akan tetapi, kondisi potensi pariwisata yang ada di Kota Kupang belum dikelola secara maksimal, hal ini lebih disebabkan oleh keterbatasan sumber daya manusia pariwisata, konflik lahan yang akan dijadikan destinasi wisata baru, belum adanya awareness masyarakat tentang pariwisata, tidak adanya perhatian pemerintah kota Kupang untuk mengeluarkan regulasi pariwisata dimana sampai saat ini belum ada RIPPARDA Kota Kupang, keengganan investor menanamkan modal karena tidak adanya insentif dan payung regulasi yang jelas dari Pemda Kota Kupang, Disamping itu pula belum adanya model strategi pengembangan yang berbasis pariwisata berkelanjutan (sustainable tourism). Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik mengadakan penelitian tentang Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) Kota Kupang dalam mendukung Program MP3EI Koridor V.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Strategi Pengembangan Pariwisata

Strategi merupakan sejumlah keputusan dan aksi yang ditujukan untuk mencapai tujuan (*goal*) dan menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan industrinya (Coulter, 2002: 7 dalam Kuncoro,2005: 12). Dengan demikian beberapa ciri strategi yang utama adalah:

(1) *goal-directed actions*, yaitu aktivitas yang menunjukkan apa yang diinginkan dan bagaimana mengimplementasikannya

(2) mempertimbangkan semua kekuatan internal (sumber daya dan kapabilitas), serta memperhatikan peluang dan tantangan.

a. Proses Manajemen Strategis

Manajemen strategi sebagai suatu proses

meliputi sejumlah tahapan yang saling berkaitan dan berurutan. Tahapan utama proses manajemen strategi, dan evaluasi kinerja menurut Pearce & Robbins,(2003:11-16) dalam Kuncoro (2005: 13) yaitu :

- a) Analisis lingkungan, meliputi deteksi dan evaluasi konteks organisasi, lingkungan eksternal dan internal organisasi
- b) Formulasi strategi, mencakup desain dan pilihan strategi yang sesuai.
- c) Implementasi strategi, adalah proses bagaimana melaksanakan strategi yang telah diformulasikan dengan tindakan nyata.
- d) Evaluasi strategi, adalah proses mengevaluasi bagaimana strategi diimplementasikan dan sejauh mana mempengaruhi kinerja.

b. Perumusan strategi

Perumusan strategi adalah pengembangan rencana panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan organisasi. Perumusan strategi meliputi menentukan misi organisasi, menentukan tujuan-tujuan yang ingi dicapai, pengembangan strategi dan penetapan pedoman kebijakan.(J. David Hunger & Thomas L. Wheelen, 2003: 12)

c. Implementasi strategi

Implementasi strategi (J. David Hunger & Thomas L. Wheelen, 2003:17) adalah proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijaksanaan dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur. Proses tersebut meliputi perubahan budaya secara menyeluruh, struktur dan atau system manajemen dari organisasi secara keseluruhan. Sebagai perencanaan operasional, implementasi strategi sering melibatkan keputusan sehari-hari dalam alokasi sumber daya.

d. Evaluasi dan pengendalian

Evaluasi dan pengendalian (J. David Hunger & Thomas L. Wheelen, 2003:19) adalah proses yang melaluinya aktivitas-aktivitas organisasi dan hasil kerja dimonitor dan kinerja sesungguhnya dibandingkan dengan kinerja yang diinginkan. Walaupun evaluasi dan pengendalian merupakan elemen akhir yang utama dari manajemen strategis, elemen itu juga dapat menunjukkan secara tepat kelemahan-kelemahan dalam implementasi strategi sebelumnya dan mendorong proses keseluruhannya untuk dimulai kembali.

Berdasarkan analisis SWOT, dapat diformulasikan strateginya dengan cara (Rangkuti, 2006):

- 1) menentukan faktor-faktor strategis eksternal;
- 2) menentukan faktor-faktor strategis internal;
- 3) merumuskan alternatif strategi dengan alat bantu Space Matrix dan Matrix SWOT

e. *Perumusan Strategi Pengembangan Pariwisata*

Strategi pengembangan kepariwisataan bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang, dan bertahap. Langkah pokok dalam strategi pengembangan kepariwisataan (Suwanto, 2004 : 55)

- a) Dalam jangka pendek dititikberatkan pada optimasi, terutama untuk : mempertajam dan memantapkan citra kepariwisataan, meningkatkan mutu tenaga kerja, meningkatkan mutu pengelolaan, memanfaatkan produk yang ada, memperbesar saham dari pasar pariwisata yang telah ada
- b) Dalam jangka menengah dititikberatkan pada konsolidasi, terutama dalam: Memantapkan cara-cara kepariwisataan, mengkonsolidasikan kemampuan pengelolaan, mengembangkan dan diversifikasi produk, mengembangkan jumlah dan mutu tenaga kerja
- c) Dalam jangka panjang dititikberatkan pada pengembangan dan penyebaran dalam: Pengembangan kemampuan pengelolaan, pengembangan dan penyebaran produk dan pelayanan, pengembangan pasar pariwisata baru, pengembangan mutu dan jumlah tenaga kerja.

Pengembangan adalah salah satu bagian manajemen yang menitik beratkan pada implementasi potensi budaya harus dilaksanakan dengan rentang waktu, berapa langka sistematis yang dapat mengarah pada pencapaian hasil, dan hasil yang dicapai diharapkan pada perencanaan manajemen dengan kegiatan yang sangat spesifik untuk mencapai tujuan visi, tujuan, dan sasaran dari rencana tersebut. Menurut Lanya (1995) definisi mengenai pengembangan yaitu, Pengembangan adalah memajukan dan memperbaiki atau meningkatkan sesuatu yang telah ada. Gamal Suwanto (1997), menyatakan pengembangan bertujuan untuk mengembangkan produk yang pelayanan yang berkualitas,

seimbang, bertahan. Berdasarkan definisi di atas, yang dimaksud dengan strategi pengembangan pariwisata adalah upaya-upaya yang dilakukan dengan tujuan memajukan, memperbaiki, dan meningkatkan kondisi kepariwisataan suatu obyek dan daya tarik wisata sehingga mampu menjadi mapan dan ramai untuk dikunjungi oleh wisatawan serta mampu memberikan suatu manfaat baik bagi masyarakat di sekitar obyek dan daya tarik dan lebih lanjut akan menjadi pemasukan bagi pemerintah.

2.2 Pengertian Model

Model adalah pola (contoh, acuan, ragam) dari sesuatu yang akan dibuat atau dihasilkan. (Departemen P&K, 1984:75). Definisi lain dari model adalah abstraksi dari sistem sebenarnya, dalam gambaran yang lebih sederhana serta mempunyai tingkat prosentase yang bersifat menyeluruh, atau model adalah abstraksi dari realitas dengan hanya memusatkan perhatian pada beberapa sifat dari kehidupan sebenarnya (Simamarta, 1983)

2.3 Pengertian Destinasi Pariwisata Nasional

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang RIPPARNAS Kementerian Pariwisata, Destinasi Pariwisata Nasional yang selanjutnya disingkat DPN adalah Destinasi Pariwisata yang berskala nasional. DPN sebagaimana dimaksud ditentukan dengan kriteria berikut ini : a. merupakan kawasan geografis dengan cakupan wilayah provinsi/kota dan/atau lintas provinsi yang di dalamnya terdapat kawasan-kawasan pengembangan pariwisata nasional, yang diantaranya merupakan KSPN; b. memiliki Daya Tarik Wisata yang berkualitas dan dikenal secara luas secara nasional dan internasional, serta membentuk jejaring produk wisata dalam bentuk pola pemaketan produk dan pola kunjungan wisatawan; c. memiliki kesesuaian tema Daya Tarik Wisata yang mendukung penguatan daya saing; d. memiliki dukungan jejaring aksesibilitas dan infrastruktur yang mendukung pergerakan wisatawan dan kegiatan Kepariwisata; dan e. memiliki keterpaduan dengan rencana sektor terkait.

2.4 Definisi Kota dan Perkotaan

Kota merupakan tempat konsentrasi berbagai jenis pelayanan, baik itu komersial, keuangan, maupun industri. Kota juga merupakan pusat bisnis dan sekaligus tempat singgah karena fungsinya sebagai pintu masuk ke wilayah yang lebih luas.

Menurut Prof. Drs. R. Bintarto, seorang ahli **sosiologi**, kota adalah suatu sistem jaringan kehidupan manusia dengan kepadatan

penduduk yang tinggi, strata sosial ekonomi yang heterogen, dan corak kehidupan yang materialistic. Dalam **pembangunan wilayah, kota** didefinisikan sebagai kawasan pemukiman yang secara fisik ditunjukkan oleh kumpulan rumah-rumah yang mendominasi tata ruangnya dan memiliki berbagai fasilitas untuk mendukung kehidupan warganya secara mandiri

Literatur-literatur mendefinisikan kota dalam dua istilah, yaitu *city* dan *town*. *City* didefinisikan sebagai permukiman perkotaan yang lebih besar dan permanen serta memiliki status administrasi, hukum, dan sejarah tertentu. Sementara itu, *town* didefinisikan memiliki ukuran yang lebih kecil dibandingkan *city*.

Sementara itu, kawasan perkotaan didefinisikan sebagai kawasan yang mempunyai **kegiatan utama bukan pertanian** dengan susunan fungsi kawasan sebagai tempat permukiman, pemusatan dan distribusi pelayanan jasa pemerintahan, pelayanan sosial, dan kegiatan ekonomi (Pedoman RDTR Kota). Page (1995) mengungkapkan bahwa kawasan perkotaan muncul sebagai akibat dari proses urbanisasi. Mengacu pada definisi kawasan perkotaan di atas, maka 'perkotaan' memiliki pengertian yang menunjukkan sifat kekotaan, yaitu yang mempunyai kegiatan utama bukan pertanian, tetapi permukiman, pusat kegiatan ekonomi dan jasa.

Klingner (2006: 1) mendefinisikan pariwisata perkotaan secara sederhana sebagai sekumpulan sumber daya atau kegiatan wisata yang berlokasi di kota dan menawarkannya kepada pengunjung dari tempat lain.

"a set of tourist resources or activities located in towns and cities and offered to visitors from elsewhere".

Definisi lain dikemukakan oleh Inskeep (1991: 163) yang menekankan pada peran pariwisata dalam perkotaan sebagai berikut:

"urban tourism.....a very common form of tourism takes place in large cities where tourism may be important but is not a primary activity of the urban area".

tetapi juga menyebutkan adanya *town resort* yaitu:

".....typically oriented to a specific attraction feature such as snow skiing, beach, lake, and marine recreation, spa facilities, mountain scenery, a desert climate, important archaeological and historic site, and religions pilgrimage"(Inskeep, 1991: 162)

Mengacu pada definisi-definisi yang telah

dikemukakan di atas, secara lebih luas **pariwisata perkotaan** (*urban tourism*) dapat didefinisikan sebagai: bentuk umum dari pariwisata yang memanfaatkan unsur-unsur perkotaan (bukan pertanian) dan segala hal yang terkait dengan aspek kehidupan kota (pusat pelayanan dan kegiatan ekonomi) sebagai daya tarik wisata. **Pariwisata perkotaan** tidak selalu harus berada di wilayah kota atau pusat kota. Pariwisata perkotaan dapat berkembang di wilayah pesisir, misalnya, dengan mengembangkan hal-hal yang terkait perkotaan sebagai daya tarik wisatanya. Berbeda dengan **kota wisata**. Kota wisata adalah kota yang memang dibangun untuk pariwisata dan wisatawan, mengandalkan pariwisata sebagai sektor utama penggerak perekonomian kota.

2.5 Konsep Pariwisata Perkotaan

Konsep pariwisata perkotaan berkembang seiring dengan perkembangan pariwisata perkotaan di seluruh dunia. Konsep pariwisata perkotaan yang saat ini berkembang di dunia sedikitnya ada enam konsep, yaitu **tourist-historic city, cultural city, resort city, fantasy city, creative city, dan urban ecotourism**.

Penelitian **Bedi Mulyana** (2011) tentang Strategi Pengembangan Kota Bogor sebagai Destinasi Pariwisata Internasional menyimpulkan bahwa strategi pengembangan pariwisata Kota Bogor meliputi pengembangan destinasi pariwisata baru, bangunan peninggalan sebagai dukungan pengembangan pariwisata, pengembangan fasilitas sesuai dengan kebutuhan pada suatu destinasi ataupun wilayah Kota Bogor secara umum, peningkatan kualitas pelayanan transportasi serta peningkatan kegiatan promosi dan pemasaran pariwisata Kota Bogor. Sedangkan **Linda Tondobala** (2012) tentang Kelayakan Kota Manado sebagai Destinasi Pariwisata menyimpulkan bahwa strategi pengembangan destinasi meliputi 5 model berikut ini; Model pengembangan destinasi wisata Kota Manado; model konservasi dan preservasi dalam konteks pelestarian, model panduan rancang kota, model revitalisasi kawasan, model kemasan wisata pusat kota, model kerjasama antar stakeholders.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan

kuisisioner

Merupakan seperangkat pertanyaan yang disusun untuk diajukan kepada responden. Ada 3 (tiga) kuisisioner yang digunakan yaitu :

1. Kuisisioner sapta pesona untuk masyarakat ,dimaksudkan untuk memperoleh informasi secara tertulis dari responden tentang sikap masyarakat Kota Kupang tentang rencana pengembangan wisata kota desa wisata sesuai dengan unsur-unsur **tourist-historic city, cultural city, resort city, fantasy city, creative city, hub city** . Alat yang digunakan untuk mengukur jawaban setiap instrumen dilakukan dengan menggunakan pengukuran tingkat kepuasan **model skala sikap (attitude scale)**. Penskalaan tingkat sikap dilakukan dengan metode rating yang dijumlahkan **Model Likert** (Sugiyono , 2002 :73). Skala ini mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif maka masing-masing item pertanyaan diberi bobot : 5 untuk sangat setuju dan 1 untuk sangat tidak setuju
2. Kuisisioner passanger exit survey (*PES*) untuk wisatawan nusantara dan mancanegara diberikan kepada wisatawan yang akan meninggalkan kota Kupang melalui Bandar Udara Internasional El-Tari Kupang. dengan menggunakan *Importance-Performance Analysis* untuk memetakan hubungan antara kepentingan dengan kinerja dari masing-masing atribut yang ditawarkan dan kesenjangan antara kinerja dengan harapan dari atribut-atribut tersebut atau untuk mengetahui rasio antara harapan dan motivasi dan perilaku wisatawan saat mengunjungi ODTW di kota Kupang.
3. Kuisisioner pengembangan destinasi wisata yaitu formulir yang menguraikan potensi-potensi yang dimiliki oleh destinasi di Kota Kupang yang sesuai dengan konsep 4A yaitu tersedianya Attraksi, Aksesibilitas, Amenities dan Ancillararies

Selain itu penelitian ini menggunakan wawancara dan studi dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat dan pemerintah Kota Kupang , wisatawan nusantara dan mancanegara yang berkunjung ke Kupang , Dinas Pariwisata Kota Kupang , BAPPEDA kota Kupang , PHRI NTT, ASITA NTT, HPI NTT, Camat, Lurah , kelompok sadar wisata, kelompok sanggar kesenian, tokoh adat/masyarakat, tokoh agama serta Akademisi . Karena besarnya jumlah populasi maka peneliti menarik sampel secara purposive sampling sebanyak 150 orang. Teknik analisis data menggunakan SWOT

PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Kota Kupang

Nama Kupang sebenarnya berasal dari nama seorang raja, yaitu Nai Kopan atau Lai Kopan, yang memerintah Kota Kupang sebelum bangsa Portugis datang ke Nusa Tenggara Timur. Daerah ini merupakan wilayah kekuasaan Raja Helong dan yang menjadi raja pada saat itu adalah Raja Lai Kopan . Nama Lai Kopan kemudian disebut oleh Belanda sebagai Koepan dan dalam bahasa sehari-hari menjadi Kupang. Untuk meningkatkan pengamanan kota, maka pada tahun 23 April 1886, Residen Creeve menetapkan batas-batas kota yang diterbitkan pada *Staatblad* Nomor 171 tahun 1886. Oleh karena itu, tanggal 23 April 1886 ditetapkan sebagai tanggal lahir Kota Kupang. Terletak pada 10°36'14"-10°39'58" LS dan 123°32'23"-123°37'01"BT; Luas wilayah 180,27 Km², Batas Wilayah Utara berbatasan dengan Teluk Kupang, Timur berbatasan dengan Kab. Kupang, Barat berbatasan dengan Selat Semau dan Kab. Kupang, sedangkan Selatan berbatasan dengan Kabupaten Kupang; Jumlah penduduk 553.456 jiwa ; Wilayah Administrasi terdiri dari 6 kecamatan, dan 49 kelurahan , 424 RW dan 1.316 RT yang memiliki potensi wisata sebanyak 59 daya tarik wisata seperti wisata alam, budaya dan man made (buatan manusia). Luas wilayah 260,127 km² atau 26,012,87 ha yang terdiri dari daratan 180,27 km² atau 18,027 ha dan luas lautan 94, 79 km² atau 9.479 ha. Sebagian besar daratan Kota Kupang terdiri dari padang rumput , pohon lontar, dan batu karang serta sebagian kecil tanah ladang dan sawah. Untuk fauna terdiri dari hewan ternak seperti sapi, lembu, babi, kambing serta binatang unggas lainnya.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 22 tahun 1978 tanggal 18 September 1978 Kupang diresmikan menjadi Kota Administrasi Kupang oleh Menteri Dalam Negeri Amir Mahmud. Selanjutnya melalui Undang Undang No. 5 tahun 1996 tanggal 25 April 1996, Kupang diresmikan sebagai Kota Madya Daerah Tingkat II. Jabatan Walikota pertama dipegang oleh S. K. Lerik.

Sesuai dengan ketentuan perundang undangan, pada tahun 2007 dilakukan pemilihan langsung oleh rakyat yang dimenangkan Drs. Daniel Adoe sebagai Walikota dan Drs. Daniel Hurek sebagai Wakilnya, periode 2007-2012. Proses yang sama dilaksanakan pada periode 2012-2017, yang dimenangkan pasangan Walikota Jonas Salean, SH dan Wakil Walikota dr. Hermanus

Man. Pasangan tersebut menampilkan Visi "Mewujudkan Kota Kupang sebagai kota berbudaya, modern, produktif dan nyaman berkelanjutan".

4.2. Potensi Pengembangan Pariwisata Kota Kupang

Pengembangan kawasan DPN (destinasi pariwisata nasional) Kota Kupang dapat diuraikan dapat diuraikan berdasarkan potensi-potensi yang dimiliki oleh daerah ini. Pengembangan kawasan ini di uraikan berdasarkan pemenuhan unsur 3 A yaitu *Akssessibility*, *Atraksi* dan *Amenitas*.

Destinasi Pariwisata Nasional Kota Kupang

Pengembangan pengembangan kepariwisataan di Kota Kupang berdasarkan wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata Kota Kupang diketahui bahwa Kota Kupang belum memiliki RIPPDA sehingga pengelolaannya masih mengacu pada kebijakan Pemrov NTT dan pemerintah pusat. Kota Kupang memiliki 6 kelurahan yang memiliki 57 ODTW alam, budaya dan buatan. Selain itu telah terjalin kerjasama Pemkot Kota Kupang dengan negara Italia dengan nama program IFAD yang mengembangkan 3 (tiga) obyek wisata pesisir yaitu Ekowisata Mangrove di Oesapa Barat, Pantai Batu Kepala di Nunhila, dan Pantai Namosain. Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) Kota Kupang-Rote Ndao adalah suatu wilayah destinasi pariwisata yang meliputi wilayah Kota Kupang, Kabupaten Rote Ndao, dan Kabupaten Timor Tengah Selatan.

4.3. Passenger Exit Survey

Sebesar 66% wisatawan nusantara mengetahui promosi pariwisata Kota Kupang melalui media social, 17% mengetahui melalui media cetak dan melalui komunikasi lisan sebesar 17%. Hal ini dapat dikatakan bahwa promosi yang paling efektif untuk destinasi pariwisata Kota Kupang melalui media social seperti website, blog, facebook, twitter, instagram dan media 101ocial lainnya.

Tingkat preferensi wisatawan nusantara yang mengunjungi Kota Kupang sebesar 73% menyukai destinasi wisata alam seperti Pantai Lasiana, sebesar 17% menyukai destinasi budaya seperti wisata kuliner di malam hari dan sisanya sebesar 10% menyukai destinasi wisata man made seperti wisata belanja (*shopping tourism*).

Penilaian wisatawan nusantara terhadap sarana pariwisata di Kota Kupang untuk jenis sarana BPW dan APW berada dalam kategori sangat baik dan baik, akan tetapi untuk jenis sarana hotel sebesar 17% menyatakan kurang baik dan sebesar 50% menyatakan bahwa restaurant di kota kupang kurang baik . Berdasarkan indeks daya saing pariwisata Indonesia (UNWTO,2015) bahwa salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya kinerja pariwisata Indoenesia yaitu kebersihan dan kesehatan berada pada rangking 70 jauh dibawah Singapura (rangking 10) dan Malaysia dengan rangking 34 dunia. Untuk kondisi Kota Kupang di tambahkan lagi oleh keluhan wisatawan tentang kurangnya restoran halal.

Persepsi wisatawan terhadap penerapan *Sapta Pesona* dimana kesejukan masih dikeluhkan oleh wisatawan sebesar 83% sangat tidak baik, ketertiban masyarakat sebesar 33% kurang baik , selain itu faktor keamanan masih menjadi kendala dimana sebesar 17% wisatawan mempersepsikan kota Kupang kurang aman.

Wisatawan nusantara menilai bahwa biaya paket wisata yang ditawarkan oleh BPW dan APW di kota Kupang masih tergolong mahal apabila dibandingkan dengan paket wisata sejenis di pronvinsi lainnya seperti Bali dan DKI Jakarta. Mahalnya biaya paket tour tersebut dapat disebabkan oleh faktor aksesibilitas dari dan ke Kota Kupang.

Sebesar 33% wisatawan asing mengunjungi Kota Kupang karena motivasi wisata religi dan 33% untuk kegiatan wisata meeting , *incentice*, *conventuion* and *exhibition* (MICE) . Untuk itu pihak Dinas Pariwisata Kota Kupang dapat pula menjadikan brand wisata kota Kupang sebagai Kota MICE.

Sebesar 73% wisman atau 22 orang mengaku baru pertama kali datang berwisata ke Kota Kupang, 5 orang untuk kedua kalinya dan sebanyak 3 orang untuk ketiga kalinya. Untuk itu diperlukan suatu strategi marketing *tourism relationship* yang mampu mendatangkan kembali wisatawan berkunjung ke kota ini.

Berdasarkan jawaban wisman diketahui bahwa sarana moda transportasi udara masih menjadi favorit untuk berwisata ke Kota Kupang sebesar 83% dan sisanya masuk melalui pos lintas batas motaain Kabupaten Belu sebesesar 17% dan kembalinya menggunakan sarana transportasi udara. Konektivitas udara dari dan ke 15 (limabelas) bandara di NTT sangat diperlukan dalam memobilitasi

pergerakan wisman ke lokasi ODTW.

Sebesar 47% atau 14 orang malakukan wisata ke Kota Kupang secara individual , 30% berwisata bersama keluarga dan sisanya 23% berwisata dalam bentuk kelompok. Saat ini, kecenderungan wisman adalah berwisata secara kelompok, untuk itu diperlukan suatu strategi pengembangan pariwisata yang berkelanjutan atau sustainable tourism yang lebih ramah lingkungan, ramah ekonomi dan ramah sosial.

Rata –rata lama tinggal (length of stay) wisatawan asing di Kota Kupang mayoritas sebesar 80% atau 24 orang selama 3 (tiga) hari dan sisanya 20% selama 1 (satu) minggu. Faktor length of stay wisman sangat berpengaruh terhadap industry pariwisata karena multifier effectnya yang dapat meningkatkan PAD Kota Kupang.

Sebesar 90% wisatawan asing mengeluarkan biaya per hari di kota kupang

diatas 50 USD , yang terdiri dari biaya sewa kamar per hari, biaya makan dan minum, biaya tour guide, dan biaya- biaya lainnya.

Identifikasi Internal dan Eksternal Pengembangan Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) Kota Kupang

Berdasarkan analisis SWOT , dapat diformulasikan strateginya dengan cara (Rangkuti, 2006) :

1. Menentukan faktor-faktor strategis internal
2. Menentukan faktor-faktor strategis eksternal
3. Merumuskan alternatif strategi dengan Matrix SWOT

Dan untuk menentukan faktor-faktor internal dan eksternal pengembangan Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) Kota Kupang maka dapat diuraikan identifikasi nya berikut ini berdasarkan hasil in-depth interview dengan sampel penelitian.

Tabel 1. Matrik Analisa SWOT Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Nasional Kota Kupang

<p>Faktor Internal</p> <p>Faktor Eksternal</p>	<p>Strengths - S</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ibu kota Provinsi NTT 2. Keunikan atraksi wisata berbasis alam 3. Tersedianya atraksi wisata alam, budaya dan man made 4. Berbatasan dengan Negara Timor Leste dan Australia 5. Memiliki Bandara Internasional dengan konektivitas ke 15 bandara kabupaten se NTT 6. Memiliki 59 atraksi wisata alam, budaya dan buatan manusia 7. Tersedianya 61 hotel bintang dan non bintang dengan jumlah kamar 1.211 kamar tidur 8. Memliki 253 warung makan dan minum 	<p>Weaknesses – W</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Kurangnya promosi pariwisata daerah kota Kupang 3. Kesiapan SDM pariwisata masih rendah 4. Tidak tersedianya Tourist Information Center (TIC) yang representatif 5. Belum ada penerbangan langsung Kupang – Australia – Se;landia Baru 6. Belum tersedianya pelabuhan marina khusus kapal yacht 7. Pengelolaan DPN masih spatial dan tidak menjadi program prioritas Pemkot Kupang 8. Ketertarikan investor masih kurang untuk mengelola destinasi di kota Kupang 9. Ketersediaan air bersih 10. Kesadaran masyarakat akan Sapta Pesona masih kurang
	<p>Opportunities – O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara 2. Letaknya strategis sebagai gerbang selatan pariwisata Indonesia 3. Adanya komitmen Pemprov NTT tentang pengembangan pariwisata dalam RPJMD/P 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memposisikan pariwisata kota Kupang sebagai pusat (hub city) pariwisata di NTT yang berbasis waterfront city, kota jasa dan pemerintahan dengan mengintegrasikan wisata budaya, sejarah dan religi dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. 2. Meningkatkan potensi daya tarik wisata dengan memperhatikan

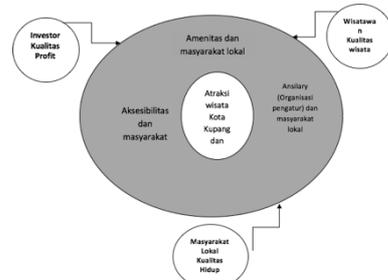
<ol style="list-style-type: none"> 4. Adanya komitmen pemerintah dalam menetapkan NTT sebagai New Tourism Territory 5. Adanya Visi pemerintah kota Kupang sebagai kota Pariwisata, seni dan budaya 6. Terdapat mitra strategis dalam pengembangan DPN Kota Kupang 7. Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat 	<p>minat wisatawan dengan mengintegrasikan ODTW alam, budaya dan sejarah yang melibatkan masyarakat sekitar destinasi.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. Menciptakan iklim investasi yang kondusif bagi investor pariwisata .
<p>Threats – T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya kompetitor dengan DPN lain di wilayah NTT 2. Berubahnya pola pikir dan perilaku masyarakat terhadap wisatawan 3. Berkembangnya era digital tourism yang tidak dibarengi dengan kesiapan SDM pariwisata 4. Rusaknya kondisi lingkungan karena aktivitas wisatawan. 5. Tergerusnya nilai-nilai sosial masyarakat karena aktivitas wisatawan 6. Terjadinya kebocoran devisa (<i>leakage</i>) terhadap PAD Kota Kupang karena kurangnya partisipasi masyarakat dalam kegiatan industri pariwisata. 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan DPN melalui peningkatan pemahaman masyarakat yang berbasis digital dengan menjaga dan melestarikan alam , budaya dan man made 2. Meningkatkan peran serta masyarakat dalam industry pariwisata melalui konsep pariwisata berbasis masyarakat. 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mensosialisasikan gerakan sadar wisata melalui program sapta pesona 2. Membuka tourist information center di lokasi lokasi strategis.

Model strategi pengembangan pariwisata Kota Kupang yang berkelanjutan sebagai destinasi pariwisata nasional koridor V adalah : melalui penerapan model 4A + CI yaitu integrasi antara :

1. Attraction yang meliputi :
 - a. Diversifikasi aktivitas wisata
 - b. Manajemen pengunjung (visitor management)
 - c. Sadar wisata
2. Amenitas
 - a. Sarana moda transportasi Udara, Laut dan darat
 - b. Prasarana transportasi seperti Bandara, pelabuhan, marina dll
 - c. Sistem transportasi seperti kemudahan reservasi, ICT dll
3. Aksesibilitas
 - a. Fasilitas pariwisata seperti hotel, Pariwisata apapun jenis dan namanya,

- restaurant, TIC, keimigrasian, tour guide, took cendramata
- b. Standarisasi usaha pariwisata
4. Ancillary
 - a. POKDARWIS
 - b. Desa Wisata

Gambar 1. Model Pengembangan Destinasi Pariwisata Nasional Kota Kupang



5. Community Involment

hendaknya dapat dibangun dan dikembangkan berdasarkan prinsip-prinsip pembangunan

berkelanjutan. Menurut UNWTO (2005) prinsip-prinsip tersebut adalah satu kesatuan prinsip yang harus dipahami dan dilaksanakan secara holistik agar pembangunan pariwisata dapat berkesinambungan termasuk untuk pengembangan kota sebagai daya tarik wisata ataupun pengembangan kota wisata. :

Prinsip pertama adalah pembangunan wisata kota mestinya dapat dibangun dengan melibatkan masyarakat lokal, mestinya visi pembangunan pariwisata dirancang berdasarkan ide masyarakat lokal dan untuk kesejahteraan masyarakat lokal pula. Pengelolaan kepariwisataan yang telah dibangun mestinya juga melibatkan masyarakat lokal sehingga masyarakat lokal akan merasa memiliki "rasa memiliki" untuk peduli terhadap keberlanjutan pariwisata. Masyarakat lokal harusnya menjadi pelaku bukan menjadi penonton.

Prinsip kedua adalah pembangunan wisata kota mestinya menciptakan keseimbangan antara kebutuhan wisatawan dan masyarakat. Kepentingan pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah tujuan yang didasarkan atas kerelaan untuk membentuk kualitas destinasi pariwisata yang diharapkan oleh wisatawan. Keseimbangan tersebut akan dapat terwujud jika semua pihak dapat bekerjasama dalam satu tujuan sebagai sebuah komunitas yang solid. Komunitas yang dimaksud adalah masyarakat lokal, pemerintah lokal, industri pariwisata, dan organisasi kemasyarakatan yang tumbuh dan berkembang pada masyarakat di mana destinasi pariwisata dikembangkan.

Prinsip ketiga adalah pembangunan wisata kota mestinya melibatkan para pemangku kepentingan, dan melibatkan lebih banyak pihak akan mendapatkan input yang lebih baik. Pelibatan para pemangku kepentingan harus dapat menampung pendapat organisasi kemasyarakatan lokal, melibatkan kelompok masyarakat marginal atau miskin, melibatkan kaum perempuan, melibatkan asosiasi pariwisata, dan kelompok lainnya dalam masyarakat yang berpotensi mempengaruhi jalannya pembangunan dalam sebuah harmoni. Dalam sosiologi atau ilmu kemasyarakatan, terdapat beberapa kelompok berpengaruh dalam masyarakat, dan jika menghendaki pembangunan pariwisata di suatu daerah berkelanjutan, mestinya semua kelompok dalam masyarakat dapat dilibatkan untuk menampung segala masukan dan saran-sarannya untuk pembangunan. Harus disadari, setiap saat, bahwa kelompok berpengaruh dalam masyarakat dapat bertambah atau berkurang jumlahnya seiring dengan berkembangnya kebebasan berdemokrasi dan

mestinya harus ada reevaluasi secara reguler terhadap jalannya pembangunan pariwisata. Keterlibatan masyarakat dalam pembangunan adalah kondisi yang diinginkan dan mungkin menjadi elemen yang paling penting dari sebuah ideal program pembangunan. Mengembangkan mekanisme yang tepat untuk menggabungkan pandangan berbeda adalah penting untuk keberhasilan pembangunan yang menyesuaikan kepentingan masyarakat dan wisatawan secara bersama-sama. Masing-masing kelompok masyarakat memiliki kebutuhan yang sangat berbeda dalam hal fasilitas perumahan dan pelayanan.

Prinsip keempat adalah, pembangunan wisata kota mestinya memberikan kemudahan kepada para pengusaha lokal dalam skala kecil, dan menengah. Program pendidikan yang berhubungan dengan kepariwisataan harus mengutamakan penduduk lokal dan industri yang berkembang pada wilayah tersebut harus mampu menampung para pekerja lokal sebanyak mungkin.

Prinsip kelima adalah, pembangunan wisata kota mestinya dikondisikan untuk tujuan membangkitkan bisnis lainnya "multiflier efek" baik secara langsung maupun tidak langsung dalam masyarakat artinya pariwisata harus memberikan dampak pengganda pada sektor lainnya, baik usaha baru maupun usaha yang telah berkembang saat ini.

Prinsip keenam adalah pembangunan wisata kota mestinya adanya kerjasama antara masyarakat lokal sebagai kreator atraksi wisata dengan para operator penjual paket wisata, sehingga perlu dibangun hubungan kerjasama yang saling menguntungkan. Misalnya, berkembangnya sanggar tari, kelompok tani, dan lainnya karena mendapatkan keuntungan dari berkembangnya sektor pariwisata. Sementara para operator sangat berkepentingan terhadap eksistensi dan keberlanjutan atraksi wisata pada wilayah pariwisata. Idealnya harus ada keseimbangan permintaan dan penawaran yang berujung pada kepuasan wisatawan, namun demikian dalam praktiknya akan ada perbedaan mendasar antara masyarakat lokal dan wisatawan sehubungan dengan perbedaan perbedaan sikap terhadap pembangunan itu sendiri). Penelitian terhadap perilaku wisatawan akan dapat menjadi jalan keluar untuk mengatasi perbedaan tersebut dengan melakukan wawancara dengan para wisatawan untuk memahami mengapa mereka memutuskan untuk mengunjungi sebuah destinasi, seberapa baik harapan mereka terpenuhi dan apa yang dapat dilakukan untuk membuat mereka tetap lebih terpuaskan. Menjaga keseimbangan antara kebutuhan

wisatawan dan orang-orang dari semua masyarakat sangatlah penting untuk diketahui. Seperti banyak penduduk kota wisata memilih untuk tinggal di sana karena gaya hidup yang dirasakan dan faktor kemudahan, program yang dirancang untuk memfasilitasi penggunaan fasilitas, dan layanan yang dapat digunakan untuk mengurangi gesekan antara warga dan pengunjung.

Prinsip ketujuh adalah, pembangunan wisata kota mestinya mampu menjamin keberlanjutan, memberikan keuntungan bagi masyarakat saat ini dan tidak merugikan generasi yang akan datang. Adanya anggapan bahwa pembangunan pariwisata berpotensi merusak lingkungan jika dihubungkan dengan peningkatan jumlah wisatawan dan degradasi daerah tujuan pariwisata adalah sesuatu yang logis jika tidak dapat dikelola dengan baik.

Prinsip kedelapan adalah pembangunan wisata kota mestinya bertumbuh dalam prinsip optimalisasi bukan pada eksploitasi. Konsep ini merupakan kebutuhan yang semestinya diakui untuk menjadi kendali atas dimensi-dimensi pembangunan pariwisata yang dapat mengancam berkelanjutan penggunaan sumber daya yang terbatas, pada saat yang bersamaan, konsep tersebut berhadapan dengan keinginan untuk mengoptimalkan peluang sebagai tujuan pembangunan dan mewujudkan manfaat potensial yang terkait dengan wisatawan yang semakin meningkat.

Prinsip kesembilan adalah pembangunan wisata kota mestinya ada monitoring dan evaluasi secara periodik untuk memastikan pembangunan pariwisata tetap berjalan dalam konsep pembangunan berkelanjutan. Mestinya pembangunan pariwisata dapat diletakkan pada prinsip pengelolaan dengan manajemen kapasitas, baik kapasitas wilayah, kapasitas obyek wisata tertentu, kapasitas ekonomi, kapasitas sosial, dan kapasitas sumberdaya yang lainnya sehingga dengan penerapan manajemen kapasitas dapat memperpanjang daur hidup pariwisata itu sendiri sehingga konsepsi konservasi dan preservasi serta komodifikasi untuk kepentingan ekonomi dapat berjalan bersama-sama dan pembangunan pariwisata berkelanjutan dapat diwujudkan.

Prinsip kesepuluh adalah pembangunan wisata kota mestinya dalam keterbukaan terhadap penggunaan sumber daya seperti penggunaan air bawah tanah, penggunaan lahan, dan penggunaan sumberdaya lainnya harus dapat dipastikan dengan semestinya.

Prinsip kesebelas adalah pembangunan wisata

kota mestinya melakukan program peningkatan sumberdaya manusia dalam bentuk pendidikan, pelatihan, dan sertifikasi untuk bidang keahlian pariwisata sehingga dapat dipastikan bahwa para pekerja siap untuk bekerja sesuai dengan uraian tugas yang telah ditetapkan sesuai dengan bidangnya masing-masing sehingga program sertifikasi akan menjadi pilihan yang tepat. Sertifikasi sebagai proses untuk meningkatkan standar industri memiliki pendukung dan nilai kritik di bawah lima aspek: keadilan, efektivitas, efisiensi, kredibilitas, dan integrasi.

Prinsip duabelas adalah pembangunan wisata kota mestinya terwujudnya tiga kualitas yakni pariwisata harus mampu mewujudkan kualitas hidup "*quality of life*" masyarakat lokal, pada sisi yang lainnya pariwisata harus mampu memberikan kualitas berusaha "*quality of opportunity*" kepada para penyedia jasa dalam industri pariwisata dan sisi berikutnya dan menjadi yang terpenting adalah terciptanya kualitas pengalaman wisatawan "*quality of experience*".

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Destinasi pariwisata nasional Kota Kupang merupakan salah satu Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (PP No. 50 Thn 2011) yang ada di wilayah NTT yang meliputi wilayah Kota Kupang, Pulau Rote dan sekitarnya.
2. RIPPARDA provinsi NTT (Perda No.2 Tahun 2015) memosisikan kota Kupang sebagai pintu masuk wisatawan mancanegara ke provinsi NTT.
3. Model ideal pengembangan wisata Kota Kupang dengan konsep 4A + CI (Integrasi antara attraction, amenity, accessibility, ancillary, community involvement).

5.2. Saran

1. Pembukaan penerbangan langsung kerjasama 3 negara yaitu Kupang-Dili-Darwin
2. Kemudahan perijinan bagi investor yang akan membuka investasi di kota Kupang
3. Penyiapan tenaga SDM pariwisata yang mampu bersaing dengan tenaga kerja dari luar kota/daerah Kupang
4. Pengembangan wisata kota Kupang dilakukan melalui model 4A + CI

5. Pembuatan destination image sebagai brand awareness bagi wisatawan dengan sebutan Hub City bagi wisata kota Kupang

DAFTAR PUSTAKA

Bambang Sunaryo, 2018, Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata, Gawa Media, Yogyakarta

Bagaihing, M. (2020). TOURIST PERCEPTION OF THE AIDA MODELS IMPLEMENTATION IN THE MEDIA OF PROMOTION IN TOURISM ATTRACTION TESBATAN VILLAGE, KUPANG DISTRICT. *TOURISM: Jurnal Travel, Hospitality, Culture, Destination, and MICE*, 3(2), 76-82.

Flora¹², V. A., Tandilino, S. B., & Nugraha, Y. E. (2019). Assembling of Marketing Mix Model in Management Strategy of Tourism Destination in Lasiana Beach Kupang City East Nusa Tenggara. In *ICESC 2019: Proceedings of the 1st International Conference on Engineering, Science, and Commerce, ICESC 2019, 18-19 October 2019, Labuan Bajo, Nusa Tenggara Timur, Indonesia* (p. 447). European Alliance for Innovation.

Frans Tegus, 2015, Memebangun Tata Kelola Destinasi , Membangun Ekosistem Pariwisata, UGM Press , Yogyakarta

Kememparekraft, 2019, Buku Panduan Manajemen Krisis Kepariwisataaan, Kememparekraft, Jakarta

Mantolas, C. (2019). PENGARUH KERAMAHTAMAHAN TERHADAP MOTIVASI KUNJUNGAN WISATAWAN KE DESA TESBATAN 1, KABUPATEN KUPANG. *TOURISM: Jurnal Travel, Hospitality, Culture, Destination, and MICE*, 2(2), 107-113.

Muhamad Ridwan, 2019, Perencanaan Pengembangan Daerah Tujuan Pariwisata

Soeseno Bong, 2019, Manajemen Risiko, Krisis, Dan Bencana Untuk Industri Pariwisata Yang Berkelanjutan, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Sugiyono, 2014. Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method) , Alfabeta Bandung.

Taufan Rahmadi, 2020, Protokol Destinasi Panduan Pemulihan Destinasi Wisata di Era Normal Baru, Elekmedia, Jakarta

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.