

# KOLABORASI DAN SINERGITAS DALAM PEMBANGUNAN PARIWISATA LAMPUNG MENUJU DESTINASI UNGGULAN

**Dr. Ir. Citra Persada, MSc.**

Dosen Fakultas Teknik, Universitas Lampung,  
Ketua Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota,  
Institut Teknologi Sumatera  
Anggota Komisi Pariwisata, DRD Provinsi Lampung

## **Ringkasan**

Provinsi Lampung memiliki hampir semua persyaratan sebagai destinasi unggulan, tetapi sampai saat ini pengembangan pariwisata di Provinsi ini masih belum menjadi pilihan utama wisatawan. Posisi geostrategis Provinsi Lampung belum secara maksimal membawa pengaruh kepada kedatangan wisatawan, karena dari aspek aksesibilitas obyek wisata di Provinsi Lampung relatif masih “sulit” dicapai. Walaupun selalu terjadi peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Lampung, tetapi jumlah tersebut masih sangat sedikit dibanding yang datang ke Indonesia. Dari aspek atraksi dan amenitas, Provinsi Lampung memiliki daya tarik wisata yang lengkap yaitu obyek wisata alam, budaya dan buatan manusia, tetapi belum semua obyek wisata tersebut didukung prasarana dan sarana pariwisata yang memadai. Produk wisata yang dikenal dengan 3 A (aksesibilitas, atraksi dan amenitas) merupakan suatu sistem, dimana satu sama lain saling berkaitan, sehingga dibutuhkan pengelolaan yang terpadu antar produk tersebut. Sebagai suatu sistem yang kompleks, maka, pariwisata adalah industri jasa yang mempunyai karakteristik unik multidimensional (multi sektor, multi aktor, multi region dan multi aspek). Karakter pariwisata yang multidimensional tersebut menyebabkan sektor ini sangat tergantung pada keteraduan pengelolaan agar terselenggaranya tujuan pembangunan pariwisata yang diinginkan. Sehubungan dengan karakter tersebut, tulisan ini menganalisis pendekatan perencanaan pembangunan pariwisata dan kelembagaan yang sesuai untuk pengembangan pariwisata di Provinsi Lampung. Perumusan perencanaan pembangunan dengan pendekatan tematik-holistik kiranya sangat tepat untuk sektor pariwisata. Dari sisi pengembangan kelembagaan, maka

pendekatan kolaborasi dan sinergitas antara *stakeholders* (pengusaha, pemerintah, masyarakat, media) sangat dibutuhkan dalam membangun pariwisata Lampung.

Kata Kunci: kolaborasi, sinergitas, tematik, holistik

## I. Pendahuluan

Pariwisata dunia telah mengalami ekspansi dan diversifikasi berkelanjutan, dan menjadi salah satu sektor ekonomi yang terbesar dan tercepat pertumbuhannya. Peningkatan jumlah destinasi dan investasi di bidang pariwisata, menjadikan pariwisata sebagai faktor kunci dalam pendapatan ekspor, penciptaan lapangan kerja, pengembangan usaha dan infrastruktur di dunia. Meskipun krisis global terjadi beberapa kali, jumlah perjalanan wisatawan internasional tetap menunjukkan pertumbuhan yang positif, diawali tahun 1950 jumlah wisatawan dunia sebanyak 25 juta orang, jumlah ini meningkat menjadi 278 juta orang pada tahun 1980. Pada tahun 1995 Jumlah tersebut meningkat hampir dua kali lipat yaitu sebesar 528 Juta orang, dan menjadi 1,1 milyar orang pada tahun 2014 (UNWTO, 2014; WTTC, 2015).

Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2014 sebanyak 9 juta dan jumlah perjalanan wisatawan nusantara sebanyak 250 juta. Jika diperhatikan, maka jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia masih sedikit dibanding ke negara tetangga (Singapura 15,1 juta, Thailand 24,8 juta, Malaysia 27,4 juta). Disamping peningkatan jumlah wisatawan, indikator keberhasilan pariwisata juga dapat dilihat dari kontribusi sektor pariwisata dalam PDB/PDRB, peningkatan lapangan kerja di sektor ekonomi kreatif, peningkatan investasi di bidang pariwisata dan peningkatan konservasi lingkungan. Dari sisi pengembangan ekonomi, sektor pariwisata dapat menyentuh seluruh lapisan masyarakat. Pariwisata sangat memungkinkan menjadi sektor basis yang dapat menurunkan angka kemiskinan. Di Indonesia, pariwisata menjadi salah satu sektor prioritas, diharapkan dapat meningkatkan

ekonomi secara cepat dan merata, khususnya perekonomian masyarakat lokal. Pada era Kabinet Kerja, pembangunan sektor pariwisata yang berbasis masyarakat dikembangkan melalui 50.000 Desa Wisata sampai dengan tahun 2019.

Walaupun selama 20 tahun terakhir (1990–2010) jumlah kedatangan wisatawan mancanegara ke Propinsi Lampung sangat fluktuatif, tetapi kunjungan wisatawan nusantara terakhir terus meningkat. Pada 5 tahun terakhir (2010–2015) jumlah wisatawan nusantara (wisnus) ke Lampung meningkat cukup tajam seperti pada Tabel 1. Walaupun selalu terjadi peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Lampung, tetapi jumlah tersebut masih sangat sedikit dibanding yang datang ke Indonesia. Posisi geostrategis Provinsi Lampung belum secara maksimal membawa pengaruh kepada kedatangan wisatawan.

Tabel 1: Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Provinsi Lampung  
Tahun 2010–2015

TAHUN	WISATAWAN		TOTAL
	NUSANTARA	MANCANEGERA	
2010	2,136,103	37,503	2,173,606
2011	2,285,630	47,103	2,332,733
2012	2,581,165	58,205	2,639,370
2013	3,392,125	75,590	3,467,715
2014	4,327,188	95,528	4,422,716
2015	5,370,803	114,907	5,485,710

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Lampung

Di berbagai negara atau wilayah, pariwisata adalah kebijakan yang dipilih (*a chosen policy*), bukan kebijakan yang di dorong oleh tuntutan kebutuhan seperti kebijakan untuk mengatasi kebutuhan pangan atau perumahan. Penentuan posisi (*positioning*) sektor pariwisata dalam pembangunan daerah sangat penting sebagai awal menyusun kebijakan. Linda Richer dalam bukunya “*The Politics of Tourism in Asia*” mengatakan bahwa apa yang terjadi bias saja salah atau benar, tetapi yang jelas berhasil atau tidaknya pariwisata

sangat dipengaruhi oleh tindakan politis dan administratif dan bukan karena kepakaran ekonomik dan bisnis (Richter, 1989).

Jika dicermati, persaingan antar destinasi atau daerah tujuan wisata di dunia internasional umumnya dan Indonesia khususnya, saat ini makin ketat. Agar berdaya saing, setiap destinasi berpacu menyediakan **kualitas pengalaman dan menciptakan nilai terbaik** bagi pengunjungnya sambil menata dan mengelola dampak pariwisata terhadap masyarakat setempat dan lingkungannya. Peningkatan kualitas pelayanan dan menciptakan nilai terbaik sangat berkaitan dengan ketersediaan produk wisata yang baik dan kemudahan pergerakan wisatawan ke dan dalam destinasi wisata. Produk wisata adalah semua fasilitas yang dibutuhkan wisatawan mulai keluar rumah sampai pulang kembali ke rumah, sehingga penyediaan produk wisata memerlukan dukungan banyak pihak. Pengelolaan destinasi wisata melibatkan banyak pihak sejalan dengan karakteristik sektor ini. Pariwisata adalah industri jasa yang mempunyai karakteristik unik multidimensional (multi sektor, multi aktor, multi region dan multi aspek). Karakter pariwisata yang multidimensional tersebut menyebabkan sektor ini sangat tergantung pada keteraduan pengelolaan agar terselenggaranya tujuan pembangunan pariwisata yang diinginkan.

## **II. Perencanaan Pembangunan dan Kelembagaan Pariwisata Daerah**

Umumnya kebijakan pembangunan pariwisata mengacu pada beberapa dokumen perencanaan daerah seperti RPJMD, RTRW dan RIPPDA. Dalam dokumen ini perencanaan pariwisata biasanya masih sektoral. Pemerintah Daerah yang sudah sukses dalam pengembangan wisatanya sangat menyadari karakter sektor pariwisata yang multidimensional, sehingga pendekatan perencanaan pariwisata dilakukan secara multi sektor juga. Seperti yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Belitung, dalam pembangunan daerahnya selalu melalui pendekatan Tematik-

Holistik. Tematik adalah jika akan mengadakan rapat koordinasi selalu mengangkat satu tema yang mendukung pengembangan pariwisata, kemudian dibahas secara bersama atau menyeluruh dari setiap OPD. Melalui pola ini, maka pariwisata akan menjadi “roh” pembangunan di setiap OPD, dengan kata lain pariwisata menjadi bagian yang terpadu (integral) dalam pembangunan daerah secara keseluruhan.

Sementara itu, seringkali pembangunan pariwisata daerah belum berbasis rencana jangka panjang, masih sangat tergantung kebijakan politik ‘sesaat’ sesuai selera pimpinan saat itu. Dokumen perencanaan pembangunan bidang pariwisata seperti: RIPPDA/Perda Pariwisata belum dijadikan acuan utama dalam pembangunan pariwisata daerah. Berbagai kendala seperti kualitas dokumen perencanaan yang rendah serta lemahnya komitmen *stakeholders* terkait dalam membangun kesepakatan bersama. Hal ini menyebabkan berbagai kebijakan pembangunan daerah di bidang pariwisata masih lemah, seperti: lemahnya koordinasi antar sektor, tidak jaminan bagi swasta atau investor tentang arah pembangunan pariwisata daerah dan sebagainya. Bentuk/pola dan mekanisme pengelolaan destinasi pariwisata masih parsial, belum melibatkan banyak pihak, sehingga tidak mendukung karakter pariwisata yang unik yaitu multidimensional.

Pembangunan kepariwisataan menyangkut banyak pihak dalam pemerintahan maupun sektor swasta. Menurut Myra P. Gunawan selain organisasi kepariwisataan pemerintah dan swasta sekarang yang bersifat horisontal dan vertikal, juga diperlukan organisasi kepariwisataan yang bersifat horisontal dan vertikal, juga diperlukan organisasi kepariwisataan yang bersifat diagonal. Di lingkungan pengusaha, diperlukan organisasi yang mencakup berbagai jenis usaha. Organisasi lain yang diperlukan adalah organisasi kemasyarakatan yang dapat menjadi ujung tombak untuk mengaktifkan upaya pemberdayaan dan juga berfungsi sebagai pengendali sosial.

Di lingkungan pemerintahan, kelembagaan yang berbentuk Dinas Pariwisata masih sulit mengembangkan pariwisata daerah, apalagi kelembagaan yang mempunyai nomenklatur yang panjang (Dinas A,B,C, ....dan Pariwisata). Disamping itu untuk organisasi yang berebentuk badan atau kantor juga masih memiliki kewenangan terbatas. Kelembagaan di pemerintahan ini juga sangat tergantung siapa yang ada di belakangnya (*man behind the gun*), oleh sebab itu peran Kepala Dinas sangat berpengaruh dalam menggerakkan pariwisata tingkatan satuan kerja. Di masa yang akan datang mungkin juga perlu ada semacam “sertifikat” kepala Dinas Pariwisata artinya kalau pariwisata akan menjadi sektor yang dipilih atau diinginkan pengembangannya, maka dianggap krusial untuk menyiapkan seorang Kepala Dinas Pariwisata untuk dibekali dengan pemahaman kepariwisataan yang mendasar. Hal ini, mengingat tingginya dinamika pergantian pejabat kepala dinas atau banyaknya daerah baru hasil pemekaran yang menjadikan pariwisata juga sebagai salah satu sektor yang diperhitungkan seperti Kabupaten Tanggamus, Pesawaran dan Pemekaran Lampung Barat (Pesisir Barat). Sejalan dengan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan, maka Provinsi Lampung sudah harus berbenah untuk menyiapkan semua perangkat kelembagaan yang sesuai dengan UU tersebut. Kelembagaan yang dimaksud adalah Badan Pomosi Pariwisata Daerah (BPPD) Lampung. Diharapkan BPPD ini nanti yang akan aktif dalam melakukan promosi yang efisien dan efektif untuk Pariwisata Lampung.

Asosiasi profesi ataupun usaha pariwisata yang ada di Provinsi Lampung sejak lama adalah Perhimpunan Hotel dan restoran Indonesian (PHRI), Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) dan Asosiasi Travel Agent (ASITA). Sedangkan Perhimpunan Usaha Taman Rekreasi Indonesia (PUTRI) dan Asosiasi Event Organizer (AEO) baru terbentuk dalam beberapa tahun terakhir ini. Peran asosiasi ini dalam pengembangan Pariwisata Lampung secara

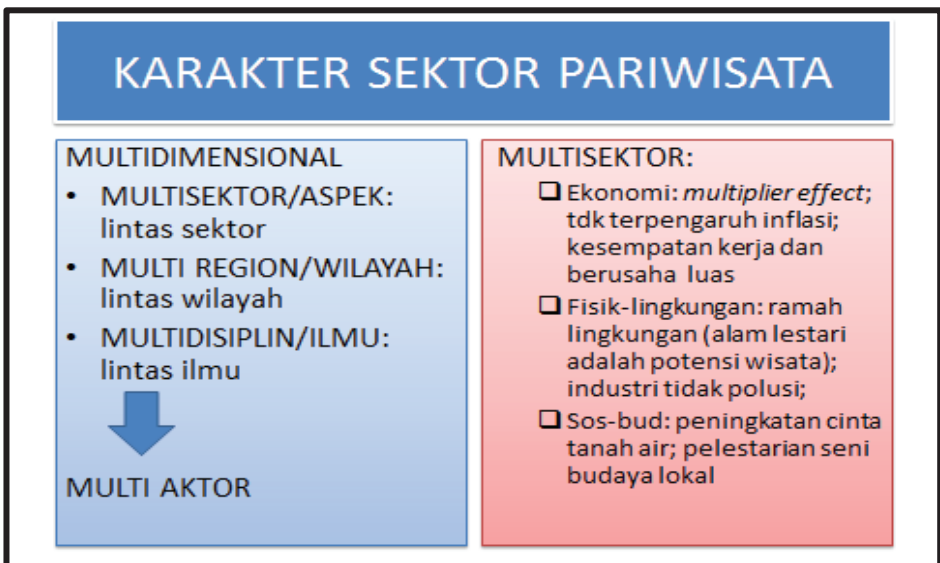
keseluruhan belum terlihat, karena masing-masing usaha atau industri pariwisata di Lampung masih jalan sendiri-sendiri. Asosiasi sebagai wadah belum termanfaatkan secara optimal, padahal potensi asosiasi ini sangat besar, jika bersinergi dengan Pemerintah Daerah. Asosiasi lain saat ini juga mulai berkembang di Indonesia adalah Organisasi General Manager Hotel (IHGMA), Asosiasi Hotel Kecil, Casa Grande (Asosiasi Hotel Berbintang). Politik pengembangan industri sangat dipengaruhi oleh kekuatan yang melekat pada para pengusaha besar, sementara industri pariwisata skala kecil seperti hotel-hotel kecil, masih perlu terus di dorong, dibina dan dikembangkan. Disinilah peran pemerintah sangat diharapkan untuk dapat membina dan mengembangkan usaha – usaha kecil ini. Pada Bab XI Pasal 50 Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 juga mengatur pembentukan Gabungan Industri Pariwisata Indonesia yang terdiri dari pengusaha pariwisata, asosiasi usaha pariwisata, asosiasi profesi dan asosiasi lain yang terkait langsung dengan pariwisata. Organisasi ini sebagai mitra pemerintah dan wadah komunikasi dan konsultasi para anggota dalam penyelenggaraan dan pembangunan pariwisata di daerah.

### **III. Kolaborasi Dan Sinergitas Dalam Pengembangan Pembangunan Pariwisata**

Perhatian pengembangan kepariwisataan selama ini terfokus pada pengembangan sektor-persektor - industri/swasta, pemerintah, masyarakat - dan perkomponen produk pariwisata, pelayanan pendukung, dan lain-lain. Padahal untuk menyediakan kualitas pengalaman yang terbaik dan menciptakan nilai yang tinggi bagi pengunjung, pengembangan sektor-sektor dan komponen-komponen tersebut harus bersinergi dalam satu rangkaian di sebuah destinasi, jadi tidak dapat berdiri sendiri (Wiyonoputri, 2008).

Perencanaan pariwisata sebagai perencanaan yang multi sektor dan multi aspek serta multi wilayah, maka dibutuhkan perencanaan kolaboratif sebagai proses menuju perencanaan yang terintegratif

baik secara hirarki (Provinsi, Kabupaten, Kota) maupun secara sektor (berbagai kelembagaan/ kementerian). Perencanaan kolaboratif sebagai proses menuju perencanaan yang terintegratif baik secara hirarki (Provinsi, Kabupaten, Kota) maupun secara sektor (berbagai kelembagaan/ kementerian). Agar perencanaan kolaboratif (*collaborative planning*) dapat diwujudkan maka yang harus diperhatikan adalah: (a) Semua pihak yang terlibat bersedia membuka diri, sehingga muncul “*trust*” atau saling percaya di antara berbagai pihak yang akan berkolaborasi. Semua pihak harus terbuka, jujur, saling menghormati dan menghargai, sehingga tidak muncul konflik. (b) Pendekatannya harus kerja sama atau **bersinergi**, bkan berarti tidak ada kompetisi, kompetisi boleh ada tapi harus dijaga sebagai usaha untuk daya dorong mencapai tujuan bersama. (c) Setiap pihak memposisikan dirinya sama atau ada **kesederajatan** jadi tidak ada yang tinggi atau rendah, tetapi berbeda dalam peran, misal: pemerintah sebagai mediator, fasilitator dan legislator. Sedangkan swasta sebagai praktisi dan investor.



Gambar 2 : Karakteristik Sektor Pariwisata  
Sumber : analisis penulis



Dalam pengembangan kelembagaan tidak cukup hanya membentuk Dinas Pariwisata Provinsi/Kabupaten/Kota, tetapi yang lebih penting adalah sesuai dengan karakteristik sektor pariwisata yang multisesektor dan multidimensi, diperlukan adanya wadah yang mempertemukan berbagai sektor tersebut. Selanjutnya bagaimana kelompok tersebut berkoordinasi dan melaksanakan program bersama.

Pendekatan kolaborasi mulai muncul sebagai respon atas tuntutan kebutuhan akan manajemen pengelolaan sumber daya yang baru, demokratis, lebih mengakui perluasan atas dimensi manusia dalam mengelola pilihan, mengelola ketidakpastian, kerumitan dari potensi keputusan dan membangun kesepahaman, dukungan kepemilikan atas pilihan bersama (Wondolleck dan Yafee, 2000, 14). Definisi Kolaborasi : suatu proses dimana dua stakeholder atau lebih yang berbeda kepentingan dalam suatu persoalan yang sama menjajagi dan bekerja melalui perbedaan – perbedaan untuk bersama – sama mencari pemecahan bagi keuntungan bersama (Gray, 1989).

Mengapa perlu kolaborasi?. Hasil beberapa studi menunjukkan bahwa motivasi stakeholders berkolaborasi adalah kolaborasi akan memberikan hasil positif, pilihan pencapaian solusi untuk kepentingan mereka, perlu pencapaian kesepakatan yang fair diantara stakeholders, tiap stakeholder punya kapasitas untuk berpartisipasi dalam pengelolaan, para stakeholders kunci lainnya setuju untuk berkolaborasi (Gray, 1989).

Siapa saja yang akan berkolaborasi? Ada 5 kelompok kunci yang dapat berkolaborasi yaitu: *Akademisi, Businessman, Community, Government* dan Media atau dikenal dengan 5 PILAR (ABCGM ). Dalam pariwisata masing-masing stakeholder ini mempunyai peran yang berbeda, walaupun mungkin dalam beberapa hal ada yang bersinggungan.

- Pemerintah berperan menyiapkan prasarana dan sarana dasar yang mendukung pengembangan pariwisata, menyiapkan

berbagai peraturan berkaitan dengan pariwisata, memfasilitasi kemudahan berwisata dan berusaha dan melakukan kegiatan promosi dan pemasaran destinasi. Peran Pemerintah Daerah dalam pengembangan destinasi adalah sebagai: regulator, fasilitator, mediator dan penyedia prasarana. Pengembangan destinasi maupun pengembangan industri memerlukan regulasi yang jelas dan bijak serta kelembagaan yang padu baik dari pihak swasta maupun pemerintah. Dalam ketergantungan tersebut dapat diidentifikasi pembagian peran atau siapa melakukan apa. Pengembangan industri atau usaha pariwisata tentunya dilakukan oleh swasta dan pemerintah berfungsi memfasilitasi dan mendukungnya. Pemerintah Provinsi bersama Pemerintah Pusat dan Kabupaten/Kota bertugas mengembangkan masyarakat dan berbagai macam pelayanan publik yang diperlukan agar pariwisata dapat terselenggara di tempat tersebut dan industri kepariwisataannya dapat berkembang. Selain itu pemerintah berperan langsung dalam pengembangan regulasi untuk mengatur, mengendalikan kegiatan pengembang dan industri, serta memperkuat kelembagaan untuk peningkatan kapasitas dalam merumuskan kebijakan dan pengambilan keputusan di berbagai tingkatan pemerintahan

- *Business* (swasta/dunia usaha) berperan sebagai penyelenggara bisnis pariwisata sesuai etika bisnis, profesional, bertanggung jawab dan berkelanjutan. Peran dunia usaha sebagai lembaga yang "*profit oriented*" juga harus ikut bertanggung jawab dalam keberlanjutan lingkungan sebagai modal utama pariwisata. Kemitraan swasta dengan masyarakat dan pemerintah sangat diperlukan dalam arti yang "sebenarnya". Hubungan yang saling menguntungkan (*win-win*) harus dibangun dengan pola-pola pendekatan yang formal maupun non formal. Beberapa destinasi pariwisata yang berhasil melibatkan banyak pihak, salah satu

karena membangun pendekatan non formal antara swasta dan pemerintah.

- *Community* di dalamnya masyarakat dan komunitas-komunitas (NGO/LSM) ; masyarakat berperan mendukung sapa pesona/darwis plus dan menyediakan jasa pariwisata/ekonomi kreatif. Masyarakat adalah obyek dan subyek dari pariwisata itu sendiri, tapi di sisi lain masyarakat bisa menjadi kendala pengembangan pariwisata di suatu destinasi. Oleh sebab itu masyarakat harus tahu persis apa peran mereka dan pariwisata adalah untuk kesejahteraan mereka juga. Pendampingan terus menerus dari pemerintah, LSM dan swasta dapat meningkatkan peran masyarakat dalam pengembangan pariwisata daerah.
- Akademisi berperan melakukan berbagai riset dan pengabdian masyarakat berkaitan pengembangan pariwisata, agar pembangunan pariwisata berbasis penelitian. Seringkali peran hasil penelitian tidak dimanfaatkan dalam pengembangan pariwisata. Berbagai pengabdian masyarakat dapat dilakukan akademisi dalam pengembangan pariwisata, untuk itu diperlukan komunikasi dan kerjasama dengan akademisi dalam pengembangan pariwisata.
- Media terutama media *on line* saat ini menjadi kekuatan informasi dan andalan dalam promosi pariwisata. Promosi dan pemasaran pariwisata sekarang dapat dilakukan dengan cepat dengan memanfaatkan media sosial. Promosi sekarang lebih bersifat *inklusif*, contoh: wisatawan dapat menunggah testimony berkunjung ke suatu obyek wisata di media sosial.

Bentuk kolaborasi di pemerintahan yaitu sebagai wadah antar lembaga adalah Koordinasi Lintas Sektoral. Di tingkat pemerintah pusat, sudah ada wadah yang mempertemukan berbagai kementerian dan lembaga untuk mendukung pengembangan pariwisata yaitu Koordinasi Strategis Lintas Sektor Penyelenggaraan Kepariwisata yang diketuai Wakil Presiden, di tingkat Provinsi

diketahui Wakil Gubernur dan di Kabupaten/ Kota seharusnya diketuai Wakil Bupati atau Wakil Walikota. Provinsi Lampung sudah memiliki wadah ini melalui Peraturan Gubernur Nomor 4 tahun 2016. Tugasnya adalah: (1) koordinasi kebijakan, program dan kegiatan; (2) sinergi melalui sinkronisasi, harmonisasi, integrasi kebijakan, program dan kegiatan; (3) menetapkan langkah strategis dan (4) koordinasi perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Diharapkan wadah seperti ini juga akan muncul di Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung yang menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan. Peran setiap SKPD dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1: Peran SKPD Dalam Pengembangan Pariwisata Lampung

Sumber: Hasil analisis penulis

#### IV. Kesimpulan dan Rekomendasi

1. Dalam rangka menuju pengembangan destinasi wisata berkualitas diperlukan pendekatan kreatif sesuai dengan karakter pariwisata yang multidimensional. Pendekatan kreatif akan menghasilkan inovasi-inovasi baru yang diperlukan dalam pembangunan destinasi berkualitas, perumusan kebijakan yang tepat dan pembentukan mekanisme kelembagaan yang operasional.
2. Perumusan kebijakan dan perencanaan pembangunan dengan pendekatan TEMATIK-HOLISTIK kiranya sangat tepat untuk sektor pariwisata. Melalui pendekatan ini, maka pariwisata dapat menjadi bagian yang integral (terpadu) dari pembangunan wilayah dan kota di Provinsi Lampung. Pengembangan pariwisata hendaklah menjadi bagian dari Perencanaan Pembangunan Daerah, sehingga perencanaan pariwisata harus ada dalam dokumen RPJMD dan RTRW di setiap Kabupaten/Kota yang ada di Provinsi Lampung. Jika roh pariwisata ada di setiap SKPD, maka secara otomatis akan didukung anggaran setiap SKPD.
3. Kolaborasi dan sinergitas antara *stakeholders* (pengusaha, pemerintah, masyarakat, media) sangat dibutuhkan dalam pengembangan kelembagaan pariwisata daerah. Dalam membangun komitmen dengan *stakeholders* pendekatan non formal kadang lebih diperlukan dibanding pertemuan-pertemuan resmi di kantor pemerintahan. Pengusaha/ industri pariwisata dan masyarakat diajak bersama-sama mengembangkan pariwisata, dalam bentuk pertemuan-pertemuan non formal, sehingga lahir diskusi yang lebih terbuka.

*Tulisan ini dibuat untuk mengenang dan dedikasi kepada guru, pembimbing, sahabat, penulis Abang Drs. IDRUS DJAENDAR MUDA (alm) yang telah kurang lebih 20 tahun mencurahkan perhatian dan pikirannya untuk pengembangan pariwisata Lampung.*

## **Daftar Pustaka**

1. Dinas Pariwisata Provinsi Lampung, *Pariwisata Dalam Angka*, 2016
2. Elliot, James, *Tourism, Politics and Public Sector Management*, Routledge, New York, 1997.
3. Gray, Barbara, *Collaborating: Finding common ground for multi-party problems*, San Francisco,, CA: Jossey-Bass, 1989.
4. Gunawan, Myra, P. *Pergeseran Paradigma Pembangunan Pariwisata Indonesia*, ITB Bandung, 2009.
5. Persada , Citra; *To-wards Co-operative and Collaborative Tourism Planning*, Disertasi, University of Surrey, 1999.
6. Richter, Linda, *The Politics of Tourism in Asia*, University of Hawaii Press, 1989.
7. UNWTO, 2014
8. WTTC, 2015.
9. Wondolleck, Julia, M. dan Yaffee, Steven, L. *Making Collaboration Work: Lessons from a comprehensive assessment of over 200 wideranging cases of collaboration in environmental management*, 2000