

## STRATEGI PEMERINTAH DAERAH DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KABUPATEN LEMBATA, PROVINSI NUSA TENGGARA TIMUR

Florianus Huraq<sup>1</sup>, Supardal<sup>2</sup>

Program Magister Ilmu Pemerintahan, Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa  
APMD Yogyakarta, Kota Yogyakarta, Indonesia

Email Korespondensi: [florianushuraq@gmail.com](mailto:florianushuraq@gmail.com), [gusdal66@gmail.com](mailto:gusdal66@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

#### Article History:

Submitted 25-Juli-2026

Received 29-Juli-2026

Published 30-Juli-2026

#### Keywords:

Regional government strategy;  
Tourism development;  
Lembata Regency;  
sustainable tourism;

#### Kata Kunci:

Strategi pemerintah daerah,  
pengembangan pariwisata,  
Kabupaten Lembata,  
pariwisata berkelanjutan

### ABSTRACT

*This study examines the strategy of the Regional Government of Lembata Regency in developing the tourism sector through the Tourism and Creative Economy Office. The analysis is based on Fred R. David's strategic management framework, covering governance, budgeting and funding, and marketing and business development strategies. A descriptive qualitative approach was employed using in-depth interviews, field observations, and document analysis of the 2023–2026 Strategic Plan of the Tourism and Creative Economy Office and relevant regulations. The findings reveal that the regional government has implemented its strategy through four main pillars: destination development, marketing and promotion, tourism human resource and creative economy development, and institutional strengthening. These efforts contributed to an increase in tourist arrivals from 12,649 in 2022 to 37,899 in 2024. Nevertheless, implementation remains constrained by inadequate infrastructure, limited tourism budget allocation, low tourism human resource capacity, insufficient private investment, and weak inter-agency coordination. The study recommends increasing tourism budget allocation, accelerating basic infrastructure development, enhancing tourism human resource capacity, expanding market access for creative economy products, and strengthening coordination among Regional Apparatus Organizations to support sustainable tourism development.*

### ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi Pemerintah Kabupaten Lembata dalam mengembangkan sektor pariwisata melalui Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif berdasarkan kerangka manajemen strategi Fred R. David yang meliputi strategi tata kelola, penganggaran dan pendanaan, serta pemasaran dan pengembangan usaha. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan studi dokumentasi terhadap Renstra Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2023–2026 serta peraturan terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemerintah daerah diimplementasikan melalui empat pilar utama, yaitu pengembangan destinasi, pemasaran dan promosi, pengembangan sumber daya manusia dan ekonomi kreatif, serta

penguatan kelembagaan. Implementasi strategi tersebut meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dari 12.649 orang pada tahun 2022 menjadi 37.899 orang pada tahun 2024. Namun, pelaksanaannya masih menghadapi kendala berupa keterbatasan infrastruktur, rendahnya alokasi anggaran pariwisata, kualitas sumber daya manusia yang belum optimal, minimnya investasi swasta, serta lemahnya koordinasi antar Organisasi Perangkat Daerah. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan anggaran sektor pariwisata, percepatan pembangunan infrastruktur dasar, penguatan kapasitas sumber daya manusia, perluasan akses pasar produk ekonomi kreatif, serta peningkatan koordinasi antar OPD guna mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

## PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, pariwisata telah mengungguli industri lainnya dalam hal kontribusi di bidang ekonomi. Pariwisata telah berkembang menjadi industri global yang sangat luas dan menjadi salah satu pilar utama perekonomian dunia. Kontribusi devisa dari sektor pariwisata sangatlah besar dan menjadi salah satu sumber pendapatan negara yang paling penting. Dengan pengelolaan yang tepat, potensi wisata yang melimpah dapat mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara secara signifikan (Yoeti, 2008). Keindahan alam Indonesia yang memukau dapat menjadi motor penggerak utama pengembangan sektor pariwisata. Kekayaan alam dan keindahan geografis Indonesia membuka peluang besar bagi pemerintah untuk mengembangkan sektor pariwisata. Keberagaman budaya Indonesia juga berkontribusi besar terhadap perkembangan sektor pariwisata yang menjadikan Indonesia sebagai destinasi wisata yang semakin populer di dunia. Melalui pengembangan bidang pariwisata yang berkelanjutan maka tentu memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi yang inklusif, mampu menciptakan lapangan kerja dan mengurangi angka kemiskinan (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata).

Perkembangan pesat sektor pariwisata telah menjadi mesin penggerak utama perekonomian di banyak negara termasuk di Indonesia. Maka dari itu, pariwisata menjadi sektor strategis yang diandalkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pengembangan pariwisata di suatu daerah harus disesuaikan dengan potensi sumber daya alam dan budaya yang dimiliki. Sinergi antara pemerintah, swasta, dan masyarakat menjadi kunci sukses dalam pengembangan pariwisata (Suwantoro, 2004). Marrus (2001) mendefinisikan strategi sebagai rangkaian aktivitas perencanaan yang dilakukan oleh pimpinan untuk mewujudkan visi jangka panjang organisasi serta merumuskan strategi implementasi untuk mencapai tujuan tersebut. Quinn (dalam David, 2011) lebih lanjut mendefinisikan strategi sebagai suatu kerangka konseptual yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama organisasi, sehingga semua kebijakan dan tindakan terintegrasi dalam satu sistem yang koheren. David (2011) mengemukakan bahwa strategi meliputi strategi manajemen yang

berfokus pada pengembangan strategi tingkat makro seperti pengembangan produk dan pasar, strategi investasi yang terkait dengan keputusan alokasi sumber daya keuangan, serta strategi bisnis yang berorientasi pada fungsi-fungsi manajemen seperti pemasaran, produksi, dan distribusi. Era otonomi daerah telah memberikan dampak yang signifikan terhadap struktur pemerintahan di Indonesia. Pemerintah daerah kini memiliki kewenangan yang lebih luas dalam mengatur dan mengelola urusan pemerintahannya, termasuk dalam bidang pembangunan dan ekonomi termasuk pengembangan pariwisata. Hal ini dibuktikan dengan adanya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah bahwa pemerintah daerah adalah pihak yang bertanggung jawab langsung dalam mengatur dan mengelola daerahnya. Kabupaten Lembata merupakan salah satu daerah di Provinsi Nusa Tenggara Timur yang memiliki potensi pariwisata yang sangat besar dan beragam. Kekayaan alam, flora dan fauna, hasil karya manusia, serta peninggalan sejarah dan budaya merupakan modal bagi pengembangan dan peningkatan kepariwisataan di Kabupaten Lembata. Daya tarik wisata Kabupaten Lembata terbagi menjadi tiga bagian yaitu daya tarik wisata buatan seperti Bukit Doa dan Bukit Cinta, daya tarik wisata alam seperti Pantai Waijarang dan atraksi penangkapan ikan paus di Lamalera, serta daya tarik wisata budaya seperti Pesta Kacang di Ile Ape dan atraksi Hadok (Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Lembata, 2025).

Namun demikian, tantangan terberat Kabupaten Lembata dalam membangun sektor pariwisata adalah belum optimalnya pengelolaan daya tarik wisata karena masih terbatasnya fasilitas pendukung yang memadai dan kualitas SDM pariwisata. Apabila semuanya ditangani dan dikembangkan tentunya akan memberikan dukungan bagi pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah (Renstra Disparekrif Kabupaten Lembata, 2025).

Penelitian terdahulu tentang strategi pengembangan pariwisata di berbagai daerah menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian oleh Kuswandi (2020) di Provinsi Nusa Tenggara Barat menemukan bahwa keberhasilan pembangunan pariwisata dicapai melalui strategi identifikasi potensi, penetapan destinasi unggulan, dan perumusan Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah. Penelitian oleh Hardianto et al. (2020) di Kota Batu menunjukkan bahwa pemerintah berhasil meningkatkan kualitas pelayanan publik dengan menyederhanakan prosedur dan persyaratan investasi untuk menarik lebih banyak investor. Penelitian oleh Sentanu & Mahadainsar (2020) menekankan bahwa pengembangan pariwisata merupakan tanggung jawab bersama yang melibatkan pemerintah daerah, pelaku usaha, masyarakat, dan berbagai pemangku kepentingan lainnya termasuk mendorong partisipasi aktif masyarakat.

Penelitian oleh Hutapea (2017) di Kabupaten Tapanuli Utara menyimpulkan bahwa strategi pemerintah daerah dalam pengembangan kawasan wisata masih menghadapi kendala infrastruktur dan anggaran. Penelitian oleh Tatali et al. (2018) di Kabupaten Kepulauan Sangihe

menemukan bahwa strategi pengembangan pariwisata pesisir memerlukan penguatan kelembagaan dan pemberdayaan masyarakat. Penelitian oleh Adiyanto (2018) di Kabupaten Lebak Banten menyoroti pentingnya strategi promosi yang efektif dalam pengembangan pariwisata. Penelitian oleh Robinson et al. (2019) di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara menekankan perlunya sinergi antara pemerintah, swasta, dan masyarakat dalam pengembangan pariwisata.

Namun, penelitian-penelitian tersebut lebih berfokus pada aspek tertentu dari strategi pengembangan pariwisata seperti promosi atau investasi secara parsial, belum banyak yang menganalisis secara menyeluruh ketiga dimensi strategi David dalam konteks pengembangan pariwisata di daerah kepulauan dengan keterbatasan infrastruktur dan aksesibilitas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Pemerintah Kabupaten Lembata dalam pengembangan pariwisata melalui tiga dimensi strategi yaitu strategi manajemen, strategi investasi, dan strategi bisnis, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi tantangan dan peluang dalam pengembangan pariwisata.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan interpretasi yang mendalam terhadap temuan-temuan di lapangan, dengan berlandaskan pada fakta-fakta sosial yang ada (Sugiyono, 2024). Pendekatan deskriptif kualitatif ini dipilih karena sesuai untuk menggali secara mendalam proses implementasi strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Lembata.

Penelitian ini berlokasi di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Lembata, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk Bupati Lembata, Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sekretaris Dinas, Kepala Bidang Destinasi dan Industri Pariwisata, Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, serta Kepala Bidang Ekonomi Kreatif. Data sekunder dikumpulkan dari dokumen resmi pemerintah seperti Renstra Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2023-2026, Peraturan Daerah Kabupaten Lembata, serta studi literatur dari jurnal ilmiah dan penelitian sebelumnya.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik pemilihan informan menggunakan metode *snowball* yaitu metode pengambilan informan yang diawali dengan jumlah kecil dan kemudian berkembang seiring berjalannya penelitian. Teknik validasi data menggunakan empat standar yaitu kredibilitas melalui perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, dan triangulasi sumber; transferability melalui penyajian hasil penelitian secara deskriptif; dependability melalui

pemeriksaan proses penelitian; serta confirmability melalui konfirmasi hasil penelitian kepada informan. Teknik analisis data menggunakan model interaktif dari Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2024).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Strategi Tata Kelola

Strategi tata kelola yang dijalankan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Lembata mengacu pada Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah dan Rencana Strategis Dinas Tahun 2023-2026 yang dijabarkan melalui empat pilar utama. Pilar pertama adalah pengembangan destinasi, di mana dinas memfokuskan upaya pada pengembangan daya tarik wisata yang telah ada meliputi wisata alam, budaya, maupun buatan, serta mengembangkan destinasi-destinasi baru yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Pilar kedua adalah pemasaran dan promosi yang dilakukan secara intensif melalui berbagai media baik cetak, elektronik, maupun digital, serta keikutsertaan dalam pameran pariwisata di tingkat nasional maupun internasional. Pilar ketiga adalah pengembangan sumber daya manusia dan ekonomi kreatif melalui pelatihan, bimbingan teknis, dan pendampingan kepada masyarakat serta pelaku usaha pariwisata. Pilar keempat adalah penguatan kelembagaan dengan membangun kemitraan bersama berbagai pihak dan mendorong pembentukan kelompok sadar wisata di desa-desa wisata (Wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2025).

Pendekatan *bottom-up* menjadi ciri khas strategi tata kelola yang diterapkan, di mana pemerintah tidak datang dengan konsep jadi dan memaksa masyarakat untuk mengikutinya, tetapi sebaliknya mendatangi desa-desa, berdialog dengan masyarakat, mengidentifikasi potensi yang mereka miliki, dan kemudian bersama-sama merumuskan bagaimana potensi itu bisa dikembangkan menjadi produk wisata yang menarik. Sekretaris Dinas menjelaskan bahwa pendekatan ini dilakukan karena masyarakat adalah pemilik dan penggerak utama pariwisata, sehingga tanpa dukungan serta partisipasi mereka, pariwisata tidak akan bisa bertahan lama (Wawancara dengan Sekretaris Dinas, 2025). Pendekatan ini sejalan dengan konsep pemberdayaan masyarakat yang dikemukakan oleh Sentanu & Mahadainsar (2020) bahwa pengembangan pariwisata merupakan tanggung jawab bersama yang melibatkan pemerintah daerah, pelaku usaha, masyarakat, dan berbagai pemangku kepentingan lainnya.

Komitmen politik dari pemimpin tertinggi daerah menjadi faktor pendukung utama dalam strategi tata kelola ini. Bupati Lembata secara rutin memimpin rapat evaluasi mingguan, menghadiri pertemuan koordinasi, serta ikut serta dalam kegiatan pengembangan pariwisata. Bupati menegaskan bahwa pengembangan pariwisata berbasis potensi lokal dan melibatkan masyarakat secara aktif menjadi prioritas utama, karena pemerintah tidak ingin pariwisata hanya dinikmati oleh segelintir orang tetapi harus

memberikan dampak ekonomi yang nyata bagi masyarakat (Wawancara dengan Bupati Lembata, 2025). Komitmen yang tinggi dari pimpinan daerah ini menciptakan tekanan positif bagi seluruh jajaran birokrasi untuk bekerja lebih optimal dalam mengembangkan sektor pariwisata.

Namun demikian, implementasi strategi tata kelola masih menghadapi berbagai kendala struktural yang menghambat optimalisasi pengembangan pariwisata. Kendala pertama adalah keterbatasan infrastruktur, terutama akses jalan menuju destinasi unggulan seperti Lamalera, Wulandoni, dan Atadei yang masih memprihatinkan. Banyak destinasi wisata yang sulit dijangkau karena kondisi jalan yang rusak bahkan ada yang tidak bisa dilalui kendaraan roda empat, sehingga tanpa akses yang baik, wisatawan akan enggan datang seberapa pun indahnya destinasi yang ditawarkan (Wawancara dengan Kepala Bidang Destinasi, 2025). Kendala kedua adalah keterbatasan anggaran daerah yang hanya sekitar 1-3% dari total belanja daerah, sehingga banyak program yang terpaksa ditunda atau dikurangi skalanya. Kepala Dinas mengakui bahwa dengan anggaran yang terbatas, pihaknya harus pintar-pintar menentukan prioritas dan terkadang program yang sudah direncanakan dengan baik terpaksa ditunda (Wawancara dengan Kepala Dinas, 2025). Kendala ketiga adalah kualitas sumber daya manusia pariwisata yang masih rendah dan belum merata di semua desa wisata, di mana banyak masyarakat pengelola wisata yang belum memiliki kemampuan manajemen yang baik dan masih mengelola wisata secara tradisional, belum terorganisir, dan belum memahami konsep pelayanan prima (Wawancara dengan Kepala Bidang SDM, 2025). Kendala keempat adalah sinergi antar Organisasi Perangkat Daerah yang masih perlu diperkuat, karena pengembangan pariwisata tidak bisa hanya dibebankan kepada Dinas Pariwisata saja tetapi harus melibatkan Dinas PUPR untuk infrastruktur, Dinas Kominfo untuk promosi digital, dan Dinas Perhubungan untuk akses transportasi (Wawancara dengan Bupati Lembata, 2025).

## **B. Strategi Penganggaran dan Pendanaan**

Strategi penganggaran dan pendanaan yang dijalankan oleh Pemerintah Kabupaten Lembata berfokus pada penciptaan iklim investasi yang kondusif melalui berbagai pendekatan yang terencana dan sistematis. Pemerintah menyadari bahwa keterbatasan anggaran daerah tidak akan pernah cukup untuk mengembangkan semua potensi pariwisata yang ada, sehingga diperlukan upaya menarik investasi swasta dan mengoptimalkan sumber daya yang tersedia. Untuk itu, pemerintah telah menyiapkan berbagai kebijakan yang memudahkan investor, seperti penyederhanaan perizinan melalui pelayanan satu pintu, pemberian insentif fiskal bagi investor yang bersedia menanamkan modalnya di Lembata, serta penyediaan lahan-lahan strategis yang bisa dikembangkan menjadi kawasan wisata terpadu (Wawancara dengan Bupati Lembata, 2025).

Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menyusun peta peluang investasi pariwisata yang memuat berbagai proyek potensial seperti pembangunan hotel dan resort di kawasan pantai, pengembangan desa wisata, pembangunan fasilitas rekreasi, serta pengembangan produk-produk ekonomi kreatif yang memiliki nilai jual tinggi. Kepala Dinas menjelaskan bahwa pendekatan proaktif dilakukan dengan menjalin komunikasi dengan calon investor, baik melalui forum-forum bisnis maupun kunjungan langsung ke perusahaan-perusahaan yang memiliki minat di bidang pariwisata. Selain itu, dinas juga menjalin kerjasama dengan pemerintah provinsi dan pusat untuk mendapatkan dukungan program-program yang dapat mendorong investasi di daerah, serta memanfaatkan skema kerjasama pemerintah dengan badan usaha untuk proyek-proyek infrastruktur pariwisata yang membutuhkan biaya besar (Wawancara dengan Kepala Dinas, 2025).

Sekretaris Dinas menambahkan bahwa dari sisi administrasi dan keuangan, strategi penganggaran dan pendanaan juga berfokus pada upaya menciptakan kerangka regulasi yang mendukung investasi pariwisata di Lembata. Pemerintah telah menyusun berbagai peraturan daerah yang memudahkan investor, seperti peraturan tentang perizinan usaha pariwisata yang lebih sederhana dan transparan, serta kebijakan insentif bagi investor yang bersedia menanamkan modalnya di sektor pariwisata. Pemerintah juga menyiapkan data dan informasi yang akurat tentang potensi investasi di Lembata, termasuk lahan-lahan strategis yang bisa dikembangkan, proyeksi kunjungan wisatawan, dan analisis kelayakan usaha untuk berbagai jenis investasi pariwisata (Wawancara dengan Sekretaris Dinas, 2025).

Strategi penganggaran dan pendanaan ini sejalan dengan temuan Hardianto et al. (2020) di Kota Batu bahwa pemerintah berhasil meningkatkan kualitas pelayanan publik dengan menyederhanakan prosedur dan persyaratan investasi untuk menarik lebih banyak investor. Namun, implementasi strategi ini masih menghadapi berbagai kendala yang signifikan. Pertama, keterbatasan anggaran daerah yang sangat mempengaruhi kemampuan pemerintah dalam mengembangkan infrastruktur dan program-program pengembangan. Kedua, minimnya minat investor swasta karena sektor pariwisata masih dianggap kurang menguntungkan dengan berbagai faktor risiko dan ketidakpastian. Ketiga, infrastruktur yang belum memadai terutama akses jalan dan transportasi. Keempat, kualitas sumber daya manusia yang masih rendah. Kelima, kurangnya koordinasi antar Organisasi Perangkat Daerah yang menyebabkan program-program pembangunan tidak terintegrasi dengan baik (Wawancara dengan Bupati dan Kepala Dinas, 2025).

Kepala Bidang Destinasi dan Industri Pariwisata mengungkapkan bahwa kendala utama yang dihadapi di bidang destinasi adalah keterbatasan anggaran untuk pengembangan fisik, di mana banyak ide untuk mengembangkan destinasi tidak dapat diwujudkan karena pembangunan infrastruktur seperti jalan, jembatan, dan fasilitas umum membutuhkan biaya yang sangat besar. Hal ini diperparah oleh koordinasi dengan OPD lain terutama Dinas PUPR yang seringkali tidak dapat merealisasikan rencana pengembangan

destinasi karena keterbatasan anggaran atau prioritas yang berbeda, sehingga pengembangan destinasi menjadi terhambat. Kondisi geografis Lembata yang berbukit dan bergunung membuat pembangunan infrastruktur menjadi lebih sulit dan mahal, sehingga banyak destinasi wisata yang indah tetapi sulit diakses (Wawancara dengan Kepala Bidang Destinasi, 2025). Temuan ini sejalan dengan penelitian Kuswandi (2020) di Provinsi Nusa Tenggara Barat yang menemukan bahwa keterbatasan anggaran dan infrastruktur menjadi kendala utama dalam pengembangan pariwisata di daerah kepulauan.

### C. Strategi Pemasaran dan Pengembangan Usaha

Strategi pemasaran dan pengembangan usaha yang dijalankan oleh Pemerintah Kabupaten Lembata berfokus pada pengembangan pariwisata sebagai sebuah ekosistem yang terintegrasi, di mana setiap elemen saling mendukung dan memberikan nilai tambah bagi yang lain. Pemerintah tidak hanya fokus pada pengembangan destinasi wisata, tetapi juga pada pengembangan industri pariwisata secara keseluruhan, termasuk akomodasi, transportasi, kuliner, souvenir, dan jasa-jasa pendukung lainnya. Kepala Dinas menjelaskan bahwa untuk itu, pemerintah mendorong pertumbuhan usaha-usaha pariwisata di berbagai sektor, baik yang dikelola oleh masyarakat secara mandiri maupun melalui kerjasama dengan investor. Pemerintah juga mengembangkan produk-produk wisata yang beragam dan menarik, mulai dari paket wisata alam, wisata budaya, wisata kuliner, hingga wisata edukasi dan petualangan, serta menerapkan standar pelayanan yang baik di setiap lini pariwisata, mulai dari keramahan masyarakat, kebersihan destinasi, hingga kualitas akomodasi dan makanan (Wawancara dengan Kepala Dinas, 2025).

Upaya promosi yang dilakukan sangat beragam dan terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Pemerintah melakukan promosi melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan TikTok, dengan konten-konten yang menarik dan informatif tentang keindahan alam, budaya, dan kuliner Lembata. Sekretaris Dinas menjelaskan bahwa pemerintah juga mengembangkan situs web resmi pariwisata Lembata yang menyediakan informasi lengkap tentang destinasi wisata, akomodasi, dan event-event yang akan datang. Selain itu, pemerintah mengikuti berbagai pameran pariwisata baik di tingkat nasional seperti pameran di Jakarta, Surabaya, dan Bali, maupun di tingkat internasional melalui kerjasama dengan pemerintah provinsi dan pusat. Pemerintah juga menjalin kerjasama dengan media dan influencer untuk mempromosikan Lembata secara lebih luas, serta mengembangkan program-program media visit bagi jurnalis dan pembuat konten untuk melihat langsung potensi wisata Lembata (Wawancara dengan Sekretaris Dinas, 2025).

Kepala Bidang Destinasi menambahkan bahwa event-event tahunan seperti Festival Lembata, pesta kacang di Ile Ape, dan atraksi penangkapan ikan paus di Lamalera yang sudah dikenal secara internasional menjadi ajang promosi yang sangat efektif. Event-event

ini memiliki daya tarik yang unik dan tidak ditemukan di daerah lain, sehingga menjadi magnet bagi wisatawan. Pemerintah juga memanfaatkan kekuatan pemasaran dari mulut ke mulut dengan memberikan pengalaman terbaik kepada setiap wisatawan yang datang, sehingga mereka secara sukarela menjadi duta promosi bagi Lembata (Wawancara dengan Kepala Bidang Destinasi, 2025). Strategi pemasaran ini sejalan dengan penelitian Adiyanto (2018) di Kabupaten Lebak Banten yang menyoroti pentingnya strategi promosi yang efektif melalui berbagai media dalam pengembangan pariwisata.

Dari sisi pengembangan usaha, Kepala Bidang Ekonomi Kreatif menjelaskan bahwa strategi yang dijalankan adalah memposisikan ekonomi kreatif sebagai penggerak pariwisata, karena wisatawan tidak hanya datang untuk melihat pemandangan tetapi juga untuk merasakan budaya dan membeli produk-produk khas daerah. Strategi yang dijalankan mencakup identifikasi dan pemetaan potensi ekonomi kreatif dengan mendata semua produk ekonomi kreatif yang ada di Lembata mulai dari tenun ikat, kerajinan bambu, anyaman, hingga kuliner; pelatihan dan pendampingan kepada pelaku usaha ekonomi kreatif untuk meningkatkan kualitas produk, kemasan, dan pemasaran; fasilitasi akses permodalan melalui lembaga keuangan atau program-program pemerintah; fasilitasi akses pasar melalui pameran-pameran, toko online, dan kerjasama dengan pelaku usaha lainnya; serta perlindungan hak kekayaan intelektual dengan membantu pelaku usaha mendaftarkan hak paten dan hak cipta produk mereka agar tidak dicuri oleh pihak lain (Wawancara dengan Kepala Bidang Ekonomi Kreatif, 2025).

Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menambahkan bahwa strategi pengembangan usaha di bidang SDM dan ekonomi kreatif berfokus pada pengembangan kapasitas masyarakat agar mereka mampu menjadi pelaku bisnis pariwisata yang profesional dan berdaya saing. Pemerintah mengembangkan program-program pelatihan dan pendampingan yang komprehensif, yang mencakup aspek teknis, manajemen, dan pemasaran bagi pemandu wisata, pengelola homestay, pelaku usaha kuliner, hingga pengrajin souvenir. Pemerintah juga mendorong masyarakat untuk berinovasi dan berkreasi dalam mengembangkan produk-produk wisata yang unik dan menarik, serta membantu mereka dalam mengakses pasar yang lebih luas. Selain itu, pemerintah membangun kemitraan dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah, swasta, akademisi, dan lembaga keuangan, untuk menciptakan ekosistem bisnis pariwisata yang kondusif dan saling mendukung (Wawancara dengan Kepala Bidang SDM, 2025).

Namun, implementasi strategi pemasaran dan pengembangan usaha ini masih menghadapi berbagai kendala yang signifikan. Kendala pertama adalah kualitas produk yang masih rendah, di mana banyak produk ekonomi kreatif yang dibuat secara tradisional dan belum mengikuti tren pasar, sementara kemasan produk juga masih sederhana sehingga kurang menarik bagi wisatawan. Kendala kedua adalah akses pemasaran yang masih terbatas, di mana pelaku usaha ekonomi kreatif kesulitan menjual produk mereka karena

kurangnya akses ke pasar baik pasar lokal maupun nasional. Kendala ketiga adalah kurangnya modal usaha, di mana banyak pelaku usaha yang tidak memiliki cukup modal untuk mengembangkan usaha mereka karena membutuhkan modal untuk membeli bahan baku, peralatan, dan melakukan promosi. Kendala keempat adalah kurangnya inovasi, di mana pelaku usaha ekonomi kreatif cenderung membuat produk yang itu-itu saja tanpa ada inovasi untuk menciptakan produk baru yang lebih menarik. Kendala kelima adalah kurangnya perlindungan hak kekayaan intelektual, di mana banyak produk ekonomi kreatif yang belum didaftarkan hak kekayaan intelektualnya sehingga rawan dicuri oleh pihak lain (Wawancara dengan Kepala Bidang Ekonomi Kreatif, 2025).

Kendala lainnya yang dihadapi dalam strategi pemasaran dan pengembangan usaha adalah kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pariwisata sebagai sumber pendapatan alternatif, di mana masih banyak masyarakat yang berpikir bahwa pariwisata bukanlah pekerjaan yang menghasilkan uang dan mereka lebih memilih bertani atau melaut daripada mengurus wisatawan. Hal ini menyebabkan partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata masih belum merata, di mana di beberapa desa masyarakat sangat antusias dan proaktif, namun di desa-desa lainnya masih ada yang bersikap pasif dan menunggu. Padahal, pariwisata berbasis masyarakat membutuhkan keterlibatan aktif dari semua warga (Wawancara dengan Sekretaris Dinas dan Kepala Bidang SDM, 2025).

#### D. Analisis Keseluruhan

Secara keseluruhan, ketiga dimensi strategi yang dijalankan oleh Pemerintah Kabupaten Lembata menunjukkan keterkaitan yang erat dan saling mendukung satu sama lain. Strategi tata kelola menjadi fondasi bagi pelaksanaan strategi penganggaran dan pendanaan serta strategi pemasaran dan pengembangan usaha. Tanpa tata kelola yang baik, upaya menarik investasi dan mengembangkan pemasaran akan sulit berhasil. Demikian pula, strategi penganggaran dan pendanaan yang efektif diperlukan untuk mendukung implementasi strategi tata kelola dan strategi pemasaran dan pengembangan usaha, karena keterbatasan anggaran menjadi salah satu kendala utama dalam pengembangan pariwisata. Sementara itu, strategi pemasaran dan pengembangan usaha menjadi ujung tombak dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dan memberikan dampak ekonomi yang nyata bagi masyarakat.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa optimalisasi strategi pengembangan pariwisata masih menghadapi berbagai kendala yang bersifat struktural dan sistemik, seperti keterbatasan infrastruktur, anggaran, SDM, dan koordinasi antar OPD. Temuan ini sejalan dengan penelitian Robinson et al. (2019) di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara yang menekankan perlunya sinergi antara pemerintah, swasta, dan masyarakat dalam pengembangan pariwisata. Penelitian ini juga memperkuat temuan Hutapea (2017) di

Kabupaten Tapanuli Utara bahwa strategi pemerintah daerah dalam pengembangan kawasan wisata masih menghadapi kendala infrastruktur dan anggaran.

Keunikan penelitian ini terletak pada analisis menyeluruh terhadap tiga dimensi strategi David dalam konteks pengembangan pariwisata di daerah kepulauan dengan keterbatasan infrastruktur dan aksesibilitas, yang belum banyak dilakukan dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian ini juga memberikan kontribusi praktis dengan mengidentifikasi secara spesifik tantangan dan peluang yang dihadapi Pemerintah Kabupaten Lembata dalam pengembangan sektor pariwisata, sehingga dapat menjadi dasar bagi perumusan kebijakan yang lebih tepat sasaran.

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa rekomendasi strategis dapat diberikan untuk mengoptimalkan pengembangan pariwisata di Kabupaten Lembata. *Pertama*, peningkatan alokasi anggaran untuk sektor pariwisata minimal lima persen dari total belanja daerah untuk mendukung pengembangan infrastruktur, promosi, dan pelatihan SDM pariwisata. *Kedua*, percepatan pembangunan infrastruktur dasar seperti jalan, listrik, dan air bersih di destinasi wisata prioritas melalui kerjasama dengan pemerintah provinsi dan pusat. *Ketiga*, penguatan kapasitas SDM pariwisata melalui pelatihan berkelanjutan dalam bidang manajemen usaha, pemasaran digital, dan pelayanan prima. *Keempat*, perluasan akses pasar produk ekonomi kreatif melalui pengembangan platform pemasaran digital dan kemitraan strategis dengan pelaku usaha pariwisata lainnya. *Kelima*, penguatan koordinasi antar OPD melalui mekanisme rapat koordinasi rutin dan penyusunan program terintegrasi. Dengan implementasi rekomendasi-rekomendasi tersebut, diharapkan pengembangan pariwisata di Kabupaten Lembata dapat berjalan lebih optimal dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat dan daerah.

## SIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata pada Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Lembata Provinsi Nusa Tenggara Timur, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

*Pertama*, strategi tata kelola yang dijalankan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Lembata mengacu pada Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah dan Rencana Strategis Dinas Tahun 2023-2026 yang dijabarkan melalui empat pilar utama: pengembangan destinasi, pemasaran dan promosi, pengembangan sumber daya manusia dan ekonomi kreatif, serta penguatan kelembagaan. Pendekatan bottom-up menjadi ciri khas strategi ini dengan melibatkan masyarakat secara aktif dalam perumusan dan pelaksanaan program. Komitmen politik dari pemimpin tertinggi daerah menjadi faktor pendukung utama. Namun, implementasi strategi tata kelola masih menghadapi kendala struktural seperti keterbatasan infrastruktur akses jalan menuju destinasi unggulan,

keterbatasan anggaran daerah yang hanya sekitar 1-3% dari total belanja daerah, kualitas sumber daya manusia pariwisata yang masih rendah dan belum merata, serta sinergi antar Organisasi Perangkat Daerah yang masih perlu diperkuat.

*Kedua*, strategi penganggaran dan pendanaan yang dijalankan oleh Pemerintah Kabupaten Lembata berfokus pada penciptaan iklim investasi yang kondusif melalui penyederhanaan perizinan pelayanan satu pintu, pemberian insentif fiskal bagi investor, penyediaan lahan strategis untuk kawasan wisata terpadu, serta promosi investasi melalui berbagai forum bisnis. Dinas Pariwisata telah menyusun peta peluang investasi yang memuat proyek potensial seperti pembangunan hotel dan resort, pengembangan desa wisata, dan pengembangan produk ekonomi kreatif. Namun, implementasi strategi ini masih menghadapi kendala berupa keterbatasan anggaran daerah, minimnya minat investor swasta karena sektor pariwisata dianggap kurang menguntungkan, infrastruktur yang belum memadai, kualitas SDM yang masih rendah, serta kurangnya koordinasi antar OPD yang menyebabkan program pembangunan tidak terintegrasi dengan baik.

*Ketiga*, strategi pemasaran dan pengembangan usaha yang dijalankan berfokus pada pengembangan pariwisata sebagai ekosistem terintegrasi dengan mendorong pertumbuhan usaha pariwisata di berbagai sektor, mengembangkan produk wisata beragam dan menarik, serta menerapkan standar pelayanan di setiap lini pariwisata. Upaya promosi dilakukan melalui platform media sosial, situs web resmi, pameran pariwisata nasional dan internasional, kerjasama dengan media dan influencer, serta pemanfaatan event-event tahunan seperti Festival Lembata, pesta kacang di Ile Ape, dan atraksi penangkapan ikan paus di Lamalera. Namun, implementasi strategi ini masih menghadapi kendala berupa kualitas produk ekonomi kreatif yang masih rendah, akses pemasaran yang terbatas, kurangnya modal usaha dan inovasi, kurangnya perlindungan hak kekayaan intelektual, serta rendahnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pariwisata sebagai sumber pendapatan alternatif.

Secara keseluruhan, ketiga dimensi strategi yang dijalankan menunjukkan keterkaitan yang erat dan saling mendukung. Implementasi strategi pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Lembata telah menunjukkan hasil positif dengan peningkatan kunjungan wisatawan dari 12.649 pada tahun 2022 menjadi 37.899 pada tahun 2024. Namun, optimalisasi strategi masih menghadapi kendala struktural dan sistemik seperti keterbatasan infrastruktur, anggaran, SDM, dan koordinasi antar OPD. Tantangan utama meliputi keterbatasan infrastruktur akses jalan, listrik, air bersih, dan jaringan telekomunikasi; keterbatasan anggaran daerah; rendahnya kualitas SDM pariwisata; konektivitas yang buruk; minimnya investasi swasta; rendahnya kesadaran masyarakat; kurangnya sinergi antar OPD; serta minimnya perlindungan hak kekayaan intelektual. Di sisi lain, peluang yang dimiliki sangat besar meliputi potensi wisata yang luar biasa dan beragam, dukungan kebijakan pemerintah daerah yang pro-pariwisata, meningkatnya minat

wisatawan terhadap wisata alam dan budaya autentik, perkembangan teknologi digital untuk promosi, dukungan pemerintah pusat melalui program pengembangan pariwisata di daerah tertinggal, semangat gotong royong masyarakat, serta event-event tahunan yang menjadi magnet wisatawan.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata pada Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Lembata Provinsi Nusa Tenggara Timur, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

*Pertama*, strategi tata kelola yang dijalankan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Lembata mengacu pada Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah dan Rencana Strategis Dinas Tahun 2023-2026 yang dijabarkan melalui empat pilar utama: pengembangan destinasi, pemasaran dan promosi, pengembangan sumber daya manusia dan ekonomi kreatif, serta penguatan kelembagaan. Pendekatan bottom-up menjadi ciri khas strategi ini dengan melibatkan masyarakat secara aktif dalam perumusan dan pelaksanaan program. Komitmen politik dari pemimpin tertinggi daerah menjadi faktor pendukung utama. Namun, implementasi strategi tata kelola masih menghadapi kendala struktural seperti keterbatasan infrastruktur akses jalan menuju destinasi unggulan, keterbatasan anggaran daerah yang hanya sekitar 1-3% dari total belanja daerah, kualitas sumber daya manusia pariwisata yang masih rendah dan belum merata, serta sinergi antar Organisasi Perangkat Daerah yang masih perlu diperkuat.

*Kedua*, strategi penganggaran dan pendanaan yang dijalankan oleh Pemerintah Kabupaten Lembata berfokus pada penciptaan iklim investasi yang kondusif melalui penyederhanaan perizinan pelayanan satu pintu, pemberian insentif fiskal bagi investor, penyediaan lahan strategis untuk kawasan wisata terpadu, serta promosi investasi melalui berbagai forum bisnis. Dinas Pariwisata telah menyusun peta peluang investasi yang memuat proyek potensial seperti pembangunan hotel dan resort, pengembangan desa wisata, dan pengembangan produk ekonomi kreatif. Namun, implementasi strategi ini masih menghadapi kendala berupa keterbatasan anggaran daerah, minimnya minat investor swasta karena sektor pariwisata dianggap kurang menguntungkan, infrastruktur yang belum memadai, kualitas SDM yang masih rendah, serta kurangnya koordinasi antar OPD yang menyebabkan program pembangunan tidak terintegrasi dengan baik.

*Ketiga*, strategi pemasaran dan pengembangan usaha yang dijalankan berfokus pada pengembangan pariwisata sebagai ekosistem terintegrasi dengan mendorong pertumbuhan usaha pariwisata di berbagai sektor, mengembangkan produk wisata beragam dan menarik, serta menerapkan standar pelayanan di setiap lini pariwisata. Upaya promosi dilakukan melalui platform media sosial, situs web resmi, pameran pariwisata nasional dan internasional, kerjasama dengan media dan influencer, serta pemanfaatan event-event tahunan seperti Festival Lembata, pesta kacang di Ile Ape, dan atraksi penangkapan ikan

paus di Lamalera. Namun, implementasi strategi ini masih menghadapi kendala berupa kualitas produk ekonomi kreatif yang masih rendah, akses pemasaran yang terbatas, kurangnya modal usaha dan inovasi, kurangnya perlindungan hak kekayaan intelektual, serta rendahnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pariwisata sebagai sumber pendapatan alternatif.

Secara keseluruhan, ketiga dimensi strategi yang dijalankan menunjukkan keterkaitan yang erat dan saling mendukung. Implementasi strategi pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Lembata telah menunjukkan hasil positif dengan peningkatan kunjungan wisatawan dari 12.649 pada tahun 2022 menjadi 37.899 pada tahun 2024. Namun, optimalisasi strategi masih menghadapi kendala struktural dan sistemik seperti keterbatasan infrastruktur, anggaran, SDM, dan koordinasi antar OPD. Tantangan utama meliputi keterbatasan infrastruktur akses jalan, listrik, air bersih, dan jaringan telekomunikasi; keterbatasan anggaran daerah; rendahnya kualitas SDM pariwisata; konektivitas yang buruk; minimnya investasi swasta; rendahnya kesadaran masyarakat; kurangnya sinergi antar OPD; serta minimnya perlindungan hak kekayaan intelektual. Di sisi lain, peluang yang dimiliki sangat besar meliputi potensi wisata yang luar biasa dan beragam, dukungan kebijakan pemerintah daerah yang pro-pariwisata, meningkatnya minat wisatawan terhadap wisata alam dan budaya autentik, perkembangan teknologi digital untuk promosi, dukungan pemerintah pusat melalui program pengembangan pariwisata di daerah tertinggal, semangat gotong royong masyarakat, serta event-event tahunan yang menjadi magnet wisatawan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fadhlillah, N., Djausal, G. P., & Simbolon, K. (2024). Sosialisasi Pariwisata Berkelanjutan dalam Mendukung Wawasan Pembangunan Berkelanjutan. *Ragom Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 37–45. <https://doi.org/10.23960/ragom.v2i2.23>
- Fatlurrahman, F., & Maghfira, S. (2026). Strategi Penguatan Ekonomi Kreatif Desa Wisata Melalui Program Akademi Desa Wisata (DEMI DEWI) Tahun 2024: Studi Kasus Wisata Tumpak Selo Desa Petahunan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 31(1), 111–121. <https://doi.org/10.30647/jip.v31i1.1973>
- Ilham, M., Shioleh, C. M., Maghribi, M. M., & Siswanto, A. (2025). Tourism Development Strategy in Jember Regency: Islamic Economic Perspective. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 628–633. <https://doi.org/10.32815/jpm.v6i2.2646>
- Lazuardina, A., Amalia G, S., Alif R, Z., & Syafril R, L. (2024). Strategi Pengembangan Pariwisata Kawasan Danau Toba. *Jurnal Wilayah dan Pariwisata*, 22(1). <https://doi.org/10.5614/wpar.2024.22.1.03>

- Pramudya, M. R., Setianingsih, E. L., & Lituhayu, D. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Pada Hutan Wisata Tinjomoyo Kota Semarang. *Journal of Management and Public Policy*, 13(2), 1–20. <https://doi.org/10.14710/jppmr.v13i2.43752>
- Putri, A. F., & Yulianto, I. (2025). Analysis of tour package branding on customer re-purchase intention at Cahaya Amanah tour and travel. *Jurnal Pariwisata Tourista*, 5(2), 54–60. <https://doi.org/10.26905/jt.v5i2.16106>
- Rahman, A. F., Gantina, D., & Kawuryan, Y. (2025). Pengaruh Influencer Marketing Dan Parasocial Interaction Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Hutan Kota Gelora Bung Karno Jakarta Pusat. *Jurnal Pariwisata, Bisnis dan Digital*, 1(1), 157–169. <https://doi.org/10.30647/jpbid.v1i1.1940>
- Setiawan, I., Hurriyati, R., Hendrayati, H., & Widjajanta, B. (2025). Enhancing Tourist Visits to Villages through Branding, Experience, and Digital Promotion: The Role of Value Creation. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(5), 3375–3382. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i5.3604>
- Sigalingging, T. W., Nurcahyanto, H., & Marom, A. (2024). Strategi Pengembangan Pariwisata Candi Gedongsongo Kabupaten Semarang. *Journal of Management and Public Policy*, 13(2), 123–140. <https://doi.org/10.14710/jppmr.v13i2.43286>
- Sitohang, L. L., Nisma, S. I., Wicaksono, K. J. S., & Wibawa, K. P. R. (2025). Exploration of tourist behavior in supporting sustainable tourism: A case study in Ubud village, Gianyar regency. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 10(2), 151–160. <https://doi.org/10.26905/jpp.v10i2.15792>

#### Peraturan Perundang-undangan:

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4966*.
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587*.
3. Peraturan Daerah Kabupaten Lembata Nomor 6 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah. *Lembaran Daerah Kabupaten Lembata Tahun 2016 Nomor 6*.
4. Peraturan Daerah Kabupaten Lembata Nomor 1 Tahun 2020 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kabupaten Lembata Nomor 6 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah. *Lembaran Daerah Kabupaten Lembata Tahun 2020 Nomor 1*.