



WALIKOTA JAYAPURA

PERATURAN DAERAH KOTA JAYAPURA NOMOR 8 TAHUN 2012

TENTANG

RENCANA INDUK PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN DAERAH

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

WALIKOTA JAYAPURA,

- Menimbang** : a. bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 9 ayat (3) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata perlu menetapkan Peraturan Daerah tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah;
- b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud pada huruf a, perlu membentuk Peraturan Daerah Kota Jayapura tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah;
- Mengingat** : 1. Pasal 18 ayat (6) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1969 tentang Pembentukan Provinsi Otonom Irian Barat dan Kabupaten-Kabupaten Otonom di Provinsi Irian Barat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1969 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2043);
3. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1992 tentang Benda Cagar Budaya (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1992 Nomor 27 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3470);

4. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1993 tentang Pembentukan Kotamadya Daerah Tingkat II Jayapura (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1993 Nomor 68; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3553);
5. Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2001 tentang Otonomi Khusus Bagi Provinsi Papua (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 135, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4151), sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2008 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2008 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2001 tentang Otonomi Khusus Bagi Provinsi Papua menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 112, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4884);
6. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 125) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2005 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 108) sebagaimana telah dirubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 12 tahun 2008 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintah Daerah, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 59, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4844);
7. Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 68, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4725);

8. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 84, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5234);
9. Peraturan Pemerintah Nomor 67 Tahun 1996 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1996 Nomor 101 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3658);
10. Peraturan Pemerintah Nomor 79 Tahun 2005 tentang Pedoman Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintah Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 165, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4593);
11. Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2010 tentang Pengusaha Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 44, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4737);
12. Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5262);
13. Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor : KM.66/HK.501/MKP/04 tentang pengurusan Izin Usaha Impresariat.
14. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 53 Tahun 2011 tentang Pembentukan Produk Hukum Daerah (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 694);

15. Peraturan Daerah Kota Jayapura Nomor 15 Tahun 2007 tentang Perubahan atas Perda Nomor 9 Tahun 2002 tentang Kepariwisataaan (Lembaran Daerah Kota Jayapura Tahun 2007 Nomor 15);
16. Peraturan Daerah Kota Jayapura Nomor 5 Tahun 2008 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Jayapura (Lembaran Daerah Kota Jayapura Tahun 2008 Nomor 5, Tambahan Lembaran Daerah Kota Jayapura Nomor 2);

**Dengan Persetujuan Bersama,
DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH KOTA JAYAPURA
dan
WALIKOTA JAYAPURA**

MEMUTUSKAN :

**Menetapkan : PERATURAN DAERAH TENTANG RENCANA INDUK
PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN DAERAH.**

**BAB I
KETENTUAN UMUM**

Pasal 1

Dalam Peraturan Daerah ini yang dimaksud dengan:

1. Daerah adalah daerah Kota Jayapura
2. Pemerintah Daerah adalah Walikota dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah.
3. Dewan Perwakilan Rakyat Daerah adalah badan legislatif daerah Kota Jayapura.
4. Kepala Daerah adalah Walikota Jayapura.

5. Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah yang selanjutnya disingkat RIPPDA adalah dasar dalam penyusunan program pembangunan daerah sektor pariwisata dan dalam penyusunan rencana pembangunan obyek wisata swecara lebih detail, meliputi perencanaan pembangunan industri pariwisata, deswtinasi pariwisata, pemasaran dan kelembagaan kepariwisataan.
6. Rencana Induk Pembangunan Obyek Wisata yang selanjutnya disingkat RIPOW adalah kebijaksanaan obyek wisata yang berisi rencana struktur tata ruang, arahan ketentuan ruang dan bangunan serta indikasi program pembangunannya.
7. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah Daerah dan pengusaha.
8. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah Daerah dan pengusaha.
9. Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
10. Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.
11. Industri Pariwisata adalah kumpulan pariwisata yaang saling tekait dalam rangka menghasilkan dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.
12. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata, termasuk pengusaha obyek dan daya tari wisata seta usaha-usaha yang terkait dibidang pariwisata.

13. Usaha Pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan Pariwisata;
14. Obyek dan Daya Tarik Wisata yang selanjutnya disingkat ODTW adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata;
15. Obyek Wisata adalah tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan.
16. Sumber Daya Wisata adalah unsur lingkungan hidup yang terdiri dari sumber daya manusia, sumber daya buatan dan sumber daya alam yang dapat dikembangkan dan dimanfaatkan sebagai obyek wisata;
17. Pramuwisata adalah seseorang bertugas memberikan bimbingan penerangan dan petunjuk mengenai objek dan daya tarik wisata serta membantu segala sesuatu yang diperlukan wisatawan;
18. Usaha Pramuwisata adalah kegiatan usaha bersifat komersial yang mengatur mengakomodir dan menyediakan tenaga pramuwisata madya untuk memberikan pelayanan bagi seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan wisata.
19. Promosi Pariwisata Daerah adalah upaya dan kegiatan secara sistematis yang dilaksanakan oleh daerah guna merangsang masyarakat menggunakan waktu luangnya untuk melakukan perjalanan wisata di Kota Jayapura.
20. Wisata Tirta adalah kegiatan rekreasi yang dilakukan di perairan laut, pantai, sungai dan danau.

BAB II

ASAS, TUJUAN, SASARAN, FUNGSI DAN KEDUDUKAN

Pasal 2

RIPPDA berazaskan :

- a. manfaat;
- b. pelestarian;
- c. keterpaduan;
- d. berkelanjutan; dan
- e. ilmu pengetahuan dan teknologi.

Pasal 3

RIPPDA bertujuan untuk :

- a. secara umum memberikan arahan tentang kegiatan pengembangan kepariwisataan di daerah, sehingga mampu meningkatkan kualitas ODTW serta pelayanannya; dan
- b. secara khusus memberikan arahan tentang kegiatan pembangunan kepariwisataan di daerah dalam rangka mengembangkan ekonomi kerakyatan, sosial budaya, peningkatan pendapatan asli daerah dan rasa cinta tanah air bagi masyarakat serta memperhatikan kearifan lokal masyarakat.

Pasal 4

RIPPDA mempunyai sasaran sebagai berikut :

- a. menetapkan pembangunan kepariwisataan daerah;
- b. memberikan arahan dan strategi pembangunan potensi pariwisata daerah;
- c. menetapkan skala prioritas pembangunan pariwisata daerah; dan
- d. menetapkan indikasi program pembangunan pariwisata daerah.

Pasal 5

RIPPDA berfungsi sebagai :

- a. sebagai pedoman bagi pembinaan dan pembangunan kawasan pariwisata, ODTW, sarana dan prasarana pariwisata serta investasi pembangunan kepariwisataan;
- b. sebagai pedoman bagi pengawasan dan pengendalian pemanfaatan kawasan pembangunan pariwisata, ODTW, sarana dan prasarana pariwisata serta investasi pembangunan kepariwisataan;
- c. penjabaran pola dasar pembangunan daerah sektor pariwisata; dan
- d. penjabaran pemanfaatan ruang berdasarkan rencana umum tata ruang kota.

Pasal 6

Kedudukan RIPPDA adalah merupakan dasar pertimbangan dalam penyusunan program pembangunan daerah sektor pariwisata dan dalam penyusunan rencana pembangunan obyek wisata secara lebih mendetail.

BAB III**RUANG LINGKUP DAN JANGKA WAKTU****Pasal 7**

Wilayah perencanaan dalam RIPPDA meliputi 5 (lima) Wilayah Administrasi Distrik yaitu :

- a. Distrik Jayapura Utara;
- b. Distrik Jayapura Selatan;
- c. Distrik Abepura;
- d. Distrik Heram; dan
- e. Distrik Muara Tami.

Pasal 8

- (1) Jangka waktu RIPPDA adalah 15 (lima belas) tahun.
- (2) RIPPDA sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ditinjau paling lama setiap 5 (lima) tahun.

BAB IV**KEBIJAKAN DAN STRATEGI****Pasal 9**

Kebijakan pembangunan pariwisata daerah diarahkan untuk :

- a. menumbuhkan rasa cinta tanah air dan meningkatkan persahabatan antar bangsa;
- b. mengembangkan tata nilai kehidupan dan budaya daerah;
- c. memanfaatkan dan melestarikan sumber daya alam;
- d. menciptakan kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan pendapatan asli daerah; dan
- e. memelihara keamanan, ketertiban dan ketentraman.

Pasal 10

Strategi pembangunan pariwisata daerah sebagai berikut :

- a. menumbuhkan dan meningkatkan kesadaran masyarakat Kota Jayapura terutama yang bergerak dibidang pariwisata terhadap peran penting pariwisata dalam meningkatkan kualitas kehidupan bangsa dalam memasuki era globalisasi;
- b. meningkatkan pendapatan masyarakat dan pendapatan asli daerah;
- c. menjaga dan mengembangkan budaya lokal yang beraneka ragam sebagai aset wisata daerah, sesuai dengan tata nilai dan kelembagaan yang secara turun-temurun dipraktekkan dan dipelihara;
- d. meningkatkan kualitas produk, sumber daya pariwisata dan lingkungan secara integral berdasarkan asas kesinambungan dan apresiasi terhadap norma dan nilai-nilai yang berlaku;
- e. menjadikan Kota Jayapura sebagai daerah tujuan wisata nasional dan internasional dengan orientasi pembangunan ke arah pariwisata alam dan pariwisata budaya serta menetapkan jenis pariwisata yang lain sebagai pendamping berdasarkan keseimbangan antara permintaan pasar dengan potensi yang tersedia; dan
- f. menciptakan hubungan yang harmonis antar manusia dan antara manusia dengan lingkungannya untuk meningkatkan kualitas sumber daya pariwisata.

BAB V

RENCANA PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN

Pasal 11

Rencana Pembangunan Kepariwisata daerah meliputi :

- a. rencana industri pariwisata;
- b. rencana destinasi pariwisata;
- c. rencana pemasaran; dan
- d. rencana kelembagaan.

Bagian kesatu
Rencana Pembangunan Industri Pariwisata

Pasal 12

Rencana Pembangunan Industri Pariwisata meliputi :

- a. usaha jasa pariwisata;
- b. pengusahaan obyek dan daya tarik wisata; dan
- c. usaha sarana pariwisata;

Paragraf 1

Usaha Jasa Pariwisata

Pasal 13

- (1) Usaha jasa pariwisata meliputi penyediaan jasa perencanaan, jasa pelayanan dan jasa penyelenggaraan pariwisata.
- (2) Usaha jasa pariwisata dapat berupa jenis-jenis usaha :
 - a. Jasa biro perjalanan wisata;
 - b. Jasa impresariat;
 - c. Jasa informasi pariwisata;
 - d. Jasa konsultan pariwisata;
 - e. Jasa Pramuwisata;
 - f. Jasa Konvensi, Perjalan Insentif dan Pameran; dan
- (3) Pemerintah Daerah dapat menetapkan jenis usaha pariwisata selain sebagaimana dimaksud dalam ayat (2).

Pasal 14

Penyelenggaraan usaha jasa impresariat dilakukan dengan memperhatikan nilai-nilai agama, budaya bangsa, kesusilaan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 15

Penyediaan, penyebaran dan pemanfaatan informasi kepariwisataan dapat juga dilakukan oleh masyarakat.

Pasal 16

Pelayanan konsultasi kepariwisataan dapat dilakukan oleh lembaga atau instansi yang mempunyai kompetensi dalam bidang pariwisata.

Pasal 17

Usaha jasa konvensi, perjalanan insentif dan pameran meliputi jasa perencanaan, penyediaan fasilitas, jasa pelayanan, jasa penyelenggaraan konvensi, perjalanan insentif dan pameran.

Paragraf 2**Pengusahaan Obyek dan Daya Tarik Wisata****Pasal 18**

- (1) Pengusahaan obyek dan daya tarik wisata meliputi kegiatan membangun dan mengelola sarana dan prasarana yang diperlukan atau kegiatan mengelola obyek dan daya tarik wisata yang telah ada.
- (2) Pengusahaan obyek dan daya tarik wisata dapat dikelompokkan kedalam :
 - a. pengusahaan obyek dan daya tarik wisata alam;
 - b. pengusahaan obyek dan daya tarik wisata budaya; dan
 - c. pengusahaan obyek dan daya tarik wisata hasil buatan manusia.

Paragraf 3**Usaha Sarana Pariwisata****Pasal 19**

- (1) Usaha sarana pariwisata meliputi kegiatan pembangunan, pengelolaan dan penyediaan fasilitas, serta pelayanan yang diperlukan dalam penyelenggaraan pariwisata.
- (2) Pembangunan usaha sarana pariwisata diarahkan menuju peningkatan pengelolaan dan penyediaan fasilitas serta pelayanan yang diperlukan.

Pasal 20

- (1) Usaha sarana pariwisata dapat berupa :
 - a. penyediaan akomodasi;
 - b. penyediaan makan dan minum;
 - c. penyediaan angkutan wisata;
 - d. penyediaan sarana wisata tirta; dan
 - e. penyediaan SPA.

- (2) Pemerintah Daerah dapat menetapkan jenis usaha sarana pariwisata selain sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

Pasal 21

Rencana Pembangunan Industri Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 tercantum dalam Lampiran Peraturan Daerah ini dan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Peraturan Daerah ini.

Bagian Kedua

Rencana Pembangunan Destinasi Pariwisata

Pasal 22

- (1) Rencana Pembangunan Destinasi Pariwisata daerah dibagi dalam 4 (empat) kawasan.

- (2) 4 (empat) kawasan pembangunan Destinasi pariwisata sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi :
 - a. kawasan pariwisata budaya dan sejarah Port Numbay di Distrik Jayapura Utara yaitu : Tugu Pepera, Tugu Yosudarso, Stadion Mandala, Pemancar Jayapura City, Perkampungan Tradisional Kayu Batu; dan pariwisata alam yang meliputi Pantai Base-G, dan Pantai Pasir II;
 - b. kawasan pariwisata Teluk Youtefa di Distrik Jayapura Selatan yaitu meliputi : Pantai Hamadi, Taman Wiasata Teluk Youtefa, Tugu Pendaratan Sekutu;

- c. kawasan pariwisata alam di Distrik Abepura dan Heram yaitu : Jalur Pendakian di Gunung Meer Abepantai dan Buper Waena, Pantai Vim ex Mc Athur, Perkampungan Tradisional, Museum Loka Budaya Uncen, Tugu Jepang, Areal Festival, Wisata Belanja, Perkampungan Tradisional Yoka dan Kampung Enggros, Kapal Perang Tentara Jepang, sebagian teluk Youtefa Kampung Nafri, Tugu tempat sembayang Jepang, Pura Agung, Vihara Budha, Tugu Injil Metudebi, Pantai Enggros; dan
- d. kawasan pariwisata perbatasan di Distrik Muara Tami yaitu : Sumber Air Panas Caurita, air Terjun Moso, sungai Tami, Danau Gunung Pawa, Pantai Holtekamp, Pantai Bahari Skouw, Tanaman Puring, Perkampungan Tradisional Skouw, Agrowisata Koya Barat, Koya Timur, dan Koya Tengah, Menara Mercusuar, Tugu pancasila dan Wisata Belanja Perbatasan.

Pasal 23

- (1) Setiap rencana destinasi pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 ayat (2), disusun dalam RIPOW dengan berpedoman pada ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Setiap rencana destinasi pariwisata sebagaimana dimaksud pada ayat (1), disusun dalam rencana detail dan teknis obyek wisata dengan berpedoman pada ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 24

Rencana Pembangunan Destinasi Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 ayat (2) tercantum dalam Lampiran Peraturan Daerah ini yang merupakan satu kesatuan yang tidak dapat terpisahkan.

Bagian Ketiga

Rencana Pembangunan Pemasaran Pariwisata

Pasal 25

Rencana Pembangunan Pemasaran Pariwisata meliputi :

- a. perencanaan;
- b. pelaksanaan;

- c. evaluasi; dan
- d. pemantauan.

Pasal 26

Rencana Pembangunan Pemasaran Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 tercantum dalam Lampiran Peraturan Daerah ini dan merupakan satu kesatuan yang tidak dapat terpisahkan.

Bagian Keempat

Rencana Pembangunan Kelembagaan Pariwisata

Pasal 27

Rencana Pembangunan Kelembagaan Pariwisata dilaksanakan oleh pemerintah daerah, swasta, masyarakat dan/atau perseorangan, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama dalam hubungan yang saling menguntungkan.

Pasal 28

- (1) Rencana Pembangunan Kelembagaan Pariwisata oleh pemerintah daerah berbentuk peraturan, pembinaan, pengawasan, pengamanan dan penyediaan fasilitas.
- (2) Rencana Pembangunan Kelembagaan Pariwisata dilakukan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 29

Rencana Pembangunan Kelembagaan Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 dan Pasal 28 tercantum dalam Lampiran Peraturan Daerah ini dan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Peraturan Daerah ini.

BAB VI
SUMBER DAYA MANUSIA

Pasal 30

- (1) Pembangunan Sumber Daya Manusia diarahkan untuk meningkatkan profesionalisme di bidang kepariwisataan.
- (2) Peningkatan profesionalisme sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan melalui pendidikan, pelatihan, magang dan studi banding yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah dan swasta.

Pasal 31

Dalam pembangunan usaha pariwisata, Pemerintah Daerah wajib memberdayakan putra-putri asli Port Numbay.

BAB VII
PEMBANGUNAN AKSESIBILITAS

Pasal 32

Pembangunan aksesibilitas pariwisata, meliputi :

- a. Penyediaan dan pembangunan sarana transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut dan angkutan udara;
- b. Penyediaan dan pembangunan prasarana transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut dan angkutan udara; dan
- c. Penyediaan dan pembangunan sistim transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut dan angkutan udara.

Pasal 33

- (1) Pemerintah Daerah wajib menyediakan fasilitas penunjang wisata.
- (2) Fasilitas penunjang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi jasa pos, telekomunikasi, internet dan tempat penukaran uang.

BAB VIII
PENGELOLAAN LINGKUNGAN

Pasal 34

- (1) Pembangunan usaha pariwisata wajib menjaga kelestarian lingkungan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (2) Usaha pariwisata yang dapat menimbulkan pencemaran lingkungan wajib melaksanakan pengelolaan lingkungan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

BAB IX
PERAN SERTA MASYARAKAT

Pasal 35

- (1) Masyarakat dapat berperan serta dalam pembangunan pariwisata .
- (2) Peran serta sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi :
 - a. Memberi dukungan terhadap aktivitas pariwisata;
 - b. Terlibat dalam kegiatan pariwisata; dan
 - c. Menciptakan sadar wisata pada setiap objek dan daya tarik wisata dengan berpedoman pada Sapta Pesona.

BAB X
PENGENDALIAN

Pasal 36

- (1) Pengendalian RIPPDA diselenggarakan melalui kegiatan pengawasan dan penertiban.
- (2) Pengendalian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata serta instansi terkait.
- (3) Pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), diselenggarakan dalam bentuk pelaporan, pemantauan dan evaluasi.

- (4) Penertiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1), diselenggarakan dalam bentuk pengenaan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

BAB XI
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 37

Peraturan Daerah ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Daerah ini dengan penempatannya dalam Lembaran Daerah Kota Jayapura.

Ditetapkan di Jayapura
Pada tanggal 6 Oktober 2012
WALIKOTA JAYAPURA,
TTD
BENHUR TOMI MANO

Diundangkan di Jayapura
pada tanggal 6 Oktober 2012

PLT. SEKRETARIS DAERAH
KOTA JAYAPURA

TTD

NURJAINUDDIN KONU
PEMBINA TK I
NIP. 19561123 199103 1 085

LEMBARAN DAERAH KOTA JAYAPURA TAHUN 2012 NOMOR 60

Untuk Salinan yang sah sesuai dengan aslinya

a.n. SEKRETARIS DAERAH KOTA JAYAPURA
KEPALA BAGIAN HUKUM


MAKZI L. ATANAY, SH
PEMBINA TK. I
NIP 19720703 200112 1 004

PENJELASAN
ATAS
PERATURAN DAERAH KOTA JAYAPURA
NOMOR 8 TAHUN 2012
TENTANG
RENCANA INDUK PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN DAERAH

I. PENJELASAN UMUM

Sektor Pariwisata mempunyai arti penting bagi Pembangunan Daerah Kota Jayapura, sehingga perlu mengoptimalkan pemanfaatan untuk sumber daya alam, pariwisata mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesempatan kerja dan pendapatan masyarakat. Kepariwisata juga menunjang pembangunan suatu daerah terutama dalam mendukung ekonomi, sosial dan budaya, dan lingkungan.

Dalam melaksanakan tugas pembangunan pariwisata, pemerintah memberikan kewenangan penyelenggaraan kepariwisataan kepada pemerintah daerah. Wewenang Pemerintah Daerah Kota Jayapura dalam Penyelenggaraan Kepariwisata adalah sebagai pengatur, pembina pembangunan, pengawasan dan pengendalian dalam rencana pembangunan pariwisata Kota Jayapura.

Dalam pelaksanaan pembangunan kepariwisataan di Kota Jayapura, Pemerintah Kota harus merumuskan kebijakan pembangunan kepariwisataan berdasarkan kebijakan nasional dengan memperhatikan potensi keserasian antar suatu kawasan wisata, penetapan kawasan wisata yang ada di wilayah Kota Jayapura, dan melaksanakan penyusunan perencanaan pembangunan kawasan wisata.

Berkait dengan hal tersebut diatas maka untuk skala kota harus disusun dokumen Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Kota Jayapura.

PASAL DEMI PASAL

Pasal 1

Cukup Jelas

Pasal 2

- a. Yang dimaksud dengan Asas Manfaat, yaitu pemanfaatan potensi daerah untuk kegiatan kepariwisataan di daerah secara optimal sehingga berdaya guna dan berhasil guna.
- b. Yang dimaksud dengan Asas pelestarian, yaitu melestarikan budaya daerah dan kekayaan alam sebagai daya tarik wisata;
- c. Yang dimaksud dengan Asas keterpaduan, yaitu menciptakan pengaturan bagi semua kepentingan kepariwisataan demi keselarasan, keserasian dan keseimbangan.
- d. Yang dimaksud dengan Asas Berkelanjutan, yaitu upaya menegakkan kelestarian dan keadaan alam, budaya dan sumber daya yang dimanfaatkan agar kepentingan kehidupan kepariwisataan dapat dilakukan dalam wadah yang cukup memadai; dan
- e. Yang dimaksud dengan Asas Ilmu pengetahuan dan teknologi, yaitu penerapan pengetahuan teknologi yang tepat untuk dapat mendukung pembangunan kepariwisataan di daerah

Pasal 3

Cukup Jelas

Pasal 4

Cukup Jelas

Pasal 5

Cukup Jelas

Pasal 6

Cukup Jelas

Pasal 7

Cukup Jelas

Pasal 8

Cukup Jelas

Pasal 9

Cukup Jelas

Pasal 10

Cukup Jelas

Pasal 11

Rencana Pembangunan Kepariwisata Daerah meliputi Rencana Industri Pariwisata, Rencana Destinasi Pariwisata, Rencana Pemasaran dan Rencana Kelembagaan Pariwisata yang keseluruhan muatannya ada pada Lampiran Perda ini serta Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Kota Jayapura.

Pasal 12

Cukup Jelas

Pasal 13

Ayat (1)

Cukup Jelas

Ayat (2)

Huruf a

Usaha jasa biro perjalanan wisata merupakan usaha penyediaan jasa perencanaan dan/atau jasa pelayanan dan penyelenggaraan wisata.

Huruf b

Usaha jasa impresariat merupakan kegiatan pengurusan penyelenggaraan hiburan, baik yang berupa mendatangkan, mengirimkan, hiburan maupun mengembalikannya, serta menentukan tempat, waktu dan jenis.

Huruf c

Usaha jasa informasi pariwisata merupakan penyediaan informasi, penyebaran, dan pemanfaatan informasi kepariwisataan.

Huruf d

Usaha jasa konsultan pariwisata merupakan usaha pelayanan konsultan tentang perencanaan dan/atau pembangunan kepariwisataan.

Huruf e

Usaha jasa pariwisata merupakan usaha penyediaan tenaga yang bertugas memberikan bimbingan, penjelasan dan petunjuk tentang obyek wisata serta membantu keperluan wisatawan lainnya.

Huruf f

Usaha jasa konvensi, perjalanan insentif dan pameran merupakan usaha dengan kegiatan memberi jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendekiawan dan sebagainya) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama.

Pasal 14

Cukup Jelas

Pasal 15

Cukup Jelas

Pasal 16

Cukup Jelas

Pasal 17

Cukup jelas

Pasal 18

Ayat 1

Cukup Jelas

Ayat 2

Huruf a

Pengusahaan obyek dan daya tarik wisata alam merupakan usaha pemanfaatan sumberdaya alam dan tata lingkungannya untuk di jadikan sasaran wisata.

Huruf b

Pengusahaan obyek dan daya tarik wisata budaya merupakan usaha pemanfaatan seni budaya bangsa untuk untuk di jadikan sasaran wisata.

Huruf c

Pengusahaan obyek dan daya tarik wisata hasil buatan manusia merupakan usaha pemanfaatan sumberdaya alam dan potensi seni budaya bangsa untuk menimbulkan daya tarik dan minat khusus sebagai sasaran wisata.

Pasal 19

Cukup jelas

Pasal 20

Ayat (1)

Huruf a

Usaha penyediaan akomodasi merupakan penyediaan kamar dan fasilitas yang lain serta pelayanan yang di perlukan.

Usaha penyediaan akomodasi di bedakan atas kriteria yang disusun menurut jenis dan tingkat fasilitas yang di sediakan.

Huruf b

Usaha penyedia makan dan minum merupakan usaha pengelolaan, penyediaan dan pelayanan makanan dan minum.

Huruf c

Usaha penyediaan angkutan wisata merupakan usaha khusus atau sebagian dari usaha dalam rangka penyediaan angkutan pada umumnya.

Usaha penyediaan angkutan wisata dapat dilakukan oleh usaha angkutan khusus wisata, atau usaha angkutan umum yang menyediakan juga angkutan khusus wisata, atau usaha angkutan umum yang dapat dipergunakan sebagai angkutan wisata.

Huruf d

Usaha penyediaan sarana wisata merupakan usaha yang kegiatannya menyediakan dan mengelola prasarana dan sarana serta jasa-jasa lainnya yang berkaitan dengan kegiatan wisata tirta.

Huruf e

Penyediaan SPA adalah Usaha perawatan yang memberikan layanan dengan metode kombinasi terapi cair, terapi aroma, pijat, rempah-rempah, layanan makan/minuman sehat dan olah aktivitas fisik dengan tujuan menyeimbangkan jiwa dan raga dengan tetap memperhatikan tradisi dan budaya Indonesia.

Ayat (2)

Cukup Jelas

Pasal 21

Cukup Jelas

Pasal 22

Cukup Jelas

Pasal 23

Cukup Jelas

Pasal 24

Cukup Jelas

Pasal 25

Pangsa Pasar adalah potensi produk wisata yang dapat dipromosikan dan dijual.

Pelaksanaan Pembangunan Pemasaran Pariwisata meliputi :

- Pelaksanaan kegiatan promosi dan pelayanan informasi pariwisata pada sasaran yang tepat dengan memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi yang modern;
- Peningkatan kegiatan promosi dan pelayanan informasi pariwisata sebagaimana dimaksud pada huruf a, dilaksanakan oleh pemerintah daerah, swasta dan masyarakat;
- Tempat kegiatan promosi dan pelayanan informasi pariwisata sebagaimana dimaksud pada ayat (2), dapat disediakan dan diusahakan oleh swasta; dan
- Mengikuti kegiatan pariwisata secara nasional maupun internasional.

Pasal 26

Cukup Jelas

Pasal 27

Cukup Jelas

Pasal 28

Cukup Jelas

Pasal 29

Cukup Jelas

Pasal 30

Cukup Jelas

Pasal 31

Memberdayakan putra-putri asli Port Numbay dalam bentuk keterlibatan dan aktif sebagai generasi muda penerus bangsa di Kota Jayapura pada kegiatan promosi pariwisata secara nasional maupun internasional.

Pasal 32

Cukup Jelas

Pasal 33

Cukup Jelas

Pasal 34

Cukup Jelas

Pasal 35

Ayat (1)

Cukup Jelas

Ayat (2)

Cukup Jelas

Huruf a

Cukup Jelas

Huruf b

Cukup Jelas

Huruf c

Sapta Pesona terdiri dari 1). Aman 2). Tertib 3). Bersih 4).Sejuk 5).Indah 6).Ramah Tamah dan 7).Kenangan.

Pasal 36

Cukup Jelas

Pasal 37

Cukup Jelas

WALIKOTA JAYAPURA,

TTD

BENHUR TOMI MANO

**PLT. SEKRETARIS DAERAH
KOTA JAYAPURA**

TTD

**NURJAINUDDIN KONU
PEMBINA TK I
NIP. 19561123 199103 1 085**

TAMBAHAN LEMBARAN DAERAH KOTA JAYAPURA NOMOR 43

Untuk Salinan yang sah sesuai dengan aslinya

**a.n. SEKRETARIS DAERAH KOTA JAYAPURA
KEPALA BAGIAN HUKUM**



**MAKZIL ATANAY, SH
PEMBINA TK. I
NIP 19720703 200112 1 004**

Lampiran : Peraturan Daerah Kota Jayapura
Nomor : 8 Tahun 2012
Tanggal : 6 Oktober 2012

1. Rencana Pembangunan Industri Pariwisata sebagaimana dimaksud pada Pasal 21 Peraturan Daerah ini adalah sebagai berikut :

Kebijakan Pembangunan Pariwisata Kota Jayapura

Kebijakan pembangunan pariwisata Kota Jayapura didasarkan pada pertimbangan:

- Potensi dan permasalahan kepariwisataan di Kota Jayapura dari berbagai aspek khususnya produk wisata, SDM dan kelembagaan.
- Isu-isu strategis pembangunan pariwisata di Kota Jayapura, termasuk isu pembangunan wilayah Kota Jayapura.
- Konsep pembangunan, visi, misi, tujuan dan sasaran pembangunan pariwisata Kota Jayapura.

Yang dimaksud dengan produk industri pariwisata di Kota Jayapura adalah gabungan/campuran (*composite produc*) dari berbagai objek dan daya tarik wisata, transportasi, akomodasi dan hiburan, yang tiap komponen di suplay oleh masing-masing perusahaan atau unit kelompok industri pariwisata secara terintegrasi dengan baik. Perlu diketahui bahwa berdasarkan hasil penelitian, pariwisata di Kota Jayapura saat ini berada pada *stage exploration/discovery* (penemuan) menuju pada *stage involment* (keterlibatan), jika di lihat berdasarkan teori *destination life cycle of tourism* (daur hidup destinasi wisata). Oleh karena itu strategi produk yang diusulkan untuk pariwisata di Kota Jayapua adalah berdasarkan pilihan pasar sasaran seperti disebutkan diatas, maka strategi pemilihan dan penempatan produk wisata yang harus dikembangkan adalah sebagai berikut :

- a. Produk Wisata Budaya (*unsur-unsur*), wisata pantai, wisata alam, wisata laut dan ekowisata *tracking*.
- b. Produk ekspedisi / ekowisata *tracking* harus menonjolkan keanekaragaman kekayaan flora dan fauna sebagai bahan penelitian atau kajian ilmiah (kampung Moso)
- c. Produk wisata olah raga alam yang menonjolkan pengalaman avonturir seperti menyelam, berlayar, snorkelling, lintas alam, memancing, *bike tourism*(ber-sepeda).
- d. Produk wisata buatan (taman hiburan, *shopping center*)
Diversifikasi produk, melalui pengkemasan festival –festival budaya dan pariwisata secara lebih banyak, event-event/lomba perahu,

maupun pameran seni dan tarian untuk menarik wisnus dan wisman yang berkunjung ke Kota Jayapura.

- e. Produk wisata sejarah dan religi (kawasan wisata sejarah Portnumbay dan kawasan wisata teluk youtefa)

Centra souvenir/oleh-oleh khas Papua, yang dibuat di Kota Jayapura. (batik port numbay, kerajinan ukiran, makanan khas).

2. Rencana Pembangunan Destinasi Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam pasal 24 Peraturan Daerah ini adalah :

Atas dasar pertimbangan bahwa Kota Jayapura memiliki potensi yang sangat beragam /bervariatif, kemudian juga terdapat berbagai isu strategis pada setiap kawasan wisata (potensi dan permasalahan berbeda antara satu kawasan dengan yang lain), maka Pembangunan Pariwisata Jayapura harus dilakukan dengan pendekatan yang spesifik untuk Kota Jayapura. Untuk memaksimalkan potensi wisata yang ada, maka perlu dilakukan pembangunan kawasan wisata unggulan / prioritas.

Dengan tema yang spesifik, fokus dan jelas, kawasan-kawasan tersebut akan menjadi aktor utama penarik wisatawan ke Kota Jayapura dan kemudian menjadi simpul yang menyebarkan wisatawan keseluruh wilayah di Kota Jayapura. Penentuan tema spesifik untuk satu kawasan wisata unggulan dilakukan berdasarkan potensi yang ada di kawasan tersebut. Sebaliknya, lokasi kawasan dapat ditentukan bukan berdasarkan potensi, melainkan berdasarkan isu strategis tertentu yang mungkin spesifik dan penting untuk suatu kawasan. Hal ini berkaitan dengan peran pariwisata sebagai alat pembangunan daerah. Dengan demikian, bisa saja suatu kawasan yang belum memiliki potensi siap pakai dikembangkan menjadi kawasan wisata unggulan.

Pembangunan kawasan wisata unggulan diharapkan dapat mengarahkan pariwisata di Kota Jayapura menjadi lebih fokus, namun tetap memberikan fleksibilitas/ketentuan untuk potensi-potensi lain sehingga tetap mewadahi kekayaan alam dan sosial budaya *Port Numbay*.

Pembangunan kawasan wisata unggulan juga ditujukan untuk mengakomodasi isu-isu strategis dalam pembangunan kepariwisataan di Kota Jayapura. Strategi pembangunan dan tahapan indikasi program

pembangunan pariwisata untuk setiap kawasan wisata unggulan di Kota Jayapura diuraikan sebagai berikut :

a. Kawasan Wisata Budaya dan Sejarah Port Numbay

Kawasan wisata ini mencakup wilayah Distrik Jayapura Utara dan Distrik Jayapura Selatan. Tema/produk utama yang dikembangkan mengangkat suatu potensi yang sangat spesifik, yaitu wisata sejarah dan kegiatan budaya.

Dikawasan wisata budaya dan sejarah *port numbay*, wisatawan diajak untuk melihat cikal bakal berdirinya Kota Jayapura dari asal mula bernama *Port Numbay* sampai Jayapura, central point kawasan ini berada tepat di areal imbi (Tugu Yos Sudarso), dengan air mancurnya dan tugu yang telah direnovasi tentu akan menambah hiburan tersendiri bagi penikmat wisata sejarah dan budaya, sangat menarik untuk dinikmati. Selain itu juga wisatawan dapat melihat pertunjukan langsung budaya (tarian, nyanyian, lomba, dan lain-lain) tepat dibelakang Tugu Yos Sudarso. Biasanya tidak rutin, namun apabila ada perlombaan, ulang tahun Kota Jayapura dan sejenisnya, maka wilayah ini akan ramai dikunjungi. Areal di bawah Tugu Yos Sudarso telah dibangun sebuah ruangan luas untuk pertunjukan event-event mingguan (seperti : pameran foto budaya, pameran kerajinan budaya, aktifitas seniman dan juga penjualan aneka makan dan minuman). Tepat disamping kiri Tugu Yos Sudarso terdapat gedung ex peninggalan belanda (gedung kesenian sekarang), di sinilah menjadi tempat Kantor Administrasi Pemerintahan Papua dikala belum masuk dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Produk pendukung lainnya adalah tidak jauh dari central point kawasan wisata ini, yaitu adanya Tugu Papera (penentuan pendapat rakyat), ada juga wisata pantai Dok II, pantai Base-G, wisata pesisir di Kayu Pulo, Pemandangan Angkasa Indah, Pantai Pasir II dan juga stadion Mandala Jayapura (wisata olah raga / *sport tourism*).

Wisatawan juga dapat menikmati wisata shopping (belanja) karena letaknya yang strategis di tengah kota maka, kawasan ini sudah cukup berkembang. Sarana dan prasarana cukup memadai Cuma diversifikasi produk kawasan wisata ini perlu ditingkatkan lagi. Beberapa toko souvenir dapat anda jumpai termasuk penjualan aneka Batik Khas Papua.

Daya tarik utama yang mendukung tema utama kegiatan industri dan bisnis adalah : Pengembangan pasar wisata kawasan ini diarahkan

pada pemanfaatan wisata sejarah dan budaya serta wisata belanja dan juga dikombinasi dengan produk MICE (*Meetings, Incentive, Convention dan Exhibition*). Sasaran utama adalah para wisnus dan wisman serta para birokrasi yang mengadakan seminar, pertemuan, rapat di wilayah kawasan ini. Para pengunjung dan peserta pameran juga merupakan sasaran pasar dari kawasan ini. Hasil identifikasi indikasi program pengembangan kawasan wisata budaya dan sejarah, disajikan pada Tabel berikut :

Tabel Hasil Identifikasi Indikasi Program Pengembangan Kawasan Wisata Budaya dan Sejarah Port Numbay 2011

No	Indikasi Program	Lokasi	Prioritas
1.	Pengelolaan potensi wisata di Kota Jayapura : Penataan Kawasan Wisata Budaya & Sejarah Port Numbay Di Distrik Jayapura Utara (Museum dan kawasan wisata jalan kaki = depan tugu yos sudarso) serta pengembangan historis shopping areal	Kelurahan Gurabesi	1
2	Pembangunan Gedung Pertunjukan kesenian (jayapura teater cultural center=JTCC) (alokasi tempat)	Alokasi Tempat : Representative	2
3	Program pengembangan nilai budaya port numbay (potensi wisata budaya)	Kawasan wisata budaya dan sejarah port numbay (all)	1
4	Penataan manajemen pantai Base-G dan pengembangan pariwisata di Kayu pulo Kampung Kayu batu	Kayu pulo / Base-G	2
5	Penentuan tariff pembayaran yang wajar oleh setiap orang wisatawan yang mengunjungi tiap objek wisata di kawasan wisata budaya dan sejarah port numbay	Kampung Kayu batu, dan Pasir II (kelurahan tanjung ria)	3

6	Penyusunan paket wisata dan sosialisasi penguatan kapasitas SDM local untuk terlibat dalam industri pariwisata di kawasan wisata budaya dan sejarah port numbay	Kelurahan gurabesi, kelurahan bayangkara, kelurahan imbi, kampung kayu batu, kelurahan tanjung ria.	2
7	Pelatihan warga masyarakat local terpilih untuk menjadi pemandu wisata	Kelurahan gurabesi, kelurahan bayangkara, kelurahan imbi, kampung kayu batu, kelurahan tanjung ria	3
8	Pengelolaan Lingkungan Dermaga Terpadu (wisatawan dan umum) di pantai dok II termasuk penataan kebersihan	Kelurahan bhayangkara	2
9	Penguatan warga masyarakat local sebagai tuan rumah yang baik bagi wisatawan.	Kampung-kampung dan kelurahan di kawasan wisata budaya dan sejarah port numbay	2

Sumber : Hasil Analisis, 2011

b. Kawasan Wisata Teluk Youtefa

Kawasan wisata ini merupakan kawasan dengan panorama alam dan budaya serta kehidupan religi masyarakatnya yang masih asli. Di kawasan wisata teluk youtefa inilah untuk pertamakalinya pusat pemerintahan Kota Jayapura didirikan. Injil masuk pertama kalinya ke Kota Jayapura melalui kawasan wisata ini. Di Kawasan Teluk Youtefa terdapat 2 suku asli, yaitu : Suku Injros dan Suku Tobati. (yang kini sudah dicanangkan sebagai kampung wisata). Desain rumahnya yang berlabuh serta struktur budayanya yang masih kuat, menjadi daya tarik utama di kawasan ini. Bentuk Kawasan wisata teluk youtefa membentuk lengkungan, di dalam kawasan ini juga terdapat sebuah pulau yang dinamakan pulau Metu debi. Tepat di seberang pulau ini, terdapat sebuah keajaiban alam, yaitu : *Lapangan Timbul Tenggelam (juga menjadi daya tarik utama)*. Pada saat air surut, maka kita dapat berjalan di atas pasir. Kawasan Wisata ini terletak di

Distrik Jayapura Selatan, Abepura, Muara Tami dan Heram. Akses menuju kawasan ini, khususnya ke Teluk Youtefa dapat dilalui dari beberapa jalur. 1) Jalur Pantai Hamadi, 2) Jalur Abepantai (dermaga abe) dan juga 3) melalui Jalur Skyline.

Adapun dayatarik wisata pendukung lain yang mendukung di kawasan ini adalah : Pantai Hamadi, *Soevenir shop*, Pantai Holtekam, Tugu Pendaratan Tentara Sekutu, peluang trekking di Gunung Meer (adanya hewan kera), kapal karat di bawah gunung meer serta tangki-tangki bekas peninggalan sejarah PD II.

Ada juga objek wisata pendukung lainnya, seperti Abepantai, Tugu persembayangan Jepang, Museum Loka Budaya UNCEN, Perkampungan tradisional Yoka, Wisata trekking Bupper Waena, Museum Negeri Papua, Gelanggang remaja. Adapun pasar wisatawan yang berpeluang berkunjung ke kawasan ini adalah : Para *tourist* yang menyenangi kehidupan di pedesaan terutama yang berkaitan dengan budaya. (Lihat peta kawasan wisata)

Hasil identifikasi indikasi program pengembangan kawasan wisata teluk youtefa, disajikan pada Tabel berikut.

**Hasil Identifikasi Indikasi Program Pengembangan Kawasan
Wisata Teluk Youtefa 2011**

No	Indikasi Program	Lokasi	Prioritas
1	Penguatan & Pengembangan diversifikasi produk festival humbolt bay (FHB) dan pesta budaya di jayapura	Kelurahan hamadi	1
2	Pengelolaan Kawasan Wisata Teluk Youtefa terpadu (<i>pilot project</i> pariwisata) (kampung wisata & penataan kebersihan serta religi)	Kampung Injros dan Tobati, distrik heram (yoka)	1
3	Penataan manajemen pantai Hamadi dan holtekam secara terpadu.	Kelurahan hamadi dan distrik muara tami	2
4	Penguatan warga masyarakat local sebagai tuan rumah yang baik bagi wisatawan.	Kampung-kampung dan kelurahan di kawasan wisata teluk youtefa	2
5	Penentuan tariff pembayaran	Areal kawasan wisata	3

	yang wajar oleh setiap orang wisatawan yang mengunjungi tiap objek wisata di kawasan wisata teluk youtefa	teluk youtefa	
6	Penyusunan paket tour dan sosialisasi penguatan kapasitas SDM local untuk terlibat dalam industri pariwisata di kawasan wisata teluk youtefa	Areal kawasan wisata teluk youtefa	2
7	Pemugaran asset sejarah serta interpretasi sejarah tersebut	Kelurahan Hamadi, kampung Tobati, injros, abepura	3
8	Penataan Museum termasuk pengembangan pemasaran	Kelurahan abepura, heram	3
9	Penataan areal wisata trekking	Distrik Japsel (kampung injros/ gunung meer), distrik Heram	2
10	Pelatihan warga masyarakat local terpilih untuk menjadi pemandu wisata	Kampung Tobati dan Injros, kelurahan Hamadi	3

Sumber : Hasil Analisis, 2011

c. Kawasan Wisata Alam

Kawasan wisata alam terletak di Distrik Muara Tami, kawasan ini mempunyai produk utama / unggulan adalah wisata Agro di koya, trekking di Koya dan di Moso, fishing di Koya Barat dan Ekowisata di Kampung Moso. Struktur kawasan ini didominasi wilayah hutan, pertanian, perkebunan dan areal persawahan yang cukup luas. Wilayah ini terdiri dari Kampung Koya tengah, Kelurahan Koya Koso, Koya Barat dan Kampung Moso. Sedangkan akses menuju kawasan wisata ini dapat dilalui melalui 2 pintu gerbang utama, yaitu melalui pintu perbatasan RI-PNG dan juga melalui akses dari arah Sentani serta wilayah Jayapura. Peluang untuk trekking dapat dilakukan pada sub kawasan Kampung Moso, Koya Tengah, Barat dan Timur. Daya tarik wisata pendukung lainnya yang dapat dinikmati di kawasan wisata alam ini adalah melihat sumber air panas di Kampung Moso serta aneka flora dan fauna.

Sarana dan prasarana wisata masih minim sekali serta akses dan jalur menuju objek-objek wisata masih perlu di tata secara lebih baik lagi ke depan.

Ciri khusus kawasan wisata alam ini diperuntukan bagi jenis *tourist* penikmat wisata alam (*nature tourism*) dan (*adventure tourism*). Peluang kedepan sangat cerah apabila di kembangkan dengan pola system pariwisata berbasis masyarakat dan pariwisata berkelanjutan.

Hasil identifikasi indikasi program pengembangan kawasan wisata alam, disajikan pada Tabel berikut :

Tabel
Hasil Identifikasi Indikasi Program Pengembangan Kawasan
Wisata Alam 2011

No	Indikasi Program	Lokasi	Prioritas
1.	Penataan kawasan wisata alam (trekking dan alam di kampung Moso distrik muara tami Penataan potensi sumber air panas kali moso termasuk <i>watching paradise</i> (burung cendrawasih).	Kampung Moso	1
2	Penguatan warga masyarakat local sebagai tuan rumah yang baik bagi wisatawan	Kampung dan kelurahan di kawasan wisata alam	1
3	Penataan areal wisata trecking untuk wisata agro	Koya Barat, Koya Tengah, koya timur	2
4	Peningkatkan sektor keamanan	Koya Barat, Koya Timur, Koya tengah dan kampung Moso	1
5	Pelatihan warga masyarakat local terpilih untuk menjadi	Koya Barat, Koya Timur, Koya tengah dan kampung Moso	2

	pemandu wisata		
6	Penyusunan paket tour dan sosialisasi penguatan kapasitas SDM local untuk terlibat dalam industri pariwisata di kawasan wisata alam	Kampung Moso, Koya Barat, Koya tengah	3

Sumber : Hasil Analisis, 2011

d. Kawasan Wisata Perbatasan

Kawasan wisata ini terletak di ujung Distrik Muara Tami, wilayah sub kawasan ini mempunyai karakteristik produk utama yang berbeda dengan kawasan lainnya. Produk utamanya adalah wisata areal perbatasan (*Boarder Area*). Hal-hal yang bisa dinikmati seperti : Melihat langsung tapal batas RI-PNG dan juga wisatawan dapat berfoto ria di lokasi ini. Selain itu juga ada peluang bagi wisatawan untuk melakukan wisata belanja di sekitar lokasi objek wisata. Ada juga sebuah Tugu / Menara pemantau. Dilihat dari karakteristiknya, kawasan wisata perbatasan mempunyai peluang untuk dikembangkan menjadi lebih baik serta adanya diversifikasi produk. Produk pendukung lainnya adalah wisata pantai dan perkampungan tradisional di Skow Mabo, Skow Sae dan Skow Yambe. Karakteristik ke-3 kampung ini sangat unik dan menarik.

Di Skow Yambe terdapat Kampung Wisata, namun sayangnya belum dikelola dengan baik, di Skow Sae anda dapat melihat kehidupan masyarakat asli percampuran warga PNG-RI. Ada kegiatan budaya yang rutin dilaksanakan dengan melibatkan warga PNG, seperti acara "JOPALALA" .

Jalur akses menuju kawasan wisata perbatasan sudah cukup tertata baik, namun menuju ke sub kawasan wisata pendukung seperti ke 3 kampung di Skow, masih butuh peningkatan akses jalan. Termasuk juga fasilitas sarana dan prsarana di lokasi kawasan wisata.

Ciri khusus kawasan perbatasan adalah diperuntukan bagi tourist penikmat wisata tapal batas dan juga pedesaan serta budaya dan pesisir pantai. Pada bulan Agustus –Februari ombak cukup tinggi sehingga mempunyai peluang untuk dikembangkan menjadi wisata selancar.

Hasil identifikasi indikasi program pengembangan kawasan wisata alam, disajikan pada Tabel berikut:

Tabel
Hasil Identifikasi Indikasi Program Pengembangan Kawasan
Wisata Perbatasan 2011

No	Indikasi Program	Lokasi	Prioritas
1.	Penataan manajemen pengelolaan wisata perbatasan (sistem bagi hasil, diversifikasi produk), <i>sertifikat customer</i>	Perbatasan RI-PNG	1
2	Penyelenggaraan Boarder Cultural Festival antara RI-PNG	Perbatasan RI-PNG	2
3	Penataan pantai secara holistic termasuk kebersihan	Pantai Skow Yambe, Skow Sae, Skow mabo	3
4	Peningkatkan sektor keamanan	Kawasan wisata wilayah perbatasan	1
5	Pelatihan warga masyarakat local terpilih untuk menjadi pemandu wisata	Kawasan wisata wilayah perbatasan	3

6	penguatan kapasitas SDM local untuk terlibat dalam industri pariwisata di kawasan wisata perbatasan	Skow Yambe, Skow Sae, Skow Mabo	2
7	Penguatan produk hukum kawasan wisata perbatasan	Areal kawasan wisata perbatasan	3
8	Penguatan warga masyarakat local sebagai tuan rumah yang baik bagi wisatawan Penataan areal wisata trekking Ke telaga diatas gunung	Areal kawasan wisata perbatasan Skow Yambe	3 4
9	Penataan kampung wisata Skow Yambe	Skow Yambe	2
10	Penyelenggaraan Festival Jopalala	Skow Sae	4

Sumber : Hasil Analisis, 2011

3. Rencana Pembangunan Pemasaran Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam pasal 26 Peraturan Daerah ini adalah :

A. STRATEGI BAURAN PEMASARAN PARIWISATA KOTA JAYAPURA

Diversifikasi produk yang unggul pada pariwisata di Kota Jayapura apabila tidak ditunjang dari strategi pemasaran yang jitu dan tepat, maka produk tersebut tidak akan laku di pasaran.

Oleh karena itu, sangat penting mempelajari, menggunakan dan menerapkan alat-alat pemasaran yang tepat untuk mempromosikan objek wisata di Kota Jayapura.

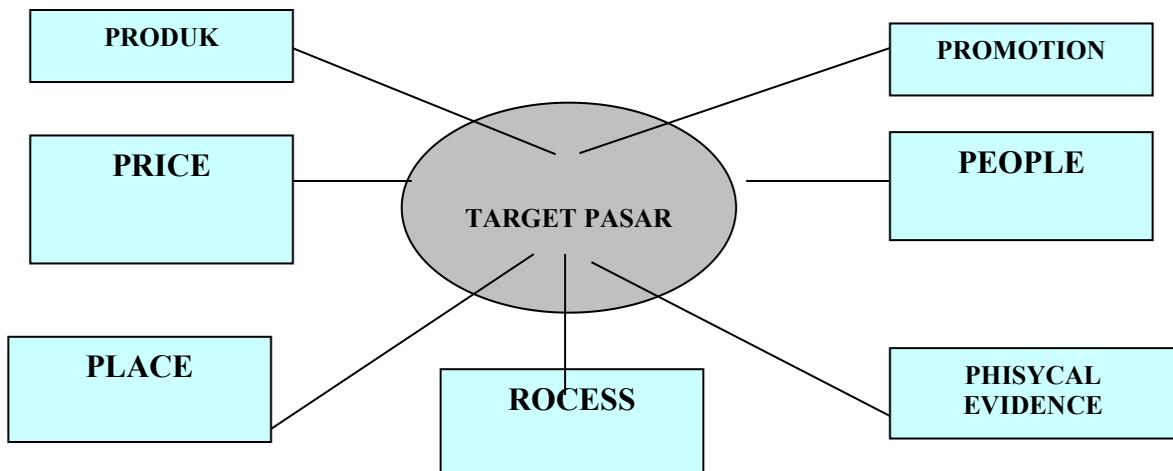
Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan salah satu syarat tercapainya pemasaran yang sukses bagi suatu destinasi wisata. Bauran pemasaran diartikan sebagai “Campuran/kombinasi terpadu dari alat-alat pemasaran yang terdiri dari bermacam-macam unsur (*the mixture of element*) dimana alat-alat pemasaran tersebut masing-masing saling menunjang dan saling mempengaruhi untuk mencapai tujuan atau keuntungan.

Unsur-unsur bauran pemasaran dikenal dengan istilah : 7 P, yang meliputi antara lain :

- (1) Produk**
- (2) Place**
- (3) Promotion**
- (4) Price**
- (5) People**
- (6) Physical Evidence**
- (7) Process.**

Apabila objek wisata di Kota Jayapura ingin sukses di pasaran, maka paling tidak ada 7 kombinasi alat-alat pemasaran yang dapat diterapkan. Jika dihubungkan dengan target pasar pariwisata di Kota Jayapura, maka kombinasi alat-alat pemasaran (*marketing mix*) akan kelihatan seperti pada gambar ini :

Gambar 1
Variabel Unsur Bauran Pemasaran Pariwisata Kota Jayapura



APLIKASI 7 UNSUR VARIABEL PEMASARAN DI PANTAI HOLTEKAM

1) STRATEGI PRODUK

Yang dimaksud dengan Produk Industri Pariwisata di Kota Jayapura adalah gabungan/campuran (*composite produc*) dari berbagai objek dan daya tarik wisata, transportasi, akomodasi dan hiburan, yang tiap komponen di suplay oleh masing-masing perusahaan atau unit kelompok industri pariwisata secara terintegrasi dengan baik. Perlu diketahui bahwa berdasarkan hasil penelitian, pariwisata di Kota Jayapura saat ini berada pada stage exploration/discoveri (penemuan) menuju pada stage involment (keterlibatan), jika di lihat berdasarkan teori *destination life cycle of tourism* (daur hidup destinasi wisata). Oleh karena itu strategi produk yang diusulkan untuk pariwisata di Kota Jayapudara adalah berdasarkan pilihan pasar sasaran seperti disebutkan diatas, maka strategi pemilihan dan penempatan produk wisata yang harus dikembangkan adalah sebagai berikut :

- a. Produk wisata Budaya (*unsur-unsur*), wisata pantai, wisata alam, wisata laut dan ekowisata trekking.
- b. Produk ekspedisi / ekowisata trekking harus menonjolkan keanekaragaman kekayaan flora dan fauna sebagai bahan penelitian atau kajian ilmiah (kampung Moso)
- c. Produk wisata olah raga alam yang menonjolkan pengalaman avonturir seperti menyelam, berlayar, snorkelling, lintas alam, memancing, bike tourism.

- d. Produk wisata buatan (taman hiburan, shopping center)
- e. Diversifikasi produk, melalui pengkemasan festival –festival budaya & pariwisata secara lebih banyak, event-event/lomba perahu, maupun pameran seni dan tarian untuk menarik wisnus dan wisman yang berkunjung ke Kota jayapura.
- f. Produk wisata sejarah dan religi (kawasan wisata sejarah portnumbay dan kawasan wisata teluk youtefa)
- g. Sentra soevenir/oleh-oleh khas Papua, yang dibuat di Kota Jayapura. (batik port numbay, kerajinan ukiran, makanan khas).

2) STRATEGI PLACE (TEMPAT)

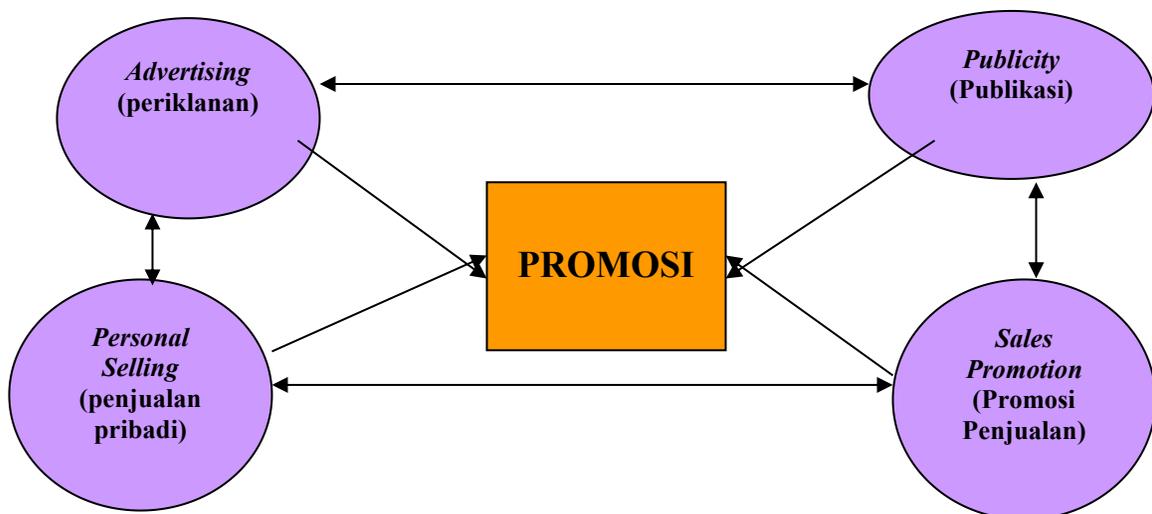
Dengan melihat siklus alur hidup objek –objek wisata di Kota Jayapura yang berada pada stage *exploration* (penemuan/baru) menuju stage *involvement* (keterlibatan) maka strategi *place* (tempat) yang diusulkan bagi objek –objek wisata di Kota Jayapura antara lain :

- a. Penataan dan pembangunan fasilitas fisik wisata termasuk fasilitas sarana dan prasarana di objek wisata.
- b. Penyediaan ruang (tempat) terbuka wisata (tempat pertunjukan budaya *port numbay*)

3) STRATEGI PROMOTION (PROMOSI)

Strategi promosi yang dapat di terapkan untuk pariwisata di Kota Jayapura dibagi dalam 4 bagian bauran promosi, yaitu *Advertising* (periklanan), *Personal Selling* (penjualan pribadi), *Publicity* (publikasi) dan *Sales Promotion* (promosi penjualan). Dapat dilihat pada bagan dibawah ini :

Strategi Promosi Pariwisata Kota Jayapaura Dalam Bauran Promosi



a. Strategi *Advertising* (Periklanan)

- Menyiapkan promosional material yang *up to date* seperti : Poster, iklan, magazine, atau media sejenisnya. Menyusun isi dari setiap media dengan informasi yang lengkap, terpercaya dan mampu menciptakan daya tarik bagi calon wisatawan untuk berwisata ke Kota Jayapura.
- Mengirimkan surat-surat, brosur-brosur, catalog dan sebagainya langsung kepada calon konsumen / pelanggan (segmen pasar sasaran). Misalnya : tour operator dan BPW serta hotel-hotel di Bali, Jakarta dan di pintu gerbang Pariwisata Indonesia.
- Pemasangan iklan melalui media cetak seperti surat kabar, majalah baik yang local maupun nasional. (*press advertisement*).
- Memasukkan potensi objek wisata di Kota Jayapura dalam buku-buku petunjuk wisata (*guides of directoris*) yang dijadikan wisatawan sebagai petunjuk panduan selama berwisata di Papua maupun di Jayapura.
- Pemasangan periklanan melalui tanda-tanda dan gambar yang dipasang di pinggir jalan utama, sepanjang jalan menuju kota (*eksternal sign and posters*).
- Kegiatan periklanan melalui saluran-saluran distribusi seperti travel agent, paket tour, tour operator, biro perjalanan wisata dan lain-lain (*trade advertising*).
- Kegiatan periklanan melalui siaran radio dan televisi (Metro Papua, Top TV, Radio ROCK FM / wawancara eksklusif). (*Broadcasting*).

b. Strategi *Personal Selling* (Penjualan Pribadi)

- Melakukan penjualan melalui telephone (*Telephone selling*/percakapan langsung)
Dengan menghubungi calon pelanggan secara langsung melalui telepon.
- Melakukan penjualan yang berorientasi didalam objek wisata di Kota Jayapura (*inside selling*), misalnya melalui promosi barang-barang cetakkan yang memuat tulisan dan lambang/logo objek wisata di Kota Jayapura.

(barang cetakan seperti : kartu nama yang memuat produk-produk wisata di dalam objek wisata, napkins, piring, alas piring, sendok, gelas, papan selancar, beneng, meja, kursi yang semuanya selalu menampilkan logo / nama dari objek wisata. (logo harus dibuat).

- Penjualan di dalam juga dilakukan melalui *direct selling* (penjualan langsung) melalui karyawan/pengelola objek yang berhubungan langsung dengan tamu / wisatawan di lokasi objek wisata.

Misalnya, seorang waiter di pantai dapat menawarkan paket wisata lain di luar dari produk utamanya, misalnya wisata trekking Artinya tidak hanya menjual satu produk tertentu demikian sebaliknya, seorang *beach boy* pun dapat menawarkan produk restoran (minuman segar) bagi wisatawan yang mandi di pantai.

Oleh karena itu, setiap komponen tuan rumah / masyarakat pengelola yang ada di masing-masing objek wisata harus mempunyai kemampuan menjual yang tinggi (diperlukan pelatihan).

c. Strategi *Publicity* (Publikasi)

Publikasi adalah stimulasi (pendorong / perangsang) penjualan yang bersifat non personal dengan cara memuat suatu berita yang mempunyai arti komersial melalui suatu media tertentu dengan mengusahakan penyajian yang bersifat positif melalui radio, TV atau pentas tanpa pembayaran dari sponsor. Publikasi dianggap lebih dapat dipercaya oleh calon pembeli karena dipandang bukan sebagai iklan dari suatu perusahaan yang ingin mempromosikan produknya.

Adapun bentuk kegiatan publikasi yang di usulkan untuk mempromosikan pariwisata di Kota Jayapura ,sebagai berikut :

- **Spot New** : membuat berita-berita yang sifatnya insidental dan tidak dapat direncanakan atau diketahui sebelumnya. Misalnya pejabat tinggi, artis ibukota / orang terkenal lainnya secara tiba-tiba singgah di Kota Jayapura / menginap di hotel.
- **Interviews** : mengadakan wawancara antara pers (surat kabar, tv, radio) dengan pihak pengelola objek –objek wisata / Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Hal ini harus direncanakan dengan sebaik mungkin sehingga hal tersebut dapat meningkatkan citra / reputasi objek – objek wisata di Kota Jayapura.

- **Schedule News** : membuat berita-berita yang dapat diketahui dan direncanakan sebelumnya seperti : peresmian objek wisata di Kota Jayapura, festival –festival, lomba-lomba dan lain-lain.
- **Staged Events** : mempublikasikan pemberitaan tentang kegiatan / acara-acara tertentu di Kota Jayapura, misalnya : lomba renang, perahu, pertunjukan panggung terbuka / fashion show, pementasan tarian daerah, dan lain-lain.
- **Created News** : pemberitaan yang memang sengaja harus di ciptakan atau dicari-cari oleh pihak pengelola objek wisata / pemerintah. Misalnya berita-berita yang bersumber dari masyarakat di suatu objek wisata yang mempunyai kelebihan tertentu, contohnya : atraksi ular berbisa (dapat memperagakan proses permainan bersama ular berbisa). Bisa juga berasal dari tamu yang mempunyai kelebihan atau keistimewaan tertentu di suatu objek wisata. Berita ini kemudian di komunikasikan pada seluruh wisatawan yang datang ke Kota Jayapura dan juga dapat melalui media surat kabar / elektronik. Suatu contoh misalnya, perlombaan seni lukis tubuh di tepi pantai, dan pesertanya adalah para tourist. Juga perlombaan melepas penyu ke laut oleh para wisatawan.
- **Pictures** : membuat gambar / foto tentang aktivitas di lokasi obyek yang dirangkaikan dengan suatu pemberitahuan. Gambaran tersebut lebih cenderung merupakan suatu iklan tapi dengan dengan cara merangkaikannya dengan suatu pemberitaan, maka hal tersebut dapat menjadi suatu berita (publisitas). Kemudian dimuat di surat kabar harian atau majalah yang ada di Papua.
Dengan melihat beragamnya aktivitas promosi yang dilakukan, maka penting sekali dibentuk badan pengelola di setiap objek –objek wisata yang salah satu bagian didalamnya termasuk bagian / *departement marketing / sales*.

d. Strategi Sales Promotion (Promosi Penjualan)

Promosi penjualan terdiri dari kumpulan kiat insentif yang beragam, kebanyakan berjangka pendek, dirancang untuk mendorong pembelian suatu produk / jasa tertentu secara lebih cepat atau lebih besar oleh konsumennya. Promosi penjualan ditujukan untuk lebih menguatkan kegiatan promosi yang telah dilaksanakan.

Adapun tujuan promosi penjualan adalah : (1) menarik pembeli baru, (2) memberi hadiah / penghargaan kepada konsumen lama, (3)

meningkatkan daya pembelian ulang dari konsumen lama, (4)
 menghindarkan konsumen lari ke destinasi yang lain, (5)
 mempopulerkan/ meningkatkan loyalitas konsumen, (6)
 meningkatkan volume penjualan jangka pendek.

Adapun bentuk kegiatan promosi penjualan yang diusulkan untuk kepariwisataan antara lain :

- **Sampel Gratis** : pengelola objek wisata dapat memberikan penawaran gratis untuk sejumlah produk atau jasa kepada pangsa pasar sasaran, misalnya pejabat daerah, perusahaan, pelajar/mhs dan lain-lain, maupun juga kepada wisatawan asing. Sampel produknya misalnya berupa "gratis menikmati pantai holtekam termasuk fasilitas wisata yang ada didalamnya", mengundang tour operator, BPW yang ada di Jakarta secara gratis untuk kegiatan soft opening hotel di Jayapura. Bisa juga artis terkenal diundang.
- **Kupon** : adalah sertifikat yang memberi hak pada pemegangnya untuk mendapat pengurangan harga seperti yang tercetak untuk pembelian produk / fasilitas tertentu di objek-objek wisata di Kota Jayapura. Kupon ini kemudian dimuat di harian cendrawasih pos atau koran yang lainnya di Papua atau juga di majalah-majalah Garuda, Lion Air, Batavia Air, dan lain-lain dan akan diberi pengurangan harga apabila pengunjung datang dan menggunakan fasilitas di objek wisata di Kota Jayapura dengan membawa kupon tersebut. Paket pengurangan harga seperti : menginap di hotel, berkunjung ke suatu objek wisata, ke taman bermain, dan lain-lain.
- **Discount / Potongan Harga** : Pengelola dapat menawarkan pada wisatawan, penghematan dari harga biasa untuk suatu produk tertentu. Misalnya paket ekowisata trekking, wisata pantai dan lain-lain. Paket harga dapat berbentuk paket pengurangan harga (*reduced price pack*), yaitu paket tunggal yang dijual dengan pengurangan harga. misalnya, beli satu dapat dua atau paket ikatan (*banded pack*) artinya dua produk yang berhubungan digabungkan bersama.

Contoh : wisatawan yang menginap di hotel Aston akan mendapatkan sebuah jam dinding, wisatawan yang berkunjung ke objek wisata pantai Base-G akan mendapatkan soevenir cantik.

- **Premi / Hadiah** : Tawaran kesempatan untuk memenangkan uang tunai, perjalanan wisata, atau barang = tv, radio, mesin cuci, dan lain-

lain. Karena membeli produk di suatu objek wisata. Misalnya, pengelola objek wisata akan memberikan kupon undian berhadiah bagi setiap wisatawan yang membelanjakan uangnya minimal Rp 100 ribu di suatu objek wisata atau kawasan wisata.

- **Kontes** pengelola dapat membuat kontes-kontes untuk wisatawan / terbuka untuk umum, seperti : fashion show di panggung di pinggir pantai, nyanyi, lomba tarian, lomba renang, bartender, dan lain-lain. Kontes ini akan memperebutkan hadiah uang tunai atau menginap gratis di home stay misalnya.
- **Promosi Gabungan** pengelola dapat melibatkan beberapa produk atau perusahaan hotel, restoran maupun biro perjalanan wisata / travel agent yang bekerjasama mengeluarkan kupon / paket-paket wisata khusus berwisata di Kota Jayapura. perusahaan-perusahaan ini menggabungkan dana dengan harapan memperoleh pengenalan yang lebih luas.
- **Promosi Silang** pengelola dapat melibatkan penggunaan satu produk wisata pantai, wisata laut / alam, trekking, untuk mengiklankan produk lain yang tidak bersaing / laku di pasaran, misalnya : pemakai fasilitas scuba diving (wisata selam) dan sea walker akan mendapat makan siang gratis dengan menu utama ikan bakar di pantai holtekam.
- **Pajangan dan demonstrasi di tempat pembelian** pihak pengelola dapat membuat pajangan dan demonstrasi di tempat pembelian, misalnya dengan memasang *floor stand* atau *bulletin boards* (papan bulletin yang menginformasikan aneka produk-produk unggulan pariwisata di Kota Jayapura), dengan tampilan gambar termasuk harga-harganya. Yang terpenting disini adalah bagaimana menciptakan pemberitahuan pada papan bulletin yang akurat, menarik, jelas dan terkini. Pajangan dan demonstrasi ini dapat dilakukan di daerah lain (Bali, Jakarta) untuk menarik pembeli baru. Misalnya ; pemberitahuan tentang rencana festival budaya port numbay yang dibuat di sebuah Mall di Jakarta.
- **Pameran dagang** (pameran / *exhibition* dapat dibuat setahun tiga kali untuk memperkenalkan produk-produk unggulan di Kota Jayapura. dapat pula bekerjasama dengan destinasi lain termasuk perusahaan lain dan Pemerintah Provinsi, guna menekan biaya pameran yang tinggi).
- **Iklan khusus** : iklan khusus ini terdiri dari barang-barang yang berguna, berbiaya rendah yang membawa nama, serta alamat objek-

objek wisata di Kota Jayapura beserta produk-produknya. Misalnya melalui pencetakan kalender di akhir tahun yang memuat gambar-gambar objek-objek wisata di Kota Jayapura. Yang dibagikan secara gratis kepada setiap pengunjung / wisatawan yang datang ke Kota Jayapura.

4) STRATEGI PRICE (HARGA)

Pada tahap *exploration* (penemuan) menuju fase keterlibatan (*involvement*) maka pihak pemasar dapat menetapkan level yang tinggi atau terendah untuk setiap variable pemasaran (harga, promosi, distribusi, dan kualitas produk). Namun jika hanya mempertimbangkan harga dan promosi, maka pihak management / pemasar dapat menerapkan salah satu dari empat (4) strategi dibawah ini :

a. Strategi Peluncuran Cepat (*rapid – skimming*)

Peluncuran produk baru / destinasi produk pariwisata di Kota jayapura dengan harga tinggi dan level promosinya juga tinggi. Strategi ini dapat diterima dengan asumsi: sebagian besar pasar potensial tidak menyadari produk destinasi di Kota jayapura, mereka yang telah sadar ingin memiliki produk / pergi ke destinasi tersebut dan dapat membayar harga yang diminta. Dan perusahaan menghadapi persaingan potensial dan untuk bermaksud membangun prefensi merek dari produk destinasi tersebut.

b. Strategi Peluncuran Lambat (*slow – skimming*)

Peluncuran produk baru / destinasi wisata dengan strategiharga tinggi dan sedikit promosi. Strategi ini masuk akal bila ukuran pasar terbatas, sebagian besar pasar sadar tentang produk / destinasi itu, pembeli / wisatawan bersedia membayar harga tinggi dan persaingan potensial belum mengancam.

c. Strategi Penetrasi Cepat (*rapid – penetration*)

Peluncuran produk baru / destinasi dengan harga rendah dan biaya promosi yang besar. Strategi ini bisa diterima bila pasar berukuran besar (banyak destinasi lain/pesaing), pasar tidak menyadari kehadiran produk / destinasi, sebagian pembeli peka terhadap harga, terdapat persaingan potensial yang kuat, dan biaya produksi pun tinggi. Termasuk

didalamnya, penerapan strategi promotional mix, yang paling baik adalah *publicity*.

Peluncuran produk baru / destinasi wisata dengan **harga rendah dan biaya promosi yang besar**. Strategi ini bisa diterima bila pasar berukuran besar (banyak destinasi lain), pasar tidak menyadari kehadiran produk / destinasi, sebagian pembeli peka terhadap harga, terdapat persaingan potensial yang kuat, dan biaya produksi pun tinggi. Termasuk didalamnya, penerapan strategi promotional mix, yang paling baik adalah *publicity*.

Beberapa Pertimbangannya adalah :

- Pasar berukuran besar, artinya ada cukup banyak objek wisata lain / destinasi lain di Indonesia atau secara khusus di Papua. maupun objek wisata lain di kabupaten Jayapura, sehingga diperlukan strategi harga rendah untuk semua produk.
- Pembeli peka dengan harga, artinya sudah terlalu banyak pungutan-pungutan liar yang terjadi di objek wisata pantai di Kota jayapura maupun juga di objek wisata lainnya termasuk di Kabupaten Jayapura, sehingga diperlukan semacam “toleransi sementara” untuk “harga rendah” bagi semua produk yang ditawarkan pengelola di wisata di Kota Jayapura. Ketika pasar semakin ramai, akan dinaikkan secara perlahan-lahan.
- Pasar sasaran banyak yang belum mengetahui objek wisata –objek wisata di Kota jayapura. Artinya termasuk segala fasilitas dan produk-produk yang ditawarkan di dalamnya.
- Biaya produksi / operasional cukup tinggi, baik untuk pengadaan fasilitas maupun biaya promosi. Oleh karenanya maka perlu ditarik pasar secara besar khususnya untuk mengunjungi Kota Jayapura dengan berbagai kiat promosi, dengan begitu maka modal secara perlahan akan kembali.

d. Strategi Penetrasi Lambat (*slow – penetration*)

Peluncuran produk baru / destinasi dengan **harga rendah dan tingkat promosi yang rendah**. Strategi ini masuk akal bila ukuran pasar besar, pasar/wisatawan mempunyai kesadaran yang tinggi akan produk destinasi yang ditawarkan, pasar/wisatawan peka terhadap harga, dan terdapat persaingan potensial.

5) STRATEGI *PEOPLE* (ORANG / MANUSIA)

- a. Penguatan SDM lokal untuk menunjang produk-produk yang telah disiapkan melalui pelatihan kepariwisataan kepada seluruh pengelola dan masyarakat yang nantinya sebagai pemain / actor dalam menjalankan roda kepariwisataan di Kota Jayapura.
- b. Bekerjasama dengan lembaga pariwisata (formal dan non formal) sebagai tutor/instruktur dalam pendidikan kepariwisataan pada pengelola objek wisata.
- c. Pendidikan yang dini kepada *host* (tuan rumah / masyarakat dan pengelola) tentang dampak-dampak negatif maupun positif dari pariwisata.
- d. Pembuatan badan pengelola (mutlak ada) untuk objek –objek wisata.

6) STRATEGI *PHSYCAL EVIDENCE* (PENAMPILAN FISIK OBJEK)

- a. Menata desain fisik sarana dan prasarana ODTW di Kota Jayapura dengan sentuhan budaya Port Numbay (home stay bernuansa lokal, restoran, toilet, shelter, trotoar, view point / tempat pemantauan, tempat parkir, arsitektur bangunan lainnya, employee dress / baju karyawan, saluran pembuangan limbah, saluran air bersih, listrik dan segala peralatan yang diperlukan. Bias juga diwajibkan setiap hotel di Kota Jayapura harus ada style Port Numbay.
- b. Pembuatan brosur ODTW di Kota Jayapura yang khas dan menarik.
- c. Menata keindahan fisik lingkungan dan produk-produknya pada ODTW di Kota Jayapura (penempatan produk sesuai dengan daya dukung lingkungannya dan tempatnya).

7) STRATEGI *PROCESS* (PROSES)

- a. Membangun jaringan kerjasama dengan investor luar untuk penanaman modal di bidang pariwisata.
- b. Membuat sebuah system bagi hasil yang adil antara pengelola dan investor luar.
- c. Membuat system / proses (*flow activity*) keseluruhan dari objek –objek wisata mulai dari mendatangkan wisatawan, masuk ke ODTW di Kota Jayapura sampai pulanginya. (*how to procedurecheck in – check out*).
- d. Membuat system / proses alur mengatasi dampak negative pariwisata (tujuannya untuk meminimalisasi).

B. KUNJUNGAN – KUNJUNGAN PROMOSI UNTUK PARIWISATA KOTA JAYAPURA

1. Mengundang dan membiayai kunjungan wisata bagi para wartawan atau penulis buku pariwisata (*journalist visits*) terkenal untuk melihat secara langsung objek dan daya tarik wisata di Kota Jayapura.
2. Mengundang dan membiayai kunjungan wisata bagi sejumlah pimpinan travel agent, BPW, tour operator dan wisatawan yang dipilih dengan pendekatan tertentu untuk melihat secara langsung keberadaan objek dan daya tarik wisata di Kota Jayapura.
3. Menyiapkan promosi bersama (*joint campaign*) dengan objek wisata lain di Papua untuk pasar sasaran.
4. Menyiapkan kiat-kiat untuk secara terus menerus membina hubungan yang saling menguntungkan dengan pihak-pihak yang disebutkan diatas, guna mempertahankan pasar sasaran wisata baik dalam negeri maupun luar negeri.

C. JARINGAN KERJASAMA PROMOSI UNTUK PARIWISATA KOTA JAYAPURA

1. Membuka hubungan kerjasama dengan operator wisata dalam dan luar negeri, melalui suatu kemitraan yang saling menguntungkan.
2. Merancang bentuk-bentuk materi-materi kerjasama yang menarik dan bermanfaat. Seperti kerjasama dengan Dinas Pariwisata Propinsi Bali, melalui penempatan stand *Jayapura Tourist Information Center (PTIC)*. (sewa tempat). Dimaksudkan untuk menjaring wisatawan asing untuk datang ke Kota Jayapura dan menikmati objek wisata lainnya. Bisa juga seperti pegelaran festival.
3. Aktif mengikuti event-event pariwisata/seminar/pertemuan bertaraf internasional maupun nasional, (informasi diperoleh dari PTIC), dengan menampilkan dan membawa brosur –brostur tentang ODTW di Kota Jayapura, produk-produk paket wisata unggulannya untuk di pasarkan. (Seperti: event ITB = International Tourismus Boerse),

pertemuan WTO, (*World Tourism Organization*), TIME, PATA, dan lain-lain.

4. Rencana Pembangunan Kelembagaan Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 29 Peraturan Daerah ini adalah :

- a. Mengembangkan perangkat kelembagaan yang memungkinkan pembangunan pariwisata antar wilayah administrasi kota/kabupaten.
- b. Peningkatan koordinasi dan konsolidasi antar lembaga pemerintah tingkat Provinsi, SKPD, antara lembaga pemerintah dengan swasta dan masyarakat dalam pembangunan pariwisata di Kota Jayapura.
- c. Pembangunan lembaga pendidikan pariwisata sebagai pencetak Sumber Daya Manusia.

**WALIKOTA JAYAPURA,
TTD
BENHUR TOMI MANO**

**PLT. SEKRETARIS DAERAH
KOTA JAYAPURA**

TTD

**NURJAINUDDIN KONU
PEMBINA TK I
NIP. 19561123 199103 1 085**

Untuk Salinan yang sah sesuai dengan aslinya

**a.n. SEKRETARIS DAERAH KOTA JAYAPURA
KEPALA BAGIAN HUKUM**



**MAKZIE ATANAY, SH
PEMBINA TK. I
NIP 19720703 200112 1 004**