

ARTIKEL

NATURAL BENGKULU



BIRO HUKUM DAN HAM
SEKRETARIAT DAERAH PROVINSI BENGKULU
TAHUN 2021

KATA PENGANTAR

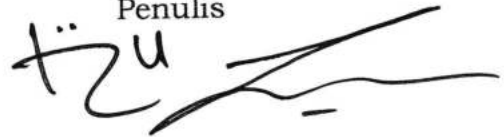
Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya atas rahmat dan karunia-Nya kami berhasil menyusun Artikel tentang Natural Bengkulu.

Artikel tentang Natural Bengkulu bertujuan sebagai langkah awal kebijakan dan instrumen kebijakan pembangunan kepariwisataan yang terintegrasi, aplikatif dan mampu mendorong pertumbuhan kegiatan kepariwisataan yang akan menentukan arah pembangunan kepariwisataan baik dalam skala nasional maupun dalam skala regional ataupun lokal yang selaras dengan Peraturan Daerah Provinsi Bengkulu Nomor 8 Tahun 2019 tentang Rencana Induk Kepariwisata Provinsi Bengkulu Tahun 2019-2024.

Kami mengucapkan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan berpartisipasi dalam penyelesaian Artikel tentang Natural Bengkulu.

Bengkulu, Februari 2021

Penulis



Miko Adiwibowo, S.H

NATURAL BENGKULU

A. Pendahuluan

Tuhan Yang Maha Esa telah menganugerahi bangsa Indonesia kekayaan yang tidak ternilai harganya. Kekayaan berupa letak geografis yang strategis, keanekaragaman bahasa dan suku bangsa, keadaan alam, flora, dan fauna, peninggalan purbakala, serta peninggalan sejarah, seni, dan budaya merupakan sumber daya dan modal untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan bangsa Indonesia sebagaimana terkandung dalam Pancasila dan dicita-citakan dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.¹

Pariwisata sebagai suatu sektor kehidupan, telah mengambil peran penting dalam pembangunan perekonomian bangsa-bangsa di dunia, khususnya dalam 2 (dua) dekade terakhir, yang ditunjukkan dengan meningkatnya kesejahteraan ekonomi bangsa-bangsa di dunia yang semakin baik dan maju. Kemajuan dan kesejahteraan yang makin tinggi telah menjadikan pariwisata sebagai bagian pokok dari kebutuhan atau gaya hidup manusia, dan menggerakkan jutaan manusia untuk mengenal alam dan budaya ke belahan atau kawasan Bumi lainnya. Pergerakan jutaan manusia selanjutnya menggerakkan mata rantai ekonomi yang saling berkaitan menjadi industri jasa yang memberikan kontribusi penting bagi perekonomian dunia, perekonomian bangsa-bangsa, hingga peningkatan kesejahteraan ekonomi di tingkat masyarakat lokal. Bagi Indonesia, pembangunan pariwisata juga memiliki kontribusi yang

¹ Lihat Penjelasan UU Nomor 9 Tahun 2009 Tentang Pariwisata

signifikan dalam Pembangunan ekonomi nasional sebagai instrumen peningkatan perolehan devisa. Perolehan devisa dari kehadiran wisatawan mancanegara ke Indonesia dalam beberapa tahun terakhir ini melampaui aliran pemasukan devisa baik dari utang luar negeri Pemerintah maupun dari penanaman modal asing².

Provinsi Bengkulu terletak di sebelah Barat pegunungan Bukit Barisan. Luas wilayah Provinsi Bengkulu mencapai sebesar 19.788.70 Km². Wilayah Provinsi Bengkulu memanjang dari perbatasan Provinsi Sumatera Barat sampai ke perbatasan Provinsi Lampung dan jaraknya lebih kurang 567 kilometer.

Ditinjau dari keadaan geografisnya, Provinsi Bengkulu terletak di antara 5°40' – 2° 0' Lintang Selatan dan 40' – 104° 0' Bujur Timur. Provinsi Bengkulu di sebelah Utara berbatasan dengan Provinsi Sumatera Barat, di sebelah Selatan berbatasan dengan Samudra Indonesia dan Provinsi Lampung, di sebelah Barat berbatasan dengan Samudra Indonesia dan di sebelah Timur berbatasan dengan Provinsi Jambi dan Provinsi Sumatera Selatan.

Provinsi Bengkulu berbatasan langsung dengan Samudra Indonesia pada garis pantai sepanjang lebih kurang 525 kilometer. Bagian Timurnya berbukit-bukit dengan dataran tinggi yang subur, sedangkan bagian Barat merupakan dataran rendah yang relatif sempit, memanjang dari Utara ke Selatan serta diselingi daerah yang bergelombang.

² Lihat Penjelasan Umum Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2011 Tentang Rencana induk Pembangunan Kepariwisata Nasional 2010-2025

Sumberdaya pariwisata di Provinsi Bengkulu pada dasarnya cukup potensial untuk dikembangkan agar berdaya saing tinggi dibandingkan dengan provinsi sekitar. Pembangunan kepariwisataan Provinsi Bengkulu pada dasarnya diarahkan untuk:

- a. memantapkan kebijakan dan instrumen kebijakan pembangunan kepariwisataan yang terintegrasi, aplikatif dan mampu mendorong pertumbuhan kegiatan kepariwisataan;
- b. mendayagunakan kapasitas lokal dan pemerataan pengembangan kepariwisataan melalui pembagian wilayah pengembangan pariwisata berdasarkan spesifikasi lokal;
- c. mengembangkan citra pariwisata Bengkulu berdasarkan kemampuan sumberdaya lokal;
- d. mewujudkan identitas Bengkulu dalam setiap produk-produk wisata dan pengembangan kepariwisataan;
- e. mengembangkan sektor kepariwisataan sebagai sektor yang mampu menggerakkan ekonomi daerah dan ekonomi rakyat;
- f. mengembangkan kelembagaan pariwisata yang mampu menggerakkan pembangunan kepariwisataan daerah;
- g. menggali dan mendayagunakan potensi alam dan budaya untuk menyediakan variasi dan kualitas produk wisata dengan mempertimbangkan preferensi pasar, kelestarian lingkungan, pemerataan pengembangan wilayah, dan terintegrasi dengan sektor-sektor pembangunan lainnya;
- h. mengembangkan kualitas sumberdaya manusia yang disesuaikan dengan tuntutan dan standar kualitas kepariwisataan global; dan

- i. mewujudkan hubungan antar *stakeholders* yang dapat menumbuhkembangkan koordinasi dan tindakan kolektif dalam pembangunan kepariwisataan daerah.

Strategi pembangunan kepariwisataan berfungsi sebagai dasar dalam perumusan rencana dan program pembangunan kepariwisataan daerah meliputi:

- a. mengembangkan destinasi wisata unggulan dan meningkatkan promosi wisata;
- b. pengembangan objek wisata unggulan yang terintegrasi;
- c. pengembangan kualitas produk, pelayanan industri dan investasi bidang pariwisata; dan
- d. optimalisasi pendayagunaan dan pengendalian kemaritiman.

Mencermati perkembangan kepariwisataan regional, nasional dan internasional yang dari tahun ke tahun menunjukkan kecenderungan meningkat sangat pesat, yang didorong oleh pertumbuhan ekonomi setiap daerah, dan perubahan struktur sosial ekonomi negara dunia, sehingga masyarakat/orang yang memiliki pendapatan layak semakin banyak. Situasi di mana kehidupan ekonomi makin membaik telah memotivasi orang-orang antar berbagai daerah dan antar negara untuk menikmati waktu luang, berpergian liburan, rekreasi dengan berwisata, guna memenuhi kebutuhan dasar yang bersifat immaterial yang menjadi hak pribadi setiap orang sebagai bagian dari hak asasi manusia yang harus dihormati dan dilindungi.

Perubahan dunia global di mana pariwisata sudah menjadi kebutuhan yang ditandai makin banyaknya orang yang melakukan perjalanan wisata, dalam sudut pandang ekonomis, fenomena ini memang akan memberikan nilai tambah bagi daerah tujuan wisata, yakni dalam bentuk peningkatan, perluasan dan pemerataan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, artinya pembangunan kepariwisataan dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat dan memupuk pendapatan daerah yang bersumber dari pajak dan retribusi sebagai kontribusi pembangunan kepariwisataan.

Kebijakan pembangunan pariwisata di Provinsi Bengkulu yaitu dengan ditetapkannya Peraturan Daerah Provinsi Bengkulu Nomor 8 Tahun 2019 tentang Rencana Induk Kepariwisata Provinsi Bengkulu Tahun 2019-2024, sebagai langkah awal kebijakan dan instrumen kebijakan pembangunan kepariwisataan yang teintegrasi, aplikatif dan mampu mendorong pertumbuhan kegiatan kepariwisataan yang akan menentukan arah pembangunan kepariwisataan baik dalam skala nasional maupun dalam skala regional ataupun lokal. Dalam pembentukannya Peraturan Daerah Provinsi Bengkulu Nomor 8 Tahun 2019 tentang Rencana Induk Kepariwisata Provinsi Bengkulu Tahun 2019-2024 berpedoman kepada Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Undang-Undang 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan, peraturan Daerah ini lahir pada pokok pikiran yaitu:

1. Landasan Filosofis

Semua materi muatan ketentuan peraturan perundang-undangan yang sudah ditetapkan dalam garis hubungan hierarkhis, secara eksplisit atau implisit selalu mengandung pandangan-pandangan dan nilai-nilai dasar yang melandasi pembentukan norma hukum yang diaturnya yang merupakan abstraksi nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila. “Pancasila menjadi cita hukum yang berfungsi konstitutif dan regulatif atau norma fundamental negara (*staatsfundamentalnorm*) yang membentuk norma-norma hukum bawahannya secara berjenjang-jengang.”³

Undang-Undang Kepariwisataaan merupakan satu dari banyak norma hukum berjenjang itu, di mana materi muatannya dilingkupi cita hukum yang diturunkan dari sila-sila Pancasila. Nilai kesadaran yang dipahami sebagai wujud dari ideologi negara itu salah satunya berkaitan dengan semangat Pancasila terutama sila Ketuhanan Yang Maha Esa, dan sila Persatuan Indonesia. Nilai yang terkandung dalam cerminan sila Ketuhanan Yang Maha Esa, dapat dipahami melalui pengakuan akan keindahan Indonesia sebagai anugerah Tuhan Yang Maha Esa. Hal ini dinyatakan dalam konsiderans menimbang Undang-Undang Kepariwisataaan yang berbunyi: Keadaan alam, flora, dan fauna, sebagai karunia Tuhan Yang Maha Esa, serta peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni, dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataaan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat sebagaimana terkandung dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

³A.Hamid S.Attamimi. 1993. *Pancasila Cita Hukum dalam Kehidupan Hukum Bangsa Indonesia*. Artikel dalam Kumpulan Tulisan Pancasila Sebagai Ideologi, Jakarta: BP-7 Pusat, hlm 83

Pariwisata merupakan bagian dari hak setiap orang, yakni hak yang berupa kebebasan melakukan perjalanan dan memanfaatkan waktu luang dalam wujud berwisata. Pariwisata jelas telah berkembang menjadi suatu fenomena global, menjadi kebutuhan dasar, serta menjadi bagian dari hak asasi manusia yang harus dihormati dan dilindungi. Namun kebebasan berwisata tentunya harus dilaksanakan secara bertanggungjawab, sehingga secara proporsional menumbuhkan sikap adil, baik adil terhadap pelaku pariwisata, yakni wisatawan dan masyarakat setempat, maupun adil terhadap alam, yakni pariwisata tidak menciderai alam melainkan tetap mempertimbangkan kelestarian dan mutu lingkungan hidup. Ini merupakan abstraksi dari nilai yang diturunkan dari sila Kemanusiaan Yang Adil dan Beradab.”

Pariwisata mengeksploitasi secara bertanggung jawab sekaligus melindungi dan melestarikan keanekaragaman budaya, adat istiadat yang hidup dalam masyarakat. Pariwisata menjadi instrumen perekat rasa kebersamaan untuk memupuk rasa cinta tanah air dan makin bangga sebagai bangsa Indonesia, bukankah melalui pariwisata akan membuat antar individu anak bangsa saling mengenal kebudayaan antar daerah nusantara, dan proses ini akan menumbuhkan saling pengertian dan saling penghargaan yang sangat dibutuhkan dalam kancah hidup bernegara. Pembangunan kepariwisataan yang bertumpu pada keanekaragaman, keunikan, dan kekhasan bangsa dengan tetap menempatkan kebhinekaan sebagai suatu yang hakiki dalam bingkai Negara Kesatuan Republik Indonesia, jelas menunjukkan pariwisata dilandasi semangat sila Persatuan Indonesia.

Pariwisata menanamkan nilai-nilai demokrasi, setiap rencana pengembangan pariwisata senantiasa transparan dan melibatkan partisipasi masyarakat, masyarakat dilibatkan untuk memutuskan secara demokratis lingkup industri pariwisata yang akan dikembangkan di setiap destinasi pariwisata. Dengan demikian tatanan hukum yang mengatur kepariwisataan juga diselimuti semangat yang didasarkan pada nilai sila Kerakyatan yang Dipimpin oleh Hikmat Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan/Perwakilan.

Pariwisata mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat. Pembangunan kepariwisataan dikembangkan dengan pendekatan pertumbuhan dan pemerataan ekonomi untuk kesejahteraan rakyat dan pembangunan yang berorientasi pada pengembangan wilayah, bertumpu kepada masyarakat, dan bersifat memberdayakan masyarakat yang mencakupi berbagai aspek, seperti sumber daya manusia, pemasaran, destinasi, ilmu pengetahuan dan teknologi, keterkaitan lintas sektor, kerja sama antar daerah, pemberdayaan usaha kecil, serta tanggung jawab dalam pemanfaatan sumber kekayaan alam dan budaya. Ini merupakan perwujudan nilai yang diabstraksi dari sila Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia.

2. Landasan Sosiologis

Warisan para leluhur terhadap etnisitas suku bangsa Provinsi Bengkulu kini dan mendatang merupakan suatu tanggungjawab yang amat berat bila dilihat dari sudut pandang tantangan fenomena kehidupan atau interaksi modernisasi terhadap kebudayaan masyarakat Provinsi Bengkulu.

Kebudayaan ibarat sebuah tenda yang menaungi berbagai aspek kehidupan manusia, makin tinggi dan luas tenda itu, makin sehat aspek-aspek kehidupan yang berada di bawahnya, karena terbuka ruang lapang untuk mudah bergerak. Sebaliknya makin sempit dan rendah tenda tersebut menaungi membuat aspek dalam naungannya sempit, pengap dan tidak ada ruang gerak. Begitu pula dengan kebudayaan daerah dalam interaksinya terhadap interaksi modernisasi, pengaruh positif modernisasi dari aspek progresif kebudayaan (kombinasi nilai teori dan nilai ekonomi) akan membuat tenda kebudayaan Provinsi Bengkulu makin tinggi dan dikenal luas.

Selain itu dengan memiliki potensi alam, keanekaragaman flora dan fauna, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, serta seni dan budaya yang semuanya itu merupakan sumber daya dan modal yang besar artinya bagi usaha pengembangan dan peningkatan kepariwisataan. Modal tersebut harus di manfaatkan secara optimal melalui penyelenggaraan kepariwisataan yang secara umum bertujuan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Pada dasarnya pengembangan Provinsi Bengkulu sebagai destinasi pariwisata telah menimbulkan harapan dan antusiasme masyarakat wilayah Provinsi Bengkulu. Pemanfaatan potensi sumberdaya alam dan budaya ini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, sosial, dan budaya masyarakat setempat. Hal ini nantinya dapat membuka akses masyarakat Provinsi Bengkulu yang selama ini agak tertinggal menuju ke arah kehidupan yang lebih baik, dengan adanya para pengunjung ke daerah mereka maka arus pertukaran informasi dapat berjalan dengan baik.

Kondisi kekinian menunjukkan bahwa Provinsi Bengkulu merupakan salah satu daerah agraris, di mana perekonomiannya ditopang sektor pertanian. Kegiatan usaha kedua penyumbang PDRB adalah kegiatan tersier berupa perdagangan, perhotelan dan restoran. Hal ini mengindikasikan bahwa kegiatan tersier mulai tumbuh di Provinsi Bengkulu.

Salah satu kegiatan tersier yang mulai tumbuh tersebut ialah sektor perhotelan dan restoran yang merupakan bagian dari industri pariwisata. Dalam kondisi kekinian memang industri pariwisata yang tampak masih terbatas, hal ini dipengaruhi pula oleh kondisi belum diolahnya objek wisata yang ada di Provinsi Bengkulu. Apabila objek pariwisata yang ada dikelola secara profesional, maka makin besar daya dorong dan daya tarik orang luar mendatangi Provinsi Bengkulu, dan sejalan dengan itu, maka makin pesat pula pertumbuhan industri pariwisata daerah. Harus diakui bahwa sampai saat ini perhatian pemerintah daerah terhadap objek wisata masih sangat terbatas pada objek wisata tertentu saja.

Pengaturan Peraturan Daerah Provinsi Bengkulu Nomor 8 Tahun 2019 tentang Rencana Induk Kepariwisata Provinsi Bengkulu Tahun 2019-2024 ini, akan memberikan manfaat sosial berupa tumbuhnya semangat inovatif, kreativitas masyarakat setempat dalam mengembangkan potensi alam dan potensi budaya yang mereka miliki, untuk dikemas dalam paket-paket daya tarik pariwisata. Kondisi kekinian menunjukkan kekayaan potensi budaya lokal, kesenian lokal, dan adat istiadat yang melekat pada etnisitas masyarakat daerah Provinsi Bengkulu belum dibina menjadi aset sosial daerah.

3. Landasan Yuridis

Secara yuridis, pengaturan tentang kepariwisataan merupakan realisasi dari apa yang telah diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi, dalam hal ini Undang-Undang Dasar 1945, ketentuan Pasal 32, yang menyatakan bahwa *(1) Negara memajukan kebudayaan nasional Indonesia di tengah peradaban dunia dengan menjamin kebebasan masyarakat dalam memelihara dan mengembangkan nilai-nilai budayanya. (2) Negara menghormati dan memelihara bahasa daerah sebagai kekayaan budaya nasional.* Kemudian diatur lebih lanjut dalam ketentuan Pasal 8 Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2009 tentang Pariwisata, ketentuan lebih lanjut mengenai Rencana Induk Kepariwisataaan diatur dengan peraturan daerah. Keberadaan Perda ini sangat strategis dalam menentukan arah dan memberikan kepastian hukum pelaksanaan pengembangan pariwisata di Provinsi Bengkulu.

Selanjutnya dapat kita lihat Pembangunan Kepariwisataaan Provinsi Bengkulu berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Bengkulu Nomor 8 Tahun 2019 tentang Rencana Induk Kepariwisataaan Provinsi Bengkulu Tahun 2019-2024, salah satunya dalam materi muatan Rencana Induk Kepariwisataaan Provinsi Bengkulu yaitu Pasar Pariwisata dan Upaya Pemasaran.

B. Pembahasan

Bahwa dalam menentukan strategi pemasaran pariwisata, terlebih dahulu harus dilakukan survei pasar yang merupakan pengumpulan data dan informasi mengenai karakteristik pasar wisata baik internasional, nasional, maupun lokal (regional/ provinsi/ kabupaten). Provinsi Bengkulu memiliki peluang pariwisata yang cukup baik, terlihat dari kunjungan wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara yang datang ke Provinsi Bengkulu.

Dalam merencanakan pemasaran harus ditentukan terlebih dahulu segmen pasar yang akan disasar. Memilih segmen potensial sebagai kelompok sasaran pemasaran perlu memperhatikan beberapa hal sebagai berikut:

- a. segmen yang dipilih hendaknya dapat dihitung besarnya;
- b. segmen yang dipilih cukup penting dalam arti besar pasarnya dapat menjamin kontinuitas kegiatan usaha sesuai dengan harga yang bersedia di bayar konsumen;
- c. segmen yang dipilih harus memiliki daya beli yang memadai dan kesediaan membeli. Dalam kasus kedua informasi tersebut tidak tersedia, kedua faktor tersebut didekati dari berbagai kualitas ekonomi dan perilaku perjalanan wisata segmen dan sikap segmen tersebut terhadap kegiatan wisata dapat mengindikasikan *prosperity to travel* nya.
- d. segmen yang dipilih harus dapat dibedakan dengan jelas dengan segmen-segmen lainnya;

- e. segmen tersebut dapat dijangkau oleh media promosi maupun tempat-tempat distribusi/penjualan;
- f. kelompok-kelompok masyarakat yang perlu mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah. Dalam posisi pemerintah sebagai fasilitator dan regulator pembangunan, yang tidak terfokus hanya pada pertumbuhan tapi juga pemerataan kesejahteraan.

Strategi *targeting* dan *positioning* yang efektif sangat penting untuk memperoleh kinerja bisnis yang unggul dan berkelanjutan. Kedua strategi ini merupakan acuan bagi suatu perusahaan untuk menyajikan nilai lebih kepada konsumen mereka. Dalam pasar pariwisata, pemasar dapat menerapkan opsi strategi *positioning* berbeda-beda yang didasarkan pada pembedaan segmen pasar sasaran.

Khusus untuk segmen pasar wisatawan bisnis (*business travellers*), pemasar dapat menerapkan strategi MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, dan Exhibitions*). Menurut Dwyer dan Forsyth (1997)⁴, wisatawan MICE merupakan salah satu sektor dalam industri pariwisata yang berkembang sangat pesat. Dasar pemikiran dari pengembangan wisatawan MICE adalah kegiatan yang diperuntukkan guna menyatukan para penyedia informasi dengan penerimanya. Kegiatan wisata MICE melibatkan berbagai sektor seperti sektor transportasi, perjalanan, rekreasi, akomodasi, makanan dan minuman, tempat penyelenggaraan acara, teknologi informasi, perdagangan dan keuangan sehingga wisata MICE dapat digambarkan sebagai industri multifaset. Di banyak daerah tujuan

⁴L. Dwyer dan P. Forsyth (1997). *Valuing Heritage Conservation: An Economic Perspective* in W. Nurayanti (ed), *Tourism and Heritage Management*, Gajah Mada University Press, pp.337-344.

wisata, kegiatan MICE dikategorikan di bawah payung industri *event* (Dwyer dan Forsyth, 1997). Berikut ini penjabaran dari 4 (empat) strategi pemosisian pasar pada klasifikasi segmen pasar wisatawan bisnis (*business travellers*):

1. Meeting. *Meeting* atau pertemuan pada umumnya membahas masalah dengan substansi yang relatif kecil dengan jumlah delegasi yang kecil juga dan biasanya dapat diselenggarakan di lingkungan perusahaan, di hotel atau di ruangan pertemuan (Mair, 2009).
2. Incentive. *Incentive* mengacu kepada jenis perjalanan di mana sebuah perusahaan membayar karyawannya untuk bepergian, untuk menghadiri konferensi atau pameran, untuk kesenangan, sebagai penghargaan atas kinerja yang berhubungan dengan pekerjaan (Mair, 2009). Dengan demikian *incentives travel* dapat digunakan oleh pemasar untuk mendorong dan meningkatkan kinerja karyawan dengan memberikan penghargaan pada tiap peningkatan produktivitas atau tiap pencapaian tujuan perusahaan. *Incentive travel* adalah alat manajemen yang menggunakan pengalaman perjalanan sebagai salah satu bentuk penghargaan kepada peserta untuk tiap peningkatan kinerja guna mendukung pencapaian tujuan organisasi.
3. Conferences. *Conferences* merupakan elemen ketiga dari wisata MICE yang dapat diartikan sebagai suatu pertemuan partisipatif yang dirancang terutama untuk tujuan diskusi, mencari dan berbagi informasi, memecahkan masalah dan konsultasi (Mair, 2009). *Conferences* pada umumnya dapat dipahami sebagai suatu pertemuan besar yang dihadiri oleh sekelompok individu yang memiliki pemikiran

yang sama yang datang bersama-sama dengan tujuan profesional atau pribadi, untuk keperluan membangun jaringan dan untuk tujuan pendidikan.

4. Exhibitions. Istilah *exhibitions* digunakan untuk menggambarkan *event* yang dirancang untuk mempertemukan pemasok produk, peralatan industri dan jasa di suatu tempat di mana para peserta dapat mendemonstrasikan dan mempromosikan produk dan jasa yang mereka tawarkan. *Exhibitions* dapat berkaitan dengan perdagangan dari industri tertentu saja di mana seluruh pengunjung bekerja dalam industri terkait yang sedang dipamerkan, atau *exhibitions* bisa terbuka untuk umum sehingga setiap orang dapat menghadiri *exhibitions* tersebut (Mair, 2009).

Peningkatan kunjungan wisatawan ke Provinsi Bengkulu dapat terwujud apabila dilakukan pengembangan strategi positioning pasar yang tepat, terarah, dan terencana untuk target pasar yang akan dibidik.

Segmen pasar kedua adalah segmen pasar *young travellers*. Segmen pasar ini merupakan segmen yang baru tumbuh dan berkembang di Provinsi Bengkulu. Strategi pemosisian pasar yang tepat untuk segmen pasar ini adalah sebagai berikut:

1) *Amusement and Entertainment*. Tipe segmen wisatawan ini lebih cenderung menggunakan waktunya untuk mencari kesenangan, lebih banyak menggunakan waktu untuk nongkrong dan bersosialisasi bersama teman-teman dan atau komunitas. Pemasar wisata dapat menyasar segmen ini dengan meningkatkan fasilitas pendukung yang ada di kawasan wisata. Segmen ini tidak terlalu konsumtif dalam berbelanja, namun memiliki peran yang besar dalam mempengaruhi

keputusan pembelian. Lebih memiliki preferensi untuk berbelanja dan wisata kuliner dalam pengeluaran wisata.

2) *Nature and Adventure*. Tidak jauh berbeda dengan penjelasan sebelumnya. Tempat nongkrong yang paling disukai kalangan ini adalah di pantai, pegunungan (wisata alam). Mereka juga menyukai petualangan seperti berselancar, mendaki gunung, *diving*, dan *snorkelling*. Strategi paling tepat untuk menyasar segmen pasar ini adalah dengan mengembangkan produk wisata dengan menggunakan sumber daya yang ada.

Strategi pengembangan pariwisata Provinsi Bengkulu disusun dengan berpedoman kepada Peraturan Daerah Provinsi Bengkulu Nomor 8 Tahun 2019 tentang Rencana Induk Kepariwisata Provinsi Bengkulu Tahun 2019-2024. Berdasarkan hal tersebut, Pemerintah Provinsi Bengkulu dan instansi terkait melakukan upaya strategi pengembangan pariwisata Provinsi Bengkulu dengan Upaya Pemasaran *brand logo and design application guidelines* yaitu "Natural Bengkulu".

Natural Bengkulu adalah janji pariwisata Bengkulu kepada Indonesia dan Dunia. Kata "*Natural*" terdapat dua *keyword* yaitu "*natural and cultural*", *keyword* ini merupakan *head wonders* yang akan mewakili *wonders* lainnya seperti *sensory wonders* dan *adventours wonders*, dengan begitu *natural and cultural* mengandung pengertian akan janji bahwa ramah tamah Bengkulu kaya dengan ketakjuban alam pengusik kalbu dan keanekaragaman budaya yang akan mengantarkan para wisatawan menuju pengalaman berpetualang di alam dingin Bengkulu, *surfing* dipantai Bengkulu dan menikmati makanan tradisional Bengkulu, merupakan

pengalaman yang menyenangkan bagi wisatawan. Bagian paket lengkap inilah yang akan menarik wisatawan untuk datang dan betah berlama-lama di Bengkulu.

Sebuah *brand positioning* statement adalah bagian penting untuk komunikasi dan merupakan skspresi dari *brand* itu sendiri. Statement ini tidak hanya membedakan Bengkulu dari destinasi turis lainnya, namun juga memberikan jiwa yang penuh arti demi menjaga *brand* agar tetap hidup. Masyarakat Bengkulu pecinta damai yang menyambut dengan tangan terbuka digabungkan dengan keindahan, kemenarikan, kekayaan alam dan budaya serta warna keindahan, kemenarikan, kekayaan alam dan budaya serta warna membuat Bengkulu tidak hanya sebagai destinasi liburan yang hebat tetapi juga sebagai pengalaman sekali seumur hidup.

Kepribadian dari sebuah *brand* sangat penting untuk menjaga hubungan baik dengan audiensnya, diekspresikan melalui komponen visual, pelunisan dan *tone of voice* brand tersebut. Saat ini *brand* menjadi relevan, kepribadiannya menjadi dikenal di alam bawah sadar para audiens. Bengkulu adalah Provinsi dengan beragam pengalaman, dan demi mencapai pengertian sempurna kepada potensi dari Bengkulu, semua kepribadian Bengkulu harus dipecah secara lugas namun detil. *Enchanting spirit* (kita luar biasa mempesona, berkharisma, penuh kehidupan dan rendah hati, setiap bagian dari kita membuat orang tersihir dan sangat mudah bagi kita untuk berteman), *Exiting* (kita menyenangkan dengan sepenuh hati kita menyentuh emosi orang-orang dan membangunkan rasa penasaran mereka, tidak hanya itu kita juga membakar semangat mereka untuk bersenang-senang dengan kita), *magnificent* (kita mempunyai keindahan

yang sangat unik, agung dalam semua kategori, keunikan dan kekayaan gaya, tata karma dan sifat elegan kita diapresiasi dan dihormati), *Expressive* (kita adalah penyaji ekspresi, kita sangat jujur dan menunjukkan emosi kita secara spontan, kita sangat ahli dalam bersosial dan melakukannya dengan cara paling efektif dibanding yang lainnya).

Dalam membangun *brand* yang mempunyai banyak variasi produk harus diberikan suatu konsep petunjuk yang dapat memisahkan produk-produk ini dan membuat wawasan yang berbeda-beda dari setiap *wonders*, segingga orang-orang dapat merasakan cerita dibalik keberadaan mereka. Sesuai dengan *brand* Natural Bengkulu terdapat 4 (empat) konsep, yaitu:

1. Natural Wonders

Natural Wonders Experience menggambarkan hal seperti bahari, kelautan, pegunungan dan daerah yang hijau, *wonders experience* ini hanya dapat digunakan saat mengkomunikasikan kehebatan alam Bengkulu.

2. Cultural Wonders

Cultural wonders experience menggambarkan hal seperti kesenian, kebudayaan dan warisan. *Wonders experience* ini hanya dapat digunakan saat mengkomunikasikan kehebatan tradisi dan kegiatan budaya di Bengkulu.

3. Sensory Wonders

Sensory Wonders experience menggambarkan hal seperti makanan, minuman dan hiburan *Wonders experience* ini hanya dapat digunakan saat mengkomunikasikan kegiatan di Bengkulu yang bisa dirasakan oleh panca indera dari tubuh manusia.

4. Adventurours wonders

Adventurours wonders experience menggambarkan hal seperti olahraga, petualangan, dan eksplorasi. *Wonders experience* ini hanya dapat digunakan saat mengkomunikasi kehebatan, jiwa bertualang, dan keunikan kegiatan olahraga di Bengkulu.

Bahwa Natural Bengkulu merupakan Implementasi berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Bengkulu Nomor 8 Tahun 2019 tentang Rencana Induk Kepariwisata Provinsi Bengkulu Tahun 2019-2024, yang salah satu materi muatan Rencana Induk Kepariwisata Provinsi Bengkulu yaitu Pasar Pariwisata dan Upaya Pemasaran yang bertujuan untuk memperkenalkan produk destinasi wisata serta mengkomunikasikan keunikan destinasi tersebut secara visual, sehingga memudahkan destinasi untuk menjual produknya ke pasar pariwisata.

C. Penutup

1. Bahwa brand Natural Bengkulu merupakan implementasi dari Peraturan Daerah Provinsi Bengkulu Nomor 8 Tahun 2019 tentang Rencana Induk Kepariwisata Provinsi Bengkulu Tahun 2019-2024, salah satunya dalam materi muatan Rencana Induk Kepariwisata Provinsi Bengkulu yaitu Pasar Pariwisata dan Upaya Pemasaran.
2. Bahwa brand Natual Bengkulu akan menjadi pondasi dan dasar yang sangat penting bagi pengembangan dan pengelolaan sumber daya Pariwisata budaya dan alam yang tersebar di seluruh Daerah dan sekaligus akan memberikan panduan atau arahan bagi pemangku kepentingan terkait baik di tingkat pusat maupun Daerah, baik pemerintah/sector publik, swasta, maupun masyarakat dalam pengembangan dan pengelolaan Destinasi Pariwisata secara terarah, tepat sasaran, dan berkelanjutan.