

Pengembangan Pembangunan Pariwisata di Kabupaten Sumenep Perspektif *Hexa Helix*

Mohammad Hidayaturrehman, Rillia Aisyah Haris, Imam Hidayat, Miming Indrasatin, Priyo Armaji
(Tim Peneliti LPPM Universitas Wiraraja Sumenep)

ABSTRAK

Pembangunan sebagai sarana untuk mewujudkan kesejahteraan memiliki tantangan. Diantara tantangannya adalah, keberlanjutan (sustainability) pembangunan dan kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan pembangunan. Pembangunan berbasis ekstraksi sumber daya alam menghadapi persoalan ini. Salah satu alternatif pembangunan yang mampu menjawab keberlanjutan dan kelestarian lingkungan, sekaligus mampu mewujudkan kesejahteraan adalah pembangunan di sektor pariwisata. Banyak negara di dunia yang berhasil membangun ekonominya berbasis pada pariwisata, Arab Saudi dengan wisata religi, dan Singapura dengan wisata belanja. Beberapa daerah di Indonesia juga mampu membangun perekonomian dengan pembangunan sektor pariwisata seperti Kota Batu, Jawa Timur dan Bali. Keberhasilan pembangunan pariwisata di beberapa daerah tersebut dengan keberadaan aspek business.

Penelitian ini dilakukan untuk mengungkap bagaimana aspek business dalam hal ini industri/ perusahaan dan perbankan di dalam mendorong keberhasilan pembangunan sektor pariwisata. Pembangunan pariwisata yang melibatkan aspek business merupakan bagian dari konsep hexa helix, yaitu academic, business, government, media massa, community, legal or regulation (ABCG-ML). Metode yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode kualitatif komparatif.

Komparasi antara Kabupaten Sumenep dengan Kota Batu, Jawa Timur. Penelitian ini akan menghasilkan rekomendasi kebijakan kepada Pemerintah Kabupaten Sumenep di sektor pariwisata, kemudian buku panduan model pengelolaan sector pariwisata berbasis hexa helix, publikasi di jurnal nasional terakreditasi Sinta, dan publikasi di media massa.

Kata Kunci: *Pembangunan, Pariwisata, Hexa Helix.*

A. Latar Belakang

Beberapa tahun terakhir sektor pariwisata khususnya, sebelum pandemi Covid-19 terjadi, mengalami pertumbuhan yang sangat pesat di dunia. Pada tahun 2014, industri pariwisata menjadi industri besar dengan pendapatan mencapai US\$ 7,6 triliun (Setyowati & Octavia, 2016). Di Indonesia, sektor pariwisata juga mengalami pertumbuhan yang sangat cepat, terutama sebelum covid-19. Beragam industri dan usaha yang berkaitan dengan pariwisata di Indonesia mampu memberi kontribusi nyata bagi peningkatan perekonomian di Indonesia (Hulu, 2018). Sektor pariwisata berkontribusi terhadap peningkatan perekonomian nasional (Withaningsih et al., 2018). Pada tahun 2015, sektor pariwisata menduduki peringkat keempat dalam pemasukan devisa negara, yaitu sebesar 9,3%. Selain itu, sektor pariwisata membuka setidaknya 9,8 juta lapangan pekerjaan atau 8,4% lapangan kerja nasional (Kriswibowo, 2016). Namun setelah Covid-19 melanda, kegiatan bisnis pada industri pariwisata bagi negara-negara yang bergantung pada industri pariwisata mengalami kesulitan, setidaknya pada saat pandemi masih berlangsung. Untuk kembali ke situasi normal dibutuhkan kerja keras. Sektor pariwisata harus berjuang untuk meningkatkan daya saing yang dimiliki, sehingga industri pariwisata dapat menjadi menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) (Fernandez et al., 2021).

Sektor pariwisata memiliki banyak bidang dan kegiatan yang berhubungan langsung dengan aktivitas ekonomi riil, kecil dan menengah. Seperti usaha kuliner dan beragam kebutuhan yang diperlukan oleh wisatawan. Kondisi ini memberi dampak positif secara langsung bagi kesejahteraan masyarakat (Musthofa, 2019). Hal tersebut seiring dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang pembangunan pariwisata di Indonesia yang bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan

ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan, sumber daya, dan lainnya (Sonder & Yulianie, 2019). Hal ini sejalan pula dengan Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2015 tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata tahun 2015-2019, sektor pariwisata menjadi pilar ekonomi negara (Yatmaja, 2019).

Sektor pariwisata hingga kini masih menjadi primadona dalam menggerakkan perekonomian di Indonesia. Salah satunya disebabkan karena pariwisata menjadi alternatif dalam peningkatan perekonomian rakyat. Hal ini sekaligus menjadi alternatif dari pengelolaan sumber daya alam berbasis ekstraksi (Yuli, 2011). Maka, pengelola pariwisata perlu mempertimbangan pembangunan pariwisata melalui pendekatan gerakan sosial ekonomi masyarakat dan pengembangan pariwisata berbasis pendekatan pertumbuhan (Sørensen & Grindsted, 2021). Selain itu keberhasilan dari pengelolaan dan pemasaran sektor pariwisata adalah dengan memahami tingkat keterlibatan pengunjung terhadap lokasi wisata (Hogg et al., 2011).

Dalam perkembangannya, sektor pariwisata di berbagai daerah di Indonesia, berhasil membangun perekonomian daerah dan meningkatkan kesejahteraan warga di daerah. Banyak kota dan kabupaten di Indonesia yang dulunya tertinggal, sekarang berhasil maju setelah pembangunan dengan pemanfaatan lingkungan alam secara bijak, dengan menggalakkan sektor pariwisata, seperti Kabupaten Banyuwangi dan Kota Batu, Jawa Timur. Industri pariwisata perlu melibatkan aspek sosial masyarakat sehingga keberhasilan pembangunan keberlanjutan pariwisata bisa dilihat dari pemanfaatan lingkungan alam yang bertanggung jawab (Farkic et al., 2021).

Pada sisi lain, kemajuan di sektor pariwisata juga menyisakan persoalan,



salah satunya adalah adanya ketimpangan yang terjadi antara pengusaha besar di bidang pariwisata dengan kegiatan pariwisata yang dikelola oleh masyarakat dan usaha kecil menengah. Dalam pandangan sebagian kalangan, bisnis pariwisata lebih banyak menguntungkan investor, sementara masyarakat lokal hanya mendapat peran sedikit di dalam pengelolaan pariwisata (Yulianti et al., 2019). Padahal dalam beberapa kasus, saat masyarakat diberi kesempatan untuk mengelola wisata, mereka juga berhasil mengembangkannya dengan baik. Sehingga dampak ekonomi juga dirasakan langsung oleh masyarakat. Meski, tidak dapat dipungkiri bahwa banyak kegiatan pariwisata yang dikelola oleh masyarakat yang tidak terurus dan bahkan tutup (Intan, 2019). Selain itu, sektor pariwisata juga memiliki persoalan berkaitan dengan pelestarian budaya lokal dan lingkungan hidup (Nyoman, 2019).

Kabupaten Sumenep, Jawa Timur merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memiliki banyak potensi wisata, mulai dari wisata bahari, wisata religi, wisata budaya, wisata alam, dan lain-lain. Pembangunan pariwisata tetap perlu difokuskan terhadap nilai dan situs warisan, pelestarian sejarah sehingga juga mampu memberi kontribusi besar bagi kesejahteraan masyarakat dengan memaksimalkan sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki dari pembangunan pariwisata (Li et al., 2022).

Meski begitu, pembangunan di sektor pariwisata yang terus digencarkan di Kabupaten Sumenep belum mampu menjadi daya dorong yang besar terhadap peningkatan perekonomian daerah dan peningkatan kesejahteraan warga. Banyak objek wisata yang telah ada, belum mampu menjadi kantong pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar. Seperti yang terjadi pada wisata Kampung Pasir di Desa Legung Kecamatan Batang-Batang, Kabupaten Sumenep sejak ditetapkan sebagai

kampung wisata pasir. Begitu pula dengan wisata Keris di Desa Aeng Tong Tong, Kecamatan Saronggi, Kabupaten Sumenep. Hal ini tidak lepas dari belum berpadunya seluruh elemen di dalam menggerakkan sektor pariwisata. Pembangunan pariwisata perlu bersifat integral dan *holistic*, sehingga berdampak pada pelaku pariwisata dan bagi kesejahteraan masyarakat secara luas. Pelibatan seluruh *stakeholders* untuk berkontribusi pada tujuan pembangunan berkelanjutan pariwisata (Kronenberg & Fuchs, 2021).

B. Pembahasan

1. Unsur Pendidikan (*Academic*)

Unsur akademik, atau dunia pendidikan dalam pembangunan sektor pariwisata memiliki peran penting (Damayanti, 2019). Unsur akademik yang dimaksud bisa dari sekolah menengah, terutama sekolah menengah kejuruan (SMK) yang memiliki jurusan pariwisata dan sejenisnya, maupun pendidikan tinggi, seperti sekolah tinggi dan perguruan tinggi. Sekolah menengah kejuruan menjadi sumber (*resources*) bagi tenaga kerja yang dapat bekerja pada berbagai industri dan usaha yang berkaitan dengan sektor pariwisata, seperti perhotelan, restoran, tempat wisata, dan lain-lain. Alumni sekolah menengah kejuruan yang memiliki jurusan pariwisata akan menjadi tenaga terampil yang bekerja di sektor pariwisata.

Perguruan tinggi dapat melakukan penelitian (*research*) dan kajian yang hasilnya bisa dijadikan rekomendasi kebijakan pemerintah daerah, khususnya yang berkaitan dengan sektor pariwisata (Purnaningrum & Ariqoh, 2019). Hasil penelitian yang dilakukan perguruan tinggi tidak hanya berupa rekomendasi kebijakan, namun bisa juga dalam bentuk penemuan baru (*invention*), yang bisa dijadikan bahan oleh para pelaku, untuk membuka kegiatan usaha pariwisata. Selain itu, perguruan tinggi juga dapat memberi sumbangsih, berupa pelaksanaan kegiatan yang berkai-

tan dengan pariwisata melalui pengabdian kepada masyarakat (PKM), baik yang dilakukan oleh para dosen maupun mahasiswa. Selain itu perguruan tinggi juga dapat menjadi sumber (*resources*) yang bisa melahirkan para sarjana yang bekerja di berbagai usaha dan industri berkaitan dengan sektor pariwisata pada berbagai kompetensi yang dimiliki.

Keterlibatan unsur akademik dalam pembangunan sektor pariwisata bisa dalam dua model. *Pertama*, inisiatif dimulai oleh dunia akademis. Sekolah atau perguruan tinggi melakukan kegiatan di sektor pariwisata berdasarkan inisiatif sendiri untuk terjun dan terlibat di dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan sektor pariwisata, sesuai dengan keahlian, jurusan dan kemampuan yang dimiliki pihak akademis. Kegiatan penelitian perguruan tinggi dapat diarahkan pada kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan sektor pariwisata. Begitu pula dengan kegiatan pengabdian (Machfuzhoh et al., 2021).

Kedua, inisiatif dari pemerintah. Model ini bisa berupa inisiatif kegiatan datang dari pemerintah, baik pemerintah daerah maupun pemerintah desa. Pemerintah daerah dapat mengajak keterlibatan dunia akademik dalam kegiatan sektor pariwisata (Umar et al., 2019). Misalnya dengan memperkuat sekolah menengah kejuruan pada jurusan dan keahlian yang berhubungan dengan sektor pariwisata. Bila belum ada jurusan yang berhubungan dengan sektor pariwisata, maka pemerintah melalui dinas pendidikan mengadakan jurusan tersebut. Bila jurusan yang berkaitan dengan sektor pariwisata sudah ada, maka perlu ditambah fasilitas dan laboratorium yang berkaitan dengan hal tersebut. Selain itu tentu saja mengadakan berbagai kegiatan magang industri bagi para siswa yang membuat kompetensi siswa di jurusan pariwisata semakin mumpuni dan ahli. Pelibatan siswa pada kegiatan atau event yang digelar oleh pemerintah daerah, berkaitan dengan sektor

pariwisata. Selain itu, pemerintah desa yang telah memiliki Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang berhubungan dengan pariwisata mendapat pendampingan dari sekolah menengah kejuruan yang sudah memiliki jurusan pariwisata melalui siswa-siswa yang melakukan kegiatan magang. Begitu pula dengan keterlibatan perguruan tinggi di dalam pengembangan sektor pariwisata, bisa dimulai dari inisiatif pemerintah daerah atau pemerintah desa, berupa kerjasama penelitian dan pengabdian, atau *sharing* program dan lain sebagainya.

Tidak kalah penting dari kedua hal tersebut adalah, keterbukaan dari pemerintah daerah dan pemerintah desa di dalam menerima berbagai temuan (*invention*) yang dihasilkan oleh perguruan tinggi, baik berupa riset hasil kebijakan, maupun produk yang berkaitan dengan sektor pariwisata (Setiawan, 2016).

Adapun kegiatan dari perguruan tinggi lebih banyak diterima dalam bentuk pengabdian kepada masyarakat. Seperti pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) mahasiswa di berbagai kantor dan instansi pemerintah. Begitu pula dengan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) para mahasiswa, sangat diterima dengan baik dan difasilitasi oleh aparatur pemerintah, baik di tingkat daerah maupun desa (Darmadi & Muhlisin, 2016). Hal ini menunjukkan sudah ada iktikad baik (*good will*) dari pemerintah daerah dan pemerintah desa di dalam melibatkan kalangan akademis.

2. Unsur Dunia Usaha (*Business*)

Unsur bisnis dan usaha (*business*) memiliki peran penting di dalam pengembangan pembangunan sektor pariwisata (Ringa et al., 2018). Sekecil apalagi sebesar apapun kegiatan usaha yang dilakukan pada sektor pariwisata, tetap besar artinya untuk pengembangan sektor pariwisata. Pada era demokrasi, dimana pembangunan apapun termasuk pembangunan



sektor pariwisata menuntut adanya partisipasi publik. Semakin besar partisipasi publik, semakin baik bagi pengembangan pembangunan pariwisata. Setiap usaha yang dijalankan pada sektor pariwisata memiliki nilai tambah bagi pembangunan di daerah. Begitu pula dengan pembangunan di desa, sangat besar peranan dunia usaha.

Kenyataannya, meski dana dalam bentuk Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) yang dimiliki pemerintah daerah terbilang besar, bisa mencapai angka Rp 2 triliun rupiah, namun tetap saja dana tersebut separuhnya dihabiskan untuk membiayai gaji dan honor aparatus pemerintah, tunjangan dan kebutuhan rutin perkantoran dan dinas. Selebihnya baru dipergunakan untuk proyek pembangunan. Masalahnya tidak hanya sampai disitu, tidak semua dana yang dianggarkan untuk proyek pembangunan, dapat dialokasikan untuk kegiatan usaha atau membuka lapangan pekerjaan secara langsung, karena memang pemerintah dilarang untuk berbisnis secara langsung. Namun dana tersebut secara umum dipergunakan untuk membangun sarana dan prasarana juga infrastruktur yang dibutuhkan oleh masyarakat, dan fasilitas pelayanan. Selain itu dana tersebut dipergunakan untuk proyek atau program pelayanan dasar masyarakat, seperti kesehatan dan pendidikan. Kalaupun dipergunakan untuk program yang berkaitan dengan usaha, tidak lebih dari kegiatan pemberdayaan dan penampungan bagi kelompok yang kurang mampu.

Berdasarkan hal tersebut, maka secara umum pemerintah membutuhkan dunia usaha untuk membuka lapangan pekerjaan, termasuk juga menggerakkan sektor pariwisata. Dunia usaha/bisnis yang selanjutnya membuka usaha-usaha yang berkaitan dengan sektor pariwisata. Lahan yang menjadi milik pemerintah sekalipun juga dapat dikerjasamakan dengan sektor swasta (*private sector*) yang

terjun langsung dalam pengelolaan usaha di sektor pariwisata. Dunia usaha/ bisnis yang mengelola langsung kegiatan sektor pariwisata perlu mendapat kemudahan di dalam kegiatan usahanya. Sehingga mereka merasa dimudahkan untuk melakukan kegiatan usaha (investasi) di sektor pariwisata. Keberadaan dunia usaha/ bisnis di dalam sektor pariwisata, akan menambah ramai dan semarak kegiatan pariwisata. Suatu daerah/ lokasi wisata yang ramai dan semarak, selanjutnya akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan (*tourist*), baik lokal maupun mancanegara untuk berkunjung ke suatu daerah/ lokasi wisata.

Tidak berhenti di situ, sektor pariwisata juga secara langsung berdampak pada perekrutan tenaga kerja (Dewi et al., 2019). Banyaknya usaha yang bergerak di sektor pariwisata juga akan memperkejakan banyak tenaga kerja. Pada saat banyak tenaga kerja yang bekerja, maka pengangguran semakin berkurang. Saat pengangguran semakin minim, maka semakin banyak orang yang sibuk dalam pekerjaan masing-masing. Dengan begitu, potensi gangguan sosial juga semakin minim. Minimnya gangguan sosial akan semakin menguatkan kondisi pariwisata yang aman, nyaman dan damai, tanpa tindakan kriminalitas atau premanisme yang mengganggu kelancaran kegiatan wisata.

Secara tidak langsung, pelan tapi pasti dunia usaha/ bisnis yang bergerak di sektor pariwisata juga akan menciptakan efek lanjutan (*trickle down effect*) terhadap perekonomian suatu daerah (Larasati, 2017). Efek lanjutan ini berupa terbukanya peluang usaha baru, dalam skala kecil yang diciptakan oleh para pekerja yang telah memiliki pemasukan, yang sebagian diantaranya digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan sebagian lagi disimpan untuk diinvestasikan pada kegiatan yang menguntungkan. Misalnya dengan membuka usaha makanan, minuman, jasa layanan, dan lain-lain. Setiap usaha yang

dibuat akan merekrut tenaga kerja baru, selanjutnya akan mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan.

Begitu seterusnya, sehingga keberadaan dunia usaha/ bisnis dapat menjadi penggerak utama di dalam pengembangan pembangunan sektor pariwisata (Bahrudin, 2017). Semakin banyak dan semakin besar kegiatan usaha di sektor pariwisata, maka semakin besar pula manfaat yang diperoleh oleh pemerintah daerah atau pemerintah desa, termasuk masyarakat secara umum. Dengan catatan, usaha/ bisnis yang dijalankan merekrut tenaga kerja yang berasal dari daerah dimana kegiatan usaha tersebut dijalankan. Hal ini tentu saja berkaitan langsung dengan unsur pertama, yaitu unsur akademik, yang harus menyiapkan sejak awal sumber daya manusia yang mumpuni, profesional dan memiliki kompetensi di bidang atau pekerjaan yang berkaitan dengan sektor pariwisata.

3. Unsur Komunitas (*Community*)

Komunitas (*community*) memiliki peran tidak kalah penting dengan sektor lain. Komunitas dalam hal ini adalah kelompok masyarakat yang ada di sekitar lokasi wisata. Kelompok masyarakat dalam arti luas. Bisa berupa karang taruna, kelompok pemuda desa, kelompok sadar wisata (Pokdarwis), bisa pula kelompok ibu-ibu, atau masyarakat dalam arti umum (Hanajayani & Ariffuddin, 2018). Keberadaan kelompok masyarakat pada pengembangan pembangunan sektor pariwisata memiliki makna penting. Tanpa dukungan kelompok masyarakat kegiatan pariwisata, tidak mudah untuk tumbuh dan berkembang. Sebaliknya, dukungan penuh dari masyarakat akan memudahkan sektor pariwisata berkembang dan tumbuh maju.

Kesadaran masyarakat terhadap sektor pariwisata akan mempercepat pengembangan pembangunan sektor pariwisata (Rusyidi & Fedryansah, 2018).

Masyarakat yang sadar terhadap sektor pariwisata, tidak pasif, tetapi aktif di dalam mendorong tumbuh kembangnya sektor pariwisata. Tidak hanya ikut mendorong tetapi turut serta ambil bagian di dalam kegiatan sektor pariwisata, dalam bentuk kegiatan sekecil dan sebesar apapun. Masyarakat yang sadar terhadap sektor pariwisata tidak akan menghalangi kegiatan usaha dan industri pariwisata di sekitarnya. Sebab dengan menghalangi kegiatan usaha dan industri pariwisata, justru akan menghambat pertumbuhan perekonomian masyarakat setempat.

Dukungan terhadap kegiatan usaha dan industri pariwisata akan membawa hasil positif terhadap perekonomian warga sekitar (Djabbar et al., 2021). Dengan keterlibatan dan dukungan masyarakat, maka masyarakat juga akan turut serta menikmati hasil usaha dan industri pariwisata. Bisa dengan menjadi karyawan, atau pekerja di salah satu usaha atau industri pariwisata. Bisa pula menjadi mitra positif bagi kegiatan usaha yang ada. Misalnya karang taruna yang aktif terlibat dalam pengelolaan keamanan dan pengelolaan lahan parkir bagi wisatawan yang datang ke lokasi wisata. Adapun komunitas masyarakat lain yang memiliki kemampuan mengolah makanan dan minuman dapat pula berjualan di sekitar lokasi wisata dengan tetap menjaga kenyamanan wisatawan yang berkunjung.

Selain itu, komunitas masyarakat yang memiliki kesadaran untuk membangun pariwisata akan berpikir untuk memanfaatkan potensi lokal yang ada untuk dikembangkan menjadi lokasi wisata yang dikelola secara swadaya oleh masyarakat (Raharjana, 2012). Hal tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung ke lokasi wisata. Bisa jadi wisatawan yang datang, memang bertujuan untuk mengunjungi lokasi wisata yang sebelumnya sudah dikenal. Namun setelah mengetahui adanya lokasi wisata baru yang dibangun oleh masyarakat, bisa



jadi pengunjung akan menjadikan lokasi wisata tersebut sebagai daftar (list) lokasi wisata yang akan dikunjungi selanjutnya. Begitulah, peran masyarakat sangat penting di dalam pengembangan pembangunan sektor pariwisata. Masyarakat dapat mengambil peran yang lebih luas di dalam kegiatan pariwisata di suatu daerah (Sugianto, 2016). Masyarakat dapat menginisiasi pembukaan lokasi pariwisata, terutama berbasis alam yang saat ini semakin banyak digandrungi oleh wisatawan. Tentu saja dengan sedikit sentuhan dan penataan. Sehingga tidak perlu membutuhkan biaya yang besar dan mahal. Untuk selanjutnya, dari pemasukan yang diperoleh dari wisatawan, baru dikembangkan berbagai fasilitas pendukung yang membuat wisatawan yang datang semakin nyaman dan ingin datang kembali.

Penyadaran terhadap masyarakat yang berada di sekitar lokasi wisata perlu dilakukan, baik oleh kelompok sadar wisata yang sudah ada, dunia usaha/ bisnis yang telah menjalankan usahanya di lokasi tersebut, maupun oleh pemerintah, baik pemerintah daerah maupun pemerintah desa (Resnawaty, 2016). Sosialisasi terhadap kebijakan ramah wisatawan harus terus tetap dilakukan, dengan cara-cara persuasif dan edukatif. Sehingga, lama kelamaan akan terbentuk masyarakat secara umum yang sadar terhadap pariwisata, dan terlibat aktif mengambil bagian positif di dalam kegiatan pariwisata. Untuk selanjutnya akan merasakan manfaat, baik secara ekonomi maupun lainnya dari kegiatan pariwisata.

4. Unsur Pemerintah (*Government*)

Pemerintah (*government*) memiliki peran penting dan sentral di dalam pengembangan pembangunan sektor pariwisata (Simamora & Sinaga, 2016). Hal ini tidak terlepas dari tanggung jawab utama pemerintah dalam menyukseskan pelaksanaan pembangunan. Mau tidak mau, pemerintah yang mendapat mandat

dan amanat dari rakyat untuk menjalankan roda pemerintahan mengurus kepentingan rakyat, melaksanakan program pembangunan dan melayani kepentingan rakyat.

Pada pengembangan pembangunan sektor pariwisata, pemerintah memiliki beberapa peran berikut. *Pertama*, regulator. Peran sebagai regulator membuat pemerintah harus membuat berbagai kebijakan dan aturan yang berkaitan dengan sektor pariwisata (Martins et al., 2017). Regulasi yang dibuat harus bisa memastikan semua pihak yang terlibat di dalam kegiatan pariwisata bisa diatur dengan baik. Tidak ada pihak yang dirugikan dan dikurangi hak-haknya. Lebih dari itu kebijakan yang dibuat oleh pemerintah, dapat membuat kegiatan pariwisata bisa berjalan dengan lancar dan baik, tidak ada hambatan yang terjadi. Kebijakan yang mempermudah, tidak mempersulit, tidak berbelit-belit. Regulasi yang dibuat tidak harus banyak, yang penting bisa memastikan bahwa kegiatan usaha dan industri wisata tidak merugikan para pihak yang juga ada di sekitar kegiatan pariwisata.

Kedua, fasilitator. Sebagai fasilitator, pemerintah perlu memberi pelayanan dan arahan kepada para pihak yang terlibat di dalam kegiatan usaha dan industri pariwisata (Nurhayati, 2016). Fasilitator bisa dalam bentuk memberi fasilitas kepada para pihak yang berada di dalam sektor pariwisata. Pemerintah juga perlu memberi pelayanan dan pendampingan kepada usaha dan industri pariwisata yang baru tumbuh dan berkembang. Memberi pelayanan prima bagi para pihak (*stakeholders*) yang bergerak pada usaha dan industri pariwisata. Sebagai fasilitator, pemerintah mengambil peran sebagai wasit jika terjadi sengketa atau konflik para pihak yang bekerja dan berusaha di sektor pariwisata.

Termasuk memberi pencerahan dan penyuluhan terhadap para pihak, mengenai hal-hal yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh para pelaku usaha

dan industri pariwisata (Ridlwani et al., 2017). Dengan begitu para pelaku usaha dan industri mendapat arahan (*guiden*), di dalam melaksanakan kegiatan di sektor pariwisata. Kesalahan di dalam melaksanakan kegiatan akan menyebabkan kerugian bagi pelaku, yang bisa berujung pada pemberian sanksi (*punishment*) baik, berupa denda administratif, keuangan, maupun sanksi lain yang dapat merugikan, baik secara material maupun moral.

Ruang lingkup menjadi fasilitator dapat pula dalam bentuk pembangunan terhadap berbagai sarana dan prasarana serta infrastruktur yang dibutuhkan oleh sektor pariwisata (Ghani, 2017). Misalnya pembangunan akses jalan dari dan menuju lokasi wisata. Hal ini penting untuk dilakukan, untuk memudahkan para wisatawan untuk mencapai lokasi wisata dengan nyaman. Memastikan daerah lokasi wisata sebagai daerah yang aman untuk dikunjungi para wisatawan. Sehingga pemberian pos-pos keamanan menuju lokasi-lokasi wisata juga perlu dilakukan. Begitu pula dengan akses transportasi yang masih belum memadai, perlu dibangun dan difasilitasi oleh pemerintah, sampai kemudian pihak swasta atau pihak lain mampu menyediakan secara mandiri kepada para wisatawan.

Lebih luas lagi, jangkauan fungsi fasilitator yang dilakukan oleh pemerintah adalah memberi fasilitas yang mempermudah wisatawan untuk mendapatkan informasi mengenai kegiatan pariwisata yang ada (Sujai, 2016). Salah satunya adalah dengan adanya kalender wisata yang dibuat setiap tahun oleh pemerintah, yang kemudian disosialisasikan kepada masyarakat umum dan wisatawan. Selain itu adanya informasi yang lengkap yang disediakan oleh pemerintah mengenai objek dan lokasi wisata yang ada di daerahnya. Informasi tersebut senantiasa diperbarui (*update*) sesuai dengan data terbaru yang terus berkembang. Tidak kalah pentingnya adalah tersedianya informasi rute atau

kendaraan yang dapat digunakan oleh wisatawan untuk mencapai lokasi/ objek wisata yang ada. Termasuk berbagai pilihan dan alternatif yang ada, dan tarif serta biaya yang dibutuhkan untuk sampai ke tempat wisata tersebut. Hal tersebut menjadi lebih lengkap pada saat pemerintah memberi atau menyediakan semacam *call center* yang dapat memudahkan wisatawan untuk menanyakan berbagai hal yang berkaitan dengan wisata di daerah. *Call center* yang dimaksud memang disediakan secara khusus oleh pemerintah untuk melayani informasi yang dibutuhkan oleh para wisatawan. *Call center* yang dapat dijangkau oleh semua kalangan wisatawan, baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Berkaitan dengan hal tersebut, *call center* menyediakan petugas yang menguasai dua bahasa, bahasa Indonesia dan bahasa asing. Hal tersebut tentu saja sangat membantu bagi para wisatawan yang akan dan sedang berkunjung.

5. Unsur Media

Media juga memiliki peran penting di dalam pengembangan pembangunan pariwisata (Supriadi & Maharani, 2021). Media yang dimaksud disini adalah media massa mainstream yang ada di suatu daerah yang memiliki potensi wisata. Media massa, baik berupa koran, radio, televisi, dan media online dapat menjadi sarana publikasi yang efektif untuk mempromosikan lokasi wisata yang ada. Media memiliki kemampuan untuk mempengaruhi masyarakat. Media memiliki kemampuan untuk memengaruhi opini publik dan perilaku masyarakat (Klapper, 1960). Media juga dianggap memiliki peran sangat penting dalam mentransmisi (*relaying*) dan menstimulasi permasalahan (Negrine, 1996). Hal ini sangat penting dalam sosialisasi produk dan program juga ide-ide (Deacon & Monk, 2002). Cakupan (*coverage*) yang luas dalam masyarakat membuat media massa dianggap sebagai salah satu cara yang efektif dalam meng-



komunikasikan program dan ide- ide atau barang serta pembentukan image.

Media massa, menjadi sarana yang cukup efektif dan signifikan untuk menggiring opini sesuai keinginan, dalam konteks perubahan ke arah yang lebih baik (Ruliana & Dwiantari, 2015). Di media, diolah setiap isu, opini, pendapat dan peristiwa. Saat ini era digital dan teknologi, tidak bermaksud mensubstitusi media jenis lain, media elektronik menjadi salah satu jenis media yang memiliki pengaruh signifikan dalam mengelola sebuah isu dan opini publik. Dulu, media broadcasting (TV) paling banyak diminati masyarakat, dengan penetrasi hampir 90%. Teknologi informasi yang sedemikian cepat dan maju membuat dunia dan warga semakin menyatu dan seperti tanpa sekat. Peristiwa yang terjadi di belahan dunia lain, dalam waktu yang hampir bersamaan dapat diketahui oleh penduduk yang berada di belahan dunia lain. Hal ini menjadi peluang tersendiri untuk menciptakan media yang cepat dari yang sekarang ada. Faktor kecepatan dalam dunia broadcasting, per-television menjadi hal penting dan utama. Televisi yang sering terlambat dalam menginformasikan peristiwa akan ditinggalkan oleh pemirsa/ publik. Sebaliknya, televisi yang cepat akan selalu menjadi rujukan dalam peristiwa sehari-hari. Dengan catatan tanpa meninggalkan faktor akurasi dan keberimbangan. Disusul media radio 43%, majalah 24%, koran 16%, outdoor 11%, dan internet 9%. Ke depan, media audio visual (baca; TV) akan semakin kuat perannya seiring dengan keunggulan yang dimiliki karena sifatnya lebih nyata (pandang dan dengar). Apalagi konsumen TV juga semakin dimanjakan dengan berbagai program hiburan yang bersifat gratis. Sekarang petanya menjadi terbalik, konsumen berita yang ada di internet lebih tinggi daripada yang mengakses televisi dan radio. Hal ini dipermudah oleh gawai (*gadget*) yang harganya relatif murah dan terjangkau, begitu pula dengan

paket data yang bersaing setiap operator, dengan pilihan paket yang ramah terhadap konsumen. Sehingga warga yang menikmati berita dan informasi beralih ke internet yang ada di gawai masing-masing.

Keberadaan media yang sedemikian banyak, terutama media daring (*online*) membuat pemberitaan atau info wisata begitu mudah untuk diperoleh (Fitriani, 2017). Masing-masing pengelola media daring berlomba untuk menjadi yang terdepan menginformasikan jika ada tempat wisata baru yang menarik untuk dikunjungi. Hal tersebut juga efektif untuk meningkatkan pengunjung ke website yang memberitakan tempat wisata tersebut. Bahkan media terkadang melebih-lebihkan informasi yang ada, supaya kekurangan dari lokasi wisata tersebut tidak menonjol, tetapi yang terpublikasi adalah sisi baik dan menariknya. Sementara sisi kekurangan dan tidak baik dari lokasi wisata dikurangi.

Terlebih lagi jika media yang ada bekerjasama dengan pemerintah daerah, dalam hal ini Dinas Pariwisata atau Bagian Hubungan Masyarakat Pemerintah Daerah, maka penulisan berita juga cenderung positif (Marta, 2019). Kerjasama yang dimaksud bisa berupa kerjasama paket pemberitaan dan iklan yang dikemas sedemikian rupa antara pemerintah daerah dengan media tertentu. Sehingga media cenderung memberitakan hal-hal yang positif saja dari wisata yang ada. Kondisi ini pada satu sisi membuat pembaca atau penonton atau pendengar akan mudah terpengaruh untuk datang ke lokasi-lokasi wisata yang diberitakan. Namun dalam negatifnya adalah, pada saat wisatawan sudah datang ke lokasi wisata tersebut, dan mendapati apa yang diberitakan tidak sesuai dengan kenyataan di lapangan, akan menimbulkan kekecewaan yang berujung pada sikap wisatawan yang tidak merekomendasi keluarga dan koleganya ke lokasi wisata tersebut.

Meski begitu ada media yang mengambil posisi netral dan mengambil jarak

terhadap berbagai pemangku kepentingan sektor pariwisata, baik pemerintah maupun dunia industri (Dwinary & Nugraha, 2020). Saat ada berita positif dan menarik untuk diberitakan, maka media tersebut memberikan sisi positif, baik, dan menarik tersebut. Namun jika ada sisi negatif dan buruk (*bad*) dari kegiatan pariwisata, media tersebut tetap memberitakannya. Hal ini dilakukan sebagai tanggung jawab moral, sebagai media yang memiliki fungsi kontrol terhadap berbagai kekuatan dan kepentingan yang ada. Media seperti ini tetap ada pada di daerah yang menjalankan program pembangunan sektor pariwisata. Hal ini menjadi bagian dari peran positif media, supaya apapun peristiwa yang terjadi, baik positif maupun negatif tetap diberitakan.

Begitu pula keberadaan media sosial memberi warna lain dalam pemberitaan sektor pariwisata. Meski dalam kasus tertentu, pemilik media sosial, secara personal kritis terhadap peristiwa yang terjadi. Namun keberadaan media sosial lebih besar memberi dampak positif dalam publikasi sektor pariwisata (Retnasary et al., 2019). Pemilik media adalah warganet yang suka dengan swafoto (*selfie*) maupun video, sehingga terjadi promosi otomatis (*self promotion*) pada saat warga mengupload kegiatan wisata yang dilakukan di akun media sosial masing-masing.

6. Unsur Kesehatan (*Health*)

Unsur kesehatan ternyata juga memiliki peran penting di dalam pengembangan pembangunan sektor pariwisata. Pandemi covid-19 yang terjadi selama dua tahun terakhir di beberapa negara di dunia, termasuk di Indonesia menunjukkan bahwa unsur kesehatan di sektor pariwisata, menunjukkan peran sangat penting (Sugihamretha, 2020). Pada saat semua unsur yang ada di dalam penta helix yang meliputi unsur; akademik, bisnis, komunitas, pemerintah, dan media telah berperan maksimal di dalam pembangu-

nan sektor pariwisata, namun ada persoalan pada unsur kesehatan, maka seluruh unsur di penta helix tersebut menjadi sia-sia, atau bahkan menjadi tidak berguna sama sekali.

Unsur kesehatan ini yang di dalam penelitian ini ditemukan dan menjadi unsur baru di dalam pengembangan pembangunan sektor pariwisata (Astirin et al., 2020). Penelitian ini menemukan satu unsur baru dalam pembangunan sektor pariwisata. Pembangunan sektor pariwisata yang selama ini lebih dikenal dengan istilah penta helix, sekarang memiliki unsur baru, menjadi hexa helix. Unsur baru tersebut adalah unsur kesehatan (*health*). Unsur kesehatan selama ini tidak dibahas secara khusus dan mendalam di dalam pembangunan sektor pariwisata. Namun pada saat terjadi pandemi covid-19 yang mengganggu kesehatan manusia, maka unsur kesehatan menjadi satu unsur yang perlu mendapat perhatian di dalam pembangunan sektor pariwisata.

Kondisi ini memberi catatan penting bagi pembangunan sektor pariwisata, bahwa usaha dan industri pariwisata harus senantiasa memperhatikan aspek kesehatan (Kadarisman, 2021). Di setiap lokasi wisata harus ada alat pendeteksi bagi wisatawan yang berkunjung, terutama deteksi terhadap wisatawan yang kemungkinan menjadi penyebab terjadinya transmisi virus atau penyakit yang membahayakan bagi wisatawan lain. Dengan begitu, para wisatawan yang datang berkunjung bisa berwisata dalam kondisi yang sehat, tidak sakit, dan tidak menularkan penyakitnya kepada wisatawan lain. Hal ini juga tentu saja sama dengan memastikan lokasi wisata dan seluruh fasilitas yang ada di dalamnya, tidak menyimpan virus atau dapat menjadi penyebab wisatawan sakit. Sehingga lokasi wisata tidak hanya aman dan nyaman bagi wisatawan, namun juga menyehatkan.

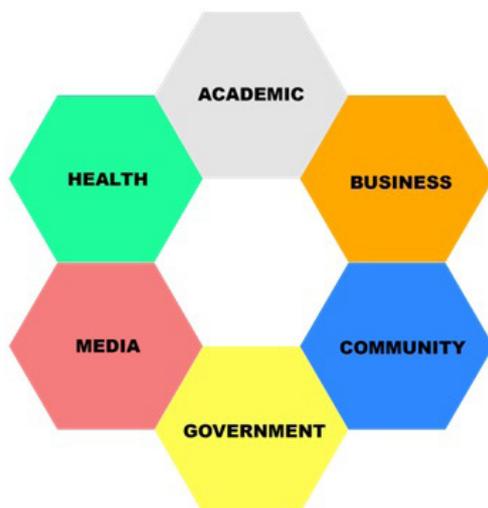
Di setiap lokasi wisata perlu tersedianya fasilitas kesehatan dan berobat



bagi wisatawan. Bersamaan dengan itu tentu saja ada tenaga medis yang bertugas untuk membantu wisatawan dalam menjaga diri dari potensi ancaman yang akan mengganggu kesehatan. Sehingga setiap wisatawan yang datang dapat mawas diri untuk menjaga kesehatan selama menjalani aktivitas wisata di lokasi wisata. Tenaga medis dapat memberi pertolongan pertama bagi para wisatawan yang mendapat masalah kesehatan. Dengan begitu wisatawan akan tetap aman, nyaman dan sehat selama berwisata.

Unsur pengembangan pembangunan sektor pariwisata di Kabupaten Sumenep perspektif hexa helix dapat dilihat di dalam gambar berikut.

Gambar 9. Unsur Pengembangan Pembangunan Sektor Pariwisata Di Kabupaten Sumenep Perspektif Hexa Helix, 2021.



7. Keterkaitan Unsur Hexa Helix

Setiap unsur di dalam *hexa helix*; *academic*, *business*, *community*, *government*, *media*, dan *health* memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lain di dalam pengembangan pembangunan sektor pariwisata. Keterkaitan tersebut tidak bersifat tunggal atau linier, tetapi bersifat multi, dan bisa saling silang (*cross*). Hal tersebut memungkinkan terjadi karena masing-masing unsur memiliki peran yang beragam, dan hubungan serta keteri-

katan yang beragam pula. Namun ada unsur yang memiliki posisi dan peran sentral di dalam keterkaitan seluruh unsur *hexa helix*, yaitu unsur pemerintah (*government*). Seluruh unsur di dalam *hexa helix* tetap berkaitan dengan pemerintah.

Pertama, academic. Unsur *academic* memiliki keterkaitan dengan unsur pemerintah (*government*). Kajian yang dilakukan oleh dunia akademik, berguna bagi analisis kebijakan yang dibuat oleh pemerintah. Tidak hanya sebagai basis analisis kebijakan, namun juga dapat digunakan untuk bahan evaluasi terhadap kebijakan pembangunan sektor pariwisata yang sudah berjalan. Hasil penelitian (*research*) yang dihasilkan oleh kampus, baik yang sudah dipublikasi maupun belum, dapat menjadi bahan evaluasi terhadap program yang telah dijalankan oleh pemerintah daerah dan pemerintah desa yang memiliki program pembangunan sektor pariwisata yang relevan dengan objek dan lokasi penelitian. Selain kegiatan penelitian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh kampus juga dapat menjadi program kerjasama (kolaborasi) antara pemerintah dengan perguruan tinggi.

Pada bagian pengabdian kepala masyarakat dan penelitian (*research*) juga memiliki kaitan dengan masyarakat (*community*). Kegiatan penelitian yang dilakukan oleh perguruan tinggi dapat dijadikan bahan untuk melakukan kegiatan usaha di sektor pariwisata oleh masyarakat atau komunitas tertentu. Begitu pula dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang menjadi tridharma perguruan tinggi, dapat disinergikan dengan kegiatan yang ada di masyarakat, khususnya masyarakat yang memiliki kegiatan dan program di sektor pariwisata. Keterkaitan antara perguruan tinggi dengan masyarakat dapat bersifat rutin dan intensif, sebab perguruan tinggi memiliki program rutin seperti praktik kerja lapangan (PKL) dan kuliah kerja nyata (KKN).

Perguruan tinggi juga memiliki keterkaitan dengan dunia usaha (*business*). Mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi dapat mengikuti program magang di perusahaan yang bergerak di sektor pariwisata. Program pemagangan tersebut dapat diikat dalam perjanjian kerjasama antara perguruan tinggi dunia usaha. Kemudian lulusan perguruan tinggi dapat bekerja di perusahaan atau industri yang bergerak di sektor pariwisata. Perguruan tinggi dapat menyesuaikan materi perkuliahan dengan kebutuhan industri.

Kedua, business (usaha). Dunia usaha di dalam pengembangan pembangunan sektor pariwisata memiliki keterkaitan dengan pemerintah (*government*). Dunia usaha pada saat hendak menjalankan usahanya perlu mendapatkan berbagai izin dari pemerintah sesuai dengan level dan ketentuan yang berlaku. Begitu pula pada saat menjalankan usahanya, dunia usaha perlu menaati ketentuan atau regulasi yang dibuat oleh pemerintah. Selain itu, dunia usaha terikat pada kewajiban yang harus dipenuhi, yaitu membayar pajak dan retribusi yang telah ditetapkan, sesuai dengan jenis usaha yang dijalankan. Termasuk kewajiban lain-lain yang berlaku pada setiap daerah.

Dunia usaha juga memiliki keterkaitan dengan masyarakat (*community*) di mana usahanya dijalankan. Kegiatan usaha yang dijalankan oleh pengusaha tidak boleh mengganggu kehidupan masyarakat setempat. Malah sebaliknya, kegiatan usaha perlu memberdayakan masyarakat di dalam kegiatan usahanya, menggandeng dan melibatkan masyarakat setempat, baik sebagai karyawan maupun sebagai mitra dari kegiatan usaha yang dijalankan. Dunia usaha juga memiliki tanggung jawab sosial (CSR) terhadap lingkungan masyarakat dimana usaha tersebut dijalankan. Sehingga keberadaan dunia usaha di sektor pariwisata akan membawa kebaikan bagi masyarakat sekitar, bukan

masalah, atau dampak negatif.

Dengan unsur akademik, seperti perguruan tinggi dan lembaga pendidikan lain, dunia usaha tentu saja memiliki keterkaitan dalam kebutuhan tenaga kerja dan sumber daya manusia (SDM). Usaha atau industri yang bergerak di sektor pariwisata tentu saja membutuhkan banyak tenaga kerja, dari berbagai level, baik staf, manajer sampai ke jajaran direksi. Semuanya berasal dari lembaga pendidikan, baik menengah maupun pendidikan tinggi. Semakin baik kualitas hasil lulusan lembaga pendidikan, maka semakin mudah perusahaan untuk mempekerjakan alumni lembaga pendidikan. Sebaliknya, semakin tidak profesional lulusan lembaga pendidikan, semakin sulit untuk direkrut oleh perusahaan. Kalaupun harus merekrut diperlukan pendidikan khusus sesuai kebutuhan perusahaan, dan itu membutuhkan biaya tambahan.

Ketiga, community (masyarakat). Sebaliknya kegiatan sektor pariwisata yang dijalankan secara mandiri dan swakelola oleh masyarakat dapat menjadi objek kajian dan penelitian (*research*) yang dilakukan oleh perguruan tinggi. Hubungan perguruan tinggi dengan masyarakat bersifat timbal balik (*reciprocal*). Selanjutnya hasil penelitian tersebut, dapat dijadikan bahan untuk pengembangan atau evaluasi pelaksanaan kegiatan usaha pariwisata yang dilakukan oleh masyarakat. Begitu pula dengan pemerintah dapat menjadikan hasil penelitian tersebut, sebagai acuan untuk melakukan program yang tepat, kepada pelaku usaha di bidang pariwisata yang selama ini telah dijalankan secara mandiri oleh masyarakat. Apakah berkaitan dengan pembangunan infrastruktur dan fasilitas yang diperlukan dan sebagainya.

Keempat, government (pemerintah). Di dalam pengembangan pembangunan sektor pariwisata, pemerintah memiliki keterkaitan dengan berbagai pihak yang ada di dalam hexa helix. Pemerintah (*gov-*



ernment) memiliki keterkaitan dengan unsur akademik, baik perguruan tinggi, maupun sekolah menengah. Keterkaitan dalam berbagai bentuk, baik dalam bentuk penelitian (*research*) maupun dalam bentuk pengabdian. Pemerintah juga memiliki keterkaitan dengan lembaga pendidikan untuk memberi arahan mengenai kurikulum di lembaga yang sesuai dengan kebutuhan dunia usaha, dan memiliki tanggung jawab untuk mengucurkan anggaran kepada lembaga pendidikan, dalam berbagai bentuk program dan kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan sektor pariwisata.

Adapun dengan dunia usaha (*business*) pemerintah (*government*) memiliki keterkaitan di dalam memberikan izin terhadap kegiatan usaha yang diajukan. Untuk selanjutnya, pemerintah (*government*) bertanggung jawab untuk melakukan kontrol terhadap kegiatan yang dijalankan oleh dunia usaha, supaya tidak ada pelanggaran yang dilakukan, dan jika ada, maka pemerintah memiliki tanggung jawab untuk melakukan teguran dan pembinaan terhadap pelaku pelanggaran. Bahkan bila diperlukan memberi sanksi kepada pelaku usaha yang tidak mengindahkan teguran yang telah disampaikan. Pemerintah (*government*) dalam menjalankan perannya perlu dilakukan secara intensif, berupa pendekatan persuasif dan pembinaan kepada dunia usaha.

Sedangkan dengan masyarakat (*community*), pemerintah juga memiliki keterkaitan, terutama di dalam upaya penyadaran terhadap masyarakat supaya ramah (*friendly*) terhadap sektor pariwisata. Sosialisasi terkait kegiatan usaha dan industri di sektor pariwisata membawa dampak positif berkelanjutan bagi pembangunan ekonomi masyarakat setempat. Selain itu pemerintah (*government*) tentu saja memiliki tanggung jawab untuk bersama-sama memberdayakan masyarakat setempat, sehingga mau berdaya dan memanfaatkan potensi yang ada dengan adanya kegiatan usaha atau industri

di sektor pariwisata. Pemberdayaan yang dilakukan pemerintah bisa berupa pemberian keterampilan (*skill*) dan modal usaha, sehingga warga sekitar bisa mandiri dalam meningkatkan perekonomian.

Berkaitan dengan unsur kesehatan (*health*), pemerintah memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa seluruh pihak yang terlibat di dalam kegiatan sektor pariwisata dijamin kesehatannya, baik pelaku wisata, pengunjung dan lainnya. Fasilitas yang berkaitan dengan jaminan kesehatan tersebut disediakan oleh pemerintah. Selama ini yang disediakan hanya pos lalu lintas dan pos keamanan (*security*) yang disediakan oleh pemerintah di dekat lokasi wisata. Ke depan fasilitas layanan kesehatan juga harus disediakan di lokasi-lokasi yang ada objek/ lokasi wisata. Dengan begitu jika ada gangguan kesehatan, bisa dilakukan pertolongan pertama.

Kelima, media. Media memiliki keterkaitan dengan pemerintah, dalam menjalankan fungsi kontrol terhadap pemerintah (*government*). Apa yang menjadi tanggung jawab pemerintah di sektor pariwisata perlu diawasi oleh media, jika terjadi penyimpang perlu diberitakan. Begitu pula dengan dunia usaha (*business*) perlu mendapat kontrol dari media massa, bila terjadi pelanggaran terhadap regulasi atau kebijakan yang ada, perlu diberitakan oleh media. Baik pemerintah maupun dunia usaha diharapkan taat kepada aturan dan ketentuan yang ada. Pada sisi lain, media dapat menjadi mitra pemerintah (*government*) dan dunia usaha (*business*) di dalam mempromosikan berbagai potensi wisata yang sedang dikembangkan oleh pemerintah dan dunia usaha. Media juga dapat berperan penting di dalam mendesiminasikan hasil penelitian yang dilakukan oleh perguruan tinggi, sehingga dapat diketahui dan diakses oleh masyarakat secara umum.

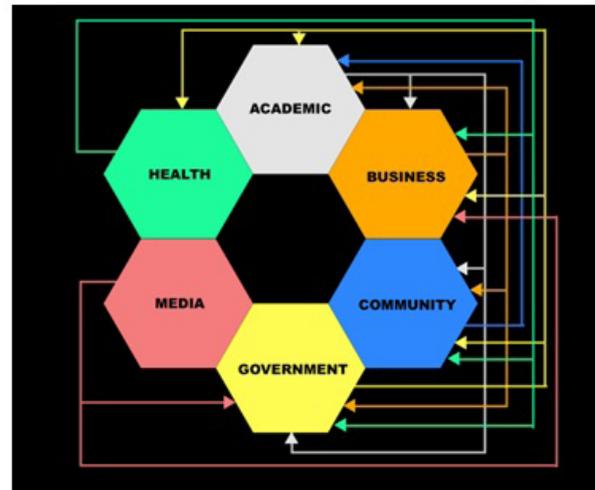
Keenam, *health* (kesehatan). Kesehatan memiliki keterkaitan dengan hampir seluruh unsur di dalam hexa helix,

mulai dari bisnis, komunitas, dan pemerintah. Seluruh unsur tersebut perlu kesehatan. Bila ada yang mengalami gangguan kesehatan, maka tidak dapat berfungsi atau berperan dengan baik. Bahkan pada kasus covid-19 yang menjadi bencana non alam, maka seluruh peran dan fungsi yang dijalankan oleh kelima unsur (*penta helix*), tidak dapat berjalan. Kegiatan sektor pariwisata betul-betul berhenti secara penuh (total). Selama dua tahun industri pariwisata hampir tidak bergerak sama sekali. Hal ini tentu saja menyebabkan kerugian pada dunia usaha, jangankan pendapatan yang diperoleh, untuk menjalankan usaha secara rutin kesulitan.

Begitu pula dengan pemerintah, pada saat kegiatan usaha di sektor pariwisata tidak berjalan, maka pemerintah tidak mendapatkan pemasukan berupa pajak dan retribusi yang selama ini biasa diterima. Saat pemasukan dari pajak dan retribusi tidak diperoleh, maka pemerintah kesulitan membiayai belanja pembangunan yang selama ini telah disusun. Terjadi hal sebaliknya, banyak program pemerintah yang mengalami pengarahannya kembali (*refocusing*). Program yang ada dikoreksi dan diarahkan untuk menyelesaikan persoalan kesehatan masyarakat yang sedang terjadi. Bila kesehatan masyarakat tidak pulih, maka sektor lain termasuk ekonomi dan pariwisata juga tidak dapat kembali berjalan.

Masyarakat sekitar yang selama ini mendapatkan manfaat ekonomi iktan (*trickle down effect*) dari kegiatan usaha atau industri pariwisata, juga merasakan dampaknya. Karena sektor pariwisata tidak berjalan, maka otomatis kegiatan warga dari usaha kuliner, usaha transportasi, usaha rumah kos, jasa *laundry*, dan lain sebagainya juga berhenti. Hal ini tentu saja menyebabkan kerugian tersendiri, karena tidak ada pemasukan bagi warga sekitar lokasi wisata yang selama ini tergantung kepada kegiatan usaha dan industri wisata.

Gambar 10. Keterkaitan Hexa Helix Di Dalam Pengembangan Pembangunan Sektor Pariwisata, 2021.



D. Kesimpulan

Berdasarkan analisa pembahasan yang telah dikemukakan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Keterlibatan enam unsur *Hexa Helix* ditunjukkan oleh peran dari masing – masing unsur pendidikan (*akademik*), dunia usaha (*business*), masyarakat (*community*), pemerintah (*government*), media (*mass media*), dan kesehatan (*health*). Unsur kesehatan ditemukan sebagai unsur keenam dalam pengembangan sektor pariwisata dimasa pandemi. Namun pada prosesnya masih membutuhkan pembenahan dan peningkatan kesadaran serta komitmen untuk menerapkan protokol kesehatan baik dari unsur Pemerintah, pelaku usaha dan wisatawan. Kontribusi perguruan tinggi dan media juga sangat berperan utamanya dalam mensosialisasi dan mengedukasi pentingnya penerapan protokol kesehatan (prokes).
2. Keenam unsur *Hexa Helix* memiliki keterkaitan dan saling mempengaruhi satu sama lain. Masing-masing unsur di dalam *hexa helix* memiliki peran penting di dalam pengembangan pembangunan sektor pariwisata. Unsur pendidikan berperan di dalam melaku-



kan penelitian untuk mengembangkan sektor pariwisata, mempromosikan objek wisata yang ada melalui riset yang dipublikasikan serta melakukan pembinaan kepada pelaku usaha sektor pariwisata, melalui pengabdian kepada masyarakat. Dunia usaha memiliki peran di dalam membangun objek wisata, termasuk membangun fasilitas di sekitar lokasi wisata, dan mempromosikan wisata yang dikelola. Masyarakat berperan di dalam mengembangkan lokasi wisata yang ada, dan menciptakan citra (*image*) positif terhadap wisata yang ada. Pemerintah berperan memfasilitasi kebijakan pengembangan sektor pariwisata, membina pelaku usaha dan masyarakat, mempromosikan dan melakukan *branding* pariwisata. Media memiliki peran untuk mempromosikan potensi wisata, mengedukasi wisatawan, melakukan kontrol terhadap pemerintah dan pengusaha. Unsur kesehatan berperan dalam memfasilitasi protokol kesehatan, mensosialisasi dan mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya penerapan protokol kesehatan khususnya untuk mendukung bangkitnya sektor pariwisata dimasa pandemi. Peran penting dari masing-masing unsur sangat mempengaruhi sinergi *hexa helix* pengembangan sektor pariwisata. Namun faktanya dominasi unsur pemerintah masih sangat kuat, motivasi untuk pengembangan pariwisata masih bersifat parsial.

Selain itu, berdasarkan hasil kesimpulan diatas , maka disusun beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Pemerintah perlu menyusun kebijakan pengembangan pariwisata di Kabupaten Sumenep dengan perspektif *Hexa Helix* untuk membangkitkan kembali sektor pariwisata di masa pandemi.
2. Pemerintah perlu membentuk tim pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Sumenep di masa pandemi

meliputi enam unsur (*Hexa Helix*).

3. Pemerintah perlu melakukan pendistribusian wewenang secara proporsional kepada semua unsur *Hexa Helix* dengan menyusun *Standart Operational Procedure* (SOP).
4. Tim pengembangan sektor pariwisata *Hexa Helix* perlu menyusun program dan kegiatan secara terukur dan terintegrasi dalam upaya membangkitkan kembali sektor pariwisata di masa pandemi.
5. Pemerintah perlu melakukan monitoring dan evaluasi kerja tim pengembangan pariwisata *Hexa Helix* secara berkala.

DAFTAR PUSTAKA

- Astirin, O. P., Nugraha, S., & Utomowati, R. (2020). *Optimalisasi Potensi Pariwisata dan Lingkungan Melalui Program Pendidikan, Kesehatan, dan Pemberdayaan. SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 9(1), 19. <https://doi.org/10.20961/semar.v9i1.42309>
- Bahrudin, A. (2017). *Inovasi Daerah Sektor Pariwisata (Studi Kasus Inovasi Pembangunan Pariwisata Kab Purworejo Jawa Tengah)*. *Mimbar Administrasi*, 1(1), 50–69. <http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/mia/article/download/572/556>
- Damayanti, L. S. (2019). *Peranan Keterampilan Berbahasa Inggris Dalam Industri Pariwisata*. *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*, 2(1), 71–82. <https://doi.org/10.46837/journey.v2i1.42>
- Darmadi, & Muhlisin. (2016). *Ecotourism development of islamic based*. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 60–65.
- Dewi, I. G. A. I. S., Budiarta, I. N. P., & Arini, D. G. D. (2019). *Peranan Perusahaan Modal Asing Dalam Pengembangan Sumber Daya Pekerja Lokal di Kabupaten Badung*. *KERTHA WICAKSANA*, 13(2), 90–96. <https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/kertawicaksana/article/view/1212>