

4

VISI, MISI, TUJUAN DAN SASARAN, STRATEGI DAN KEBIJAKAN

4.1 VISI DAN MISI

Visi adalah kondisi yang dicita-citakan untuk di wujudkan. Secara *ontologis*, visi merupakan *das sollen*, yaitu apa yang sebenarnya menjadi tujuan atau keinginan yang ideal yang disepakati oleh seluruh stakeholders dan terkristalisasi dalam bentuk jati diri. Pada umumnya visi dibangun untuk mendorong semangat seluruh stakeholders agar dapat berperan serta aktif dalam pembangunan dan sekaligus sebagai inspirasi untuk menggerakkan seluruh kemampuan stakeholders untuk secara bersama dan sinergis membangun daerah.

Dalam dokumen RPJMD Provinsi Lampung Tahun 2014 – 2019, visi pembangunan Provinsi Lampung adalah :“**LAMPUNG MAJU DAN SEJAHTERA 2019**”. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung sebagai salah satu Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang menjalankan tugas dan fungsi pemerintahan di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif harus mendukung terwujudnya visi tersebut.

Untuk mewujudkan Visi Pembangunan Jangka Menengah Provinsi Lampung Tahun 2015-2019, dirumuskan 5 (lima) misi sebagai berikut :

1. Meningkatkan pembangunan ekonomi dan memperkuat kemandirian daerah.
2. Meningkatkan infrastruktur untuk pengembangan ekonomi dan pelayanan sosial.
3. Meningkatkan kualitas pendidikan, kesehatan, iptek dan inovasi, budaya masyarakat, dan kehidupan beragama yang toleran.
4. Meningkatkan pelestarian SDA dan kualitas lingkungan hidup yang berkelanjutan.
5. Menegakkan supremasi hukum, mengembangkan demokrasi berbasis kearifan lokal, dan memantapkan pemerintahan yang baik dan antisipatif.

Sesuai dengan Visi dan Misi Provinsi Lampung, maka Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung akan berpedoman pada Misi ke 1 (satu) dari 5 misi yang telah dijabarkan pada RPJMD Provinsi Lampung Tahun 2015-2019, yaitu Meningkatkan pembangunan ekonomi dan memperkuat kemandirain daerah.

Misi ini adalah upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi (*pro growth*) melalui pengembangan potensi dan keunggulan yang dimiliki provinsi Lampung dengan memperkuat investasi (*pro investment*) diberbagai sektor dan ekonomi yang



berbasis kerakyatan dengan kemitraan. Pertumbuhan ekonomi yang kuat ditandai juga oleh upaya pemerataan dengan *trickledown effect* yang tinggi.

Upaya memperkuat ekonomi Lampung dengan mengembangkan potensi dan keunggulan yang dimiliki dengan orientasi ekonomi nasional dan global. Ekonomi berbasis agro terus dimantapkan dan diperkuat, kemudian ditransformasikan ke ekonomi berbasis industri, perdagangan, dan jasa berbasis teknologi. Investasi baru (dalam dan luar negeri) harus dipacu untuk memperluas kesempatan kerja. Pembangunan ekonomi dan pemerataannya harus diorientasikan untuk mengurangi pengangguran, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan menurunkan jumlah penduduk miskin. Pembangunan ekonomi tidak mengeksploitasi sumber daya alam dan tidak merusak lingkungan.

Perkuatan ekonomi merupakan penciptaan daya saing berkelanjutan atau *sustainable competitive advantage* sebagai hasil dari pengelolaan sumber daya didukung kompetensi yang tinggi (*core competence*). Produktivitas barang dan jasa yang dihasilkan dengan kualitas tinggi dan berdaya saing sehingga meningkatkan nilai tambah produk dan kemandirian daerah. Penguatan kemandirian daerah diidentifikasi oleh kapasitas fiskal yang tinggi terutama dicirikan oleh pendapatan asli daerah (PAD) yang tinggi. Dampak akhir dari pembangunan ekonomi Lampung adalah kesejahteraan sosial yang berkeadilan. Kesejahteraan dicapai melalui pemberdayaan dan partisipasi masyarakat, pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya.

4.2 TUJUAN DAN SASARAN

Tujuan pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif Provinsi Lampung adalah :

1. Meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara;
2. Meningkatkan rata-rata lama tinggal wisatawan mancanegara dan nusantara;
3. Meningkatkan rata-rata pengeluaran wisatawan mancanegara dan nusantara;
4. Meningkatkan jumlah pelaksanaan event ekonomi kreatif.

Sasaran dari tujuan pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif Provinsi Lampung adalah :

1. Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara;
2. Meningkatnya rata-rata lama tinggal wisatawan mancanegara dan nusantara;
3. Meningkatnya rata-rata pengeluaran wisatawan mancanegara dan nusantara;
4. Meningkatnya jumlah pelaksanaan event ekonomi kreatif.



4.3 STRATEGI DAN KEBIJAKAN

Strategi dan arah kebijakan merupakan rumusan perencanaan komperhensif tentang bagaimana Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mencapai tujuan dan sasaran dengan efektif dan efisien. Strategi merupakan langkah-langkah yang berisikan program-program indikatif untuk mewujudkan visi dan misi. Arah kebijakan adalah pedoman untuk mengarahkan rumusan strategi yang dipilih agar lebih terarah dalam mencapai tujuan dan sasaran. Strategi yang harus dijalankan untuk mencapai tujuan dan sasaran adalah sebagai berikut :

1. Mengembangkan dan mendorong Kabupaten/Kota untuk membangun Obyek Daya Tarik Wisata (ODTW) unggulan, diversifikasi produk pariwisata, serta penunjang yang siap jual sehingga mampu menarik kunjungan wisatawan;
2. Mengembangkan kualitas promosi pariwisata untuk penguatan pemasaran pariwisata daerah;
3. Mempersiapkan SDM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif yang mampu memberikan pelayanan dan informasi kepariwisataan bagi wisatawan;
4. Meningkatkan sinergitas dengan para pemangku kepentingan dan mendorong berkembangnya ekonomi kreatif;
5. Melakukan berbagai kerjasama baik dengan Pemerintah Kabupaten/Kota, Pemerintah Pusat, Pihak swasta, maupun luar negeri

Kebijakan yang harus dijalankan untuk mencapai tujuan dan sasaran adalah sebagai berikut :

1. Pengembangan produk wisata secara kreatif dan inovatif yang berbasis potensi lokal dengan selalu memperlihatkan terlaksananya pesona pariwisata Lampung;
2. Pengembangan pemasaran pariwisata yang didukung sarana dan fasilitas memadai untuk meningkatkan kunjungan wisatawan;
3. Penyiapan/peningkatan SDM berkualitas yang memiliki tingkat *competitiveness* tinggi pada tataran nasional dan internasional dengan tetap memiliki identitas lokal;
4. Pengembangan ekonomi kreatif melalui upaya pelestarian, pemberdayaan, pengembangan dan pemanfaatan berbasis seni budaya, media, desain, dan iptek;
5. Pengembangan kemitraan pariwisata dan ekonomi kreatif;



Table 4.1. INDIKATOR TUJUAN

NO.	TUJUAN	INDIKATOR TUJUAN	TARGET 2019	SATUAN
1.	Meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara	Jumlah wisatawan mancanegara	301.053	Orang
		Jumlah wisatawan Nusantara	13.578.673	Orang
2.	Meningkatkan rata-rata lama tinggal wisatawan mancanegara dan nusantara	Jumlah rata-rata lama tinggal wisatawan mancanegara	4.50	Hari
		Jumlah rata-rata lama tinggal wisatawan nusantara	2,75	Hari
3.	Meningkatkan rata-rata pengeluaran wisatawan mancanegara dan nusantara	Jumlah rata-rata pengeluaran wisatawan mancanegara	1.800.000	Rupiah
		Jumlah rata-rata pengeluaran wisatawan nusantara	950.000	Rupiah
4.	Meningkatkan jumlah pelaksanaan event ekonomi kreatif	Jumlah event ekonomi kreatif	15	Event



Table 4.2. INDIKATOR SASARAN

NO.	SASARAN	INDIKATOR SASARAN	TARGET					SATUAN
			2015	2016	2017	2018	2019	
1.	Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara	Jumlah wisatawan mancanegara	105.081	155.000	193.750	242.188	301.053	Orang
		Jumlah wisatawan Nusantara	4.759.950	7.115.000	8.893.750	11.117.188	13.578.673	Orang
2.	Meningkatnya rata-rata lama tinggal wisatawan mancanegara dan nusantara	Jumlah rata-rata lama tinggal wisatawan mancanegara	2,50	3.00	3.50	4.00	4.50	Hari
		Jumlah rata-rata lama tinggal wisatawan nusantara	1,50	2,00	2,25	2,50	2,75	Hari
3.	Meningkatnya rata-rata pengeluaran wisatawan mancanegara dan nusantara	Jumlah rata-rata pengeluaran wisatawan mancanegara	1.000.000	1.200.000	1.400.000	1.600.000	1.800.000	Rupiah
		Jumlah rata-rata pengeluaran wisatawan nusantara	350.000	500.000	650.000	800.000	950.000	Rupiah
4.	Meningkatnya jumlah pelaksanaan event ekonomi kreatif	Jumlah event ekonomi kreatif	11	12	13	14	15	Event