

PENJELASAN
PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 50 TAHUN 2011
TENTANG
RENCANA INDUK PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN NASIONAL
TAHUN 2010 - 2025

I. UMUM

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-kawasan dunia 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 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 asing.

Sementara . . .

Sementara itu, dari perspektif pembangunan sumber daya manusia, pariwisata mempunyai potensi untuk dijadikan instrumen dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat, khususnya penduduk sekitar Destinasi Pariwisata. Dengan demikian, pariwisata dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, bukan saja kesejahteraan material dan spiritual, tetapi juga sekaligus meningkatkan kesejahteraan kultural dan intelektual. Ditilik dari perspektif bangsa yang lebih luas, pariwisata mempunyai potensi yang jauh lebih besar dan juga lebih mulia, yaitu dapat meningkatkan kualitas hubungan antarmanusia dan antarbangsa sehingga terjalin saling pengertian yang lebih baik, sikap saling menghargai, persahabatan, solidaritas, bahkan perdamaian.

Prospek yang sangat strategis pada sektor pariwisata tersebut tentu menjadi peluang yang sangat berarti bagi Indonesia sebagai suatu negara yang memiliki kekayaan alam dan budaya yang sangat besar, yang membentang dan tersebar di lebih dari 17.000 (tujuh belas ribu) pulau. Sektor pariwisata yang telah berperan sebagai penyumbang devisa terbesar kedua setelah migas, menjadi industri atau sektor penting yang dapat diandalkan Pemerintah ke depan untuk menjadi pilar utama pembangunan ekonomi nasional. Dalam konteks tersebut, maka pengembangan sektor pariwisata harus digarap secara serius, terarah, dan profesional agar pengembangan dan pemanfaatan aset-aset pariwisata dapat memberi kontribusi signifikan dalam mewujudkan peran sektor pariwisata sebagai sektor andalan dalam pembangunan di masa depan.

Gambaran prospek strategis pariwisata sebagai pilar pembangunan nasional antara lain dapat ditunjukkan dari angka kunjungan wisatawan baik nusantara maupun mancanegara dalam tahun-tahun terakhir yang terus menunjukkan peningkatan. Sektor pariwisata juga melibatkan jutaan tenaga kerja baik di bidang perhotelan, makanan, transportasi, pemandu wisata, maupun industri kerajinan.

Sejalan dengan perkembangan Industri Pariwisata yang semakin kompetitif dan kecenderungan pasar dunia yang semakin dinamis, maka pembangunan kepariwisataan Indonesia harus didorong pengembangannya secara lebih kuat dan diarahkan secara tepat untuk meningkatkan keunggulan banding dan keunggulan saing Kepariwisata Indonesia dalam peta Kepariwisata regional maupun internasional.

RIPPARNAS diperlukan sebagai acuan operasional pembangunan pariwisata bagi pelaku pariwisata dan pelaku ekonomi, sosial dan budaya, baik di pusat maupun di daerah, baik yang terlibat langsung maupun tidak langsung dengan pembangunan kepariwisataan nasional. RIPPARNAS menjadi sangat penting, karena:

- a. memberikan arah pengembangan yang tepat terhadap potensi Kepariwisata dari sisi produk, pasar, spasial, sumber daya manusia, manajemen, dan sebagainya sehingga dapat tumbuh dan berkembang secara positif dan berkelanjutan bagi pengembangan wilayah dan kesejahteraan masyarakat.
- b. mengatur peran setiap *stakeholders* terkait baik lintas sektor, lintas pelaku, maupun lintas daerah/wilayah agar dapat mendorong pengembangan pariwisata secara sinergis dan terpadu.

II. PASAL DEMI PASAL

Pasal 1

Cukup jelas.

Pasal 2

Ayat (1)

Huruf a

Yang dimaksud dengan “Pembangunan Destinasi Pariwisata” adalah upaya terpadu dan sistematis seluruh komponen Destinasi Pariwisata dalam rangka menciptakan, meningkatkan kualitas produk dan pelayanan Kepariwisata serta kemudahan pergerakan wisatawan di Destinasi Pariwisata.

Huruf b . . .

Huruf b

Yang dimaksud dengan “Pembangunan Pemasaran Pariwisata” adalah upaya terpadu dan sistematis dalam rangka menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan produk wisata dan mengelola relasi dengan wisatawan untuk mengembangkan Kepariwisata seluruh pemangku kepentingannya.

Huruf c

Yang dimaksud dengan “Pembangunan Industri Pariwisata” adalah upaya terpadu dan sistematis dalam rangka mendorong penguatan struktur Industri Pariwisata, peningkatan daya saing produk pariwisata, penguatan kemitraan usaha pariwisata, penciptaan kredibilitas bisnis, dan pengembangan tanggung jawab terhadap lingkungan.

Huruf d

Yang dimaksud dengan “Pembangunan Kelembagaan Kepariwisata” adalah upaya terpadu dan sistematis dalam rangka pengembangan Organisasi Kepariwisata, pengembangan SDM Pariwisata untuk mendukung dan meningkatkan kualitas pengelolaan dan penyelenggaraan kegiatan Kepariwisata di Destinasi Pariwisata.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Ayat (5) . . .

Ayat (5)

Cukup jelas.

Ayat (6)

Cukup jelas.

Ayat (7)

Cukup jelas.

Ayat (8)

Cukup jelas.

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 . . .

Pasal 10

Ayat (1)

Huruf a

Yang dimaksud dengan “kawasan pengembangan pariwisata nasional” adalah suatu ruang pariwisata yang mencakup luasan area tertentu sebagai suatu kawasan dengan komponen Kepariwisataannya, serta memiliki karakter atau tema produk wisata tertentu yang dominan dan melekat kuat sebagai komponen pencitraan kawasan tersebut.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Pasal 11

Cukup jelas.

Pasal 12

Cukup jelas.

Pasal 13 . . .

Pasal 13

Cukup jelas.

Pasal 14

Ayat (1)

Huruf a

Yang dimaksud dengan “**Daya Tarik Wisata alam**” adalah **Daya Tarik Wisata** yang berupa keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam.

Daya Tarik Wisata alam dapat dijabarkan, meliputi:

- 1) **Daya Tarik Wisata alam** yang berbasis potensi keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam di wilayah perairan laut, yang berupa antara lain:
 - a) bentang pesisir pantai, contoh: Pantai Kuta, Pantai Pangandaran, Pantai Gerupuk – Aan, dan sebagainya.
 - b) bentang laut, baik perairan di sekitar pesisir pantai maupun lepas pantai yang menjangkau jarak tertentu yang memiliki potensi bahari, contoh: perairan laut Kepulauan Seribu, perairan laut kepulauan Wakatobi, dan sebagainya.
 - c) kolam air dan dasar laut, contoh: Taman Laut Bunaken, Taman Laut Wakatobi, taman laut dan gugusan pulau-pulau kecil Raja Ampat, Atol Pulau Kakaban, dan sebagainya.
- 2) **Daya Tarik Wisata alam** yang berbasis potensi keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam di wilayah daratan, yang berupa antara lain:
 - a) pegunungan dan hutan alam/taman nasional/taman wisata alam/taman hutan raya, contoh: Taman Nasional Gunung Rinjani, Taman Nasional Komodo, Taman Nasional Bromo – Tengger – Semeru, dan sebagainya.

b) perairan . . .

- b) perairan sungai dan danau, contoh: Danau Toba, Danau Maninjau, Danau Sentani, Sungai Musi, Sungai Mahakam, Situ Patenggang, dan sebagainya.
- c) perkebunan, contoh: agro wisata Gunung Mas, agro wisata Batu-Malang, dan sebagainya.
- d) Pertanian, contoh: area persawahan Jatiluwih, area persawahan Ubud, dan sebagainya.
- e) bentang alam khusus, seperti gua, karst, padang pasir, dan sejenisnya, contoh: Gua Jatijajar, Gua Gong, Karst Gunung Kidul, Karst Maros, gump pasir Barchan Parangkusumo, dan sebagainya.

Huruf b

Yang dimaksud dengan “Daya Tarik Wisata budaya” adalah Daya Tarik Wisata berupa hasil olah cipta, rasa dan karsa manusia sebagai makhluk budaya.

Daya Tarik Wisata budaya selanjutnya dapat dijabarkan, meliputi:

1) Daya Tarik Wisata budaya yang bersifat berwujud (*tangible*), yang berupa antara lain:

a) cagar budaya, yang meliputi:

(1) benda cagar budaya adalah benda alam dan/atau benda buatan manusia, baik bergerak maupun tidak bergerak, berupa kesatuan atau kelompok, atau bagian-bagiannya, atau sisa-sisanya yang memiliki hubungan erat dengan kebudayaan dan sejarah perkembangan manusia, contoh: angklung, keris, gamelan, dan sebagainya

(2) bangunan cagar budaya adalah susunan binaan yang terbuat dari benda alam atau benda buatan manusia untuk memenuhi kebutuhan ruang berdinding dan/atau tidak berdinding, dan beratap.

(3) struktur . . .

- (3) struktur cagar budaya adalah susunan binaan yang terbuat dari benda alam dan/atau benda buatan manusia untuk memenuhi kebutuhan ruang kegiatan yang menyatu dengan alam, sarana, dan prasarana untuk menampung kebutuhan manusia.
 - (4) situs cagar budaya adalah lokasi yang berada di darat dan/atau di air yang mengandung benda cagar budaya, bangunan cagar budaya, dan/atau struktur cagar budaya sebagai hasil kegiatan manusia atau bukti kejadian pada masa lalu.
 - (5) kawasan cagar budaya adalah satuan ruang geografis yang memiliki 2 (dua) situs cagar budaya atau lebih yang letaknya berdekatan dan/atau memperlihatkan ciri tata ruang yang khas.
- b) perkampungan tradisional dengan adat dan tradisi budaya masyarakat yang khas, contoh: Kampung Naga, perkampungan Suku Badui, Desa Sade, Desa Penglipuran, dan sebagainya.
 - c) Museum, contoh: Museum Nasional, Museum Bahari, dan sebagainya.
- 2) Daya Tarik Wisata bersifat tidak berwujud (*intangible*), yang berupa antara lain:
- a) kehidupan adat dan tradisi masyarakat dan aktifitas budaya masyarakat yang khas di suatu area/tempat, contoh: sekaten, karapan sapi, pasola, pemakaman Toraja, ngaben, pasar terapung, kuin, dan sebagainya.
 - b) Kesenian, contoh: angklung, sasando, reog, dan sebagainya.

Huruf c

Yang dimaksud dengan “Daya Tarik Wisata hasil buatan manusia” adalah Daya Tarik Wisata khusus yang merupakan kreasi artifisial (*artificially created*) dan kegiatan-kegiatan manusia lainnya di luar ranah wisata alam dan wisata budaya.

Daya Tarik Wisata hasil buatan manusia/khusus, selanjutnya dapat dijabarkan meliputi antara lain:

- 1) fasilitas rekreasi dan hiburan/taman bertema, yaitu fasilitas yang berhubungan dengan motivasi untuk rekreasi, hiburan (*entertainment*) maupun penyaluran hobi, contoh: taman bertema (*theme park*)/taman hiburan (kawasan Trans Studio, Taman Impian Jaya Ancol, Taman Mini Indonesia Indah).
- 2) fasilitas peristirahatan terpadu (*integrated resort*), yaitu kawasan peristirahatan dengan komponen pendukungnya yang membentuk kawasan terpadu, contoh: kawasan Nusa Dua resort, kawasan Tanjung Lesung, dan sebagainya.
- 3) fasilitas rekreasi dan olahraga, contoh: kawasan rekreasi dan olahraga Senayan, kawasan padang golf, dan area sirkuit olahraga.

Ketiga jenis Daya Tarik Wisata tersebut dapat dikembangkan lebih lanjut dalam berbagai sub jenis atau kategori kegiatan wisata, antara lain:

- 1) wisata petualangan (*adventure tourism*);
- 2) wisata bahari (*marine tourism*);
- 3) wisata agro (*farm tourism*);
- 4) wisata kreatif (*creative tourism*);
- 5) wisata kapal pesiar (*cruise tourism*);
- 6) wisata kuliner (*culinary tourism*);
- 7) wisata budaya (*cultural tourism*);
- 8) wisata sejarah (*heritage tourism*);

9) wisata . . .

- 9) wisata memorial (*dark tourism*), contoh: *ground zero* World Trade Centre, *ground zero* Legian Bali, Merapi pasca letusan;
- 10) wisata ekologi (*ecotourism/wild tourism*);
- 11) wisata pendidikan (*educational tourism*);
- 12) wisata ekstrim-menantang bahaya (*extreme tourism*), contoh: bercanda dengan hiu, bercanda dengan buaya;
- 13) wisata massal (*mass tourism*);
- 14) wisata pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran (*meeting, incentive, convention, and exhibition tourism*);
- 15) wisata kesehatan (*medical tourism/wellness tourism*);
- 16) wisata alam (*nature-based tourism*);
- 17) wisata religi (*religious tourism/pilgrimage tourism*);
- 18) wisata budaya kekinian (*pop culture tourism*);
- 19) wisata desa (*rural tourism*);
- 20) wisata luar angkasa (*space tourism*);
- 21) wisata olahraga (*sport tourism*);
- 22) wisata kota (*urban tourism*); dan
- 23) wisata relawan (*volunteer tourism*).

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 15

Huruf a

Yang dimaksud dengan “perintisan pengembangan Daya Tarik Wisata” adalah upaya pengembangan yang dilakukan dengan membuka dan membangun Daya Tarik Wisata baru di Destinasi Pariwisata yang belum berkembang Kepariwisataannya, dalam rangka mengembangkan peluang pasar yang ada.

Huruf b . . .

Huruf b

Yang dimaksud dengan “Pembangunan Daya Tarik Wisata” adalah upaya pengembangan yang dilakukan dengan meningkatkan kualitas Daya Tarik Wisata yang sudah ada dalam upaya meningkatkan minat, dan loyalitas segmen pasar yang sudah ada serta memperluas cakupan wilayah Daya Tarik Wisata yang sudah ada atau pengembangan ke lokasi baru berdasar pada inti (*nucleus*) yang sama.

Contoh: daya tarik Candi Borobudur ditambah dengan museum audio visual, *sign and posting*, atraksi sinar dan suara (*son't et lumiere*), fasilitas wisata religi dan studi spiritual, dan sebagainya.

Huruf c

Yang dimaksud dengan “pemantapan Daya Tarik Wisata” adalah upaya pengembangan yang dilakukan dengan menciptakan Daya Tarik Wisata baru yang memiliki jenis berbeda dalam upaya menangkap peluang pasar baru.

Contoh: Candi Borobudur ditambah dengan aktifitas minat khusus petualangan arung jeram sungai Progo, ekowisata pedesaan sekitar Borobudur, Borobudur golf, dan sebagainya.

Huruf d

Yang dimaksud dengan “revitalisasi Daya Tarik Wisata” adalah upaya pengembangan yang dilakukan dengan perbaikan kondisi dan kualitas Daya Tarik Wisata yang ada yang mengalami degradasi dalam upaya menjaga keberlanjutan dan meningkatkan kualitas serta daya saing produk untuk menarik pangsa pasar yang sudah ada maupun peluang pasar wisata baru.

Pasal 16

Cukup jelas.

Pasal 17 . . .

Pasal 17

Cukup jelas.

Pasal 18

Cukup jelas.

Pasal 19

Cukup jelas.

Pasal 20

Cukup jelas.

Pasal 21

Cukup jelas.

Pasal 22

Cukup jelas.

Pasal 23

Cukup jelas.

Pasal 24

Cukup jelas.

Pasal 25

Huruf a

Yang dimaksud dengan “Prasarana Umum” meliputi:

- 1) jaringan listrik dan lampu penerangan;**
- 2) jaringan air bersih;**
- 3) jaringan telekomunikasi; dan**
- 4) sistem pengelolaan limbah.**

Yang dimaksud dengan “Fasilitas Umum” meliputi:

- 1) fasilitas . . .**

- 1) fasilitas keamanan, seperti: pemadam kebakaran, fasilitas tanggap bencana (*early warning system*) di destinasi yang rawan bencana;
- 2) fasilitas keuangan dan perbankan, seperti: Anjungan Tunai Mandiri dan tempat penukaran uang (*money changer*);
- 3) fasilitas bisnis, seperti: kios kelontong dan obat 24 (dua puluh empat) jam (*drug store*), warung internet, telepon umum, sarana penitipan/penyimpanan barang (*public locker*);
- 4) fasilitas kesehatan berupa poliklinik 24 (dua puluh empat) jam dan fasilitas pertolongan pertama pada kecelakaan;
- 5) fasilitas sanitasi dan kebersihan, seperti: toilet umum, jasa binatu (*laundry*), dan tempat sampah;
- 6) fasilitas khusus bagi penderita cacat fisik, anak-anak dan lanjut usia;
- 7) fasilitas rekreasi, seperti fasilitas peristirahatan (*rest area*), fasilitas bermain anak-anak, fasilitas olahraga, dan fasilitas pejalan kaki (*pedestrian*);
- 8) fasilitas lahan parkir; dan
- 9) fasilitas ibadah.

Yang dimaksud dengan “Fasilitas Pariwisata” meliputi:

- 1) fasilitas akomodasi;
- 2) fasilitas rumah makan;
- 3) fasilitas informasi dan pelayanan pariwisata, fasilitas pelayanan keimigrasian, pusat informasi pariwisata (*tourism information center*), dan *e-tourism kiosk*;
- 4) polisi pariwisata dan satuan tugas wisata;
- 5) toko cinderamata (*souvenir shop*);
- 6) penunjuk arah/papan informasi wisata/rambu lalu lintas wisata (*tourism sign and posting*); dan
- 7) bentuk bentang lahan (*landscaping*).

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Pasal 26

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Yang dimaksud dengan “wisatawan berkebutuhan khusus” adalah wisatawan dengan suatu keterbatasan yang memerlukan perlakuan khusus, seperti: wisatawan berusia lanjut, penyandang disabilitas, dan sebagainya.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Pasal 27

Cukup jelas.

Pasal 28

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b . . .

Huruf b

Yang dimaksud dengan “pengarusutamaan gender” adalah strategi untuk mewujudkan kesetaraan dan keadilan gender dalam pembangunan, dimana aspek gender terintegrasi dalam perumusan kebijakan program dan kegiatan melalui perencanaan, pelaksanaan, pemantauan dan evaluasi.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Yang dimaksud dengan “kemitraan rantai nilai usaha” adalah peningkatan kemitraan antarbidang usaha Kepariwisata.

Pariwisata merupakan kegiatan yang memiliki keterkaitan lintas sektor dan lintas skala usaha. Berkembangnya kegiatan pariwisata akan menggerakkan berlapis-lapis mata rantai usaha yang terkait di dalamnya sehingga akan menciptakan efek ekonomi multi ganda (*multiplier effect*) yang akan memberikan nilai manfaat ekonomi yang sangat berarti bagi semua pihak yang terkait dalam mata rantai usaha Kepariwisata tersebut. Dampak ekonomi multi ganda pariwisata akan menjangkau baik dampak langsung, dampak tak langsung maupun dampak ikutan yang pada umumnya terkait dengan usaha skala kecil dan menengah maupun usaha-usaha di sektor hulu, seperti pertanian, perkebunan, peternakan dan sebagainya.

Huruf f

Cukup jelas.

Huruf g

Cukup jelas.

Huruf h . . .

Huruf h

Yang dimaksud dengan “sapta pesona” adalah 7 (tujuh) unsur pesona yang harus diwujudkan bagi terciptanya lingkungan yang kondusif dan ideal bagi berkembangnya kegiatan Kepariwisata di suatu tempat yang mendorong tumbuhnya minat wisatawan untuk berkunjung.

Ketujuh unsur sapta pesona yang dimaksud di atas adalah :

- 1) aman;
- 2) tertib;
- 3) bersih;
- 4) sejuk;
- 5) indah;
- 6) ramah tamah; dan
- 7) kenangan.

Huruf i

Cukup jelas.

Pasal 29

Cukup jelas.

Pasal 30

Huruf a

Yang dimaksud dengan “insentif investasi” adalah kemudahan yang diberikan oleh Pemerintah kepada investor berupa keringanan baik itu pajak, fasilitas pendukung, maupun pengurusan investasi.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Pasal 31

Cukup jelas.

Pasal 32

Cukup jelas.

Pasal 33

Yang dimaksud dengan “segmen pasar wisatawan massal” (*mass market*) adalah jenis wisatawan yang datang secara berombongan dalam kelompok-kelompok yang biasanya memiliki lama tinggal relatif singkat.

Yang dimaksud dengan “segmen ceruk pasar” (*niche market*) adalah jenis wisatawan yang datang secara individu atau kelompok kecil yang berkunjung karena minat khusus dan biasanya memiliki lama tinggal relatif panjang.

Pasal 34

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Yang dimaksud dengan “promosi berbasis tema tertentu” adalah promosi yang diarahkan pada segmen pasar tertentu yang sesuai dengan tema produk yang dipasarkan, seperti: ekowisata, wisata bahari, wisata spiritual, dan sebagainya.

Huruf e

Cukup jelas.

Huruf f . . .

Huruf f

Yang dimaksud dengan “pemasaran yang diselenggarakan oleh sektor lain” adalah pemasaran yang berkaitan dengan Kepariwisata yang dilakukan oleh lembaga lain sesuai dengan tugas dan fungsinya, misalnya pemasaran yang dilakukan oleh Kementerian Perdagangan, Badan Koordinasi Penanaman Modal, dan Pemerintah Daerah.

Pasal 35

Huruf a

Yang dimaksud dengan “citra pariwisata nasional” adalah pencitraan pariwisata yang berbasiskan pada pencitraan Indonesia sebagai negara.

Contoh: *Indonesia Ultimate in Diversity, Wonderful Indonesia.*

Yang dimaksud dengan citra pariwisata destinasi adalah pencitraan pariwisata yang berbasiskan pada pencitraan wilayah sebagai Destinasi Pariwisata.

Contoh citra pariwisata 50 (lima puluh) DPN:

- 1) Banda Aceh – Weh dan sekitarnya
 - a) *Verandah of Islam in Indonesia*
 - b) *Indonesian Verandah of Mecca*
- 2) Nias – Simeulue dan sekitarnya
 - a) *Untamed Surfing Capital of the World*
 - b) *World Untamed Surfing Capital*
- 3) Medan – Toba dan sekitarnya
 - a) *The Most Favorite City*
 - b) *Lake Toba – Pearl of Sumatra*
 - c) *The World’s Finest Aquatic Centre*
- 4) Mentawai – Siberut dan sekitarnya
Undiscovered Islands of Indonesia

5) Padang . . .

- 5) Padang – Bukittinggi dan sekitarnya
The Soul of Minangkabau
- 6) Pekanbaru – Rupert dan sekitarnya
 - a) Pekanbaru Heritage
 - b) Rupert – *The Longest White Sandy Beach Island*
- 7) Jambi – Kerinci Seblat dan sekitarnya
Muaro Jambi – City of Heritage
- 8) Batam – Bintan dan sekitarnya
Family Fun 365 Days A Year
- 9) Natuna – Anambas dan sekitarnya
Best Undiscovered Beach Island
- 10) Palembang – Babel dan sekitarnya
 - a) Musi: *River of Mystery*
 - b) Land of Sriwijaya
- 11) Bengkulu – Enggano dan sekitarnya
Home of the Biggest Flower on Earth
- 12) Krakatau – Ujung Kulon dan sekitarnya
 - a) *Journey to the Ring of Fire*
 - b) *Ujung Kulon: Home to the Rare Javanese Tiger*
- 13) Jakarta – Kepulauan Seribu dan sekitarnya
 - a) *Enjoy Jakarta*
 - b) *Jakarta-Living Colorfully*
- 14) Bogor – Halimun dan sekitarnya
Raffles Botanical Garden
- 15) Bandung – Ciwidey dan sekitarnya
 - a) *Bandung: Art Deco City*
 - b) *Bandung: Great Shopping City*
- 16) Pangandaran – Nusakambangan dan sekitarnya
Visit Indonesia’s Alcatraz: Nusakambangan Island

17) Semarang . . .

- 17) Semarang – Karimunjawa dan sekitarnya
Eco Island Resort of Karimunjawa
- 18) Solo – Sangiran dan sekitarnya
Home of Java Man
- 19) Borobudur - Yogyakarta dan sekitarnya
a) *Capital of World Heritage*
b) *The Smiling of Jogja*
- 20) Bromo – Malang dan sekitarnya
Volcano in the Desert
- 21) Surabaya – Madura dan sekitarnya
a) *Fascinating Madura Culture*
b) *Surabaya – Gateway to Eastern Java*
- 22) Ijen – Alas Purwo dan sekitarnya
Natural Volcanic Wonders
- 23) Bali – Nusa Lembongan dan sekitarnya
a) *The Last Paradise*
b) *Bali: Island of the Gods*
c) *The World's Best Island*
d) *Morning of the World*
e) *The Inspiration Island*
- 24) Lombok dan sekitarnya
a) *Lombok: Pearl of Eastern Indonesia*
b) *Lombok: Bali's Little Sister*
- 25) Moyo – Tambora dan sekitarnya
Paradise Found
- 26) Komodo – Ruteng dan sekitarnya
Komodo, The Real Wonder of the World
- 27) Kelimutu – Meumere dan sekitarnya
Amazing 3 (three) Colour Lake

28) Sumba . . .

- 28) Sumba dan sekitarnya
Indonesia's Best Horseland
- 29) Alor – Lembata dan sekitarnya
Traditional Whale Hunting
- 30) Kupang – Rotendao dan sekitarnya
a) *Unspoiled, Untouched Indonesia*
b) *Home of Floresiensis, The Indonesian Hobbit*
- 31) Pontianak – Singkawang dan sekitarnya
Gateway to Borneo
- 32) Sentarum – Betung Kerihun dan sekitarnya
Journey Up Indonesia's Amazon
- 33) Palangkaraya – Tanjung Puting dan sekitarnya
Tanjung Puting, Adventure of Great Apes
- 34) Long Bagun – Melak dan sekitarnya
Exciting Rafting on An Untamed Jungle River
- 35) Tenggarong – Balikpapan dan sekitarnya
Journey to Heart of Borneo
- 36) Derawan – Kayan Mentarang dan sekitarnya
Great Diving, Wonderful People
- 37) Banjarmasin – Martapura dan sekitarnya
River of Gems
- 38) Makassar – Takabonerate dan sekitarnya
Makassar: Historic Heritage City
- 39) Toraja – Lorelindu dan sekitarnya
a) *There is A Life After Death*
b) *The World's Most Unique Funeral Culture*
- 40) Togean – Gorontalo dan sekitarnya
Indonesia's Newest Ecotourism Destination
- 41) Manado – Bunaken dan sekitarnya
a) *Finest Diving and Snorkelling in Asia*

b) *Finest . . .*

- b) Finest Under Water World*
- 42) Kendari – Wakatobi dan sekitarnya**
Marine and Coastal Wonders
- 43) Halmahera – Morotai dan sekitarnya**
 - a) The Spice Island*
 - b) Undiscovered Chain of Islands in Eastern Indonesia*
- 44) Ambon – Bandaneira dan sekitarnya**
 - a) Ambom: Dutch Heritage Site*
 - b) Hidden Island Life and Musical Culture*
- 45) Sorong – Raja Ampat dan sekitarnya**
 - a) World Best Dive Destination*
 - b) The Last Best Place*
 - c) Best Underwater Biodiversity*
 - d) World Most Beautiful Diving Destination*
- 46) Manokwari – Fak-Fak dan sekitarnya**
 - a) Home of Cenderawasih*
 - b) Home to The Bird of Paradise*
- 47) Biak – Numfort dan sekitarnya**
Gateway to Fascinating Irian Jaya
- 48) Sentani – Wamena dan sekitarnya**
Amazing Musical, Festival in The Jungle
- 49) Timika – Lorentz dan sekitarnya**
Snow in The Tropics
- 50) Merauke – Wazur dan sekitarnya**
 - a) Discover Indonesia’s Most Eastern Provinces*
 - b) Eco Wild Life Park Adventure*

Huruf b

Cukup jelas.

Pasal 36

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Contoh ikon secara nasional adalah Keraton Yogyakarta, Monumen Nasional Jakarta, Tugu Khatulistiwa, Jam Gadang, Jembatan Sungai Musi, dan sebagainya.

Contoh ikon secara internasional adalah Candi Borobudur, Komodo, Toraja, Toba, Tanjung Puting, dan sebagainya.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Contoh komunikasi untuk peningkatan citra pariwisata adalah memberikan tanggapan yang proporsional terhadap pemberitaan negatif mengenai pariwisata Indonesia, seperti Bom Bali, isu kolera, dan sebagainya.

Pasal 37

Cukup jelas.

Pasal 38

Cukup jelas.

Pasal 39

Cukup jelas.

Pasal 40

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Yang dimaksud dengan “keberadaan promosi pariwisata Indonesia di luar negeri” adalah segenap kemitraan antara pelaku promosi pariwisata Indonesia di dalam negeri dengan pelaku promosi pariwisata Indonesia di luar negeri.

Contoh: kemitraan antara pelaku promosi pariwisata Indonesia di dalam negeri dengan pelaku promosi pariwisata Indonesia di luar negeri yang telah dilaksanakan adalah penunjukan mitra kerja pelaksana sebagai mitra kerja Pemerintah melalui proses sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai pengadaan barang/jasa Pemerintah, yang dalam lingkup kegiatannya wajib menunjuk mitra kerja lokal di luar negeri yang selanjutnya disebut *Visit Indonesia Tourism Officers* (VITO).

Ayat (3)

Cukup jelas.

Pasal 41

Cukup jelas.

Pasal 42 . . .

Pasal 42

Cukup jelas.

Pasal 43

Cukup jelas.

Pasal 44

Cukup jelas.

Pasal 45

Cukup jelas.

Pasal 46

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Yang dimaksud dengan “kualitas interpretasi” adalah kualitas kemampuan manusia, segala bentuk media dan/atau alat yang berfungsi mentransformasikan nilai kemenarikan Daya Tarik Wisata kepada wisatawan.

Contoh: kemampuan mengkomunikasikan nilai kemenarikan suatu daya tarik oleh pramuwisata, audio visual, termasuk deskripsi/penjelas dan penanda dari benda-benda koleksi dalam museum.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.

Pasal 47

Cukup jelas.

Pasal 48

Cukup jelas.

Pasal 49

Cukup jelas.

Pasal 50

Yang dimaksud dengan “etika bisnis” adalah penerapan kriteria-kriteria pantas dan tidak pantas, baik dan tidak baik terhadap seluruh pelaku dan pemangku kepentingan suatu kegiatan bisnis.

Pasal 51

Cukup jelas.

Pasal 52

Cukup jelas.

Pasal 53

Cukup jelas.

Pasal 54

Cukup jelas.

Pasal 55

Yang dimaksud dengan “pengembangan manajemen Usaha Pariwisata yang mengacu kepada prinsip ekonomi hijau” adalah pengembangan manajemen dengan pendekatan dalam pembangunan ekonomi yang tidak lagi mengandalkan pembangunan ekonomi berbasis eksploitasi sumber daya alam dan lingkungan yang berlebihan.

Ekonomi hijau merupakan suatu lompatan besar meninggalkan praktik-praktik ekonomi yang mementingkan keuntungan jangka pendek yang telah mewariskan berbagai permasalahan yang mendesak untuk ditangani termasuk menggerakkan perekonomian yang rendah karbon (*low carbon economy*).

Pasal 56

Cukup jelas.

Pasal 57 . . .

Pasal 57

Cukup jelas.

Pasal 58

Cukup jelas.

Pasal 59

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Ayat (5)

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Yang disebut “organisasi pengembangan destinasi” adalah struktur tata kelola Destinasi Pariwisata yang mencakup perencanaan, koordinasi, implementasi, dan pengendalian organisasi destinasi secara inovatif dan sistemik melalui pemanfaatan jejaring, informasi dan teknologi, yang dipimpin secara terpadu dengan peran serta masyarakat, asosiasi, industri, akademisi dan Pemerintah dalam rangka meningkatkan kualitas pengelolaan, volume kunjungan wisata, lama tinggal dan besaran pengeluaran wisatawan serta manfaat bagi masyarakat di Destinasi Pariwisata.

Huruf c . . .

Huruf c

Cukup jelas.

Pasal 60

Cukup jelas.

Pasal 61

Cukup jelas.

Pasal 62

Cukup jelas.

Pasal 63

Cukup jelas.

Pasal 64

Cukup jelas.

Pasal 65

Cukup jelas.

Pasal 66

Cukup jelas.

Pasal 67

Cukup jelas.

Pasal 68

Cukup jelas.

Pasal 69

Cukup jelas.

Pasal 70 . . .

- 30 -

Pasal 70

Cukup jelas.

TAMBAHAN LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA NOMOR 5262