



WALIKOTA LUBUKLINGGAU  
PROVINSI SUMATERA SELATAN

PERATURAN WALIKOTA LUBUKLINGGAU  
NOMOR 20 TAHUN 2016

TENTANG

PEMASARAN PARIWISATA TERPADU

WALIKOTA LUBUKLINGGAU,

Menimbang : a. bahwa dalam rangka melaksanakan pemasaran kepariwisataan yang sistematis, terencana dan terpadu perlu adanya pedoman dalam pemasaran pariwisata yang dapat dijadikan acuan bagi Pemerintah untuk melaksanakan sistem pemasaran pariwisata yang efektif serta dalam rangka memacu wisatawan untuk mengunjungi Kota Lubuklinggau;

b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud pada huruf a perlu menetapkan Peraturan Walikota tentang Pemasaran Pariwisata Terpadu;

Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2001 tentang Pembentukan Kota Lubuklinggau (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 87, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4114);

2. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4966);

3. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587) sebagaimana telah diubah beberapakali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 56, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5679);

4. Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Nasional Tahun 2010-2025 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4562);

5. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 150, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4578);

6. Peraturan Daerah Kota Lubuklinggau Nomor 1 Tahun 2014 tentang Organisasi Perangkat Daerah Kota Lubuklinggau (Lembaran Daerah Kota Lubuklinggau Tahun 2014 Nomor 1) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Daerah Kota Lubuklinggau Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Daerah Kota Lubuklinggau Nomor 1 Tahun 2014 tentang Organisasi Perangkat Daerah Kota Lubuklinggau (Lembaran Daerah Kota Lubuklinggau Tahun 2015 Nomor 9);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN WALIKOTA TENTANG PEMASARAN WISATA TERPADU

BAB I  
KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Daerah ini yang dimaksud dengan:

1. Daerah adalah Kota Lubuklinggau.
2. Pemerintah Daerah adalah Pemerintah Kota Lubuklinggau.
3. Kepala Daerah adalah Walikota Lubuklinggau.
4. Sekretaris Daerah adalah Sekretaris Daerah Kota Lubuklinggau.
5. Pembangunan adalah suatu proses perubahan ke arah yang lebih baik yang di dalamnya meliputi upaya perencanaan, implementasi, dan pengendalian dalam rangka penciptaan nilai tambah sesuai yang dikehendaki.
6. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
7. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.
8. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha.
9. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.

10. Destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.
11. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.
12. Pemasaran pariwisata terpadu adalah serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan produk wisata, dan mengelola relasi dengan wisatawan untuk mengembangkan Kepariwisataan dan seluruh pemangku kepentingannya secara terpadu.
13. Kelembagaan kepariwisataan adalah kesatuan unsur beserta jaringannya yang dikembangkan secara terorganisasi, meliputi Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta dan masyarakat, sumber daya manusia, regulasi dan mekanisme operasional, yang secara berkesinambungan guna menghasilkan perubahan ke arah pencapaian tujuan di bidang Kepariwisataan.
14. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
15. Aksesibilitas Pariwisata adalah semua jenis sarana dan prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dari wilayah asal wisatawan ke Destinasi Pariwisata maupun pergerakan di dalam wilayah Destinasi Pariwisata dalam kaitan dengan motivasi kunjungan wisata.
16. Strategi adalah langkah-langkah berisikan program-program indikatif untuk mewujudkan visi dan misi.
17. Program adalah bentuk instrumen kebijakan yang berisi satu atau lebih kegiatan yang dilaksanakan oleh SKPD atau masyarakat, yang dikoordinasikan oleh pemerintah daerah untuk mencapai sasaran dan tujuan pembangunan daerah.
18. Kegiatan adalah bagian dari program yang dilaksanakan oleh satu atau beberapa SKPD sebagai bagian dari pencapaian sasaran terukur pada suatu program dan terdiri dari sekumpulan tindakan pengerahan sumber daya baik yang berupa personil (sumber daya manusia), barang modal termasuk peralatan dan teknologi dana, atau kombinasi dari beberapa atau kesemua jenis sumber daya tersebut, sebagai masukan (input) untuk menghasilkan keluaran (output) dalam bentuk barang/jasa.

## BAB II MAKSUD DAN TUJUAN

### Pasal 2

Maksud Pemasaran Pariwisata Terpadu adalah sebagai pedoman dalam penyelenggaraan pemasaran kepariwisataan daerah yang terencana, terpadu, dan berkesinambungan

### Pasal 3

Pemasaran Pariwisata Terpadu sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2, bertujuan untuk:

- a. mendukung koordinasi antar pelaku pariwisata;
- b. meningkatkan keterpaduan pemasaran pariwisata dengan seluruh pelaku pariwisata guna membangun citra sebagai destinasi pariwisata berdaya saing global;
- c. mewujudkan sistem pemasaran yang efektif dan bertanggung jawab untuk mendorong kunjungan wisatawan yang berkualitas;
- d. mewujudkan organisasi kepariwisataan dan sumber daya manusia yang handal dan berkompetensi untuk mendorong percepatan perwujudan sebagai destinasi pariwisata berdaya saing global; dan
- e. mewujudkan tata kelola pariwisata yang terstruktur dan dipimpin untuk mewujudkan keterpaduan pembangunan kepariwisataan Kota Lubuklinggau.

## BAB III RUANG LINGKUP

### Pasal 4

Pemasaran Pariwisata Terpadu meliputi:

- a. pengembangan pasar wisatawan;
- b. pengembangan citra pariwisata;
- c. pengembangan kemitraan Pemasaran Pariwisata; dan
- d. pengembangan promosi pariwisata.

## BAB IV PEMASARAN WISATA TERPADU

### Bagian Kesatu Pengembangan Pasar Wisatawan

### Pasal 5

Arah kebijakan pengembangan pasar wisatawan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 huruf a, diwujudkan dalam bentuk pemantapan segmen pasar wisatawan massal dan pengembangan segmen ceruk pasar untuk mengoptimalkan pengembangan Destinasi Pariwisata dan dinamika pasar.

### Pasal 6

Strategi untuk pemantapan segmen pasar wisatawan massal dan pengembangan segmen ceruk pasar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 meliputi:

- a. meningkatkan pemasaran dan promosi untuk mendukung penciptaan Destinasi Pariwisata yang diprioritaskan;
- b. meningkatkan akselerasi pemasaran dan promosi pada pasar utama, baru, dan berkembang;
- c. mengembangkan pemasaran dan promosi untuk meningkatkan pertumbuhan segmen ceruk pasar;
- d. mengembangkan promosi berbasis tema tertentu;
- e. meningkatkan akselerasi pergerakan wisatawan di seluruh Destinasi Pariwisata; dan
- f. meningkatkan intensifikasi pemasaran wisata konvensi, insentif dan pameran yang diselenggarakan oleh sektor lain.

## Bagian Kedua Pengembangan Citra Pariwisata

### Pasal 7

Arah kebijakan pengembangan citra pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 huruf b, meliputi:

- a. peningkatan dan pemantapan citra pariwisata daerah secara berkelanjutan baik citra pariwisata daerah maupun citra pariwisata destinasi
- b. peningkatan citra pariwisata daerah sebagai Destinasi Pariwisata yang aman, nyaman, dan berdaya saing.

### Pasal 8

- (1) Strategi untuk peningkatan dan pemantapan citra pariwisata daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 huruf a, meliputi:
  - a. meningkatkan dan memantapkan pemosisian citra pariwisata nasional di antara para pesaing; dan
  - b. meningkatkan dan memantapkan pemosisian citra pariwisata destinasi.
- (2) Peningkatan dan pemantapan pemosisian citra pariwisata daerah di antara para pesaing sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a didasarkan kepada kekuatan-kekuatan utama yang meliputi:
  - a. karakter geografis
  - b. nilai spiritualitas dan kearifan lokal
  - c. keanekaragaman hayati alam dan budaya
  - d. ikon-ikon lain yang dikenal luas baik secara regional maupun nasional.
- (3) Peningkatan dan pemantapan pemosisian citra pariwisata destinasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b didasarkan kepada kekuatan-kekuatan utama yang dimiliki masing-masing Destinasi Pariwisata.
- (4) Strategi untuk peningkatan citra pariwisata Indonesia sebagai Destinasi Pariwisata yang aman, nyaman, dan berdaya saing sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 huruf b, diwujudkan melalui promosi, diplomasi, dan komunikasi

Bagian Ketiga  
Pengembangan Kemitraan Pemasaran Pariwisata

Pasal 8

Arah kebijakan pengembangan kemitraan Pemasaran Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 huruf c diwujudkan dalam bentuk pengembangan kemitraan pemasaran yang terpadu, sinergis, berkesinambungan dan berkelanjutan.

Pasal 9

Strategi untuk pengembangan kemitraan pemasaran terpadu, sinergis, berkesinambungan dan berkelanjutan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, meliputi meningkatkan:

- a. keterpaduan sinergis promosi antar pemangku kepentingan pariwisata nasional; dan
- b. strategi pemasaran berbasis pada pemasaran yang bertanggungjawab, yang menekankan tanggung jawab terhadap masyarakat, sumber daya lingkungan dan wisatawan.

Bagian Keempat  
Pengembangan Promosi Pariwisata

Pasal 10

Arah kebijakan pengembangan promosi pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 huruf d, meliputi:

- a. penguatan dan perluasan eksistensi promosi pariwisata daerah di tingkat regional; dan
- b. penguatan dan perluasan eksistensi promosi pariwisata daerah di tingkat nasional.

Pasal 11

- (1) Strategi untuk penguatan dan perluasan eksistensi promosi pariwisata daerah di tingkat regional sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 huruf a, meliputi:
  - a. menguatkan fungsi dan peran promosi pariwisata di tingkat regional; dan
  - b. menguatkan dukungan, koordinasi dan sinkronisasi terhadap Badan Promosi Pariwisata Provinsi dan Badan Promosi Pariwisata Daerah lain.
- (2) Strategi untuk penguatan dan perluasan eksistensi promosi pariwisata daerah di tingkat nasional sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 huruf b, meliputi:
  - a. menguatkan fasilitasi, dukungan, koordinasi, dan sinkronisasi terhadap promosi pariwisata daerah di Tingkat Nasional, dan
  - b. menguatkan fungsi dan keberadaan promosi pariwisata daerah di tingkat nasional.

- (3) Penguatan fungsi dan keberadaan promosi pariwisata daerah di tingkat nasional sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf b dilakukan melalui fasilitasi program kemitraan antara pelaku promosi pariwisata daerah di tingkat nasional dengan pelaku promosi pariwisata daerah yang berada di Luar Provinsi.

BAB V  
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 12

Peraturan Walikota ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan peraturan Walikota ini dengan penempatannya dalam Lembaran Daerah Kota Lubuklinggau.

Ditetapkan di Lubuklinggau  
pada tanggal 22 SEPTEMBER 2016

WALIKOTA LUBUKLINGGAU,



H. SN. PRANA PUTRA SOHE

Diundangkan di Lubuklinggau  
pada tanggal 22 SEPTEMBER 2016

SEKRETARIS DAERAH KOTA LUBUKLINGGAU,



Ir. H. PARIGAN, MM  
Pembina Utama Madya  
NIP. 19561017 198603 1 002

BERITA DAERAH KOTA LUBUKLINGGAU TAHUN 2016 NOMOR 20