

BRANDING POTENSI DAERAH PADA ANJUNGAN NTB DI TAMAN MINI INDONESIA INDAH

RINGKASAN EKSEKUTIF

Pengelolaan Anjungan NTB yang hanya fokus pada konsep pariwisata dan pendidikan saja merupakan salah satu kelemahan pemerintah daerah dalam memanfaatkan keberadaan Anjungan NTB sebagai salah satu media sarana informasi dan promosi mengenai keberagaman sumber daya alam yang memiliki potensi menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di NTB.

Catatan kebijakan ini merekomendasikan agar (1) memanfaatkan penataan landscape taman pada Anjungan NTB menjadi media informasi dan promosi tentang potensi sektor pertanian sebagai basis menarik minat investasi pertanian di NTB, (2) tata kelola yang terintegrasi antara pengelola Anjungan NTB dengan SKPD terkait sebagai salah satu strategi pemanfaatan anggaran yang efektif, dan (3) menghidupkan kembali website yang telah ada serta pemanfaatan teknologi virtual tour sebagai basis data informasi mengenai potensi yang ada di NTB.

PENDAHULUAN

Otonomi daerah memberikan ruang Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat untuk meningkatkan kemampuan daerah dalam mengoptimalkan potensi sumber daya lokal yang dimiliki sehingga, mampu mendorong kebijakan Pemprov NTB untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Nilai investasi yang berasal dari para pemodal akan menjadi indikator keberhasilan pemerintah daerah didalam menarik investor. Data Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) NTB mengemukakan bahwa nilai investasi pada tahun 2018 sebesar Rp13,5 Triliun dari target Rp14 Triliun. Untuk tahun 2019 Dinas PMPTSP NTB menargetkan nilai investasi di NTB sebesar Rp16 Triliun.

Dalam kerangka otonomi daerah maka, keberadaan Anjungan NTB di TMII yang juga merupakan representasi dari pemerintah daerah melalui Badan Penghubung Daerah NTB memiliki kewajiban untuk mengenalkan berbagai keberagaman potensi sumber daya alam yang ada di NTB. Penyampaian informasi potensi sumber daya alam yang dilakukan oleh pengelola Anjungan NTB di TMII akan memberikan pengetahuan atau informasi kepada para investor mengenai peluang bisnis yang dapat dikembangkan sebagai bagian dari pembangunan ekonomi di era otonomi daerah.

Anjungan Daerah NTB di TMII selain menjadi tempat hiburan bagi masyarakat juga dapat menjadi pusat atau sumber pengetahuan baru terutama yang terkait dengan berbagai potensi kekayaan sumber daya alam yang ada di NTB sehingga, pengelolaan Anjungan NTB ke depannya dapat memperluas fungsinya sebagai pusat informasi bisnis bagi investor yang ingin menanamkan modalnya di NTB.

Tabel 1 : Data Pengunjung TMII per Tahun dari 2012 - 2016

Tahun	2012	2013	2014	2015	2016
Data Pengunjung	5.039.633	4.605.876	4.695.304	5.575.904	5.371.765

Sumber : Bagian Informasi Budaya dan wisata TMII

Berdasarkan data tersebut, wisatawan yang datang ke TMII sedikitnya berjumlah 4,6 juta orang dan dapat mencapai 5,5 juta orang dalam setahun. Hal ini menunjukkan bahwa Taman Mini Indonesia Indah sebagai objek wisata dapat memberikan jaminan yang pasti akan banyaknya wisatawan yang datang. Sehingga, memberikan peluang bagi promosi keberagaman potensi yang ada di NTB.

Data dan informasi dalam catatan kebijakan ini bersumber dari studi literatur serta wawancara dengan responden terkait yang terkait dengan Anjungan NTB di TMII. Namun, sebagian besar data dan informasi berdasarkan studi literatur yang dilakukan.

DESKRIPSI MASALAH

Sebagai etalase mini daerah, keberadaan anjungan NTB di TMII yang berada di bawah Badan Penghubung NTB memiliki peran yang sangat strategis dalam mendukung upaya Pemprov NTB untuk menarik pelaku usaha atau investor untuk menanamkan modalnya di NTB. Hal ini sesuai dengan visi dan misi TMII adalah sebagai media informasi mengenai keunikan potensi unggulan yang dimiliki oleh setiap daerah di Indonesia untuk menarik wisatawan dan investor.

Keberadaan Anjungan NTB di TMII yang memiliki peran strategis sebagai etalase NTB di Jakarta terdapat beberapa kekurangan, antara lain adalah sebagai berikut :

1. Kurangnya Informasi Tentang Potensi Daerah

Konsep promosi yang dilakukan oleh Anjungan NTB selama ini didominasi pada promosi sektor pariwisata dan pendidikan. Konsep pendidikan dan pariwisata ditampilkan melalui pameran beberapa hasil karya kebudayaan suku bangsa yang ada di NTB (Suku Sasak, Samawa, dan Mbojo) seperti bangunan sejarah Istana Tua Samawa atau yang lebih dikenal dengan sebutan “Istana Dalam Loka”. Selain itu Anjungan NTB juga menampilkan beberapa diorama kegiatan adat, pakaian adat, senjata khas, replika Gunung Rinjani, serta pameran foto-foto mengenai obyek wisata yang ada di NTB.

Sebagai daerah agraris di Indonesia, sektor pertanian merupakan potensi yang memiliki peluang besar untuk dikembangkan. Selama ini promosi investasi di sektor pertanian tidak sebesar gaung promosi potensi pariwisata yang dilakukan oleh pengelola Anjungan NTB di TMII. Pertumbuhan ekonomi NTB sebesar 7,1 persen pada tahun 2017 ditopang sektor pertanian. Pada tahun 2015-2017 sektor pertanian memberikan kontribusi sebesar 21 persen pada Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB) NTB (BPS NTB, 2018).

Mestinya potensi besar inilah yang paling utama diperkenalkan kepada investor, dalam dan luar negeri. Investasi di sektor pertanian adalah investasi riil dan banyak menyerap tenaga kerja. Peluang investasi sektor pertanian NTB yang seharusnya juga ditonjolkan dan dikelola secara kreatif agar dapat menarik perhatian para investor untuk menanamkan modalnya di NTB.

2. Minim Anggaran

Menurut Nafarin (2000), pengertian anggaran adalah rencana tertulis tentang sebuah organisasi yang dinyatakan secara kuantitatif untuk jangka waktu tertentu. Biasanya anggaran dinyatakan dalam satuan moneter, tapi bisa juga dinyatakan dalam satuan barang atau jasa. Terkait dengan anggaran Anjungan NTB di TMII selama ini masih sangat kurang, hal ini terlihat dari masih minimnya fasilitas informasi dan promosi yang tersedia.

Kepala Badan Penghubung Provinsi NTB menyatakan bahwa untuk tahun 2019 anggaran yang peruntukan untuk pengembangan anjungan NTB mencapai Rp400 juta. Angka ini jauh lebih besar dari tahun-tahun sebelumnya dimana Pemprov hanya mengalokasikan Rp40 juta setiap tahunnya (Badan Penghubung NTB, 2019).

Dalam hal mempromosikan potensi unggulan yang ada di NTB, penataan serta penampilan landscape areal Anjungan NTB merupakan suatu alat komunikasi yang penting untuk memperkenalkan ataupun memasarkan potensi-potensi unggulan daerah agar lebih dikenal oleh masyarakat banyak. Pengelola Anjungan NTB harus dapat menentukan alat atau media yang tepat untuk mempromosikan potensi daerah secara efektif dan efisien.

3. Data

Kemajuan ilmu pengetahuan terutama dalam teknologi informasi telah memberikan dampak terhadap penyebaran informasi. Pemanfaatan teknologi sebagai media informasi terhadap peluang-peluang ekonomi yang berasal dari pemanfaatan potensi daerah sangat penting untuk dilakukan. Untuk itu, ketersediaan data pada pengelolaan Anjungan NTB merupakan salah satu kekurangan yang harus dilengkapi. Ketiadaan data mengenai Anjungan NTB menyebabkan tidak banyak informasi yang dapat diakses untuk menarik minat investor datang ke NTB.

REKOMENDASI

1. Untuk menarik minat investor datang ke NTB dengan memanfaatkan keberadaan Anjungan NTB di TMII maka, diperlukan suatu strategi pemasaran khusus yang dapat dilakukan oleh pengelola Anjungan NTB. Untuk menyampaikan pesan didalam upaya Anjungan NTB menarik minat investor untuk datang ke NTB terlebih dahulu harus dilakukan pemetaan awal tentang komoditi pertanian yang memiliki potensi atau peluang untuk berinvestasi. Untuk itu, konten pesan yang ingin disampaikan oleh Anjungan NTB harus menyesuaikan dengan tujuan besar TMII yaitu bersifat edukatif dan menghibur agar dapat menarik minat pengunjung yang datang ke Anjungan NTB. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pengelola Anjungan NTB adalah menambah konten pada penataan landscape taman yang sudah ada, yaitu melalui penanaman berbagai komoditi sektor pertanian yang memiliki potensi untuk menarik minat investasi di NTB. Salah satu sub sektor pertanian yang berpotensi untuk diperkenalkan adalah sektor perkebunan dan hortikultura.

Tabel 2 : Komoditi Perkebunan NTB

Komoditi	Tahun					
	2015		2016		2017	
	Luas (ha)	Panen (ton)	Luas (ha)	Panen (ton)	Luas (ha)	Panen (ton)
Kakao	8.152	1.352	8.131	392	7.866	384
Kopi	12.177	4.637	12.156	4.628	11.902	4.615
Tembakau	23.760	34.449	23.890	36.074	23.894	37.379

Sumber : Statistik Perkebunan Indonesia 2015-2017 Direktorat Jenderal Perkebunan Departemen Pertanian Republik Indonesia.

Komoditi pada sektor perkebunan NTB lainnya yang memiliki peluang dan potensi pengembangan adalah Pinang (*arecanut*). Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu daerah penghasil pinang di Indonesia. Produksi Pinang berdasarkan data Dinas Pertanian dan Perkebunan NTB dalam Statistik NTB (2018) menyatakan bahwa produksi Pinang pada 2015 sebesar 971,96 ton.

Selain komoditi perkebunan, buah-buahan juga memiliki potensi untuk menarik investasi di NTB. Salah satu komoditi buah-buahan adalah Nanas dan Mangga. Data produksi yang tercatat pada NTB Dalam Angka (2018) adalah produksi Nanas dan Mangga pada 2015 sebesar 24,464 ton dan 120,696 ton.

Penempatan atau menampilkan berbagai ragam komoditi yang merupakan bagian dari keberagaman potensi sumber daya alam NTB dalam kesatuan tata letak landscape taman pada Anjungan daerah NTB merupakan bagian dari strategi marketing yang dilakukan oleh pengelola Anjungan untuk menarik minat pengunjung dan investor datang ke NTB.

Penataan Landscape taman pada Anjungan NTB ini juga merupakan komunikasi pemasaran yang mewakili pemerintah daerah dengan potensi yang dimilikinya sebagai bagian dari membangun hubungan antara daerah dengan calon investor ke depannya.

Distribusi ruang pada landscape taman Anjungan NTB dimaksudkan juga sebagai strategi pengelola dalam pemilihan media sebagai bahan promosi potensi daerah dimana hal ini termasuk dalam strategi yang mencakup pada beberapa indikator seperti biaya yang terjangkau, jangkauan audiensi lebih luas, dan interaktif (Della Khadijah Chrishma Anugerah dan Mohamad Syahriar Sugandi, 2018).

2. Dalam konteks kelembagaan maka, peran Gubernur Nusa Tenggara Barat (NTB) selaku kepala daerah sangat besar untuk menarik minat investor menanamkan modalnya di NTB. Kewenangan Gubernur NTB dalam menempatkan aparatur pelayannya, membuat peraturan daerah, serta infrastruktur penunjang seperti penyediaan lahan dan informasi sangatlah penting.

Keterlibatan perangkat daerah lainnya yang terkait dengan upaya-upaya menarik investasi di NTB perlu juga diberikan kepada instansi terkait untuk membantu pengelola Anjungan NTB. Hal ini sebagai salah satu strategi keterbatasan anggaran pada pengelolaan Anjungan NTB. Sebagai contoh adalah Dinas Pertanian dan Perkebunan NTB diberikan tugas sebagai penanggungjawab dalam hal pemeliharaan landscape taman Anjungan NTB terutama terhadap tanaman yang merupakan komoditi unggulan NTB.

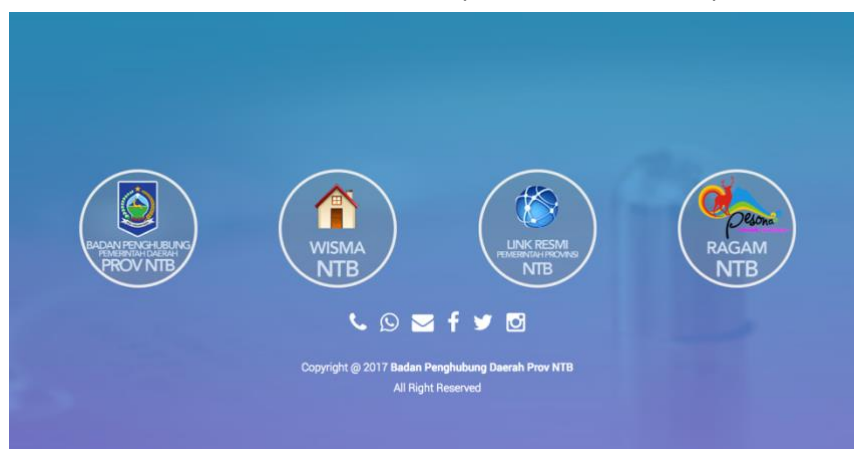
Ketersediaan informasi tentang potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta berbagai produk yang dihasilkan oleh BUMDes di NTB perlu juga mendapat ruang lebih pada Anjungan sebagai salah satu upaya memperkenalkan produk-produk yang dihasilkan oleh masyarakat NTB. Untuk itu, pelibatan Dinas Koperasi dan UMKM serta Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa .

Usaha untuk menarik investasi ke NTB diperlukan kerjasama yang terintegrasi sehingga, kebijakan yang ada di Anjungan NTB bukan hanya sebagai tanggungjawab pengelola saja melainkan pemerintah daerah NTB secara umum.

3. Keberadaan website <https://penghubung.ntbprov.go.id/> yang didalamnya juga terdapat konten tentang Anjungan NTB perlu dilakukan pembenahan melalui pengelolaan yang lebih profesional. Hal ini disebabkan karena keberadaan portal media yang harusnya dapat memberikan data dan informasi ternyata tidak berfungsi secara maksimal (tidak aktif).

Sistem informasi yang seharusnya juga memuat berbagai potensi yang ada di NTB untuk digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi investor dalam mengambil keputusan tidak terakomodir karena tidak aktifnya website tersebut. Untuk itu keberadaan website tersebut harus dihidupkan kembali tentunya dengan berbagai konten yang menarik agar dapat digunakan sebagai bahan referensi pengambilan keputusan pihak-pihak yang terkait yang dalam hal ini tentunya wisatawan dan investor.

Selain pemanfaatan landscape taman sebagai media informasi dan promosi investasi, pemanfaatan kemajuan teknologi berupa teknologi Virtual tour perlu ada pada Anjungan NTB. Virtual tour atau disebut juga panoramic tour adalah sebuah simulasi dari suatu tempat yang benar-benar ada, biasanya terdiri dari kumpulan foto-foto panorama, kumpulan gambar yang terhubung oleh hyperlink, ataupun video, dan/atau virtual model dari lokasi yang sebenarnya. Bisa juga menggunakan unsur-unsur multimedia lainnya seperti efek suara, musik, narasi, dan tulisan (Kurniati, dkk.,2010)



Gambar : Cover website www.penghubung.ntbprov.go.id

REFERENSI

1. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3475681/sektor-pertanian-topang-ekonomi-ntb>
2. http://www.tamanmini.com/pesona_indonesia/tentang_tmii.php
3. <https://www.genpi.co/berita/5518/ntb-bidik-investasi-rp16-triliun-pariwisata-jadi-ujung-tombak>
4. Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) NTB. 2019.
5. *Statistik Perkebunan Indonesia 2015-2017* Direktorat Jenderal Perkebunan Departemen Pertanian Republik Indonesia (2018).
6. M. Nafarin, 2000. *Penganggaran Perusahaan*, Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta
7. Della Khadijjah Chrishma Anugerah dan Mohamad Syahriar Sugandi. 2018. *Strategi Komunikasi Pemasaran Anjungan Taman Mini Indonesia Indah Sebagai Media Promosi Pariwisata Indonesia*.
8. Kurniati, Intania., Alkautsar, Mochamad., Dharmawan, Anthony. 2010. *Analisis dan Perancangan Aplikasi Virtual Tour Museum di Kawasan Taman Fatahillah Berbasis Multimedia bagi Unit Pelaksana Teknik Kota Tua Jakarta*. Jakarta: Skripsi Teknik Informatika, Universitas Bina Nusantara.
9. Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat. *NTB Dalam Angka 2018*.