

Kolaborasi Pentahelix dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Merauke

Edoardus E. Maturbongs ^{1*}, Ransta L. Lekatompessy ²

^{1,2} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Musamus, Merauke, Indonesia

¹ edoardus@unmus.ac.id *, ² ransta@unmus.ac.id

* corresponding author

ARTICLE INFO

Article history

Received 2020-04-29

Revised 2020-05-11

Accepted 2020-06-28

Keywords

Collaboration; Pentahelix; Local wisdom.

ABSTRACT

Collaboration is the key word in building relationships among actors gathered in the development of tourism based on local wisdom. This study tries to describe and analyze the pentahelix collaboration in the development of tourism based on local wisdom. Local Wisdom-based Tourism Development is the flagship program in changing the Merauke Regency Medium-Term Development Plan for 2016-2021. This research carried out by using the literature study (library research). Local wisdom-based tourism with collaboration between actors in the pentahelix model, supports to prioritize all forms of uniqueness that grow and develop in society, as well as providing agricultural values, which use both material and non-material.

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata berperan penting dalam pembangunan perekonomian bangsa, terlihat dari semakin baik dan majunya tingkat kesejahteraan ekonomi. Semakin meningkatnya kesejahteraan, berdampak pada kebutuhan dan gaya hidup manusia, yang menjadikan pariwisata sebagai gaya hidup atau bagian pokok dari kebutuhan. Di Indonesia instrument peningkatan perolehan devisa yaitu melalui sektor pariwisata yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam pembangunan ekonomi nasional.

Pembangunan sektor pariwisata di Kabupaten Merauke merupakan program unggulan, sejalan dengan visi yang hendak dicapai dalam rencana pembangunan jangka menengah daerah (RPJMD) perubahan tahun 2016-2021 yaitu “Terwujudnya Merauke sebagai Kawasan Pertumbuhan Ekonomi di Wilayah Perbatasan berbasis Pertanian, Pariwisata, dan Perikanan yang Strategis dan Produktif.” Pembangunan sektor pariwisata menitikberatkan pada pemanfaatan sumber daya religi, budaya dan alam melalui pengembangan kepariwisataan yang berkelanjutan guna membuka lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan asli daerah, dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Realisasi capaian kunjungan wisata di Kabupaten Merauke, di tahun 2017 mencapai 99,99% dengan target yang ditetapkan sebanyak 55.356 pengunjung, dengan capaian realisasi sebanyak 55.351 pengunjung. Sementara di tahun 2018 secara keseluruhan belum dapat memenuhi target yang ditetapkan sebanyak 56.000 pengunjung dengan realisasi 45.688 pengunjung sehingga capaian kinerja sebesar 81,59%.

Tabel 1. Realisasi Capaian Kunjungan Wisata Di Merauke

Indikator Kinerja	Satuan	2017		Capaian (%)	2018		Capaian (%)
		Target	Realisasi		Target	Realisasi	
1	2	3	4	5	6	7	8
Jumlah kunjungan wisata	Pengunjung	55.356	55.351	99,99	56.000	45.688	81,59
Rata-rata capaian kinerja				99,99	Rata-rata capaian kinerja		81,59

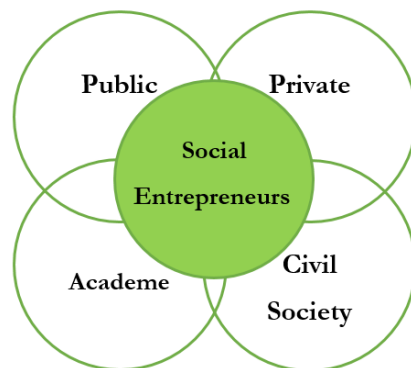
Sumber : (Laporan Kinerja (LKj) Kabupaten Merauke Tahun 2018, n.d.)



Capaian kinerja kunjungan wisata di Kabupaten Merauke, mengalami penurunan disebabkan adanya perencanaan yang kurang tepat, yaitu adanya ketidaksesuaian antara program dan kegiatan sehingga pelaksanaan tugas dan fungsi kurang efektif (*Laporan Kinerja (LKj) Kabupaten Merauke Tahun 2018*, n.d.). Disahkannya Peraturan Daerah Nomor 4 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Merauke tahun 2018-2032, sekaligus merupakan amanat dari Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata. Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPPARDA) diharapkan mampu memberikan arah yang tepat dalam manajemen pengembangan pariwisata, serta mengatur peran dari masing-masing *stakeholders* yang terlibat.

Pembangunan kepariwisataan direalisasikan dengan melaksanakan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan, dan kekhasan budaya dan alam serta kebutuhan manusia untuk berwisata. Strategi pengembangan pariwisata yang dicanangkan pemerintah salah satunya adalah melalui penerapan model pentahelix. Pertama kali Model Pentahelix ini, dicanangkan oleh Menteri Pariwisata Arif Yahya, dan selanjutnya dirumuskan menjadi Peraturan Menteri (Permen) Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. Model Pentahelix berupaya mendorong sektor pariwisata dan sistem kepariwisataan dengan meningkatkan peran *business, government, community, academic, and media* untuk menciptakan nilai manfaat kepariwisataan serta keuntungan dan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan.

Pentahelix (seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2) adalah model pengembangan sosial-ekonomi yang mendorong ekonomi berbasis pengetahuan untuk mengejar inovasi dan kewirausahaan melalui kolaborasi dan kemitraan yang menguntungkan antara akademisi, pemerintah, industri, LSM dan wirausahawan (Tonkovic, Veckie, & Veckie, 2015). Model Pentahelix berawal pada Triple Helix di Etzkowitz dan Leyesdorff (2000) dimana jaringan tri-lateral akademisi, perusahaan, dan pemerintah bergabung untuk mengambil keuntungan dari proyek-proyek penelitian inovatif yang dikembangkan dalam lembaga-lembaga pendidikan dan menjadikan proyek-proyek tersebut menjadi layak produk atau layanan komersial (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000).



Gambar 2. Model Pentahelix Calzada, 2016

Dalam model Pentahelix ditambahkan LSM, masyarakat, dan wirausahawan. Ketiga aktor tersebut, memiliki peran penting dalam mempromosikan tujuan bersama untuk pertumbuhan (Rampersad, Quester, & Troshani, 2010) dan berkontribusi pada kemajuan sosial-ekonomi kawasan. Inovasi terbaik dicapai ketika para *key-actor* memiliki kolaborasi dan kemitraan yang kuat (Von Stamm, 2004).

Pengembangan pariwisata yang berbasis kearifan lokal, tentu saja tidak dapat dipisahkan dari kolaborasi antar aktor yang terlibat dalam kepariwisataan. Oleh karena itu, kajian ini akan memfokuskan pada kolaborasi pentahelix dalam pengembangan pariwisata, sehingga menghasilkan model kolaborasi pentahelix dalam rangka meningkatkan potensi pariwisata di Kabupaten Merauke.

METODE PENELITIAN

Studi literature/kepustakaan (*Library research*) menjadi dasar dari artikel ini, dengan melakukan kajian terhadap jurnal internasional dan nasional,serta literatur-literatur yang dipublikasikan. Analisis

yang dilakukan dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif yaitu pembahasan dan penjelasan keadaan serta permasalahan, selanjutnya mencoba untuk menganalisa secara logis, sistematis, dan konsisten dengan mengkaji secara rinci dan mendalam berkaitan dengan masalah tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Umum Pariwisata di Kabupaten Merauke

Daya tarik wisata (DTW) Kabupaten Merauke yang dianggap paling potensial mencakup yaitu (a) Wisata Budaya untuk wisata sejarah, religi/rohani, kuliner dan desa wisata tersebar di seluruh distrik Kabupaten Merauke; (b) Wisata Alam untuk ekowisata, wisata bahari maupun wisata petualangan di Distrik Sota, Merauke, dan Kimaam dan (c) Wisata Hasil Buatan Manusia dikembangkan even/atraksi wisata tapal batas negara (*cross border tourism*) di Distrik Sota dan Semangga. Daya tarik wisata (DTW) yang ada di Merauke, yaitu:

Tabel 3. Objek Wisata di Kabupaten Merauke

No	Nama Objek Wisata	Lokasi	Jenis
1	2	3	4
1	Pantai Urum	Distrik Semangga	Wisata Alam
2	Pantai Matara	Distrik Semangga	Wisata Alam
3	Pantai Wendu	Distrik Semangga	Wisata Alam
4	Pantai Wambi	Distrik Okaba	Wisata Alam
5	Pantai Mbuti	Kelurahan Samkai	Wisata Alam
6	Pantai Lampu Satu	Kelurahan Samkai	Wisata Alam
7	Pantai Kaiburse	Distrik Malind	Wisata Alam
8	Pantai Ndalir	Distrik Naukenjarai	Wisata Alam
9	Pantai Onggaya	Distrik Naukenjarai	Wisata Alam
10	Pantai Payum	Kelurahan Samkai	Wisata Alam
11	Rumah Semut	Kampung Wasur	Wisata Alam
12	Suaka Marga Satwa Pulau Dolak	Distrik Kimaam	Wisata Alam
13	Suaka Marga Satwa Sungai Bian	Distrik Okaba	Wisata Alam
14	Cagar Alam Kumbe	Distrik Malind	Wisata Alam
15	Pulau Habe	Distrik Okaba	Wisata Alam
16	Pulau Pombo	Distrik Kimaam	Wisata Alam
17	Taman Nasional Wasur	Kampung Wasur	Wisata Alam
18	Agro Wisata Sota	Distrik Sota	Wisata Alam
19	Lotus Garden	Distri Semangga	Wisata Agro
20	Kebun Buah-buahan	Distrik Jagebob	Wisata Agro
21	Pemandian & Pemancingan Biras	Kampung Wasur	Wisata Buatan
22	Pemandian & Pemancingan Kolam Parako	Kampung Wasur	Wisata Buatan
23	Pemandian Air Panas & Air Belerang	Jl. Yos Sudarso	Wisata Buatan
24	Tugu Sabang Merauke & Tugu Tapal Batas	Distrik Sota	Wisata Sejarah
25	Tugu Pepera	Distrik Merauke	Wisata Sejarah
26	Tugu L. B. Murdani	Distrik Tanah Miring	Wisata Sejarah
27	Bangunan Kantor Pos Lama	Jl. Sabang	Wisata Sejarah

No	Nama Objek Wisata	Lokasi	Jenis
1	2	3	4
28	Bangunan Ex Resident Van Cruysent	Jl. Sabang	Wisata Sejarah
29	Patung Petrus Vertenten	Distrik Okaba	Wisata Sejarah
30	Patung Kristus Raja	Distrik Merauke	Wisata Rohani
31	Patung Kristus Raja	Distrik Jagebob	Wisata Rohani
32	Patung Kristus Raja	Distrik Okaba	Wisata Rohani
33	Taman Salib Sota	Distrik Sota	Wisata Rohani
34	Masjid Nurul Huda di Spadem	Jl. Spadem	Wisata Rohani

Sumber : (Kabupaten Merauke Dalam Angka 2019, n.d.)

Daya Tarik Wisata (DTW) alam mencapai 59% dari jumlah objek wisata atau 20 objek wisata, yang menawarkan keanekaragaman, dan keunikan lingkungan alam di wilayah perairan laut seperti pantai, maupun wilayah daratan berupa taman wisata dan wisata agro. Sementara wisata lainnya, seperti wisata sejarah 17%, wisata rohani 15% dan wisata buatan 9%. Memiliki DTW alam yang cukup banyak serta wisata lainnya yang tidak kalah menarik, membuat pemerintah setempat menetapkan salah satu sasaran pembangunan daerah yaitu meningkatnya potensi dan daya dukung pariwisata daerah serta kunjungan wisata. Strategi yang ditempuh guna pencapaian sasaran tersebut, antara lain:

1. Mengembangkan perencanaan pembangunan kepariwisataan Kabupaten Merauke yang visioner, terpadu, dan holistik, dengan arah kebijakan
2. Mengembangkan Destinasi Pariwisata yang berdaya saing dan berkelanjutan dengan arah kebijakan
3. Mengembangkan Komunikasi Pemasaran pariwisata yang sinergis, berdaya saing, dan bertanggung jawab dengan arah kebijakan
4. Mengembangkan industri pariwisata yang berdaya saing dan kredibel dengan arah kebijakan
5. Mengembangkan Kelembagaan Pariwisata yang efektif, efisien dan profesional, dengan arah kebijakan (*Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Merauke Tahun 2016-2021*, n.d.).

Kolaborasi Pentahelix

Perencanaan strategis destinasi wisata atau daerah tujuan wisata merupakan tugas yang kompleks karena saling ketergantungan dari berbagai pemangku kepentingan dan kontrol yang terfragmentasi atas sumber daya destinasi (Jamal & Getz, 1995). Oleh karena itu, pengembangan pariwisata berkelanjutan di tingkat daerah membutuhkan kerjasama dan kolaborasi antar aktor melalui optimasi peran *business, government, community, academic dan media massa* sebagaimana isi Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 14 Tahun 2016 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan.

Pemahaman kolaborasi yang sebenarnya berbeda dengan beberapa konsep lain yang bermakna kerjasama, dikemukakan Peter Shergold (2008), dengan membedakan empat konsep yang mencerminkan suatu proses transformasi sampai pada pemahaman tentang kolaborasi, seperti digambarkan dalam tabel:

Tabel 4. Proses Transformasi Kolaborasi

<i>Command</i>	<i>The process of centralized control-with clear lines of hierarchiel authority</i>
<i>Coordination</i>	<i>The process of collective decision making-imposed on participating institutions</i>
<i>Cooperation</i>	<i>The process of sharing ideas and resources-for mutual benefit</i>
<i>Collaboration</i>	<i>The process of shared creation-brokered between autonomous institutions</i>

Sumber : (Wanna & Shergold, 2008:20)

Empat pemahaman konsep di atas yakni; Komando (*Command*), Koordinasi (*Coordination*), kooperasi (*cooperation*) dan *kolaborasi* (*collaboration*). Perbedaan keempat konsep tersebut terletak pada sifat tujuan kerjasama dan bentuk ketergantungannya. Komando sebagai proses kontrol yang

terpusat dengan garis yang jelas dari otoritas hierarkis. Koordinasi sebagai proses pengambilan keputusan kolektif yang dipaksakan pada lembaga yang berpartisipasi. Kooperasi sebagai proses berbagi ide dan sumber daya untuk saling menguntungkan. Sedangkan kolaborasi adalah proses penciptaan bersama yang ditengahi antara lembaga otonom. Dari empat pemahaman konsep ini, aspek otonomisasi pihak-pihak dalam hubungan kolaborasi sebagai faktor pembeda dengan konsep lainnya.

Pengelolaan urusan-urusan publik selanjutnya dikembangkan konsep *Collaborative Governance*. Inti dari terminologi Chris Ansell dan Alison Gash mengemukakan *Collaborative governance* sebagai pelibatan *stakeholders* non-government dalam penanganan kebijakan publik. Istilah stakeholder merujuk baik kepada partisipasi warga negara sebagai individu dengan partisipasi kelompok-kelompok terorganisir, para pemangku kepentingan. Kolaborasi menyiratkan komunikasi dua arah dan pengaruh antara lembaga dan para pemangku kepentingan, bertemu bersama dalam suatu proses deliberatif dan multilateral serta terlibat langsung dalam pengambilan keputusan, kolaborasi juga menyiratkan bahwa stakeholder *non-state* akan memiliki tanggung jawab nyata untuk hasil-hasil kebijakan (Ansell & Gash, 2008).

Pemahaman *collaborative Governance* yang lebih aplikatif dikemukakan oleh Sink 1998 (dalam Dwiyanto, 2015:253), bahwa kerja sama kolaboratif sebagai “sebuah proses dimana organisasi-organisasi yang memiliki suatu kepentingan terhadap satu masalah tertentu berusaha mencari solusi yang ditentukan secara bersama dalam rangka mencapai tujuan yang mereka tidak dapat mencapainya secara sendiri-sendiri.” Pemahaman konseptual ini, menunjukkan bahwa *Collaborative Governance* berbasis pada tujuan untuk memecahkan permasalahan bersama atau isu tertentu dari pihak yang terikat.

Sebuah studi kasus oleh Getz dan Jamal (1995) di destinasi wisata gunung yang berkembang pesat di Canmore, Alberta (Kanada) mencatat dengan jelas bahwa upaya perubahan kolaboratif sedang dicoba di berbagai tingkatan dalam keseluruhan rencana pariwisata dan pengembangan daerah, misalnya, di antara kelompok lingkungan setempat, antar kota, dan melalui masyarakat, serta organisasi nirlaba (Jamal & Getz, 1995). Pada intinya konsep *collaborative governance* muncul ketika pemerintah tidak hanya mengandalkan pada kapasitas internal dalam penyelesaian permasalahan publik melalui kebijakan atau program tertentu.

Para ahli berpendapat bahwa dalam setiap proses kebijakan selalu melibatkan multiple aktor didalamnya. Aktor menjadi perhatian penting dalam keberhasilan implementasi (Nutt & Backoff, 1993). Howlett dan Ramesh (1995), mengemukakan bahwa aktor yang berperan dalam kebijakan terdiri dari: aparatur yang dipilih (*elected officials*); aparatur yang ditunjuk (*appointed official*); kelompok kepentingan (*interest group*); organisasi penelitian (*research organization*) seperti universitas dan kelompok ahli atau konsultan kebijakan; dan media massa (*mass Media*). Adanya keterbatasan sumber daya dan jaringan mendorong pemerintah untuk melakukan kolaborasi dengan berbagai pihak.

Elemen kolaborasi yang dimaksud dalam dalam kajian ini yaitu pemerintah, akademisi, pihak swasta/pesbisnis, masyarakat atau komunitas masyarakat, dan media masa atau lebih dikenal dengan model Pentahelix. Elemen-elemen tersebut selanjutnya dijabarkan atau dirinci lebih lanjut sebagai berikut :

a. Pemerintah

Organisasi pemerintah yaitu birokrasi, sebagai dipandang sebagai agen administrasi yang paling bertanggungjawab dalam implementasi kebijakan. Salah satu komponen *backward mapping* yang mendukung implementasi adalah struktur pelaksana (Elmore, 1980). Pada negara maju maupun negara yang sedang berkembang (NSB). Kewenangan yang besar pada birokrasi untuk sepenuhnya menguasai “area” implementasi kebijakan dalam wilayah operasinya karena adanya mandat dari lembaga legislatif (Yuningsih, Darmi, & Sulandari, 2019).

Birokrasi pemerintah daerah yang diharapkan terlibat dalam model pentahelix pengembangan pariwisata di Kabupaten Merauke yaitu Dinas ataupun Lembaga Teknis Daerah yang memiliki peran dalam urusan pariwisata, kebudayaan dan kesenian; perencanaan pengembangan pariwisata yang tersusun dalam Rencana Strategis (Renstra); penyedia akses dan infrastruktur berkaitan dengan kepariwisataan; memfasilitasi bidang industri dan perdagangan; memfasilitasi bidang pertanian; memfasilitasi bidang penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu; penegakkan peraturan

dan penertiban wilayah sekitar objek wisata; serta dinas atau lembaga teknis yang mengelola perbatasan, mengingat beberapa objek wisata berada di daerah perbatasan.

Birokrasi sebagai aktor utama dalam implementasi kebijakan publik, namun dalam implementasi kebijakan aktor lain yang juga terlibat adalah legislatif. Legislatif terlibat dalam implementasi ketika ikut menentukan berbagai peraturan yang spesifik, serta menjalankan peran *legislasi*, *budgeting*, dan *controlling*.

b. Akademisi

Akademisi sebagai aktor yang sering terlibat dalam kebijakan, memiliki kepakaran dan merupakan lembaga penelitian yang berperan dalam implementasi kebijakan. Dalam pembangunan pariwisata, akademisi dalam hal ini perguruan tinggi dan lembaga penelitian memainkan peran penting dalam membentuk masyarakat berbasis pengetahuan. Kapasitas akademisi dalam kajian Halibas, Sibayan & Maata (2017) adalah untuk membentuk masyarakat melalui penyediaan tenaga kerja terampil yang dibutuhkan, sehingga pengetahuan ekonomi dapat berkembang. Disamping itu, mempersiapkan peserta didik untuk berpikir kritis dan mengembangkan bakat dan menghasilkan pengetahuan serta keterampilan yang inovatif, giat dan berwirausaha (Halibas et al., 2017).

Inovasi menjadi kata kunci dalam keterlibatan akademisi, pada penyebaran informasi maupun penerapan teknologi, kewirausahaan melalui kolaborasi dan kemitraan yang bermanfaat antara akademisi, pemerintah, bisnis, komunitas dan media massa. Keterlibatan perguruan tinggi yang ada di Merauke berkontribusi terhadap kemajuan kepariwisataan, serta sosial ekonomi setempat.

c. Bisnis

Banyaknya objek wisata di Merauke, menjadi peluang bagi masyarakat untuk dapat menggerakkan perekonomian daerah dengan menjadi pebisnis/pengusaha. Bisnis dibidang pariwisata cukup ramai, hal tersebut dipengaruhi oleh peran media sosial dalam mempromosikan daerah-daerah tujuan wisata yang ada. Dengan demikian memberikan peluang bagi masyarakat untuk berbisnis di bidang pariwisata. Produk bisnis yang dapat dikembangkan dalam hal ini, jasa yang diberikan kepada konsumen, seperti : objek wisata sebagai produk utama yang ditawarkan; transportasi (tour&travel penyedia tiket pesawat, rental kendaraan/penyedia transportasi); pemandu wisata (pemilik usaha dapat mempekerjakan masyarakat sekitar objek wisata untuk menjadi pemandu wisata); akomodasi atau penginapan; dan usaha kuliner, serta jasa atau produk yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

d. Komunitas

Aktor lain yang berperan dalam kepariwisataan adalah komunitas (*Communnity*). Komunitas dalam kajian ini didefinisikan sebagai masyarakat setempat dalam arti luas, maupun masyarakat hukum adat sebagai pemilik hak ulayat, serta kelompok-kelompok yang dibentuk seperti dewan kesenian daerah, lembaga swadaya masyarakat (LSM), atau kelompok-kelompok berdasarkan minat atau hobi, yang bertujuan mengeksplor atau mempromosikan kepariwisataan di daerah. Masyarakat merupakan salah satu pemangku kepentingan, memiliki peran dalam pengembangan pariwisata. Peran masyarakat tersebut, dimulai dari perencanaan hingga pada implementasi pembangunan pariwisata di daerah. Konsep *Community Based Tourism (CBT)* mencoba menjelaskan peranan masyarakat dalam pariwisata, yang ditempatkan sebagai aktor utama melalui pemberdayaan, sehingga prioritas manfaat kepariwisataan diperuntukkan sebesar-besarnya bagi kesejahteraan masyarakat setempat.

Hubungan yang tidak terpisahkan antara masyarakat hukum adat di Papua dan sumber daya alam, sebagai sarana dalam rangka mempertahankan dan memelihara kehidupan dan identitas budaya sebagai aspek spiritual, sumber kehidupan ekonomi dan pengembangan kehidupan lainnya, semakin mempertegas konsep pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal di Kabupaten Merauke. Kearifan lokal sebagai keunggulan budaya masyarakat setempat berkaitan dengan kondisi geografis dalam arti luas dan sebagai produk budaya masa lalu. Sistem nilai yang telah berjalan dalam kehidupan budaya dan masyarakat, membentuk pola yang mungkin akan bias atau bahkan sama sekali hilang dalam proses kehidupan masyarakat setempat. Agar sistem nilai-nilai budaya dan semua aspek yang terkandung dalam bentuk kearifan lokal atau lainnya dapat dilestarikan, maka

semua elemen baik pemerintah, masyarakat, swasta senantiasa berupaya menjaga nilai budaya tersebut (Maturbongs, Suwitri, Kismartini, & Purnaweni, 2019).

Masyarakat hukum adat Marind Anim di Kabupaten Merauke, memiliki Lembaga Masyarakat Adat (LMA), yang mengatur dan menjadi patokan masyarakat dalam pelaksanaan setiap kegiatan pada komunitasnya. Tidak hanya terbatas pada mengatur dan menjadi patokan, namun LMA menjadi acuan dan simbol penyelesaian perselisihan atau sengketa yang terjadi antar masyarakat adat, ataupun melibatkan masyarakat luar (Yunus & Muddin, 2019). Keberadaan LMA Marind Anim tersebut diakui oleh daerah dengan Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2013 tentang Pengelolaan Sumber Daya Alam (SDA) Berbasis Masyarakat Hukum Adat Marind. Oleh Karena itu, kolaborasi dengan LMA setempat dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan merupakan suatu upaya yang efektif dan sekaligus memberdayakan masyarakat adat setempat.

Kelompok yang dibentuk seperti dewan kesenian daerah, LSM, atau kelompok-kelompok berdasarkan minat atau hobi, yang bertujuan mengeksplor atau mempromosikan kepariwisataan di daerah. Kelompok-kelompok tersebut mempunyai peran dalam memberikan ide, gagasan dan masukan kepada sektor potensial yang dapat berperan sebagai penggerak sektor-sektor lainnya atau disebut leading sector (sektor pemimpin). Disamping itu, kelompok atau komunitas seperti Blogger, komunitas fotografi, pegiat wisata lainnya sebagai promosi destinasi dan event wisata daerah.

e. Media Masa

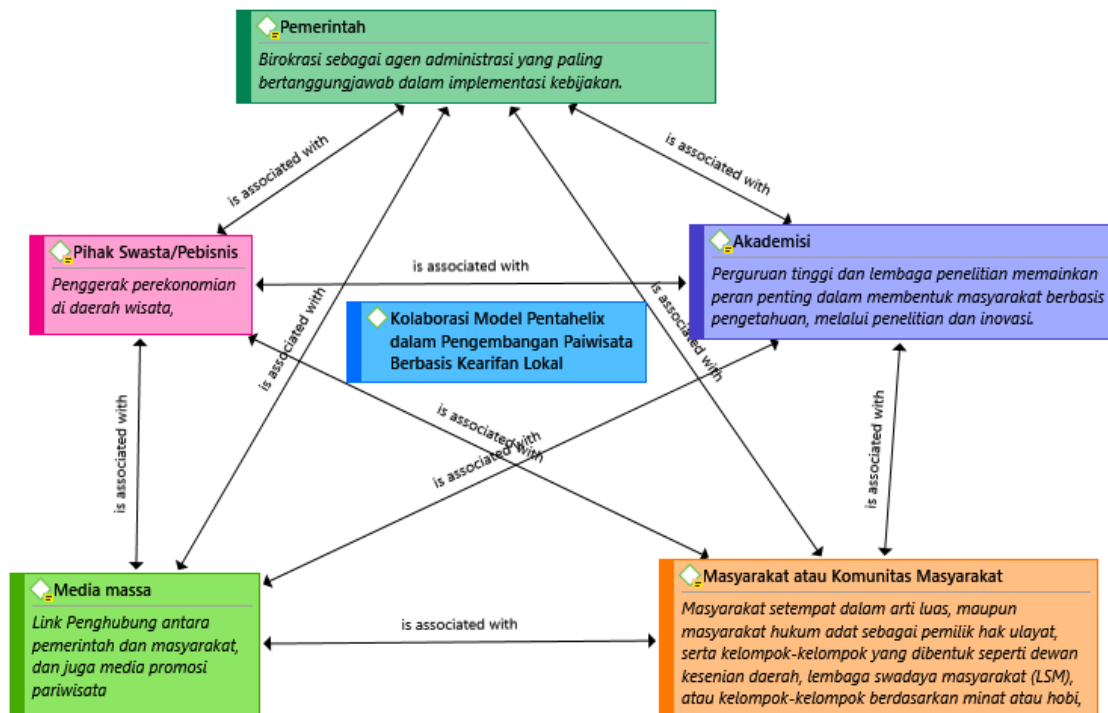
Salah satu aktor dalam pengembangan pariwisata adalah media masa. Media massa sebagai sarana sosialisasi dan komunikasi kebijakan, serta sebagai link penghubung antara pemerintah dan masyarakat (Howlett & Ramesh, 1995). Media massa dalam kehidupan masyarakat modern saat ini, terus mengalami perkembangan yang pesat. Awalnya, kita hanya mengenal bahwa media massa terbagi antara media cetak seperti surat kabar, majalah dan media cetak lainnya, serta media elektronik berupa siaran televisi dan radio. Sedangkan dimasa kini, seiring dengan berkembangnya teknologi dan internet, maka muncullah new media atau media baru yaitu media sosial seperti; facebook, instagram, twitter, youtube dan lainnya. Medium yang mampu menggabungkan/mengintegrasikan/mengkonvergensi keseluruhan karakteristik media dari bentuk-bentuk terdahulu, dengan tetap berfokus pada proses komunikasi.

Kemunculan media baru yang terus berkembang berguna bagi interaksi sosial antara manusia yang bersifat digital, berjejaring dan terkomputerisasi sebagai efek dari kecanggihan teknologi, informasi dan komunikasi (Kurnia, 2005). Interaksi sosial yang terjalin dengan mudah dalam berkomunikasi sebagai contoh melalui penggunaan jejaring sosial seperti facebook, instagram, youtube, twitter dan lain sebagainya, membuktikan bahwa komunikasi masa kini tanpa dihalangi oleh jarak dan waktu. Kemampuan media massa yang dapat menyebarkan informasi tanpa dibatasi dimensi ruang dan waktu inilah, yang dimanfaatkan dalam sektor pariwisata. Daerah terus mempromosikan objek wisata yang dapat menarik minat para penikmat wisata itu sendiri, baik itu wisata alam, wisata budaya, wisata rohani dan jenis wisata lainnya.

Saat ini, dengan kemudahan mengakses media sosial oleh siapa saja, kapan saja dan dimana saja, maka masyarakat mulai meninggalkan metode promosi yang bersifat konvensional seperti melalui media cetak dan elektronik, dan beralih pada penggunaan media sosial yang dinilai efektif. Hal tersebut dibuktikan dengan munculnya akun-akun baik yang dikelola resmi oleh pemerintah, lembaga swadaya masyarakat (LSM), komunitas, maupun milik pribadi dengan menampilkan dan merekomendasikan daerah tujuan wisata untuk dikunjungi.

Pemerintah dalam hal ini birokrasi sebagai agen administrasi yang paling bertanggungjawab dalam implementasi kebijakan pariwisata di daerah memiliki peran sangat penting dalam membangun keterkaitan kolaborasi antar sesama aktor lainnya yaitu akademisi, pihak swasta, masyarakat dan media massa sebagai suatu kesatuan yang saling melengkapi satu sama lain.

Kolaborasi pentahelix dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Merauke, dapat digambarkan seperti pada gambar di bawah :



Gambar 5. Kolaborasi Pentahelix dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal

KESIMPULAN

Kolaborasi yang dibangun dengan keterkaitan antar aktor dalam model pentahelix, dimulai dari tahapan perencanaan pembangunan pariwisata berkelanjutan. Peran masing-masing aktor, senantiasa berupaya melakukan yang terbaik bagi pengembangan pariwisata yang berdampak bagi masyarakat maupun alam. Keterlibatan masyarakat hukum adat melalui Lembaga Masyarakat Adat (LMA), merupakan upaya untuk memelihara kearifan lokal yang sudah tumbuh dan mengakar dalam masyarakat setempat.

Mengoptimalkan pentahelix dalam pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal, dapat dilakukan dengan peningkatan koordinasi dan kolaborasi antar sesama aktor di daerah; penguatan kapasitas kelembagaan bagi dinas maupun lembaga teknis yang memiliki peran dalam pengembangan dan promosi pariwisata, kebudayaan dan kesenian di Kabupaten Merauke. Penelitian selanjutnya diharapkan menganalisis secara mendalam tentang peran, serta bentuk kolaborasi masing-masing aktor dengan melakukan wawancara secara mendalam terhadap informan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ansell, C., & Gash, A. (2008). Collaborative governance in theory and practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*. <https://doi.org/10.1093/jopart/mum032>
- Dwiyanto, A. (2015). *Manajemen Pelayanan Publik: Peduli, Inklusif dan Kolaboratif*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Elmore, R. F. (1980). Backward Mapping: Implementation Research and Policy Decisions. *Political Science Quarterly*.
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From National Systems and "mode 2" to a Triple Helix of university-industry-government relations. *Research Policy*. [https://doi.org/10.1016/S0165-0198\(00\)00055-4](https://doi.org/10.1016/S0165-0198(00)00055-4)

- Halibas, A. S., Sibayan, R. O., & Maata, R. L. R. (2017). The penta helix model of innovation in Oman: An hei perspective. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*.
- Howlett, M., & Ramesh, M. (1995). *Studying Public Policy: Policy Cycles and Policy Subsystems*. Oxford University Press.
- Jamal, T. B., & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 186–204. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00067-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00067-3)
- Kabupaten Merauke Dalam Angka 2019*. (n.d.).
- Kurnia, S. S. (2005). *Jurnalisme kontemporer*. Yayasan Obor Indonesia.
- Laporan Kinerja (LKj) Kabupaten Merauke Tahun 2018*. (n.d.). Merauke.
- Maturbongs, E., Suwitri, S., Kismartini, K., & Purnaweni, H. (2019). Internalization of Value System in Mineral Materials Management Policies Instead of Metal And Rocks in Merauke District. *Prizren Social Science Journal*, 3(2), 32. <https://doi.org/10.32936/pssj.v3i2.92>
- Nutt, P. C., & Backoff, R. W. (1993). Transforming Public Organizations with Strategic Management and Strategic Leadership. *Journal of Management*. <https://doi.org/10.1177/014920639301900206>
- Rampersad, G., Quester, P., & Troshani, I. (2010). Managing innovation networks: Exploratory evidence from ICT, biotechnology and nanotechnology networks. *Industrial Marketing Management*. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2009.07.002>
- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Merauke Tahun 2016-2021*. (n.d.).
- Tonkovic, A. M., Veckie, E., & Veckie, V. W. (2015). Applications Of Penta Helix Model In Economic Development. *Economy of Eastern Croatia Yesterday, Today, Tommorrow*, 4, 385–393. Retrieved from <https://ideas.repec.org/a/osi/eecyvt/v4y2015p385-393.html>
- Von Stamm, B. (2004). Collaboration with other firms and customers: innovation's secret weapon. *Strategy & Leadership*. <https://doi.org/10.1108/10878510410535727>
- Wanna, J., & Shergold, P. (2008). Governing through collaboration. In *Collaborative Governance*. <https://doi.org/10.22459/cg.12.2008.02>
- Yuningsih, T., Darmi, T., & Sulandari, S. (2019). Model Pentahelik Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kota Semarang. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 3(2), 84. <https://doi.org/10.26740/jpsi.v3n2.p84-93>
- Yunus, A., & Muddin, A. A. (2019). Penyelesaian Sengketa Tanah Ulayat Yang Telah Bersertifikat Berdasarkan Hukum Adat Malind-Anim, 41(3), 206–221.

Peraturan Perundang-Undangan

- Peraturan Menteri (Permen) Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan.
- Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2013 tentang Pengelolaan Sumber Daya Alam (SDA) Berbasis Masyarakat Hukum Adat Marind.
- Peraturan Daerah Nomor 4 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Merauke tahun 2018-2032