

**PERANAN PATA (*PACIFIC ASIA TRAVEL ASSOCIATION*)
DALAM PERKEMBANGAN PARIWISATA NEPAL
TAHUN 2007-2011**

Chintya Idriyani*
idriyanichintya@gmail.com
Faisyal Rani, S.IP, M.A**

Abstract

This research describes the role of PATA (Pacific Asia Travel Association) as non-governmental organization in assisting Nepalese government in the recovery and development of Nepal's tourism sector. Tourism has been the major source of revenue in Nepal. However, the decade-long conflict by the Maoist with the aim of transforming the socio-economic and political structures of Nepal, became a turning point that shattered the tourist destination image of Nepal. This research applies qualitative research method. Data in this research is taken from books, journals, internet, media, and other references. This research also uses pluralist perspective, NGOs role theory and non-governmental organization concept. The result from this research finds that PATA acted as a partner of Nepalese government for the responsible post-conflict development of the travel and tourism industry in Nepal. PATA help Nepal to remain in focus of Tourism World and maintain as leader in adventure travel.

Keywords: Nepal's tourism, political conflict, NGOs role theory, partnership

Pendahuluan

Sebagai sebuah industri jasa, pariwisata memiliki kekuatan integratif terhadap berbagai aspek lainnya seperti budaya, ekonomi, politik, teknologi dan sebagainya. Kondisi ini akan melahirkan suatu kesatuan yang mampu merangkul segenap potensi terpendam untuk meningkatkan kapasitas dan memobilisasi sumber daya pariwisata yang tersedia. Beberapa kalangan meyakini bahwa pariwisata mampu berperan sebagai lokomotif pertumbuhan ekonomi secara menyeluruh. Penciptaan lapangan kerja, pengurangan angka kemiskinan serta penguatan daya beli masyarakat menjadi alur ekspektasi berikutnya yang hendak dicapai apabila peningkatan nilai ekonomi pariwisata dapat terealisasi. Bahkan lebih jauh, sebagai suatu fenomena yang ditimbulkan oleh perjalanan dan persinggahan manusia ke tempat-tempat yang bukan tempat tinggalnya, pariwisata mempunyai potensi dalam meningkatkan kualitas hubungan antar manusia sehingga terjalin saling pengertian yang lebih baik, saling menghargai, persahabatan, solidaritas, bahkan perdamaian.¹

Disamping dimensi ekonomi, dimensi politik pun sangat erat hubungannya dengan pariwisata karena pariwisata tidak dapat dilepaskan dari kegiatan politik suatu negara dimana industri pariwisata itu berada. Berbagai kegiatan yang dilakukan aparaturnya dan organisasi pemerintah baik melalui peraturan, norma, larangan dan sebagainya akan mempengaruhi

* Mahasiswa Jurusan Ilmu Hubungan Internasional FISIP UR NIM. 0901120094.

** Dosen Jurusan Ilmu Hubungan Internasional FISIP UR.

¹ Oka A Yoeti. *Pariwisata Budaya: Masalah dan Solusinya*. Jakarta: Pradnya Paramita, 2006 hal. 17

kenyamanan wisatawan dalam melakukan kunjungan.² Apabila keadaan politik dalam suatu wilayah dalam kondisi aman maka akan membuat wisatawan tertarik untuk mengunjungi tempat wisata yang ada di wilayah tersebut. Sebaliknya, apabila tidak aman maka semenarik apapun tempat wisata yang ada di wilayah tersebut akan membuat wisatawan enggan untuk mengunjunginya.

Seiring dengan perkembangan industri pariwisata, negara-negara di dunia yang memiliki potensi kekayaan alam yang mendukung industri tersebut pun semakin gencar mencari cara agar industri pariwisata di negaranya dapat berkembang pesat. Salah satu negara dengan potensi besar di bidang pariwisata dan pemerintahnya berusaha untuk mengembangkan sektor ini adalah Nepal. Nepal dikenal sebagai salah satu tujuan pariwisata petualangan yang menarik untuk dikunjungi karena memiliki delapan dari sepuluh gunung tertinggi di dunia. Tetapi, dibalik potensi itu, kondisi politik dan ekonomi Nepal yang tidak stabil menyebabkan perkembangan dari sektor pariwisata Nepal menjadi lamban.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keadaan ekonomi Nepal yaitu antara lain adalah kebijakan politik Nepal yang menutup diri dari dunia luar dan hanya bergantung pada sektor pertanian saja. Sektor pertanian Nepal sebenarnya bisa dikatakan tidak terlalu maju karena minimnya lahan pertanian yang ditanami dan terbatasnya fasilitas serta teknologi modern penunjangnya. Kebijakan Nepal yang menutup diri dari dunia luar tersebut juga membuat kondisi sosial masyarakat Nepal semakin tertinggal dibanding dengan negara-negara lain. Situasi itu pun menjadi penghambat bagi Nepal ketika berusaha untuk membaaur dan membuka diri dengan aktivitas perekonomian masyarakat di dunia.

Sebelum terjadinya polemik politik Perang Sipil, pariwisata Nepal cukup mengalami peningkatan signifikan terutama jika dilihat dari beberapa tahun sebelumnya di saat Nepal belum melalui proses demokrasi tahun 1951. Selama rezim Rana berkuasa (sebelum demokrasi), Nepal tidak terbuka bagi wisatawan sehingga tidak ada perkembangan dalam pariwisata Nepal. Namun, di tahun 1951, rezim Rana melalui Raja Tribhuvan memberi jalan untuk demokrasi. Nepal akhirnya menerapkan kebijakan pintu terbuka (*open door policy*) setelah demokrasi. Penaklukan Gunung Everest pada 29 Mei 1953 oleh almarhum Mr. Tenzing Norge dan Mr. Edmund Hillary juga semakin menarik perhatian dunia internasional pada pariwisata Nepal.

Konflik bersenjata selama satu dekade yang disebut sebagai Perang Sipil oleh Partai Komunis Nepal (Maois) dengan tujuan mengubah struktur sosial-ekonomi dan politik Nepal, menjadi titik balik bagi kehancuran citra Nepal di mata wisatawan internasional.³ Konflik mengakibatkan tidak hanya pemecahan perdamaian dan keharmonisan di dalam negeri tetapi juga di hilangnya lebih dari 15.000 nyawa rakyat Nepal. Selain itu, sekitar 200.000 orang Nepal menjadi pengungsi internal.⁴

Penyebab polemik politik yang berbentuk konflik bersenjata di Nepal sangat kompleks dan saling terkait (sosial, ekonomi, ideologi, geografis, internasional, lingkungan, dan politik) juga diperburuk oleh nepotisme yang merajalela serta diskriminasi. Hal ini memberikan kontribusi terhadap situasi kekacauan di kalangan rakyat selama tiga dekade (1960 - 1990) saat sistem monarki absolut dan satu setengah dekade (1990 - 2006) atau pada

² Nyoman S. Pendit. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita, 2003 hal. 133

³ R. Thapa., & J. Baaden. *Nepal Myths and Realities*. Delhi: Book Faith India. 2000 hal. 100-118

⁴ INSEC. *Nepal Human Rights Year Book 2006*. Kathmandu: Informal Sector Service Centre. 2006

sistem pemerintahan multipartai. Konflik tersebut memberi dampak negatif besar pada sektor pariwisata, yang pada gilirannya mempengaruhi unsur-unsur ekonomi dan non-ekonomi lainnya di seluruh negeri.⁵ Kerugian bisnis di sub sektor pariwisata tertentu semakin besar, dan pemerintah yang bertanggung jawab pun tidak mampu secara proaktif mengelola krisis di bidang pariwisata ini.

Berdasarkan data yang diperoleh dari *Ministry of Tourism and Civil Aviation Nepal*, dari tahun 1962 hingga 1982, perkembangan wisatawan yang datang ke Nepal tidak terlalu signifikan. Di tahun 1992 hingga 1995, kedatangan wisatawan semakin bertambah hingga mencapai angka hampir 400.000 orang per tahun. Peningkatan ini disebabkan oleh adanya kebijakan pariwisata yang diterapkan pemerintah Nepal pada tahun 1995. Saat mulai terjadinya Perang Sipil hingga tahun 2006, kedatangan wisatawan hanya berkisar antara 270.000 hingga 380.000 orang. Sedangkan pasca perang yaitu tahun 2007-2011, kedatangan turis mencapai lebih dari 700.000 orang per tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa situasi Perang Sipil yang dihadapi Nepal memberi pengaruh negatif terhadap perkembangan industri pariwisata.

Menyadari fakta bahwa Nepal memiliki potensi masa depan dalam industri pariwisata, pemerintah Nepal berusaha mencari celah untuk memulihkan citra pariwisata Nepal di dunia internasional dengan mendapatkan keanggotaan NGO, salah satunya adalah melalui PATA (*Pacific Asia Travel Association*). Menurut David Lewis, NGO dapat berperan dalam tiga hal. Pertama, *implementer*, dimana NGO memobilisasi sumber daya baik untuk program-program NGO itu sendiri dalam menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat maupun dalam menjalankan program pemerintah. Kedua sebagai *catalyst*, dimana NGO menginspirasi dan mendorong berbagai aktor baik dalam skala individu maupun organisasi untuk melakukan transformasi di masyarakat. Ketiga sebagai *partner*, dimana NGO bersinergi bersama pemerintah dan swasta dalam sebuah pola kerjasama yang kompleks untuk membuat '*capacity building*' diantara ketiganya dalam memajukan masyarakat.⁶

Secara teknis, PATA (*Pacific Asia Travel Association*) menjalankan peran sebagai NGO seperti yang telah dikemukakan Lewis. PATA bertindak sebagai katalis yang bertanggung jawab atas percepatan perkembangan industri pariwisata di kawasan Asia Pasifik. Dalam kemitraannya dengan anggota swasta dan sektor publik, PATA meningkatkan pertumbuhan nilai dan kualitas perjalanan pariwisata berkelanjutan untuk kawasan ini. NGO merupakan organisasi yang paling mampu menjembatani berbagai kesulitan yang dihadapi aktor-aktor lain dalam penyelesaian konflik. Ketiadaan kedaulatan yang dimiliki organisasi non-pemerintah menjadi senjata kuat bagi NGO untuk memasuki wilayah-wilayah terlarang tanpa kekhawatiran penolakan pengakuan resmi. PATA sebagai NGO dianggap mampu membantu menjembatani hubungan antara pemerintah dan swasta dalam menghadapi kesulitan yang dihadapi pemerintah Nepal.

⁵ K. Pyakuryal., K. March., & B. Acharya (Eds.) *Nepal in Conflict: Theoretical Underpinnings, Conflict Resolution, Conflict Transformation, and Peace building*. Kathmandu: Sociological/Antropological Society of Nepal. 2005

⁶ David Lewis. *The Management of Non-Governmental Organizations : An Introduction*. London and New York: Routledge, 2001 hal. 68

Pembahasan

Hubungan Kerjasama Pariwisata Nepal dan PATA

Pemerintah Nepal dan PATA mulai menjalin hubungan kerjasama melalui *PATA South Asia Division* sejak 1975 dalam mengembangkan sektor pariwisata. Sejak awal keterlibatan pemerintah dalam PATA, pemerintah sepakat berkomitmen untuk berpartisipasi dan mendukung kegiatan promosi yang dilakukan PATA. Sejalan dengan semangat yang dimiliki PATA sejak awal tahun 1975, PATA Nepal Chapter memiliki peran utama dalam menyatukan seluruh anggotanya dalam promosi dan publikasi pariwisata di Nepal. Kegiatan yang dilakukan PATA Nepal Chapter sangat luas, yaitu meliputi semua aspek pariwisata diantaranya promosi, publikasi dan pemasaran. Pemerintah Nepal ingin terlibat dalam keanggotaan PATA agar bisa ikut mempromosikan dan mempublikasikan pariwisata di Nepal untuk mengembalikan citra positif pariwisata Nepal pasca perang sipil di tahun 1996 hingga 2006.

PATA menuntun masyarakat dan pemerintah Nepal untuk lebih memperhatikan warisan budaya dan melakukan promosi pariwisata. PATA juga telah berperan dalam gagasan pembentukan *Nepal Heritage Society* yang didirikan pada bulan Juni 1983. NHS didirikan pada tahun 1983 untuk pelestarian warisan budaya dan alam melalui kegiatan sosial. Bagi masyarakat Nepal, NHS merupakan sebuah forum kesadaran publik, kelompok penekan dan agen katalistik. PATA adalah satu-satunya organisasi di industri perjalanan dengan keanggotaan yang mencakup semua sektor industri, pemerintah dan swasta di Nepal dan memiliki visi untuk melayani industri besar, perjalanan & wisata lebih baik demi mencapai pertumbuhan.

PATA Nepal Chapter memainkan peran penting dalam sektor pariwisata, terutama pariwisata petualangan di Nepal. Keterlibatan PATA dalam aspek pariwisata dan yang pertama di Nepal adalah penyelenggaraan *PATA Adventure Travel Conference and Mart* yang pertama di Kathmandu pada Januari 1989 yang sejak itu telah dijadikan sebagai acara tahunan rutin PATA. Nepal pun dipercaya untuk menjadi tuan rumah pada *PATA Adventure Travel Conference and Mart* kedua, kedelapan dan kedua belas pada tahun 1980, 1986 dan 2000. Sebagai pengakuan atas peran dan keterlibatan aktif PATA dalam promosi dan kegiatan pemasaran, pada tahun 1991, *PATA Nepal Chapter* ditunjuk dan dipercaya menjadi koordinator antara pemerintah dan sektor swasta pariwisata Nepal. Kebijakan-kebijakan *PATA Nepal Chapter* dalam program-programnya telah membantu melembagakan kegiatan pariwisata yang berkelanjutan dan partisipatif yang berorientasi pada keadilan, kesetaraan dan keadilan sosial.

Pada tahun 2007, *Nepal Tourism Board* dan *PATA Nepal Chapter* serta 14 peserta dari sektor swasta lainnya ikut ambil bagian dalam acara ITB ke-41 yang diadakan di *Berlin Exhibition Grounds*, Jerman pada tanggal 7 hingga 11 Maret. Sebanyak 10.923 perusahaan dari 184 negara dan wilayah hadir untuk mempromosikan atraksi pariwisata mereka, mulai dari penyedia layanan seperti hotel, maskapai penerbangan dan operator tur. *Nepal Tourism Board* bersama dengan *PATA Nepal Chapter* secara khusus memanfaatkan momentum di ajang internasional tersebut untuk meluncurkan slogan baru yaitu "*Naturally Nepal*" dalam

rangka memulihkan kembali citra positif bagi pariwisata Nepal di mata dunia internasional.⁷ Presentasi promosi slogan baru pariwisata negara Nepal dilaksanakan pada 9 Maret 2007. Lebih dari 70 media dan aktor dalam sektor bisnis dan perdagangan menghadiri presentasi tersebut. Sekretaris Kebudayaan, Pariwisata dan Penerbangan Sipil Nepal, Mr. Madhav Prasad Ghimire memanfaatkan momentum *International Tourism Bourse* untuk meyakinkan masyarakat internasional bahwa perdamaian telah kembali ke Nepal setelah adanya konflik sosial politik yang disebabkan oleh gerakan anarkis rezim demokrasi, yaitu Maois. Dengan munculnya demokrasi di negara Nepal, sektor wisata-wisata berupaya untuk bangkit kembali dalam peta pariwisata dunia dengan semangat dan antusiasme yang besar. Dengan adanya perdamaian dan stabilitas kondisi sosial-politik, Nepal mulai merangkul segala macam agenda sosial, ekonomi dan politik untuk menjaga kemakmuran ekonomi negara yang terutama fokus pada sektor pariwisata.⁸

Pemerintah dan beberapa sektor swasta dan NGO sepakat untuk membuat pengaturan pariwisata yang kuat dan dapat diandalkan untuk menjamin keamanan wisatawan domestik maupun internasional. PATA merekomendasikan beberapa langkah untuk pengembangan industri pariwisata termasuk perluasan infrastruktur pariwisata, peningkatan keamanan transportasi dan pembangunan bandara internasional baru. Pada saat rapat umum tahunan asosiasi yang ke 36 di Khatmandu, Presiden PATA Nepal Chapter, Pawan Tuladhar mendesak Kementerian Pariwisata dan Penerbangan Sipil untuk mempercepat proses pembelian pesawat baru dan membangun bandara internasional kedua untuk pengembangan keseluruhan industri pariwisata di Nepal.

Rekomendasi dari PATA tersebut diterima oleh pemerintah Nepal melalui penandatanganan MoU pembelian pesawat Airbus untuk maskapai penerbangan nasional “*Nepal Airlines*” pada 26 Oktober 2009. Pembangunan bandara internasional kedua Nepal di Nijgadh, Bara juga masuk dalam agenda pemerintah atas rekomendasi dari PATA Nepal Chapter. Pembangunan bandara direncanakan pemerintah dimulai pada April 2012. Dalam anggaran, pemerintah juga berkomitmen untuk mempersiapkan dana untuk membuka rute *trekking* yang baru untuk menambah objek tujuan wisata di Nepal.

PATA Adventure Travel and Responsible Tourism Conference and Mart (2010-2011)

PATA Adventure Travel and Responsible Tourism Conference and Mart adalah sebuah konferensi dan ajang promosi yang diselenggarakan oleh pemerintah Nepal bersama dengan PATA Nepal Chapter. Nepal dipercaya menjadi tuan rumah konferensi tahunan PATA ini selama dua tahun berturut-turut yaitu pada tahun 2010 dan 2011. *PATA Adventure Travel and Responsible Tourism Conference and Mart 2010* diselenggarakan pada 1-5 Februari 2010 di hotel *Soaltee Crowne Plaza*, Kathmandu. Acara ini telah menarik 174 delegasi yang mewakili 104 perusahaan di 25 negara tujuan wisata di seluruh dunia. Wartawan dari Asia, Eropa Barat dan Australia juga turut menghadiri. Para pemimpin industri dan pemerintah membahas berbagai isu-isu terkait pariwisata dalam konferensi

⁷ Pranil Upadhyaya. *Peace Through Tourism: A Critical Look at Nepalese Tourism*. Journal of Nepal Tourism and Development Review vol. 1 2011. hal. 15

⁸ Kakshapati, Gopal Sundar. *Tourism for Economic Development and National Image*, a journal published by NATA, Kathmandu, 2001. Hal. 18-19.

tersebut. Konferensi ini membahas isu-isu utama yang dihadapi industri pariwisata. Melalui konferensi, PATA berusaha untuk meningkatkan kesadaran dan komitmen untuk peningkatan kegiatan pariwisata yang berkelanjutan dan bertanggung jawab sesuai dengan Piagam baru Asosiasi PATA.⁹

PATA Adventure Travel and Responsible Tourism Conference and Mart 2010 mengusung tema "*New Frontiers, New Opportunity*" yang menekankan perlunya upaya kolektif, tujuan yang sama dan praktik yang akan menghasilkan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat setempat dan menjalankan bisnis secara berkelanjutan. Dalam seminar yang diadakan dalam pembukaan acara ini juga dibahas mengenai komitmen pemerintah Nepal untuk mengembangkan wisata petualangan yang selama ini telah mendapatkan respon besar dari masyarakat global, Pemerintah ingin memanfaatkan pasar yang berkembang dan membutuhkan kerjasama sektor swasta untuk pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Pada tahun 2011, Nepal dipilih kembali sebagai negara tuan rumah *PATA Adventure Travel and Responsible Tourism Conference and Mart* yang sekaligus sebagai ajang untuk mengkampanyekan "*Nepal Tourism Year 2011*". *PATA Adventure Travel and Responsible Tourism Conference and Mart 2011* diadakan di The Fulbari Resort & Spa di Pokhara, Nepal dari 7 hingga 10 Februari 2011. Acara ini diselenggarakan oleh pemerintah Nepal dengan dukungan dari *PATA Nepal Chapter* dan disahkan oleh *Adventure Travel Trade Association (ATTA)*, *International Union for Conservation of Nature (IUCN)* dan *Sustainable Travel International*. *Nepal Airlines* dan *Buddha Air* juga turut serta mendukung acara tersebut dengan mensponsori sebagai maskapai penerbangan terkemuka di Nepal. Dengan mendukung tema '*Social Give Back: Doing Well by Doing Good*', konferensi akan fokus pada isu-isu terkini pada pariwisata berkelanjutan dan bertanggung jawab seperti '*Greening of Travel and Tourism*' and '*Experiential and Indigenous Tourism*' dan promosi '*Extreme Adventure Holidays*' di Nepal juga dibahas.¹⁰

Dalam rangka mempromosikan warisan budaya dan wisata Nepal, para peserta *PATA Adventure Travel and Responsible Tourism Conference and Mart* diberikan kesempatan untuk berkontribusi terhadap kegiatan masyarakat setempat di Pokhara. Tiga pilihan ditawarkan selama sesi *offsite*, termasuk kunjungan ke sebuah sekolah pemerintah di Nepal, wisata di *Phewa Lake* dan kunjungan ke tempat-tempat bersejarah. Pokhara merupakan tempat yang sempurna untuk acara yang diadakan PATA karena telah menjadi pusat kegiatan petualangan di Nepal. Selain itu, Pokhara juga dikelilingi oleh pegunungan tinggi dari *Range Annapurna* dan diapit oleh *Phewa Lake*. PATA Nepal Chapter meyakini bahwa acara berskala internasional ini dapat membantu Nepal dalam mempromosikan negaranya sebagai destinasi wisata.

Pemerintah dan PATA Nepal Chapter juga mengadakan kampanye pariwisata *Nepal Tourism Year 2011* untuk mempromosikan Nepal agar menarik wisatawan dari seluruh dunia berkunjung ke Nepal. Pemerintah optimis bahwa acara ini akan meningkatkan kedatangan wisatawan dan pada akhirnya akan menciptakan lapangan kerja dan mengurangi kemiskinan. *Nepal Tourism Year 2011* diluncurkan oleh pemerintah dengan dukungan penuh dari PATA

⁹ Anonim. *PATA Adventure 2010; a successful conference*. 2010. <<http://www.nextyatra.com/travel/pata-adventure-2010-a-successful-conference/>> [diakses 10 Desember 2012]

¹⁰ Anonim. *Naturally Nepal: Once Is Not Enough*. 2011 <<http://welcomenepal.com/promotional/>> [diakses pada 18 April 2013]

Nepal Chapter dengan motif untuk membawa sekitar satu juta wisatawan ke Nepal pada tahun 2011. Hal ini diluncurkan dengan tujuan untuk mempromosikan sektor pariwisata Nepal.

Tujuan penting lainnya dari proyek *Nepal Tourism Year 2011* secara internasional adalah menyoroti budaya Nepal, seni, keanekaragaman hayati dan pemangku kepentingan bisnis melalui *E-marketing* secara global. Target utama kunjungan Nepal tahun 2011 adalah bagi pengunjung yang berasal dari India dan Cina, dimana kedua negara tersebut memiliki kekuatan ekonomi yang berkembang dunia saat ini dan merupakan negara dengan penduduk yang padat.¹¹

Konsep *Nepal Tourism Year 2011* memanfaatkan peluang, kekuatan dan menyatukan komitmen pemerintah, keahlian dan pengalaman dari organisasi, bakat dan dinamisme sektor swasta serta masyarakat untuk pengembangan pariwisata lebih lanjut di negara itu. Representasi dan partisipasi dari partai politik besar, anggota Majelis Konstitusi dan kelompok juga turut serta untuk membuat kampanye ini lebih inklusif dan partisipatif dalam mencapai tujuan dengan hasil yang efektif. Kampanye ini juga fokus pada mobilisasi jaringan dari masyarakat *Nepal Non-Resident* (NRN), misi diplomatik luar negeri Nepal, NGO, penerbangan dan media nasional serta internasional. Demikian pula dengan beberapa simpatisan baik dari Nepal, akademisi maupun selebriti yang terlibat dalam rangka untuk menyoroti kampanye secara internal maupun internasional.

Pelaksanaan *PATA Adventure Travel and Responsible Tourism Conference and Mart* memberikan dampak yang positif bagi pemulihan citra Nepal di mata wisatawan internasional. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang datang ke Nepal di tahun 2010 dan 2011. Berdasarkan grafik yang penulis tampilkan pada latar belakang penelitian ini, di tahun 2007 pasca konflik Perang Sipil hingga 2011, jumlah pengunjung ke Nepal meningkat dua kali lipat dan pendapatan dari sektor pariwisata sebesar 10 persen telah berkontribusi terhadap perekonomian negara. Pelaksanaan *PATA Adventure Travel and Responsible Tourism Conference and Mart* di Pokhara berhasil memperoleh hampir tiga ratus persen lebih pengunjung di tahun 2011 jika dibandingkan dari tahun 2006.¹² Perkembangan luas pariwisata di kota Pokhara kini juga menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat setempat.

Pendapatan devisa dari pariwisata Nepal juga mengalami peningkatan sebesar dua kali lipat. Pada tahun 2010, total devisa yang diperoleh adalah sebesar 329.982.000 dolar AS dan di tahun 2011 mencapai 368,773,000 dolar AS. Apabila dibandingkan pada saat konflik, Nepal hanya memperoleh devisa sebesar 162.790.000 dolar AS. Hal ini berarti bahwa kontribusi industri pariwisata hampir 10 persen dari perekonomian negara Nepal. Sepuluh persen dari industri tunggal pariwisata bukanlah jumlah yang kecil pada total anggaran. Oleh karena itu, pariwisata telah menjadi sumber utama pendapatan Nepal dalam beberapa tahun terakhir.¹³

¹¹ Bimal Adhikari, *Tourism Strategy of Nepalese Government And Tourist's Purpose of Visit in Nepal*. Journal of Travel Research, Volume XXVI, Number 2, 2011. Hal. 85-87

¹² Trip Advisor. *Visiting pokhara, Nepal*. <<http://www.tripadvisor.com/Tourism-g293891-Pokhara-Vacations.html>> [diakses pada 18 April 2013]

¹³ Ministry of Finance of Nepal .2010 <<http://www.mof.gov.np/>> [diakses pada 18 April 2013]

Kesimpulan

PATA (*Pacific Asia Travel Association*) sebagai salah satu aktor non negara yaitu NGO yang memainkan peranannya dalam industri pariwisata memiliki peran dalam pemulihan sektor pariwisata Nepal dan telah bekerjasama dengan pemerintah untuk mengembangkan sektor penting bagi perekonomian negara Nepal. PATA membantu memulihkan citra pariwisata Nepal dengan melakukan kegiatan pemasaran dan promosi di pasar regional dan internasional serta eksplorasi segmen sektor pariwisata pasar baru yang potensial di Nepal. PATA juga mendukung pemerintah untuk mengkampanyekan *Nepal Tourism Year 2011* agar menarik dan mendorong sektor swasta untuk investasi di sektor pariwisata, serta bekerjasama dalam mengadakan acara yang berhubungan dengan asosiasi dan *stakeholder* lainnya yang juga fokus dalam masalah pariwisata. Kinerja dari *PATA Nepal Chapter* telah menghasilkan banyak ide-ide inovatif sehingga terbukti meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di tahun 2007 hingga 2011, dimana tahun 2011 juga dianggap sebagai tahun puncak keberhasilan pariwisata Nepal karena meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan secara signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- INSEC. 2006. *Nepal Human Rights Year Book 2006*. Kathmandu: Informal Sector Service Centre (INSEC)
- Kakshapati, Gopal Sundar. *Tourism for Economic Development and National Image, a journal published by NATA*, Kathmandu: 2001
- K. Pyakuryal., K. March., & B. Acharya. 2005. *Nepal in Conflict: Theoretical Underpinnings, Conflict Resolution, Conflict Transformation, and Peace building*. Kathmandu: Sociological/Antropological Society of Nepal
- Pendit, Nyoman S.. 2003. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita
- R. Thapa., & J. Baaden. 2000. *Nepal Myths and Realities*. Delhi: Book Faith India
- Yoeti, Oka A. 2006. *Pariwisata Budaya: Masalah dan Solusinya*. Jakarta: Pradnya Paramita

Jurnal:

- Bimal Adhikari, *Tourism Strategy of Nepalese Government And Tourist's Purpose of Visit in Nepal*. *Journal of Travel Research*, Volume XXVI, Number 2. Nepal : 2011
- David Lewis dan Paul Opoku-Mensah.. "Moving Forward Research Agendas On International NGOS: Theory, Agency and Context". *Journal of International Development*, 18(10). London : 2006

Pranil Upadhyaya. *Peace Through Tourism: A Critical Look at Nepalese Tourism*. *Journal of Nepal Tourism and Development Review vol. 1*. Khatmandu: 2011

Internet:

David Lewis. *Nongovernmental Organizations, Definition and History*. 2009. <<http://personal.lse.ac.uk/lewisd/images/EncylCiv%20SocietyNGOs2009>> [diakses 18 Maret 2013]