



Peran Badan Penghubung dalam Peningkatan Pariwisata di Sumatera Barat

INFO PENULIS	INFO ARTIKEL
Defi Prasdila Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) defiprasdila36@gmail.com	ISSN: 2808-1307 Vol. 5, No. 3, Desember 2025 https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh

© 2026 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penulisan Referensi:

Prasdila, D. (2025). Peran Badan Penghubung dalam Peningkatan Pariwisata di Sumatera Barat. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5 (3), 5893-5898.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Badan Penghubung Provinsi Sumatera Barat dalam peningkatan pariwisata daerah. Badan Penghubung berfungsi sebagai perwakilan pemerintah daerah di luar wilayah administratif provinsi, yang memiliki tugas strategis dalam promosi, fasilitasi kerja sama, serta menjembatani komunikasi antara pemerintah daerah dan pusat. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan paradigma fenomenologis, yang memungkinkan peneliti memahami makna dan pengalaman subjektif para aktor terkait. Teknik Pengumpulan Data dengan Kepustakaan, Dokumentasi, Wawancara, Observasi dan Undercover Interviewing (Wawancara terselubung). Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran Badan Penghubung dalam promosi pariwisata telah memberikan kontribusi terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Sumatera Barat, meskipun masih dihadapkan pada berbagai kendala, seperti keterbatasan anggaran, minimnya SDM yang kompeten, dan kurang optimalnya penggunaan teknologi digital. Penelitian ini merekomendasikan perlunya sinergi antarlembaga, penguatan kapasitas kelembagaan, dan inovasi promosi berbasis media digital untuk meningkatkan efektivitas peran Badan Penghubung dalam mendukung pariwisata berkelanjutan di Sumatera Barat.

Kata Kunci: Badan Penghubung, Peningkatan Pariwisata, Promosi Daerah, Pemerintah Daerah, Sumatera Barat, Strategi Promosi, Pariwisata Berkelanjutan

Abstract

This study aims to analyze the role of the Liaison Agency of West Sumatra Province in regional tourism development. The Liaison Agency functions as an official representative of the regional government outside the provincial administrative area, with strategic responsibilities in promotion, cooperation facilitation, and bridging communication between regional and central governments. The research method employed is a qualitative approach with a phenomenological paradigm, allowing the researcher to understand the meaning and subjective experiences of the involved actors. Data Collection Techniques with Literature, Documentation, Interviews, Observation and Undercover Interviewing (covert interviews). The findings reveal that the Liaison Agency's role in tourism promotion has contributed to an increase in tourist visits to West Sumatra, although several challenges persist, such as limited budget, lack of competent human resources, and suboptimal use of digital technology. This study recommends institutional synergy, capacity building, and innovation in digital media-based promotion to enhance the effectiveness of the Liaison Agency's role in supporting sustainable tourism in West Sumatra.

Key Words : Liaison Agency, Tourism Development, Regional Promotion, Local Government, West Sumatra, Promotion Strategy, Sustainable Tourism

A. Pendahuluan

Pariwisata sudah lama menjadi salah satu motor penggerak ekonomi Indonesia. Di tahun 2019, sektor ini menyumbang sekitar 10,4% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), serta membuka banyak lapangan kerja di berbagai daerah (BPS, 2020). Tidak hanya itu, pariwisata juga ikut menghidupkan sektor lain seperti perhotelan, transportasi, hingga kuliner. Namun sayangnya, perkembangan pariwisata di Indonesia masih belum merata. Beberapa daerah yang punya potensi besar, seperti Sumatera Barat, masih belum bisa sepenuhnya mengoptimalkan kekayaan alam dan budayanya untuk menarik wisatawan.

Sumatera Barat punya segalanya alam yang indah seperti Danau Singkarak dan Pulau Pagang, serta budaya Minangkabau yang unik dan kuat. Daya tarik wisata di Sumatera Barat makin komplet berkat terjaganya budaya dan tradisi melalui desa wisata. Wilayah Sumatera Barat (Sumbar) sangat kaya akan potensi wisata, berupa keindahan alam dan budaya. Masyarakat Sumbar juga terkenal dengan keramahan dan budaya ketimuran yang melekat dapat menjadi andalan dalam mendukung sektor pariwisata. Sumatera Barat menjadi salah satu provinsi yang menjadi tujuan utama wisatawan.

Berdasarkan data yang dihimpun dari Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat, tercatat sebanyak 52 juta kunjungan wisatawan ke Sumatera Barat selama lima tahun terakhir, yaitu periode 2020 hingga 2024. Jumlah ini menunjukkan adanya tren positif dalam sektor pariwisata daerah, meskipun sempat mengalami penurunan pada awal tahun 2020 akibat pandemi COVID-19.

Kenaikan jumlah kunjungan tersebut mencerminkan tingginya daya tarik destinasi wisata di Sumatera Barat, baik dari segi keindahan alam, kekayaan budaya, kuliner khas, maupun keramah-tamahan masyarakatnya. Selain itu, pencapaian ini juga mengindikasikan potensi besar sektor pariwisata dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah melalui peningkatan pendapatan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, serta kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan, peningkatan infrastruktur pariwisata, serta promosi yang berkelanjutan menjadi aspek penting yang perlu terus dioptimalkan. Dalam konteks ini, peran pemerintah daerah, termasuk kerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan, menjadi sangat strategis dalam merancang kebijakan yang mampu memperkuat posisi Sumatera Barat sebagai salah satu destinasi unggulan di Indonesia.

Di sinilah peran Badan Penghubung Provinsi Sumatera Barat menjadi sangat penting. Sebagai representasi daerah di ibu kota, lembaga ini punya tugas utama menjembatani komunikasi antara pemerintah daerah dengan kementerian atau lembaga pusat. Salah satu fungsi strategisnya adalah mempromosikan potensi wisata Sumatera Barat ke panggung nasional bahkan internasional (Badan Penghubung Sumatera Barat, 2020).

Peran Badan Penghubung dalam mendorong peningkatan pariwisata tidak hanya bersifat administratif, melainkan memiliki legitimasi formal sebagai bagian dari pelaksanaan

kebijakan daerah dan nasional. Landasan hukum ini menjadi penting untuk menguatkan posisi Badan Penghubung sebagai penggerak promosi daerah, penghubung kerja sama strategis, dan fasilitator dalam memperjuangkan dukungan anggaran pusat serta investasi. Oleh karena itu, jalannya peran Badan Penghubung sangat bergantung pada sinergi antarperangkat daerah, dukungan regulatif, serta kemampuannya dalam mengimplementasikan amanat dari peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Namun, upaya untuk mengoptimalkan peran Badan Penghubung kerap menghadapi berbagai kendala. Belum maksimalnya pelaksanaan peran Badan penghubung dalam usaha untuk Promosi dan Pemasaran serta dalam pelaksanaan fasilitasi antar daerah. Belum maksimalnya koordinasi antara pemerintah daerah dan pemerintah pusat. Padahal, dalam peningkatan sektor pariwisata, kebijakan dari pemerintah pusat tentu menjadi acuan bagi pemerintah daerah.

Penting bagi Badan Penghubung untuk terus mengevaluasi program dan strategi yang telah dijalankan. Evaluasi ini membantu untuk memahami apa yang sudah berhasil dan apa yang masih perlu diperbaiki, sehingga upaya peningkatan pariwisata ke depan bisa lebih tepat sasaran dan berdampak nyata (Yuliana, 2021). Dengan kerja sama yang solid, promosi yang kreatif, dan strategi yang terukur, Sumatera Barat punya peluang besar untuk menjadi destinasi wisata unggulan di Indonesia. Peran Badan Penghubung sebagai jembatan komunikasi dan promotor daerah menjadi sangat vital dalam mewujudkan visi ini.

B. Metodologi

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif menurut Moleong (2004: 135) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik. Dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Penelitian ini juga bersifat deskriptif, penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau tentang kecenderungan yang tengah berlangsung. Deskripsi yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah peran Badan Penghubung dalam peningkatan pariwisata di Sumatera Barat.

Proses analisis data dilakukan dengan tahap diantaranya, Pertama, Reduksi Data, merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, mengabstrakkan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Kedua, Penyajian Data (Display). Penyajian data dibatasi sebagai sekumpulan informasi tersusun yang disesuaikan dan diklarifikasi untuk mempermudah peneliti dalam menguasai data dan tidak terbenam dalam setumpuk data. Ketiga, Menarik Kesimpulan (Verifikasi). Kesimpulan selama penelitian berlangsung makna-makna yang muncul dari data yang diuji kebenarannya, kekokohnya dan kecocokannya sehingga diperoleh kesimpulan yang jelas kebenaran dan kegunaannya.

Sumber data dalam penelitian ini adalah dengan Data Primer dan Sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara menggali dan mengumpulkan informasi dari informan yang dianggap mengetahui segala permasalahan yang akan diteliti, seperti Kepala Badan Penghubungan Sumatera Barat, dan Pegawai serta beberapa orang Masyarakat sebagai penikmat wisata. Data sekunder dalam penelitian ini didapat dari studi literatur (Data LAKIP Badan Penghubung Sumatera Barat, buku, koran, majalah, artikel, dan lain-lain), dan internet.

C. Hasil dan Pembahasan

Badan Penghubung Provinsi Sumatera Barat merupakan unit kerja strategis yang berperan sebagai perpanjangan tangan Pemerintah Provinsi Sumatera Barat di luar wilayah administratifnya. Lembaga ini dibentuk berdasarkan kebutuhan untuk memperkuat relasi kelembagaan antara Pemerintah Daerah dan Pemerintah Pusat, serta mendukung promosi potensi daerah secara luas, termasuk dalam bidang pariwisata. Pembentukan Badan Penghubung berlandaskan pada ketentuan peraturan perundang-undangan, khususnya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, serta berbagai peraturan

pelaksanaannya yang memberikan ruang bagi Pemerintah Daerah untuk membentuk unit-unit pendukung dalam rangka penyelenggaraan urusan pemerintahan.

Peran Badan Penghubung Sumatera Barat dalam peningkatan pariwisata tidak hanya bersifat formal sebagai lembaga pemerintah, tetapi juga menyentuh aspek sosial dan budaya, melalui keterlibatan tokoh masyarakat perantauan dan kolaborasi multipihak. Hal ini memperkuat posisi Badan Penghubung sebagai aktor kunci dalam diplomasi budaya dan promosi wisata daerah, sekaligus memperluas jangkauan branding Sumatera Barat di tingkat nasional dan internasional.

Peran Badan Penghubung diantaranya Pertama, Promosi dan Pemasaran dimana Badan Penghubung Provinsi Sumatera Barat memainkan peran strategis dalam promosi dan pemasaran pariwisata daerah, khususnya di luar wilayah provinsi seperti Jakarta dan sekitarnya. Sebagai perpanjangan tangan pemerintah daerah, lembaga ini aktif memfasilitasi promosi destinasi unggulan melalui pameran, event budaya, serta kerja sama dengan pelaku usaha pariwisata nasional. Dukungan dari DPRD dan masyarakat perantau menegaskan urgensi peran Badan Penghubung sebagai ujung tombak promosi yang proaktif dan inovatif. Tidak hanya mengandalkan metode konvensional, Badan Penghubung juga mengembangkan strategi promosi berbasis digital dan pengalaman langsung, seperti produksi konten media sosial, virtual tourism, dan kolaborasi dengan influencer. Upaya ini sejalan dengan teori pemasaran destinasi dan experiential marketing, di mana keterlibatan emosional dan eksposur digital menjadi kunci keberhasilan promosi. Dengan demikian, Badan Penghubung berkontribusi signifikan dalam meningkatkan daya saing pariwisata Sumatera Barat di tingkat nasional dan global. Kedua, Pengkoordinasian Kebijakan dan Program keberhasilan dimana pengkoordinasian kebijakan dan program di bidang pariwisata sangat ditentukan oleh dua hal: pertama, dukungan regulatif yang kuat, baik dari pemerintah pusat maupun daerah; dan kedua, sinergi kelembagaan yang operasional, yang memungkinkan integrasi program lintas sektor secara nyata di lapangan.

Peran Badan Penghubung dalam hal ini sangat strategis, tidak hanya sebagai pelaksana promosi, tetapi juga sebagai fasilitator utama dalam mendorong terwujudnya integrasi kebijakan pariwisata secara menyeluruh di Sumatera Barat. Ketiga, Fasilitasi Kerja Sama Antar Daerah, dalam konteks peningkatan pariwisata daerah, fasilitasi kerja sama antar daerah merupakan salah satu pilar strategis yang bertujuan memperkuat jejaring kolaborasi lintas wilayah untuk meningkatkan daya saing destinasi. Badan Penghubung Provinsi Sumatera Barat memiliki peran sentral sebagai jembatan komunikasi dan koordinasi antara Pemerintah Provinsi Sumatera Barat dengan pemerintah provinsi lain, kabupaten/kota, serta mitra strategis di luar daerah, termasuk pelaku usaha dan komunitas pariwisata.

Keempat, Evaluasi dan Pengawasan dimana Badan Penghubung Provinsi Sumatera Barat menjalankan fungsi ini dengan fokus pada monitoring capaian kegiatan promosi pariwisata yang dilaksanakan di pusat, baik dalam bentuk pameran, forum bisnis, audiensi dengan mitra nasional, maupun media promosi digital. bahwa proses evaluasi di Badan Penghubung bersifat periodik dan berbasis data lapangan, meskipun dalam skala sederhana. Evaluasi dilakukan melalui pelaporan hasil kegiatan, pengumpulan data kuantitatif, serta penilaian kualitas output promosi. Ini mencerminkan penerapan prinsip performance measurement dalam manajemen publik, di mana penilaian dilakukan terhadap aspek input, proses, output, dan outcome.

Berdasarkan temuan penelitian, diperlukan langkah-langkah strategis dalam kebijakan publik guna memperkuat peran Badan Penghubung dalam peningkatan pariwisata Sumatera Barat. Pertama, penguatan aspek regulatif menjadi krusial. Pemerintah Provinsi Sumatera Barat perlu merumuskan regulasi yang lebih rinci dan operasional melalui penerbitan bahkan peraturan daerah (perda) yang secara eksplisit mengatur tugas, fungsi, dan kewenangan Badan Penghubung dalam sektor pariwisata. Regulasi ini tidak hanya mengatur mekanisme kerja sama antar daerah dan promosi lintas wilayah, tetapi juga memuat ketentuan fasilitasi kemitraan dengan pelaku industri pariwisata, diaspora, dan komunitas lokal secara lebih sistematis.

Kedua, digitalisasi sistem monitoring dan evaluasi harus segera diwujudkan sebagai bagian dari tata kelola yang transparan dan akuntabel. Peningkatan sistem pelaporan kinerja berbasis digital akan memungkinkan pelacakan real-time terhadap capaian program promosi, sekaligus memperluas partisipasi publik dan lembaga legislatif dalam proses pengawasan. Digitalisasi ini mencakup pemanfaatan dashboard evaluasi berbasis indikator outcome (misalnya: jumlah mitra kerja sama, pengunjung, ekspos media, hingga dampak ekonomi lokal) serta integrasi data promosi lintas sektor. Dengan sistem ini, efektivitas setiap kegiatan dapat diukur secara objektif dan berkelanjutan.

Ketiga, penguatan sinergi kelembagaan dan dukungan politik dari legislatif menjadi prasyarat keberlanjutan program promosi pariwisata. DPRD Provinsi Sumatera Barat memegang peran penting dalam mendukung alokasi anggaran secara konsisten dan proporsional bagi kegiatan promosi yang dijalankan Badan Penghubung. Selain itu, DPRD juga memiliki otoritas untuk mendorong implementasi sistem evaluasi berbasis hasil (outcome-based evaluation) agar penggunaan anggaran lebih tepat sasaran dan berdampak nyata terhadap peningkatan kunjungan wisatawan serta citra destinasi Sumatera Barat secara nasional maupun internasional.

Dengan demikian, kebijakan penguatan regulatif, digitalisasi sistem evaluasi, dan sinergi antar lembaga merupakan pilar utama dalam memastikan bahwa promosi pariwisata Sumatera Barat dapat berjalan secara efektif, berkelanjutan, dan akuntabel di masa mendatang.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, observasi lapangan, dan kajian teori yang telah dibahas, dapat ditarik beberapa poin penting terkait peran, kendala, serta upaya penguatan Badan Penghubung dalam peningkatan pariwisata di Sumatera Barat. Temuan ini menjadi dasar dalam merumuskan kesimpulan yang merangkum inti permasalahan sekaligus memberikan gambaran menyeluruh mengenai posisi strategis Badan Penghubung dalam mendukung sektor pariwisata daerah. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Badan Penghubung Provinsi Sumatera Barat menjalankan peran strategis dalam promosi pariwisata sebagai perpanjangan tangan pemerintah provinsi di luar daerah. Fungsi utama yang dijalankan meliputi promosi destinasi unggulan, fasilitasi kerja sama lintas wilayah, serta partisipasi aktif dalam event nasional dan pameran budaya. Peran ini sejalan dengan konsep Destination Marketing Organization (DMO), meskipun bukan lembaga pariwisata murni. Melalui inovasi promosi digital dan pendekatan berbasis komunitas diaspora, Badan Penghubung turut memperluas eksposur pariwisata Sumbar secara nasional dan memperkuat identitas budaya daerah.

Pelaksanaan peran promosi menghadapi berbagai kendala struktural dan strategis. Keterbatasan anggaran, kekurangan SDM dengan kompetensi pariwisata dan digital marketing, serta ketiadaan roadmap promosi jangka panjang menyebabkan program promosi berjalan sporadis dan belum berkelanjutan. Koordinasi antar instansi juga masih bersifat sektoral dan belum terintegrasi secara menyeluruh. Evaluasi program promosi belum sepenuhnya berbasis data kinerja (outcome), dan pengawasan belum ditunjang oleh sistem pelaporan digital real-time.

Upaya Meningkatkan Peran Badan Penghubung untuk meningkatkan efektivitas peran, Badan Penghubung telah melakukan berbagai upaya, antara lain mengembangkan promosi digital melalui media sosial dan video kreatif, menjalin kolaborasi dengan komunitas diaspora dan influencer, serta memfasilitasi kerja sama antar daerah. Upaya lainnya mencakup penguatan koordinasi lintas OPD dan perencanaan program berbasis data. Ke depan, diperlukan peningkatan kapasitas SDM, penyusunan roadmap promosi jangka panjang, serta penguatan regulasi dan dukungan anggaran agar peran Badan Penghubung sebagai aktor promosi pariwisata nasional dapat lebih optimal dan berkelanjutan.

E. Referensi

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik (Edisi Revisi)*. Rineka Cipta.
- Badan Penghubung Provinsi Sumatera Barat. (2020). Peran Badan Penghubung dalam peningkatan pariwisata. Badan Penghubung Provinsi Sumatera Barat.
- Kememparekraf. (2020). Peningkatan dan promosi pariwisata Indonesia. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.
- Kozak, M., & Baloglu, S. (2011). *Managing and Marketing Tourist Destinations: Strategies to Gain a Competitive Edge*. Routledge.
- Kristin, & Salam, A. (2016). Peningkatan Kapasitas BPD sebagai Mitra Pemerintah Desa dalam Peningkatan Potensi Pariwisata Desa di Kecamatan Baturraden. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 7(1), 25–36.
- Mahmudah, F., Wahyuningtyas, N., & Ruja, I. N. (2023). Peran dan Strategi BUMDes dalam Peningkatan Wisata Taman Cengkok Asri di Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 12(2), 145–158.

- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357–365.
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2004). *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*. Elsevier.
- Mossberg, L. (2008). Extraordinary experiences through storytelling. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 8(3), 195–210.
- Pranoto, B. (2018). Persaingan destinasi wisata Indonesia: Bali, Yogyakarta, dan Jakarta. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(2), 35-46.
- Rhodes, R. A. W. (1997). *Understanding Governance: Policy Networks, Governance, Reflexivity and Accountability*. Open University Press.
- Sihombing, E. (2021). Peran budaya dalam peningkatan pariwisata Sumatera Barat. *Jurnal Budaya dan Pariwisata*, 8(1), 12-19.
- Situmorang, R. (2022). Komunikasi Pemangku Kepentingan melalui Koordinasi dalam Peningkatan Pariwisata Danau Toba, Sumatera Utara. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 20(1), 77–90.
- Soekanto, S. (2013). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Rajawali Press.
- Soekanto, S. (2002). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Suryani, N. (2019). Tantangan dan strategi Badan Penghubung dalam promosi pariwisata Sumatera Barat. *Jurnal Administrasi Negara*, 22(3), 101-112.
- Sutopo, H. B. (2006). *Metodologi penelitian kualitatif (Edisi 1)*. UMM Press.
- Suyanto, S., & Sutinah, M. (2011). *Metode penelitian kualitatif*. PT. Pustaka Pelajar.
- Yuliana, L. (2021). Infrastruktur pariwisata dan peningkatan destinasi di Sumatera Barat. *Jurnal Ekonomi Pariwisata*, 14(2), 56-67.
- Yuniningsih, T., Darmi, T., & Sulandari, S. (2019). Model Pentahelik dalam Peningkatan Pariwisata di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 9(2), 134–148.