

ABSTRAKSI

Industri pariwisata merupakan sektor unggulan Indonesia dan dinilai mampu mendongkrak perekonomian makro. Strategi pembangunan 10 Bali Baru ini merupakan upaya pemerintah dalam rangka meningkatkan devisa negara melalui sektor pariwisata dengan cara mereplika dampak ekonomi pariwisata di Bali, namun dalam hal ini diterapkan secara nasional. Salah satu kawasan yang paling diprioritaskan pemerintah adalah Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) Labuan Bajo, yang memiliki Taman Nasional Komodo sebagai daya tarik wisata prioritas. Namun, menyambut pembangunan kawasan ini menjadi destinasi wisata tingkat dunia, beberapa masalah masih perlu diselesaikan, antara lain (1) belum ada tempat terpusat yang mewadahi kelompok UMKM; (2) cinderamata belum terlalu menonjolkan identitas daerah, yaitu Komodo; dan kualitas kurang bersaing; (3) faktor pendukung 3A (Aksesibilitas, Atraksi, Amenitas) belum optimal; (4) serta rencana pengembangan wisata menyimpang nilai sosial, sejarah, dan budaya lokal. Oleh karena itu, Pusat Cendera Mata Taman Nasional Komodo dengan Pendekatan Wisata Narasi (*Storynomics Tourism*) di Labuan Bajo diperlukan untuk menjawab permasalahan-permasalahan tersebut.

Kata kunci : pusat, cendera mata, wisata, narasi

ABSTRACT

Tourism is Indonesia's leading sector and is considered capable of boosting Indonesia's macroeconomic. The '10 New Bali' development strategy is the government's effort to increase the country's foreign exchange through the tourism sector by replicating the economic impact of tourism in Bali, but in this case applied nationally. One of the most prioritized areas is National Tourism Strategic Area (KSPN) Labuan Bajo, which has Komodo National Park as its priority tourist attraction. However, welcoming the development of this region to develop as world-class tourist destination, several problems still need to be resolved, including : (1) there is no centralized place that accommodates MSMEs; (2) souvenirs do not really represent the regional identity, namely Komodo; and have low quality; (3) supporting factors like 3A (Accessibility, Attractions, Amenity) are not on its optimum quality; (4) tourism development plans deviate from the local social, historical, and cultural values. Therefore, the Komodo National Park Souvenir Center with Storynomics Tourism Approach in Labuan Bajo is needed to address these problems.

Keywords: center, souvenirs, storynomics, tourism