

Strategi Pengembangan Nusa Penida Sebagai Salah Satu Destinasi Wisata Unggulan Kabupaten Nusa Penida Kabupaten Klungkung Provinsi Bali

I DEWA AYU AGUNG INTAN ASPRIYANI BADUNG

Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan / Fakultas Bisnis dan
Ekonomika Universitas Surabaya

Landen.intan@gmail.com

Intisari - Penelitian ini bertujuan untuk mencermati faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mendukung maupun menghambat perkembangan pariwisata Nusa Penida, sesuai dengan analisis SWOT, kemudian menentukan strategi terkait pembangunan pariwisata Nusa Penida. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan data yang digunakan berupa data sekunder dan primer. Data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik dan *website* pemerintah Kabupaten Klungkung, sedangkan data primer diperoleh dari hasil *survey* dan wawancara. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Nusa Penida memiliki banyak potensi yang dapat mendukung pengembangan pariwisatanya, antara lain keindahan alam, keragaman varietas biota laut, wisata religi, serta budayanya. Selain itu, kebijakan pemerintah memberikan visa gratis bagi beberapa negara, kemajuan teknologi, dan tren wisata yang cenderung berubah ke wisata alam juga menjadi faktor pendukung pengembangan pariwisata Nusa Penida. Hambatan yang ditemui dalam usaha ini adalah buruknya akses transportasi, kurangnya publikasi, dan kurang lengkapnya saran-prasarana. Selain itu, ancaman ombak pasang, bencana alam, pencemaran lingkungan dan persaingan juga menjadi faktor penghambat pengembangan pariwisata Nusa

Penida. Melalui hasil temuan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*), kemudian diformulasikan kedalam matriks SWOT dan ditemukan beberapa strategi, yaitu : strategi SO (*strength – opportunity*) dengan mengembangkan Nusa Penida sebagai Desa Wisata, meningkatkan publikasi, dan mengembangkan Kawasan Konservasi Perairan. Strategi ST (*strength – threat*) dengan membuat aturan pelaksanaan kegiatan di laut, dan menyeleksi rencana pembangunan yang ditawarkan investor. Strategi WO (*weakness – opportunity*) dengan memperbaiki sarana-prasarana, dan meningkatkan kualitas SDM. Strategi WT (*weakness - threat*) dengan membangun sarana pengolahan limbah dan bekerjasama dengan pihak luar dalam upaya pengembangan SDM dan pariwisata.

Kata kunci : Strategi, Pengembangan, Pariwisata

Abstrack - *This study aimed to examine the internal factors and external that can support or hinder the development of tourism in Nusa Penida, according to the analysis of SWOT, and then determines the strategy of tourism development related Nusa Penida. This study used a qualitative approach and data used in the form of secondary and primary data. Secondary data were obtained from the Central Bureau of Statistics and the website Klungkung district government, while the primary data obtained from the surveys and interviews. Findings from this study indicate that Nusa Penida has a lot of potential that can support the development of tourism, among others, natural beauty, diverse varieties of marine life, religious tourism, and culture. In addition, government policies provide free visas for some countries, advances in technology, and travel trends tend to change to nature is also a contributing factor for tourism development Nusa Penida. Obstacles encountered in this effort is the poor access to transportation, lack of publicity, and incomplete advice infrastructures. Moreover, the threat of*

tidal waves, natural disasters, environmental pollution and competition also be a limiting factor for tourism development Nusa Penida. Through the findings of powers (strengths), weaknesses (weaknesses), opportunities (opportunities) and threats (threats), and then formulated into the SWOT matrix and found a few strategies, namely: strategy SO (strength - opportunity) to develop Nusa Penida as Rural Tourism, improving publications, and developing a Water Conservation Area. ST Strategy (strength - threat) by making the rules of implementation of activities at sea, and selected development plan offered investors. Strategy WO (Weakness - opportunity) to improve infrastructure, and improving the quality of human resources. WT Strategy (weakness - threat) to build waste treatment facilities and in cooperation with external parties in the development of human resources and tourism.

Key words : Tourism, Development, Strategy

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah salah satu industri terbesar dan merupakan sektor jasa dengan tingkat pertumbuhan paling besar di dunia saat ini (BPS Provinsi Bali, 2015). *United Nation World Tourism Organizations* (UNWTO) menyatakan bahwa sektor pariwisata adalah sektor unggulan dan menjadi salah satu kunci penting untuk pembangunan wilayah di suatu negara serta peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat negara tersebut (Kemenpar, 2015). Akibat dari meningkatnya animo masyarakat terhadap pariwisata, mengakibatkan sektor ini menjadi faktor kunci dalam pendapatan devisa, penciptaan lapangan kerja, pengembangan usaha serta infrastruktur (Kemenpar, 2015). Data dari Organisasi PBB untuk Pariwisata atau *United Nation World Tourism Organizations/UNWTO* (UNWTO *Tourism Highlight*, 2014), menunjukkan bahwa kontribusi sektor pariwisata terhadap GDP dunia

sebesar 9%, 1 dari 11 pekerjaan diciptakan oleh sektor pariwisata, dan menyumbang 5% kontribusi terhadap ekspor yang terjadi di dunia (Kemenpar, 2015).

Bagi Indonesia, pariwisata merupakan salah satu industri pemberi devisa terbesar dan juga pencipta lapangan kerja serta kesempatan berusaha. Hal ini dibuktikan dengan kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB Nasional sebesar 4% pada tahun 2010-2014, dengan kata lain menempati peringkat ke-4 nasional penghasil devisa setelah minyak dan gas, batu bara, dan kelapa sawit (Kemenpar, 2015). Selain itu, pariwisata juga berhasil menyerap 10,13 juta tenaga kerja dan menghasilkan devisa nasional sebesar 10 milyar USD. Hal ini disebabkan karena peningkatan jumlah wisatawan yang masuk ke Indonesia dari tahun 2014 ke 2015 mengalami peningkatan dari 9,5 juta orang menjadi 9,7 juta orang yang berimbas pada penerimaan jasa perjalanan Indonesia, peningkatan inilah yang membantu menurunkan defisit neraca perdagangan jasa menjadi 15,1% (Bank Indonesia, 2015). Sektor pariwisata ini mengalami perkembangan yang semakin pesat tiap tahunnya seiring dengan meningkatnya kebutuhan hiburan bagi masyarakat domestik maupun mancanegara, serta kemajuan di bidang transportasi dan teknologi komunikasi (BPS Provinsi Bali, 2015).

Salah satu destinasi utama para wisatawan yang berkunjung ke Indonesia adalah Pulau Bali. Hal ini dibuktikan dengan tingkat kedatangan wisatawan mancanegara ke Indonesia paling banyak terjadi di Bandara Ngurah Rai, yaitu Bandara Internasional Bali. Pada Juli 2016, jumlah wisatawan yang datang sebanyak 482.201 orang (BPS, 2016). Pulau Bali adalah sebuah pulau kecil, satu dari belasan ribu pulau di Indonesia. Ciri khas yang membedakan Bali dari pulau-pulau lainnya adalah keindahan alam dan budaya yang sangat kental melekat dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Bali. Bali memiliki banyak sekali lokasi yang menarik untuk dikunjungi seperti bentangan pantai yang memukau, sawah-sawah terasering, panorama

yang indah, gunung berapi, serta berbagai atraksi seni. Selain itu keragaman budaya masyarakat Bali mempunyai daya tarik tersendiri bagi para wisatawan. Masyarakat Bali masih mempertahankan budaya Bali yang dijiwai Agama Hindu, hal tersebut dapat dicermati dari berbagai upacara adat maupun keagamaan, tempat beribadah berupa pura yang suci dan sakral, serta berbagai festival budaya yang diselenggarakan di Bali.

Salah satu destinasi wisata di Bali adalah Nusa Penida. Nusa Penida adalah sebuah pulau di sebelah tenggara pulau Bali yang dipisahkan Selat Badung. Kecamatan Nusa Penida ini berada di Kabupaten Klungkung dan terdiri dari tiga pulau utama yaitu : Pulau Nusa Penida, Pulau Nusa Lembongan dan Pulau Nusa Ceningan. Nusa Penida terkenal akan kawasan selamnya, antara lain *Penida Bay*, *Manta Point*, *Batu Meling*, *Batu Lumbung*, *Batu Abah*, *Toyapakeh*, *Malibu Point*, dan masih banyak potensi wisata lainnya yang belum dikembangkan dengan baik.

METODE PENELITIAN

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui tahapan kegiatan pengambilan data dengan menggunakan metode pengambilan data primer melalui observasi langsung dan wawancara, serta data sekunder dari instansi yang terkait yakni Badan Pusat Statistik Provinsi Bali dan Kabupaten Klungkung serta situs resmi Pemerintah Kabupaten Klungkung yang mempublikasikan rencana rancangan pengembangan wilayah maupun potensi pariwisata setempat serta situs-situs terkait lainnya.

Data yang berhasil dikumpulkan untuk selanjutnya dikelompokkan dan dimasukkan kedalam matriks SWOT. Setelah itu akan dilakukan analisis menggunakan metode analisis SWOT (*strength*, *weakness*, *opportunity* dan *threat*), lalu dari hasil analisis SWOT tersebut, dapat dikembangkan beberapa alternatif strategi dengan menggunakan matrik SWOT.

Matriks SWOT

	Strengths (S) Daftar semua kekuatan yang dimiliki	Weakness (W) Daftar semua kelemahan yang dimiliki
Opportunities (O) Daftar peluang yang dapat diidentifikasi	Strategi SO Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada	Strategi WO Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada
Threats (T) Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi	Strategi ST Gunakan semua kekuatan untuk menghindari dari semua ancaman	Strategi WT Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman

Sumber : Kuncoro, 2006

- 1) **Strategi SO** : ini merupakan situasi yang menguntungkan. Perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan saat perusahaan berada di kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).
- 2) **Strategi ST** : dalam situasi ini, perusahaan menghadapi berbagai ancaman, tetapi masih memiliki kekuatan dari sisi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk atau pasar).

- 3) **Strategi WO** : dalam situasi ini, perusahaan sedang menghadapi peluang pasar yang besar, tetapi juga menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi pada kondisi ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.
- 4) **Strategi WT** : ini merupakan situasi yang tidak menguntungkan perusahaan. Kondisi seperti ini perusahaan harus menghadapi berbagai macam ancaman eksternal dan kelemahan internal.

HASIL, TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.1

Hasil Analisis Matriks SWOT

<p>Internal</p> <p>External</p>	<p>Kekuatan (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemandangan alam yang sangat indah dan belum tercemar. 2. Lokasi yang cukup dekat dan mudah dijangkau dari pusat kota Bali (Denpasar). 3. Memiliki banyak pura yang indah sehingga aura pulau terasa berbeda. 4. Memiliki kekayaan laut yang langka : rumput laut merah (<i>Eucheuma Spinosum</i>) dan ikan mola-mola. 5. Perairan Nusa Penida merupakan jalur migrasi hiu dan lumba-lumba. 6. Perairan Nusa Penida memiliki 269 jenis terumbu karang tepi yang mengelilinginya. 7. Terdapat 20 lokasi penyelam dengan air biru yang jernih dan biota serta ekosistem laut yang beranekaragam. 8. Perairan Nusa Penida merupakan habitat ikan karang. Ditemukan 576 jenis ikan, dimana 5 diantaranya adalah jenis baru dan belum ada namanya. 9. Nusa Penida merupakan daerah asal kreasi Tenun Rangrang dan salah satu daerah penghasil tenun terbaik di Bali. 	<p>Kelemahan (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi jalan sangat rusak dan terlalu sempit serta berbahaya. 2. Penduduk setempat kurang siap untuk menerima wisatawan asing. 3. Belum ada rumah sakit yang bertaraf Internasional. 4. Terbatasnya rumah makan, dan belum ada yang bersertifikat halal. 5. Tidak adanya ATM yang mendapat autorisasi dari bank asing. 6. Jaringan komunikasi yang belum merata. 7. Eksploitasi berlebihan terhadap sumberdaya ikan dan penangkapan ikan yang merusak dan ilegal. 8. Minimnya sarana pengolahan limbah dan sampah. 9. Kurangnya pemasaran hasil kreativitas masyarakat sekitar.
<p>Peluang (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah wisatawan yang terus meningkat setiap tahunnya. 2. Kebijakan <i>free visa</i> bagi wisatawan Tiongkok, Jepang, Rusia, Korea Selatan dan Australia. 3. Tren pariwisata yang mulai bergerak ke arah ekowisata. 4. Wisatawan di tahun 2016 ini cenderung ingin mencoba “sesuatu yang baru”. 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan Nusa Penida sebagai Desa Wisata 2. Meningkatkan publikasi Nusa Penida. 3. Mengembangkan Kawasan Konservasi Perairan. 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperbaiki sarana prasarana yang dibutuhkan, seperti rumah sakit, jaringan telpon, akses transportasi, perbankan dan jalan. 2. Mendidik serta melatih masyarakat agar siap menghadapi perkembangan pariwisata.
<p>Ancaman (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ombak pasang dan bencana alam. 2. Persaingan dengan pariwisata di Lombok Selatan, dan Nusa Lembongan 3. Pencemaran lingkungan yang diakibatkan oleh kegiatan pariwisata. 4. Kesakralan pulau perlahan akan memudar. 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat aturan mengenai kegiatan penyelaman dan kegiatan laut lainnya. 2. Menyeleksi dengan baik rencana pembangunan yang akan dilakukan investor. 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membangun sarana pengolahan limbah 2. Melakukan kerjasama dengan pihak luar dalam upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan pengembangan pariwisata.

Sumber : Hasil Peneliti, 2016

Berdasarkan hasil analisis SWOT pada tabel 4.1, maka kebijakan yang harus diambil oleh pemerintah Kabupaten Klungkung dan Provinsi Bali dalam upaya mengembangkan pariwisata Nusa Penida adalah :

1. Membangun Nusa Penida sebagai sebuah desa wisata di Kabupaten Klungkung, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, meningkatkan kunjungan wisata ke Nusa Penida, menambah devisa negara, dan keasrian alamnya tetap terjaga.
2. Meningkatkan kegiatan publikasi pariwisata Nusa Penida, melalui kegiatan pameran di luar negeri, maupun dengan memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi seperti sosial media dan situs *website*.
3. Pemerintah harus lebih mengembangkan dan mempromosikan kekayaan budaya Nusa Penida, seperti kain tenun dan sejarahnya selain wisata alam dan baharinya.
4. Menyiapkan masyarakat agar siap menerima wisatawan lokal maupun mancanegara, dengan cara memberi pelatihan serta memberikan program beasiswa sekolah pariwisata kepada pelajar di Nusa Penida.
5. Pengadaan *Tourist Information Center (TIC)* di Nusa Penida.
6. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata bekerjasama dengan berbagai pihak baik dari dalam maupun luar negeri untuk mengembangkan acara Nusa Penida Festival agar tetap dilaksanakan tiap tahun dengan skala yang lebih besar.

IMPLIKASI

Implikasi dari pengembangan pariwisata di Nusa Penida, antara lain :

1. Membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat. Masyarakat tidak hanya dapat berprofesi sebagai nelayan dan petani, namun juga dapat menjadi pemandu wisata, pegawai hotel, dan penyedia jasa pendukung pariwisata lainnya.
2. Meningkatkan keinginan investor untuk berinvestasi di Nusa Penida.

3. Meningkatkan pendapatan daerah, pendapatan devisa nasional, kesejahteraan masyarakat sekitar, dan kualitas sumber daya manusia.

REKOMENDASI

Rekomendasi atau saran yang dapat diberikan kepada Pemerintah Kecamatan Nusa Penida dan Kabupaten Klungkung serta Kementerian Pariwisata antara lain :

1. Membangun Nusa Penida sebagai Desa Wisata di Kabupaten Klungkung.
2. Meningkatkan publikasi pariwisata Nusa Penida.
3. Meningkatkan program pengembangan dan publikasi hasil kerajinan masyarakat serta budaya Nusa Penida.
4. Meningkatkan kualitas sumber daya masyarakat Nusa Penida.
5. Membuat *Tourist Information Center* (TIC).
6. Mengembangkan acara Nusa Penida Festival.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Propinsi Bali. 2016. *Statistik Wisatawan Mancanegara Ke Bali 2015*. Denpasar : BPS Bali.
- Badrudin, B. 2000. *Pariwisata Indonesia Menuju World Class Tourism*. Jurnal Akuntansi dan Manajemen.
- Bank Indonesia. 2016. *Laporan Perekonomian Indonesia Tahun 2015*. Bank Indonesia.
- Deputi Bidang Pengembangan Destinasi dan Investasi Pariwisata Kementerian Pariwisata. 2016. *Pembangunan Destinasi Pariwisata Prioritas 2016-2019*. Jakarta : Kementerian Pariwisata.

- Gelgel, I Putu. *Industri Pariwisata Indonesia dalam Globalisasi Perdagangan Jasa Implikasi Hukum dan Antisipasinya*. Bandung : PT Refika Aditama.
- Hadiwijoyo, Suryo Sakti. 2012. *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Kabupaten Klungkung. 2012. *Rencana Pengelolaan KKP Nusa Penida Kabupaten Klungkung Propinsi Bali*. Klungkung : Pemkab Klungkung.
- Kementrian Pariwisata. 2015. *Rencana Strategis Pengembangan Destinasi Dan Industri Pariwisata Tahun 2015-2019*. Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2006. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta : Erlanga.
- Leonardo, V.I, 2008. Analisa Valuasi Ekonomi Menggunakan Travel Cost Method dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan ke Hutan Wisata Sungai Dumai. *Jurnal Penelitian Sosial Ekonomi Kehutanan* Vol. 4 No. 2 Hal 141-142.
- Lumaksono, Adi; D.S. Priyarsono; Kuntjoro dan Rusman Heriawan. 2012. Dampak Ekonomi Pariwisata Internasional Pada Perekonomian Indonesia. *Forum Pascasarjana* Vol. 35 No. 1 Januari 2012: 53-68.
- Outra, Wyasa. 2003. *Hukum Bisnis Pariwisata*. Bandung : PT Refika Aditama.
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Cetakan Keduabelas. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Sastrawan, I Gede Anom., I Nyoman Sunarta. 2014. Strategi Pengembangan Potensi Wisata Bahari di Pantai Crystal Bay Desa Sakti, Kec. Nusa Penida, Kab. Klungkung. *Jurnal Destinasi Pariwisata* Vol. 2 No. 2, 2014.
- Sedarmayanti. 2014. *Membangun dan Mengembangkan Kebudayaan dan Industri Pariwisata*. Bandung : PT. Refika Aditama.
- Schmool, G.A. 1977. *Tourism Promotion*. London : Tourism International Press.

- Spillane, James. 1985. *Pariwisata Indonesia : Sejarah dan Prosesnya*. Yogyakarta : Kanisius.
- Suryana. 2000. *Ekonomi Pembangunan : Problematika dan Pendekatan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Suryatama, Erwin. 2014. *Lebih Memahami Analisis SWOT Dalam Bisnis*. Surabaya : Kata Pena.
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta : Andi.
- Tania, Welly dan Muljadi. 2011. Willingness to Pay Kawasan Konservasi Perairan Nusa Penida Kabupaten Klungkung, Bali. *Coral Triangel Center (CTC), Bali*.
- Unga, Kartini La Ode., dkk., 2014. Strategi Pengembangan Kawasan Kepulauan Banda. *Jurnal pasca sarjana Unhas*.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2016. *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta : Deepublish.
- Wahab, Salah. 2003. *Manajemen Kepariwisataaan*. Jakarta : Pradnya Paramita
- Yoeti, Oka A. 2008. *Ekonomi Pariwisata : Introduksi, Informasi, dan Implementasi*. Jakarta : PT Kompas Media Nusantara.
- Abdurachman, Fira. 2014. *Perkiraan Tren Pariwisata Indonesia 2015*. <http://travel.kompas.com/read/2014/12/26/143722227/Perkiraan.Tren.Pariwisata.Indonesia.2015>. Diakses tanggal 13 September 2016.
- Alamy. 2009. *Seaweed Eucheuma Spinosum Drying on Jambiani Beach, Zanzibar*. <http://www.alamy.com/stock-photo-seaweed-eucheuma-spinosum-drying-on-jambiani-beach-zanzibar-26673893.html>. Diakses tanggal 13 September 2016.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Klungkung. 2015. *Kecamatan Nusa Penida Dalam Angka 2015*. <https://klungkungkab.bps.go.id>. Diakses tanggal 12 September 2016.

- Budhiana, Nyoman. 2013. *Wisata Religi Hindu*. <http://www.antarabali.com/foto/3554/wisata-religi-hindu>. Diakses tanggal 12 September 2016.
- Dyah, Anida. 2014. *Temukan Ajaibnya Mola-Mola di Nusa Penida – Bali*. <http://www.beritasatu.com/food-travel/203307-temukan-ajaibnya-mola-mola-di-nusa-penida-bali.html>. Diakses tanggal 13 September 2016.
- Hidayat, Feriawan., dan Indah Handayani. 2015. *Inilah Tren Perjalanan Wisata di 2016*. <http://www.beritasatu.com/food-travel/332367-inilah-tren-perjalanan-wisata-di-2016.html>. Diakses tanggal 14 September 2016.
- Lestari, Sri. 2014. *Sejarah Tenun Cepuk Rangrang Asal Nusa Penida*. <http://travel.kompas.com/read/2014/12/08/141900527/Sejarah.Tenun.Cepuk.Rangrang.Asal.Nusa.Penida>. Diakses tanggal 13 September 2016.
- Pemerintah Kabupaten Klungkung. 2014. *Rencana Pembangunan Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Klungkung Tahun 2013-2018*. <http://www.klungkungkab.go.id/assets/CKImages/files/RPJMD%202013-2018%20BAB%20I.pdf>. Diakses tanggal 21 September 2016.